

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยววิถีไทยเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นในกลุ่มเมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรม (สุโขทัย ศรีสัชนาลัยและกำแพงเพชร พระนครศรีอยุธยา)” มีเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ดังนี้

ตอนที่ 1 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
แบบจำลองการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ตอนที่ 2 ภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่น

ความหมายของภูมิปัญญา
ความหมายของภูมิปัญญาท้องถิ่น
ขอบข่ายภูมิปัญญา
วัฒนธรรมอาหารไทยกับความเชื่อและการสืบทอด
ภูมิปัญญาด้านอาหารท้องถิ่นไทย

ตอนที่ 3 การท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร

ความหมายของ Gastronomy
ความหมายของการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร
การจัดการและการตลาดท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร
ความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกับเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร

ตอนที่ 4 แนวคิดการพัฒนาระบบสารสนเทศ

แนวคิดวงจรการพัฒนาระบบสารสนเทศ
แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาเว็บไซต์

ตอนที่ 5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตอนที่ 1 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ใช้ภาษาอังกฤษว่า “Cultural based tourism” หรือ “Cultural tourism” หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวชื่นชม และศึกษาวัฒนธรรมประเพณี ที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวนั้น บนพื้นฐานของการมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม และวัฒนธรรมของท้องถิ่น (ชนัญ วงษ์วิภาค, 2547)

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งที่แสดงความเป็นวัฒนธรรม เช่น ปราสาท ราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วิธีการดำเนินชีวิต ศิลปะทุกแขนง และสิ่งต่าง ๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวอาจจะเป็นธรรมชาติ ในเมือง หรือในชนบทก็ได้ ต้องให้การศึกษาแก่นักท่องเที่ยว และกิจกรรมจากการท่องเที่ยว เกื้อหนุนให้เกิดการกระจายรายได้แก่ประชาชนในท้องถิ่น แต่ต้องไม่ทำให้เกิดการซื้อขายวัฒนธรรมโดยคนในท้องถิ่นผลิตวัฒนธรรมขายให้กับนักท่องเที่ยว (Kinnaird and Hall อ้างถึงใน สันธุ์ สโรบล, 2545)

ในยุคปัจจุบัน การแข่งขันในตลาดโลกได้ให้ความสำคัญในการนำเอาวัฒนธรรมมาเป็นส่วนหนึ่งในตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตนจำหน่ายเพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งสอดคล้องกับกระแสเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) ที่กำลังมาแรง ผู้อ่านคงจะเริ่มมีคำถามในใจว่า แล้วการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คืออะไร การท่องเที่ยวแบบไหนที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและประเทศต่าง ๆ ในโลกมีนโยบายอย่างไรกับรูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าว หลายคนอาจจะสงสัยว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควรจะครอบคลุมถึงเรื่องอะไรบ้าง บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้อธิบายว่าการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ประกอบด้วย

- 1) ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์
- 2) โบราณคดีและพิพิธภัณฑ์
- 3) งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิม
- 4) ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้นและแกะสลัก
- 5) ศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่าง ๆ ทางศาสนา
- 6) ดนตรี การแสดงละคร ภาพยนตร์
- 7) ภาษาและวรรณกรรม
- 8) วิถีชีวิต เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย อาหาร
- 9) ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน เทศกาลต่าง ๆ
- 10) ลักษณะงานและเทคโนโลยี ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่นำมาใช้เฉพาะท้องถิ่น

ส่วนทวีป ศิริศรีศรี (2547) กล่าวถึง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประกอบด้วยการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องราวในประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมของพื้นที่ ในแง่ใดแง่หนึ่ง กิจกรรมการท่องเที่ยวอาจเป็นการผสมผสานกันระหว่างการชมสถานที่ทางประวัติศาสตร์เมืองเก่า การชมการแสดงทางวัฒนธรรม และการจับจ่ายใช้สอยซื้อ

ของที่ระลึกในตลาดโบราณ หรือแหล่งหัตถกรรมพื้นบ้านดั่งนั้นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จึงมีความหลากหลาย

1.2 ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมี 9 ประการด้วยกันคือ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

1) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม และประเพณี โดยยึดหลักว่าต้องอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ให้ดีที่สุด เพื่อสืบต่อถึงอนุชนรุ่นหลัง

2) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน ทั้งเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยยึดหลักไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หรือให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

3) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้คงไว้ซึ่งวิถีชีวิตของท้องถิ่นในแง่สังคมและวัฒนธรรม โดยยึดหลักว่าต้องให้เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาความแตกต่างทางด้านสังคมและวัฒนธรรมอันหลากหลาย

4) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายได้แก่นักท่องเที่ยว ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว และประชาชนในท้องถิ่นโดยยึดหลักที่ว่าทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยว และมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

5) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว เป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น

6) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการตลาดของบริการการท่องเที่ยวครบตามเกณฑ์แห่งการอนุรักษ์อย่างแท้จริง โดยยึดหลักให้ธุรกิจท่องเที่ยวเน้นในเรื่องการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

7) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่เกิดความพึงพอใจ โดยการเพิ่มคุณค่าของประสบการณ์ที่ได้รับ ทำให้ต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกโดยยึดหลักที่ว่าต้องมีกิจกรรมการท่องเที่ยวตรงตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

8) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ต้องคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่และความสะอาดของพื้นที่ โดยยึดหลักที่ว่าต้องไม่เกินขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ทุก ๆ ด้าน และต้องดูแลรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวอยู่เสมอ

9) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว โดยยึดหลักการป้องกันรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างเข้มงวด เพื่อให้ นักท่องเที่ยวรู้สึกอบอุ่นใจ

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังจุดหมายทางที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นศิลปะ วัฒนธรรม โบราณสถาน ศาสนา งานประเพณี วิถีชีวิตชุมชน จากการเดินทางท่องเที่ยวเป็นการเรียนรู้ ศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม

วิถีชีวิตชุมชนแต่ละท้องถิ่นที่แตกต่างกัน และต้องเคารพวัฒนธรรมของกันและกัน ซึ่งจะก่อให้เกิดมิตรภาพ ความรู้ ความเข้าใจในวัฒนธรรมของชุมชน และคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อบุคคลในชุมชนนั้น ๆ โดยให้เกิดน้อยที่สุด

1.3 หลักการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

หลักการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีหลักการอยู่ 4 ประการ คือ

- 1) เป็นการท่องเที่ยวที่มีการศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญ คุณค่า ประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของทรัพยากรวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว นั้น เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่นักท่องเที่ยวในการเพิ่มคุณค่าของประสบการณ์ในการเข้าชม ในขณะเดียวกันก็ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น
- 2) เป็นการท่องเที่ยวที่มีการปลูกฝังจิตสำนึกของคนในชุมชนท้องถิ่นเกิดความรัก ห่วงแหน รักษา และดึงดูดชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรของคนด้วย และได้รับประโยชน์ตอบแทนจากการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การจ้างงาน การบริการนำเที่ยว การให้บริการขนส่ง การให้บริการที่พักการขายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น
- 3) เป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความเข้าใจในวัฒนธรรม และได้รับความเพลิดเพลิน พร้อมทั้งสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม
- 4) เป็นการท่องเที่ยวที่มีการเคารพวัฒนธรรมของเพื่อนบ้าน หรือของชุมชนอื่น ๆ รวมทั้งเคารพในวัฒนธรรม ศักดิ์ศรี และของผู้คนของตนด้วย

1.4 ประเภทของลักษณะกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสามารถแบ่งได้ 5 ประเภท (วาร์ชด์ มัชฌิมบุรุษ, ม.ป.ป.) คือ

- 1) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical tourism)
- 2) การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี (Cultural and traditional tourism)
- 3) การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชนบท (Rural tourism/Village tourism)
- 4) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport tourism)
- 5) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม (Cultural health tourism)

1.5 ข้อกำหนดและหลักเกณฑ์ในการพิจารณาให้เป็นแหล่งมรดกโลก

แหล่งมรดกทางวัฒนธรรม (World Tourism Organization, 2010)

- 1) เป็นตัวแทนซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเป็นเอกลักษณ์ ด้านศิลปกรรมหรือตัวแทนของความงดงาม และเป็นผลงานชิ้นเอกที่จัดทำขึ้นด้วยการสร้างสรรค์อันฉลาดยิ่ง หรือ
- 2) เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลยิ่ง ผลักดันให้เกิดการพัฒนาสืบต่อมาในด้านการออกแบบทางสถาปัตยกรรม อนุสรณ์สถาน ประติมากรรม สวนและภูมิทัศน์ ตลอดจนการพัฒนาศิลปกรรมที่เกี่ยวข้อง หรือการพัฒนาการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์ ซึ่งการพัฒนาเหล่านี้เกิดขึ้นในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง หรือบนพื้นที่ใด ๆ ของโลกซึ่งทรงไว้ซึ่งวัฒนธรรม

- 3) เป็นเอกลักษณ์ หายากยิ่ง หรือเป็นของแท้ดั้งเดิม
- 4) เป็นตัวอย่างของลักษณะโดยทั่วไปของประเภทของสิ่งก่อสร้างอันเป็นตัวแทนของการพัฒนาทางด้านวัฒนธรรม สังคม ศิลปกรรม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี อุตสาหกรรม
- 5) เป็นตัวอย่างของลักษณะเด่นชัด หรือขนบธรรมเนียมประเพณีแห่งสถาปัตยกรรม วิธีการก่อสร้าง หรือการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์ที่มีความเปราะบางด้วยตัวมันเอง หรือเสื่อมสลายได้ง่าย เพราะผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมที่ไม่สามารถกลับคืนดังเดิมได้ หรือมีการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ หรือ
- 6) มีความคิดหรือความเชื่อที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับเหตุการณ์ หรือมีความโดดเด่นยิ่งในประวัติศาสตร์

1.6 ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

ราชบัณฑิตยสถาน (2557) ได้ให้ความหมายของคำว่า ศักยภาพ ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า Potentiality เป็นคำที่ประกอบด้วยคำว่า ศักย (อ่านว่า สัก - กะ - ยะ) หมายถึง อาจหรือสามารถ และภาพ หมายถึง ภาวะ หรือความมี ความเป็น คำว่า ศักยภาพ หมายถึง พลังหรือคุณสมบัติที่แฝงอยู่ในสิ่งต่าง ๆ สามารถพัฒนาให้ปรากฏเป็นที่ประจักษ์ได้

ประเทศไทยนับว่า มีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างสูง เนื่องจากมีปัจจัยสนับสนุนสำคัญ 3 ประการ คือ

- 1) มีระบบนิเวศที่หลากหลาย ทั้งระบบนิเวศทางบก ระบบนิเวศทางทะเล และระบบนิเวศพื้นที่ชุ่มน้ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบนิเวศของเขตป่าร้อนชื้น ซึ่งมีพืชพรรณไม้และสัตว์ป่านานาชนิด และระบบนิเวศทางทะเลและบริเวณชายฝั่ง ซึ่งมีปะการังและสัตว์น้ำหลากหลายชนิดอาศัยอยู่ เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวที่รักและชื่นชมธรรมชาติ ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

- 2) มีวัฒนธรรมของชาติและของท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ซึ่งสืบทอดเป็นมรดกต่อเนื่องกันมาเป็นระยะเวลายาวนาน ไม่ว่าในด้านเชื้อชาติ ภาษา ศาสนา ขนบธรรมเนียม ประเพณี ภูมิปัญญาและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น เป็นจุดดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้าไปศึกษาเรียนรู้ และมีประสบการณ์ตรงในด้านวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ

- 3) ประชาชนโดยทั่วไปมีความเป็นมิตรไมตรี และให้ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่แก่นักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดความรู้สึกที่ดี และสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทาง เข้ามาเยือน

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พิจารณาจากสภาพทรัพยากรที่มีความเหมาะสมมีลักษณะเฉพาะและคงลักษณะพื้นถิ่น โดยเน้นความสำคัญของวัฒนธรรมของพื้นที่ และความดึงดูดใจว่ามีมากน้อยเพียงใด เพื่อให้ความสำคัญที่แตกต่างกันในแต่ละปัจจัย เช่น วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ เครื่องนุ่งห่ม อาหาร ศิลปหัตถกรรม โบราณสถาน แหล่งมรดกโลก ที่เป็นความโดดเด่นด้านวัฒนธรรมที่มีความดึงดูดใจ และมีโอกาสจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้

เศกสรรค์ ยงวิชัย (2549, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ศักยภาพพื้นที่เพื่อพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวชายแดนไทย - ลาว: กรณีศึกษาจังหวัดหนองคาย และนครหลวงเวียงจันทน์ พบว่า การให้บริการทางการท่องเที่ยว ณ เขตพื้นที่จังหวัดหนองคาย และนครหลวงเวียงจันทน์

ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว และการบริการทางการท่องเที่ยว ยังคงมีอยู่ในระดับสูง มีโอกาส และปัจจัยเกื้อหนุนหลายอย่างที่ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ณ ที่แห่งนี้ยังคงเติบโตไปได้ อีกทั้ง 2 ประเทศยังมีนโยบาย ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน หากจะดำเนินการให้สัมฤทธิ์ผลตามที่มุ่งหวังไว้จึงควรมีการร่วมจัดทำนโยบายการท่องเที่ยวให้เป็นรูปธรรมขึ้น และหากจะพัฒนาด้านการท่องเที่ยวพื้นที่ทั้งสองมีความเหมาะสมที่จะจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบต่อไปนี้

1) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ท่องเที่ยวไปในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น มีพื้นฐานการท่องเที่ยวอยู่บนธรรมชาติ คำนึงถึงวัฒนธรรมชุมชน

2) การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม (Cultural and traditional tourism) ท่องเที่ยวเพื่อการชม หรือสัมผัสศิลปวัฒนธรรมแขนงต่าง ๆ ได้แก่ สถาปัตยกรรม จิตรกรรม ประติมากรรม ภาษา วรรณกรรม หัตถกรรม นาฏศิลป์ ดนตรี เทศกาล ประเพณี ตลอดจนมรดกทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และศาสนสถาน

3) การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น (Ethnic tourism) ท่องเที่ยวเพื่อแสวงหา การสัมผัสกับคนที่มีเชื้อชาติและภูมิหลังทางวัฒนธรรมที่แตกต่างไปการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบหนึ่งที่มีความสำคัญกับองค์ความรู้ และภูมิปัญญาของผู้คนที่สั่งสม สืบสาน ภายใต้เงื่อนไขของพื้นที่และบริบทของสังคมวัฒนธรรม ซึ่งหมายรวมถึงการให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์และการพัฒนาการของชุมชน

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจะเป็นกลไกอย่างหนึ่งที่เข้ามาช่วยเสริมความเข้มแข็งทางจิตวิญญาณของชุมชน เพื่อสร้างความภาคภูมิใจและสำนึกร่วมของชุมชน อันเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาจากการเรียนรู้ศักยภาพของตนเอง

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจึงเป็นกระบวนการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมทั้งที่มองเห็นและมองไม่เห็น โดยให้ความสำคัญกับระบบความหมายและคุณค่าของวิถีชีวิตมากกว่ามูลค่าทางเศรษฐกิจ และมุ่งอธิบายความหมายของปรากฏการณ์ทางสังคมวัฒนธรรมอย่างเชื่อมโยงกับภูมินิเวศและกำกับด้วยภูมิธรรมที่ลึกซึ้ง ตามบริบทโลกาภิวัตน์และอำนาจทุนทางเศรษฐกิจได้กลายเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้หลายชุมชน ต้องการนำเสนอ อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่บรรพบุรุษได้สั่งสมภายใต้เงื่อนไขภูมินิเวศ ในขณะเดียวกันย่อมหมายถึงว่าสังคมที่เข้มแข็งย่อมไม่ควรสูญเสียภูมินิเวศ ภูมิปัญญา และภูมิธรรมที่เป็นฐานรองรับวิถีวัฒนธรรม นั้นไปสู่สร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดแก่ชุมชนของตน

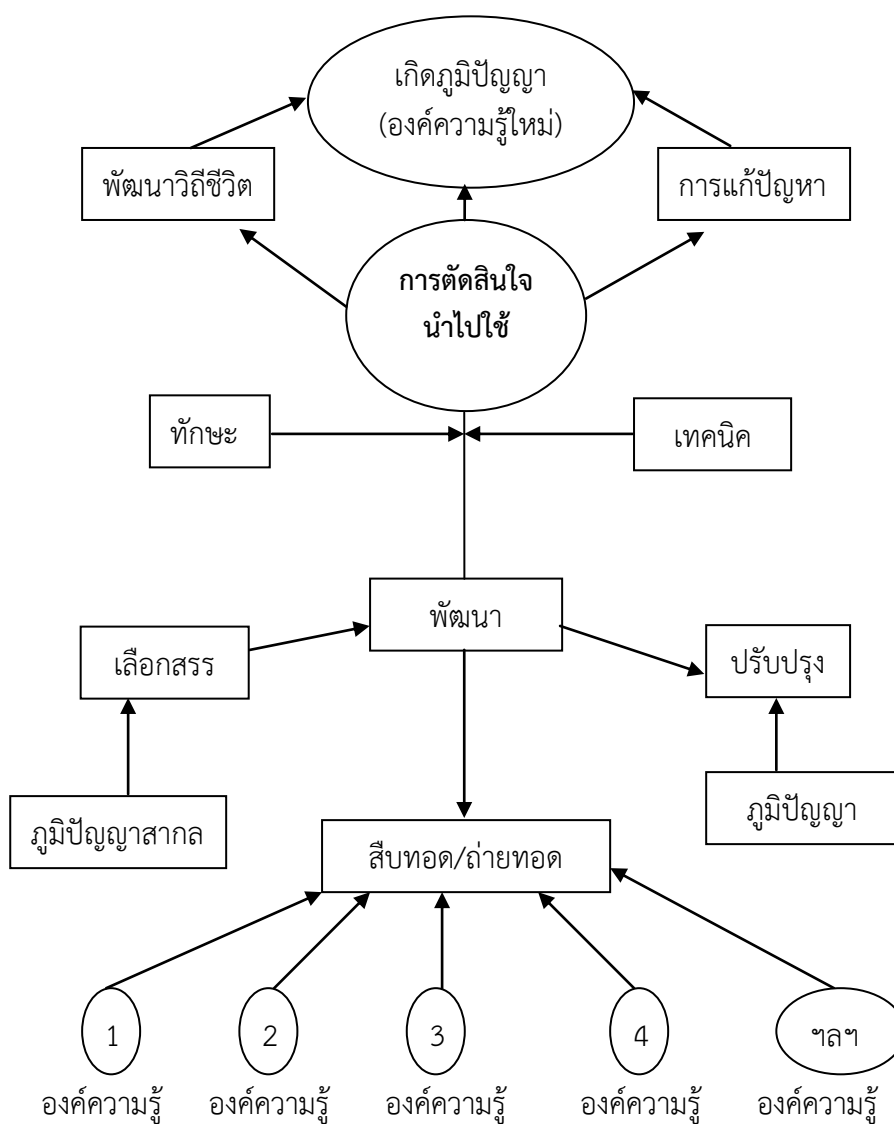
ตอนที่ 2 ภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่น

