

นวัตกรรมการจัดการเชิงกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ด้านอาหาร จังหวัดเพชรบุรี
Strategic Management Innovation for Food Cultural Tourism
In Phetchaburi Province

สุภาวินี ไบว์สุวรรณ¹, ฐิติมา ไห้ลายอง² และภคมน โภคะธีรกุล³
Supawinee Bowsuwan¹, Thitima Holumyong² and Pakamon Pokathirakul³

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์^{1,2,3}
College of Innovative Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin, Thailand^{1,2,3}
Corresponding Author, E-mail: Supawinee.bow@rmutr.ac.th¹

Retrieved 18-09-2024 Revised 23-11-2024; Accepted 02-12-2024

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพรรณนาบริบทการจัดการเชิงกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านอาหาร จังหวัดเพชรบุรี 2) เพื่อระบุปัญหาการจัดการเชิงกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านอาหาร จังหวัดเพชรบุรี 3) เพื่อเสนอรูปแบบนวัตกรรมการจัดการเชิงกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านอาหาร จังหวัดเพชรบุรี การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 15 คน ได้แก่ เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้ประกอบการ ตัวแทนชุมชน และนักท่องเที่ยว การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกและ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์แก่นสาระ

ผลการวิจัยพบว่า 1) บริบทการจัดการเชิงกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านอาหาร จังหวัดเพชรบุรี มีอาหารท้องถิ่นมีเอกลักษณ์ มีมรดกทางวัฒนธรรมอาหาร จึงเป็นการสร้างโอกาสให้กับการค้าและการท่องเที่ยวของจังหวัด 2) ปัญหาการจัดการเชิงกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านอาหาร จังหวัดเพชรบุรี พบว่า ขาดการสร้างความร่วมมือของหน่วยงาน ข้อมูลด้านสารสนเทศ การสร้างการรับรู้ รวมถึงการประเมินผลและการติดตามผลการดำเนินงาน 3) รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ประกอบด้วย (1) มีกลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านอาหาร (2) การบูรณาการของหน่วยงานแต่ละภาคส่วน และ (3) การสนับสนุนจากรัฐ

คำสำคัญ: การจัดการเชิงกลยุทธ์ , การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม , จังหวัดเพชรบุรี

Abstract

The objectives of this article were to: (1) Describe the context of strategic management innovation for food cultural tourism. (2) Identify strategic management challenges in food cultural tourism in Phetchaburi Province. (3) Propose a model of strategic management innovation for food cultural tourism in Phetchaburi Province. This study employed a qualitative research design. The sample consisted of 15 key informants, including government officials, entrepreneurs, community representatives, and tourists. Data collection was conducted through in-depth interviews, and the data were analyzed using thematic analysis.

The results of the research revealed as follows:

1. Context of Strategic Management in Food Cultural Tourism:
 - Phetchaburi Province possesses unique local foods and a rich food cultural heritage, which create opportunities for trade and tourism in the region.
2. Challenges in Strategic Management:
 - Key challenges identified include: Lack of cooperation among agencies, Insufficient use of big data, Limited awareness of food cultural tourism, Weak performance evaluation and progress monitoring systems.
3. Proposed Model for Strategic Management Innovation:
 - The proposed model for food cultural tourism includes: (1) Developing strategies for managing food cultural tourism effectively. (2) Integrating efforts across agencies and sectors. (3) Ensuring consistent government support.

Keywords: Strategic management , Cultural tourism , Phetchaburi Province

บทนำ

การพัฒนาเมืองสู่การเป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์เป็นเป้าหมายที่สำคัญ ของการยกระดับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมของจังหวัดเพชรบุรี (วันเพ็ญ มังศรี ,2566) โดยมุ่งเน้นการพัฒนาเมืองให้เกิดความยั่งยืนตามแนวทางขององค์การยูเนสโก (UNESCO Creative Cities Network) ที่กำหนดเป้าหมายสำคัญของการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน ในมิติของเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม เมืองที่เป็นสมาชิกเครือข่ายฯ มีหน้าที่ แลกเปลี่ยน ถ่ายทอดประสบการณ์ องค์ความรู้ ช่วยส่งเสริมและเผยแพร่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์และ วัฒนธรรม สนับสนุนสิทธิทางวัฒนธรรมและการนำเอาวัฒนธรรมมาเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาเมืองอย่าง ยั่งยืน รวมถึงการร่วมกันขับเคลื่อนเมืองเพื่อบรรลุเป้าหมายตามวาระการพัฒนาที่ ยั่งยืน ค.ศ. 2030 ของ องค์การสหประชาชาติ (The 2030 Agenda for Sustainable

Development) (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2562) ที่กำหนดเป้าหมายสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) เพื่อให้เมืองเกิดการพัฒนาในทุกมิติที่เกื้อกูลกัน ระหว่างมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจน การเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถการพึ่งพาตนเอง (Self-reliance) ด้วยบริบทและศักยภาพของเมืองที่มีความพร้อมในการเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร ทำให้จังหวัดเพชรบุรีต้องทำงาน เชิงรุกในการบูรณาการกับทุกภาคส่วนผ่านกลไกภาคีเครือข่าย ภาครัฐ ภาคเอกชน เพื่อระดมความคิดเห็นที่เป็น ประโยชน์ต่อการพัฒนาเมืองให้สอดคล้องกับแนวทางของ UN ตามเป้าหมายการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน SDGs โดยมีเป้าหมายการพัฒนา เมืองภายใต้แนวคิดเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก อยู่ 4 มิติ ได้แก่ มิติที่ 1 การพัฒนาเมืองให้เกิด การส่งเสริมความร่วมมือระหว่างเมืองและประเทศที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ มิติที่ 2 การสนับสนุนการขับเคลื่อนโครงการที่ริเริ่มโดยเมืองสมาชิกที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ มิติที่ 3 เน้นการส่งเสริมการสร้างสรรค์การผลิต การจัดทำหมาย การเผยแพร่กิจกรรมสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมให้เป็นทุนทางวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัด มิติที่ 4 การพัฒนาเมืองให้เป็นศูนย์กลางทางความคิด สร้างสรรค์และนวัตกรรมรวมถึงสร้างโอกาสให้กับ นักสร้างสรรค์และวิชาชีพสร้างสรรค์ พัฒนาการเข้าถึงและการเผยแพร่สินค้าและบริการทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะในกลุ่ม ผู้ด้อยโอกาสใช้วัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์เป็นหัวใจ สำคัญในการวางแผนกลยุทธ์ของเมือง (วันเพ็ญ มังศรี ,2566)

