



อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต  
IDENTITY OF GASTRONOMY TOURISM ON CULTURAL LIVING HERITAGE  
PATTERN IN PHUKET OLD TOWN

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิรชญา ชัยเกษม

ทุนอุดหนุนการวิจัย คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี  
มหาวิทยาลัยขอนแก่น  
ประจำปีงบประมาณ 2563

## สารบัญ

เรื่อง	หน้า
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของโครงการวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.3 คำถามการวิจัย	4
1.4 สมมติฐานของการวิจัยขอบเขตการศึกษา	4
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
1.6 ขอบเขตของการวิจัย	5
1.7 กรอบแนวคิดของการวิจัย	7
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	8
2.1 อັตลักษณ์การทอ่งเที่ยว	8
2.2 การทอ่งเที่ยวเชิงอาหาร	12
2.3 มรดกวัฒนธรรรม	23
2.4 บริบทพื้นที่ : เขตเมืองเก่าภูเก็ต	37
2.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	42
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย</b>	59
3.1 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	59
3.2 ประชากรกลุ่มตัวอย่าง	59
3.3 วิธีกรรวบรวมข้อมูล	61
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย/การตรวจสอบเครื่องมือ	61
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	67
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b>	72
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม	72
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์	101
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการประชุมกลุ่มย่อย	116
<b>บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	118
5.1 สรุปผลการวิจัย	118
5.2 อภิปรายผล	129
5.3 ข้อเสนอแนะ	140

## สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
บรรณานุกรม	144
ภาคผนวก	150
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	151
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อการวิจัย	160
ภาคผนวก ค แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม	166

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
ตารางที่ 2.1 ข้อเปรียบเทียบการท่องเที่ยวทั่วไปและการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	15
ตารางที่ 2.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารของ Matthew J. Stone et al.	18
ตารางที่ 2.3 แสดงคุณค่าทางวัฒนธรรมของมรดกทางวัฒนธรรม	34
ตารางที่ 2.4 แสดงคุณค่าทางสังคมเศรษฐกิจร่วมสมัยของมรดกทางวัฒนธรรม	35
ตารางที่ 3.1 แสดงค่าความเชื่อมั่นตัวแปรของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังเมืองเก่า ภูเก็ต เขตตำบลตลาดใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต (แยกรายด้าน)	66
ตารางที่ 3.2 แสดงปัจจัยและตัวแปรแบบย่อในการสร้างแบบจำลอง (Model Development)	70
ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	73
ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่า ของมรดกทางวัฒนธรรมในเขตเมืองเก่าภูเก็ต	75
ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลความคิดเห็น เกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ต	78
ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลความคิดเห็น เกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขต เมืองเก่าภูเก็ต	80
ตารางที่ 4.5 ค่าน้ำหนัก (Factor Loading) การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุด้านคุณค่า มรดกทางวัฒนธรรม	82
ตารางที่ 4.6 ค่าน้ำหนัก (Factor Loading) การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุด้าน องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	83
ตารางที่ 4.7 ค่า ค่า Sample Correlations ของแบบจำลองการวัดลำดับที่ 1 ของ คุณค่อมรดกทางวัฒนธรรม	84
ตารางที่ 4.8 ค่า Standardize Residual Covariances ของแบบจำลองการวัดลำดับที่ 1 ของคุณค่อมรดกทางวัฒนธรรม	85
ตารางที่ 4.9 ค่า ค่า Sample Correlations ของแบบจำลองการวัดลำดับที่ 2 ของ คุณค่อมรดกทางวัฒนธรรม	87
ตารางที่ 4.10 ค่า Standardize Residual Covariances ของแบบจำลองการวัดลำดับที่ 2 ของคุณค่อมรดกทางวัฒนธรรม	87

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
ตารางที่ 4.11 ค่า Sample Correlations ของแบบจำลองการวัดลำดับที่ 1 ขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	89
ตารางที่ 4.12 ค่า Standardize Residual Covariances ของแบบจำลองการวัดลำดับที่ 1 ขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	89
ตารางที่ 4.13 ค่า Sample Correlations ของแบบจำลองการวัดลำดับที่ 2 ขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	91
ตารางที่ 4.14 ค่า Standardize Residual Covariances ของแบบจำลองการวัดลำดับที่ 2 ขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	91
ตารางที่ 4.15 ค่า Sample Correlations ของแบบจำลองเชิงโครงสร้างของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต	93
ตารางที่ 4.16 ค่า Standardize Residual Covariances ของแบบจำลองเชิงโครงสร้างของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต	94
ตารางที่ 4.17 ผลค่า regression Weights และค่า Significant ของแบบจำลองเชิงโครงสร้างของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต	94
ตารางที่ 4.18 ผลค่า Standardized Regression Weights แบบจำลองเชิงโครงสร้างของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่า	95
ตารางที่ 4.19 ผลการทดสอบสมมติฐาน	98
ตาราง 4.20 แสดงการจัดกิจกรรมเทศกาลอาหารท้องถิ่นของจังหวัดภูเก็ต	110
ตารางที่ 4.21 สรุปผลจากการประชุมกลุ่มย่อยระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง	116

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
ภาพที่ 1.1 แผนที่แสดงเขตเมืองเก่าภูเก็ต	6
ภาพที่ 1.2 กรอบแนวคิดของการวิจัย	7
ภาพที่ 2.1 วงจรแห่งวัฒนธรรมกับการสร้างอัตลักษณ์	12
ภาพที่ 2.2 ประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	20
ภาพที่ 4.1 แบบจำลองการวัดลำดับที่ 1 ของคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรม	86
ภาพที่ 4.2 แบบจำลองการวัดลำดับที่ 2 ของคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรม	88
ภาพที่ 4.3 แบบจำลองการวัดลำดับที่ 1 ขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	90
ภาพที่ 4.4 แบบจำลองการวัดลำดับที่ 2 ขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	92
ภาพที่ 4.5 แบบจำลองเชิงโครงสร้าง (Structural Model) ของอัตลักษณ์การท่องเที่ยว เชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต	97
ภาพที่ 4.6 เว็บไซต์ Phuket Gastronomy	109
ภาพที่ 4.7 ตราสัญลักษณ์ระหว่างองค์กร UNESCO และจังหวัดภูเก็ต	110
ภาพที่ 5.1 แบบจำลองเชิงสาเหตุ (Casual Model) ของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิง อาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต	124

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1. ความสำคัญและที่มาของโครงการวิจัย

การท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในที่เติบโตเร็วที่สุดและใหญ่ที่สุดในภาคของเศรษฐกิจโลก (World Travel & Tourism Council, 2018) ในหลายประเทศทั่วโลก กิจกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นสิ่งสำคัญกว่าการผลิตและการบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจและสังคมของตน (Xhiliola Agaraj and Merita Murati, 2009) อีกทั้งยังก่อให้เกิดรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศ โดยในปี 2562 รัฐบาลยังคงมีความไว้วางใจให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจให้ถึงท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง โดยให้นำหนักไปยังเรื่องการลดความเหลื่อมล้ำอย่างจริงจัง พร้อมกับกำหนดเป้าหมายชัดเจนให้ผลักดันการกระจายรายได้สู่จังหวัดท่องเที่ยวรอง และความมุ่งมั่นของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่ต้องการมีส่วนร่วมอย่างสำคัญภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติที่มุ่งให้ประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ควบคู่กับการพัฒนาประเทศ ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (ยุทธศักดิ์ สุภสร, 2562)