2.1 ความหมายของภูมิปัญญา

ภูมิปัญญา ตรงกับคำศัพท์ภาษาอังกฤษว่า Wisdom มีความหมายว่า ความรู้ ความสามารถ ความเชื่อ ความสามารถทางพฤติกรรม และความสามารถในการแก้ไขปัญหาของมนุษย์

2.2 ความหมายของภูมิปัญญาท้องถิ่น

ภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือภูมิปัญญาชาวบ้าน มีระบบแสดงได้ดังภาพ ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (2545, น. 16) ได้สรุปไว้ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 กระบวนการเกิดและสืบทอดภูมิปัญญาไทย
ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (2545, น. 16)

2.3 ขอบข่ายภูมิปัญญา

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (2545, น. 12) ได้แบ่งภูมิปัญญาไทยออกเป็น 9 ประเภท ดังนี้

- 1) ด้านเกษตรกรรม
- 2) ด้านอุตสาหกรรมและหัตถกรรม
- 3) ด้านการแพทย์แผนไทย
- 4) ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- 5) ด้านกองทุนและธุรกิจชุมชน
- 6) ด้านศิลปกรรม
- 7) ด้านภาษาและวรรณกรรม
- 8) ด้านปรัชญา ศาสนาและประเพณี
- 9) ด้านโภชนาการ

ดังนั้น ภูมิปัญญาไทย หมายถึง องค์ความรู้ในด้านต่าง ๆ ของการดำรงชีวิตของคนไทย ที่เกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ทั้งทางตรง และทางอ้อม ที่ประกอบด้วยแนวคิดในการแก้ปัญหาของตนเองจนเกิดการหลอมรวมเป็นแนวความคิดสำหรับแก้ปัญหาที่มีลักษณะเฉพาะของตนเอง ซึ่งสามารถพัฒนาความรู้ดังกล่าว แล้วนำมาประยุกต์ใช้ในการแก้ปัญหาและการดำรงชีวิตได้อย่างเหมาะสมตามกาลเวลา

ประเภทของภูมิปัญญาท้องถิ่น มีมากมายหลายแขนง แต่มักจะถูกมองว่าล้าหลังบางกลุ่มจึงไม่ค่อยให้ความนิยมและสืบสานกันมากนัก ส่วนใหญ่แล้วภูมิปัญญาท้องถิ่นมักสืบทอดบอกกล่าวกันเป็นการภายใน เช่น สูตรทำอาหาร หรือตำรับตำราต่าง ๆ ทำให้ไม่เป็นที่รับรู้กันโดยทั่วไป อาจจำแนกภูมิปัญญาท้องถิ่นออกเป็น 10 ลักษณะได้ ดังนี้

- 1) ภูมิปัญญาที่เกี่ยวกับความเชื่อและศาสนา

ภูมิปัญญาประเภทนี้จะมีลักษณะที่แตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น เนื่องจากมีพื้นฐานทางความเชื่อในศาสนาที่ต่างกัน สำหรับภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยซึ่งเกี่ยวกับความเชื่อในทางพระพุทธศาสนาเป็นหลักนั้นได้มีส่วนสร้างสรรค์สังคม โดยการผสมผสานกับความเชื่อดั้งเดิมจนกลายเป็นลักษณะเฉพาะของแต่ละท้องถิ่น

- 2) ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับประเพณีและพิธีกรรม

เนื่องจากประเพณีและพิธีกรรมเป็นสิ่งที่ดำรงที่คนในท้องถิ่นสร้างขึ้นมา โดยเฉพาะเป็นการเพิ่มขวัญและกำลังใจคนในสังคม ภูมิปัญญาประเภทนี้จึงมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตในสังคมเป็นอย่างมากดังจะเห็นได้จากประเพณีและพิธีกรรมที่สำคัญในประเทศไทยล้วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของคนในสังคมแทบทั้งสิ้น

- 3) ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับศิลปะพื้นบ้าน

เป็นการสร้างสรรค์งานศิลปะต่าง ๆ โดยการนำทรัพยากรที่มีอยู่มาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันหลังจากนั้นได้สืบทอดโดยการพัฒนาอย่างไม่ขาดสายกลายเป็นศิลปะที่มีคุณค่าเฉพาะถิ่น

4) ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับอาหารและผักพื้นบ้าน

นอกจากมนุษย์จะนำอาหารมาบริโภคเพื่อการอยู่รอดแล้ว มนุษย์ยังคิดวิธียืดอายุของอาหารที่มีอยู่ในครัวเรือน เช่น การหมัก การดอง อาหารตากแห้ง การแช่แข็ง เป็นต้น

5) ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับการละเล่นพื้นบ้าน

เกิดจากแนวความคิดที่อยู่บนพื้นฐานของทรัพยากรที่แตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่น นำมาดัดแปลง จนเกิดเป็นกิจกรรมยามว่างสำหรับคนในชุมชน เสริมสร้างความสามัคคีทางอารมณ์

6) ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม

สังเกตได้จากชุมชนใด มีองค์ความรู้หรือภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน ชุมชนนั้นก็จะปรากฏร่องรอยของภูมิปัญญา ผ่านผลงานทางด้านศิลปะ อาทิ ภาพวาดฝาผนังวัดในชุมชน งานปูนปั้น ภาพปัก หรือภาพวาด เป็นต้น

7) ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับเพลงพื้นบ้าน

จะมีความแตกต่างออกไปตามแต่ละกลุ่มชน เนื้อหาของเพลงส่วนใหญ่ จะบอกเล่าเรื่องราวของวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในหมู่บ้าน ขนบธรรมเนียม จารีต หรือคติคำสอนจากรุ่นสู่รุ่น

8) ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านสมุนไพร

เกิดจากการลองผิดลองถูก การนำพืชผักใกล้ตัวมาปรุงเป็นยา นำมารับประทาน และการผสมจนเกิดสรรพคุณทางยา

9) ภูมิปัญญาที่เกี่ยวข้องกับการประดิษฐ์

งานฝีมือ งานหัตถกรรม ซึ่งมีจุดเริ่มต้นมาจากการทำไว้ใช้ภายในครอบครัว หรือบางชนิดถูกดัดแปลงมาเป็นเครื่องมือในการประกอบอาชีพ

10) ภูมิปัญญาเกี่ยวกับการดำรงชีพและความเชื่อ

เกิดจากการดำรงชีวิตตามสภาพแวดล้อม จนก่อให้เกิดความเชื่อ พิธีกรรมทางศาสนา

เอกวิทย์ ญ กลาง (2544, น. 108) สรุปแนวทางการพัฒนาและการสืบทอดภูมิปัญญา ดังนี้

1) พัฒนาการของภูมิปัญญาและกระบวนการเรียนรู้ของชาวบ้านทุกภูมิภาค เป็นผลพวงของการเรียนรู้เกี่ยวกับสรรพสิ่งแห่งธรรมชาติแวดล้อม แล้วปรับตัวสร้างสรรค์ขึ้นเป็นวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับวิถีการดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมนั้น ๆ

2) ภูมิปัญญาใหม่ ๆ ที่รับเข้ามาจากโลกภายนอกมิได้มาทดแทนภูมิปัญญาที่ได้สั่งสมหรือภูมิปัญญาที่พัฒนาไว้เดิมทั้งหมดสำหรับสังคมไทยระดับ “ชาวบ้าน” หากแต่ภูมิปัญญาสั่งสมจะได้รับการทดสอบ เลือกรับ และดัดแปลงให้สามารถแก้ปัญหาหรือตอบสนองความต้องการในการปรับตัวตามบริบททางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลง และทำหน้าที่เป็นฐานรองรับภูมิปัญญาใหม่ ๆ ที่เข้ามาผสมผสานอย่างต่อเนื่อง

3) การปรับตัวของสังคมไทยไม่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างสิ้นเชิงแบบชุดรากถอนโคน แต่เป็นการปรับเปลี่ยนที่ยึดรากฐานภูมิปัญญาสั่งสมอันมีอยู่เดิม ทั้งโดยจิตสำนึกและได้จิตสำนึกเห็นได้จากการปรับระบบความสัมพันธ์ที่ยังคงให้ความสำคัญกับเครือญาติและชุมชน

4) ภูมิปัญญาของคนไทยภูมิภาคต่าง ๆ มีความหลากหลาย แตกต่างกันระหว่างท้องถิ่น กลุ่มชนหลายชาติพันธุ์ หลายภาษา หลายความเชื่อ ความหลากหลายแห่งภูมิปัญญาเหล่านี้มิใช่ความแตกต่างที่นำไปสู่ความไร้พลัง ตรงกันข้ามกลับจะเป็นความร่ำรวยมั่งคั่งทางปัญญาที่เป็นพลังสำคัญ ถ้าสามารถเข้าถึงความหมายและคุณค่าแห่งภูมิปัญญาอันหลากหลายนั้น ๆ ได้

5) การสร้างสรรค์ภูมิปัญญาในสังคมไทยระดับพื้นบ้าน เป็นการสะสมความรู้และประสบการณ์อันยาวนาน โดยผ่านการระบวนการเรียนรู้ลักษณะต่าง ๆ ที่มีอยู่ตามธรรมชาติของมนุษย์ในการปรับตัวทั้งกับธรรมชาติและการปรับตัวในสังคมมนุษย์ด้วยกันกระบวนการเรียนรู้ตามธรรมชาตินี้เป็นศักยภาพอันยิ่งใหญ่

กล่าวโดยสรุป การถ่ายทอดภูมิปัญญาชาวบ้านทุกหมู่เหล่าได้ใช้สติปัญญาของตนสั่งสมความรู้ ประสบการณ์ เพื่อการดำรงชีพมาโดยตลอด และย่อมถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่งตลอดมาด้วยวิธีการต่าง ๆ ที่แตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อมของแต่ละท้องถิ่น ทั้งทางตรงและทางอ้อมโดยอาศัยศรัทธาทางศาสนา ความเชื่อผีสา่งต่าง ๆ รวมทั้งบรรพบุรุษเป็นพื้นฐานในการถ่ายทอดเรียนรู้สืบทอดกันมา จากบรรพบุรุษในอดีตถึงลูกหลานในปัจจุบัน

2.4 วัฒนธรรมอาหารไทยกับความเชื่อและการสืบทอด

องค์ประกอบวัฒนธรรมทั้งที่เป็นรูปธรรมหรือเป็นนามธรรมล้วนเกิดจากการเรียนรู้ การเลียนแบบ การถ่ายทอดจากสมาชิกครอบครัวหรือในชุมชนรุ่นก่อน ๆ ได้เรียนรู้กันต่อมา วิธีการบางอย่างได้รับการถ่ายทอดกระทำกันมานานนับเป็นร้อยปีพันปี ตามอายุของชุมชนนั้น ๆ เป็นภูมิรู้และภูมิปัญญาที่มีรูปแบบ วิธีการปฏิบัติ การกระทำหรือการตอบสนองคล้าย ๆ กัน แต่อาจมีวิธีการย่อยแตกต่างกันไปบ้าง ประหยัด สายวิเชียร (2546, น. 61) เรียกว่า วัฒนธรรมย่อย เช่น ในจังหวัดเชียงใหม่ จะมีกลุ่มวัฒนธรรมย่อย ๆ เช่น กลุ่มคนยอง กลุ่มคนพื้นเมือง กลุ่มคนภาคกลาง กลุ่มคนจีน รวมทั้งคนที่มาจากตะวันตกและคนที่มาจากเพื่อนบ้าน มาอยู่รวมกันเป็นแหล่ง ทำให้มีการหลอมรวมในบางเรื่อง เช่น อาหารของคนยองกับคนพื้นเมืองนั้น ต่างฝ่ายต่างก็ไม่ว่าใครเป็นต้นกำเนิด หรือใครลอกเลียนจากของฝ่ายใด เช่น แกงแค น้ำพริกหนุ่ม

นอกจากนี้ยังกล่าวถึง วัฒนธรรมที่เป็นรูปธรรมด้านอาหารที่เป็นลักษณะการบอกเล่า และการสั่งสอนถ่ายทอดกันในครอบครัว มีเพียงสมัยรัตนโกสินทร์ที่มีการจดบันทึก ส่วนอุปกรณ์เครื่องใช้ทั้งที่ใช้ในบ้านและใช้เพื่อการประกอบอาชีพนั้น มีหลายอย่างที่ยังคงใช้ในปัจจุบัน เช่น ครก และสาก อุปกรณ์ในการปรุงอาหารของไทยปัจจุบันยังคงมีใช้อยู่ แต่รูปร่างอาจแตกต่างจากในอดีตมาก เช่น เตาหุงต้ม สอดคล้องกับ สถาบันอาหาร (2551, น. 16) ที่กล่าวว่า รูปแบบการหุงข้าวไม่ได้เปลี่ยนแปลงไปมาก ทั้งวิธีการและอุปกรณ์ที่ใช้ จึงไม่แปลกที่คนไทยยุคนี้ไม่รู้จักวิธีการหุงข้าวแบบแช่น้ำและไม่แช่น้ำการข้าวข้าว การดองข้าว เป็นต้น อุปกรณ์ประเภทหั่น ปอก สับ ยังคงใช้งานเช่นเดิม แต่วัสดุที่ใช้ทำมีดอาจเปลี่ยนจากเหล็กธรรมดาเป็นเหล็กไร้สนิม แม้ว่าในปัจจุบันจะมีอุปกรณ์ใหม่ ๆ ที่ช่วยในการสับ ตัด บด อาหารมากขึ้น แต่บางอย่างไม่สามารถใช้แทนได้ดีเท่า เช่น การโขลกแรงกระแทกจะทำให้น้ำมันหอมระเหยออกมาจากวัตถุดิบ โดยเฉพาะเครื่องเทศ สมุนไพร

ส่วนวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรม ได้แก่ แบบแผนชีวิต คำสอน ความเชื่อ สุภาจิต ความคิด วิธีการกระทำ ที่สอดคล้องกับอาหารนั้น ประหยัด สายวิเชียร (2546, น. 61) กล่าวว่า จะมีการปรับเปลี่ยนมากที่สุด เช่น แบบแผนการดำเนินชีวิต จากการที่เคยอยู่ร่วมกันเป็นครอบครัวใหญ่หรือครอบครัวขยาย กลายมาเป็นครอบครัวเดี่ยว มีการพึ่งพากันน้อยลง ทำให้คนรุ่นใหม่ละเลยในเรื่องของงานบ้าน เรื่องการทำอาหาร การกินอาหาร สอดคล้องกับ เสมียนทิพย์ ศิริจารกุล (2548, น. 2) ที่กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงการบริโภคอาหารของไทยสะท้อนให้เห็นการเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิตของครอบครัวคนไทยในเขตเมือง ทั้งนี้เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงด้านสังคม เศรษฐกิจและเทคโนโลยี การสื่อสาร ฯลฯ ทำให้คนรุ่นใหม่ของไทยเปลี่ยนแปลงด้านความคิด การกระทำ และการดำเนินชีวิต

2.5 ภูมิปัญญาด้านอาหารท้องถิ่นไทย

อาหารของท้องถิ่นหรืออาหารพื้นบ้าน เป็นของรับประทานที่มีในท้องถิ่น หรือรับประทานกันเฉพาะท้องถิ่น ท้องที่นั้น ๆ อาหารท้องถิ่น (Local Food) หมายถึง ของกินหรือสิ่งที่มนุษย์นำมาบริโภคได้ โดยปราศจากพิษและปราศจากโรค สามารถปลูกและหาได้ง่ายในท้องถิ่น และคนในท้องถิ่นนิยมรับประทาน สอดคล้องกับ ปวิณภัสสรุ คล้าศิริ (2547, น. 18) กล่าวว่า อาหารพื้นบ้าน หมายถึง อาหารที่ประชาชนในท้องถิ่นบริโภคในชีวิตประจำวัน โดยอาศัยเครื่องปรุงจากแหล่งธรรมชาติใกล้บ้านและตลาดในชุมชน และปรุงเป็นอาหารตามกรรมวิธีที่ สืบทอดมาภายในวัฒนธรรมเดียวกัน ภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่น มีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง มีกระบวนการและกล่าวถึงอาหารท้องถิ่นไทยได้ดังนี้

1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารในท้องถิ่น บริเวณที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกัน วัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันที่แตกต่างกัน มีผลให้การเลือกบริโภคต่างกัน อบเชย วงศ์ทอง (2542, น. 56) กล่าวถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารในท้องถิ่นต่างกัน ได้แก่

(1) สภาพทางภูมิศาสตร์ บริเวณที่คนอาศัยอยู่จะเป็นสิ่งที่กำหนดอาหารหลักที่จะบริโภค เช่น กลุ่มที่อาศัยอยู่ในที่สูง ใกล้เคียงทะเล ใกล้แม่น้ำ ใกล้ทะเลสาบ อยู่ในเขตร้อนหรือเขตอบอุ่น อยู่ในที่อากาศร้อนหรืออากาศเย็น จะมีส่วนทำให้อาหารแตกต่างกันไป

(2) ฤดูกาลที่เปลี่ยนไป ฤดูกาลที่มีอิทธิพลต่ออาหารที่ผลิตได้ในแต่ละท้องถิ่น ซึ่งจะมีผลต่อการบริโภคอาหารของประชากร และเกี่ยวโยงไปถึงภาวะโภชนาการของคนเหล่านั้น

(3) เศรษฐกิจ ในประเทศเกษตรกรรมโดยเฉพาะประเทศที่มีประชากรหนาแน่น ประชากรส่วนใหญ่จะมีฐานะยากจน อาหารหลักจะเป็นกลุ่มธัญพืชและพืชหัว

(4) วัฒนธรรม สังคม และจิตวิทยา ในสังคมทุกแห่งซึ่งมีบุคคลต่าง ๆ เช่น สามี ภรรยา บิดา มารดา บุตร ลูกสะใภ้ พี่ชาย น้องสาว ผู้ใหญ่ และญาติ รูปแบบของการบริโภคจะจัดขึ้นตามฐานะของบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน เช่น แม่บ้านทำอาหารแล้วอาจจะต้องรอให้พ่อบ้านหรือปู่ ย่า ตา ยาย ในบ้านบริโภคก่อน ผู้ใหญ่ได้รับสิทธิเหนือเด็ก หรืออาหารสำหรับทำบุญในพุทธศาสนาจะมีคุณภาพและมีปริมาณมากกว่าอาหารปกติ เป็นต้น

(5) ศาสนา ศาสนาพุทธไม่มีข้อบัญญัติเกี่ยวกับอาหารต้องห้าม เพียงแต่ให้ผู้รักษาศีลไม่ดื่มสุราและของมึนเมา ศาสนาอิสลามมีข้อบัญญัติเกี่ยวกับอาหารไว้มากมาย หรือศาสนาพราหมณ์มีข้อห้ามในการบริโภคเนื้อวัว ทำให้รูปแบบการบริโภคเปลี่ยนไปหรือแตกต่างกันไป