เมืองสร้างสรรค์ (Creative City) ตามคำจำกัดความของ UNESCO คือเมืองที่มีกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย และมีส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของเมืองนั้น ๆ มีรากฐานจากความมั่นคงทางสังคมและวัฒนธรรม มีการรวมกลุ่มกันอย่างหนาแน่นของคน ที่ทำงานสร้างสรรค์ คนและวัฒนธรรมท้องถิ่นมีส่วนสำคัญที่ทำให้เมืองมีพื้นที่ในการแสดงความคิดสร้างสรรค์ ทำให้เกิดการรวมตัวทางสังคม ตลอดจนความเป็นท้องถิ่นนี้เองที่แสดงออกหรือสื่อออกมาทางศิลปะในรูปแบบต่าง ๆ และกิจกรรมทางวัฒนธรรม ที่นำไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งการเข้าร่วมสามารถทำให้เกิดการสนับสนุนเสริมสร้างการเรียนรู้กัน (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน องค์การมหาชน , 2566)

จังหวัดเพชรบุรีได้ กำหนดวิสัยทัศน์ของจังหวัด คือ เพชรบุรีเมืองต้นแบบตามศาสตร์พระราชา นำอยู่ นำกิน นำเที่ยว สู่มืองสร้างสรรค์ระดับสากล อย่างยั่งยืน และกำหนดให้เป็นเมือง สร้างสรรค์ด้านอาหารให้อยู่ ในยุทธศาสตร์ของจังหวัด ในปี 2566-2570 “การพัฒนาความมั่งคั่งด้านเศรษฐกิจจากฐานการท่องเที่ยวการค้า การบริการ และการเกษตรแบบครบ วงจร” ซึ่งตอบสนอง ต่อทิศทางการพัฒนาที่ยั่งยืน SDGs (Sustainable development goals) ของสหประชาชาติมีเป้าหมายเพื่อ การกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม สร้างรายได้แก่ชุมชน ฐานราก สร้างงานและอาชีพแก่ประชาชนมีแผนงานหลัก ส่งเสริมให้พื้นที่ที่มีความสมบูรณ์ด้านอาหาร และเป็นศูนย์กลางการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยเกษตรสร้างสรรค์ มีนวัตกรรมที่ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะเชื่อมโยงไปถึง การรักษาสิ่งแวดล้อมอันเป็นพื้นที่และทรัพยากร

สำคัญของตนเอง ที่เป็นทั้งแหล่งผลิต ที่อยู่ แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะนำรายได้มาสู่ชาวเพชรบุรีมีกลยุทธ์สำคัญ คือ การพัฒนาการเกษตรแบบครบวงจร การพัฒนาสภาพแวดล้อมเมืองเพื่อรองรับการท่องเที่ยวและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เข้มแข็ง

เมื่อพิจารณาความเป็นมา ความสำคัญของข้อมูลข้างต้นสะท้อนถึงเหตุผลสำคัญในการที่ ผู้วิจัยศึกษารูปแบบและกลยุทธ์การจัดการเชิงกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรี ตามบริบทสังคมประเทศไทย ซึ่งเป็นองค์ประกอบของการพัฒนาการจัดการเชิงกลยุทธ์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรี ที่ต้องให้ความสำคัญที่ผ่านมายังไม่มีการจัดทำรูปแบบและการจัดการเชิงกลยุทธ์ ของจังหวัดเพชรบุรีอย่างชัดเจน ขาดการพัฒนาเชื่อมโยงเพื่อจัดการ การจัดการเชิงกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรีให้เป็นต้นแบบการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมสร้างสรรค์ต่างๆ ดังนั้นเพื่อเป็นแนวทางการเพิ่มแรงจูงใจและกระตุ้นให้เกิดพื้นที่สร้างสรรค์เพิ่มขึ้นในประเทศไทย จึงจำเป็นต้องกำหนดรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการพื้นที่สร้างสรรค์ให้ชัดเจนและควรทำอย่างต่อเนื่อง มีการพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานหรือสิ่งอำนวยความสะดวกรวมถึงบริการต่างๆ ให้มีความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยว อีกทั้งหน่วยงานภาครัฐที่ปฏิบัติงานและดูแลรับผิดชอบงาน ด้านการท่องเที่ยว ได้ทราบข้อมูลพื้นที่การจัดการเชิงกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรีที่เป็นข้อมูลทางวิชาการ เพื่อใช้ในการกำหนด รูปแบบและกลยุทธ์การจัดการเชิงกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรีอื่นๆต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) พรรณนาบริบทการจัดการเชิงกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านอาหาร จังหวัดเพชรบุรี
- 2) ระบุปัญหาบริบทการจัดการเชิงกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านอาหาร จังหวัดเพชรบุรี
- 3) สร้างรูปแบบนวัตกรรมจัดการเชิงกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านอาหาร จังหวัดเพชรบุรี

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์

การจัดการเชิงกลยุทธ์ เป็นการบริหารอย่างมีระบบที่ต้องอาศัยวิสัยทัศน์ของผู้นำ และอาศัยการวางแผนอย่างมีขั้นตอน โดยผ่านการตัดสินใจและการประเมินแล้วว่า เหมาะสมกับองค์การ และสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง อันจะนำความสำเร็จมาสู่องค์การได้ (Pearce และ Robison , 2009) ได้กล่าวว่า การจัดการเชิงกลยุทธ์ คือชุดของการตัดสินใจ และการกระทำ ที่ส่งผลให้เกิดการจัดทำแผนและการปฏิบัติตามแผน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ ส่วน (Pitts และ Lei , 2000) กล่าวว่า การจัดการเชิงกลยุทธ์ เป็นความคิด แผนงานและการกระทำที่ องค์การนำมาใช้ก่อให้เกิดผลสำเร็จ ได้เปรียบคู่แข่ง ซึ่งสอดคล้องกับ Khonkumkard (2013) อ้างถึงใน (วิภาดา มุกตา ,2563) ได้ศึกษาการจัดการเชิงกลยุทธ์ด้าน

