

การสร้างเส้นทางสายอาหารสตรีทฟู้ดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก*

CREATING A STREET FOOD ROUTE TO PROMOTE TOURISM IN NAKHON NAYOK PROVINCE

พัลลยมณ สิ้นหนัง*, วณิดา ศิริวรสกุล, ชนะศึก วิเศษชัย, พัทธี กล่อมเมือง, ณัฏฐา เกิดทรัพย์

Panlayamon Sinnang*, Wanida Siriworasakul, Shanasuek Wisetchai, Patcharee Klommeung, Natta Kertsup

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

Faculty of Humanities and Social Sciences, Phranakhon Rajabhat University, Bangkok, Thailand

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

*Tel: 081-924-7067

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สำรวจเส้นทางการท่องเที่ยวสายอาหารสตรีทฟู้ด 2) สร้างเส้นทางการท่องเที่ยวสายอาหารสตรีทฟู้ด และ 3) ประชาสัมพันธ์เส้นทางการท่องเที่ยวสายอาหารสตรีทฟู้ด ในพื้นที่จังหวัดนครนายก การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน เชิงปริมาณใช้การแจกแบบสอบถามนักท่องเที่ยว จำนวน 200 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก และเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารในพื้นที่ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่มาตรวจสอบความสมบูรณ์ และนำมาวิเคราะห์เนื้อหา สรุป ตีความ ตามประเด็นหลัก ประเด็นรอง และนำเสนอข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผลวิจัยพบว่า 1) ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารสตรีทฟู้ด ในจังหวัดนครนายก ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่ คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด รองลงมา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านกระบวนการให้บริการ คือ และลำดับสุดท้าย คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 2) เส้นทางการท่องเที่ยวสายอาหารสตรีทฟู้ด ในจังหวัดนครนายก แบ่งออกเป็น 4 เส้นทางหลัก ซึ่งมีจุดเด่นและเอกลักษณ์ที่ต่างกัน คือ 2.1) อำเภอเมืองนครนายก เป็นศูนย์รวมของร้านอาหารเก่าแก่ที่เปิดให้บริการมายาวนานและเป็นที่รู้จักของคนในพื้นที่ 2.2) อำเภอบ้านนา มีความหลากหลายสูง 2.3) อำเภอปากพลี มีจุดเด่นในด้านอาหารพื้นถิ่น และ 2.4) อำเภอองครักษ์ มีร้านอาหารที่รองรับผู้เดินทางและผู้คนในชุมชนอย่างหลากหลาย และ 3) แผนประชาสัมพันธ์เส้นทางอาหารควรมุ่งเน้นการเล่าเรื่อง ผ่านสื่อออนไลน์และออฟไลน์ โดยชูเอกลักษณ์ท้องถิ่น ปักหมุดร้านอร่อยระดับตำนานและ มาตรฐาน Clean Food Good Taste เพื่อความมั่นใจ ใช้ Influencer สายกินโปรโมท สร้างกิจกรรมเช็คอินรับส่วนลด และร่วมมือกับชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และได้รูปแบบการพัฒนาเส้นทางสตรีทฟู้ดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงอาหาร, เส้นทางการท่องเที่ยว, พฤติกรรมผู้บริโภค, เส้นทางสายอาหารสตรีทฟู้ด, จังหวัดนครนายก

Abstract

This research aimed to 1) Explore street food tourism routes, 2) Create street food tourism routes, and 3) Promote street food tourism routes in Nakhon Nayok province. This research employs a mixed-methods approach. Quantitative research involved distributing questionnaires to 200 tourists in Nakhon Nayok province by Convenience Sampling, while qualitative research involved interviewing key informants, such as restaurant owners in the area. The data were verified for completeness, subjected to content analysis, summarized, interpreted according to main and sub-themes, and presented in accordance with the research objectives. The research findings revealed that 1) The overall decision-making process in choosing street food restaurants in Nakhon Nayok province was at a high level. When considering each item individually, the most significant aspects were product, followed by marketing promotion and service process, and finally distribution channels. 2) The street food tourism routes in Nakhon Nayok Province are divided into four main routes, each with its own unique features and characteristics: 2.1) Nakhon Nayok City District, a hub of long-established and well-known local restaurants. 2.2) Ban Na District, offering high diversity. 2.3) Pak Phli District, highlighting local cuisine. and 2.4) Ongkharak District, featuring a wide variety of restaurants catering to both travelers and the local community and 3) The food route promotion plan should focus on storytelling through online and offline media, highlighting local identity, marking legendary restaurants, and emphasizing the Clean Food Good Taste standard for peace of mind. It should utilize food influencers for promotion, create check-in activities offering discounts, and collaborate with communities to develop food tourism. This research were found SFR Model: Street Food Route Development Model for Gastronomy Tourism.