(6) เทคโนโลยี เทคโนโลยีสมัยใหม่มีส่วนทำให้พฤติกรรมการบริโภคเปลี่ยนไป เช่น คนสมัยโบราณบริโภคข้าวซ้อมมือ ซึ่งมีคุณค่าทางอาหารมาก ต่อมาเมื่อมีโรงสีที่มีเครื่องจักรที่ทันสมัย ข้าวที่บริโภคสมัยนี้จึงเป็นข้าวที่ขัดจนเป็นสีขาว ความเจริญก้าวหน้าในด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ และทางอุตสาหกรรมอาจเปลี่ยนรูปแบบเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนนั้น ๆ และจะเป็นผลต่อเนื่องทำให้เกิดการเปลี่ยนรูปแบบของอาหาร

2) กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการบริโภค

ประหยัด สายวิเชียร (2546, น. 72) ได้สรุปเป็นขั้นตอน 3 ขั้นตอน ดังนี้

(1) วิธีการจัดเตรียมวัตถุดิบ

การจัดหาและจัดเตรียมวัตถุดิบของคนต่างวัฒนธรรมกันจะแตกต่างกัน เช่น เนื้อสัตว์และผัก การเตรียมวัตถุดิบในวัฒนธรรมไทยส่วนใหญ่จะคล้ายคลึงกัน โดยใช้วิธีการล้างก่อนที่จะหั่นเป็นชิ้นขนาดพอคำ หรือชิ้นเล็ก ๆ ไม่ใหญ่มาก ในการเตรียมเพื่อปรุงอาหารบางอย่าง เช่น แกง หรือผัด อาจใช้วิธีการเตรียมเนื้อสัตว์แบบสับ ส่วนผักยังนิยมหั่นชิ้นเล็ก ๆ อาหารจำพวกปลา อาจใช้ปลาทั้งตัว ถ้าปลามีขนาดเล็ก หากปลามีขนาดใหญ่จะหั่นเป็นชิ้น ถ้าทำปลาทอดอาจแบ่งครึ่งตัว หรือใช้ทั้งตัว วัฒนธรรมการเตรียมอาหารในแถบเอเชียอาจะแตกต่างกันมากนัก การเตรียมผัก ในวัฒนธรรมบางแห่ง อาจใช้ทั้งต้น ทั้งก้าน ทั้งดอก หรือหัว ส่วนในวัฒนธรรมไทยจะหั่นให้มีชิ้นขนาดเล็กลง การหั่นให้มีขนาดเล็กลง ในวัฒนธรรมไทยก่อให้เกิดประโยชน์หลายประการ เช่น ช่วยให้ประหยัดเวลาและเชื้อเพลิง อาหารชิ้นเล็ก ๆ จะดูดซับเครื่องปรุงได้ดีกว่า และเหมาะกับการรับประทาน (หยิบ) ด้วยมือ หรือการใช้ช้อน ตัก สะดวกในการรับประทานแบบไทย

การเตรียมเครื่องปรุงรสอาหาร แต่ละวัฒนธรรมจะใช้เครื่องปรุงรสแตกต่างกันไป เช่น เครื่องปรุงรสเค็ม บางวัฒนธรรมใช้เกลือ บางวัฒนธรรมใช้น้ำปลา หรือซีอิ๊วอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือใช้ผสมกันหลายอย่าง เครื่องปรุงรสอาจมีเครื่องเทศผสมหรือไม่ผสมก็ได้ เช่น การเตรียมเนื้อสัตว์เพื่ออบ ทอด ปิ้ง บางวัฒนธรรมจะมีการผสมเครื่องเทศพร้อมกับเครื่องปรุงรสลงไปด้วย เช่น วัฒนธรรมของไทย จะใช้รากผักชี กระเทียม พริกไทยโขลกรวมกัน หมักไปพร้อมกับเครื่องปรุงรส เช่น น้ำปลา เกลือ ซีอิ๊ว เครื่องปรุงในวัฒนธรรมไทยภาคกลางจะมีการใช้น้ำตาลเพียงเล็กน้อยเพื่อตัดรสในอาหารคาว ส่วนอาหารหวานบางอย่างจะใช้เกลือเล็กน้อย เช่น ในกะทิหยอดหน้าเต้าส่วน แตกต่างจากวัฒนธรรมของภาคเหนือที่จะไม่ใช้น้ำตาลในการปรุงรสอาหารคาวเลย และอาหารหวานมีรสอ่อน ซึ่งคนภาคกลางเห็นว่าจืดไป ส่วนในภาคใต้และภาคอีสาน อาหารจะมีรสเข้มข้นกว่าภาคเหนือ

(2) วิธีการปรุงอาหาร

วิธีการปรุงอาหารคาว วัฒนธรรมการปรุงอาหารคาวของชนชาติตะวันตกและชนชาติตะวันออกแตกต่างกันอย่างชัดเจน โดยชนชาติตะวันออกจะใช้วิธี ผัด ต้ม แกง นึ่ง ปิ้ง และย่าง ส่วนชนชาติตะวันตกจะใช้วิธีอบ ต้ม เคี้ยว เนื่องจากอยู่ในเขตที่มีอากาศหนาว ดังนั้น สภาพห้องครัวส่วนใหญ่จึงปิดทึบ ไม่เหมาะกับการปิ้ง ย่างหรือผัด รวมถึงการใช้เครื่องเทศและเครื่องปรุงรสที่มีกลิ่นไม่ฉุนและร้อนแรงมาก เช่น การใช้เกลือเป็นเครื่องปรุงรสหลัก เนื่องจากวิธีนี้จะไม่ทำให้มีกลิ่นคลุ้งในบ้าน ทำให้วิธีการปรุงดังกล่าว เป็นรูปแบบวัฒนธรรมการปรุงอาหารที่เด่นชัดของชาติตะวันตก ส่วนในวัฒนธรรมอาหารตะวันออก เครื่องปรุงรสที่ใช้ล้วนมีกลิ่นฉุน เหมาะสมกับครัวเปิดโล่ง ระบายอากาศดี ช่วยให้กลิ่นระเหยออกไปภายนอกได้หมด

วิธีปรุงอาหารหวาน อาหารหวานของวัฒนธรรมอาหารตะวันตกและตะวันออก จะแตกต่างกันทั้งวิธีการปรุงและวัตถุดิบที่ใช้ วัฒนธรรมอาหารตะวันตกจะมีแป้ง ไข่ เนย เป็นหลัก และมักจะใช้วิธีการอบ ส่วนในวัฒนธรรมอาหารตะวันออก จะมีวัตถุดิบที่หลากหลาย เช่น แป้ง ธัญพืช ไข่ กะทิ น้ำตาล วิธีการปรุงหลากหลาย เช่น ต้ม เชื่อม นึ่ง ทอด อบ และในภูมิภาคต่าง ๆ ของไทยก็แตกต่างกันไป ตามสภาพภูมิประเทศ ขนบธรรมเนียม ประเพณี รวมทั้งการรับวัฒนธรรมอาหารจากชาติต่าง ๆ มาผสมผสาน เกิดเป็นวัฒนธรรมอาหารที่มีทั้งวัตถุดิบและวิธีปรุงอาหารที่โดดเด่นมีรสชาติที่กลมกล่อม

(3) การจัดเสิร์ฟ

วัฒนธรรมการรับประทานอาหารของตะวันตกจะมีรูปแบบหรือแบบแผนที่ชัดเจน การจัดเตรียมอุปกรณ์บนโต๊ะจะสอดคล้องเหมาะสมกับชนิดและขนาดของอาหาร ส่วนในวัฒนธรรมอาหารตะวันออก เนื่องจากอาหารส่วนใหญ่จะถูกหั่นเป็นชิ้นเล็ก ๆ เมื่อเวลาจัดเสิร์ฟจึงไม่มีอุปกรณ์ประกอบมากนัก อาจมีเพียง ช้อน ส้อม ตะเกียบ มือ หรือช้อนเพียงอย่างเดียวก็สามารถรับประทานอาหารได้ทั้งคาวและหวาน อุปกรณ์ในการรับประทานอาหารจะปรับเปลี่ยนหรือประยุกต์ใช้ตามวัฒนธรรมหลักที่คนกลุ่มนั้น ๆ อาศัยหรือเป็นสมาชิกอยู่

อาหารเปรียบเสมือนเป็นสื่อกลางสำคัญที่ช่วยให้คนต่างวัฒนธรรม เรียนรู้ และเข้าใจพฤติกรรมของกันและกันได้อย่างลึกซึ้ง ดังเช่นคนจีนที่อยู่ในประเทศไทย เมื่อถึงช่วงเทศกาลตรุษจีน ไหว้เจ้า ซึ่งมีการทำอาหารพิเศษทั้งจากเนื้อสัตว์และขนมเป็นจำนวนมาก เมื่อเสร็จพิธีแล้วจะมีการแบ่งปันอาหารเหล่านั้นให้ญาติและเพื่อนบ้าน ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนอาหารข้ามวัฒนธรรมระหว่างคนไทยกับคนจีน เกิดความเข้าใจกัน เรียนรู้ซึ่งกันและกัน อยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข และก่อให้เกิดการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน

3) อาหารท้องถิ่นไทย

เนื่องจากประเทศไทยมีขนาดกว้างใหญ่ มีสภาพภูมิอากาศและภูมิประเทศแตกต่างกัน เช่น ในภาคเหนือ จะมีภูมิประเทศเป็นเทือกเขาสูง ภูมิอากาศหนาวเย็นกว่าภาคอื่น ๆ ขณะที่ภาคใต้ของไทยจะมีภูมิประเทศที่ราบด้วยทะเล มีฝนตกชุก ทำให้การใช้วัตถุดิบที่มีในธรรมชาติเพื่อการดำรงชีวิตแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาจากองค์ประกอบเบื้องต้นเหล่านี้ จึงจัดแบ่งอาหารท้องถิ่นไทยได้ดังนี้

(1) อาหารท้องถิ่นภาคกลาง

ลักษณะของอาหารไทยภาคกลาง เป็นอาหารที่ค่อนข้างประณีตบรรจง ทั้งรสชาติและการตกแต่ง สีสันทัด โดยเฉพาะอาหารในเมืองหลวง การปรุงอาหารภาคกลางมีกระบวนการปรุงและเครื่องปรุงที่ซับซ้อนมากกว่าภาคอื่น รวมไปถึงชนิดของอาหาร กลุ่มงานพัฒนาวิชาการแพทย์แผนไทยและสมุนไพร กล่าวว่า การประกอบอาหารของคนภาคกลางมีหลายชนิดในแต่ละชนิดยังแบ่งออกไปอีก เช่น ต้มหรือแกง มีหลายชนิดมากทั้งเผ็ด-ไม่เผ็ด ใส่กะทิ-ไม่ใส่กะทิ ฯลฯ มีการใช้เครื่องปรุงเครื่องเทศที่หลากหลาย เป็นอาหารที่มักมีการประดิษฐ์ การคิดสร้างสรรค์อาหารให้เลิศรส วิจิตรบรรจง เช่น ขนม ช่อม่วง จ่ามงกุฏ ห่อหมก ทองหยิบ ผัก ผลไม้แกะสลัก อาหารบางชนิดได้รับอิทธิพลจากต่างประเทศ เช่น เครื่องแกง แกงกะทิ จะได้รับอิทธิพลจากชาวฮินดู การผัด

โดยใช้กระทะและน้ำมันได้รับอิทธิพลจากชาวจีนหรือ ขนมหวานประเภททองหยิบ ทองหยอด ได้รับอิทธิพลจากประเทศตะวันตก เป็นต้น

(2) อาหารท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หรือที่คนทั่วไปเรียกกันว่า “ภาคอีสาน” เป็นดินแดนที่ราบสูงมีภูเขา นอกจากอาหารพื้นเมืองดั้งเดิมแล้วยังจะมีอาหารลาว อาหารญวนและอาหารเขมรอีกด้วย อาหารที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิศาสตร์จึงมักเป็นอาหารที่ต้องเก็บสะสมไว้รับประทานนานๆ ในยามที่ขาดแคลน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีสภาพภูมิประเทศโดยทั่วไปค่อนข้างแห้ง อาหารมีการดัดแปลงน้อย พืชผักที่ชาวบ้านนำมาเป็นอาหาร ได้แก่ ผักที่ขึ้นเองตามป่าโดยธรรมชาติ ส่วนอาหารประจำภาคที่รู้จักกันดี คือ ปลาสำและอาหารที่ประกอบด้วยปลาน้ำจืดเป็นส่วนใหญ่ รับประทานข้าวเหนียว ด้วยวัฒนธรรมที่เชื่อว่าข้าวเหนียวทำให้อยู่ท้องและอิ่มได้นาน (กลุ่มงานพัฒนาวิชาการแพทย์แผนไทยและสมุนไพร, 2548, น. 10) อาหารไทยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในจังหวัดนครราชสีมา มีลักษณะเฉพาะกล่าวคือ มีรสหวานมากกว่าที่อื่น ๆ ของภาค นอกจากนี้ยังมีหมี่ผัดที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ชาวชนบทในภาคอีสานจะจับปลาในนาหรือหนองน้ำมาเป็นอาหาร นอกจากปลาแล้วยังบริโภค กบ เขียด อึ่งอ่าง ส่วนสัตว์เลี้ยง เช่น วัว ควาย จะนำมาทำอาหารเป็นครั้งคราวที่มีเทศกาลสำคัญ หมู เป็ด ไก่ เป็นสัตว์เลี้ยงไว้เป็นอาหาร นิยมรับประทานข้าวเหนียว ฉะนั้นอาหารที่ปรุงสำหรับรับประทานกับข้าวเหนียวจึงต้องมีลักษณะน้ำน้อยเพื่อให้ข้าวเหนียวจับติดอาหาร ได้แก่ น้ำพริกปลาร้า หรือ ป่นปลาร้า ปลาร้าสับหรือแจ่วบอง นอกจากนี้ยังมีแกง ได้แก่ แกงอ่อม เนื้อสัตว์ที่ใช้แกงอ่อมมีทั้ง หมู เนื้อ ไก่ นิยมแกงปลาอาจเป็นเพราะหาได้ง่าย นอกจากจะนำปลามาต้มแกงแล้ว ยังนิยมนำมาปิ้งหรือย่าง แต่ไม่นิยมทอด ส่วนปลาที่เหลือบริโภคแล้วมักนำมาทำปลาร้า ปลาจ่อม ปลาส้ม และยังมีสัตว์น้ำชนิดอื่นที่นำมาประกอบอาหาร เช่น กุ้งฝอย นำมาลาบหรือคั่ว หอยนำมาแกง เป็นต้น (กอบแก้ว นางพินิจ, 2542, น. 34)

ลักษณะเฉพาะด้านรสชาติ สี กลิ่น ของอาหารภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รสชาติ จะเน้นไปที่รสกลมกล่อม ไม่โดดไปรสใดรสหนึ่ง เรียกรสชาตินี้ว่า “นัว” ปัจจุบันคนรุ่นใหม่มีการเปลี่ยนรสชาติ เช่น ส้มตำก็ต้องให้รสจัด ส่วนคนรุ่นเก่าในภาคอีสานยังคงรักษารสชาติเดิมไม่จัดจ้านนัก โดยทั่วไปนิยมรสเค็มกับรสเผ็ด ไม่นิยมรสเปรี้ยวจัดและรสหวานได้รสเค็มจากปลาร้าทั้งที่ทำเองและซื้อมารสเผ็ดจากพริก สิ่งที่ขาดไม่ได้คือพริกขี้หนูแห้งป่น และพริกลาวที่มีรสเผ็ดจัด สีอาหารภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ไม่เน้นสีส้มมากเหมือนภาคกลาง ไม่คำนึงถึงรูปแบบการจัด และจะได้สีส้มจากผักสดต่าง ๆ กลิ่นของอาหาร ไม่นิยมเครื่องเทศ จะใช้เฉพาะเครื่องดับกลิ่นคาว ได้แก่ ข่า ตะไคร้ หัวหอม แกงเกือบทุกชนิดรวมทั้งห่อหมกจะใส่ใบแมงลัก มีสระระแห่น ผักแพว ผักชีฝรั่ง ผักชีลาว ต้นหอม เป็นผักแต่งกลิ่น นอกจากกลิ่นอาหารที่ได้จากผักแล้ว กลิ่นที่ขาดไม่ได้คือปลาร้า ข้าวคั่วและพริกขี้หนูแห้งป่นที่ใส่ในอาหารเกือบทุกชนิด ตัวอย่างอาหารท้องถิ่นไทยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เช่น แกงอ่อม ลาบ ก้อย น้ำตก ป่นปลา แจ่วบอง ซุบ แอบ ปลาส้ม ปลาจ่อม ไส้กรอก ตำบักหุง (เอกพล อ่อนน้อมพันธ์, 2545, น. 82)

(3) อาหารท้องถิ่นภาคเหนือ

ลักษณะทั่วไปของพื้นที่ภาคเหนือ มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศลาวและประเทศพม่า ภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นภูเขา ชุมชนจึงตั้งอยู่บนภูเขาและที่ราบระหว่างเขา อาหารไทยภาคเหนือมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกับประชากรที่อยู่อาศัย สภาพดินฟ้าอากาศของภาคเหนือ บางชนิดมีส่วนใกล้เคียงกับภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เช่น ลาบ แหนม หมูยอ ข้าวเหนียว แต่รสชาติแตกต่างกันไปบ้าง ลักษณะทั่วไปของอาหารภาคเหนือ รับประทานข้าวเหนียวเป็นหลัก อาหารเช้าเรียกว่า ข้าวาย อาหารเที่ยงเรียกว่า ข้าวตอน อาหารเย็นเรียกว่า ข้าวแสง (เอกพล อ่อนน้อมพันธ์, 2545, น. 82) กับข้าวของชาวเหนือ ได้แก่ น้ำพริกชนิดต่าง ๆ ซึ่งถือได้ว่าเป็นอาหารหลักและได้รับความนิยม เพราะสะดวกในการรับประทานกับข้าวเหนียว โดยมีส่วนผสมหลักคือ น้ำปู (น้ำปู) และถั่วเน่า (กลุ่มงานพัฒนานิเวศวิทยาการแพทย์แผนไทยและสมุนไพร, 2548, น. 10) สอดคล้องกับ นิรมล ยวนบุญ และคณะ (มปป, น. 89) ที่กล่าวว่าหากปลาร้าเป็นเครื่องปรุงหลักในน้ำพริกของชาวอีสานแล้ว น้ำพริกล้านนาก็ต้องให้ น้ำปู (น้ำปู) เป็นเครื่องปรุงหลักเช่นกัน โดยจัดอาหารเป็นสำรับใส่ใน “โตก” เช่น แกงฮังเล แกงโฮะ น้ำพริกหนุ่ม ในงานพิธีอาจมีอาหารประเภทลาบเพิ่มขึ้นมา อาหารจานเดียวประเภท ข้าวซอย ขนมจีน น้ำเงี้ยว ผัดหมี่ ประเภทของว่างได้แก่ ใส่อั่ว จิ้นปิ้ง จิ้นส้ม (แหนม) ซึ่งเป็นได้ทั้งของว่างและอาหารมื้อหลัก