ธุรกิจบริการของการท่องเที่ยวชายแดนของ จังหวัดนครพนมภายใต้บริบทประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ผลการวิจัยพบว่า สามารถกำหนดกลยุทธ์ ด้านธุรกิจบริการของการท่องเที่ยวชายแดนของจังหวัดนครพนมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนแบ่งเป็น 3 กลยุทธ์ คือ 1) กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กร 2) กลยุทธ์ด้านการพัฒนาบุคลากร 3) กลยุทธ์ด้านการเพิ่ม ความสามารถในการแข่งขันธุรกิจบริการของการท่องเที่ยวชายแดน ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า การจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นการบริหารอย่างมีระบบที่ต้องอาศัยวิสัยทัศน์ของผู้นำ และอาศัยการวางแผนอย่างมีขั้นตอน โดยผ่านการตัดสินใจและการประเมินแล้วว่าเหมาะสมกับ องค์กรและสามารถนำมาปฏิบัติได้จริง อันจะนำความสำเร็จมาสู่องค์กรได้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การเดินทางเพื่อศึกษา เรียนรู้ สัมผัสวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีพิธีกรรมของชาวบ้านในด้านต่างๆ อย่างลึกซึ้งโดยมุ่งเน้นไปทางด้าน ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตชุมชน ความเป็นอยู่ การดำเนินชีวิต การทำมาหากินของชาวบ้าน ชุมชน ตลาด โดยไม่สร้างผลกระทบวัฒนธรรมของคนในชุมชน (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา , 2548) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การเดินทางของผู้คนหรือกลุ่มคนจากสถานที่ที่อยู่ประจำไปยังท้องถิ่น เพื่อชื่นชมกับเอกลักษณ์ ความงดงามทาง วัฒนธรรมของกลุ่มชนอื่น ทั้งนี้จะต้องเคารพในวัฒนธรรมของกันและกัน เพื่อก่อให้เกิดมิตรภาพความรู้ ความเข้าใจและความซาบซึ้งตื้นใจในวัฒนธรรมของชุมชนนั้นๆอีกทั้ง ต้องคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดต่อบุคคลวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมในชุมชนนั้นให้น้อยที่สุด ในขณะเดียวกันชุมชนท้องถิ่นผู้เป็นเจ้าของ วัฒนธรรมก็ได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวในด้านการ สร้างรายได้และการจ้างงาน อันนำมาซึ่งการพัฒนา เศรษฐกิจและสังคม

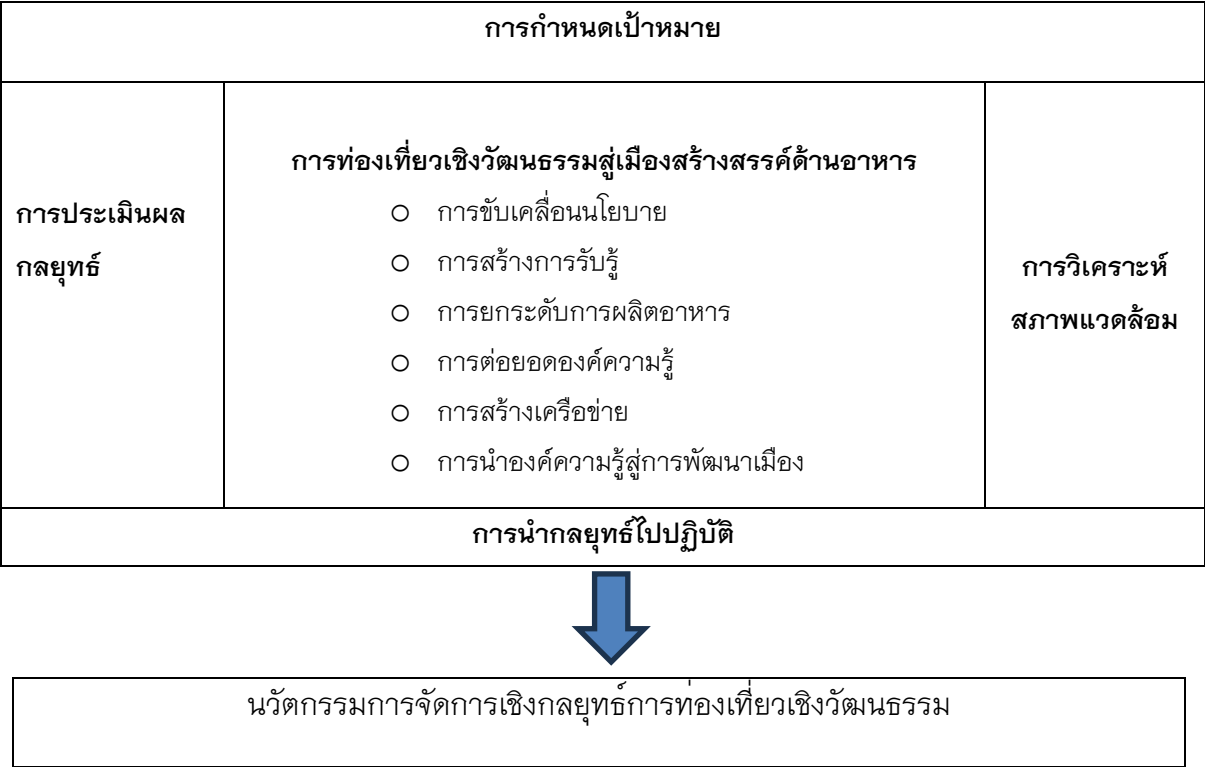
การขับเคลื่อนเมืองเพชรบุรี สู่มืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก

เพชรบุรีมี ประวัติศาสตร์มายาวนานกว่า 2,000 ปี เป็นเมืองท่าสำคัญบนชายฝั่งอ่าวไทยในอดีตมี หลักฐานการส่ง ลำภาไปค้าขายยังภูมิภาคต่าง ๆ สมัยอยุธยาซึ่งมีช่วงการ ทำสงครามบ่อยครั้ง เพชรบุรี ซึ่งมีวัตถุดิบอาหารอุดม สมบูรณ์ ได้รับหน้าที่ เป็นเมืองเสบียงของเมืองหลวง บ่อน อาหารเลี้ยง กองทัพตลอดการสงครามอันยาวนาน ครั้นใน สมัยรัตนโกสินทร์ตอนกลาง เพชรบุรี เป็นหัวเมืองแรก ๆ ที่ มีรถไฟไปถึงทำให้กลายเป็นเมืองสำคัญในการส่งออก วัตถุดิบอาหารท้องถิ่นไปยังเมืองอื่น ๆ เรื่อยมา (วันเพ็ญ มังศรี ,2566) เป้าหมายสำคัญของการพัฒนาเมืองไปสู่ความยั่งยืน ด้วยความอุดมสมบูรณ์ด้าน ทรัพยากรธรรมชาติของ เมืองเพชรบุรี และความหลากหลายทางชีวภาพในพื้นที่มรดกโลกอุทยานแห่งชาติ แก่งกระจาน จากภูผาสู่หุบเขาที่ ก่อให้เกิดวัตถุดิบที่ทรงคุณค่าในการรังสรรค์อาหาร ที่เชื่อมโยง ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่สำคัญของประเทศ จน ได้รับการขนานนามว่าเป็นเมืองแห่ง 3 รสชาติ ได้แก่ รสเค็มจากแหล่งเกลือสมุทรที่มีความสะอาดบริสุทธิ์ รสเปรี้ยว จากมะนาวแป้นที่เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications หรือ GI) และรสหวานจากน้ำตาลโตนด ที่สืบทอดกรรมวิธีและความเป็นมาคู่ เมืองเพชรบุรี เป็นต้น ซึ่งความล้ำเลิศของวัตถุดิบในการปรุงอาหารจะปรากฏ อยู่ในอาหารทั้งคาวและ หวาน ได้แก่ แกงคั่วหัวตาล ขนมจีนทอดมัน ข้าวแช่ กวยเตี๋ยวน้ำแดง และขนมหม้อแกง รวมถึงขนมหวาน

อันโด่งดัง จนกล่าวได้ว่าอาหารเมืองเพชร เป็นสิ่งซึ่งสะท้อนการผสมผสานทุนทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตและความหลากหลายของระบบนิเวศที่เป็นสมบัติล้ำค่าของคนเมืองเพชรบุรีได้อย่างลงตัว สอดคล้อง กับ (ลภัสรดา สหสพาศน์ , 2560) ศึกษาเรื่องรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการพื้นที่สร้างสรรค์จังหวัดเพชรบุรี ตามบริบทสังคมประเทศไทย 4.0 จังหวัดเพชรบุรี มีศักยภาพที่โดดเด่นในด้านการท่องเที่ยวและด้าน เกษตรกรรม ส่วนด้านสังคมแม้จังหวัดเพชรบุรีจะมีทุนทางสังคมสูง เช่น ภูมิปัญญา วัฒนธรรม แต่กลับพบ ปัญหาด้านความมั่นคงในด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พบปัญหามลพิษจากอุตสาหกรรมใน พื้นที่และปัญหาการบริหารจัดการน้ำ 2) องค์ประกอบของรูปแบบการจัดการพื้นที่สร้างสรรค์จังหวัด เพชรบุรี มีแนวคิดหลักในการพัฒนาพื้นที่ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม 3) กลยุทธ์ ชการจัดการพื้นที่ สร้างสรรค์จังหวัดเพชรบุรีตามบริบทสังคมประเทศไทย 4.0 ควรประกอบด้วย กลยุทธ์ที่ 1) สร้างรูปแบบใน การพัฒนาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาเชิงเศรษฐกิจบนพื้นฐานอัตลักษณ์และอารยธรรมสู่การเป็นพื้นที่ สร้างสรรค์ กลยุทธ์ที่ 2) การใช้ประโยชน์จากการจัดการพื้นที่สร้างสรรค์จังหวัดเพชรบุรีอย่างมี ประสิทธิภาพสูงสุด และกลยุทธ์ที่ 3) ขับเคลื่อนการจัดการพื้นที่สร้างสรรค์จังหวัดเพชรบุรีให้เป็นเมือง ต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และ 4) รูปแบบและกลยุทธ์ทั้งหมดได้ผ่านการนำเสนอและรับรองในที่ประชุม เชิงนโยบายจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดัง ภาพที่1 เพื่อเป็นแนวทางในโดยพิจารณาจาก รูปแบบนวัตกรรมจัดการเชิงกลยุทธ์ การท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมสู่เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร จังหวัดเพชรบุรี การขับเคลื่อนนโยบาย การสร้างการรับรู้ การ ยกระดับการผลิตอาหาร การต่อยอดองค์ความรู้ การสร้างเครือข่าย การนำองค์ความรู้สู่การพัฒนาเมือง โดยมีรายละเอียด ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

- 1.งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ พื้นที่การวิจัยคือผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับการจัดการเชิงกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรี ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 15 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างชนิดปลายเปิด (Structure In-Depth Interview) และการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม ใช้การวิจัยเอกสาร วิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลแล้วนำมาเขียนบรรยายเชิงพรรณนา
2. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) จำนวน 15 คน โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มดังนี้
- กลุ่มที่ 1 เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานที่รับผิดชอบ การท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 4 คน
 - กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ผู้ที่ ดำเนิน ธุรกิจ เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยว เชิง วัฒนธรรม ใน จังหวัด เพชรบุรี จำนวน 3 คน
 - กลุ่มที่ 3 ชุมชน ประกอบด้วย ประชาชนผู้อยู่อาศัยในพื้นที่ที่ได้รับผลจากการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 4 คน
 - กลุ่มที่ 4 นักท่องเที่ยว ประกอบด้วย นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวใน จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 4 คน
3. เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างชนิดปลายเปิด (Structure In-depth Interview) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการกำหนดเป้าหมายในการจัดการเชิงกลยุทธ์

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรี แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการวิจัยโดยคำถามที่กำหนดไว้ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 บริบทการจัดการเชิงกลยุทธ์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรี

ส่วนที่ 2 ปัญหาการจัดการเชิงกลยุทธ์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรี

ส่วนที่ 3 รูปแบบนวัตกรรมจัดการเชิงกลยุทธ์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรี

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล มีรายละเอียดดังนี้

4.1 การสัมภาษณ์ (Interview) การวิจัยครั้งนี้ใช้ทั้งการสัมภาษณ์แบบกึ่งทางการ (Semi-Formal Interview) และการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Information Interview) ดำเนินการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้ประกอบการ ชุมชน นักท่องเที่ยว จำนวน 15 คน โดยคำถามที่จะใช้เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์

4.2 การสังเกตการณ์ (Observation) ใช้การสังเกตการณ์ทั้งแบบมีส่วนร่วม และไม่มีส่วนร่วม ในการจัดการเชิงกลยุทธ์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรีในด้านต่างๆ ดังนี้ การกำหนดเป้าหมาย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม การกำหนดกลยุทธ์ การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ การประเมินผล