Keywords: Food Tourism, Travel Routes, Consumer Behavior, Street Food Routes, Nakhon Nayok Province

บทนำ

อาหารสตรีทฟู้ด (Street Food) เป็นรูปแบบการจำหน่ายอาหารที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและวิถีชีวิตของประชาชนในสังคมเมือง โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งมีการขยายตัวของชุมชนเมืองและจำนวนประชากรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลมาจากปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และการเปลี่ยนแปลงของระบบการสื่อสารในยุคโลกาภิวัตน์ ส่งผลให้รูปแบบการดำเนินชีวิตของประชาชนเปลี่ยนแปลงไปสู่ความเร่งรีบและให้ความสำคัญกับความสะดวกในการบริโภคมากยิ่งขึ้น อาหารริมบาทวิถีจึงกลายเป็นทางเลือกสำคัญที่สามารถตอบสนองความต้องการดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในด้านความสะดวก ความรวดเร็ว การเข้าถึงง่าย และราคาที่เหมาะสม นอกจากนี้ อาหารริมบาทวิดียังมีบทบาทสำคัญต่อการส่งเสริมอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวของประเทศ โดยเฉพาะในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวนิยมแสวงหาประสบการณ์

การบริโภคอาหารท้องถิ่นควบคู่กับการเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน ส่งผลให้อาหารริมบาทวิถีกลายเป็นส่วนหนึ่งของเส้นทางการท่องเที่ยวที่สะท้อนเอกลักษณ์และความหลากหลายทางวัฒนธรรมของประเทศไทย อีกทั้งยังมีส่วนสำคัญในการกระจายรายได้สู่ผู้ประกอบการรายย่อยและเศรษฐกิจฐานราก (ศิริเพ็ญ ดาบเพชร, 2561) ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ อย่างไรก็ตาม แม้อาหารริมบาทวิถีจะมีคุณูปการต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม และการท่องเที่ยว แต่ยังคงเผชิญกับข้อท้าทายในหลายด้าน ทั้งด้านมาตรฐานสุขอนามัย ความปลอดภัยของอาหาร การจัดระเบียบพื้นที่สาธารณะ ตลอดจนผลกระทบต่อสุขภาพของผู้บริโภคและภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศ ดังนั้น การศึกษาอาหารริมบาทวิถีจึงจำเป็นต้องพิจารณาอย่างรอบด้าน ทั้งในมิติทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสุขภาพ เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ที่สามารถนำไปใช้กำหนดแนวทางการบริหารจัดการและพัฒนาอาหารริมบาทวิถีให้มีคุณภาพ มาตรฐาน และเกิดความยั่งยืน (กองยุทธศาสตร์และแผนงาน สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข, 2564)

การศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนาภาคการผลิตและบริการให้มีศักยภาพ รวมถึงการส่งเสริมความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559) อีกทั้งยังสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติที่มีเป้าหมายผลักดันประเทศไทยสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพระดับโลกบนพื้นฐานของอัตลักษณ์ความเป็นไทย และการกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างทั่วถึง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ด้วยเหตุนี้ การศึกษาประเด็นอาหารริมบาทวิถีจึงมีความสำคัญทั้งในเชิงวิชาการและเชิงนโยบาย อันจะนำไปสู่การพัฒนาแนวทางส่งเสริมศักยภาพอาหารริมบาทวิถีของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากลอย่างยั่งยืนต่อไป อาหารสตรีทฟู้ดยังเป็นธุรกิจที่ให้บริการอาหารแก่นักท่องเที่ยวที่มีบทบาทสำคัญ และเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้ของประเทศ และยังเป็นพัฒนาการของการขายอาหารที่ตอบสนองวิถีชีวิต และวัฒนธรรมการกินอาหารของสังคมเมืองที่แพร่หลายมากขึ้น ตามแนวโน้มจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นและการขยายตัวของชุมชนเมือง รวมทั้งกระแสโลกาภิวัตน์อาหารริมบาท วิถีจึงเป็นทางเลือกที่ตอบสนองวิถีชีวิตเร่งรีบ แข่งกับเวลา สะดวก เข้าถึงง่ายสอดคล้องกับ Life Style ของคนรุ่นใหม่ที่นิยมการมีประสบการณ์ใหม่ในการเดินทางท่องเที่ยวสัมผัสกับวิถีชีวิตต่างถิ่น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2540)

จังหวัดนครนายก เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว และมีกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านอื่น ๆ ต่อเนื่องเป็นประจำปีทุกปี เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ด้วยลักษณะของการเป็นเมืองท่องเที่ยว จังหวัดนครนายกได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวจำนวนมาก เนื่องจากนครนายกความสวยงามของธรรมชาติ เช่น เขื่อนขุนด่านปราการชล น้ำตกนางรอง วังตะไคร้ สาลิกา และอื่น ๆ เป็นที่รู้จักและชื่นชอบของนักท่องเที่ยว โดยมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2567 ถึง 2,156,618 คน (สำนักงานคลังจังหวัดนครนายก, 2567) สิ่งสำคัญและความต้องการจำเป็นที่นักท่องเที่ยวต้องการ เช่น ความปลอดภัย สาธารณูปโภค ที่พักและอาหาร ซึ่งจังหวัดนครนายกมีความหลากหลายของอาหารและมีให้เลือกบริโภคได้ง่ายตามเส้นทางต่าง ๆ ทว่าจังหวัดจากการสำรวจเบื้องต้น พบว่า ร้านจำหน่ายอาหารในจังหวัดนครนายกยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว เนื่องจากไม่มีการจัดทำข้อมูลและเส้นทางอย่างเป็นระบบ ดังนั้น มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครที่มีพื้นที่บริการ จังหวัดนครนายก ทำให้การสำรวจและจัดทำเส้นทางอาหาร (สตรีทฟู้ด) เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว



จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งนอกจากจะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดแล้วยังเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากสำหรับผู้ประกอบการรายย่อย และเศรษฐกิจชุมชนได้ด้วย (ธนภัทร พิริโยธินกุล, 2561)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจเส้นทางการท่องเที่ยวสายอาหารสตรีทฟู้ดในพื้นที่จังหวัดนครนายก
2. เพื่อสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวสายอาหารสตรีทฟู้ดในพื้นที่จังหวัดนครนายก
3. ประชาสัมพันธ์เส้นทางการท่องเที่ยวสายอาหารสตรีทฟู้ดในพื้นที่จังหวัดนครนายก

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยในรูปแบบผสมวิธีการวิจัย (Mixed Methods Research) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยการแจกแบบสอบถามผู้บริโภคร้านอาหารและการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหาร โดยงานวิจัยนี้ได้รับการอนุมัติจริยธรรมการวิจัยเรียบร้อยแล้ว

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเชิงปริมาณ ได้แก่ นักท่องเที่ยวและผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านอาหารสตรีทฟู้ดในพื้นที่จังหวัดนครนายก ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แนวคิดของ Cochran, W. G. ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อน .07 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวนไม่น้อยกว่า 196 คน ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 200 คน และใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) (Cochran, W. G., 1977)

กลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพ ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านอาหารสตรีทฟู้ดในพื้นที่จังหวัดนครนายก โดยผู้วิจัยกำหนดคุณลักษณะของร้านอาหารสตรีทฟู้ด หมายถึง ร้านอาหารขนาดเล็ก ร้านอาหารริมทาง ร้านอาหารท้องถิ่น หรือร้านอาหารกึ่งถาวรที่จำหน่ายอาหารพร้อมรับประทานแก่ประชาชนทั่วไป สามารถเข้าถึงได้ง่าย และสะท้อนอัตลักษณ์ด้านอาหารของพื้นที่ ทั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ 1) ตั้งอยู่บนเส้นทางหลักในพื้นที่ 4 อำเภอของจังหวัดนครนายก 2) จำหน่ายอาหารคาวหรืออาหารท้องถิ่นเป็นหลัก 3) เปิดดำเนินการกิจการมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปี 4) เป็นร้านที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวหรือประชาชนในพื้นที่ และ 5) มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นจุดแวะในเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ตอน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเพื่อเลือกใช้บริการร้านอาหาร และช่วงเวลาที่ท่านไปรับประทานอาหารในร้านอาหาร

ตอนที่ 2 การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหาร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ หากท่านต้องการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องส่งเสริมให้ถนนสายนี้เป็นถนนสายอาหารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ท่านเห็นว่าควรดำเนินการอย่างไร



2. การวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสัมภาษณ์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- 2.1 ประวัติร้านค้า
- 2.2 อาหารที่เป็นจุดเด่น สูตรต่าง ๆ (ถ้าบอกได้)
- 2.3 การให้บริการ (เวลา ปิด เปิด online)
- 2.4 ความต้องการสนับสนุนจากราชการ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- 2.5 แนวโน้มผู้บริโภค และ ความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน
- 2.6 ปัญหาและข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาร้าน ให้เป็นถนนสายอาหาร เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว

ในจังหวัดนครนายก

การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ เป็นการนำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ไปตรวจสอบคุณภาพการตรวจสอบความเที่ยงตรง (validity) ด้วยการนำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน พิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา

2. การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยการแจกแบบสอบถามนักท่องเที่ยวกลุ่มทดลองที่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำมาหาค่าด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient: α) ได้ค่า = .91

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การสร้างเส้นทางสายอาหารสตรีทฟู้ดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก ผู้วิจัยสรุปตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

การวิจัยเชิงปริมาณ

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 54.2 มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี ร้อยละ 37.3 มีการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 53.0 มีอาชีพทำงานบริษัทเอกชน รับจ้าง ร้อยละ 29.8 มีรายได้ 15,001 - 25,000 บาท ร้อยละ 33.7 มีแหล่งข้อมูลจากสื่อออนไลน์ เช่น Facebook Line ร้อยละ 33.8 และไม่เจาะจงช่วงเวลาที่ได้รับประทานอาหาร (ตามสะดวก) ร้อยละ 43.5

2. ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารสตรีทฟู้ด (Street Food) ในจังหวัดนครนายก

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานภาพรวมการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารสตรีทฟู้ด (Street Food) ในจังหวัดนครนายก

ภาพรวมการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหาร ในโซนกรุงเทพมหานครตอนเหนือ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.21	.755	มากที่สุด	2
2. ด้านราคา	3.79	.918	มาก	5
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.72	.981	มาก	6
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.26	.799	มากที่สุด	1
5. ด้านบุคลากร	4.19	.790	มาก	4



ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานภาพรวมการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารสตรีทฟู้ด (Street Food) ในจังหวัดนครนายก (ต่อ)

ภาพรวมการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหาร ในโซนกรุงเทพมหานครตอนเหนือ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับ
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.26	.778	มากที่สุด	1
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.20	.763	มาก	3
รวม	4.09	.826	มาก	-