รสชาติ สี กลิ่น ของอาหารภาคเหนือ รสชาติ ไม่นิยมอาหารรสหวาน จะได้รสหวานจากผัก อาหารที่ปรุงเสร็จแล้วจะนำไปผัด ได้รสเค็มจากเกลือ น้ำปู น้ำปลาร้า ถั่วเน่า กะปิ ซีอิ้ว รสเผ็ดจากพริกหนุ่ม สี ได้จากพืชที่นำมาปรุง เช่น สีแดงจากมะเขือเทศ สีเขียวจากพริกหนุ่ม กลิ่น เครื่องเทศในอาหารเหนือ ได้แก่ พริกไทย ลูกผักชี มะแขว่น มะเหลบ ผงกะหรี่ อบเชย กานพลู กลิ่นจากสมุนไพร จำพวก ขมิ้น ขิง ข่า ตะไคร้ ผักชีฝรั่ง สะระแหน่ เป็นต้น (กอบแก้ว นางพินิจ, 2542, น. 36) ตัวอย่างอาหารท้องถิ่นไทยภาคเหนือ เช่น แกงฮังเล คั่วแค แกงโฮะ ลาบเมือง ยำเห็ดถอบ ชามะแตง (คล้ายตำแตงอีสาน) น้ำพริกหนุ่ม น้ำพริกอ่อน น้ำพริกข่า ข้าวซอย ขนมจีนน้ำเงี้ยว ใส่อั่ว หน่ออั่ว จิ้นปิ้ง แอบ (เอกพล อ่อนน้อมพันธ์, น. 83)

(4) อาหารท้องถิ่นภาคใต้

ลักษณะทั่วไปของพื้นที่ภาคใต้ เนื่องจากลักษณะภูมิประเทศติดชายฝั่งทะเล จึงมีอาหารทะเลและผลผลิตจากทะเลมาก นอกจากนี้ยังอุดมสมบูรณ์ไปด้วยพืชผักผลไม้ มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศมาเลเซีย รสชาติของอาหารภาคใต้โดยทั่วไปมักรสจัด คือ เผ็ด เค็ม รสหวานได้จากกะทิ สีของอาหารค่อนข้างเป็นเอกลักษณ์ กล่าวคือ อาหารมีสีเหลืองจากขมิ้น ไม่ว่าจะเป็นแกง ผัด ทอด หรือน้ำยา ล้วนใส่ขมิ้นทั้งสิ้น ส่วนกลิ่นอาหารได้จากสมุนไพร นอกจาก ข่า ตะไคร้ กระชาย ขมิ้นแล้วภาคใต้มีการใช้เครื่องเทศ เช่น ลูกจันทร์ กานพลู กระวาน และพืชผักที่มีกลิ่นอาหารภาคใต้ได้รับวัฒนธรรมจากแขกที่เป็นชาวอินเดีย ศรีลังกา วัฒนธรรมจากมาเลเซีย ปีนัง และชาวจีนที่มาติดต่อค้าขายและตั้งรกราก คนได้นิยมรับประทานข้าวเจ้าและกับข้าวประเภทแกงต่าง ๆ น้ำพริกในภาคใต้ยังมีลักษณะเฉพาะที่เรียกว่า “น้ำซุบ” (นิรมล ยวนบุญ, มปป, น. 209) ส่วนอาหารหวาน ได้แก่ ข้าวต้มลูกโยน ห่อด้วยใบพ้อ ขนมลา ขนมเจาะหู ขนมโค

รสชาติ สี กลิ่น ของอาหารภาคใต้ มักมีรสจัด คือ รสเค็มจากกะปิ น้ำปลา น้ำบูดู หวานจากกะทิ อาหารภาคใต้มีรสชาติค่อนข้างเผ็ดจัด ใช้พริกเกือบทุกชนิด แกงบางชนิดใช้พริกขี้หนูแห้งเป็นส่วนผสมหลักในเครื่องแกง รสชาติจึงเผ็ดจัด สีอาหาร ค่อนข้างเป็นเอกลักษณ์ คือ

อาหารมีสีเหลืองจากขมิ้น ไม่ว่าจะเป็นอาหารประเภทแกง ผัด ทอด หรือน้ำยา ล้วนแล้วแต่ใส่ขมิ้น กลิ่น อาหารได้จากพืชสมุนไพร ข่า ตะไคร้ ขมิ้น และเครื่องเทศที่หลากหลาย นอกจากนี้ยังมีพืชผักที่มีกลิ่น เช่น ยอดหมู ยอดอัมมิ่ง ที่มีกลิ่นคล้ายแมงดา เป็นต้น (กอบแก้ว นางพินิจ, 2542, น. 38) ตัวอย่างอาหารท้องถิ่นไทยภาคใต้ เช่น แกงไตปลา แกงเหลือง ไก่บ้านต้มขมิ้น ผัดเผ็ดลูกเหริยง คั่วกลิ้ง ปลาทอดขมิ้น ทอดมันปลา น้ำพริกกุ้งเสียบ น้ำพริกไตปลา น้ำพริกโจร น้ำบูดู สะตอดอง ลูกเหริยงดอง ข้าวยาและขนมจีนน้ำยาปักษ์ใต้ (เอกพล อ่อนน้อมพันธ์, 2545, น. 83)

(5) อาหารท้องถิ่นภาคตะวันออก

ลักษณะทั่วไปของพื้นที่ภาคตะวันออก มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศกัมพูชา เป็นจังหวัดชายฝั่งทะเลตะวันออก มีแหล่งท่องเที่ยว โรงงานอุตสาหกรรม ประกอบอาชีพประมง ทำฟลอย ทำสวนผลไม้ ลักษณะอาหารไทยภาคตะวันออก มีอาหารจำพวกสัตว์ทะเลเป็นจำนวนมาก ลักษณะอาหารที่แตกต่างจากท้องถิ่นอื่น ๆ คือ มีพืชสมุนไพรและเครื่องเทศประเภทต่างๆ เช่น พริกไทย ขิงแห้ง ผักชีโร เปราะหอม ลูกผักชี ยี่หระ ไพร กระวาน กระทือ เป็นเครื่องแกงและเป็นส่วนประกอบในอาหารด้วยเสมอ โดยเฉพาะแกงป่า เครื่องแกงจะมีกลิ่นหอมของสมุนไพรเหล่านี้อย่างเด่นชัด โดยที่ ทวีทอง หงส์วิวัฒน์ (2542, น.177) กล่าวว่า ภาคตะวันออกมีการบริโภคผักประเภท ผักชะมวง ลูกเนียง สะตอ และได้ยกตัวอย่างอาหารของจังหวัดจันทบุรีว่า จังหวัดนี้มีทำเลที่ตั้งเป็นแหล่งค้าขายทางทะเลมาแต่ครั้งตอนปลายกรุงศรีอยุธยา จันทบุรีเดิมจึงเป็นถิ่นที่มีชาวจีนที่และชาวญวนอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานกันมาก ซึ่งต่อมาได้หลอมรวมเข้ากับวัฒนธรรมเช่นทุกวันนี้ เชื่อได้ว่าอาหารจันทบุรีก็คงมีส่วนดัดแปลงจากอาหารของผู้อพยพเข้ามาด้วยเหมือนกัน เช่น การกินหมู อาหารพื้นเมืองอย่าง หมูต้มถั่ว คงเป็นอิทธิพลจากอาหารจีน นอกจากนี้ กว๋ยเตี่ยวเส้นจันท์และกว๋ยเตี่ยวผัดปูก็อาจจะอนุมานได้ว่ามาจากอาหารจีนเช่นกัน ส่วนอิทธิพลของอาหารญวนก็มีอยู่บ้าง เช่น ขนมมัดไต้ในการไหว้ตรุษ และมีข้าวเกรียบอ่อน หรือข้าวเกรียบอ่อนน้ำจิ้มที่เหมือนข้าวเกรียบปากหม้อและทำจากแป้งข้าวเจ้า

รสชาติ สี กลิ่น ของอาหารไทยภาคตะวันออก รสชาติอาหารโดยทั่วไปมักมีรสกลมกล่อม จัดจ้านพอควร รสหวานได้จากน้ำตาลทราย และน้ำตาลอ้อย รสเปรี้ยวได้จากมะนาว มะขาม และผลไม้ประเภทระกำ ซึ่งให้ทั้งความเปรี้ยวและความหอม และรสเค็มได้จาก น้ำปลา กะปิ ปลาเค็มเกลือ เป็นต้น สีของอาหารภาคตะวันออก สีส่วนใหญ่ได้จากพืชที่มาจากต่าง เช่น สีแดงและสีเขียวของพริก ผักพืชสมุนไพร กลิ่นอาหาร เน้นกลิ่นจากสมุนไพรและเครื่องเทศ นับว่าเป็นเอกลักษณ์ของอาหารภาคตะวันออก เนื่องจากมีการปลูกสมุนไพรและเครื่องเทศต่าง ๆ เช่น พริกไทย เร่วหอม ขิงแห้ง ผักชีโร เปราะหอม ลูกผักชี ยี่หระ ไพร กระวาน กระทือ เป็นต้น ตัวอย่างอาหารท้องถิ่นไทยภาคตะวันออก ได้แก่ แกงป่าเนื้อสัตว์ต่างๆ ใส่หน่อสับปะรด แกงหมูชะมวง แกงกะแตง (อีลอก) แกงลูกกระดอม ไก่ผัดกระวาน ต้มส้มระกำ เส้นจันท์ผัดปู กว๋ยเตี่ยวเสียง ปลาทุ้มเค็ม ผีอกต้มกะทิ แมงกะพรุนดองผัดกับน้ำพริกถั่ว น้ำพริกเกลือ น้ำพริกไข่ปู ขนมบอบแบบ (ฐิติพร เพ็งวัน, 2549, น. 93)

ตอนที่ 3 การท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร

3.1 ความหมายของ Gastronomy

Bo and Dylan (2014) ได้ให้ความหมายของคำว่า Gastronomy หมายถึง วิชาโภชนศาสตร์ ที่ใช้ศาสตร์แขนงต่าง ๆ ทั้งสังคมวิทยา มานุษยวิทยา การเมือง เศรษฐกิจ ฯลฯ มาอธิบายเรื่องของอาหารและการรับประทานของคนบนโลก เช่น อะไรคือปัจจัยสำคัญที่ทำให้วิถีชีวิต และรูปแบบการกินอาหารของคนในแต่ละภูมิภาคของโลกแตกต่างกันออกไป

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี (2555) ได้อธิบายความหมายของคำว่า Gastronomy ไว้ดังนี้
Gastronomy คือการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างอาหารและวัฒนธรรมอาหาร ศาสตร์ในการทำอาหาร และหมายรวมถึงศาสตร์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอาหารการกิน ซึ่งศิลปะในการปรุงอาหารก็เป็นเพียงหนึ่งของคำว่า Gastronomy นั่นเอง เพราะฉะนั้นคำว่า Gastronomy จึงอาจจะเกี่ยวข้องกับศิลปกรรมและสังคมศาสตร์และแม้กระทั่งวิทยาศาสตร์ธรรมชาติในแง่ของระบบย่อยอาหารในร่างกายมนุษย์

มีอาชีพและกิจกรรมมากมายที่ต้องใช้บุคลากรที่มีความรู้ ทักษะและความเชี่ยวชาญ ซึ่งต้องเกี่ยวข้องกับศาสตร์ของอาหารการกิน เช่น นักชิมอาหาร นักวิจัยอาหาร นักพัฒนาตำรับอาหาร นักทดสอบอาหาร นักปรุงอาหาร นักเขียนเกี่ยวกับอาหาร เป็นต้น อาหารจึงเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสหวิทยาการ หากพิจารณาอย่างถี่ถ้วนแล้ว จะเห็นว่รอบ ๆ อาหารนั้นมักเกี่ยวพันกับกิจกรรมอื่น ๆ เช่น การเต้นรำ นาฏศิลป์ ภาพวาด ประติมากรรม วรรณกรรม สถาปัตยกรรมและเพลง กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือศาสตร์ที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับอาหารการกินที่แท้แล้ว ก็เป็นทั้งศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ อีกทั้งเกี่ยวข้องกับสังคมและวัฒนธรรมที่ผู้คนอาศัยอยู่และประดังชีพ

กล่าวโดยสรุปแล้ว Gastronomy จึงเป็นศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ในแทบจะทุก ๆ แง่มุม ด้านสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์ ศิลปกรรมศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ได้แก่ สาขาฟิสิกส์ คณิตศาสตร์ เคมี ชีววิทยา ภูมิศาสตร์ เกษตรศาสตร์ ปรัชญา จิตวิทยา รวมถึงการประยุกต์ใช้ความรู้ทางวิทยาศาสตร์ และการกินอาหารแบบศิลปะศาสตร์มาพัฒนาเป็นอาหารในรูปแบบใหม่ ๆ ที่เป็นที่ยู้งักกันในเรื่องอาหารโมเลกุลประดิษฐ์ “Molecular gastronomy” ซึ่งกำลังนิยมอยู่ในแถบอเมริกาและยุโรป

3.2 ความหมายของการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร

ก่อนปี ค.ศ. 1990 “อาหาร” ถูกมองว่าเป็นองค์ประกอบของการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวตามร้านอาหาร โรงแรมหรือรีสอร์ทเท่านั้น แต่ในปัจจุบันอาหารถูกมองว่ามีความสำคัญต่อการ “เป็นตัวแทนที่จะนำเสนอสังคมและรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในสังคมนั้น” (Kasper, 1986; Hall, 2003) ซึ่งสะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่นทั้งอดีตและปัจจุบัน (Boniface, 2003) มีการกล่าวว่าการท่องเที่ยวอาหารนั้นเป็นประสบการณ์ที่สามารถสัมผัสได้ที่สำคัญ (Long, 1998) จากความสำคัญดังกล่าวมีการสรุปความสำคัญของการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไว้ดังนี้ (Hall, 2003)

- 1) ทำให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความสำคัญของวัฒนธรรมท้องถิ่น
- 2) เป็นองค์ประกอบของการส่งเสริมการตลาดทางการท่องเที่ยว
- 3) เป็นองค์ประกอบในการพัฒนาด้านเกษตรกรรมและเศรษฐกิจของท้องถิ่น
- 4) เป็นส่วนสำคัญในการแข่งขันทางการตลาดกับคู่แข่ง
- 5) เป็นตัวชี้วัดที่สำคัญของความเจริญทั้งระดับโลก ประเทศและท้องถิ่น
- 6) เป็นสินค้าและบริการที่จำเป็นต่อนักท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารนั้น คือ การผสมผสานของธรรมชาติของพื้นที่ วัฒนธรรม การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก การเข้าถึง การเป็นเจ้าของที่ดีและเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ ซึ่งรวมเป็นประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้จากที่แห่งนั้น โดยเฉพาะการสามารถสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้งการลิ้มลองอาหาร การเรียนรู้กระบวนการประกอบอาหารเป็นต้น เป็นการเพิ่มมูลค่าให้แก่ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Rand and Heath, 2006) ดังนั้นการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร จึงหมายถึงรวมถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวอาหารมิใช่เพียงเกิดจากร้านอาหารราคาแพง เนื่องจากราคาไม่ใช่ตัวชี้วัดสำหรับคุณภาพ จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่เที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอาหารหรือเรียกได้ว่าเป็น “food tourist” มีความประทับใจกับร้านอาหารราคาไม่แพง ตามริมทาง หรือร้านที่อาจไม่เป็นที่รู้จักทั่วไปได้เช่นกัน หากสถานที่แห่งนั้นสามารถให้ “ประสบการณ์ที่น่าประทับใจ” ให้แก่นักท่องเที่ยวได้ (Tourism Queensland, 2003)

การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารนั้นอันที่จริงแล้วไม่ใช่สิ่งใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว แต่นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้หยิบยกเรื่อง “อาหาร” มาเพื่อเป็นหัวข้อหลักในการเน้นศึกษา เนื่องจากเห็นถึงความสำคัญมากยิ่งขึ้น การท่องเที่ยวอาหารนี้มีอิทธิพลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม สังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวอาหารนั้นที่ได้รับความสนใจเนื่องจากกระแสนิยมที่เกิดขึ้นในประเด็นต่าง ๆ

Haukeland et al. (2001) ได้ให้ความหมายของรูปแบบการท่องเที่ยวลักษณะนี้ว่าเป็น “การท่องเที่ยวที่ได้สัมผัสอัตลักษณ์ที่แท้จริงของสถานที่ ซึ่งเป็นกระแสที่มีผลมาจากโลกาภิวัตน์ ที่เข้าไปถึงยังท้องถิ่นต่าง ๆ”

Urry (2002) ได้ให้ความเห็นว่ากระแสความสนใจเฉพาะทางโดยเฉพาะเรื่องอาหารกับการท่องเที่ยวนั้นเป็นผลจากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปโดยเฉพาะช่วงที่เรียกว่า Post-modernism ทฤษฎีเกี่ยวกับเรื่องนี้ได้กล่าวว่านักท่องเที่ยวมองว่า “การท่องเที่ยวประกอบด้วยสินค้าที่หลากหลายไม่ใช่เพียงอย่างเดียวอย่างหนึ่ง ซึ่งประกอบเป็นประสบการณ์ที่แปลกใหม่สำหรับนักท่องเที่ยว”

Cohen and Avieli (2004) กล่าวว่าวิธีการที่จะทำให้อาหารท้องถิ่นโดดเด่นและเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายนั้นควรที่จะได้รับการส่งเสริมร่วมกับการท่องเที่ยวเป็น “การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร” ในการจัดการอาหารเพื่อการท่องเที่ยวบางครั้งอาหารท้องถิ่นอาจได้รับการดัดแปลงเพื่อให้ถูกปากนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างประเทศ และในขณะเดียวกันสามารถเกิดกระบวนการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมโดยท้องถิ่นนั้น ๆ อาจได้รับอิทธิพลอาหารของ

นักท่องเที่ยวและปรับเข้ากับวัฒนธรรมหรือรสชาติของท้องถิ่นได้เช่นกัน ซึ่งถือได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม

Jameson (1991) มีทฤษฎีเกี่ยวกับการเมืองในยุค Post-modern คือ “Hypo-space” ซึ่งสามารถนำมาปรับกับปรากฏการณ์ของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสมัยใหม่ Jameson มีมุมมองต่อการรับรู้ของกระแสโลก เกี่ยวกับด้านสังคมและการเคลื่อนย้ายทางภูมิศาสตร์ ดังนั้นความสนใจจึงหันมาที่ความเป็นลักษณะเฉพาะของพื้นที่หรือ Sense of place ในระบบสังคมหรือโลกสมัยใหม่ “การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร” จึงเป็นการเติมเต็มกระแสนี้มากขึ้นและอาจจะมากกว่าการท่องเที่ยวแบบรับผิดชอบ หรือการท่องเที่ยวยั่งยืน (Responsible tourism or sustainable tourism) เอกลักษณะของการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร คือประสบการณ์แปลกใหม่ที่นักท่องเที่ยวได้รับ เป็นสิ่งดึงดูดหลัก ๆ ในโรงแรมต่าง ๆ หรือร้านอาหาร ซึ่งเป็นการช่วยเสริมสินค้าของท้องถิ่นอีกทั้งยังช่วยในด้านการอนุรักษ์อีกด้วย