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) นับเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกอีกประเภทหนึ่งที่ได้รับ ความสนใจจากนานาประเทศ แหล่งท่องเที่ยวทั่วโลกจำนวนมากต่างใช้ อาหารท้องถิ่นเป็นเครื่องมือส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ เนื่องจากอาหารท้องถิ่นมีความเป็นเอกลักษณ์ของตนเองและมีการสืบทอดต่อกัน มานานนับร้อยปี มีความสำคัญต่อวิถีการดำเนินชีวิตและวัฒนธรรมของคนในชุมชน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการนำเสนอเอกลักษณ์และวัฒนธรรมตามจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว อันเป็นสิ่งกระตุ้นความสนใจที่จะให้นักท่องเที่ยวมา เยือนเป็นครั้งแรก เกิดความประทับใจในรสชาติของอาหารและอยากจะกลับมาเยือนอีกในครั้งต่อ ๆ ไป ดังนั้นหาก ประเทศไทยส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยอาหารไทยพื้นบ้าน ก็จะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเชิงรุกอีกด้านหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล ที่ให้ความสำคัญในการพัฒนาอาหารควบคู่กับการท่องเที่ยว รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับอาหารไทยของภาครัฐที่ขยายออกไปสู่ระดับสากล (หทัยชนก ฉิมบ้านไร่ และรัชพงษ์ วงศาโรจน์, 2558) อีกทั้งในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ได้มีการกล่าวถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทยไว้เช่นกัน โดยเป็นการเน้นขับเคลื่อนร่วมไปกับงาน พัฒนาการวิธีการผลิตของภาคเกษตร หรือ Food Innopolis มุ่งสร้างประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยว ได้สัมผัสบรรยากาศและวัฒนธรรมท้องถิ่นแบบ Authentic Local Tourism พร้อมทั้งสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในการพยายามกระตุ้นการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ได้ฉายออกมาเป็นรูปร่างชัดเจนมากขึ้นเรื่อย ๆ ตั้งแต่

การจัดทำ “มิชลิน ไกด์ กรุงเทพฯ” ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมกับ มิชลินไกด์ ประเทศไทย, การได้รับเลือกให้เป็นเจ้าภาพในการจัดงาน “UNWTO World Forum on Gastronomy Tourism ครั้งที่ 4” ซึ่งถือเป็นงานสัมมนาวิชาการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารระดับนานาชาติครั้งแรกของเอเชีย, การจัดมหกรรมอาหาร “Amazing Thai Taste Festival” หรือแคมเปญล่าสุดอย่าง “Eat Local : Localicious” ประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวเพื่อชวนคนออกไปลิ้มลองอาหารถิ่นโดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงเข้ามามีบทบาทและความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวทั่วโลกและในประเทศ ทั้งในระดับท้องถิ่น ภูมิภาค ระดับชาติ และนานาชาติ ‘การท่องเที่ยวเพื่อกิน’ จึงเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่ได้รับความนิยมเป็นจำนวนมากในหมู่นักท่องเที่ยว (จักรกฤษณ์ วัชรภูมย์, 2561)

จังหวัดภูเก็ต เป็นจังหวัดเดียวที่มีสภาพเป็นเกาะตั้งอยู่ในทะเลอันดามันและถือว่าเป็นจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของประเทศไทย โดยได้ชื่อว่าเป็น “ไข่มุกแห่งอันดามัน” กล่าวคือเป็นจังหวัดที่มีความสวยงาม หาดทรายขาวสะอาดตัดกับน้ำทะเลอย่างชัดเจน และขณะเดียวกันภูเก็ตถือได้ว่าเป็นเมืองที่มีวัฒนธรรมและสถาปัตยกรรมที่มีความโดดเด่นเป็นของตนเอง โดยเฉพาะสถาปัตยกรรมชิโน-โปรตุกีส และได้ชื่อว่าเป็นเมือง East Meets West ที่ซึ่งตะวันออกพบตะวันตก นั่นคือภูเก็ตมีลักษณะของความทันสมัยและเป็นเมืองนานาชาติที่ในขณะเดียวกันก็ดำรงศิลปะและวัฒนธรรมเป็นของตนเองได้อย่างเด่นชัด ซึ่ง “ภูเก็ต” ได้มีการค้นพบหลักฐานทางโบราณคดีที่บ้านกมลา อำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต ซึ่งได้ขุดพบเครื่องมือหินและขวานหินเป็นการแสดงให้เห็นว่ามีมนุษย์อาศัยในดินแดนแถบนี้ไม่ต่ำกว่า 3,000 ปีมาแล้ว และได้มีหลักฐานการ กล่าวถึงดินแดนในแถบนี้อีกครั้ง เมื่อปี พ.ศ. 700 หรือคริสต์ศตวรรษที่ 2 ในบันทึกของนักเดินเรือ ชื่อ คลอดิอุส ปโตเลมี กล่าวถึงผืนดินหรือแผ่นดินในส่วนนี้ว่า แหลมตะโกลา เป็นผืนดินที่ถูกดันออกมาทางใต้กลายเป็นแหลมยาวๆ อยู่ส่วนปลายสุดของจังหวัดพังงา อันเนื่องมาจากการเคลื่อนไหวของรอยเลื่อนของเปลือกโลกขนาดใหญ่ที่เรียกว่า รอยเลื่อนคลองมารุ่ย ซึ่งจังหวัดภูเก็ตถูกเรียกขานโดยชาวต่างประเทศในหลายชื่อตั้งแต่ในอดีตจนกระทั่งปัจจุบัน ประกอบด้วย แหลมตะโกลา มณีคราม จังซีลอน ภูเก็ต และภูเก็ต ซึ่งในบางครั้งได้มีการเรียกขานว่า สิลัน ถลาง และทุ่งคร่วมด้วย (แผนยุทธศาสตร์ Phuket : City of Gastronomy พ.ศ. 2560 - พ.ศ. 2564)

เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ยูเนสโก (UCCN :The UNESCO Creative City Network) เริ่มต้นในปี 2547 เพื่อส่งเสริมความร่วมมือระหว่างเมืองที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน ปัจจุบันเครือข่ายนี้มีสมาชิก 116 เมืองที่มีจุดมุ่งหมายร่วมกันในการใช้ความคิดสร้างสรรค์และวัฒนธรรมเป็นกลยุทธ์ในการพัฒนาในระดับท้องถิ่น และมีความร่วมมืออย่างเข้มแข็งในระดับนานาชาติ เมืองสร้างสรรค์จะเป็นเมืองที่ใช้มรดกทางวัฒนธรรมผสมผสานความทันสมัยในด้านการสร้างสรรค์หรือมรดกวัฒนธรรมจากพื้นฐานอัตลักษณ์เดิม ยูเนสโกได้กำหนดให้ต้องคัดเลือก