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ภาพรวมการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารสตรีทฟู้ด (Street food) ในจังหวัดนครนายก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = .826) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าส่วนใหญ่ คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = .799) และด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = .778) รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = .755) และลำดับสุดท้าย คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.72$, S.D. = .981)

เส้นทางการท่องเที่ยวสายอาหารสตรีทฟู้ด (Street food) ในจังหวัดนครนายก

เส้นทางการท่องเที่ยวสายอาหารสตรีทฟู้ด ออกเป็น 4 เส้นทางหลัก ตามพื้นที่ 4 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองนครนายก อำเภอบ้านนา อำเภอปากพลี และอำเภอองครักษ์ ซึ่งแต่ละเส้นทางมีจุดเด่นและเอกลักษณ์ของร้านอาหารที่แตกต่างกัน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

เส้นทางที่ 1 อำเภอเมืองนครนายก

เส้นทางนี้เป็นศูนย์รวมของร้านอาหารเก่าแก่ที่เปิดให้บริการมายาวนานและเป็นที่รู้จักของคนในพื้นที่ โดยมีจุดแวะพักบนเส้นทาง ดังนี้ 1) ร้านที่ 1 ลุงจำ สาขา 2 2) ร้านที่ 2 กวยเตี๋ยวป้ามณี 3) ร้านที่ 3 รัตหน้าตา 4) ร้านที่ 4 กวยเตี๋ยว 5 บาท 5) ร้านที่ 5 ลูกชิ้นย่างป้ามล (ศาลเจ้าตลาดเก่าทางเข้าวัดส้มป่อย) และ 6) ร้านที่ 6 ร้านกวยเตี๋ยวน้ำวัดหนองโพ (เจ๊แมว)

เส้นทางที่ 2 อำเภอบ้านนา

เส้นทางนี้มีความหลากหลายสูง ทั้งร้านกวยเตี๋ยวยกระดับตำนาน คาเฟ่สมัยใหม่ และตลาดนัดสตรีทฟู้ดช่วงเย็น โดยมีจุดแวะพักบนเส้นทาง ดังนี้ 1) ร้านที่ 1 กวยเตี๋ยวเป็ด วงเวียนบ้านนา ผู้ใหญ่บัว 2) ร้านที่ 2 ร้าน Momty 3) ร้านที่ 3 ในเขาคาเฟ่ 4) ร้านที่ 4 ร้านปลาหมึกย่างรสแซบ ๆ 5) ร้านที่ 5 กาแฟโบราณไข่ลวกร้านเฟิร์น 6) ร้านที่ 6 สตอเบอรี่เกิร์ต และ 7) ร้านที่ 7 หมอลำ ชาบูเสียบไม้

เส้นทางที่ 3 อำเภอปากพลี

อำเภopakพลีมีจุดเด่นในด้านอาหารพื้นถิ่น โดยเฉพาะสุกี้ไทยพวนที่สืบทอดกันมายาวนาน โดยมีจุดแวะพักบนเส้นทาง ดังนี้ 1) ร้านที่ 1 ร้านข้าว อำเภอปากพลี 2) ร้านที่ 2 สุกี้เจ๊แก๊ด ปากพลี 3) ร้านที่ 3 ร้านส้มตำบ้านสวนฟ้าบ่กัน 4) ร้านที่ 4 สุกี้แม่ฉลุย และ 5) ร้านที่ 5 สุกี้ศรีไพร

เส้นทางที่ 4 อำเภอองครักษ์

เส้นทางสตรีทฟู้ดและอาหารจานด่วน อำเภอองครักษ์ เส้นทางนี้มีร้านอาหารที่รองรับผู้เดินทางและผู้คนในชุมชนอย่างหลากหลาย โดยมีจุดแวะพักบนเส้นทาง ดังนี้ 1) ร้านที่ 1 ก๋วยเตี๋ยวหลักกิโล องครักษ์ 2) ร้านที่ 2 ก๋วยเตี๋ยวเย็นตาโฟ คลอง 15 3) ร้านที่ 3 เจ๊หมวย ก๋วยเตี๋ยวปลา 4) ร้านที่ 4 ร้านตุ๋กตาโจ๊ก และ 5) ร้านที่ 5 ร้านอาหารต๋อยต้ง

จากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลเส้นทางท่องเที่ยวสายอาหารสตรีทฟู้ดในพื้นที่ 4 อำเภอของจังหวัดนครนายก ผู้วิจัยได้ดำเนินการคัดเลือกร้านอาหารที่มีความโดดเด่น (ร้านเด็ด) ในแต่ละพื้นที่ เพื่อนำมาจัดทำเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของแผ่นพับ (Brochure) ภายใต้ชื่อ “เปิดวาร์ป ตำนานความอร่อย 4 อำเภอ นครนายก” โดยมีเป้าหมายเพื่อใช้เป็นคู่มือแนะนำเส้นทางแห่งความอร่อยให้นักท่องเที่ยวและผู้สนใจ

ผลการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แผ่นพับ มีการออกแบบโดยแบ่งสัดส่วนเนื้อหาและการนำเสนอร้านอาหารเด็ดของแต่ละอำเภอ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ส่วนหน้าปกและจุดเชื่อมต่อข้อมูลการเดินทาง