จากมุมมองของ Hall and Mitchell (2005) ได้ให้คำจำกัดความต่าง ๆ ที่ครอบคลุมการท่องเที่ยวอาหาร (Food tourism) ไว้ว่าคือ การเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เกิดจากแรงจูงใจที่จะไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ด้านอาหาร หรือเกี่ยวข้องกับการผลิตอาหาร เทศกาลอาหาร ร้านอาหาร หรือแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะเรื่องอาหาร ซึ่งระดับความหมายของการท่องเที่ยวอาหารในภาษาอังกฤษได้แตกย่อยออกมาเป็น Gastronomic tourism หรือ Culinary tourism เป็นความหมาย โดยมองระดับความสนใจของนักท่องเที่ยวในเรื่องอาหารเป็นภาพรวม มีความสนใจระดับปานกลาง ซึ่งอาจรวมถึงองค์ประกอบอื่นของแหล่งท่องเที่ยวด้วย เช่น วัฒนธรรมท้องถิ่น แต่ถ้าคำว่า Culinary tourism หรือ Gourmet tourism คือ การที่นักท่องเที่ยวมีความสนใจเรื่องอาหารเฉพาะเจาะจง เช่น สนใจอาหารประเภทใดประเภทหนึ่ง เข้าร่วมการอบรมการประกอบอาหาร เป็นต้น ซึ่งความสนใจและแรงจูงใจด้านอาหารจะมีมากกว่าคำศัพท์สองคำแรกในงานวิจัยนี้จึงใช้คำโดยรวมที่ครอบคลุมคือการท่องเที่ยวอาหารหรือ Gastronomic tourism

ความหมายของนักท่องเที่ยวที่สนใจเรื่องอาหาร (Gastronomic tourists/ Food Tourists) นั้น Urry (2002) กล่าวว่า เป็นกระแสที่เกิดขึ้นในช่วง Postmodern หมายถึง “นักท่องเที่ยวที่แสวงหาประสบการณ์ด้านอาหารที่แท้จริงซึ่งสะท้อนความมีเอกลักษณ์ ความเรียบง่าย ความมีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่น” ดังนั้นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมนี้จะสื่อสารได้โดยผ่านความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร มีนักท่องเที่ยวหลายคนเดินทางท่องเที่ยวเพื่อที่จะเสาะหาความแปลกใหม่ แต่ในขณะเดียวกันก็อาจยังคงชินกับวัฒนธรรมเดิมของตน (Cohen et al, 2004) MacCannell (1999) ได้ยกตัวอย่างความแปลกใหม่ เช่น การที่ร้านอาหารบางร้านนำเอาครัวที่เคยอยู่หลังร้านมาเปิดเผยขั้นตอนการปรุงให้ลูกค้าเห็น ซึ่งทำให้เกิดความน่าสนใจมากกว่าเป็นแค่ร้านอาหารทั่วไป ซึ่งก็เป็นแนวทางเดียวกับ ‘Living museum’ (Caldicott, 2008)

การท่องเที่ยวอาหารโดยภาพรวมแล้วถือเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เฉพาะหรือการท่องเที่ยวทางเลือก ซึ่งเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมที่สืบทอดต่อกันมา แม้ว่าอาหารคือส่วนประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว แต่ในหลายประเทศยังให้ความสนใจในเรื่องนี้น้อย รวมทั้งได้รับการส่งเสริมอยู่ในวงจำกัด แต่ในปัจจุบันกระแสความสนใจในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอาหารกลับมีมากขึ้นเนื่องจากหลายปัจจัย เช่น พฤติกรรมผู้บริโภคและความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป (Poon, 1993) การตื่นตัวด้านการอนุรักษ์ (Ritchie & Crouch, 2000) และการแข่งขันระหว่างแหล่งท่องเที่ยวและกระแสความยั่งยืน

3.3 การจัดการและการตลาดท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร

การที่คนจะเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ใดก็ตาม ย่อมต้องมีสิ่งจูงใจให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่นั้น ๆ แม้ว่าสถานที่นั้นจะมีสิ่งที่ดีงามหรือน่าสนใจเพียงใดก็ตาม แต่ถ้าไม่ถูกนำออกไปบอกให้คนอื่นรับรู้ ก็เปล่าประโยชน์ที่จะชักนำให้ใครมาเที่ยวชมได้ ฉะนั้นการบริหารจัดการและการตลาดท่องเที่ยวจะช่วยส่งเสริม ชักจูง เร่งเร้าให้คนเข้ามาท่องเที่ยวที่หนึ่งทีใดมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากการที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเดินทางเพื่อท่องเที่ยวไปยังประเทศใดประเทศหนึ่ง ก็ต้องรู้จักประเทศนั้นเสียก่อนว่ามีสิ่งที่น่าสนใจอะไรบ้างที่เขาอยากจะไปเยี่ยมชม การบริหารจัดการและการตลาดท่องเที่ยวจึงเป็นเรื่องที่ต้องได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายทั้งภาครัฐบาลและเอกชน ในการที่จะทำให้ นักท่องเที่ยวรู้จักและสนใจที่จะมาท่องเที่ยวยังประเทศของตนมากที่สุดเท่าที่จะมากได้ อันจะส่งผลถึงรายได้อันมหาศาลเข้าสู่ประเทศเพื่อใช้ในการพัฒนาประเทศในด้านต่าง ๆ ให้เจริญก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นรัฐบาลและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจึงต้องมีการบริหารจัดการที่ดีและมีการตลาดท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในส่วนของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเข้ามา มาก ๆ และเกิดการเที่ยวซ้ำ ๆ อีก ส่วนการตลาดท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวในประเทศ ก็ต้องมีการวางแผนการตลาดเพื่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้นในช่วงวันหยุดยาวประจำปี และช่วงวันหยุดระยะสั้นในวันเสาร์-อาทิตย์ ทำให้เกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น

ประเทศไทยถือได้ว่าเป็นประเทศหนึ่งที่ได้รับ ความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั่วโลก ธุรกิจท่องเที่ยวเป็นธุรกิจขายบริการให้กับนักท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ที่สำคัญของธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว ประกอบด้วยสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นสถานที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ หรือเกิดขึ้นด้วยการสร้างของมนุษย์ ประเทศไทยเป็นประเทศที่ร่ำรวยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว มีทั้งสถานที่ท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติได้แก่ทะเล หาดทราย ภูเขา ป่าไม้ แม่น้ำ ลำคลอง สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ ได้แก่ เมือง โบราณสถาน และโบราณวัตถุ สถานที่ท่องเที่ยวทางด้านศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ หมู่บ้านและชุมชนต่าง ๆ ซึ่งประกอบด้วยวัฒนธรรม ชีวิตความเป็นอยู่ และศิลปวัตถุที่มีความแตกต่างเฉพาะชุมชนมากมายแห่งทั่วทุกภาคของประเทศ สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้ถูกค้นพบโดยนักท่องเที่ยวอิสระที่ขอผลการผจญภัย เมื่อการคมนาคมสะดวกสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ก็มีนักท่องเที่ยวไปเที่ยวชมความงามมากขึ้น และได้มีการเล่าขานกันต่อ ๆ ไป และในที่สุดก็มีการพัฒนาจนเกิดธุรกิจการท่องเที่ยวขึ้น

ธุรกิจท่องเที่ยวครอบคลุมถึงธุรกิจต่าง ๆ หลายธุรกิจ ประกอบด้วยธุรกิจด้านการคมนาคม เช่น ธุรกิจการบิน ธุรกิจเดินเรือ ธุรกิจเดินรถ ธุรกิจด้านที่พัก ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจเกสเฮาส์ ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจร้านขายของที่ระลึก ธุรกิจบันเทิงต่าง ๆ ธุรกิจดังกล่าวเป็นธุรกิจที่ให้บริการลูกค้าทุกกลุ่มไม่ใช่เฉพาะนักท่องเที่ยวเท่านั้น ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวตรง ๆ ได้แก่ ธุรกิจบริการนำเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจบริการนำเที่ยว จะต้องนำวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว และเรื่องราวต่าง ๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้น มาผูกเป็นเรื่องราว เพื่อนำเสนอให้กับนักท่องเที่ยว ต้องมีการจัดการที่ดี เริ่มตั้งแต่โปรแกรมการท่องเที่ยว ความหมายและสื่อในการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ การจัดเตรียมพาหนะในการเดินทาง การจัดเตรียมสถานที่พักแรม และการเตรียมอาหารการกินให้กับนักท่องเที่ยวในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางด้วยตัวเองโดยไม่ผ่านผู้ประกอบการที่ให้บริการนำเที่ยวก็ได้ แต่นักท่องเที่ยวเหล่านั้นต้องจัดการสิ่งต่าง ๆ ด้วยตัวเองเพื่อให้สามารถเดินทางไปถึงจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้ด้วยตัวเอง มีทั้งใช้พาหนะของตัวเองเดินทางเช่นขับรถไปเอง หรือซื้อบริการขนส่งจากผู้ประกอบการเดินรถขนส่งเพื่อเดินทางไปให้ถึงจุดท่องเที่ยวที่ต้องการจะไปชม สถานที่ท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียวไม่สามารถทำรายได้ให้ประเทศไทยเป็นจำนวนมากอย่างเช่นปัจจุบันนี้ ต้องมีการจัดการของมนุษย์เข้ามาเกี่ยวข้อง เช่นการจัดการด้านคมนาคม ได้แก่ การสร้างถนน สร้างท่าเรือ สร้างท่าอากาศยาน และแน่นอนต้องมีผู้ประกอบการด้านการขนส่งจัดให้บริการด้านพาหนะในการเดินทางเพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้นได้สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น การจัดการใด ๆ ก็ตามที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวล้วนมีผลกระทบต่อธุรกิจท่องเที่ยวทั้งในด้านบวกและในด้านลบ ดังนั้นการจัดการจึงมีความสำคัญต่อธุรกิจท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ถือได้ว่าเป็นหัวใจของธุรกิจท่องเที่ยว ธุรกิจท่องเที่ยวเกี่ยวเนื่องและครอบคลุมถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้องมากมาย การจัดการด้านใดด้านหนึ่งอาจมีผลกระทบกับอีกด้านหนึ่ง จึงต้องมีการศึกษาในภาพรวมของธุรกิจทั้งหมดที่เกี่ยวข้องอย่างรอบครอบ และมองถึงผลกระทบทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

ในปี 2556-2559 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมียุทธศาสตร์และกลยุทธ์ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวไทย ประกอบด้วย การเสริมสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทย โดยเฉพาะการสร้างเชื่อมั่นในเรื่องของความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว ทั้งเรื่องที่พัก อาหาร การให้การต้อนรับในฐานะเจ้าบ้าน การส่งเสริมการตลาดก็เป็นเรื่องสำคัญที่ต้องมีการเจาะตลาดนักท่องเที่ยวให้สามารถดึงดูดความสนใจที่จะเข้ามาเที่ยวในประเทศ ตลอดจนส่งเสริมสินค้าการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการองค์ประกอบที่พร้อมในทุกรูปแบบ ซึ่งประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวมากมายทั้งทางธรรมชาติ โบราณสถานสำคัญ และวัฒนธรรมประเพณี โดยการท่องเที่ยวประจำจังหวัดต้องให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การบริหารจัดการทรัพยากรและผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว การวางแผนการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชน

ชาญโชติ ชมพูนุท (2549) กล่าวว่า การจัดการขึ้นอยู่กับมนุษย์ มนุษย์เป็นทั้งผู้สร้างและผู้ทำลาย ถ้ามนุษย์ทุกคนรู้จักสร้าง ปัญหาต่าง ๆ ก็จะไม่เกิดขึ้น มนุษย์มีความคิดและมุมมองที่แตกต่าง มนุษย์มีปัญหาไม่เท่ากัน มนุษย์มีคุณธรรมและจิตสำนึกต่างระดับ ดังนั้นถ้าจะให้ธุรกิจท่องเที่ยวของไทยมีความเจริญรุ่งเรืองและมั่นคงอย่างยั่งยืน เราจะต้องได้ผู้ที่มีความรู้สติปัญญาและมีความจริงใจเข้ามาจัดการด้านธุรกิจท่องเที่ยวอย่างแท้จริง จากส่วนภาคต่าง ๆ ดังนี้

1) ภาครัฐ ได้แก่ ผู้ที่มีอำนาจในการวางแผนการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งต้องทำการศึกษาในทุกด้าน โดยการจัดตั้งทีมงานที่มาจากทุกส่วนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยว (คัดผู้ที่มีความรู้ในเรื่องธุรกิจท่องเที่ยวแบบยั่งยืนและคิดถึงผลประโยชน์ของประเทศชาติมากกว่าผลประโยชน์ส่วนตัว อย่าคัดเลือกเฉพาะผู้ที่มีตำแหน่ง หรือเจ้าของธุรกิจเพียงกลุ่มเดียว ควรกระจายให้ทั่ว) เพื่อจัดทำแผนพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

2) หน่วยงานภาครัฐ ให้ความรู้ในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวแบบยั่งยืนแก่เจ้าหน้าที่รูปแบบลงลึกในแต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อจะได้มีความเข้าใจการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวในส่วนงานของตัวเอง

3) หน่วยงานภาครัฐ ให้ความรู้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวให้มองเห็นถึงการจัดการบริหารธุรกิจท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

4) จัดตั้งหน่วยงานรัฐที่มีอำนาจในการควบคุมและกำกับดูแลมาตรฐานของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ให้การสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่มีมาตรฐานและปฏิบัติตามกฎหมายการจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และกำจัดหรือกีดกันมิให้เกิดผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่ไม่มีมาตรฐาน และไม่ปฏิบัติตามกฎหมายการจัดการธุรกิจนำเที่ยวแบบยั่งยืน หรือมิให้เกิดผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวแบบแอบแฝง

5) จัดทำหลักสูตรการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในส่วนของภาคเอกชน ผู้ประกอบการ พนักงานในแต่ละส่วนของธุรกิจ ที่สามารถนำไปใช้เป็นหลักสูตรในการสร้างความรู้และจิตสำนึกในการเป็นนักจัดการในธุรกิจท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ (ก่อนอื่นต้องสร้างผู้สอนให้มีความเข้าใจที่แท้จริงก่อน)

6) ผลิตบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในทุกระดับ ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อให้มีความรู้และทักษะในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวแบบยั่งยืน จัดทำมาตรฐานของพนักงานในแต่ละระดับ พร้อมทั้งอัตราเงินเดือนที่เหมาะสมและพอเพียงต่อการยังชีพ

7) จัดตั้งสภาลูกจ้างงานบริการด้านธุรกิจท่องเที่ยวโดยการสนับสนุนจากกระทรวงแรงงาน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับพนักงาน ให้พนักงานมีโอกาสได้รับความรู้และทักษะเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง สร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มพนักงาน เพื่อให้พนักงานมีความมั่นคงสามารถเลี้ยงดูครอบครัวได้ด้วยรายได้ประจำโดยไม่ต้องคอยหารรายได้จากการต้มตุ๋นนักท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, น. 116) กล่าวถึง ความหมายของการตลาดท่องเที่ยว คือ ความพยายามของผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวที่จะวิเคราะห์ให้ทราบว่า มีทรัพยากรท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวอะไรบ้างที่จะสามารถขายให้แก่นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มได้ แล้วจึงใช้ส่วนผสมทางการตลาดท่องเที่ยว (Tourism marketing mix) จูงใจให้นักท่องเที่ยวเหล่านั้นเกิดความต้องการอยากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว และซื้อบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว นั้น โดยทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวได้รับผลกำไรตามต้องการจากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ปรัชญาทางการจัดการที่มุ่งเน้นไปสู่ความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยอาศัยการวิจัยการตลาด การพยากรณ์ การคัดเลือกทรัพยากรการท่องเที่ยวที่กำลังอยู่ในความต้องการเพื่อให้ธุรกิจได้รับประโยชน์สูงสุดในการเสนอบริการแก่นักท่องเที่ยวตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยมุ่งเน้นที่ประเด็นสำคัญดังนี้

1) ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

2) ความต้องการของนักท่องเที่ยวทราบโดยการวิจัยตลาดและการพยากรณ์

3) แนวความคิดเกี่ยวกับวงจรชีวิตของทรัพยากรการท่องเที่ยว ความชอบหรือไม่ชอบของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลมากต่อการนำมาประยุกต์ใช้ในการกำหนดนโยบายของธุรกิจ

การตลาดเป็นเครื่องมือสำคัญที่ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวใช้ในการจัดอุปทานและกิจกรรมการท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ดังนั้นความเชื่อมโยงระหว่างอุปสงค์อุปทานการท่องเที่ยว และอิทธิพลของการตลาด การตระหนักรู้ถึงความต้องการและพฤติกรรม การซื้อของนักท่องเที่ยวทุกประเภท (Market demand) มีความสำคัญต่อการจัดหาสินค้าและบริการ

(Product supply) ให้ตรงกับความต้องการนั้น ๆ มากที่สุด การจัดกิจกรรมทางการตลาดโดยใช้ส่วนผสมทางการตลาดหรือมากกว่า มุ่งเน้นไปที่ผู้บริโภคเป็นสำคัญ ใช้ในกรณีที่นักท่องเที่ยวใช้บริการแบบซื้อทัวร์เหมา (Package tour) จะต้องเดินทางท่องเที่ยวตามรายการและเวลาที่ผู้ประกอบการธุรกิจจัดนำเที่ยวเป็นผู้กำหนด ต้องใช้ส่วนผสมทางการตลาดมาเป็นอิทธิพลทางการตลาด ที่ทำให้อุปสงค์และอุปทานสอดคล้องกัน กระตุ้นและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวที่มีความต้องการเดินทางมากขึ้น

การจัดการและการตลาดท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร จึงควรให้ความสำคัญกับเอกลักษณ์ที่เป็นทุนวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหาร มีการจัดระบบและวางแผนการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้เดินทางเข้ามาเยี่ยมชมและได้รับประสบการณ์ที่ประทับใจจากทรัพยากรและผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของท้องถิ่นที่มีความโดดเด่นและมีอัตลักษณ์เฉพาะ ทั้งภาครัฐและเอกชนควรให้ความสำคัญกับการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยว (อุปสงค์) และการจัดองค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร (อุปทาน) ให้สอดคล้องกับอุปสงค์โดยให้ความสำคัญของส่วนประสมการตลาด (Marketing mix) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด

3.4 ความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกับเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, น. 119) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว หมายถึง บริการของทรัพยากรท่องเที่ยว หรือแหล่งท่องเที่ยวและบริการของธุรกิจท่องเที่ยวที่รองรับความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว โดยพยายามดำเนินงานต่าง ๆ ให้ทรัพยากรท่องเที่ยวของประเทศมีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเกิดความต้องการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังทรัพยากรท่องเที่ยวนั้น ๆ ขณะเดียวกันก็มีการสร้างบริการทางการท่องเที่ยวที่จะอำนวยความสะดวกและสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นด้วย เพื่อให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น มีการพำนักอยู่ในประเทศนานวันขึ้น และมีการใช้จ่ายในประเทศมากขึ้น ทั้งนี้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นได้ก็ต้องมีการลงทุนทั้งภาครัฐและภาคเอกชน โดยภาครัฐจะเป็นผู้ลงทุนในการพัฒนาสร้างคุณภาพของทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีอยู่ พร้อมทั้งพยายามแสวงหาและพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว อีกทั้งรัฐบาลจะต้องลงทุนสร้างโครงสร้างพื้นฐานในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวด้วย สำหรับภาคเอกชนก็มีการลงทุนด้านบริการทางการท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การลงทุนในการประกอบธุรกิจการขนส่ง ที่พักแรม อาหาร บริการนำเที่ยว และการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น

อายุของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับฤดูกาล เนื่องจากผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวไม่ใช่สินค้าจำเป็นต่อการบริโภคประจำวัน ลูกค้านักท่องเที่ยวเมื่อต้องการเดินทางหรือหยุดพักผ่อนในช่วงสุดสัปดาห์หรือฤดูกาลท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น ปิดภาคเรียนฤดูร้อน รายการนำเที่ยวบางอย่างเป็นที่นิยมตามฤดูกาล เช่น รายการนำเที่ยวทางทะเลในฤดูร้อน รายการนำเที่ยวภูเขาในฤดูหนาว แต่ในฤดูฝนคนไม่นิยมเดินทางกัน ดังนั้นอายุของผลิตภัณฑ์จึงสั้น ผู้ประกอบการธุรกิจจำเป็นต้องเปลี่ยนรูปแบบของ

ผลิตภัณฑ์เพื่อให้เหมาะสมกับฤดู และต้องมีวิธีการส่งเสริมการขายนอกฤดูกาลเพื่อกระตุ้นให้เกิดอุปสงค์ การท่องเที่ยวในช่วงเวลาที่คนไม่นิยมเดินทาง

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมีช่องทางการจำหน่ายมาก การจำหน่ายผ่านตัวแทน ทำให้ขาย ได้ปริมาณมากกว่าการขายตรง ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น บริษัทการบิน สวนสนุก โรงแรมจะต้องลงทุนสูงจึงต้องการกระจายการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อย่างรวดเร็ว เพื่อให้เงินทุนกลับคืน หรืออยู่ในจุดคุ้มทุนให้รวดเร็วที่สุด ลูกค้าจะซื้อสินค้าได้ราคาถูกกว่าซื้อจากผู้ผลิตโดยตรงเพราะผู้ผลิต ได้ให้สิทธิพิเศษ หรือราคาพิเศษแก่ตัวแทนจำหน่าย ซึ่งผิดกับการซื้อผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ซึ่งมักจะมีราคา สูงขึ้น เมื่อผ่านตัวกลางแต่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกลับมีราคาถูกลง ช่องทางการจำหน่ายในตลาด การท่องเที่ยวจึงมีหลากหลาย

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมีช่องทางการจำหน่ายมาก ทั้งในส่วนของทรัพยากรการท่องเที่ยวและ การบริการ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติเป็นสินมรดกของประเทศไทย ไม่มีผู้ใดเป็นเจ้าของแต่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น และรูปแบบการบริการที่ผู้ประกอบการจัดขึ้นอาจถูกลอกเลียนแบบ ได้ง่ายเมื่อเห็นว่าสร้างความพอใจให้แก่ลูกค้ามาแล้ว เช่น สวนสนุก โลกใต้ทะเล แต่การประกอบธุรกิจด้วย ความซื่อสัตย์และตอบสนองความต้องการของลูกค้า จะทำให้ธุรกิจเจริญก้าวหน้าต่อไปเรื่อย ๆ นอกจากนี้ ความเอาใจใส่ต่อสิ่งที่ลูกค้าต้องการและตอบสนองในทันทีจะสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้ามาก การซื้อ บริการครั้งต่อไปจึงซื้อด้วยความพอใจมากกว่าเหตุผลใด ๆ

นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวยังมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อเส้นทางการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นปัจจัยช่วยสร้างการรับรู้และการจดจำในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เช่น หาก นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่โดดเด่น คือ ไร่ข้าว แคนหมู่น้ำพริกหนุ่ม ข้าวซอย ขนมจีนน้ำเงี้ยว หรือผลไม้เมืองเหนือ เช่น สตรอเบอร์รี่ ลำไย เป็นต้น ตัวอย่างของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านอาหารสำหรับภูมิภาคต่าง ๆ ของไทยตามเส้นทาง การท่องเที่ยวทั่วประเทศ

ตอนที่ 4 แนวคิดการพัฒนาระบบสารสนเทศ

4.1 แนวคิดวงจรการพัฒนาระบบสารสนเทศ

เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology: IT) หรือ “ไอที” นั้นเป็นคำศัพท์ ที่มีผู้ให้คำนิยามและอธิบายไว้หลายท่าน ไม่ว่าจะเป็นนักปราชญ์ นักวิชาการ รวมถึงนักเทคโนโลยี สารสนเทศ ได้ให้ความหมายที่สำคัญและน่าสนใจดังนี้ (พรณี สวนเพลง, 2560, น. 1)

โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์ (2554, น. 17) อธิบายว่า เทคโนโลยีสารสนเทศประกอบด้วย เทคโนโลยี 2 สาขา คือ เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคม ซึ่งอุปกรณ์ เช่น คอมพิวเตอร์สามารถนำมาใช้เพื่อการจัดเก็บและประมวลผลข้อมูล ส่วนเทคโนโลยีสื่อสาร โทรคมนาคมจะช่วยสื่อสารเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน สามารถดำเนินการได้ในระยะทางไกล ๆ ไม่จำกัดเวลาและสถานที่

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (2549) อธิบายว่า เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเทคโนโลยีที่เกี่ยวกับการติดต่อเชื่อมโยง การจัดหา การจัดเก็บ การจัดการเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารและสารสนเทศ ซึ่งเทคโนโลยีสารสนเทศจะประกอบด้วยเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ การสื่อสารโทรคมนาคม และเทคโนโลยีอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการนำข้อมูลข่าวสารมาใช้

สุขุม เฉลยทรัพย์ (2548, น. 9) ระบุว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง เทคโนโลยีสองสาขาหลักที่ประกอบด้วยเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคมที่ผนวกเข้าด้วยกัน เพื่อใช้ในการกระบวนกรจัดหา การจัดเก็บ การสร้าง และการเผยแพร่สารสนเทศในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเสียง ภาพ ภาพเคลื่อนไหว ข้อความ ตัวอักษร และตัวเลขเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ความถูกต้อง ความแม่นยำ และความรวดเร็วให้ทันต่อการนำไปใช้ประโยชน์

วศิน เพิ่มทรัพย์ (2548, น. 198) ระบุว่าเทคโนโลยี หมายถึง การนำเอาความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์มาพัฒนาเป็นองค์ความรู้ใหม่ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ ซึ่งเทคโนโลยีที่นำมาใช้จัดการสารสนเทศต่าง ๆ เหล่านี้ อาจเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีทางการสื่อสาร และโทรคมนาคม เป็นต้น

จิมบา (Jimba. 1999, p. 80) ให้คำนิยามว่าเป็นเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่ใช้ในการสร้างสรรค์ การจัดหา การจัดเก็บ การเผยแพร่ การค้นคืน การจัดการ และถ่ายทอดข้อมูลหรือสารสนเทศ

ครรชิต มาลัยวงศ์ (2538, น. 24) กล่าวว่า เทคโนโลยีสารสนเทศประกอบด้วยเทคโนโลยีสำคัญสองสาขา ได้แก่ เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคม กล่าวคือ เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์จะช่วยทำงานด้านการจัดเก็บ บันทึก ประมวลผลข้อมูลให้รวดเร็ว และถูกต้อง ส่วนเทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคมจะช่วยส่งผลลัพธ์ของการใช้งานคอมพิวเตอร์ไปยังผู้ใช้ที่อยู่ห่างไกลได้อย่างรวดเร็ว และสะดวก อย่างไรก็ตามถ้าเป็นสมัยก่อน ๆ ยุคคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีสารสนเทศจะหมายถึง เทคโนโลยีการพิมพ์ กล้องถ่ายรูป เครื่องพิมพ์ดีด โทรเลข และโทรศัพท์

จากข้อมูลข้างต้นสรุปได้ว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง การประยุกต์เอาความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์มาจัดการสารสนเทศที่ต้องการ โดยอาศัยเครื่องมือทางเทคโนโลยีใหม่ ๆ ประกอบด้วยเทคโนโลยีแกนหลักสองสาขา ได้แก่ เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคม กระบวนการดำเนินงานจัดการสารสนเทศ ตั้งแต่การเสาะแสวงหา การวิเคราะห์ การจัดเก็บ การจัดการ และการเผยแพร่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ความถูกต้อง ความแม่นยำ และความรวดเร็ว ทันต่อการนำไปใช้ประโยชน์ และเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์จะช่วยให้การทำงานด้านการจัดเก็บ การบันทึก และการประมวลผลข้อมูลให้มีความรวดเร็วมากขึ้น และถูกต้องก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) และพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น

4.2 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาเว็บไซต์

1) เว็บไซต์ (Web Site)

เว็บไซต์ (Web Site) คือ แหล่งที่เก็บรวบรวมข้อมูลเอกสารและสื่อประสมต่าง ๆ เช่น ภาพ เสียง ข้อความ ของแต่ละบริษัทหรือหน่วยงานโดยเรียกเอกสารต่าง ๆ เหล่านี้ว่า เว็บเพจ (Web Page) และเรียกเว็บหน้าแรกของแต่ละเว็บไซต์ว่า โฮมเพจ (Home Page) หรืออาจกล่าวได้ว่า เว็บไซต์ก็คือเว็บเพจอย่างน้อยสองหน้าที่มีลิงค์ (Links) ถึงกัน ตามหลักคำว่า เว็บไซต์จะใช้สำหรับผู้ที่มิคอมพิวเตอร์แบบเซิร์ฟเวอร์หรือจดทะเบียนเป็นของตนเองเรียบร้อยแล้วเช่น www.google.co.th ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการสืบค้นข้อมูล เป็นต้น (ทินกร ชุณหภัทรกุล, 2559, น. 1)

เว็บไซต์ คือ ศูนย์รวบรวมความรู้และแหล่งข้อมูลต่าง ๆ อาทิ เช่น ข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ บันเทิง กีฬา เป็นต้น ปัจจุบันเว็บไซต์ได้เข้ามามีบทบาทในแวดวงธุรกิจแทบทุกชนิด ทั้งในรูปแบบของบริษัท ร้านค้าชั้นนำ ต่าง ๆ ทั่วไป เหตุผลหนึ่งในการมีเว็บไซต์นั้น เพื่อเป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับธุรกิจนั้น ๆ อีกทั้งเว็บไซต์ยังสามารถตอบสนองและครอบคลุมผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมาย ได้อย่างไม่มีขีดจำกัดอีกด้วย เพราะสามารถเข้าเยี่ยมชมข้อมูลเว็บไซต์จากอินเทอร์เน็ตได้ทั่วโลก (ทินกร ชุณหภัทรกุล, 2559, น. 1)

ขั้นตอนแรกในการขอเริ่มใช้บริการเว็บไซต์นั้น นักลงทุนจะต้องไปติดต่อกับตัวแทนจำหน่าย เพื่อขอจดทะเบียนชื่อเว็บไซต์ (Domain name) และพื้นที่ในจัดทำเว็บไซต์ (Hosting) ก่อน โดยการจดทะเบียนขอใช้บริการเว็บไซต์นั้น จะมีสกุลต่อทให้เลือกหลากหลายประเภท

สรุป เว็บไซต์ คือ หน้าเว็บหลายหน้าที่เชื่อมต่อทางไฮเปอร์ลิงค์ ทำขึ้นเพื่อเสนอข้อมูลผ่านทาง Internet ให้เป็นแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ผ่านระบบออนไลน์

2) โครงสร้างเว็บไซต์

ในการกำหนดโครงสร้างของเว็บไซต์นั้นจะเป็นการออกแบบส่วนประกอบทั้งหมดของเว็บไซต์ที่ต้องการจะแสดงให้ผู้เข้ารับชมทราบว่า เว็บไซต์นั้นมีทั้งหมดกี่หน้า ในแต่ละหน้าเป็นส่วนการแสดงของรายละเอียดอะไรแต่ละเชื่อมโยงกันอย่างไร

การออกแบบโครงสร้างเว็บไซต์ คือ การวางแผนการจัดลำดับ เนื้อหาสาระของเว็บไซต์ ออกเป็นหมวดหมู่ เพื่อจัดทำเป็นโครงสร้างในการจัดวางหน้าเว็บเพจทั้งหมด เปรียบเสมือนแผนที่ ที่ทำให้เห็นโครงสร้างทั้งหมดของเว็บไซต์ ช่วยให้นักพัฒนาเว็บไซต์ไม่หลงทาง การจัดโครงสร้างของเว็บไซต์ มีจุดมุ่งหมายสำคัญคือ การที่จะทำให้ผู้เข้าเยี่ยมชม สามารถค้นหาข้อมูลในเว็บเพจได้อย่างเป็นระบบ ซึ่งถือว่าเป็นขั้นตอนที่สำคัญ ที่สามารถสร้างความสำเร็จให้กับผู้ที่ทำหน้าที่ในการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ (Webmaster) การออกแบบโครงสร้างหรือจัดระเบียบของข้อมูลที่ชัดเจน แยกย่อยเนื้อหาออกเป็นส่วนต่าง ๆ ที่สัมพันธ์กันและให้อยู่ในมาตรฐานเดียวกัน จะช่วยให้การใช้งานและง่าย ต่อการเข้าอ่านเนื้อหาของผู้ใช้เว็บไซต์ (ทินกร ชุณหภัทรกุล, 2559, น. 14)

ตอนที่ 5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ฐิติพร เพ็งวัน (2549, น. 101-104) ได้ศึกษาเรื่อง ภาวะโภชนาการ พฤติกรรมการบริโภค และคุณค่าทางโภชนาการ ของตำรับอาหารพื้นบ้าน : ศึกษาเฉพาะกรณีพื้นที่ลุ่มน้ำห้วยแครง-คลองพืด จังหวัดตราด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาวะโภชนาการ ชนิด ประเภทของผักพื้นบ้านในท้องถิ่นที่ใช้ประกอบอาหาร รวบรวมประเภทของผักพื้นบ้าน 10 อันดับที่นิยมบริโภคและศึกษาคุณค่าทางโภชนาการของตำรับอาหารพื้นบ้านที่นิยมบริโภคในชีวิตประจำวัน จากการศึกษา พบว่า ผักพื้นบ้านมีทั้งหมด 44 ชนิด พบว่าผักพื้นบ้านที่นิยมบริโภค 10 ชนิด ได้แก่ เต้าร้าง ผักหนาม มะระขี้นก จิกนา ผักบั้งขัน ยี่หระ มะอึก ชะมวง บัวบกและชะพลู เมื่อนำมาปรุงเป็นตำรับอาหารพื้นบ้านที่นิยมบริโภคในชีวิตประจำวัน 20 ตำรับ ได้แก่ แกงเลียงเต้าร้าง แกงเปรอะ แกงส้มผักหนาม แกงกะทิหมูย่างมะระขี้นก แกงเผ็ดป่า แกงส้มปลากดชะมวง แกงส้มกระดูกหมูชะมวง แกงหอยแครง แกงปลาสับคั่ว ต้มหมูชะมวง ต้มเนื้อชะมวง ผัดผักหนาม ผัดผักบั้งกะทิ หมูผัดน้ำพริก ยำจิกนา ยำกุ้งดับหวาน ยำไก่ใบชะพลู น้ำพริกกะปิมะอึก น้ำพริกมะอึก และมะระขี้นกต้มตาล พบว่ามีคุณค่าทางโภชนาการต่อ 1 ตำรับ ดังนี้ ตำรับอาหารที่ให้พลังงานและโปรตีนมากที่สุดคือ แกงกะทิหมูย่างมะระขี้นก 1,348.08 กิโลแคลอรี และ ให้ไขมันมากที่สุด คือ ต้มหมูชะมวง 95.1 กรัม ให้เส้นใยมากที่สุด คือ แกงเปรอะ 21.7 กรัม ให้แคลเซียมมากที่สุดคือ ยำกุ้งดับหวาน 493.7 มิลลิกรัมให้ฟอสฟอรัสสูง คือ เนื้อต้มชะมวง 656.4 มิลลิกรัม ให้วิตามินเอสูงคือ แกงส้มปลากดใบชะมวง 2,934.52 มิลลิกรัม

ทัศนีย์ ลิ้มสุวรรณ และคณะ (2548, น. 95-112) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพของอาหารไทย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติต่อการบริการอาหารไทยในจังหวัดท่องเที่ยว ปัญหาและอุปสรรคในการบริการอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยว แนวทางการพัฒนาศักยภาพอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวและแนวทางการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาศักยภาพของอาหารไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ผลการศึกษา พบว่า การบริการอาหารไทยของร้านอาหารเป็นกิจกรรมหลักสำหรับนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด โดยมีอาหารเด่น และอาหารพื้นบ้านแตกต่างกันตามสภาพภูมิประเทศและวัฒนธรรมของแต่ละจังหวัด สำหรับกิจกรรมอื่นที่เกี่ยวกับอาหารที่จัดขึ้นส่วนใหญ่เป็น การจัดตามภารกิจของหน่วยงานเพื่อคนในท้องถิ่นมากกว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่และผู้ประกอบการให้ความเห็นว่าแต่ละจังหวัด มีอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเองและมีศักยภาพที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยวได้ในระดับมาก แต่การนำมาใช้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวยังอยู่ในระดับปานกลาง ในความเห็นของนักท่องเที่ยวไทยเห็นว่าจุดเด่นของอาหารของจังหวัดต่าง ๆ ได้แก่ ความหลากหลายของอาหาร คุณภาพของอาหาร และการหาร้านอาหารได้สะดวก โดยแต่ละจังหวัดมีจุดเด่นด้านอาหารที่ต่างกัน นักท่องเที่ยวไทยมีความสนใจสินค้าอาหารของฝากมากกว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติ นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่สนใจที่จะรับประทานอาหารไทยอีกภายหลังจากเดินทางกลับประเทศของตนเองแล้ว สิ่งที่จะทำให้ชาวต่างชาติลิ้มแลไม่กล้ารับประทานอาหารไทยเนื่องจากไม่ทราบส่วนประกอบของอาหารไทย รสชาติที่จัดจ้าน ไม่รู้จักวิธีรับประทาน และไม่รู้ว่ส่วนประกอบใดรับประทานได้ส่วนประกอบใดรับประทานไม่ได้ การบริการอาหารไทยสำหรับชาวต่างชาติควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประกอบของอาหาร พยายามหลีกเลี่ยงส่วนประกอบที่ชาวต่างชาติไม่นิยมรับประทาน ประยุกต์ให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมการดื่มของบางประเทศ และปรับวิธีการบริการบางอย่างได้