4.3 การค้นคว้าผ่านเอกสาร (Documentary Research) เป็นการศึกษาผ่านเอกสารต่าง ๆ ตั้งแต่แผนงานดำเนินการ แผนงบประมาณ รายงานผล การดำเนินการและเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติงาน นอกจากนั้นยังศึกษาผ่านเว็บไซต์ ผลงาน ทางวิชาการ งานวิจัย และงานศึกษาต่างๆที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับปฐมภูมิและทุติยภูมิเพื่อให้เกิดการศึกษา

5. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยแบ่งกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การศึกษาเอกสารด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) นำเสนอข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนา และการ สัมภาษณ์เชิงลึกคำถาม (In-depth Interview) ผู้วิจัยใช้หลักการวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis) เป็นการรวบรวมข้อมูลจากผู้สัมภาษณ์ทั้งหมดแล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 นโยบายและแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านอาหาร จังหวัดเพชรบุรีพบว่า จังหวัดเพชรบุรีเป็นที่รู้จักด้านอาหารไทยต้นตำรับ ซึ่งมีสูตรอาหารที่เป็นเอกลักษณ์และมีความหลากหลาย ทางจังหวัดเพชรบุรีได้ขับเคลื่อนนโยบายของรัฐบาลในการสร้างความเข้มแข็งให้แก่ระบบเศรษฐกิจฐานรากในระดับชุมชนและท้องถิ่นโดยมุ่งส่งเสริมการต่อยอดวัฒนธรรมด้วยการนำคุณค่าของวัฒนธรรมมาสร้างสรรค์สินค้าและบริการเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการทางวัฒนธรรม สำหรับนโยบายเชิงวัฒนธรรมด้านอาหารในจังหวัดเพชรบุรีมุ่งเน้นการส่งเสริมและอนุรักษ์วัฒนธรรมอาหารของชาวบ้าน รวมถึงสนับสนุนให้กับผู้ประกอบการอาหารและร้านอาหารท้องถิ่น

อาหารที่มีคุณภาพและอร่อยให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างการรับรู้ของนักท่องเที่ยวด้านการเป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิต โดยการจัดกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหาร เช่น การนำเสนอเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของอาหารในพื้นที่

ดังนั้น การวางแผนที่ดีและการสร้างร่วมมือระหว่างส่วนราชการ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้กลยุทธการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านอาหารในจังหวัดเพชรบุรีสามารถประสบความสำเร็จและเสริมสร้างเศรษฐกิจในพื้นที่ได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ที่ 2. ปัญหาการจัดการเชิงกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านอาหาร จังหวัดเพชรบุรี ด้านการกำหนดเป้าหมาย พบว่า“ปัจจุบันเพชรบุรีมีวัตถุดิบมากมายสำหรับการทำอาหาร เช่น น้ำตาลตโนด นอกจากนั้น ยังมีองค์ความรู้ด้านอาหารเป็นอย่างดี เราจะเห็นเพชรบุรีขึ้นชื่อเรื่องของหวาน แต่สิ่งเหล่านี้ยังไม่ได้ถูกรวบรวมให้เป็นภาพลักษณ์ที่ขายได้ ลักษณะปัจจุบันคือยังเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ถ่ายทอดต่อกันมา ดังนั้น จึงมีความเป็นไปได้ที่จะยกขึ้นเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารแต่ต้องอาศัยกระบวนการขับเคลื่อนอย่างเป็นระบบ” (ผู้ประกอบการ, วันที่ 13 พฤษภาคม พ.ศ. 2566, ชุมชน, วันที่ 9 มิถุนายน 2566) “ขาดแหล่งข้อมูลการเชื่อมโยงร้านอาหารที่น่าสนใจ, อาหารท้องถิ่น, หรือเทคนิคการทำอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ในพื้นที่ และขาดทรัพยากรที่จำเป็น เช่น บุคคลที่มีความรู้และทักษะในการสร้างประสบการณ์อาหารที่น่าสนใจ” (นักท่องเที่ยว, วันที่ 30 มิถุนายน 2566) “ปัจจุบันเพชรบุรีมีวัตถุดิบมากมายสำหรับการทำอาหาร เช่น น้ำตาลตโนด นอกจากนั้น ยังมีองค์ความรู้ด้านอาหารเป็นอย่างดี เราจะเห็นเพชรบุรีขึ้นชื่อเรื่องของหวาน แต่สิ่งเหล่านี้ยังไม่ได้ถูกรวบรวมให้เป็นภาพลักษณ์ที่ขายได้ ลักษณะปัจจุบันคือยังเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ถ่ายทอดต่อกันมา ดังนั้น จึงมีความเป็นไปได้ที่จะยกขึ้นเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารแต่ต้องอาศัยกระบวนการขับเคลื่อนอย่างเป็นระบบ” การสนับสนุนจากรัฐ สำหรับประชาชนในพื้นที่มีความต้องการที่จะช่วยผลักดันนโยบายนี้ แต่ยังไม่ทั่วถึงทั้งจังหวัด มีเพียงบางกลุ่มเท่านั้น เนื่องจากการสื่อสารนโยบายยังไม่ถึงพื้นที่ห่างไกลเมือง ซึ่งส่วนหนึ่งที่ชาวบ้านในพื้นที่ไม่ช่วยผลักดันอาจจะเป็นเพราะมองไม่เห็นว่าจะเป็นไปได้จริง หรือมองไม่เห็นประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นรวมทั้งการสื่อสารความรู้เกี่ยวกับนโยบายไปถึงพื้นที่จริง ๆ”

สำหรับการจัดการเชิงกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านอาหารในจังหวัดเพชรบุรีนั้น ในการกำหนดเป้าหมายมีแนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจน ซึ่งจะก่อให้เกิดความเข้าใจและการดำเนินงานที่มีทิศทางตาม กลยุทธ์โดยมีการสร้างความร่วมมือกับส่วนราชการและภาคเอกชน หรือสร้างพันธมิตรกับธุรกิจท้องถิ่น เช่น ฟาร์มสินค้าเกษตร, โรงงานอาหารท้องถิ่น, และโรงแปรรูปอาหาร เพื่อสนับสนุนภูมิปัญญาท้องถิ่นและการพัฒนาท้องถิ่น การที่ส่วนราชการและภาคเอกชนให้ร่วมมือกันอาจทำให้เกิดความรวดเร็วและประสิทธิภาพในการดำเนินการ ดังนั้น ความสำเร็จในการจัดการเชิงกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องสร้างความร่วมมือระหว่างภาคเอกชนและภาครัฐในการสนับสนุนการพัฒนาอาหารและวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม บางครั้งยังขาดแรงจูงใจหรือการสนับสนุนจากรัฐบาลหรือหน่วยงานท้องถิ่นในการพัฒนาสินค้าเกษตร และอาหารท้องถิ่น

