

การจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงอาหารและศาสนาภายใต้นโยบายส่งเสริม
การท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี*

MANAGEMENT OF GASTRONOMY AND RELIGIOUS CULTURAL TOURISM UNDER
THE TOURISM PROMOTION POLICY IN PHETCHABURI PROVINCE

ดาร์ณ พรหมณ์แก้ว*, เสาวลักษณ์ วิบุรณกาล, ดรุณี ทิพย์ปลูก

Daran Phramkaew*, Saowalak Wiboonkarn, Darunee Thippluk

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี เพชรบุรี ประเทศไทย

Faculty of Humanities and Social Sciences, Phetchaburi Rajabhat University, Phetchaburi, Thailand

*Corresponding author E-mail: bbee_kong09@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาสภาพปัจจุบันของการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงอาหารและศาสนา สร้างเส้นทางการท่องเที่ยวฯ พัฒนาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวฯ และขับเคลื่อนแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวฯ เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนที่อยู่ในพื้นที่และนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน สุ่มอย่างง่าย ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน จำนวน 36 คน เลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในเก็บข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า สภาพปัจจุบันของนักท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงอาหารและศาสนา ส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว ประมาณ ปีละ 2 ครั้ง ในวันเสาร์ - อาทิตย์ อาหารที่ชอบทาน ได้แก่ อาหารทะเล เช่น กุ้ง ปู ฯ อาหารท้องถิ่น เช่น แกงคั่วหัวตาล ฯ ขนมหวาน เช่น ขนมหม้อแกง ฯ ผลไม้เมืองเพชร เช่น ลูกตาล ฯ คนในชุมชนมีความต้องการการจัดการการท่องเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก การสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวฯ มีจำนวน 3 เส้นทาง ได้แก่ 1) เส้นทางชุมชนคลองกระแซงไหว้พระศักดิ์สิทธิ์วัดพลับพลายชัย 2) เส้นทางชุมชนบ้านระหารน้อยอยากชิมขนมหม้อแกงแสนละมุน และ 3) เส้นทางชุมชนบางตะบูน ไหว้กวนอิมศักดิ์สิทธิ์ วัดเพชรสุพรรณ พัฒนาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวฯ แบบ “กิน - ไหว้ - เรียนรู้” จุดเด่นเรื่องราว และ ส่งเสริมเอกลักษณ์อาหารเพชรบุรีให้เป็น “Soft Power” จัดทำ “เทศกาลขนมหวานและอาหารพื้นบ้านเมืองเพชร” ผลักดันการขึ้นทะเบียนภูมิปัญญา ใช้เทคโนโลยีและสื่อออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ จัดทำสื่อในรูปแบบ และขับเคลื่อนแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวฯ โดยจัดทำแผนแม่บทท่องเที่ยววัฒนธรรมร่วมกัน สนับสนุนงบประมาณ การอบรม การตลาด

คำสำคัญ: การจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรม, เชิงอาหารและศาสนา, นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว, จังหวัดเพชรบุรี

Abstract

Objectives: To develop the current situation of food and religious cultural tourism, to create food and religious cultural tourism routes, and to develop guidelines for managing food and religious cultural tourism and drive the management of cultural tourism in food and religion. The research methodology is a mixed method. The sample group is local people and tourists, 400 people, simple random sampling. Key informants included 36 people from the government, private, and public sectors. The tools used were questionnaires and interviews. Data analysis included percentages and content synthesis. Research results: Most tourists travel with their families. Approximately 2 times a year, Saturday - Sunday. The food that tourists usually like to eat is seafood such as shrimp, crab, fish, etc. Local food such as palm sugar curry, Khao Chae, etc., Phetchaburi desserts such as Khanom Mor Kaeng, Foi Thong, etc. Fruits of Phetchaburi such as rose apples, sugar palms, etc., food and religious aspects. In the community, there is a high demand for overall tourism management. Three food and religious cultural tourism routes. 1) Khlong Krachang community route to worship the sacred Buddha image at Wat Phlap Phla Chai; 2) Ban Rahan Noi community route to taste the delicious Khanom Mor Kaeng; and 3) Bang Tabun community route to worship the sacred Kuan Im at Wat Phet Suwan. Should create a tourism route of “Eat - Worship - Learn”, highlighting the highlights of the stories and promoting the uniqueness of Phetchaburi food as “Soft Power”, organizing a “Phetchaburi Dessert and Local Food Festival”, promoting the registration of local wisdom, using technology and Online media for public relations, creating media in the form of and driving the management guidelines for cultural tourism in terms of food and religion, creating a master plan for cultural tourism together, supporting the budget, training, marketing.

Keywords: Tourism Management, Food Tourism and Religious Tourism, Tourism Promotion Policy, Phetchaburi Province

บทนำ

การผลักดันนโยบายการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย เกิดจากการกำหนดขึ้นตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) การท่องเที่ยวเชิงอาหารอยู่ในยุทธศาสตร์ที่ 2 ว่าด้วยการสร้างความสามารถในการแข่งขันเพื่อเพิ่มทักษะการแข่งขัน โดยให้มีความร่วมมือกันทุกภาคส่วนระหว่าง ภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนผู้เป็นเจ้าของประเทศ เพื่อสร้างสรรค์และพัฒนการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในระดับภูมิภาคให้ผู้ประกอบการบริการและการท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ สามารถแข่งขันเชิงธุรกิจให้เติบโตอย่างเต็มประสิทธิภาพ ส่งเสริมอำนวยความสะดวกให้นักลงทุนไทยและต่างชาติลงทุน ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน ได้แก่ การท่องเที่ยวและการค้าชายแดนได้การส่งเสริมวิถีความเป็นไทยจากความหลากหลายทางวัฒนธรรม สร้างความเชื่อมั่นให้