จากเขตเมืองหรือมหานคร เนื่องจากเป็นแหล่งรวบรวมวิทยาการและมีพื้นฐานพอที่จะขับเคลื่อน ทั้งในส่วนเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) ได้แบ่งเมืองสร้างสรรค์ออกเป็น 7 ประเภท ดังนี้ 1. เมืองแห่งวรรณกรรม (City of Literature) 2. เมืองแห่งภาพยนตร์ (City of Film) 3. เมืองแห่งดนตรี (City of Music) 4. เมืองแห่งหัตถกรรม และศิลปหัตถกรรม (City of Crafts and FolkArts) 5. เมืองแห่งการออกแบบ (City of Design) 6. เมืองแห่งศิลปะสื่อประสาสัมพันธ์ (City of Media art) 7. เมืองแห่งอาหาร (City of Gastronomy) ซึ่งเทศบาลนครภูเก็ตได้รับประกาศยกย่องเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร จากยูเนสโก ประจำปี 2558 ซึ่งเป็นเมืองแรกของประเทศไทยและของอาเซียน และเป็นหนึ่งใน 18 เมืองของโลกด้านอาหาร ภูเก็ตมีจุดเด่นสำคัญด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมโดยเฉพาะ วัฒนธรรมอาหาร อาทิ อาหารทะเลอันดามัน อาหารไทย อาหารบาบ๋าท้องถิ่น และอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป อาหารท้องถิ่นภูเก็ตมีอัตลักษณ์ มีสูตรลับเฉพาะที่ถ่ายทอดผ่านคนในครอบครัวและใช้วัตถุดิบที่มีเฉพาะในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนของภูเก็ตมีความเข้มแข็งสามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านอาหารและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม การได้รับเป็นเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกด้านอาหารในครั้งนี้ จะทำให้ภูเก็ตมีโอกาสพัฒนาเศรษฐกิจการลงทุนต่อยอดจากธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหารต่อไปได้ (แผนยุทธศาสตร์ Phuket : City of Gastronomy พ.ศ.2560 - 2564)

ศักยภาพของเมืองเก่าภูเก็ตที่มีความโดดเด่นและยังเป็นย่านที่มีผู้อยู่อาศัยอยู่เป็นปกติ โดยอยู่ในเกณฑ์พิจารณาเมืองที่พัฒนาการมาจากความเจริญรุ่งเรือง และความเฟื่องฟูของอุตสาหกรรมเหมืองแร่ดีบุก ส่งสมเกิดเมืองเก่า ที่มีสถาปัตยกรรมมีเอกลักษณ์แบบชิโนโปรตุกีส เพราะประวัติศาสตร์เมืองภูเก็ตมีหัวใจสำคัญคือการทำเหมืองแร่ ก่อนที่จะเป็นเมืองท่า เมืองตากอากาศ จนพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของภาคใต้ และเมืองเก่าภูเก็ตยังแสดงให้เห็นถึงคุณค่า และความสำคัญของร่องรอยอารยธรรมความเจริญรุ่งเรืองของอุตสาหกรรมเหมืองแร่ เป็นอุตสาหกรรมที่ทำให้ดึงคนภายนอกจังหวัดและชาวต่างชาติให้เข้ามาทำธุรกิจการค้า และอพยพย้ายถิ่นสู่ตลาดการค้า ให้เมืองแห่งนี้มีความร่ำรวยทรัพยากร มีความรุ่งเรืองทางการค้าก่อให้เกิดการปรากฏงานสถาปัตยกรรมที่เป็นผลสืบเนื่องจากการทำเหมืองแร่ดีบุกขึ้นมา คงเอกลักษณ์จนถึงปัจจุบันตลอดจนมีการอนุรักษ์สืบทอดความเป็นของแท้ดั้งเดิมเอาไว้ เป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์ (อนันต์ ชูโชติ, 2562)

จากที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้นผู้วิจัยเห็นความสำคัญของการใช้องค์ความรู้และนวัตกรรมผนวกกับจุดแข็งในด้านความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม วิถีชีวิตและมรดกทางภูมิปัญญาพื้นถิ่นรวมทั้งการบูรณาการอาหารกับการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าภูเก็ตนั้น

จึงทำให้ผู้วิจัยจัดทำโครงการวิจัยเรื่อง อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต เพื่อนำเสนอนวัตกรรม องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ในการไปปรับใช้ในเชิงนโยบาย แผนธุรกิจ รวมทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นให้เกิดรายได้กับชุมชนท้องถิ่น รวมทั้งการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ทางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวสนใจและตัดสินใจในการเลือกการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ ของจังหวัดภูเก็ตได้ในอนาคต

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันและประเมินศักยภาพของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

2.2 เพื่อวิเคราะห์อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

2.3 เพื่อนำเสนอแผนการพัฒนาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

## 3. คำถามของการวิจัย

3.1 สถานการณ์ปัจจุบันและประเมินศักยภาพของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตเป็นอย่างไร

3.2 อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตเป็นอย่างไร

3.3 แผนการพัฒนาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตมีแนวทางอย่างไร

## 4. สมมติฐานของการวิจัย

4.1 คุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมมีผลต่ออัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

4.2 องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารมีผลต่ออัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

## 5. นิยามศัพท์เฉพาะ

5.1 **อัตลักษณ์การท่องเที่ยว (Tourism Identity)** หมายถึง ผลรวมของลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่โดดเด่น ซึ่งทำให้สิ่งนั้น เป็นสิ่งที่รู้จักหรือจำได้ นักท่องเที่ยวหมายถึง บุคคลที่เดินทางจากที่อยู่อาศัยของตนไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว โดยใช้เวลาวางเพื่อความเพลิดเพลิน

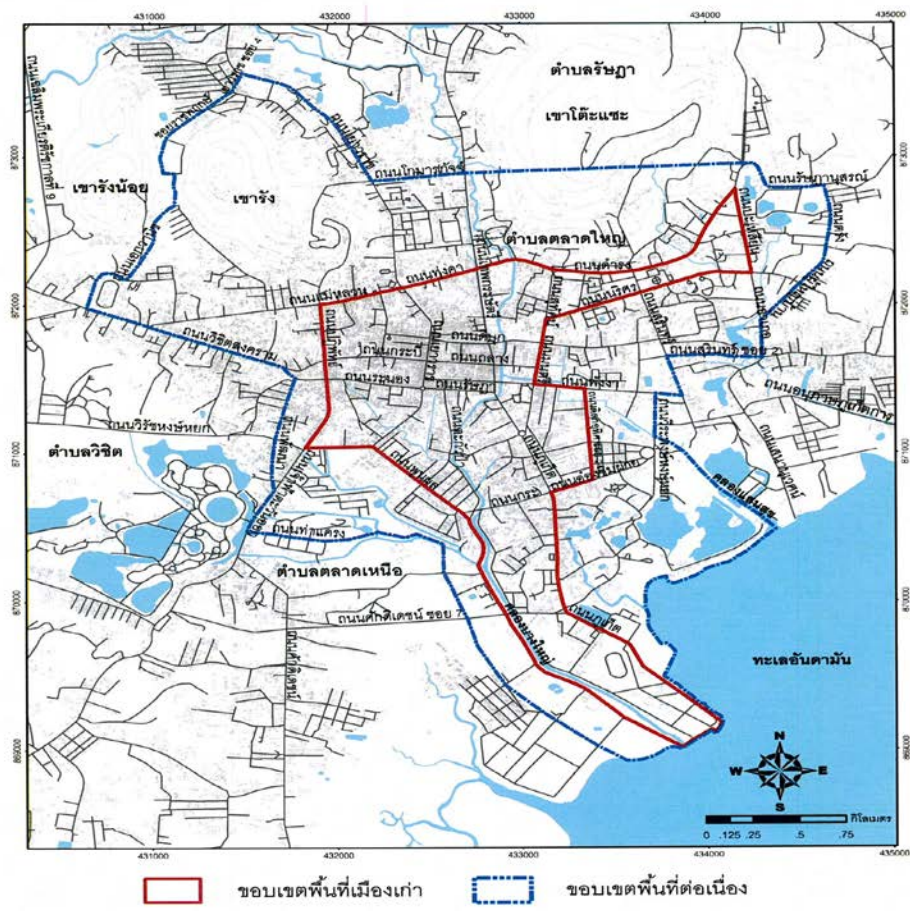
การพักผ่อน โดยในงานวิจัยนี้หมายถึง ลักษณะเฉพาะของชุมชนในเขตเมืองเก่าภูเก็ต อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต

**5.2 การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) หมายถึง** การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และสร้างประสบการณ์ใหม่ๆทางด้านอาหารให้กับผู้เดินทางท่องเที่ยวในเขตเมืองเก่าภูเก็ต โดยประกอบด้วยเส้นทางการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับอาหาร โดยกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวมักจะเกี่ยวข้องกับอาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ตที่สื่อสารต่อนักท่องเที่ยวจากวัฒนธรรมท้องถิ่น หรือวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่น เพื่อนำเสนอต่อนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการเรียนรู้การประกอบอาหาร หรือการสื่อสารผ่านผลิตภัณฑ์แปรรูปที่มีการนำนวัตกรรมสมัยใหม่เข้ามาาร่วมด้วย

**5.3 รูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิต (Living Cultural Heritage Pattern) หมายถึง** วัฒนธรรม วิถีชีวิต และภูมิปัญญา เป็นสิ่งสะท้อนถึงการเรียนรู้ สังคม ความสามารถของผู้คนในท้องถิ่น ซึ่งหมายถึง คนในชุมชนเขตเมืองเก่าภูเก็ต อันเกิดจากการสั่งสมสติปัญญาความรู้ที่หลากหลาย และการปรับตัวผสมผสานให้เกิดความกลมกลืนกับธรรมชาติ

## **6. ขอบเขตของการวิจัย**

**6.1 ขอบเขตด้านพื้นที่** การวิจัยเรื่อง อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษาด้านพื้นที่ คือ เขตเมืองเก่าภูเก็ต ซึ่งเป็นเขตตำบลตลาดใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต ดังภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 แผนที่แสดงเขตเมืองเก่าภูเก็ต

ที่มา : สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (2560)

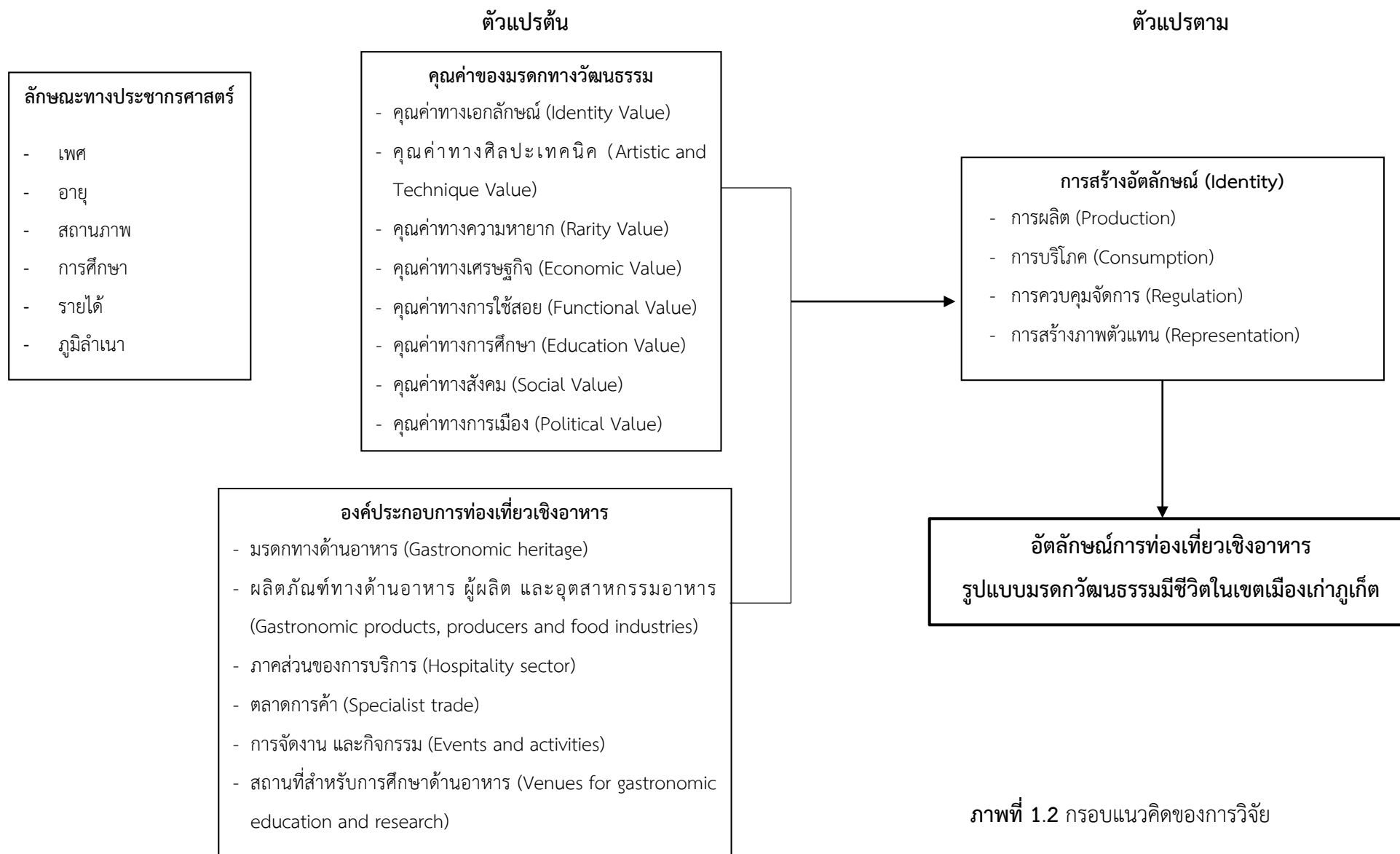
**6.2 ขอบเขตด้านประชากร** การวิจัยเรื่อง อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตประชากรเขตพื้นที่วิจัยในเขตเมืองเก่าภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มหน่วยงานของภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเขตเมืองเก่าภูเก็ต 2) ผู้ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในเขตเมืองเก่าภูเก็ต 3) ชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในเขตเมืองเก่าภูเก็ต และ 4) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

**6.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา** การวิจัยเรื่อง อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต ผู้วิจัยได้มีการศึกษาสถานการณ์ปัจจุบัน ประเมินศักยภาพและนำเสนอแผนการพัฒนาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

**6.4 ขอบเขตด้านเวลา**

การวิจัยเรื่อง อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต ผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลาในการวิจัยทั้งหมด 12 เดือน

## 7. กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1.2 กรอบแนวคิดของการวิจัย

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง “อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎีเอกสารต่าง ๆ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานและแนวทางในการศึกษาโดยแบ่งตามหัวข้อได้ดังนี้

- 2.1 อัตลักษณ์การท่องเที่ยว
- 2.2 การท่องเที่ยวเชิงอาหาร
- 2.3 มรดกวัฒนธรรม
- 2.4 บริบทพื้นที่ : เขตเมืองเก่าภูเก็ต
- 2.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 อัตลักษณ์การท่องเที่ยว

##### 2.1.1 ความหมายของอัตลักษณ์

ทฤษฎีอัตลักษณ์ กำเนิดขึ้นในช่วงปี ค.ศ. 1950 – 1960 โดยนักปรัชญา 3 ท่าน คือ J.J.C. Smart, U.T. Place และ Herbert Feigl ทฤษฎีนี้อาศัยกรอบแนวคิดในช่วงศตวรรษที่ 17 เป็นต้นมา เน้นการวิจัยสมัยใหม่ที่มองถึงระบบการทำงานของสมอง (Brain function) ซึ่งแบ่งหน้าที่ออกเป็นสองส่วน และมองว่าสมองแต่ละส่วนจะทำหน้าที่แตกต่างกันออกไป เช่น สมองส่วนที่ทำให้รู้สึกเจ็บเกิดจากสมองส่วนกลาง และจะทำให้เกิดปฏิกิริยาโต้ตอบ จากแนวคิดดังกล่าว จึงเกิดนิยามที่ว่า สมองคือจิตใจ (Your mind is your brain) นั่นคือที่มาของแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์