เป็นสากล นอกจากนี้ทุกกลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นสอดคล้องกันว่าภาครัฐ เอกชน และประชาชนควรมีส่วนร่วมในการพัฒนาศักยภาพอาหารไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ควรมีการให้ข้อมูลอาหารเด่นในท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยวรวมทั้งเจ้าหน้าที่และประชาชนในท้องถิ่นเพื่อให้สามารถเผยแพร่แก่นักท่องเที่ยวได้ด้วย

ปวิณภัสสร คล้ำศิริ (2547, น. 74-86) ได้ศึกษาเรื่อง ภูมิปัญญาพื้นบ้านด้านอาหาร : กรณีศึกษาบ้านเต่าโน ต่าบศิลา อำเภอมือง จังหวัดขอนแก่น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและรวบรวมภูมิปัญญาพื้นบ้านเกี่ยวกับตำรับอาหารพื้นบ้าน ตั้งแต่การหาอาหาร การประกอบอาหาร การถนอมอาหาร คุณค่าทางโภชนาการและคุณค่าทางสมุนไพร ผลการศึกษา พบว่า การได้มาซึ่งอาหารมีวิธีการคือ การเก็บของป่า การล่าสัตว์ การแลกเปลี่ยน การปลูกพืชและเลี้ยงสัตว์ และการซื้อ และจากสภาพแวดล้อมและเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้มีชาวบ้านเพียงบางกลุ่มที่ยังคงเก็บของป่าและล่าสัตว์ ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยประสบการณ์จนมีความชำนาญ ในช่วงฤดูหนาวกลุ่มเก็บของป่าและกลุ่มล่าสัตว์จะรู้แหล่งที่จะหาพืชพันธุ์ต่าง ๆ เช่น ดอกกระเจียว กลอย ไข่มดแดง หอยขม ตลอดจนมีวิธีการอนุรักษ์พันธุ์พืชและสัตว์พืชและแมลงมีพืช ได้แก่ กลอย บอน จะมีวิธีการล้างพืชหรือลดพิษเพื่อนำมาบริโภค วิธีการประกอบอาหารพื้นบ้านที่ปฏิบัติในชีวิตประจำวันมี 17 วิธี ได้แก่ แกง อ่อม หมก ต้ม ลาบ ก้อย ปน ซุบ นึ่ง ตำ คั่ว แจ่ว ปิ้ง จี่ ย่าง อุ และหลาม การเลือกวิธีการประกอบอาหาร แม่บ้านจะคำนึงถึงวิธีการที่ทำให้สมาชิกในครอบครัวได้รับประทานอย่างทั่วถึง ตำรับอาหารพื้นบ้านอีสานส่วนใหญ่อุดมด้วยไปด้วยคาร์โบไฮเดรต โปรตีน ไขมัน วิตามิน และเกลือแร่ และแนะนำให้มีการพัฒนาตำรับอาหารพื้นบ้านอีสานเพื่อเป็นอาหารสุขภาพต่อไป

ศศิธร สีนถาวรกุล (2547, น. 116-123) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง วิธีการกินและความเชื่อของคนไทยที่สะท้อนจากชื่ออาหารไทยที่ใช้ในงานพิธีแบบดั้งเดิม มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์รูปแบบของชื่ออาหารพร้อมทั้งความหมายแฝงของชื่ออาหารไทยจำนวน 63 ชื่อ ที่ใช้ในเทศกาลงานพิธีแบบดั้งเดิมของไทย ผลการวิเคราะห์รูปแบบชื่ออาหารไทย ซึ่งมีชื่อของหวานจำนวน 44 ชื่อและชื่อของคาวจำนวน 19 ชื่อ พบว่า รูปแบบชื่อของหวานมี 4 รูปแบบได้แก่ 1) ของหวานที่ประกอบด้วยส่วนหลักเท่านั้น เช่น เม็ดขนุน กาละแม 2) ชื่อของหวานที่ประกอบด้วยส่วนหลักและส่วนขยาย เช่น ทองหยิบ กล้วยฉาบ 3) ชื่อของหวานที่ประกอบด้วยส่วนเสริมหน้าและส่วนหลัก เช่น ขนมหึง ขนมหั่น 4) ชื่อของหวาน ที่ประกอบด้วยส่วนเสริมหน้า ส่วนหลักและส่วนขยาย เช่น ขนมห่มแดง ขนมห่มปิ่นนีออน ส่วนรูปแบบของชื่อของคาว มี 3 รูปแบบ คือ 1) ชื่อของคาวที่ประกอบด้วยส่วนหลัก เช่น ห่อหมก 2) ชื่อของคาว ที่ประกอบด้วยส่วนหลักและส่วนขยาย เช่น ไข่เจียว หมี่กะทิ 3) ชื่อของคาวที่ประกอบด้วยส่วนหลัก ส่วนขยายและส่วนเสริมท้าย เช่น หมูผัดกุ้ง แกงเลียงนพเก้า ในการวิเคราะห์ความหมายตรงของชื่อของหวานพบว่า ชื่อของหวานทั้งหมดแตกต่างกันใน 4 มิติ ได้แก่ 1) มิติเรื่อง “อิทธิพลต่างประเทศ” 2) มิติเรื่องวิธีการทำ 3) มิติเรื่องวัตถุดิบ 4) มิติเรื่องคุณสมบัติ สำหรับชื่อของคาวพบความแตกต่างใน 3 มิติ คือ 1) มิติเรื่องประเภท 2) มิติเรื่องวิธีการทำ 3) มิติเรื่องวัตถุดิบเฉพาะ ในการวิเคราะห์ความหมายแฝงเพื่อตีความเรื่องความเชื่อของคนไทย พบว่า ค่านิยมและความเชื่อที่สะท้อนอยู่ในชื่อดังกล่าว 7 เรื่อง ได้แก่ ค่านิยมและความเชื่อเรื่อง ความยั่งยืนและยาวนาน ความรักใคร่สามัคคี ความมั่งคั่ง ร่ำรวย ความสวยงาม ความสง่างาม ความเจริญรุ่งเรืองในชีวิต ความอุดมสมบูรณ์และความศรัทธาในศาสนา

สมศรี เจริญเกียรติคุณ และคณะ (2545, น. 136-142) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง คุณค่าอาหารไทยเพื่อสุขภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและคัดเลือกอาหารไทยที่ควรส่งเสริมให้เป็นอาหารไทยเพื่อสุขภาพ โดยการพัฒนาจัดปรับตำรับอาหารไทยต่าง ๆ ที่มีอยู่ให้เป็นตำรับอ้างอิง โดยคงเอกลักษณ์ของความเป็นไทยและมีคุณค่าทางโภชนาการที่ดี ผลการวิจัย พบว่า อาหารไทยมีความหลากหลายของคุณค่าทางโภชนาการ เช่น พลังงาน อาหารไทยให้พลังงานต่ำและสูงอย่างหลากหลาย การกระจายตัวของพลังงานที่ได้รับจากสารอาหารอยู่ในเกณฑ์ที่น่าพอใจ อาหารไทยแต่ละสำรับมีจุดเด่นของตัวเองที่สามารถนำมาเลือกบริโภคให้เหมาะสมกับ ความต้องการและเหมาะสมกับสภาวะของแต่ละบุคคล อาหารไทยที่มีพลังงานและไขมันต่ำ ได้แก่ ขนมจีนน้ำเงี้ยว ข้าวกับแกงเลียงหรือกับแกงส้มหรือกับต้มยำกุ้ง อาหารไทยที่มีธาตุเหล็กสูง ได้แก่ ขนมจีนน้ำเงี้ยว ขนมจีนน้ำยา ข้าวกับแกงเลียงหรือกับแกงส้มหรือกับห่อหมกปลาช่อนใบยอ อาหารไทยที่มีแคลเซียมปานกลางถึงสูง ได้แก่ ข้าวคลุกกะปิ ผัดไทย ข้าวกับน้ำพริกปลาทุทอด อาหารไทยมีปริมาณใยอาหารอยู่ในเกณฑ์ดีและมีปริมาณสารอาหารที่มีคุณสมบัติเป็นสารต้านอนุมูลอิสระอยู่ในเกณฑ์ที่น่าพอใจ เช่น วิตามินซี วิตามินอี และเบต้าแคโรทีน นอกจากนี้คุณค่าทางโภชนาการแล้วตำรับอาหารไทยที่ศึกษายังประกอบด้วยสารสังเคราะห์จากพืชหลายชนิดที่ได้จากเครื่องปรุงหลัก คือ จากพืชผัก สมุนไพร และเครื่องเทศ ผลการศึกษาแสดงแนวทางให้เห็นว่าอาหารไทยเป็นอาหารที่มีศักยภาพสูง ในการเป็นอาหารเพื่อสุขภาพจึงควรรณรงค์ให้ความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องให้คนไทยตระหนักถึงความสำคัญของอาหารไทยที่มีต่อสุขภาพ ขณะเดียวกัน ความมีการศึกษาวิจัยอย่างเป็นระบบและรวบรวมให้เป็นตำรับอาหารไทยให้มีความเป็นมาตรฐานสากลมากขึ้น ทั้งตำรับที่ควรอนุรักษ์ลักษณะดั้งเดิมของอาหารไว้ และตำรับที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามวัตถุประสงค์ต่าง ๆ เพื่อผลทางสุขภาพ

เสาวภา ศักยพันธ์ (2554) ศึกษาวิจัยเรื่อง การปรับปรุงและการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมอาหารไทยลื้อในเขตล้านนา การวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยแบบผสมวิธี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ลักษณะของอาหารไทยลื้อในเขตล้านนา เพื่อวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการของอาหารไทยลื้อที่นิยมบริโภค โดยการวิเคราะห์ในห้องปฏิบัติการ และศึกษาการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมอาหาร การปรับปรุงและการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมอาหารไทยลื้อในเขตล้านนา โดยวิธีสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงได้แก่ ชาวไทยลื้อที่อาศัยอยู่ในเขตล้านนา เลือกแบบเจาะจง รวม 20 คน และดำเนินการวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการในห้องปฏิบัติการเคมี ผลการวิจัย พบว่า อาหารไทยลื้อผลิตจากวัตถุดิบที่เป็นพืชผักจากไร่และใช้เนื้อสัตว์จากห้วย หนอง คลอง บึง การรับประทานสัตว์ใหญ่จะให้วิธีการซื้อจากตลาด มีวิธีการปรุงอาหารอย่างง่าย เหมือนชาวไทยท้องถิ่นโดยทั่วไป การรับประทานอาหารในครอบครัว จะให้เกียรติผู้อาวุโสสูงสุดในครอบครัว อาหารที่นำไปทำบุญที่วัด ได้แก่ ห่อนึ่ง ขนมจ็อก แกงฮังเลและจิ้นทอด ส่วนอาหารที่ใช้ในพิธีเลี้ยงเจ้าพ่อของบรรพบุรุษ ได้แก่ ไก่ต้มทั้งตัว ข้าวเหนียว และกล้วยน้ำว้า การวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการ พบว่า อาหารที่ให้พลังงานสูง ได้แก่ น้ำปู อาหารที่ให้คาร์โบไฮเดรตสูง ได้แก่ แอ้งและ อาหารที่ให้โปรตีนสูงและไขมันสูง ได้แก่ น้ำปู การศึกษาการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมอาหาร การปรับปรุงและการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมอาหารไทยลื้อในเขตล้านนา พบว่า อาหารไทยลื้อในเขตล้านนามีต้นกำเนิดจากดินแดนสิบสองปันนา เมื่อมีการอพยพ เคลื่อนย้ายจึงทำให้อาหารถูกนำมาใช้และได้ใช้เมล็ดพันธุ์มาใช้ประโยชน์ด้วย ไทยลื้อบางกลุ่มในเขตล้านนา อาจจะไม่มีการรับประทานอาหารบางชนิดหรืออาหาร

บางอย่างถูกกลืนกลายเข้ากับวัฒนธรรมใหม่เพื่อความอยู่รอด อย่างไรก็ตามพบว่าชาวไทยลื้อในเขตล้านน่ายังมีเอกลักษณ์ของอาหารไทยลื้ออยู่หลายชนิด แม้ว่าจะผ่านมาหลายร้อยปีแล้วก็ตาม

สุรัชย์ ไวยวรรณจิตร และคณะ (2554) ศึกษาวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของผู้นำสี่เสาหลักในการบริหารจัดการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น : กรณีศึกษา “ตารีอีนา” ต.กายูคละ อ. แวง จ. นราธิวาส มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการมีส่วนร่วมของผู้นำสี่เสาหลักในการบริหารจัดการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นตลอดจนประวัติความเป็นมาและแนวทางการส่งเสริมฟื้นฟู สามารถสรุป แยกตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้ ประเด็นประวัติความเป็นมา “ตารีอีนา” เป็นการแสดงที่มีเพียงแห่งเดียวในประเทศไทย ในอดีตจะมีบุคคลที่ได้รับการถ่ายทอด คือ เจ๊ะ (มะเยะโก๊ะ) ซึ่งได้หยุดเล่นในช่วงเวลาหนึ่งและได้กลับมาเล่นอีกครั้งเมื่อมีผู้คนเรียกร้อง “ตารีอีนา” ต้องให้ครูก่อนการเล่น และจุดเริ่มต้นเดิมใช้ผู้ชายทั้งหมด ต่อมาจึงเปลี่ยนเป็นผู้หญิงทั้งหมด จุดเด่นของ “ตารีอีนา” คือ การรำทำสะพานโค้ง ผู้ที่มีความสามารถจะสามารถทำสะพานโค้งและหยิบเหรียญที่พื้นได้ ประเด็นกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้นำสี่เสาหลักในการส่งเสริมในการบริหารจัดการ ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นพบว่า ผู้นำสี่เสาหลักให้ความสนใจ สนับสนุนเป็นอย่างดีโดยมีมุมมองว่า “ชุมชนต้องเป็นเสมือนครอบครัวเดียวกัน” โดยเฉพาะ ผู้นำธรรมชาติ (ปราชญ์ชาวบ้าน) องค์กรเยาวชน (ผู้นำท้องถิ่น) และกำนัน (ผู้นำท้องถิ่น) ได้ดูทุกครั้งที่เวลาคณะตารีอีนาได้จัดการแสดงจะไม่ค่อยมีบทบาทมากนัก ผู้นำทางจิตวิญญาณ (โต๊ะอิหม่าม) ไม่ได้ห้าม แม้จะมองว่าประเด็นทางศาสนาจะทำได้หรือไม่ในการแสดง ประเด็นแนวทางในการส่งเสริม อนุรักษ์ ฟื้นฟู ทุกภาคส่วนเห็นพ้องกันว่าทั้งสี่เสาหลักจะต้องมีบทบาทในการส่งเสริมมากที่สุด และควรมีการสร้างเครือข่ายสืบทอดสนับสนุนให้เยาวชนได้สืบทอดต่อไป

พสุณาด เมฆานุเคราะห์ (2554) การใช้ประสาทสัมผัสทั้งห้าเพื่อเปิดรับประสบการณ์อันดีระหว่างนักท่องเที่ยวต่างชาติกับอาหารรถเข็นหรือร้านหาบเร่ริมทางอาหารริมทางถือเป็นประสบการณ์การรับประทานอาหารที่ไม่ควรพลาด เพราะอาหารริมทางถือได้ว่าเป็นเสน่ห์ที่ดึงดูดใจและยังสามารถสร้างความประทับใจอันดีให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยอาหารริมทางที่วางจำหน่ายบนทางเท้าเป็นอาหารที่มีรสชาติดีและนำวัตถุดิบที่นำมาประกอบอาหารและจำหน่ายบนรถเข็น ใช้วัตถุดิบที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น และมีวิธีการเตรียมที่ไม่ยุ่งยากนัก โดยมีอาหารจำหน่ายหลายชนิด เช่น อาหารทอดคำ อาหารประเภทขนมหวาน ผลไม้สด เป็นต้น ผลวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวบนพื้นที่สำรวจ ได้แก่ ถนนข้าวสาร ถนนสีลม และถนนเยาวราช พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของตนเป็นสัญญาณในการกระตุ้น จดจำ ส่งต่อ และถ่ายทอดประสบการณ์อันดีในการรับประทานอาหาร และจากการสัมภาษณ์ผู้ขาย พบว่า อาหารขายรถเข็นนั้นเป็นมากกว่าการขายอาหารโดยกลยุทธ์ในการขายอาหารนั้นเป็นการแสดงไมตรีจิต การเชิญชวน และการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกสนุกสนานร่วมไปกับการขายอีกด้วย สิ่งสำคัญคือการออกแบบประสบการณ์บนพื้นที่จริงและตัวตนแบบประสบการณ์นั้นจะถูกนำเสนอออกมาเพื่อช่วยกระตุ้นและเสริมสร้างทักษะด้านความคิดและการต่อยอดเพื่อนำไปใช้จริงอย่างต่อเนื่อง เพื่อบรรลุเป้าหมายในการเพิ่มประสบการณ์อาหารริมทางให้นักท่องเที่ยวต่างชาติให้มีความสุข อิ่มเอมกับอาหารริมทางที่ดีสะอาด และสะท้อนวัฒนธรรมอาหาร