นอกจากนี้ การส่งเสริมและพัฒนาสินค้าเกษตร อาหารให้มีคุณภาพและปลอดภัย ซึ่งได้มีการส่งเสริมการศึกษาและพัฒนาทางเทคโนโลยี สนับสนุนการวิจัยและพัฒนาในสาขาเกษตรและอาหารเพื่อนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่เชื่อมโยงกับการปรับปรุงคุณภาพและความปลอดภัยของผลผลิตท้องถิ่น การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ สร้างระบบข้อมูลออนไลน์เพื่อให้ผู้ประกอบการเกษตรและอาหารสามารถเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการแปลงปลูกและการผลิตอาหารที่ดีและปลอดภัยได้ง่ายขึ้น การส่งเสริมการฝึกอบรมและการสอนซึ่งได้มีการจัดโครงการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มความรู้และทักษะให้กับเกษตรกรและผู้ประกอบการในด้านการผลิตอาหารและความปลอดภัยอาหาร ทั้งนี้ในการสะสมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ ปัญหาขาดการเข้าถึงข้อมูลหรือการวิเคราะห์ข้อมูลที่ไม่เพียงพออาจทำให้กลยุทธ์ไม่ถูกต้องหรือไม่เหมาะสม ซึ่งในการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับอาหารและวัฒนธรรมในเพชรบุรีอาจไม่เพียงพอหรือไม่มีการประสานงานอย่างเหมาะสมระหว่างหน่วยงานราชการ เครือข่ายธุรกิจท้องถิ่น และสถานที่ท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวยากต่อการค้นหาอาหารและวัฒนธรรมที่มีคุณค่าในจังหวัดเพชรบุรี

ดังนั้น การวางแผนที่ดีและการสร้างร่วมมือระหว่างส่วนราชการ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้กลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านอาหารในจังหวัดเพชรบุรีสามารถประสบความสำเร็จและเสริมสร้างเศรษฐกิจในพื้นที่ได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ที่ 3 รูปแบบนวัตกรรมการจัดการเชิงกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านอาหาร จังหวัดเพชรบุรี พบว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านอาหารท้องถิ่นเป็นการแสดงออกทางถึงวัฒนธรรมในการบริโภคอาหาร โดยการนำเสนออาหารและการบริโภคที่มีเฉพาะในท้องถิ่นที่ช่วยสร้างภาพลักษณ์ของจังหวัด ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้สนใจได้ดี ซึ่งอาหารท้องถิ่นมีวัฒนธรรมการบริโภคอาหารที่ถูกพัฒนาขึ้นเป็นเอกลักษณ์ที่สามารถยกระดับเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นได้อย่างดี อย่างไรก็ตาม ลักษณะของอาหารชาติท้องถิ่นนั้นเป็นอาหารที่นักท่องเที่ยวอาจไม่คุ้นเคย ดังนั้นการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านจึงต้องมีกลยุทธ์ด้านการสื่อสารที่ดี เพื่อสร้างความรู้และความเข้าใจถึงวัฒนธรรมการบริโภคให้นักท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุด ซึ่งสิ่งที่ได้ส่งผลให้เกิดการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวจากการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัด ที่เข้ามาเลือกซื้ออาหารและเครื่องดื่ม หรือการบริการด้านอาหาร จะช่วยเพิ่มผลกำไรให้กับร้านค้า ร้านอาหาร โรงแรม และบริการขนส่งในท้องถิ่น นอกจากนี้แล้ว การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวยังช่วยให้ชุมชน ท้องถิ่นมีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น อาหารท้องถิ่น และช่วยสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนอีกด้วย สำหรับรูปแบบการจัดการเชิงกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านอาหาร ที่จะช่วยทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจถึงวัฒนธรรมการท่องเที่ยวด้านอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ประกอบด้วย 1. การบูรณาการของแต่ละภาคส่วน หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่รับผิดชอบหลักในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านอาหารต้องมีการบูรณาการร่วมกันสร้างพันธมิตรและเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับภาคเอกชน เช่น การร่วมมือกับร้านค้า ผู้ประกอบการ โรงแรม เป็นต้น ร่วมมือกับภาคประชาชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น องค์กรต่าง ๆ มีส่วนร่วมในการบูรณาการแผนยุทธศาสตร์ด้านการทำอาหาร

ไทย ร่วมมือกันพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านอาหาร โดยมีการจัดกิจกรรม โครงการ เพื่อให้แต่ละฝ่ายมีโอกาสทำงานร่วมกันเพื่อสร้างความเข้าใจ ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และการนำเสนอไอเดียใหม่ๆ ที่สามารถช่วยในการพัฒนาด้านอาหาร ขณะเดียวกัน หน่วยงานภาครัฐต้องร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่น และชุมชนเพื่อกำหนดมาตรฐานและควบคุมราคาอาหารที่จำหน่ายภายในงานเทศกาลให้คุ้มค่ากับราคาอาหาร โดยแสดงป้ายราคาที่ชัดเจน ทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกว่าการรับประทานอาหารมีค่าเป็นธรรม นับว่าเป็นภาพลักษณ์เชิงบวกในวัฒนธรรมด้านอาหารที่นักท่องเที่ยวมองเห็นถึงความคุ้มค่าของเงินในสิ่งที่นักท่องเที่ยวจะได้รับในปริมาณที่เหมาะสม รวมถึงคุณภาพของอาหาร และต้องมีกระบวนการติดตามความก้าวหน้าของพันธมิตรและเครือข่าย และประเมินผลลัพธ์ของการร่วมมือกันให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ 2.การสนับสนุนจากภาครัฐ ซึ่งได้แก่ การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ เน้นการส่งเสริมการสร้างจุดเด่นและการประชาสัมพันธ์บทบาทของร้านอาหารที่เพิ่มขึ้น การส่งเสริมมาตรฐานคุณภาพอาหารท้องถิ่น ภาครัฐต้องส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์โดยการสนับสนุนศึกษาวิจัยและพัฒนาเมนูอาหารใหม่ๆ ที่ใช้วัตถุดิบท้องถิ่นเพื่อสร้างความสนใจในอาหาร และส่งเสริมการสร้างอาชีพให้กับชุมชนท้องถิ่น การสนับสนุนการพัฒนาสินค้าท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านงบประมาณ

อภิปรายผลการวิจัย

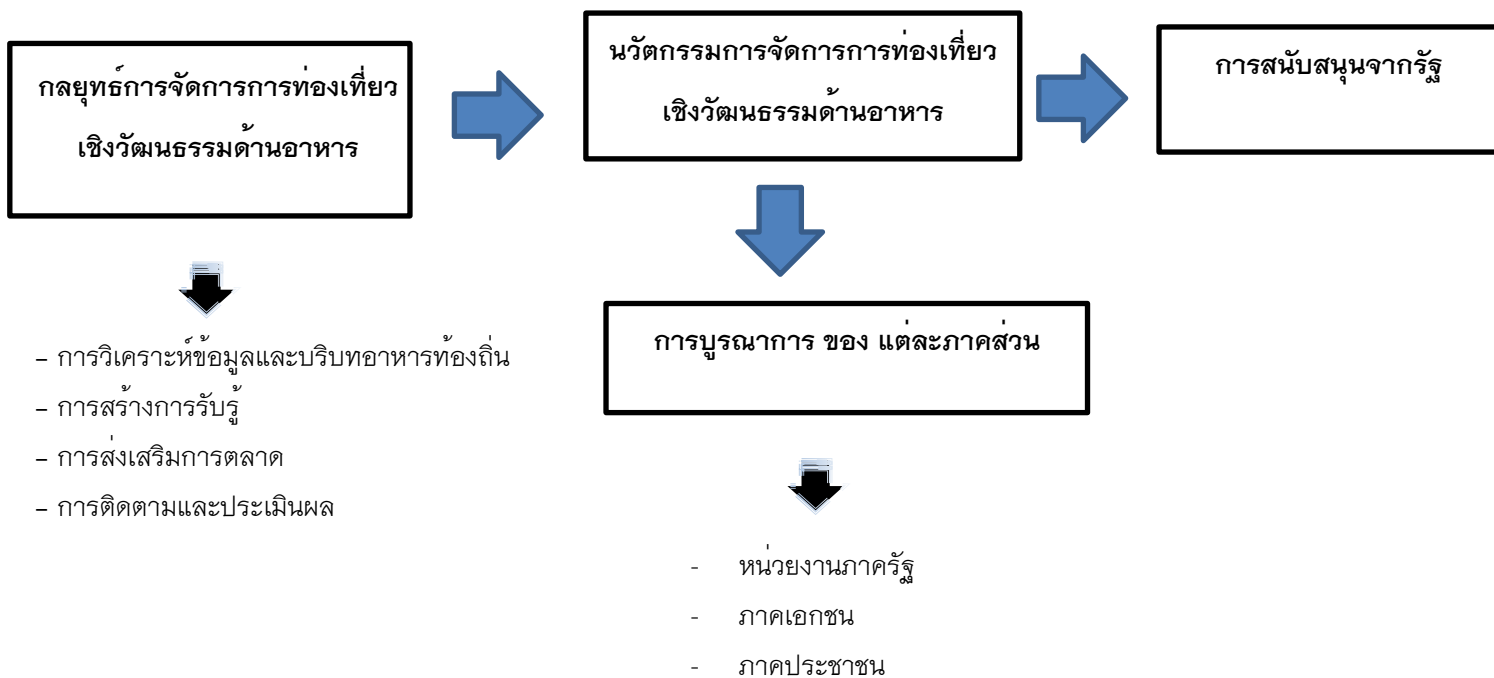
ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า บริบทการจัดการเชิงกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านอาหาร จังหวัดเพชรบุรี มีอาหารท้องถิ่นมีเอกลักษณ์ มีมรดกทางวัฒนธรรมอาหาร จึงเป็นการสร้างโอกาสให้กับการค้าและการท่องเที่ยวของจังหวัด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะจังหวัดเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรีมีภูมิประเทศที่หลากหลาย ทั้งภูเขา ทะเลและที่ราบลุ่ม มีทรัพยากรอาหารที่อุดมสมบูรณ์ ก่อให้เกิดวัตถุดิบในการรังสรรค์เมนูอาหารที่เชื่อมโยงกับ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัด มี โครงสร้างพื้นฐานเพื่อพัฒนาการเกษตร อาหาร ที่ครบถ้วน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ภูริ ชุนห์ขจร, 2560) อ้างใน (พฤติยาพร มณีรัตน์ ,ประสพชัย พลunnท์ ,2565) ซึ่งพบว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการท่องเที่ยวที่สัมผัสถึงวัฒนธรรมการบริการ ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว เอกลักษณ์ของท้องถิ่น รวมเป็นประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว ทั้งนี้การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักสินค้าท้องถิ่นการมีปฏิสัมพันธ์กับคนในชุมชน และทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์จะเป็นการสร้างประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้กับนักท่องเที่ยว

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ปัญหาการจัดการเชิงกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านอาหาร จังหวัดเพชรบุรี พบว่า ขาดการสร้างความร่วมมือของหน่วยงาน ข้อมูลด้านสารสนเทศ การสร้างการรับรู้ รวมถึงการประเมินผลและการติดตามผลการดำเนินงาน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะระบบการจัดการและโครงสร้างพื้นฐานยังขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่น ในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้านอาหาร และขาดความต่อเนื่องในการพัฒนาความสามารถด้านการ

ท่องเที่ยว และไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวด้านอาหารได้ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (สาโรช เพ็ญบัวขาว และเฉลียว บุรีภักดิ์, 2561) พบว่า แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ในด้านการบริหารจัดการ ควรมีการควบคุมคุณภาพการให้บริการให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ รวมถึง มีการควบคุม ดูแลและพัฒนาปัจจัยพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภคที่จำเป็นภายในที่พัก ตลอดจนการจัดประชาสัมพันธ์ถึงความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในอำเภอชะอำ ให้เป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยวมากขึ้นและควรจัดสภาพแวดล้อมภายนอกรอบๆ ให้สอดคล้องกับศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อที่จะยกระดับมาตรฐานในการบริการ และตรวจสอบอาหารให้ถูกสุขลักษณะ รวมถึงความสะอาดภายในร้านอาหารเพื่อสร้างความมั่นใจและความน่าเชื่อถือว่าอาหารมีความสะอาดปลอดภัยต่อผู้บริโภค