Erick Erickson (1959) นักจิตวิทยา มองว่า การก่อตัวของอัตลักษณ์เป็นกระบวนการตลอดทั้งชีวิต (A life – long process) และคนเราสามารถเปลี่ยนแปลงลักษณะสำคัญของตนเองได้ Erickson เลือกใช้คำว่า อัตลักษณ์ (Identity) แทนคำว่า บุคลิกภาพ และถึงแม้ว่าจะได้รับอิทธิพลจาก Freud แต่ Erickson เลือกที่จะเน้นบทบาทของ Ego มากกว่าบทบาทของจิตสำนึก และมีนัยของการเน้นในเสรีภาพในการเลือกของแต่ละคน ที่จะต้องรับผิดชอบต่อทางเลือกในชีวิตและรูปแบบอัตลักษณ์ที่ตนเองเลือกที่จะเป็น

คำว่า “อัตลักษณ์” ไม่มีบันทึกไว้ในพจนานุกรม แต่มีตำราหลายเล่มให้ความหมายคำว่า “อัตลักษณ์” ไว้ว่า คุณลักษณะเฉพาะตัว ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ของลักษณะเฉพาะของบุคคล สังคม ชุมชน หรือประเทศนั้น ๆ เช่น เชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรมท้องถิ่น และศาสนา ฯลฯ ซึ่งมีคุณลักษณะที่ไม่ทั่วไป หรือสากลกับสังคม อื่น ๆ พูด่ง่ายๆ คือ ลักษณะที่ไม่เหมือนกับของคนอื่น ๆ “อัตลักษณ์” มาจากภาษา บาลีว่า อตต + ลักษณะ โดยที่ “อัตตะ” มีความหมายว่า ตัวตน, ของตน ส่วน “ลักษณะ” หมายถึง สมบัติเฉพาะตัว หากมองเพียงแค่รูปศัพท์ “อัตลักษณ์” จึงเหมาะจะ นำมาใช้

หมายถึงลักษณะ เฉพาะตัวของสิ่งใดสิ่งหนึ่งมากกว่า ส่วนคำว่า “เอกลักษณ์” มีคำว่า “เอก” ซึ่งหมายถึง หนึ่งเดียว จึง น่าจะหมายความว่าลักษณะหนึ่งเดียว (ของหลายๆ สิ่ง ) หรือลักษณะที่ของหลายๆ สิ่งมีร่วมกัน ซึ่งเป็นความหมายแรกตามพจนานุกรม (พจนานุกรมภาษาไทย:คมชัดลึก, 2551)

โดยทั่วไปยังมีข้อสงสัยว่า “เอกลักษณ์” และ “อัตลักษณ์” นั้นมีความแตกต่างกันอย่างไร ซึ่งจริงแล้วสองคำนี้มีการสะกดคล้ายคลึงกันแต่มีความหมายไม่เหมือนกันและยังมีความหมายทับซ้อนกันอยู่ (พจนานุกรมภาษาไทย:คมชัดลึก, 2551) คำว่า “เอกลักษณ์” มีความหมายตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ว่า ลักษณะที่เหมือนกันหรือมีร่วมกัน เช่น ชุมชนนั้นมีเอกลักษณ์อยู่ที่การทอผ้าจากหมายความว่า คนใน ชุมชนนั้นมี อาชีพทอผ้าจากเหมือนกันหมด (พจนานุกรมภาษาไทย:คมชัดลึก, 2551) ส่วนคำว่า “อัตลักษณ์” ไม่มีบันทึกไว้ในพจนานุกรมแต่มีตำราหลายเล่มให้ความหมายคำว่า “อัตลักษณ์” ไว้ว่าคุณลักษณะเฉพาะตัวซึ่งเป็น ตัวบ่งชี้ลักษณะเฉพาะของตัวบุคคล สังคม ชุมชน หรือประเทศนั้น เช่น เชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรมท้องถิ่น และศาสนา ฯลฯ ซึ่งมีความคุณลักษณะที่ไม่ทั่วไป หรือสากลกับสังคมอื่น ๆ (โชติกา ศรีประเสริฐ, 2554)

กรองแก้ว วัฒนะมงคลรักษ์ (2544) ได้นิยามความหมายคำว่า “อัตลักษณ์” ว่า “อัตลักษณ์ คือ ความพยายามที่จะสร้างขอบเขตที่ชัดเจนของบุคคล โดยสามารถตอบคำถามให้ได้ว่าเราเป็นใคร และเราแตกต่างจากคนอื่นตรงไหน เพื่อที่จะนำไปสู่การได้มาซึ่งอำนาจ”

ฉลาดชาย รมิตานนท์ (2545) อธิบายความหมายของคำว่า อัตลักษณ์ ว่าเป็นสิ่งที่ทำให้เรารู้สึกว่าเป็นตัวเราหรือพวกเราที่แตกต่างจากคนอื่น โดยไม่จำเป็นต้องมีเพียงหนึ่ง แต่อาจมีหลายอัตลักษณ์ที่ประกอบขึ้นมา อัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติแต่เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นและสามารถเปลี่ยนแปลงได้

ยุรฉัตร บุญสนิท (2546) กล่าวว่า “อัตลักษณ์ คือ ลักษณะเฉพาะ ลักษณะพิเศษที่สามารถบ่งบอกตัวตนของสิ่งนั้นหรือบุคคลนั้น”

Woodward (1997) ได้กล่าวไว้ว่า อัตลักษณ์ คือ สิ่งที่ทำให้เรารู้ตัวตนเองว่า เราคือใคร และเราดำเนินความสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ ตลอดจนโลกที่แวดล้อมตัวเราอยู่อย่างไร อัตลักษณ์คือสิ่งที่กำหนดทางเดินให้กับเรา เป็นสิ่งที่บ่งบอกว่าใครเป็นพวกเดียวกับเรา และใครที่แตกต่างจากเรา ส่วนใหญ่แล้วอัตลักษณ์ถูกกำหนดโดยความแตกต่าง ซึ่งอาจมองเห็นได้ในลักษณะของการแบ่งแยกออกจากกัน เช่น อัตลักษณ์ในรูปแบบของความแตกต่างระหว่างชนชาติหรือ ความขัดแย้งด้านความเชื่อ เป็นต้น โดยมากแล้วอัตลักษณ์ถูกสร้างขึ้นในลักษณะของสิ่งตรงกันข้าม เช่น คนผิวขาว – คนผิวสี ความปกติ – ความเบี่ยงเบนจากปกติ และผู้ชาย – ผู้หญิง

Burke (1980) ได้นิยามคำว่า อัตลักษณ์ (Identity) ในทางสังคมวิทยาว่า หมายถึง การรู้คิดเกี่ยวกับตนเองของบุคคลในเรื่องของบทบาทและตำแหน่งในระบบความสัมพันธ์ทางสังคมของบุคคล

อภิญา เฟื่องฟูสกุล (2546) ได้อธิบายถึง การเปลี่ยนแปลงความหมายของ Identity ดังกล่าวสัมพันธ์อย่างมากกับการทำความเข้าใจการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมในปัจจุบันในบริบท โลกโลกาภิวัตน์ มิติเวลาที่เร่งเร็วขึ้นและมิติพื้นที่ที่ดูหดแคบเข้ามาเพราะการปฏิวัติเทคโนโลยี การสื่อสารทำให้ความเคลื่อนไหวทางวัฒนธรรมเป็นไปอย่างหลากหลาย ซับซ้อน และรวดเร็ว การเปลี่ยนแปลงประสบการณ์เกี่ยวกับเวลา พื้นที่และแบบแผนชีวิตประจำวันมีผลอย่างยิ่งต่อ ความรู้สึกที่เรามีเกี่ยวกับตัวเอง สิ่งที่เคยเป็นมาตรฐานของระบบคุณค่าและการนิยาม อัตลักษณ์ ไม่ว่าจะเป็ยคุณค่าทางศาสนา ค่านิยมเรื่องเพศ คุณค่าประเพณีวัฒนธรรมเก่าๆ หรือค่านิยมของกลุ่ม ชาติพันธุ์ ล้วนกระทบในรูปแบบต่าง ๆ ของพลังโลกาภิวัตน์ การปรับเปลี่ยนนี้แสดงออกได้หลาย ลักษณะและหลายมิติในระดับจุลภาค จะพบการปรับเปลี่ยนประสบการณ์และแบบแผน ชีวิตประจำวันของปัจเจก ซึ่งเชื่อมโยงการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นในระดับมหภาค เราเห็นกระบวนการ เคลื่อนไหวทางศาสนา ชาติพันธุ์ และวัฒนธรรมใหม่ๆ เกิดขึ้นมารวดเร็วมากในประเทศต่าง ๆ ขบวนการเหล่านี้ต้องการเสนอความหมายและทิศทางใหม่ในเชิงสังคมวัฒนธรรม และมีขบวนการสร้างตัวตนและอัตลักษณ์จากการผสมผสานองค์ประกอบทางวัฒนธรรมที่ซับซ้อน นับเป็น ปรากฏการณ์ทางสังคมที่ทำให้ต้องมีการทบทวนคำว่า “วัฒนธรรม” หรือ “ขบวนการเคลื่อนไหวทาง สังคม” กันอีกครั้ง

นอกจากนี้ อภิญา เฟื่องฟูสกุล (2546) ยังได้ให้การนิยาม มโนทัศน์ ที่เกี่ยวข้องกั บอัตลักษณ์ (Identity) ว่าเป็นมโนทัศน์ที่คาบเกี่ยวสัมพันธ์กับวิชาหลายแขนงทางสังคมศาสตร์ทั้งสังคม วิทยา มานุษยวิทยา จิตวิทยา และปรัชญาในสาขาเหล่านี้มีมโนทัศน์ที่มีความหมายใกล้เคียง หรือเกี่ยวเนื่องกับอัตลักษณ์หลายคำ เช่น Subject Subjective Subjectivism Individual Individualism Personality Self Agency ดังนั้น จากลักษณะทางทฤษฎี ดังที่ได้กล่าวมาว่า Identity หรืออัตลักษณ์ จึงมีความสำคัญพิเศษเนื่องจากเป็นปริมณฑลที่เชื่อมต่อระหว่างขั้วทั้งสอง ในด้านหนึ่งอัตลักษณ์ คือความเป็นปัจเจกที่เชื่อมต่อและสัมพันธ์กับสังคม (Social aspect) สังคม กำหนดบทบาทหน้าที่และระบบคุณค่าที่ติดมากับความเป็นพ่อ ความเป็นเพื่อน ความเป็นสามี ภรรยา ความเป็นศิษย์ อาจารย์ ในมิตินี้ อัตลักษณ์ จึงเป็นเรื่องของการใช้สัญลักษณ์ (Symbolic aspect) ด้วย เพราะการแสดงออก ซึ่งความสัมพันธ์ต่าง ๆ ดังกล่าว กระทำผ่านระบบสัญลักษณ์หลายแบบอีก ด้านหนึ่ง อัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับมิติ “ภายใน” ของความเป็นตัวเราอย่างมากทั้งในด้านอารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด เพราะมนุษย์ให้ความหมายหรือเปลี่ยนแปลงความหมายเกี่ยวกับตนเอง ในกระบวนการที่เขาสัมพันธ์กับโลก (Psychological and subjective aspect) และปริมณฑลของ Identity และ Subjective จึงมีการทับซ้อนกันอยู่ ดังนั้นจึงมีการแบ่งประเภทอัตลักษณ์เป็นสอง ระดับคือ อัตลักษณ์บุคคล (Personal identity) และอัตลักษณ์ทางสังคม (Social identity) เพื่อจะ ได้ศึกษาความคาบเกี่ยวและปฏิสัมพันธ์ของทั้งสองระดับนี้



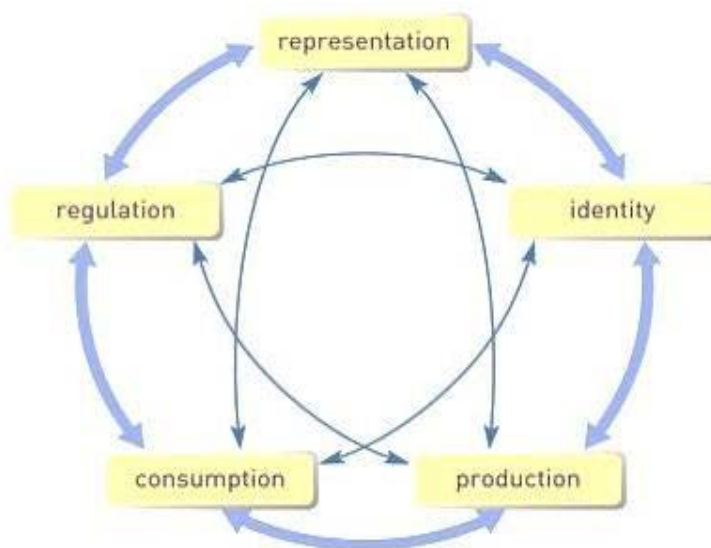
### 2.1.2 ประเภทของอัตลักษณ์

Erving Goffman (1963) นักสังคมวิทยา ได้แบ่งอัตลักษณ์ออกเป็น 2 ประเภทและอธิบาย ลักษณะความแตกต่างและความเหมือนกันไว้ ดังนี้ อภิญา เฟื่องฟูสกุล (2546)

1. อัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity) คือ ภาพของปัจเจกในสายตาคนอื่นใน ฐานะที่เป็นบุคคลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยสังคมจะมีวิธีการระบุอัตลักษณ์ส่วนบุคคลแตกต่างกันไป เช่น สังคมสมัยใหม่ใช้บัตรประชาชนหรือการพิมพ์ลายนิ้วมือระบุอัตลักษณ์บุคคล เป็นต้น ในขณะที่ Littlejohn, S. & Foss, K. (2008) อธิบายว่า อัตลักษณ์ส่วนบุคคล คือ ลักษณะเฉพาะของบุคคล ที่เกิดขึ้นจากการมองตนเอง และเกิดขึ้นจากเรียนรู้จากการมีปฏิสัมพันธ์กับคนในครอบครัว ในช่วงเริ่มแรกของชีวิตและจากสังคม

2. อัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) ของบุคคล คือ สถานภาพทางสังคม เช่น อาชีพ ชนชั้น เพศ ชาติพันธุ์ หรือศาสนาที่ปัจเจกบุคคลนั้นสังกัดอยู่ สังคมจะมีความคาดหวังหรือเรียกร้องว่า ปัจเจกบุคคลในวัย เพศ ชนชั้นนั้น ๆ ควรวางตนอย่างไร