นักท่องเที่ยวจากการนำต้นทุนทางวัฒนธรรม มาต่อยอดเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพิ่มความได้เปรียบของแต่ละภูมิภาค และการใช้เทคโนโลยี นวัตกรรมการสื่อสารที่ทันสมัยมาใช้ประโยชน์สร้างการรับรู้ให้สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ตาม เป้าหมาย (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2562)

การท่องเที่ยวในปัจจุบันมีกิจกรรมให้เลือกสรรอย่างมากมายเพื่อส่งเสริมหรือเป็นทางเลือกเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้เดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดประเภทของการท่องเที่ยวไว้หลากหลายประเภทแบ่งออกเป็น แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด น้ำตก ถ้ำ เกาะแก่ง ต่าง ๆ แหล่งท่องเที่ยวดังที่กล่าวมานั้นสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่สามารถเลือกกิจกรรมที่ชื่นชอบเป็นพิเศษตามที่สนใจ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567) สำหรับประเทศไทย การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมสำคัญที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศไทย และยังช่วยพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม โดยที่ผ่านมารายได้จากการท่องเที่ยวถือเป็นรายได้หลักของประเทศ ทั้งนี้ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้สรุปสถิติ ปี พ.ศ. 2567 ระบุว่า มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้เดินทางเข้าประเทศไทยไทยรวม 35.54 ล้านคน สร้างรายได้ 1.67 ล้านล้านบาท ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย 198.69 ล้านคนต่อครั้ง สร้างรายได้ 9.5 แสนล้านบาท หนูนรายได้รวมตลาดในและต่างประเทศ 2.62 ล้านล้านบาท ซึ่งจากสถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทยตลอดปี 2567 ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2567 - 31 ธันวาคม 2567 พบว่า มีจำนวนรวม 35.54 ล้านคน เพิ่มขึ้น 26.27% เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2566 สร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติถึง 1.67 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้น 34% เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2566 โดย 10 อันดับแรกของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทยสูงสุดตลอดปี 2567 ได้แก่ จีน (6,733,162 คน) มาเลเซีย (4,952,078 คน) อินเดีย (2,129,149 คน) เกาหลีใต้ (1,868,945 คน) รัสเซีย (1,745,327 คน) ลาว (1,124,202 คน) ไต้หวัน (1,089,910 คน) ญี่ปุ่น (1,050,904 คน) สหรัฐอเมริกา (1,030,733 คน) และสิงคโปร์ (1,009,640 คน) อย่างไรก็ตามสถานการณ์ตลาดการท่องเที่ยวในปัจจุบันได้มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงทำให้ประเทศไทยต้องปรับทิศทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยหันมาใช้อัตลักษณ์ของประเทศให้เป็นประโยชน์เสริมสร้างการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ให้มีคุณค่าที่นักท่องเที่ยวจะเลือกท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยในปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวอย่างแพร่หลาย เนื่องจากวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มีความหมายทางจิตใจ จดงาม อีกทั้งยังเชื่อมโยงไปกับศาสตร์แขนงต่าง ๆ อีกมากมาย อาทิ การแต่งกาย การทอผ้า โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประวัติศาสตร์ ศาสนา อาหาร เป็นต้น

จังหวัดเพชรบุรีเป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูง มีความได้เปรียบทางด้านกายภาพ เพราะเป็นเมืองที่มีทั้งภูเขาที่สวยงาม มีทะเลที่มีชื่อเสียง อีกทั้งเป็นเมืองที่มีพระราชวังของพระมหากษัตริย์สามพระองค์ เป็นเมืองที่ได้ชื่อว่าเป็นเมืองแห่งศิลปวัฒนธรรมที่ล้ำค่า ได้ชื่อว่า เป็นอยุธยาที่ยังคงมีชีวิต มีวัดวาอารามที่ศักดิ์สิทธิ์และสวยงาม โดดเด่นด้วยอัตลักษณ์ประจำถิ่น มีแม่น้ำเพชรบุรีที่ศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งเป็นแม่น้ำ ที่มีความพิเศษเนื่องจากเป็นแม่น้ำที่ไหลจากทิศใต้ขึ้นไปยังทิศเหนือ และถูกใช้เป็น 1 ใน 5 น้ำศักดิ์สิทธิ์สำหรับประกอบพระราชพิธีต่าง ๆ เสมอมา ทั้งนี้ จากสถิติการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยปี พ.ศ. 2567 จังหวัดเพชรบุรีเป็นจังหวัด 1 ใน 5 ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยเที่ยวในประเทศ

ตลอดปี พ.ศ. 2567 มีจำนวนรวม 198.69 ล้านคนต่อครั้ง เพิ่มขึ้น 7.02% เทียบกับปี พ.ศ. 2566 สร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวไทย 9.5 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้น 12.03% เทียบกับปีที่ พ.ศ. 2566 โดย 5 อันดับแรกของจุดหมายปลายทางในไทย ที่นักท่องเที่ยวไทยเดินทางไปสูงสุด ได้แก่ กรุงเทพฯ (30.80 ล้านคน) ชลบุรี (15.51 ล้านคน) กาญจนบุรี (14.70 ล้านคน) ประจวบคีรีขันธ์ (10.83 ล้านคน) และเพชรบุรี (10.72 ล้านคน) อีกทั้งองค์การศึกษาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ หรือยูเนสโก ได้ประกาศให้จังหวัด “เพชรบุรี” เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์โลกด้านอาหาร ประจำปี 2564 (City of Gastronomy) หรือ UNESCO Creative Cities Network-UCCN โดยเป็น 1 ใน 49 เมืองจากทั่วโลกที่ได้รับประกาศเป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ในปี 2564 นับเป็นเมืองที่ 5 ของประเทศไทยที่ได้รับการประกาศยกย่อง จึงกล่าวได้ว่า จังหวัดเพชรบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว และเป็นกลุ่มจังหวัดที่เป็นพื้นที่หลักตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2564 - 2565 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560) ทั้งนี้เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายทั้งที่เป็นธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีคุณค่า ทำให้เพชรบุรีมีนักท่องเที่ยวมาเยือนจำนวนไม่น้อย แต่อย่างไรก็ตาม พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่ตามธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา เท่านั้น ทั้งที่จังหวัดเพชรบุรียังมีแหล่งท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมอื่น ๆ ที่น่าสนใจอีกมาก ไม่ว่าจะเป็นโบราณสถาน วัด แหล่งท่องเที่ยววิถีชุมชน ตลอดจนอาหารพื้นถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ของเพชรบุรีซึ่งเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปของทุกคนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวว่ามีรสชาติที่อร่อยและเป็นที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวอีกสิ่งหนึ่งที่จะทำให้นักท่องเที่ยวต้องเดินทางมาท่องเที่ยวที่เพชรบุรี ซึ่งการท่องเที่ยวประเภทนี้จะเกิดประโยชน์แก่ชุมชนในด้านการสร้างรายได้แก่ผู้คนในชุมชนและเศรษฐกิจโดยรวมในจังหวัดเพชรบุรี อีกทั้งนักท่องเที่ยวก็จะได้รับความรู้และประสบการณ์ที่ประทับใจและแปลกใหม่จากการมาเยือน ตามคำเชิญชวนของ ททท. เพชรบุรีที่ว่า “เที่ยวเพชรบุรีประสบการณ์ ใหม่ไม่รู้ลืม” ทั้งนี้การที่นักท่องเที่ยวเลือกสถานที่ท่องเที่ยวและร้านอาหารนั้น ส่วนใหญ่จะเลือกตามกระแสการประชาสัมพันธ์ทางช่องทางที่เข้าถึงได้ง่าย ซึ่งบางครั้งแหล่งท่องเที่ยวทางอาหารและศาสนาที่เป็นอัตลักษณ์ของเพชรบุรีโดยเนื้อแท้แล้วยังไม่เป็นที่รู้จักกันในวงการการท่องเที่ยว

จากสภาพปัญหาและความสำคัญดังกล่าว จึงสนใจในการทำวิจัย เรื่อง การจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงอาหารและศาสนาภายใต้นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี เพื่อสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวที่ร้อยเรียงคุณค่าของวัฒนธรรมด้านอาหารและวัดที่ศักดิ์สิทธิ์ของจังหวัดเพชรบุรี พร้อมทั้งเสนอแนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงอาหารและศาสนาภายใต้นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี เพื่อนำข้อมูลไปสนับสนุนการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงอาหารและศาสนาของจังหวัดเพชรบุรี
2. เพื่อสร้างเส้นทางการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงอาหารและศาสนาภายใต้นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี
3. เพื่อพัฒนาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงอาหารและศาสนาที่เหมาะสมภายใต้โยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี
4. เพื่อขับเคลื่อนแนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงอาหารและศาสนาภายใต้นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีโดยชุมชน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้ มีวิธีดำเนินการวิจัย ตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

รูปแบบการวิจัย เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้พื้นที่ของจังหวัดเพชรบุรีที่มีความโดดเด่นทั้งเรื่องศาสนาและอาหารพื้นถิ่นเป็นพื้นที่ของการวิจัย จำนวน 3 อำเภอ ประกอบด้วย อำเภอบ้านลาด อำเภอบ้านแหลม อำเภอเมือง ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง/ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ ประชาชนที่อยู่ในพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 3 อำเภอ ประกอบด้วย อำเภอบ้านลาด อำเภอบ้านแหลม อำเภอเมือง รวม 400 คน และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 400 คน โดยการสุ่มอย่างง่าย และการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้บริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้บริหารภาคเอกชน ประชาชนในชุมชน จำนวน 36 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และประเด็นคำถามที่ใช้ในการสนทนากลุ่ม ดำเนินการวิจัยโดยการสำรวจข้อมูล การสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์ การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ และการจัดสนทนากลุ่มกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์และสังเคราะห์เนื้อหา แล้วสรุปเป็นความเรียงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) แบบสอบถาม สังเคราะห์มาจากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ คือ 1.1) แบบสอบถามสำหรับประชาชนที่อยู่ในพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 สภาพทั่วไปและความต้องการของคนในชุมชนต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารและศาสนาในจังหวัดเพชรบุรี โดยเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ชนิด 5 ตัวเลือก ตามตามทฤษฎีการสร้างเครื่องมือของ Likert และส่วนที่ 3 ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม 1.2) แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารและศาสนาในจังหวัด เพชรบุรี โดยเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ชนิด 5 ตัวเลือก ตามตามทฤษฎีการสร้างเครื่องมือของ Likert ส่วนที่ 3 สภาพทั่วไปและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารและศาสนาในจังหวัดเพชรบุรี โดยเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ชนิด 5 ตัวเลือก ตามตามทฤษฎีการสร้างเครื่องมือของ Likert ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ได้มีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ตามขั้นตอน ดังนี้ 1) การหาความเที่ยงตรง (Validity) หมายถึง ความแม่นยำของเครื่องมือในการวัดสิ่งที่ต้องการจะวัด สามารถบอกถึงสภาพที่แท้จริงของตัวแปรที่ศึกษา โดยผู้ได้นำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) ของคำถามในแต่ละข้อ ได้ค่าความเที่ยงตรงเนื้อหาของแบบสอบถามสำหรับประชาชน เท่ากับ 0.929 และแบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว เท่ากับ 0.928 2) การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ได้นำแบบสอบถามในการวิจัยเชิงปริมาณที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบ (Try - Out) กับบุคคลที่มีลักษณะเช่นเดียวกันกับประชากรและไม่ใช้กลุ่มตัวอย่างของการวิจัย จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการคำนวณหาสัมประสิทธิ์ที่แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient)

ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ดังนี้ แบบสอบถามสำหรับประชาชนมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.979 และแบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.852 และ 3) แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างเพื่อสัมภาษณ์ ผู้บริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้บริหารภาคเอกชน ประชาชนในชุมชน

การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามประชาชนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวที่ได้มาเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี และได้สัมภาษณ์สัมภาษณ์ ผู้บริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้บริหารภาคเอกชน ประชาชนในชุมชน ใน 3 อำเภอของจังหวัดเพชรบุรี

สถิติที่ใช้ในการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล ได้ดำเนินการรวบรวมแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดตรวจสอบความถูกต้องและคัดเลือกเอาแบบสอบถามและเมื่อตรวจสอบเรียบร้อยแล้วจึงนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงอาหารและศาสนาของจังหวัดเพชรบุรี และสังเคราะห์ข้อมูลร่วมกับการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อสร้างเส้นทางการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงอาหารและศาสนาภายใต้นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี โดยในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติดังต่อไปนี้ 1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นสถิติพื้นฐานที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการแจกแจงและลักษณะโดยทั่วไปของข้อมูลโดยใช้การแจกแจงความถี่ร้อยละ ในการอธิบายข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ใช้ในการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นและความต้องการของประชาชนที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารและศาสนาในจังหวัดเพชรบุรี ตามเกณฑ์ที่กำหนดการแปลความหมาย (บุญชม ศรีสะอาด, 2545) และได้วิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

จากผลการวิจัย สามารถสรุปผล ได้ดังนี้

ผลการศึกษาสภาพปัจจุบันของการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงอาหารและศาสนาของจังหวัดเพชรบุรี นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพชรบุรี มีวัตถุประสงค์ เช่น พักผ่อนหย่อนใจ เพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ ปฏิบัติศาสนกิจ ด้านศาสนา รับประทานอาหารของจังหวัดเพชรบุรี เยี่ยมญาติ โดยส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว ประมาณปีละ 2 ครั้ง ในวันวันเสาร์ - อาทิตย์ ในส่วนของอาหารที่นักท่องเที่ยวมักนิยมทานเมื่อมาเมืองเพชรบุรี คือ อาหารทะเล เช่น กุ้ง ปู ปลาฯ อาหารพื้นถิ่น เช่น แกงคั่วหัวตาล ข้าวแช่ ฯ ขนมหวานเมืองเพชร เช่น ขนมหม้อแกง ฝอยทอง ฯ ผลไม้เมืองเพชร เช่น ชมพู่ ลูกตาล วนคนในชุมชน มีความคิดเห็นและความต้องการเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารและศาสนาในจังหวัดเพชรบุรีโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเห็นว่าวัฒนธรรมชุมชนของตนเองมีความเข้มแข็งและมีมุมมองว่าการมีนักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชนจะเป็นผลดีกับชุมชน โดยต้องการให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในชุมชนมากขึ้น แต่ยังเห็นว่าชุมชนของตนได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาคเอกชนในการจัดการการท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่น้อย โดยชุมชนคาดหวังการสร้างรายได้ การพัฒนาสาธารณูปโภค การมีงานทำ ชุมชนมีชื่อเสียง และต้องการอนุรักษ์วัฒนธรรมชุมชน จากการจัดการการท่องเที่ยว

การสร้างเส้นทางการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงอาหารและศาสนาภายใต้นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี มีจำนวน 3 เส้นทาง ตามความหลากหลายของพื้นที่และวัฒนธรรมด้านอาหาร ได้แก่ 1) เส้นทาง

คือ ไหว้พระศักดิ์สิทธิ์วัดพลับพลาชัย เยี่ยมชมมรดกวัฒนธรรมหนึ่งใหญ่ ชิมข้าวแช่ (แม่อร) แลแม่น้ำเพชรบุรี 2) เส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงอาหารและศาสนาของชุมชนบ้านระหารน้อย อำเภอ บ้านลาด จังหวัด เพชรบุรี คือ อายากชิมขนมหม้อแกงแสนละมุน หรือแวะกราบพระทำบุญขอโชครมา เชิญเที่ยวตำหฺรดินแดนแห่ง ศรัทธา ทั้งหวาน ทั้งสงบ ครบในวันเดียว และ 3) เส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงอาหารและศาสนาของชุมชน บางตะบูนออก อำเภอ บ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี คือ ไหว้กวนอิมศักดิ์สิทธิ์ ณ วัดเพชรสุพรรณ ชิมขนมไข่เมงดา รสชาบ้านพื้นถิ่น ชวนลิ้มลอง ล่องเรือชมคลองมองฟ้าครามใส วิถีไทยประมงเก่า ชิมซีฟู้ดหอยปู ณ ครีวบาง ตะบูน (ลูงญา) ครีวชุมชน ซีฟู้ดสด รสชาติจัดจ้าน

การพัฒนาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงอาหารและศาสนาที่เหมาะสมภายใต้นโยบาย ส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี มีการมุ่งเน้น ดังนี้ 1) บูรณาการจุดแข็งของจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งมีทุนทาง วัฒนธรรมที่หลากหลาย, เอกลักษณะด้านอาหารและขนมหวาน, และ วัดวาอารามเก่าแก่ ให้สอดคล้องกับแนวทาง การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมีเป้าหมายเพื่อ ส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน ควบคู่กับการ อนุรักษ์ภูมิปัญญาและคุณค่า ทางศาสนา 2) บูรณาการวัฒนธรรม อาหาร และศาสนาเป็นเส้นทางท่องเที่ยวร่วมกัน สร้างเส้นทางท่องเที่ยวแบบ “กิน-ไหว้-เรียนรู้” พัฒนาพื้นที่ชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) ส่งเสริมการจัดตั้งกลุ่มการท่องเที่ยว ในหมู่บ้าน ชุมชนด้านอาหารและวัดในท้องถิ่น ให้ชุมชนเป็นผู้นำเสนอเรื่องราว ถ่ายทอดประสบการณ์ และดูแล การจัดการด้วยตนเอง 3) ส่งเสริมเอกลักษณ์อาหารเพชรบุรีให้เป็น “Soft Power” ยกระดับ อาหารพื้นบ้านและ ขนมหวานเพชรบุรี ให้เป็นเอกลักษณ์ประจำจังหวัด จัดทำ “เทศกาลขนมหวานและอาหารพื้นบ้านเมืองเพชร” ผลักดันการขึ้นทะเบียนภูมิปัญญา 4) ใช้เทคโนโลยีและสื่อออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ จัดทำสื่อในรูปแบบ “เพชรบุรี Cultural Tourism Platform” ที่รวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว วัด ร้านอาหาร ขนม และกิจกรรม ผลิตภัณฑ์ ดิจิทัล เช่น คลิปแนะนำเส้นทาง จัดทำ QR Code บริเวณวัด ร้านอาหาร หรือพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น เพื่อให้ข้อมูลแก่ ผู้เยี่ยมชม ส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) และ 5) ควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวต่อวัน ในพื้นที่วัดหรือชุมชน จัดการขยะจากกิจกรรมการกิน/การทำอาหารอย่างเป็นระบบ สร้างจิตสำนึกในนักท่องเที่ยว ให้เคารพวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การแต่งกายสุภาพเมื่อเข้าวัด สร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน การขับเคลื่อนแนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงอาหารและศาสนาภายใต้นโยบายส่งเสริมการ ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีโดยชุมชน ได้แก่ 1) จัดทำแผนแม่บทท่องเที่ยววัฒนธรรมร่วมกัน สนับสนุนงบประมาณ การอบรม การตลาด และโครงสร้างพื้นฐานให้สอดคล้องกับศักยภาพในแต่ละพื้นที่ 2) สร้างความร่วมมือของภาคี เครือข่ายที่เกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม 3) หน่วยงานภาครัฐ ควรมีการกำหนด นโยบายและยุทธศาสตร์ โดยมีการวางแผนยุทธศาสตร์ท่องเที่ยวระดับจังหวัด วางแผนแม่บทการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมให้สอดคล้องกับ SDGs และแนวทางเมืองสร้างสรรค์ของ UNESCO สนับสนุนงบประมาณและโครงสร้าง พื้นฐาน พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว วัด ร้านอาหาร และสิ่งอำนวยความสะดวก จัดตั้งศูนย์ประสานงานระดับจังหวัด เพื่อเป็นกลไกกลางในการเชื่อมโยงภาคีเครือข่ายและติดตามผลการดำเนินงาน 4) หน่วยงานภาคเอกชน พัฒนา และส่งเสริมผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว เช่น เมนูอาหารพื้นถิ่น กิจกรรมเชิงศาสนา หรือแพ็คเกจท่องเที่ยวแบบผสมผสาน ร่วมมือกับชุมชนในการจัดกิจกรรมหรือเทศกาลทางวัฒนธรรม และสร้างแบรนด์ร่วมกับท้องถิ่น ลงทุนด้านการตลาด หรือระบบขนส่งท่องเที่ยว รวมถึงประชาสัมพันธ์เรื่องราวของอาหาร วัด และวิถีชุมชนผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ และ

5) ภาคประชาสังคมและชุมชน มีการถ่ายทอดเรื่องราววัฒนธรรมท้องถิ่น อาหาร และความเชื่อทางศาสนาที่น่าสนใจ ดึงดูด ทำหน้าที่มีคุณค่าต่อท้องถิ่นถ่ายทอดเรื่องราวด้วยภาษาท้องถิ่น ออกแบบกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวที่ เชื่อมโยงศาสนสถานกับอาหารพื้นถิ่น ผลิตอาหารพื้นถิ่นในรูปแบบที่ปลอดภัย มีคุณภาพ และต่อยอดเชิงพาณิชย์ สร้างเครือข่ายเยาวชนและกลุ่มสร้างสรรค์ และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนรุ่นใหม่ในการสื่อสารและพัฒนาเมือง

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

ผลการศึกษาสภาพปัจจุบันของการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงอาหารและศาสนาของจังหวัดเพชรบุรี นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพชรบุรี มีวัตถุประสงค์ เช่น พักผ่อนหย่อนใจ เพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ ปฏิบัติศาสนกิจด้านศาสนา รับประทานอาหารของจังหวัดเพชรบุรี เยี่ยมญาติ โดยส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว ประมาณ ปีละ 2 ครั้ง ในวันวันเสาร์ - อาทิตย์ ในส่วนของอาหารที่นักท่องเที่ยวมักนิยมทานเมื่อมาเมืองเพชรบุรี คือ อาหารทะเล เช่น กุ้ง ปู ปลาฯ อาหารพื้นถิ่น เช่น แกงคั่วหัวตาล ข้าวแช่ ฯ ขนมหวานเมืองเพชร เช่น ขนมหม้อแกง ฝอยทอง ฯ ผลไม้เมืองเพชร เช่น ชมพู่ ลูกตาล ฯ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิमित ชื่นสัน ที่ได้ศึกษา เรื่อง การวิเคราะห์แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาถนวัฒนธรรม: กรณีศึกษา ถนวัฒนธรรม หลาดใหญ่ จังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษา พบว่า องค์ประกอบย่อยของแรงจูงใจถึง ประกอบด้วย 2 ด้าน ได้แก่ “ความเป็นท้องถิ่น” และ “สิ่งอำนวยความสะดวก” ส่วนองค์ประกอบย่อยของแรงจูงใจผลัก ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ “การเติมเต็มความต้องการส่วนตัว” “การแสวงหาสิ่งแปลกใหม่” และ “การหลีกเลี่ยงความจำเจ” ซึ่งผลจากการวิจัยในพื้นที่ของจังหวัดเพชรบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวเมืองเพชรบุรี เนื่องจากกระยะทางไม่ไกลจากเมืองหลวง และเป็นเมืองที่ขึ้นชื่อเรื่องอาหาร ไม่ว่าจะเป็นวัตถุดิบที่สดใหม่ หรือฝีมือของคนเมืองเพชรที่มีชื่อเสียง (นิमित ชื่นสัน, 2562) ส่วนคนในชุมชน มีความคิดเห็นและความต้องการเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารและศาสนาในจังหวัดเพชรบุรีโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเห็นว่าวัฒนธรรม ชุมชนของตนเองมีความเข้มแข็งและมีมุมมองว่าการมีนักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชนจะเป็นผลดีกับชุมชน โดยต้องการให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในชุมชนมากขึ้น แต่ยังเห็นว่าชุมชนของตนได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงาน ภาคเอกชนในการจัดการการท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่น้อย โดยชุมชนคาดหวังการสร้างรายได้ การพัฒนาสาธารณูปโภค การมีงานทำ ชุมชนมีชื่อเสียง และต้องการอนุรักษ์วัฒนธรรมชุมชน จากการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งในส่วนนี้ สามารถส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยวได้จากการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวและประชาสัมพันธ์จุดเด่นที่ผู้วิจัย ได้พัฒนาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงอาหารและศาสนาที่เหมาะสมต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพันธ์ นันสุนานนท์ ที่ออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขตทุ่งครุ โดยเฉพาะการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแบบครึ่งวันและแบบเต็มวันให้นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบในวัฒนธรรมดังนั้นการทบทวน วรรณกรรมในครั้งนี้จึงสามารถพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวทางเลือกและประเมินเส้นทางท่องเที่ยวในชุมชน ทุ่งมะพร้าว จังหวัดพังงา ด้วยการกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวตามฐานทรัพยากรเป็นแกนหลักเพื่อนำเสนอให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ดี (ศิริพันธ์ นันสุนานนท์, 2563)

การสร้างเส้นทางการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงอาหารและศาสนาภายใต้นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี มีจำนวน 3 เส้นทาง ได้แก่ 1) เส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงอาหารและศาสนาของชุมชนคลองกระแซง อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี คือ ไหว้พระศักดิ์สิทธิ์วัดพลับพลาชัย เยี่ยมชมมรดกวัฒนธรรมหนังใหญ่ ชิมข้าวแช่ (เมื่อก่อน) แลแม่น้ำเพชรบุรี 2) เส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงอาหารและศาสนาของชุมชนบ้านระหารน้อย อำเภอ บ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี คือ อวยงชิมขนมหม้อแกงแสนละมุน หรือแวะกราบพระทำบุญขอโชครามา เชิญเที่ยวตำหริดินแดนแห่งศรัทธา ทั้งหวาน ทั้งสงบ ครบในวันเดียว และ 3) เส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงอาหารและศาสนาของชุมชนบางตะบูนออก อำเภอ บ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี คือ ไหว้กวนอิมศักดิ์สิทธิ์ ณ วัดเพชรสุพรรณ ชิมขนมไข่แมงดา รสชาบ้านพื้นถิ่น ชวนลิ้มลอง ล่องเรือชมคลองมองฟ้าครามใส่วิถีไทยประมงเก่า ชิมซีฟู้ดหอยปู ณ ครัวบางตะบูน (ลุ่มญา) ครัวชุมชน ซีฟู้ดสด รสชาติจัดจ้าน สอดคล้องกับพิมพ์พระวี โรจน์รุ่งสัจย์ องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ความเป็นเอกลักษณ์ ความคิดสร้างสรรค์ และคุณค่าทางโภชนาการ ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว ด้านการกลับมาซื้อซ้ำ ได้แก่ ความเป็นเอกลักษณ์และความคิดสร้างสรรค์ ผลการวิเคราะห์อิทธิพลที่มีต่อการมีส่วนร่วมในการปกป้องภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่น ได้แก่ ความเป็นเอกลักษณ์ และผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวด้านความเชื่อมั่น ได้แก่ ความเหมาะสมของราคา และความเป็นเอกลักษณ์ โดยรวมแล้วแนวทางในการพัฒนารูปแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นของจังหวัดเพชรบุรี ควรมุ่งเน้นด้านความเป็นเอกลักษณ์ ความคิดสร้างสรรค์ คุณค่าด้านโภชนาการและความเหมาะสมของราคาตามลำดับ ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าเพชรบุรีเป็นเมืองแห่งศาสนาและมีอัตลักษณ์โดดเด่นด้านอาหาร หากนำข้อเด่นทั้งสองประเด็นนี้มาบูรณาการกันโดยการมีเส้นทางที่เชื่อมโยงกันแล้วนั้นจะสามารถสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวขึ้นได้ (พิมพ์พระวี โรจน์รุ่งสัจย์, 2561)

การพัฒนาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงอาหารและศาสนาที่เหมาะสมภายใต้นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี มีการมุ่งเน้น ดังนี้ 1) บูรณาการจุดแข็งของจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งมีทุนทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย, เอกลักษณ์ด้านอาหารและขนมหวาน, และ วัดวาอารามเก่าแก่ ให้สอดคล้องกับแนวทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมีเป้าหมายเพื่อ ส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน ควบคู่กับการอนุรักษ์ภูมิปัญญาและคุณค่าทางศาสนา สอดคล้องกับ เบญจมาศ ณ ทองแก้ว ที่ศึกษาเรื่องศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารของตลาดใต้เคี่ยม อำเภอละแม จังหวัดชุมพร ผลการศึกษาพบว่า แนวทางการพัฒนาตนเองมุ่งเน้นระบบสื่อความหมายเพื่อสร้างความรู้ ความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยว พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงในพื้นที่คำนึงถึงการบริหารจัดการที่มีความโปร่งใสและมีส่วนร่วมจากทุกฝ่ายอย่างจริงจัง และจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกให้สอดคล้องกับฤดูกาล (เบญจมาศ ณ ทองแก้ว และคณะ, 2562) 2) บูรณาการวัฒนธรรม อาหาร และศาสนาเป็นเส้นทางท่องเที่ยวร่วมกัน สร้างเส้นทางท่องเที่ยวแบบ “กิน-ไหว้-เรียนรู้” พัฒนาพื้นที่ชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) ส่งเสริมการจัดตั้งกลุ่มการท่องเที่ยวในหมู่บ้าน ชูจุดเด่นด้านอาหารและวัดในท้องถิ่น ให้ชุมชนเป็นผู้นำเสนอเรื่องราว ถ่ายทอดประสบการณ์ และดูแลการจัดการด้วยตนเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปาริฉัตร ศรีหะริญ ในงานวิจัยเรื่องกระบวนการสร้างความหมายวัฒนธรรมการ บริโภคอาหารท้องถิ่น จังหวัดนครศรีธรรมราช ภายใต้แนวคิดการสร้างคุณค่าร่วมกันที่กล่าวว่า การสื่อสารทางการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว



จำเป็นต้องมีการสร้างความหมายของอาหารท้องถิ่นจนกลายเป็นภาพจำ ของนักท่องเที่ยว สามารถทำได้โดยการ สร้างพื้นที่ทางสังคม การกระตุ้นความทรงจำ การกระตุ้น การตีความ การสร้างตำนาน การใช้วัตถุในท้องถิ่น และการบริโภควิถีท้องถิ่น (ปาริฉัตร ศรีหะรัญ, 2561) 3) ส่งเสริมเอกลักษณ์อาหารเพชรบุรีให้เป็น “Soft Power” ยกระดับ อาหารพื้นบ้านและขนมหวานเพชรบุรี ให้เป็นเอกลักษณ์ประจำจังหวัด จัดทำ “เทศกาลขนมหวาน และอาหารพื้นบ้านเมืองเพชร” ผลักดันการขึ้นทะเบียนภูมิปัญญา สอดคล้องกับ พิมพะระวี โรจน์รุ่งสัจย์ ที่ได้ศึกษา เรื่อง การพัฒนารูปแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่น เพื่อเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา จังหวัดเพชรบุรี โดยผลการวิจัยพบว่า แนวทางในการพัฒนารูปแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่น ของจังหวัดเพชรบุรี ควรมุ่งเน้นด้านความเป็นเอกลักษณ์ ความคิดสร้างสรรค์ คุณค่าด้านโภชนาการและความเหมาะสมของราคา ตามลำดับ (พิมพะระวี โรจน์รุ่งสัจย์, 2561) 4) ใช้เทคโนโลยีและสื่อออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ จัดทำสื่อในรูปแบบ “เพชรบุรี Cultural Tourism Platform” ที่รวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว วัด ร้านอาหาร ขนม และกิจกรรม ผลิตภัณฑ์ดิจิทัล เช่น คลิปแนะนำเส้นทาง จัดทำ QR Code บริเวณวัด ร้านอาหาร หรือพิพิธภัณฑ์ ท้องถิ่น เพื่อให้ข้อมูลแก่ผู้เยี่ยมชม ส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) และ 5) ควบคุม จำนวนนักท่องเที่ยวต่อวันในพื้นที่วัดหรือชุมชน จัดการขยะจากกิจกรรมการกิน/การทำอาหารอย่างเป็นระบบ สร้างจิตสำนึกในนักท่องเที่ยวให้เคารพวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การแต่งกายสุภาพเมื่อเข้าวัด สร้างความร่วมมือ ระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน

การขับเคลื่อนแนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงอาหารและศาสนาภายใต้นโยบายส่งเสริม การท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีโดยชุมชน ได้แก่ 1) จัดทำแผนแม่บทท่องเที่ยววัฒนธรรมร่วมกัน สนับสนุน งบประมาณ การอบรม การตลาด และโครงสร้างพื้นฐานให้สอดคล้องกับศักยภาพในแต่ละพื้นที่ สอดคล้องกับ งานวิจัยของ นธิ เหมมันต์ ผู้ส่งสาร คือ ผู้จัดการตลาดใต้โหนด ผู้ประกอบการในตลาดใต้โหนด ชาวบ้านในชุมชน ดอนทรายและหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ประชาชน คือ รูปภาพอาหารท้องถิ่นจังหวัดพัทลุง ข้อความที่สะท้อน วัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น และป้ายโฆษณาที่เขียนด้วยมือ ช่องทางการสื่อสารวัฒนธรรมอาหาร ท้องถิ่น คือ สื่อ สังคมออนไลน์และการบอกต่อปากต่อปากของนักท่องเที่ยว ผู้รับสาร คือ ผู้ใช้สื่อสังคม ออนไลน์และนักท่องเที่ยว 2) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มี 2 ลักษณะ คือ การส่งเสริม ภาคประชาชน และการส่งเสริมโดยภาครัฐ และเอกชน (นธิ เหมมันต์, 2567)

สรุปและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องนี้ สรุปได้ว่า สภาพปัจจุบันของการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงอาหารและศาสนาของจังหวัด เพชรบุรี นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพชรบุรี มีวัตถุประสงค์พักผ่อนหย่อนใจ เพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ ปฏิบัติศาสนกิจด้านศาสนา รับประทานอาหาร เยี่ยมญาติ ส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว ประมาณ ปีละ 2 ครั้ง ในวันวันเสาร์ - อาทิตย์ อาหารที่นักท่องเที่ยวชอบทาน คือ อาหารทะเล อาหารท้องถิ่น ขนมหวานเมืองเพชร ผลไม้ เมืองเพชร คนในชุมชนมีความต้องการเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารและศาสนาในจังหวัดเพชรบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก การสร้างเส้นทางท่องเที่ยวฯ มีจำนวน 3 เส้นทาง ได้แก่ 1) เส้นทางท่องเที่ยว วัฒนธรรมเชิงอาหารและศาสนาของชุมชนคลองกระแซง อำเภอเมืองเพชรบุรี 2) เส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรม

เชิงอาหารและศาสนาของชุมชนบ้านระหารน้อย อำเภอบ้านลาด และ 3) เส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงอาหารและศาสนาของชุมชนบางตะบูนอก อำเภอบ้านแหลม การพัฒนาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวฯ มีการมุ่งเน้นดังนี้ 1) บูรณาการจุดแข็งของจังหวัดเพชรบุรี 2) บูรณาการวัฒนธรรม อาหาร และศาสนาเป็นเส้นทางท่องเที่ยวร่วมกันสร้างเส้นทางท่องเที่ยวแบบ “กิน - ไหว้ - เรียนรู้” 3) ส่งเสริมเอกลักษณ์อาหารเพชรบุรีให้เป็น “Soft Power” 4) ใช้เทคโนโลยีและสื่อออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ จัดทำสื่อในรูปแบบ “เพชรบุรี Cultural Tourism Platform” และ 5) ควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยว จัดการขยะ ทำอาหารอย่างเป็นระบบ สร้างจิตสำนึกให้เคารพวัฒนธรรมท้องถิ่น การขับเคลื่อนแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวฯ โดยชุมชน ได้แก่ 1) จัดทำแผนแม่บทท่องเที่ยววัฒนธรรมร่วมกัน สนับสนุนงบประมาณ การอบรม การตลาด และโครงสร้างพื้นฐานให้สอดคล้องกับศักยภาพในแต่ละพื้นที่ 2) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มี 2 ลักษณะ คือ การส่งเสริม ภาคประชาชน และการส่งเสริมโดยภาครัฐและเอกชน จึงมีข้อเสนอแนะ ดังนี้ 1) ภาครัฐควรส่งเสริมและสนับสนุนให้ชุมชนมีการสร้างกลไกเพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยว โดยชุมชน เพื่อให้คนในชุมชนมีความรู้สึกเป็นเจ้าของการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนเองซึ่งจะนำไปสู่ความยั่งยืนต่อไปในอนาคต 2) ชุมชนควรมีการจัดตั้งกลุ่มบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่มีบทบาทในการบริหารกิจกรรม การให้บริการ และการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยว โดยเน้นให้คนในชุมชนเป็นผู้นำเสนอและถ่ายทอดถึงอาหารพื้นถิ่น วัฒนธรรมและกิจกรรมเชิงศาสนาของชุมชน 3) ส่งเสริมให้เยาวชนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการถ่ายทอดอัตลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การทำขนมและอาหารพื้นบ้าน การจัดกิจกรรมทางศาสนา และการเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่นที่สามารถบอกเล่าเรื่องราวของพื้นที่ผ่านอาหาร วัฒนธรรม และศาสนา เพื่อเพิ่มมูลค่าเชิงประสบการณ์ (Experiential Tourism) ให้แก่นักท่องเที่ยว 4) ควรมีการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ป้ายข้อมูล, QR Code, คลิปวิดีโอ, Infographic, เว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มดิจิทัลที่รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยว ร้านอาหาร วัด กิจกรรม และผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยควรมีการจัดทำหลายภาษาเพื่อให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ และ 5) ควรส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมหรือเทศกาลประจำปีที่มีการนำอาหารและแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนามาเป็นจุดเด่น เน้นกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้และเข้าใจวิถีวัฒนธรรมของชุมชนโดยเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วม ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม สถาบันการศึกษา เพื่อพัฒนาและสนับสนุนกิจกรรมอย่างเป็นระบบ

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2567). รายงานสถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าประเทศไทยตลอดปี 2567. เรียกใช้เมื่อ 20 เมษายน 2567 จาก <http://www.bangkokbiznews.com/business/business/1160350>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). การท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน. เรียกใช้เมื่อ 11 กรกฎาคม 2567 จาก <http://www.tatreviewmagazine.com/article/cbt-thailand/>
- นธิ เหมมันต. (2567). การสื่อสารวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว: กรณีศึกษาตลาดใต้โหนด ตำบลดอนทราย อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง. ใน การประชุมมหาดไทยวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 15 (หน้า 1266-1278). สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.



- นิมิต ชื่นสั้น. (2562). การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยว โดยชุมชนของชุมชนทุ่งมะพร้าว จังหวัดพังงา. วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการปีที่ 4(2), 326-340.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาสน.
- เบญจมาศ ณ ทองแก้ว และคณะ. (2562). การท่องเที่ยวเชิงอาหารตลาดใต้เคี่ยม จังหวัดชุมพร. ใน การประชุม หาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 10 (หน้า 553-568). สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- ปาริฉัตร ศรีหะริญ. (2561). กระบวนการสร้างความหมายวัฒนธรรมการบริโภคอาหารท้องถิ่น จังหวัดนครศรีธรรมราช ภายใต้แนวคิดการสร้างคุณค่าร่วมกัน. นครศรีธรรมราช: มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจย์. (2561). การพัฒนารูปแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นเพื่อเสริมสร้าง. วารสารวิชาการ การท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, 14(1), 152-167.
- ศิริพันธ์ นันสุนานนท์. (2563). แผนที่ชุมชนและการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขตทุ่งครุ กรุงเทพมหานคร. วารสารสถาบันศิลปวัฒนธรรมและศิลปะ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 21(2), 83-93.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2562). ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561 - 2580. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ สำนักงาน คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.