หน้าปก ออกแบบเพื่อดึงดูดสายตาด้วยหัวข้อแคมเปญ “เปิดวาร์ป ตำนานความอร่อย 4 อำเภอ นครนายก” เพื่อสื่อสารถึงภาพรวมของการตามรอยร้านอาหารสตรีทฟู้ดในจังหวัด

หน้าสแกนพิกัด (QR Code Panel) ผู้วิจัยได้จัดสรรพื้นที่ส่วนหนึ่งของแผ่นพับเพื่อจัดทำพื้นที่สแกน QR Code ที่รวบรวมพิกัดแผนที่ (Google Maps) ของร้านอาหารทั้งหมด ให้นักท่องเที่ยวสามารถสแกนเพื่อรับเส้นทางเดินทางไปยังร้านเด็ดในแต่ละอำเภอได้อย่างแม่นยำ และมีการแจ้งหมายเหตุว่า กรณีเข้าใหม่แล้วหมดแผนที่ไม่ขึ้นโปรดสลับแอคเคาท์

2. ส่วนนำเสนอร้านเด็ดแยกตามพื้นที่ (ส่วนเนื้อหาด้านในของแผ่นพับ) ผู้วิจัยได้คัดเลือกร้านอาหารสตรีทฟู้ดที่มีความโดดเด่นรวมทั้งสิ้น 12 ร้าน โดยจัดวางเนื้อหาจำแนกตาม 4 อำเภอ

สรุปผลการดำเนินการประชาสัมพันธ์ สื่อแผ่นพับประชาสัมพันธ์ (Brochure) ที่จัดทำขึ้น ได้รวบรวมร้านเด็ดทั้ง 12 ร้านจาก 4 อำเภอไว้ด้วยกัน โดยออกแบบเนื้อหาให้กระชับและดึงดูดความสนใจผ่านคำโปรยที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละร้าน พร้อมรองรับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวผ่านการสแกน QR Code นำทาง ซึ่งผลผลิตนี้สามารถนำไปแจกจ่ายหรือต่อยอดเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-Brochure) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดนครนายกให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างต่อไป

“กระบวนการรวบรวมข้อมูลร้านอาหาร Street Food” และ “การวิเคราะห์ความพร้อม/ความเหมาะสม/ศักยภาพเพื่อคัดกรองเข้าสู่การจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวอาหาร” ได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์กระบวนการรวบรวมข้อมูลร้านอาหาร Street Food

การศึกษานี้ใช้ทั้ง “ข้อมูลเชิงปริมาณ” และ “ข้อมูลเชิงคุณภาพ” ร่วมกัน เพื่อสร้างเส้นทางอาหารสตรีทฟู้ดในจังหวัดนครนายก

1.1 การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data)

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามประชาชน จำนวน 200 คน เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหาร Street Food



ข้อมูลที่เก็บประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ แหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้าน ช่วงเวลาที่นิยมรับประทานอาหาร ปัจจัยทางการตลาด 7Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพ

จุดเด่นของการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ สามารถสะท้อน “ความต้องการของผู้บริโภค” ได้จริง ใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์ ช่วยกำหนดเกณฑ์คัดเลือกร้านเข้าสู่เส้นทางท่องเที่ยวอาหาร

ตัวอย่างปัจจัยสำคัญที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญสูง ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ออนไลน์ คุณภาพอาหารและเอกลักษณ์ร้าน ความสะดวกในการเข้าถึงและที่จอดรถ ความสะอาดและมาตรฐานร้านอาหาร

1.2 การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data)

ผู้วิจัยใช้ “การสัมภาษณ์เชิงลึก” ผู้ประกอบการร้านอาหารใน 4 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองนครนายก อำเภอบ้านนา อำเภอปากพลี อำเภอองครักษ์

ข้อมูลที่เก็บประกอบด้วย ประวัติและระยะเวลาการดำเนินการ เมนูเด่น/อัตลักษณ์อาหาร เวลาเปิด - ปิด รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ปัญหาและอุปสรรค ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ ศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว เช่น ร้านสุกี้แม่ฉลุยมี “สุกี้ไทยพวนสูตรดั้งเดิม” ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่น ร้านก๋วยเตี๋ยว 5 บาท มีจุดขายด้าน “ความคุ้มค่าและความหลากหลาย” หลายร้านมีปัญหาด้านการเข้าถึงและป้ายบอกทาง

2. การวิเคราะห์ความพร้อม/ความเหมาะสม/ศักยภาพของร้านอาหาร

จากข้อมูลทั้งหมด สามารถสรุปเกณฑ์การประเมินศักยภาพร้านอาหาร Street Food ได้ดังนี้

2.1 ความพร้อมด้านผลิตภัณฑ์อาหาร (Food Readiness)

ร้านที่มีศักยภาพสูงมักมี รสชาติเป็นเอกลักษณ์ สูตรเฉพาะของร้าน ความสด สะอาด ปลอดภัย เมนูที่เป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่น ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับ การตกแต่งอาหาร มาตรฐานความสะอาด สูตรเฉพาะของร้าน ตัวอย่างร้านศักยภาพสูง สุกี้แม่ฉลุย สุกี้ศรีไพร ก๋วยเตี๋ยวเบ็ดเตล็ดผู้ใหญ่บัว ลูกชิ้นย่างป่ามล เพราะมี “ตำนานร้าน” และ “สูตรดั้งเดิม” ที่สร้าง Storytelling ได้ดี

2.2 ความพร้อมด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์

ผลวิจัยพบว่า “สื่อออนไลน์” เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการตัดสินใจเลือกร้านอาหาร ร้านที่มีศักยภาพสูงมักมี Facebook/TikTok/Instagram รีวิวออนไลน์ การถูกพูดถึงในเพจท่องเที่ยว ความสามารถสร้างคอนเทนต์ร้านจำนวนมากเรียกร้องให้รัฐช่วย “โปรโมทออนไลน์” เพิ่มเติม จึงสะท้อนว่า “ศักยภาพด้านดิจิทัล” เป็นเกณฑ์สำคัญในการคัดเลือกร้านเข้าสู่เส้นทาง

2.3 ความพร้อมด้านกายภาพและการเข้าถึง

ปัจจัยสำคัญ ได้แก่ ที่จอดรถ ป้ายร้านชัดเจน เดินทางสะดวก อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว ความสะอาดของพื้นที่ ผู้บริโภคให้ความสำคัญสูงกับที่จอดรถและสิ่งอำนวยความสะดวก ปัญหาที่พบ คือ เข้าถึงร้านยาก ไม่มีป้ายบอกทาง ไม่มีที่จอดรถ ถนนและสภาพพื้นที่ไม่เอื้อต่อการท่องเที่ยว ดังนั้น ร้านที่ถูกคัดเลือกเข้าสู่เส้นทางควรมีการเข้าถึงง่าย เชื่อมโยงกับเส้นทางท่องเที่ยวหลัก รองรับนักท่องเที่ยวได้จริง

2.4 ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism)

ร้านที่มีศักยภาพสูงมักมี เรื่องเล่า (Storytelling) อัตลักษณ์ท้องถิ่น ความเก่าแก่ เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตชุมชน เป็นร้านดังหรือร้านตำนาน เช่น สุกี้ไทยพวน ก๋วยเตี๋ยวเป็ดสูตรดั้งเดิม ร้านเก่าแก่กว่า 30 - 50 ปี สิ่งเหล่านี้ช่วยสร้าง “มูลค่าทางวัฒนธรรม” ให้เส้นทางอาหาร

3. กระบวนการคัดกรองร้านเพื่อจัดทำเส้นทางอาหาร

จากข้อมูลวิจัย สามารถสรุปกระบวนการคัดกรอง ได้ดังนี้

ขั้นที่ 1 สํารวจร้านอาหารในพื้นที่ สํารวจร้านใน 4 อำเภอ พร้อมเก็บข้อมูลภาคสนามและสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

ขั้นที่ 2 วิเคราะห์ศักยภาพร้าน ประเมินจาก เอกลักษณ์อาหาร ชื่อเสียงร้าน ความพร้อมบริการ ความสะอาด การเข้าถึง ศักยภาพด้านการตลาด ความสามารถรองรับนักท่องเที่ยว

ขั้นที่ 3 คัดเลือก “ร้านเด็ด” ผู้วิจัยคัดเลือก 12 ร้านเด่นจาก 4 อำเภอ เพื่อใช้เป็นร้านหลักของเส้นทางอาหาร

ขั้นที่ 4 จัดทำเส้นทางและสื่อประชาสัมพันธ์ พัฒนาเป็น Brochure QR Code Google Maps Digital Map Storytelling Route

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารสตรีทฟู้ด (Street food) ในจังหวัดนครนายก ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านกระบวนการให้บริการ ทั้งนี้ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพของอาหารและการบริการควบคู่กันไป ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์และการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ โทรศัพท์ วิดีโอ แผ่นพับ และป้ายไว้นิล เพื่อสร้างการรับรู้และดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค นอกจากนี้ ควรมีการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า เช่น การให้บริการจองโต๊ะล่วงหน้า เพื่อเพิ่มความสะดวก รวดเร็ว และลดระยะเวลาในการรอคอย รวมถึงควบคุมมาตรฐานของอาหารในด้านต่าง ๆ ได้แก่ รสชาติ ความสะอาด ความสวยงามของการจัดตกแต่งอาหาร ปริมาณที่เหมาะสมกับราคา และความหลากหลายของประเภทอาหาร ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการ ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler, P. ที่กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรสามารถควบคุมและนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยเดิมประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต่อมา มีการขยายแนวคิดให้ครอบคลุมธุรกิจบริการมากขึ้น โดยเพิ่มอีก 3 องค์ประกอบ ได้แก่ บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) รวมเรียกว่า ส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7Ps (Kotler, P., 1997) นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ ที่อธิบายว่า ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price)



ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคลหรือพนักงาน (People) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้สินค้าและบริการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546)

จากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลเส้นทางการท่องเที่ยวสายอาหารสตรีฟู้ดในพื้นที่ 4 อำเภอของจังหวัดนครนายก ผู้วิจัยได้ดำเนินการคัดเลือกร้านอาหารที่มีความโดดเด่น (ร้านเด็ด) ในแต่ละพื้นที่ เพื่อนำมาจัดทำเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของแผ่นพับ (Brochure) ภายใต้ชื่อ “เปิดวาร์ป ตำนานความอร่อย 4 อำเภอ นครนายก” โดยมีเป้าหมายเพื่อใช้เป็นคู่มือแนะนำเส้นทางแห่งความอร่อยให้นักท่องเที่ยวและผู้สนใจ

จากการศึกษาการประชาสัมพันธ์เส้นทางการท่องเที่ยวสายอาหารสตรีฟู้ดในพื้นที่จังหวัดนครนายก ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลเส้นทางการท่องเที่ยวด้านอาหารจากทั้ง 4 อำเภอของจังหวัดนครนายก และคัดเลือกร้านอาหารที่มีความโดดเด่นหรือเป็นที่นิยมในแต่ละพื้นที่ เพื่อนำมาจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบแผ่นพับ (Brochure) ภายใต้ชื่อ “เปิดวาร์ป ตำนานความอร่อย 4 อำเภอ นครนายก” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นคู่มือแนะนำเส้นทางท่องเที่ยวสายอาหารให้นักท่องเที่ยวและผู้สนใจ ผลการดำเนินการ พบว่า สื่อแผ่นพับประชาสัมพันธ์ที่จัดทำขึ้นได้รวบรวมร้านอาหารที่มีชื่อเสียง จำนวน 12 ร้าน จากทั้ง 4 อำเภอไว้ด้วยกัน โดยมีการออกแบบเนื้อหาให้มีความกระชับ เข้าใจง่าย และดึงดูดความสนใจผ่านคำโปรยที่สะท้อนเอกลักษณ์ของแต่ละร้าน พร้อมทั้งเพิ่มความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวด้วยการเชื่อมโยงข้อมูลผ่าน QR Code เพื่อใช้สำหรับนำไปยังสถานที่จริง ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัลที่นิยมใช้เทคโนโลยีในการค้นหาข้อมูลและวางแผนการเดินทาง นอกจากนี้ สื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าวยังสามารถนำไปแจกจ่ายให้นักท่องเที่ยว หรือพัฒนาต่อยอดเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-Brochure) เพื่อเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ อันจะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดนครนายกให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากยิ่งขึ้น ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ ทศพร ลิ่มดำเนิน และพิทักษ์ สิริวงศ์ ที่ศึกษาการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งพบว่า การประชาสัมพันธ์และการยกระดับมาตรฐานร้านอาหารให้มีความสะอาดและถูกสุขลักษณะ เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังควรมีการส่งเสริมให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวและหน่วยงานพัฒนาชุมชน เข้ามามีบทบาทในการให้ความรู้และสร้างความเข้าใจกับประชาชนในพื้นที่ เพื่อร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว รูปแบบสินค้า และการบริการให้มีคุณภาพ ซึ่งจะช่วยสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน รวมถึงการดูแลสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว (ทศพร ลิ่มดำเนิน และพิทักษ์ สิริวงศ์, 2560) นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ศิริเพ็ญ ดาบเพชร ที่พบว่า ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารยังขาดความรู้และทักษะในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว เช่น สุขอนามัยในการประกอบอาหาร การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และการทำการตลาด ดังนั้น การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องจึงเป็นแนวทางสำคัญในการยกระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว และสร้างความยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในระยะยาว (ศิริเพ็ญ ดาบเพชร, 2561)



องค์ความรู้ใหม่

รูปแบบการพัฒนาเส้นทางสตรีทฟู้ดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืน หรือ SFR Model: Street Food Route Development Model for Gastronomy Tourism

S = Storytelling Identity (อัตลักษณ์และเรื่องเล่าอาหาร) รวบรวมประวัติ ความเป็นมา และภูมิปัญญาท้องถิ่น สร้างเรื่องเล่าของร้านอาหารและเมนูเด่น และเชื่อมโยงอาหารกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชน ผลลัพธ์ คือ เพิ่มคุณค่าทางวัฒนธรรม สร้างความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น

F = Food Network (เครือข่ายอาหารท้องถิ่น) คัดเลือกและเชื่อมโยงร้านอาหารเด่น สร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ กำหนดมาตรฐานคุณภาพและความสะอาด ผลลัพธ์ คือ เกิดเส้นทางอาหารที่มีความต่อเนื่อง เพิ่มรายได้แก่ผู้ประกอบการ

R = Route Experience (การออกแบบประสบการณ์เส้นทาง) จัดกลุ่มเส้นทางตามพื้นที่ จัดลำดับร้านอาหาร และแหล่งท่องเที่ยว เชื่อมโยงกิจกรรมการเรียนรู้และการท่องเที่ยว ผลลัพธ์ คือ นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ครบวงจร เพิ่มระยะเวลาการท่องเที่ยวในพื้นที่

D = Digital Promotion (การประชาสัมพันธ์ดิจิทัล) ใช้ Social Media Google Maps QR Code Influencer Marketing Content Marketing ผลลัพธ์ คือ เข้าถึงนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ เพิ่มการรับรู้เส้นทางอาหาร

S = Sustainable Community (ความยั่งยืนของชุมชน) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน พัฒนาเศรษฐกิจฐานราก อนุรักษ์วัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น ส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผลลัพธ์ คือ รายได้กระจายสู่ชุมชน เกิดการอนุรักษ์มรดกอาหารท้องถิ่น



ภาพที่ 1 รูปแบบการพัฒนาเส้นทางสตรีทฟู้ดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืน



“ความสำเร็จของการพัฒนาเส้นทางสตรีทฟู้ดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เกิดจากการสร้างอัตลักษณ์อาหารผ่านเรื่องเล่า การเชื่อมโยงเครือข่ายร้านอาหาร การออกแบบประสบการณ์เส้นทาง การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล และการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งจะนำไปสู่การท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืน”

กรอบแนวคิดนี้ เป็นกรอบแนวคิดใหม่ในการพัฒนาเส้นทางสตรีทฟู้ด สามารถประยุกต์ใช้ได้กับจังหวัดอื่น สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) เชื่อมโยงเศรษฐกิจฐานรากกับการท่องเที่ยว และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่น ต่อไป

สรุปและข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารสตรีทฟู้ดในจังหวัดนครนายกสามารถส่งเสริมศักยภาพด้านการท่องเที่ยวได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยผู้บริโภครู้สึกว่ามีความสำคัญในระดับสูงต่อ การส่งเสริมการตลาด ตลอดจนความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัลในการสนับสนุนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน นอกจากนี้ การพัฒนาเส้นทางสตรีทฟู้ด จำนวน 4 เส้นทาง ครอบคลุมพื้นที่ 4 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองนครนายก อำเภอบ้านนา อำเภอปากพลี และอำเภอองครักษ์ สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ด้านอาหารและวิถีชีวิตของแต่ละพื้นที่ได้อย่างชัดเจน อีกทั้งการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบแผ่นพับร่วมกับการใช้ QR Code เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลเชิงลึก เช่น พิกัดร้านอาหาร เมนูแนะนำ และเส้นทางการเดินทาง ช่วยเพิ่มความสะดวกและยกระดับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวได้อย่างเป็นรูปธรรม อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานยังเผชิญกับข้อจำกัดสำคัญ ได้แก่ การแข่งขันทางธุรกิจที่มีความรุนแรงมากขึ้น ภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวซึ่งส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อของผู้บริโภค รวมถึงข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐานและการเข้าถึงร้านอาหารบางแห่งที่ยังไม่เอื้อต่อการท่องเที่ยว ดังนั้น ข้อเสนอแนะจากการวิจัย คือ 1) ควรมีการวางแผนและดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และเป็นระบบ ทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อสร้างการรับรู้และดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ควบคู่กับการพัฒนาคุณภาพอาหารและการบริการให้ได้มาตรฐานสากล โดยเฉพาะด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย และ 2) ควรสนับสนุนผู้ประกอบการในด้านการพัฒนาศักยภาพทางการตลาด การใช้สื่อดิจิทัล และการสร้างแบรนด์ท้องถิ่น รวมถึงการบูรณาการเส้นทางสตรีทฟู้ดเข้ากับแหล่งท่องเที่ยวอื่นในพื้นที่ เช่น แหล่งธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชุมชน เพื่อเพิ่มความหลากหลายของกิจกรรมและสร้างความยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยวในระยะยาว

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาเรื่องการสร้างเส้นทางสายอาหารสตรีทฟู้ดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก ขอขอบคุณ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ที่สนับสนุนงบประมาณปี พ.ศ. 2568 ให้กับงานวิจัยชิ้นนี้ รวมทั้งผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านซึ่งได้ให้ความเห็นและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงเครื่องมือการวิจัยตลอดจนข้อเสนอแนะอื่น ๆ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการวิจัย ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 - 2564). กรุงเทพมหานคร: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กองยุทธศาสตร์และแผนงาน สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข. (2564). รายงานผลการประเมินแผนปฏิบัติราชการกระทรวงสาธารณสุข สู่ความเป็นเลิศ รอบ 9 เดือน ปีงบประมาณ 2564. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงสาธารณสุข.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2540). การพัฒนาการท่องเที่ยวเรื่องกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ทศพร ลิ่มดำเนิน และพิทักษ์ สิริวงศ์. (2560). แนวทางการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารกรณีศึกษาคลองดำเนินสะดวก อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธนภัทร พิริโยธินกุล. (2561). วัฒนธรรมอาหารในวรรณคดีไทยสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น. ใน วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริเพ็ญ ดาบเพชร. (2561). องค์ประกอบการท่องเที่ยวและช่องทางการนำเสนอการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มวิจัยอนาคตการศึกษาจังหวัดพิษณุโลก. วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาชุมชน, 11(1), 79-98.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีระฟิล์ม และโซเท็กซ์ จำกัด.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561 - 2580. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานคลังจังหวัดนครนายก. (2567). รายงานประมาณการเศรษฐกิจจังหวัดนครนายก โดยวิธี Management Chart ประจำปีงบประมาณที่ 4/2567 เดือนธันวาคม 2567. นครนายก: สำนักงานคลังจังหวัดนครนายก.
- Cochran, W. G. (1977). Sampling Techniques. (3rd ed.). New York: John Wiley and Sons Inc.
- Kotler, P. (1997). MARKETING MANAGEMENT: ANALYSIS, PLANNING, IMPLEMENTATION AND CONTROL. New Delhi: Prentice-Hall.