จากคำอธิบายดังกล่าวจะเห็นว่าอัตลักษณ์ส่วนบุคคลและอัตลักษณ์ทางสังคมมีส่วนที่ซ้อนทับกันอยู่ เพราะอัตลักษณ์ เป็นการเชื่อมต่อกันระหว่างความเป็นปัจเจก (Individual) และสังคม (Social Aspect) การสังคมกำหนดบทบาทหน้าที่ของบุคคล ทำให้มีระบบคุณค่าติดมากับบทบาทหน้าที่นั้น ในมิตินี้อัตลักษณ์จึงเป็นเรื่องของการใช้สัญลักษณ์ (Symbolic Aspect) ด้วย เพราะการแสดงออกที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์แบบต่าง ๆ กระทำผ่านระบบสัญลักษณ์หลากหลายแบบ Hall, S., & Du Gay (1996) อธิบายลักษณะของอัตลักษณ์ว่า ไม่ใช่สิ่ง ที่มีอยู่ตามธรรมชาติ หรือเกิดขึ้นลอย ๆ แต่ก่อรูปขึ้นมาภายในวัฒนธรรม ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง โดย ที่วัฒนธรรมก็เป็นสิ่งถูกประกอบสร้างทางสังคม (Social Construct) และไม่ใช่สิ่งที่หยุดนิ่งตายตัว หากแต่เป็นวงจรซึ่งมีผู้เรียกว่า “วงจรแห่งวัฒนธรรม” (Circuit of Culture) ภาพแสดงวงจรแห่ง วัฒนธรรมกับการสร้างอัตลักษณ์ ดังนี้



ภาพที่ 2.1 วงจรแห่งวัฒนธรรมกับการสร้างอัตลักษณ์

ที่มา: Stuart Hall, Representation: Cultural representations and signifying practices  
(London: Sage, 1997)

จากภาพที่ 2.1 แสดงวงจรวัฒนธรรมกับการสร้างอัตลักษณ์ อธิบายได้ว่า อัตลักษณ์ทั้งหลายมีกระบวนการถูกผลิต (Produced) ให้เกิดขึ้นสามารถถูกบริโภค (Consumed) และถูกควบคุมจัดการ (Regulated) อยู่ในวัฒนธรรมเหล่านั้น และทั้งนี้ยังมีการสร้างความหมายต่าง ๆ (Creating Meanings) ผ่านทางระบบต่าง ๆ ของการสร้างภาพตัวแทน (Symbolic Systems of Representation) ที่เกี่ยวกับตำแหน่งอัตลักษณ์อันหลากหลายที่เลือกใช้หรือนำมาสร้างอัตลักษณ์ ซึ่งอัตลักษณ์ (Identity) เป็นความรู้สึกนึกคิดว่า “ฉันคือใคร” อันเกิดจากการที่เราปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นผ่านการมองตนเอง และความหมายที่คนอื่นมองเรา ซึ่งเราต้องแสดงตนหรือยอมรับกับอัตลักษณ์ที่เราเลือกจะเป็น นั่นคือเรามีอัตลักษณ์เหมือนหรือแตกต่างจากคนอื่น ๆ อย่างไร และ “ฉันคือใคร” ในทัศนะที่คนอื่นมองเรา

จากที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้นสรุปได้ว่า อัตลักษณ์ หมายถึง ลักษณะเฉพาะตัวที่สามารถบ่งบอกตัวตนของสิ่งนั้นหรือบุคคลนั้น ซึ่งในที่นี้นักวิจัยหมายถึงอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร รูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต รวมไปถึงวงจรแห่งวัฒนธรรมกับการสร้างอัตลักษณ์ที่ผู้วิจัยนำปัจจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยปัจจัยดังต่อไปนี้

- 1) การผลิต (Production)
- 2) การบริโภค (Consumption)
- 3) การควบคุมจัดการ (Regulation)
- 4) การสร้างภาพตัวแทน (Representation)

## 2.2 การท่องเที่ยวเชิงอาหาร

### 2.2.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ความหมายของการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร (Gastronomic Tourism) ก่อนหน้าปีค.ศ. 1990 “อาหาร” นั้นถูกมองว่าเป็นองค์ประกอบของการท่องเที่ยวสำหรับ นักท่องเที่ยวตามร้านอาหาร โรงแรมหรือรีสอร์ท ซึ่งมีบริการด้านอื่นด้วยเท่านั้น แต่ปัจจุบันอาหารถูกมองว่ามีนัยสำคัญต่อการ เป็นตัวแทนที่จะนำเสนอสังคมและรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในสังคมนั้น ซึ่งสะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่นทั้งอดีตและปัจจุบัน มีการกล่าวว่าการท่องเที่ยวอาหารนั้นเป็นประสบการณ์ที่สามารถสัมผัสได้ที่สำคัญ (Kasper C, 2009) จากความสำคัญดังกล่าวมีการสรุปความสำคัญของการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไว้ดังนี้ (Hall M. Mitchell R, 2005)

1. ทำให้นักท่องเที่ยวได้ตระหนักถึงความสำคัญของวัฒนธรรมท้องถิ่น
2. เป็นองค์ประกอบของการส่งเสริมการตลาดทางการท่องเที่ยว
3. เป็นองค์ประกอบในด้านการพัฒนาด้านเกษตรกรรมและเศรษฐกิจของท้องถิ่น
4. เป็นส่วนสำคัญในการแข่งขันทางการตลาด
5. เป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของความเจริญทั้งระดับโลก ระดับประเทศและระดับท้องถิ่น
6. เป็นสินค้าและบริการที่จำเป็นและสำคัญต่อนักท่องเที่ยว

G.E du Rand & E. Heath ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร คือการผสมผสานระหว่างธรรมชาติของพื้นที่ วัฒนธรรม การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก การเข้าถึง การเป็นเจ้าของที่ดีและเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่เข้าไว้รวมกัน ซึ่งรวมเป็นประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้จากสถานที่แห่งนั้น โดยเฉพาะความสามารถในการสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัส ทั้งการลิ้มลองอาหาร การเรียนรู้กระบวนการประกอบอาหารในแต่ละท้องถิ่น เป็นต้น การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร ยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้แก่ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังสถานที่นั้น ๆ ดังนั้นการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร จึงหมายรวมถึงประสบการณ์ การท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ในแต่ละท้องถิ่น ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารมิใช่เพียงเกิดจากร้านอาหารภัตตาคารราคาแพง เพราะเนื่องจากราคาไม่ใช่ตัวชี้วัดสำหรับคุณภาพของอาหาร แต่จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวที่เที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารหรือเรียกได้ว่าเป็น ‘food 19 tourist’ มีความประทับใจกับร้านอาหารราคาไม่แพง ร้านอาหารตามริมทาง หรือร้านอาหารที่อาจไม่เป็นที่รู้จักสำหรับผู้คนทั่วไปได้เช่นกัน หากสถานที่แห่งนั้นสามารถให้ “ประสบการณ์ที่น่าประทับใจ” ให้แก่นักท่องเที่ยวได้ (Du Rand, 2006)

Hall ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารนั้นว่า อันที่จริงแล้วไม่ใช่สิ่งใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว แต่นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้หยิบยกเรื่อง “อาหาร” มาเพื่อเป็นหัวข้อหลักในการเน้นศึกษา เนื่องจากเห็นถึงความสำคัญของอาหารที่มีต่อ

การท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น การท่องเที่ยวอาหารนี้มีอิทธิพลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม สังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวอาหารนั้นที่ได้รับความสนใจเนื่องจากกระแสนิยมที่เกิดขึ้นในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่