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ประกอบด้วย (1) มีกลยุทธการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านอาหาร (2) การบูรณาการของหน่วยงานแต่ละภาคส่วน และ (3) การสนับสนุนจากรัฐซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (สุปรียา ภูผาล และจารุวรรณ แดงบุบผา, 2565) ได้ศึกษาองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร พบว่า มี 4 ด้านประกอบด้วย 1) การท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) 2) ภูมิปัญญาและมรดกทางอาหาร 3) ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และ 4) ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารในกระบวนการสร้างคุณค่าร่วมกันมี 3 กระบวนการได้แก่ 1) กระบวนการค้นหาและเข้าใจวัฒนธรรมและอัตลักษณ์อาหารของตน 2) กระบวนการสร้างคุณค่าที่ส่งมอบให้กับนักท่องเที่ยวให้ได้สัมผัสกับเดิมแท้ของอาหารท้องถิ่นและ 3) กระบวนการสร้างคุณค่าให้อาหารส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกิดการรับรู้และเข้าใจคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยผ่านกระบวนการเรียนรู้และยอมรับวัฒนธรรมท้องถิ่นและวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวและรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชนจากองค์ประกอบและกระบวนการสร้างคุณค่าร่วมระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในบริบทของการท่องเที่ยวโดยชุมชนทำให้เกิดคุณค่าร่วม 6 คุณค่าได้แก่คุณค่าทางด้านเศรษฐกิจคุณค่าทางด้านสิ่งแวดล้อมคุณค่าทางด้านสังคมและชุมชนคุณค่าทางด้านวัฒนธรรมคุณค่าด้านจิตวิญญาณคุณค่าด้านสุนทรียภาพคุณค่าร่วมเหล่านี้ส่งผลให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย



ภาพที่ 1 รูปแบบนวัตกรรมจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านอาหาร

เมื่อมีการดำเนินการในขั้นตอนต่าง ๆ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องมีการติดตามและการประเมินในการดำเนินการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านอาหาร ต้องมีการวิเคราะห์จากหลายมุมมองเพื่อให้ได้ภาพรวมที่ครอบคลุมและหากมีข้อเสนอแนะ ข้อแนะนำจากนักท่องเที่ยวก็สามารถนำข้อมูลเหล่านั้นไปปรับปรุงในกิจกรรมในอนาคตได้ จึงควรมีการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมโดยใช้แบบสำรวจความพึงพอใจที่เหมาะสม สรุปรายได้จากนักท่องเที่ยว ระยะเวลาเข้าพัก ทั้งนี้เพื่อรับฟังความคิดเห็นและความพึงพอใจจากประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีเกี่ยวกับรสชาติอาหารท้องถิ่น ร้านอาหาร การเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่น และความพึงพอใจทั่วไปในการท่องเที่ยววัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น โดยมีการวัดผลทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเพื่อวัดผลประสิทธิภาพของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร เช่น จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ารับประทานในร้านอาหารท้องถิ่น รายได้จากกิจกรรม ระยะเวลาของการเข้าร้านอาหาร เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงด้านอาหารและบริการให้ดียิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

สามารถนำผลการศึกษาโดยเฉพาะในเรื่องของความต้องการด้านรูปแบบอาหารของนักท่องเที่ยวไปพัฒนาเป็นรูปแบบอาหารท้องถิ่น ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดเพชรบุรี เพื่อเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำการวิจัยเชิงปริมาณควบคู่กับการทำวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อช่วยในการเพิ่มเติมข้อมูล สามารถเปรียบเทียบและยืนยันการรับรู้ สร้างความเชื่อมั่นของผลการวิจัย

เอกสารอ้างอิง

- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา.(2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- พฤติยาพร มณีรัตน์ และ ประสพชัย พสุนนท์. (2565). *ปัจจัยด้านคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวในชุมชนย่านเมืองเก่าจังหวัดภูเก็ต*. วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 5(2), 687–703.
- ลภัสรดา สหัสสพาศน์ และนรินทร์ สังข์รักษา. (2560). *รูปแบบและกลยุทธ์การจัดการพื้นที่สร้างสรรค์จังหวัดเพชรบุรีตามบริบทสังคมประเทศไทย 4.0*. วารสาร Veridien E-journal. 11(2) , 1056–107
- ภูริ ชุณหะวัณ. (2560). *ยุทธศาสตร์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ*. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 11(1), 321– 332.
- วันเพ็ญ มังศรี. (2565). *เพชรบุรีเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก*. วารสารรัฐสารวิรัช, 64(1), 85–99
- วิภาดา มุกดา,ราชนันท์ บุญลอยสง และสรินยา สมบุญ . (2563). *การจัดการเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์การท่องเที่ยวชายแดนของจังหวัดกาญจนบุรี*. วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย, 14(1), 75–91.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, (2563). *แผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์* (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2563 – 2565. จาก <https://www.cea.or.th/storage/app/media/.pdf>
- สาโรช เพื่อกบัวขาว , เฉลียว บุรีภักดี .(2561). *แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี*.วารสาร Veridien E-journal. 11(2) , 1672– 1684
- สุปรียา ภูพาลา และ จารุวรรณ แดงบุบผา. (2565). *การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชนในประเทศไทย*.วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ. 8(1), 286–304

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน องค์การมหาชน. (2565). *เส้นทางกว่าจะเป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ (The UNESCO Creative Cities Network–UCCN) ขององค์การยูเนสโก*. จาก <https://www.dasta.or.th/th/article/732>.

Khonkumkard, R. (2013). Strategic management for hospitality business of frontier tourism at Nakhon Phanom province in ASEAN Economic Community (AEC) context for sustainable tourism development. Master's dissertation, Khon Kaen University, Khon Kaen, Thailand.

Perce, A. John and Robinson, Richard, B. Jr. (2009.) Formulation, Implementation, and Control of Competitive Strategy. 11th ed. New York: McGraw–Hill

Pitts, Robert A. and Lei, David. (2000). Strategic Management: Building and Sustaining Competitive Advantage. 2nd U.S.A.: South–Western Publishing