อุทุมพร หลอดโค (2552) ศึกษาวิจัยเรื่อง การจัดการความรู้เรื่องอาหารธรรมชาติ : ศึกษากรณี บ้านหินเหิบ ตำบลพระยืน อำเภอพระยืน จังหวัดขอนแก่น โดยการศึกษาวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระบบอาหารธรรมชาติ กระบวนการจัดการความรู้เรื่องอาหารธรรมชาติ ศึกษากลไกทางสังคมที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดความรู้ของครัวเรือนและชุมชนในเรื่องอาหารธรรมชาติ ใช้กระบวนการสัมภาษณ์ สังเกต และสนทนากลุ่ม เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกจากชาวบ้าน ผู้นำหมู่บ้าน และผู้อาวุโส ผู้นำการประกอบพิธีกรรมและบุคคลที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตการเก็บหาอาหารธรรมชาติ ผลการศึกษา พบว่า ระบบอาหารธรรมชาติในชุมชนมี 3 แห่ง คือ พื้นที่ป่า พื้นที่ทางการเกษตร และแหล่งน้ำตามธรรมชาติ ซึ่งปริมาณผลผลิตอาหารตามธรรมชาติขึ้นอยู่กับสภาพอากาศในแต่ละปีของชุมชน กระบวนการจัดการความรู้เรื่องอาหารธรรมชาติของชาวบ้าน อธิบายได้ 4 ขั้นตอน คือ องค์ความรู้ที่มีอยู่ในชุมชน ชาวบ้านได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ สัมผัสจากคนรุ่นหนึ่งสู่อีกหนึ่ง ถ่ายทอดผ่านกระบวนการขัดเกลากายทางสังคม โดยมีกลไกทางสังคมเป็นส่วนสนับสนุนให้เกิดการถ่ายทอด คือ สถาบันครอบครัว เครือญาติ ความเชื่อ ประเพณี และวัฒนธรรมชุมชนและการปรับตัวตามสภาพการเปลี่ยนแปลงของทรัพยากรธรรมชาติ ทำให้ชาวบ้านคิดค้นการเอาตัวรอด พัฒนาองค์ความรู้เดิมที่เคยได้รับจากบรรพบุรุษ วิธีการถ่ายทอดมี 2 ลักษณะ คือ ลักษณะแรกเป็นการถ่ายทอดความรู้ของครอบครัว กลวิธีของชาวบ้านที่ใช้ในการถ่ายทอดองค์ความรู้ในสถาบันครอบครัว มีวิธีการถ่ายทอด เริ่มจากผู้รู้จะส่งผ่านองค์ความรู้ด้วยวิธีการสอนโดยตรงแบบตัวต่อตัวหรือแบบเป็นกลุ่มระหว่างผู้รู้และผู้เรียน สอดแทรกวิธีการเรียนรู้ในรูปแบบของการพาทำการแสดงให้เลียนแบบตามตัวอย่าง การสังเกตและจดจำการถ่ายทอดเหล่านี้จะเกิดขึ้นภายในระบบครอบครัว ซึ่งภายในครอบครัวจะถูกถ่ายทอดความรู้ให้แก่สมาชิกแต่ละรุ่นสืบต่อองค์ความรู้ต่อไป และลักษณะสอง การถ่ายทอดความรู้ของชุมชน เกิดจากอบรมทางความคิด สร้างอุดมการณ์ให้เกิดแก่เยาวชนในชุมชน โดยการใช้วิธีการถ่ายทอดความรู้ คือ ความเชื่อ เรื่องเล่า ข้อห้าม ของผู้เฒ่าผู้แก่ภายในหมู่บ้าน ใช้เป็นแนวทางการปฏิบัติของคนในชุมชน ชาวบ้านสามารถนำเอาความรู้มาประยุกต์ใช้โดยผ่านวิธีลองผิดลองถูกจริง ทดลองใช้ความรู้ แลกเปลี่ยนความรู้และมีการถ่ายทอดความรู้สู่ผู้อื่น ผลประโยชน์ที่ชาวบ้านได้รับ คือ มีอาหารบริโภคภายในครอบครัว พัฒนาทักษะจากการนำความรู้มาปฏิบัติ สร้างการเรียนรู้ร่วมกันและเกิดนวัตกรรมใหม่ภายในชุมชน เช่น การกำหนดสิทธิในการเก็บหาอาหารธรรมชาติ วิธีการอนุรักษ์พันธุ์พืชและสัตว์ต่าง ๆ รวมทั้งยกระดับความรู้ท้องถิ่นเป็นความรู้วิชาการ โดยนำความรู้ท้องถิ่นมาประยุกต์เป็นหลักสูตรท้องถิ่นเพื่อใช้ในการเรียนการสอน

ลลภา มอร์เตโร (2554) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง คำนิยามศัพท์อาหารไทยภาคกลาง และวิธีการครัวไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารวบรวมข้อมูลชื่ออาหาร คำศัพท์วัตถุดิบ เครื่องปรุงรส เครื่องเทศสมุนไพร คำศัพท์ศิลปะการปรุงและการตกแต่งอาหารไทย ศึกษาจากอาหารคาว อาหารว่างและอาหารหวาน ทำการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ คำบอกเล่าและประสบการณ์จากผู้มีชื่อเสียง ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ทรงคุณวุฒิด้านอาหารไทย นักเขียนและอาจารย์ด้านอาหารไทย เป็นต้น นำข้อมูลมาบูรณาการจัดเรียงให้อยู่ในหมวดหมู่ที่เข้าใจง่าย พบว่า คำนิยามศัพท์เรียงลำดับ ก-ฮ มีมากกว่า 100 คำ ดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องตามกระบวนการ ทั้งเอกสาร ตำราวิชาการ การสัมภาษณ์ผู้รู้และผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ และยกตัวอย่างอาหาร เช่น ขนมจีน จากข้อมูลชื่ออาหาร พบว่า ไม่ได้เกี่ยวข้องกับขนมใด ๆ และคำว่า จีน ก็ไม่ได้เกี่ยวข้องกับอาหารจีนเช่นกัน อธิบายลักษณะอาหารที่ทำมาจากแป้งข้าวเจ้าวนวดและใส่ลงในกระบอก ที่เจาะรูด้านล่าง เมื่อกดแป้งก็จะได้

แป้งลักษณะเส้นออกมา นำมาจับเรียงเป็นกลุ่ม ๆ เรียกว่า จับ หรือหั่ว เมื่อจะรับประทานให้ราดน้ำยาให้ทั่ว ใช้ช้อนตักเส้นขนมจีนพร้อมกับคลุกเคล้าให้ทั่ว และมีเครื่องเคียงผักสด ผักลวก ผักดอง ตามชอบ ทว่าไม่นิยมเติมเครื่องปรุงรสอื่น ๆ ในขนมจีน

กฤษฎพงษ์ ภูกลาง (2554) ได้ศึกษาเรื่อง “การจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมย่านคลองอ้อม จังหวัดนนทบุรี” ผลการศึกษาพบว่า การประเมินคุณค่าและศักยภาพของทรัพยากรวัฒนธรรมย่านคลองอ้อม จังหวัดนนทบุรี อยู่ในระดับสูง ความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับสิ่งแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพเศรษฐกิจและสังคม ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทรัพยากรวัฒนธรรมย่านคลองอ้อม การพัฒนาการท่องเที่ยวยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ขาดรูปแบบการท่องเที่ยวที่ชุมชนมีส่วนร่วม ดังนั้นรูปแบบที่เหมาะสมในการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมย่านคลองอ้อม จังหวัดนนทบุรี คือ การจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยชุมชนด้วยกระบวนการที่เหมาะสมกับวิถีชีวิตและทรัพยากรที่ตนมีอยู่เพื่อปรับปรุงสภาพเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม ให้อยู่ในสถานะที่สมดุล

ประภัสสร แฉ่งโพธิ์ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง “การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษาตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี” ผลการศึกษาพบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ตลาด 100 ปีสามชุก ด้านการร่วมดำเนินการตัดสินใจ อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านร่วมคิดและประเมินผลอยู่ในระดับน้อย เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยของการมีส่วนร่วมของประชาชน พบว่า ตัวแปรด้านเพศไม่มีความแตกต่าง ด้านการร่วมตัดสินใจ เพศชายมีค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศหญิง ด้านการร่วมรับผลประโยชน์และด้านร่วมติดตามประเมินผลพบว่า เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยมากกว่าชายเพศ ปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวและมีการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ตลาด 100 ปีสามชุก พบว่า ลำดับที่ 1 คือ จิตสำนึกสาธารณะ ลำดับที่ 2 คือ ความคาดหวังเกี่ยวกับผลประโยชน์ วิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศของการจัดการท่องเที่ยวของตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี มีรูปแบบการปฏิบัติที่เป็นเลิศ ดังนี้ 1) สมาชิกในชุมชนเห็นคุณค่ารู้สึกผูกพันกับสถานที่ 2) การมีส่วนร่วมของคนภายในชุมชน เพื่อแก้ไขปัญหาในชุมชน 3) การทำงานมีความชัดเจนในรูปแบบคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกมีเป้าหมาย “การทำความเจริญและพลิกฟื้นเศรษฐกิจของตลาดสามชุก” 4) การจัดสร้างพิพิธภัณฑ์ชุมชนเป็นแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ท้องถิ่น 5) ทูทางสังคม 6) การจัดกิจกรรมเพื่อการอนุรักษ์ 7) การติดต่อสื่อสารภายในชุมชน 8) การสนับสนุนจากองค์กรพัฒนาเอกชนภายนอก 9) ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและคนในชุมชน 10) การประชาสัมพันธ์

วีรวัฒน์ ประคองจิตมัน (2555) ได้ศึกษาเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวตลาดคนเดินโคยก็ ตำบลหน้าเมือง อำเภอมือง จังหวัดราชบุรี” ผลการศึกษาพบว่า ตลาดคนเดินโคยก็เกิดจากการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่กับหน่วยงานท้องถิ่นในการพัฒนาชุมชนให้มีศักยภาพและเหมาะสมกับการเป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะบริเวณโดยรอบตลาดคนเดินโคยก็ที่ติดกับแม่น้ำแม่กลอง มีบ้านเรือนของประชาชนที่มีเอกลักษณ์เป็นตึกแถวไม้เก่าโบราณตลอดแนวเส้นทางเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวอย่างมาก นอกจากนี้ประชาชนในพื้นที่ยังให้ความร่วมมือด้านสถานที่ที่มีการตกแต่งบ้านเรือนให้เข้ากับบรรยากาศตลาดเก่าโคยก็ การมีส่วนร่วมของชุมชนจึงเป็นสิ่งสำคัญมาก แต่ภายหลังวาระการทำงานของนายกเทศมนตรีท่านสิ้นสุดลง ส่งผลกระทบต่อโครงการตลาดคนเดินโคยก็ เนื่องจากไม่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานท้องถิ่นเท่าที่ควร ร้านค้าเริ่มน้อยลง กิจกรรม

บางส่วนถูกยกเลิก ส่งผลกระทบทำให้มีนักท่องเที่ยวลดจำนวนลง ดังนั้นจะต้องอาศัยความร่วมมือร่วมแรง ร่วมใจของประชาชนในพื้นที่ร่วมกันคิด ร่วมกันออกแบบ ร่วมกันจัดการและร่วมกันพัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยวตลาดคนเดินโดยให้คงอยู่ต่อไป

จิราณัฐ โสภาก และคณะ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในภูมิภาคอาเซียน มีผลการวิจัย คือ การจัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารจำนวน 7 เส้นทางใน 7 ประเทศ โดยเลือกเส้นทางเป็นแบบ One Day Trip และเลือกเมืองที่เป็นเมืองมรดกโลกหรือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์

1) หลวงพระบาง - เข้า ตักบาตรข้าวเหนียว -> ตลาดเช้าเมืองหลวงพระบางและรับประทานอาหารเช้า -> พระราชวังหลวงพระบาง -> พระธาตุหมากโม (วัดวิชุนราช) -> วัดเชียงทอง -> เที่ยง รับประทานอาหารเช้า (ส้มตำลาว, ไข่อั่วข้าวเหนียว) -> บ่าย วัดพระบาทใต้ -> ตลาดโพธิ์ -> เย็น พระธาตุพูสี -> ค่ำ รับประทานอาหาร (สลัดหลวงพระบาง, เอาะหลาม, หมกปลาพอก) -> เดินตลาดมืด (Night market)

2) ฮานอย - เข้า รับประทานอาหารเช้า (เฟอ, ขนมปังฝรั่งเศส) -> สุสานของ โฮจิมินห์ -> พิพิธภัณฑ์โฮจิมินห์ -> เจดีย์เสาเดียว -> ถนนย่านการค้า 36 สาย (E) -> เที่ยง รับประทานอาหารเช้า (ปอเปี๊ยะ, หมูย่าง, กาแฟเวียดนาม) -> บ่าย ทะเลสาบคินดาบ -> วัด หง็อก เซิน -> วิหารวรรณกรรม -> เย็น การแสดงหุ่นกระบอกน้ำ -> ตลาดค้ำ (Night market) (A)

3) เสียมเรียบ - เข้า รับประทานอาหารเช้า (ข้าวต้มทรงเครื่อง ขนมปังฝรั่งเศส) -> ปราสาทนครวัด -> นครธม ปราสาทบายน -> เที่ยง รับประทานอาหารเช้า (แกงเผ็ด, ปลาร้าทอด, อาม็อก) -> บ่าย ปราสาทบันทายสรี -> ปราสาทตาพรหม -> พนมบาเค็ง -> เย็น รับประทานอาหารเช้าและชมโชว์ระบำอัปสรา -> ถนนคนเดินเสียมเรียบ

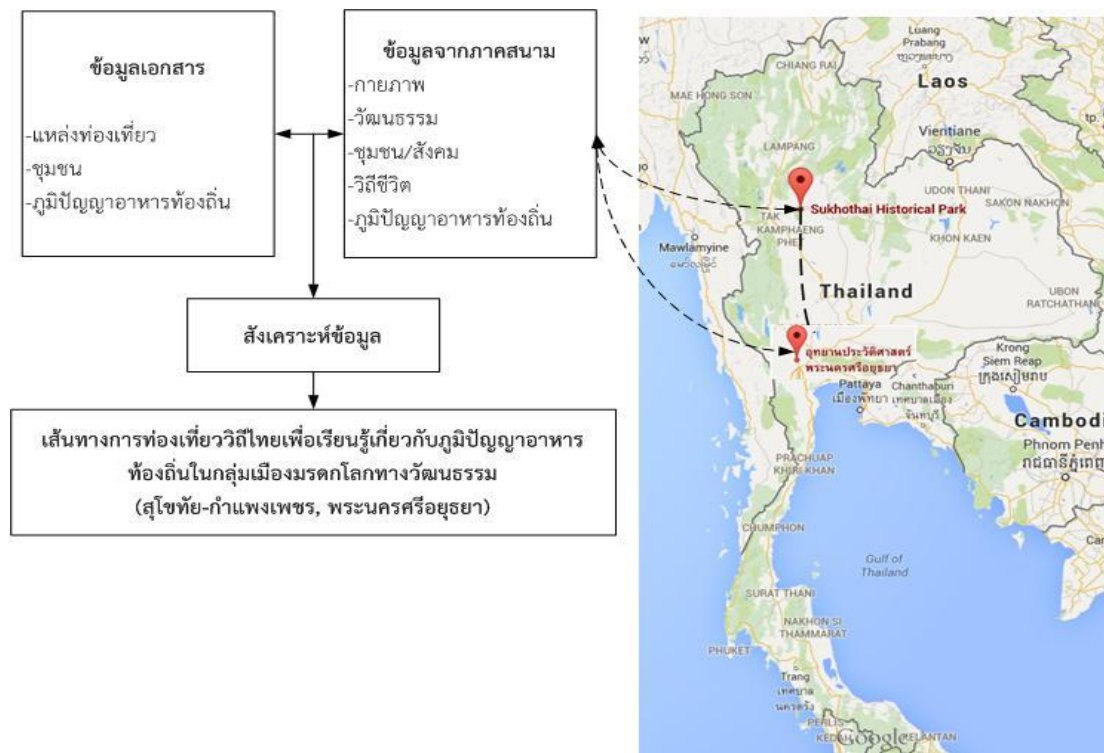
4) มะละกา - เข้า รับประทานอาหารเช้า (นาซีเลอมักและบะเก็ดเต้) -> ถนนคนเดินเมืองมะละกา -> วัดเซ่งฮุนเตง -> เที่ยง รับประทานอาหารเช้า (ข้าวมันไก่ไหหลำ) -> บ่าย จัตุรัสดัชส์แควร์ -> โบสถ์เซนต์ปอล -> ป้อมปืน A'Famosa -> เย็น รับประทานอาหารเช้า (โรตีมะตะปะ, หยีซัง)

5) พม่า - เข้า รับประทานอาหารเช้า (พืชมืองตลาดสก๊อต (โมอิงกา) -> พระพุทธไสยาสน์เจ้าทัตยี -> เจดีย์โบดาทาวน์ -> เทพทันใจ (นัตโบบอ) -> วัดพระเขี้ยวแก้วจันทน์ -> เที่ยง รับประทานอาหารเช้า (กุ่มแม่น้ำย่าง, น้ำพริกปลาป่น, ฟองเต้าหู้ทอด) -> บ่าย เจดีย์เยเลพญา -> เย็น รับประทานอาหารเช้าและชมโชว์การะเวก -> พระมหาเจดีย์ชเวดากอง

6) สิงคโปร์ - เข้า รับประทานอาหารเช้า (หมี่โกเร็ง, ผัดหมี่ฮกเกี้ยน) -> วัดเจ้าแม่กวนอิม -> วัดเทียนฮกเก้ง -> วัดพระเขี้ยวแก้ว -> วัดศรีมารีอัมมันต์ -> เที่ยง รับประทานอาหารเช้า (ข้าวมันไก่ สิงคโปร์, ซี่โครงหมูป) -> บ่าย เมอร์ไลออน -> อนุสาวรีย์เชอร์โทมัส สแตมฟอร์ด แรฟเฟิลส์ -> ชันเทคซิตี้ -> ซุปปิ้งบนถนนออชาร์ด -> เย็น รับประทานอาหารเช้า (อาหารจีน) -> คลาร์กควีย์

7) พระนครศรีอยุธยา - เข้า รับประทานอาหารเช้า (ตลาดหัวรอ) -> วัดไชยวัฒนาราม -> วัดพนัญเชิงวรวิหาร -> ตลาดน้ำกรุงเก่าวัดท่าการ้อง -> เที่ยง รับประทานอาหารเช้า (ก๋วยเตี๋ยวเรือ, ก๋วยเตี๋ยวไก่ฉีก) -> บ่าย วัดใหญ่ชัยมงคล -> วัดมหาธาตุ -> วัดมงคลบพิตร + ชี้อั้ง -> เย็น รับประทานอาหารเช้า (แกงเขียวหวาน ต้มยำกุ้ง กุ้งแม่น้ำเผา)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยววิถีไทยเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นในกลุ่มเมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรม (สุโขทัย ศรีสัชนาลัยและกำแพงเพชร พระนครศรีอยุธยา) มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว ของการท่องเที่ยววิถีไทยเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นในกลุ่มเมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรม (สุโขทัย-กำแพงเพชร พระนครศรีอยุธยา) มีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยการนำองค์ความรู้จากโครงการย่อย 1 มาบูรณาการและลงพื้นที่เพื่อสำรวจและพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว โดยมีประเด็นในการศึกษาประกอบด้วย บริบทในพื้นที่ ลักษณะทางกายภาพ แหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม วิถีชีวิต ชุมชน และภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่น และการสัมภาษณ์นักวิชาการ ปรชาญชาวบ้าน กลุ่มอาชีพและชุมชน จำนวน 20 คน หลังจากได้เส้นทางท่องเที่ยวแล้วจะมีการประเมินเส้นทางท่องเที่ยวโดยบริษัทนำเที่ยวและผู้เชี่ยวชาญถึงความเป็นไปได้ในการเปิดเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ที่ได้นำมาพัฒนาขึ้น และสุดท้าย คือ พัฒนาให้เป็น e-Routing ที่อยู่บนเว็บไซต์ที่เป็นเส้นทางท่องเที่ยวแบบอิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถใส่รายละเอียดและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวลงไปได้