

การมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของ  
ชุมชนบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์  
PEOPLE'S PARTICIPATION IN GASTRONOMY TOURISM OF KHOK  
MUANG COMMUNITY, JORAKHAY MAK SUB-DISTRICT,  
PRAKHONCHAI DISTRICT, BURIRAM PROVINCE



<sup>1</sup>ปัทมาวดี วงษ์เกิด, <sup>2</sup>จنگล ศิริประภา และ <sup>3</sup>นรินทร์ เจตธำรง

<sup>1</sup>Pattamawadee Wongkerd, <sup>2</sup>Jongkon Siriprapa and <sup>3</sup>Narin Jeidthumrong

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, ประเทศไทย

Buriram Rajabhat University, Thailand

<sup>1</sup> patamawadee.wk@bru.ac.th

**Received** :September 10,2023; **Revised** : November 2, 2023; **Accepted** : December 30,2023

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ชุมชนบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ 2) เพื่อพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน 3) เพื่อประเมินกิจกรรมการท่องเที่ยวผ่านรูปแบบการประชาสัมพันธ์โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน วิธีการศึกษาเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิเคราะห์เนื้อหา การสำรวจเอกสาร และการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสนทนากลุ่ม จำนวน 71 คน ผลการวิจัยพบว่า ในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารชุมชนบ้านโคกเมืองนั้นได้มีการเลือกเมนูอาหาร 5 เมนู ที่นำมาสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้แก่ ข้าวแต่น้ำกุ่มจ่อมกระฉีก ต่าไก่ใส่มะม่วง ต้มไก่บ้านมะขามอ่อน ผัดกุ้งจ่อมทรงเครื่อง และน้ำพริกนายฮ้อย ซึ่งทั้ง 5 เมื่อนั้นเป็นเมนูที่สามารถพัฒนาประสบการณ์การกินอาหารแต่ละมื้อของนักท่องเที่ยวได้ มีความน่าจดจำ สามารถเชื่อมโยงวัฒนธรรมเข้ากับการท่องเที่ยวเปรียบเสมือนการเปิดประตูสู่วัฒนธรรมของท้องถิ่น และเป็นตัวเชื่อมโยงให้นักท่องเที่ยวและคนท้องถิ่นแบ่งปันประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอาหารร่วมกัน สามารถส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น สร้างและสืบสานการผลิตและการบริโภคทางวัฒนธรรมของชุมชน และการสร้างสรรค์อาหารที่แตกต่างยังสามารถแสดงถึงความโดดเด่นของภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ช่วยให้เกิด

<sup>1</sup> อาจารย์ ดร. สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

<sup>2</sup> อาจารย์, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

<sup>3</sup> อาจารย์, สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

ความเป็นเอกลักษณ์ในตลาดที่มีการแข่งขันสูง โดยกิจกรรมจะมีดังนี้ วันที่ 1 1) การชิมขนมข้าวแตงนํ้ากึ่งจ่อมกระฉีก นํ้าดอกอัญชันมะนาว 2) ลงมือทำตำไก่ใส่มะม่วง 3) ลี้มรสต้มไก่บ้านมะขามอ่อน 4) ปรงเมนูกึ่งจ่อมทรงเครื่อง 5) เรียนรู้วิธีทำข้าวแตงนํ้ากึ่งจ่อมกระฉีก วันที่ 2 1) ชมแหล่งวัตถุดิบธรรมชาติภายในชุมชน 2) ปั่นจักรยานชมตลาดสดในชุมชน 3) ทานอาหารเช้าตามเมนูคนโคกเมือง 4) สัมผัสวิถีชุมชนผ่านการปรุงอาหารท้องถิ่น จากเชฟชุมชน 5) ท่อนํ้าพริกนํ้าย้อยด้วยใบตาลและเรียนรู้เรื่องราวความเป็นมาของนํ้าพริก โดยพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นรูปแบบประชาสัมพันธ์ ได้แก่ สื่อแผ่นพับ และสื่อวีดิทัศน์

**คำสำคัญ :** การมีส่วนร่วม ประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร

### Abstract

The purposes of this research were: (1) to develop gastronomy tourism activities of Khok Muang Community, Jorakhay Mak Sub-district, Prakhonchai District, Buriram Province; (2) to develop public relations materials involving gastronomy tourism with participation of people in the community; and (3) to evaluate tourism activities through public relations materials with participation of people in the community. With respect to methodology, this qualitative research made use of content analysis, document research, in-depth interview, participant observation, and focus group discussion. included 71 persons. Results of the study revealed that in developing gastronomy tourism activities of Khok Muang Community, five dishes, including crispy rice cracker topped with pickled shrimp and sweet grated coconut, chicken spicy salad with mango, backyard chicken soup with young tamarind, fried pickled shrimp with extra ingredients, and Naai Hoy chili dip, which could enhance tourists' memorable food experiences and be linked to tourism as if opening a gate to truly experience local culture. These dishes were capable of connecting tourists with local people through sharing of food culture and experience, promoting local culture, and creating and inheriting cultural production and consumption of the community. Creation of different dishes was a way to exhibit an outstanding image of a tourist attraction and contribute to a unique characteristic in a highly competitive market. Activities offered to tourists were as follows: Day 1: (1) trying crispy rice cracker topped with pickled shrimp and sweet grated coconut and butterfly pea flowers with lemon juice, (2) learning how to make chicken spicy salad with mango, (3) tasting backyard chicken soup with young tamarind, (4) making fried pickled shrimp with extra ingredients, and (5) learning how to make crispy rice cracker topped with pickled shrimp and sweet grated coconut; Day 2: (1) visiting natural sources of raw materials within the community, (2) taking bicycle tour around the community's fresh market, (3) having a local breakfast, (4) experiencing community lifestyle via local food from community

chefs, and (5) wrapping Naai Hoy chili dip with palm leaves and learning about the background of the chili dip. Public relations materials of the gastronomy tourism activities were developed in the forms of brochures and video presentations,

**Keywords:** Participation, Public Relations, Gastronomy Tourism

## บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยยังคงมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องด้วยศักยภาพของทำเลที่ตั้ง ความหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยวและความเป็นไทย ทั้งทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ อัญมณีไมตรีของคนไทย ในปี พ.ศ.2558 World Economic Forum: WEF ได้จัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขัน ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย อยู่ในอันดับที่ 35 จาก 141 ประเทศทั่วโลก และการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่มีความได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่ผสมผสานธรรมชาติของพื้นที่ วัฒนธรรม วิถีชีวิต การบริการ การเข้าถึง การเป็นเจ้าของที่ดี และเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่

ชุมชนบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นชุมชนที่อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั่นก็คือ ปราสาทหินเมืองต่ำ และอยู่ไม่ไกลจากปราสาทพนมรุ้ง บริเวณพื้นที่อุดมสมบูรณ์ ทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาตลอด ชุมชนจึงได้สร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว อาทิ บันจอร์ยานชมชุมชน เดินป่าเขาปลายบัด ปฏิบัติธรรมนั่งสมาธิวิปัสสนากรรมฐานที่วัดป่า ทดลองทำแปลงปลูกผัก ทำนา หัดทอเสื่อกก ทอผ้าไหม ดูวิถีชีวิตของชุมชน ใส่บาตรยามเช้า ชมตลาดเช้า-เย็น ฝึกทำอาหารพื้นบ้าน ร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ ชมการแสดงดนตรีพื้นบ้าน ชมสินค้า OTOP สวนเกษตรอินทรีย์ เป็นต้น แต่ทั้งนี้ถึงแม้จะมีกิจกรรมในชุมชนมากมาย แต่นักท่องเที่ยวมักเดินทางมาท่องเที่ยวในบริเวณโบราณสถานเท่านั้น ซึ่งเป็นเพียงการท่องเที่ยวทั่วไป ยังไม่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ลงลึกในรายละเอียดของกิจกรรมในแต่ละด้าน และยังขาดการทำประชาสัมพันธ์ ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงเป็นลักษณะการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ จากงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทย กล่าวถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวทั่วไป ถ้าไปเที่ยวที่ไหนก็อยากลองอาหารของท้องถิ่นที่ตนไปเยือน เหมือนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาเที่ยวในประเทศไทยก็เช่นกัน มักจะมาลองรับประทานอาหารไทยแล้วก็คิดถึง อีกทั้งรับรู้ต่อไปอีกว่ากินอาหารไทยแล้วมีประโยชน์ต่อสุขภาพ ก็ทำให้เกิดความประทับใจอย่างถึงที่สุด และทำให้อยากรับประทานอาหารไทยต่อไปเรื่อยๆ จารุบุญณ์ ปาณานนท์ (2543) ดังนั้นหากชุมชนบ้านโคกเมืองมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน ก็จะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเชิงรุกอีกด้านหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่ให้ความสำคัญในการพัฒนาอาหารควบคู่กับการท่องเที่ยว โดยในงานวิจัยเล่มนี้เป็นเรื่องที่สามารถเข้ามาเติมเต็มความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของ

ชุมชนได้ ด้วยรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร สร้างและออกแบบกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชนเพื่อดึงนำเอกลักษณ์ของชุมชนมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยชูอาหารขึ้นมาให้เป็นหนึ่งในรูปแบบการท่องเที่ยวในชุมชนก็จะสามารถเพิ่มอาชีพและรายได้ให้กับคนในชุมชน

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารต้องเกิดจากการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนและนักท่องเที่ยวด้วยการร่วมคิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้กับชุมชน ญัฐพร ดอกบุญนาค (2556) โดยการที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว จะหาข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยวได้นั้นจำเป็นที่จะต้องมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมอย่างต่อเนื่อง เพราะการประชาสัมพันธ์มีความจำเป็นในการสร้างความรู้ความเข้าใจกับสาธารณชน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545) ได้กล่าวถึง การจัดการการท่องเที่ยวต้องมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ การสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นการสำรวจหาข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่ เพื่อเป็นข้อมูลในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ ดังนั้นกระบวนการประชาสัมพันธ์เป็นส่วนที่สำคัญที่จะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของการศึกษาการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อสร้างให้เกิดรายได้ที่ยั่งยืนในชุมชน โดยการพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร พัฒนาการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนและพัฒนา รูปแบบการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ชุมชนบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์
2. เพื่อพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน
3. เพื่อประเมินกิจกรรมการท่องเที่ยวผ่านรูปแบบการประชาสัมพันธ์โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน

## วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) การสำรวจเอกสาร (Documentary Research) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) การสนทนากลุ่ม (Focus group) มีแผนการดำเนินงาน กระบวนการของงานวิจัยดังนี้

### 1. ประชากรและกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

แบ่งประชากรออกเป็น 5 กลุ่ม โดยขั้นตอนในการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักนี้ใช้การเลือกแบบเฉพาะเจาะจง โดยพิจารณาจากประสบการณ์การทำงานที่เกี่ยวข้องกับชุมชนบ้านโคกเมือง และการบอกต่อ แบ่งกลุ่มได้ดังนี้ 1) กลุ่มที่ 1 ผู้นำชุมชน 4 หมู่บ้าน (หมู่ที่ 6 หมู่ที่ 9 หมู่ที่ 15 และหมู่

ที่ 18) 4 คนและนายกองค์การบริหารส่วนตำบลจรเข้มาก 1 คน รวมทั้งสิ้น 5 คน 2) กลุ่มที่ 2 กลุ่มสมาชิกที่ดูแลโฮมสเตย์ในชุมชนบ้านโคกเมือง จำนวน 20 คน 3) กลุ่มที่ 3 กลุ่มบริษัททัวร์ จำนวน 2 คน 4) กลุ่มที่ 4 หน่วยงานภาครัฐที่ดูแลและส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ได้แก่ สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ องค์การบริหารส่วนตำบลจรเข้มาก ประชาสัมพันธ์จังหวัดบุรีรัมย์ และวัฒนธรรมจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 4 คน 5) กลุ่มที่ 5 กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการมาเที่ยวชุมชนบ้านโคกเมืองเกินกว่า 3 ครั้ง จำนวน 40 คน

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

2.1 การสังเกตการณ์ (Observation) ใช้การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) เพื่อศึกษารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนที่จัดในรูปแบบของโฮมสเตย์ สังเกตข้อมูลของการทำอาหารและกิจกรรมการทำอาหารที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ สังเกตพฤติกรรมของคนในชุมชนที่มีวิถีชีวิตในครัวเรือน โดยมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆในชุมชน

2.2 การสัมภาษณ์ (Interview) วิธีการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Informal Interview) โดยใช้ในการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ยึดแนวคิดตามกรอบวิจัยซึ่งจะนำมาใช้ในการกำหนดหัวข้อต่าง ๆ สำหรับการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้า ซึ่งลักษณะของคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์จะเป็นคำถามปลายเปิด (Open Ended Question) ลักษณะคำถามเป็นการพัฒนามาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง จากนั้นก็นำไปสู่ประเด็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) และสนทนากลุ่ม (Focus group)

2.3 แบบประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์โดยผู้เชี่ยวชาญ แบบประเมินคุณภาพของสื่อแผ่นพับโดยผู้เชี่ยวชาญแบบสอบถามความคิดเห็นประเมินประสิทธิภาพของสื่อวีดิทัศน์ โดยนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในชุมชน แบบสอบถามความคิดเห็นประเมินประสิทธิภาพของสื่อแผ่นพับโดยนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในชุมชน

## 3. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้วิธีวิเคราะห์โดยนำข้อมูลที่ค้นคว้าและรวบรวมจากเอกสารต่างๆ ตลอดจนข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้อา วิเคราะห์ตีความ จัดลำดับความสำคัญ และประมวลเข้าด้วยกัน เพื่อหาความสัมพันธ์ของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น โดยนำเอาแนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการศึกษาวิจัย เพื่อเป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ ใช้วิธีวิเคราะห์จากข้อมูลที่เก็บจากแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน โดยการประเมินกิจกรรมการท่องเที่ยวด้วยสื่อวีดิทัศน์และสื่อแผ่นพับที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว

## ผลการวิจัย

1. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ชุมชนบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ จากการสำรวจบริบทของชุมชนบ้านโคกเมือง พบว่า บริบทการท่องเที่ยวกิจกรรมบ้านโคกเมืองจากอดีตถึงปัจจุบันนั้นจะเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีองค์ประกอบหลัก 3

ด้าน 1) ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ได้แก่ การเดินป่าเขาปลายบัด อ่างเก็บน้ำโบราณ แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์โบราณคดี ได้แก่ ศึกษาโบราณสถาน เช่น ปราสาทเมืองต่ำ และแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ ชมการแสดงดนตรีพื้นบ้าน ร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ ใส่บาตรยามเช้า และปฏิบัติธรรมนั่งสมาธิวิปัสสนากรรมฐานที่วัดป่า

2) บริการท่องเที่ยว (Tourism Service) โดยในชุมชนจัดบริการกิจกรรมการท่องเที่ยว ดังนี้ มีที่พักโฮมสเตย์ ปั่นจักรยานชมชุมชน ทดลองทำแปลงปลูกผัก ทำนา หัตถทอเสื่อกก ทอผ้าไหม ฝึกทำอาหารพื้นบ้าน ชมตลาดเช้า - เย็น ชมสินค้า OTOP สวนเกษตรอินทรีย์ วิถีชีวิตของชุมชน 3) ตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market of Tourist) โดยภายในชุมชนบ้านโคกเมืองนั้นจะมีการให้บริการนักท่องเที่ยว ได้แก่ อาสาสมัครพาเที่ยว มีนักสื่อความหมาย ส่วนการพัฒนาการขายกิจกรรมการท่องเที่ยวจะมีการพูดปากต่อปาก นำเสนอผ่านสื่อช่องทางต่างๆ โดยมีกลุ่มคนภายนอกชุมชนดำเนินการให้ จากบริบทการท่องเที่ยวบ้านโคกเมืองกิจกรรมเกี่ยวกับอาหารนั้นจะเป็นกิจกรรมหนึ่งที่สอดแทรกในกิจกรรมหลักของชุมชนเท่านั้น งานวิจัยเล่มนี้จึงเกิดการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยให้คนในชุมชนมีส่วนร่วม พบว่า 1) ด้านทุนของชุมชน ชุมชนโคกเมืองมีทุนทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่โดดเด่น ได้รับการสนับสนุนจากองค์กรทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ในหลายๆ ด้าน เช่น ด้านสภาพแวดล้อม ด้านอาหาร และด้านการส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยว ได้รับการสนับสนุนเรื่องการบูรณาการกับประเพณีท้องถิ่น 2) ด้านความต้องการของคนในชุมชน การกระจายรายได้ให้เป็นธรรมทั้งในชุมชนโคกเมือง และกระจายไปยังชุมชนใกล้เคียงโดยอาจสร้างเครือข่ายชุมชนด้านวัตถุดิบ 3) ด้านกิจกรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ต้องการให้แปลก เด่นกว่าที่อื่น โดยการนำอาหารพื้นถิ่นที่มีรูปแบบแตกต่างจากที่อื่น มาช่วยเพิ่มความน่าสนใจ และนำวัตถุดิบพื้นถิ่นมาประกอบอาหารเพื่อเพิ่มความแปลกความน่าสนใจ จากการศึกษาบริบทกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านโคกเมืองได้พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยคำนึงถึงความต้องการของชุมชนและสอดคล้องกับลักษณะการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งได้พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารจากเมนูอาหารที่ประกอบอาหารด้วยวัตถุดิบจากแหล่งธรรมชาติ ซึ่งในแต่ละเดือนจะมีเมนูต่างกันไปตามฤดูกาล นักท่องเที่ยวสามารถเลือกเมนูรับประทานในช่วงเดือนที่ตนเองได้เข้ามาเที่ยวในชุมชนโคกเมือง ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสลับกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงที่เป็นกิจกรรมหลักของชุมชนได้ และเมนูที่สามารถกินได้ตลอดทั้งปีจะเป็นเมนูที่ถูกพัฒนาจนกลายเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน ได้แก่ ขนมข้าวแตนหน้ากุ้งจ่อมกระฉิก ผักกุ่มจ่อมทรงเครื่อง ตำไก่ใส่มะม่วง ต้มไก่บ้านมะขามอ่อน น้ำพริกนายฮ้อย เป็นเมนูที่จัดให้อยู่ในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน เนื่องจากเป็นเมนูสามารถรับประทานได้ตลอดทั้งปี

2. พัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน จากการลงพื้นที่ พบว่ารูปแบบการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านโคกเมืองจากอดีตถึงปัจจุบัน ได้แก่ แผ่นพับ สื่อวีดิทัศน์ เฟสบุ๊ก เว็บไซต์ การบอกปากต่อปาก โดยจากรูปแบบการประชาสัมพันธ์ทั้ง 5 รูปแบบนั้น จะเห็นได้ว่ามีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวชมชุมชนบ้านโคกเมืองอย่างต่อเนื่อง โดยสื่อที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ สื่อแผ่นพับและการบอกปากต่อปาก

และจากการสนทนากลุ่มรวมทั้งการสำรวจเอกสารการบันทึกข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวและบัญชีรายได้จากกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนบ้านโคกเมืองปี 2561 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวจะเป็นกลุ่มที่มาเป็นคณะใหญ่ ๆ เน้นมาศึกษาดูงาน เพื่อให้ได้กลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายจึงได้มีการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มีส่วนร่วมกับชุมชน โดยสรุปว่า สื่อแผ่นพับ ยังเป็นสิ่งที่ย้ายทอดได้เรื่อย ๆ จึงต้องการให้มีการทำแผ่นพับ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ เพราะเป็นสื่อที่สามารถนำเสนอให้คนภายในชุมชน และภายนอกชุมชนได้ และเมื่อกิจกรรมถูกนำเสนอผ่านสื่อแผ่นพับแล้วนั้น พบว่า สื่อแผ่นพับยังเข้าถึงกลุ่มคนภายนอกชุมชนได้น้อยอยู่ จึงเพิ่มรูปแบบการประชาสัมพันธ์ขึ้นมาอีกก็คือ สื่อวีดิทัศน์ เพื่อใช้เผยแพร่ทางยูทูปและเฟสบุ๊คของชุมชนบ้านโคกเมือง แต่เนื่องด้วยระยะเวลาในการเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวมีน้อยจึงทำให้ผลงานวิจัยเล่มนี้สามารถวิเคราะห์ได้เพียงสื่อแผ่นพับเท่านั้นในการวัดรายได้ของชุมชนที่เพิ่มขึ้นหลังจากมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารออกไปยังสายตานักท่องเที่ยว โดยสื่อแผ่นพับจะมี 2 ภาษา คือภาษาไทยและภาษาอังกฤษ การเลือกใช้สีของแผ่นพับคนในชุมชนต้องการให้เป็นสีของปราสาทหินเมืองต่ำคือสีน้ำตาล และใช้ภาพเป็นรูปอาหารและกิจกรรมที่ใช้ภาพประกอบสื่อแผ่นพับต้องเป็นภาพจริงไม่ใช่เป็นภาพการ์ตูน เนื่องจากภาพการ์ตูนดูน่ารักแต่ไม่ค่อยสื่อให้ดูเป็นบ้านโคกเมือง ส่วนสื่อวีดิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงอาหารบ้านโคกเมือง เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่คนในชุมชนต้องการเพิ่มเติมให้สอดคล้องกับสื่อแผ่นพับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร แล้วเผยแพร่ผ่านยูทูป เฟสบุ๊ค เว็บไซต์ เป็นต้น ทั้งนี้ก่อนที่ผู้วิจัยจะได้สื่อเพื่อใช้ในการเผยแพร่การท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนบ้านโคกเมืองนั้น ผู้วิจัยได้ทำการประเมินกิจกรรมการท่องเที่ยวผ่านรูปแบบประชาสัมพันธ์ในรูปแบบแผ่นพับและรูปแบบสื่อวีดิทัศน์ เมื่อผู้วิจัยได้เผยแพร่รูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหารออกไป ทางชุมชนได้นักท่องเที่ยวที่เป็นมาคนเดียว มากับเพื่อน และมาเป็นครอบครัวมากขึ้น ข้อมูลจากข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวและบัญชีรายได้จากกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนบ้านโคกเมืองปี 2562 ข้อมูลสิ้นสุดที่เดือนมิถุนายน 2562 โดยมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นมา 8.03%

3. ผลการประเมินกิจกรรมการท่องเที่ยวผ่านสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบแผ่นพับ พบว่า ผลรวมค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.44 ซึ่งอยู่ในระดับมาก และผลการประเมินกิจกรรมท่องเที่ยวผ่านสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบสื่อวีดิทัศน์ พบว่า ผลรวมค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.49 ซึ่งอยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวสามารถทำให้รู้จักอาหารที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านโคกเมือง และมีความสนใจที่จะเรียนรู้วิธีการประกอบอาหารนั้นๆ สามารถทำให้ทราบแหล่งที่มาของวัตถุดิบในการผลิตอาหารของชุมชนบ้านโคกเมือง และมีความสนใจในการมีส่วนร่วมในกิจกรรม และสามารถทำให้ทราบถึงสถานที่ที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมของชุมชนบ้านโคกเมือง

## อภิปรายผล

1. การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารชุมชนบ้านโคกเมือง ผลสรุปโดยการเน้นกิจกรรมที่เกี่ยวกับอาหารทั้งหมด ทำให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักอาหารของชุมชนบ้านโคกเมืองมากขึ้น โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารชุมชนบ้านโคกเมืองที่ได้มีดังนี้ การชิมข้าวแต่นหน้ากุ้งจ่อม

กระฉีก น้ำดอกอัญชันมะนาว โดยเมนูนี้สามารถเชื่อมโยงเกิดการสร้างสรรค์อาหารที่แตกต่างกัน แสดงถึงความโดดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน การลงมือทำดอกไม้ใส่มะม่วง เมนูนี้สามารถพัฒนาประสบการณ์การกินอาหารแต่ละช่วยสร้างประสบการณ์ ที่น่าจดจำ การลิ้มรสต้มไก่ บ้านมะขามอ่อน เมนูนี้สามารถพัฒนาประสบการณ์ การกินอาหารแต่ละมือ อาหารแต่ละมือเป็น ศูนย์กลางของประสบการณ์ การท่องเที่ยว และยังช่วยสร้างประสบการณ์ ที่น่าจดจำและมีความหมาย การปรุงเมนูผักกุ่มจ่อมทรงเครื่อง เมนูนี้สามารถเชื่อมโยงวัฒนธรรมเข้ากับการท่องเที่ยว การกินอาหารพื้นถิ่นเปรียบเสมือนการเปิดประตูวัฒนธรรมของท้องถิ่นและเป็นตัวเชื่อมโยงให้นักท่องเที่ยวและคนท้องถิ่นแบ่งปันประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับอาหารร่วมกัน การเรียนรู้วิธีทำข้าวแต่นน้ากุ่มจ่อมกระฉีก เมนูนี้สร้างให้เกิดการสร้างสรรค์อาหาร ที่แตกต่างกัน อาหารสามารถเป็นสิ่งที่แสดงถึงความโดดเด่นของภาพลักษณ์ของสถานที่ และช่วยให้เกิดความเป็นเอกลักษณ์ในตลาดที่มีการแข่งขันสูง สอดคล้องกับ (Hall, Sharples, Mitchell, Macionis, & Cambourne อ่างในเบญจมาภรณ์ ชำนาญญา (2561, น.106-107) ได้ให้คำนิยามว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) เป็นการเดินทางไปในพื้นที่เพื่อการพักผ่อนรวมถึง การไปชิมอาหาร งานเทศกาลอาหาร งานแสดงสินค้าด้านอาหาร การสาธิตการทำอาหาร รวมถึง การชิมผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพในพื้นที่นั้น ๆ ซึ่งกิจกรรมของบ้านโคกเมืองสามารถเชื่อมโยง วัฒนธรรมเข้ากับการท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวและคนท้องถิ่นแบ่งปันประสบการณ์ทางวัฒนธรรม ที่เกี่ยวกับอาหารร่วมกันกับคนในชุมชน เป็นการส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น ประสบการณ์ด้าน อาหาร เกิดการพัฒนาทางวัฒนธรรมท้องถิ่นได้โดยตรง ด้วยการสร้างต้นทุนทางวัฒนธรรมที่จำเป็น ด้วยการสร้างและสืบสานการผลิตและการบริโภคทางวัฒนธรรม และการสัมผัสวิถีชุมชนผ่านการ ปรุงอาหารท้องถิ่นจากเชฟชุมชนที่เกิดการสร้างสรรค์อาหารที่แตกต่างกัน อาหารจึงมีความโดดเด่น กลายเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน และคนในชุมชนต้องบอกเล่าเรื่องราวของอาหารพร้อมการ สร้างสรรค์วิธีการทำอาหารที่น่าสนใจ จากแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เลือกท่องเที่ยวเชิงอาหาร องค์การบริการการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวยั่งยืน (องค์กรมหาชน, 2559) วิเคราะห์ แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชุมชนบ้านโคกเมืองได้ว่า นักท่องเที่ยวที่เลือกมาท่องเที่ยวเชิง อาหารชุมชนบ้านโคกเมืองเพราะต้องการความรื่นรมย์ (Pleasurable Experience) ต้องการที่จะ เต็มเต็มความสุขทางความรู้สึกและสัมผัสประสบการณ์ในการกินอาหารในชุมชนบ้านโคกเมือง การ ท่องเที่ยวที่เป็นการสืบค้นจากรากฐานราก (Grounded) ที่ต้องการจะดื่มด่ำกับรากเหง้าของอาหารใน ชุมชนบ้านโคกเมืองสามารถศึกษาตั้งแต่การผลิตอาหาร ที่มาของอาหาร ประวัติของอาหาร และ นักท่องเที่ยวยังเป็นผู้ที่สงสัยและใฝ่รู้ (Curiosity) โดยนักท่องเที่ยวต้องการที่จะหาความรู้และ ค้นพบอะไรใหม่ ๆ เพื่อบ่งบอกถึงการศึกษาและความรู้ที่มีอยู่ และนักท่องเที่ยวยังมีแรงจูงใจด้วย การแสดงออกถึงตัวตน (Self-expression) ต้องการที่จะแสดงความแตกต่าง เพราะการที่มาเที่ยว เชิงอาหารชุมชนบ้านโคกเมืองจะมีความโดดเด่นและมีความเป็นตัวตนของนักท่องเที่ยวมากขึ้น และนักท่องเที่ยวยังต้องการที่จะพักผ่อนหรือผ่อนคลายด้วยการกินอาหารและเครื่องดื่มระหว่าง การท่องเที่ยว หลีกหนีชีวิตประจำวันด้วยการกินอาหารพื้นเมืองและอาหารที่คุ้นเคยในอดีตแต่ไม่ได้ กินเป็นประจำด้วยความกังวลใจ (Andety) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทรพร พันธุ์ (2558)

เรื่องการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยผ่านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่สามารถเสริมสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวมากที่สุด

2. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เกิดขึ้นในชุมชน ผู้วิจัยใช้หลักแนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไวย (2558) โดยมีวิธีการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยว เพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว มีการร่วมประชุมในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนสอบถามความคิดเห็นของประชาชนในชุมชนท้องถิ่นเกี่ยวกับเรื่องการท่องเที่ยว มีการสำรวจความคิดเห็นในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เป็นวิธีการสำรวจความคิดเห็นของชุมชนท้องถิ่น โดยให้ประชาชนในชุมชนท้องถิ่นมีโอกาสร่วมแสดงความคิดเห็นด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐพร ดอกบุญนาค (2556) พบว่า คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวทั้งด้านการวางแผนการประชุมนโยบายและการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ โดยเฉพาะการจัดการด้านสถานที่ ซึ่งการศึกษาข้อมูลสถิติการท่องเที่ยวบ้านโคกเมือง ตามแนวคิดของ Cohen (1972) ส่วนมากนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชุมชนบ้านโคกเมืองจะอยู่ในประเภทที่ 3 ประเภท The individual mass tourist และประเภทที่ 4 ประเภท The organized mass tourist เป็นนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการรายการท่องเที่ยวสำเร็จรูปที่มีบริการครบ เป็นนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการที่จัดเตรียม ไว้ให้ตรงตามความต้องการของตนเอง มักจะอยู่กับบริการที่คุ้นเคยหรือบริการที่จัดไว้ให้โดยเฉพาะ เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชุมชนบ้านโคกเมืองส่วนมากจะเป็นนักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่มใหญ่ๆ หรือเป็นคณะทัวร์ รองลงมาจึงเป็นประเภทที่ 1 ประเภท Drifter และประเภทที่ 2 ประเภท The explorer ที่ต้องการใช้ชีวิตในแหล่งท่องเที่ยวอย่างกลมกลืนกับคนในพื้นที่และซึมซับวัฒนธรรมท้องถิ่น จัดรูปแบบการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ลักษณะการท่องเที่ยว 2 ประเภทนี้ ส่วนมากจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเล็ก ๆ มากันประมาณ 2-4 คน และคนเดียว

3. พัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน จะเริ่มต้นด้วยการสร้างสรรค์และผลิตสื่อเพื่อชุมชน โดยกระบวนการสร้างสรรค์และผลิตสื่อชุมชนเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยคนภายนอกชุมชน กำจร หลุยยะพงศ์ (2555) ได้กล่าวถึงกระบวนการสร้างสรรค์และผลิตสื่อชุมชนเพื่อการประชาสัมพันธ์สามารถจำแนกได้เป็น 7 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์และสำรวจชุมชน ศึกษาบริบทสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนบ้านโคกเมืองจากอดีตถึงปัจจุบัน ได้แก่ แผ่นพับ สื่อวีดิทัศน์ เฟสบุ๊ก เว็บไซต์ การบอกปากต่อปาก ซึ่งจากการสัมภาษณ์คนในชุมชนมีความเห็นว่าสื่อต่างๆ เหล่านี้ เป็นสื่อที่สามารถเผยแพร่ไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวได้เรื่อยๆ ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์และสำรวจเพื่อชุมชน ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และสำรวจสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนว่าสื่อที่มีอยู่นั้นเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวหรือไม่ โดยสื่อแผ่นพับ สื่อวีดิทัศน์ เฟสบุ๊ก เว็บไซต์ การบอกปากต่อปาก ยังดึงดูดความสนใจแก่นักท่องเที่ยวได้ และทำการสำรวจบุคคลากรด้านสื่อที่สามารถร่วมกันทำงานและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ขั้นตอนที่ 3 การวางแผนเป้าหมายหรือเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ ผู้วิจัยร่วมกับคนในชุมชนกำหนดเนื้อหาของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารผ่านรูปแบบของสื่อแผ่นพับและสื่อวีดิทัศน์ โดยมีความคิดเห็นว่าสื่อทั้งสองสื่อเนื้อหาจะไป

ทิศทางเดียวกัน เนื้อหาที่จะใส่ในสื่อแผ่นพับนั้นจะเป็นเนื้อหาที่เน้นด้านอาหารหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารในชุมชนเท่านั้น และเนื้อหานั้นต้องการให้มีทั้งทางด้าน วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต รวมไปถึงเมนูสร้างสรรค์ ขั้นตอนที่ 4 การเสริมศักยภาพนักประชาสัมพันธ์ ในขั้นตอนนี้ เมื่อเรากำหนดเนื้อหาที่จะประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารแล้วนั้น จะมีการเพิ่มศักยภาพของคนในชุมชนในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ขั้นตอนที่ 5 การสร้างสรรค์และผลิตสื่อชุมชน โดยในขั้นตอนนี้ทำให้ได้สื่อ 2 ประเภท คือสื่อแผ่นพับ และสื่อวีดิทัศน์ ขั้นตอนที่ 6 การเผยแพร่ ในการเผยแพร่ผู้วิจัยวิเคราะห์จากองค์ประกอบในด้านของเวลา กลยุทธ์ การขยายสื่อชุมชน และพื้นที่ ขั้นที่ 7 การประเมินผล เมื่อผู้วิจัยและคนในชุมชนทำการเผยแพร่สื่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารชุมชนบ้านโคกเมืองออกไป ผู้วิจัยจะทำการประเมินผลว่าสื่อมีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวเชิงอาหาร โดยวิเคราะห์จากสื่อที่เผยแพร่ออกไป สอดคล้องกับลักษณะของการมีส่วนร่วม ธนาภรณ์ เมทนีสุดดี (2543) ดังนี้ 1) การร่วมคิด ซึ่งเกิดจากอาหารท้องถิ่นที่น่าสนใจของบ้านโคกเมืองที่นำมาเป็นจุดขายและดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ 2) การร่วมตัดสินใจ ผู้วิจัยและคนในชุมชนร่วมกันตัดสินใจในการเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การเลือกเมนูอาหารที่น่าสนใจ รวมไปถึงกำหนดเนื้อหาร่วมกันจนได้ออกมาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และร่วมตัดสินใจในการเลือกสื่อในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยว 3) การร่วมปฏิบัติตามโครงการคนในชุมชนร่วมปฏิบัติตามทุกขั้นตอนที่ผู้วิจัยกำหนด ตั้งแต่การวิเคราะห์และสำรวจชุมชน การวิเคราะห์และสำรวจสื่อชุมชน การวางเป้าหมายหรือเนื้อหาที่ต้องการสื่อสารการเสริมศักยภาพให้กับนักประชาสัมพันธ์ภายนอก

**เมนูเด็ดบ้านโคกเมือง**

- น้ำพริกบดขมิ้น
- ผัดถั่วงอกทรงเครื่อง
- ข้าวเหนียวไก่ทอด
- ส้มตำน้ำพริก
- ตำไทยส้มม่วง
- ส้มกบใส่ใบมะขามอ่อน

**มา เมื่อ ไร่ ไร่ ได้ ทาน**

**ท่องเที่ยวเชิงอาหารตามฤดูกาล**

อาหารเช้า	เมนู / สดขอมโสมใบเทศ ลวกกะทอจิ้นน้ำจิ้ม
อาหารกลางวัน	เมนู / สดเผือกไข่ กุ้งไข่ไข่ต้มผัด
เมนู / ไข่ไก่ทอดและ ต้มหมูไข่ไข่ต้ม ผัดหมูไข่ไข่ต้ม ผัดหมูไข่ไข่ต้ม ผัดหมูไข่ไข่ต้ม	
อาหารเย็น	เมนู / ย่างซี่โครงหมูย่างไฟอ่อนๆ ผัดเผือก ผัดเผือก ผัดเผือก ผัดเผือก
อาหารเช้า	เมนู / ย่างซี่โครงหมูย่างไฟอ่อนๆ ผัดเผือก ผัดเผือก ผัดเผือก ผัดเผือก
อาหารกลางวัน	เมนู / น้ำจิ้มขอมดอกกระเจียว สดดอกกระเจียว ลวกปูนา ลวกปูนา
อาหารเย็น	เมนู / น้ำจิ้มขอมดอกกระเจียว สดดอกกระเจียว
อาหารเช้า	เมนู / ลวกปูนา ลวกปูนา
อาหารกลางวัน	เมนู / ลวกปูนา ลวกปูนา
อาหารเย็น	เมนู / ผัดเผือกปูนา ผัดเผือกปูนา ลวกปูนา ลวกปูนา
อาหารเช้า	เมนู / ผัดเผือกปูนา ผัดเผือกปูนา
อาหารกลางวัน	เมนู / ผัดเผือกปูนา ผัดเผือกปูนา
อาหารเย็น	เมนู / ผัดเผือกปูนา ผัดเผือกปูนา

**ข้อมูลติดต่อสอบถาม**

ผู้จัดทำหนังสือ 9  
 096-766127  
 096-766127

ที่อยู่  
 166 หมู่ 9 ตำบลหนอง  
 บ้านโคกเมือง อ.บ้านโคกเมือง จ.อุบลราชธานี

ไปรษณีย์  
 บ้านโคกเมือง จ.อุบลราชธานี

http://www.bankomuang.in.th

**ท่องเที่ยวเชิงอาหารตามฤดูกาล**

**บ้านโคกเมือง 2 วัน 7 คืนรวมที่พัก**

**DAY 1** รับประทานอาหารกลางวัน รับประทานอาหารกลางวัน รับประทานอาหารกลางวัน รับประทานอาหารกลางวัน รับประทานอาหารกลางวัน รับประทานอาหารกลางวัน รับประทานอาหารกลางวัน รับประทานอาหารกลางวัน รับประทานอาหารกลางวัน รับประทานอาหารกลางวัน

**DAY 2** รับประทานอาหารกลางวัน รับประทานอาหารกลางวัน รับประทานอาหารกลางวัน รับประทานอาหารกลางวัน รับประทานอาหารกลางวัน รับประทานอาหารกลางวัน รับประทานอาหารกลางวัน รับประทานอาหารกลางวัน รับประทานอาหารกลางวัน รับประทานอาหารกลางวัน

ภาพที่ 1 แผ่นพับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารชุมชนบ้านโคกเมือง (ที่มา : ผู้วิจัย)

## องค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษา

การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารชุมชนบ้านโคกเมืองด้วยการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ชัดเจนทำให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักอาหารของชุมชนบ้านโคกเมืองมากขึ้น เนื่องจากอาหารของชุมชนเปรียบเสมือนการเปิดประตูวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นตัวเชื่อมให้นักท่องเที่ยวได้เปิดประสบการณ์ใหม่ในเรื่องของอาหารและคนในชุมชนก็ได้แบ่งปันประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับอาหารให้กับนักท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยในแต่ละเมนูแสดงถึงความโดดเด่น สร้างความจดจำ และสร้างให้เกิดเอกลักษณ์ของท้องถิ่นสามารถแข่งขันได้ ทั้งนี้การจะแข่งขันกับตลาดภายนอกได้ชุมชนจำเป็นต้องมีการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ด้วยการสร้างสรรค์และผลิตสื่อเพื่อชุมชนที่ผ่านกระบวนการสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วมทั้งชุมชน หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และนักท่องเที่ยว โดยเมื่อได้รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ชัดเจนแล้ว นำไปสู่ขั้นตอนการผลิตสื่อ ได้แก่ สื่อแผ่นพับ สื่อวีดิทัศน์ เผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก เว็บไซต์ ยูทูบ ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน ซึ่งความถี่ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้ และตัดสินใจมาท่องเที่ยว สามารถเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน

## เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545). *การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในมุมมองของคนในกรุงเทพฯ* : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กัจจกร หลุยยะพงศ์. (2555). *การสร้างสรรคเพื่อการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อพื้นบ้าน*. นนทบุรี : เอกสารการสอนชุดวิชาการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไวย. (2558). *การศึกษาศักยภาพและการสร้างรูปแบบเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนและมรดกท้องถิ่นการท่องเที่ยวชุมชนเทศบาลตำบลนาครี อำเภอมะนัง จังหวัดลำปาง* วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- จารุบุญณ ปาณานนท์. (2543). *ตลาดนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น*. จุลสารการท่องเที่ยว, 19 (4), หน้า 1-22.
- ณัฐพร ดอกบุญนาค. (2556). *การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนในตลาดร้อยปีสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี*. จังหวัดสุพรรณบุรี : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- ธนาภรณ์ เมทนีสุดดี. (2543). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อการพัฒนาทรัพยากร, บัณฑิตวิทยา มหาวิทยาลัยมหิดล.
- บ้านโคกเมือง. (ม.ป.ป.). สืบค้น 15 มกราคม 2562, จาก <http://www.bankokmuang.in.th/about-us>

- เบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา. (2561). *การท่องเที่ยวเชิงอาหาร : ศักยภาพและความได้เปรียบของประเทศไทย*. บทความวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทยในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี, 24 (1), 106-108.  
<http://apheit.bu.ac.th/journal/social-vol24-1/08.pdf>
- ภัทรพร พันธุ์. (2558). *การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยผ่านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ : สาขาวิชาการจัดการโรงแรม และการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2559). *ท่องเที่ยวเชิงอาหาร*. กรุงเทพฯ : บริษัท โคคูน แอนด์โค.
- Cohen, E. (1972). *Towards a sociology of international tourism*. *Social Research*, 39, p.64-82.