1. สังคมโลกได้ให้ความสนใจเกี่ยวกับอาหารในเชิงวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน
2. มีการเกิดขึ้นใหม่ของสถานที่รับประทานอาหารที่แปลกใหม่
3. การส่งเสริมการตลาดโดยใช้เรื่องอาหารเป็นสิ่งดึงดูด แนวทางใหม่ที่สามารถสร้างความนิยมให้แก่ภัตตาคารท่องเที่ยวได้
4. อาหารนับเป็นประสบการณ์ที่แปลกใหม่มากกว่าการรับประทานอาหารในบ้าน ถือเป็นทางเลือกเปลี่ยนวัฒนธรรมแบบหนึ่งของนักท่องเที่ยว
5. อาหารทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกและสัมผัสสถานที่ท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้ง หรือเรียกได้ว่า Sense of place ซึ่งเป็นเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวที่ต่าง ๆ แม้ว่าในยุคปัจจุบันนี้ อาหารในสถานที่ต่าง ๆ ได้รับอิทธิพลจากที่อื่น ๆ มากมายจนทำให้ไม่สามารถที่จะแยกลักษณะของอาหารไปตามเกณฑ์ภูมิศาสตร์ลักษณะอากาศ หรือประวัติศาสตร์แต่ ถือเป็นวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงหรือแลกเปลี่ยนตามกาลเวลาและปัจจัยภายนอก (Hall, 2003)

Shalini & Duggle (2015) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวทางด้านอาหารเป็นปรากฏการณ์ในระดับสากลที่อยู่ในระดับการพัฒนาที่ชัดเจนและมีผลทางบวกต่อเศรษฐกิจในระดับประเทศและส่งผลดีต่อมรดกทางวัฒนธรรมเนื่องจากนักท่องเที่ยว พยายามที่จะสร้างประสบการณ์ทางด้านอาหาร การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยว เพื่อซื้อสินค้าและบริการซึ่งสอดคล้องกับองค์การการท่องเที่ยวโลกได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นและกำลังพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ โดยมากกว่า 1 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ท่องเที่ยวไปกับอาหารการกิน ดังนั้น อาหารจึงเป็นจุดหมายปลายทางและเป็นส่วนสำคัญของประสบการณ์ที่มีคุณภาพในการเดินทาง (WTO, 2012)

นอกจากนี้ Pullphothong & Sopa (2012) ได้อธิบายว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการท่องเที่ยวที่ได้รับความสนใจจากอาหารในพื้นที่หรือในภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวเข้าไปท่องเที่ยว ซึ่งเป็นองค์ประกอบหรือปัจจัยที่สำคัญที่กระตุ้น ให้คนเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางโดยเฉพาะ การได้รับประทานอาหารท้องถิ่นซึ่งเป็นองค์ประกอบ สำคัญทางด้านการท่องเที่ยวมีความสำคัญเท่ากับ สถานที่พักและทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงเป็นการเรียนรู้วัฒนธรรม ใหม่ในแต่ละพื้นที่เป็นการพัฒนาความรู้ความเข้าใจ ในผลิตภัณฑ์ของสินค้าและบริการ รวมถึงอาหาร ที่ผ่านการบริโภคโดยนักท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558)

ดังนั้น คำจำกัดความของคำว่า “ การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร ” (Gastronomic Tourism) คือประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการเดินทางในการพักผ่อน

เพื่อการพักผ่อนหรือหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่ จากสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวที่มีการสร้างมูลค่าเพิ่มและอัตลักษณ์โดดเด่นเป็นพิเศษเกี่ยวกับอาหาร เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ประทับใจและมีส่วนร่วมในการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น รวมถึงการเรียนรู้ด้านอาหารของชุมชน วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในแต่ละท้องถิ่น เช่น การเรียนรู้วิถีชาวบ้านจากการพักค้างแรมแบบ Home stay โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวปลูกผักพื้นถิ่น การเตรียมและการประกอบอาหารพื้นบ้าน ประสบการณ์ชิมอาหารจากเทศกาลประจำปีหรือจากตลาดนัดของท้องถิ่น เป็นต้น ซึ่งธุรกิจการท่องเที่ยวในลักษณะนี้จำเป็นอย่างยิ่งที่ชาวบ้านและคนในชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจต้องมีการฝึกฝนและทำความเข้าใจถึงแนวทางการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ ซึ่งต้องเน้นที่ข้อมูลเชิงวัฒนธรรม ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะประจำท้องถิ่น ควบคู่ไปกับการบริหารจัดการและวางแผนการตลาดท่องเที่ยว มาตรฐานการบริการที่มีคุณภาพให้แก่ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาในชุมชน การอำนวยความสะดวกในด้านที่พัก การจัดบริการอาหาร การขนส่ง และคมนาคมภายในพื้นที่ท่องเที่ยว และที่สำคัญความตระหนักถึงความสะอาดและปลอดภัยของอาหาร

## 2.2.2 ข้อเปรียบเทียบการท่องเที่ยวทั่วไปและการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ตารางที่ 2.1 ข้อเปรียบเทียบการท่องเที่ยวทั่วไปและการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ข้อเปรียบเทียบ	การท่องเที่ยวทั่วไป	การท่องเที่ยวเชิงอาหาร
ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ	แหล่งท่องเที่ยว/สถานที่ท่องเที่ยว	อาหารและเครื่องดื่ม
การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมน้อยในการทำกิจกรรม	นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมมากกว่าในการทำกิจกรรม เช่น การทำอาหาร การรับประทานอาหาร การชิม
ประเภทนักท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวทั่วไป	นักท่องเที่ยวทั่วไปและนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะ
ประเภทของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ท่องเที่ยวทุกประเภท	พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่มีอาหารเป็นสิ่งดึงดูดใจ พื้นที่ที่มีชื่อเสียงด้านอาหาร

ที่มา : เบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา (2561)

จากตารางที่ 2.1 ข้อเปรียบเทียบการท่องเที่ยว ทัวไปและการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างการท่องเที่ยวทั่วไปและ การท่องเที่ยวเชิงอาหารจะพบว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการลิ้มรสชาติทางด้านอาหารนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในอาหารเฉพาะพื้นที่ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังได้มีโอกาสในการร่วมกิจกรรมทำอาหารกับคนในพื้นที่โดย Hall et al. (2003) ได้ยืนยันว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เนื่องจากอาหารเป็นส่วนหนึ่งของ วัฒนธรรมท้องถิ่นที่ผ่านการบริโภคโดยนักท่องเที่ยว และอาหารเป็นองค์ประกอบสำคัญในการส่งเสริม การท่องเที่ยวระดับภูมิภาค โดยการท่องเที่ยวเชิงอาหารมีลักษณะที่สำคัญ คือ อาหารจะเป็นแรงจูงใจ ที่สำคัญที่ส่งผลให้เกิดการเดินทางในครั้งแรก การรับประทานอาหารและเครื่องดื่มจะเป็น ประสบการณ์การเดินทางที่น่าจดจำของนักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวบริโภคผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม ผ่านการรับประทานอาหารที่จุดหมายปลายทาง (Vu, 2013) ในขณะเดียวกันการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จะเป็นตัวแทนในการนำเสนอสังคมและวัฒนธรรม ของท้องถิ่นต่าง ๆ เป็นการแสดงออกถึงแหล่ง ท่องเที่ยวรวมถึงเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชน ทั้งทางตรงและทางอ้อมในมิติของการท่องเที่ยว

### 2.2.3 รูปแบบและประเภทของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

1. Food Tours เป็นรูปแบบของการทำโปรแกรมทัวร์ให้นักท่องเที่ยวเลือก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสัมผัสรสชาติอาหาร ท้องถิ่นเรียนรู้ถึงประวัติความเป็นมา วัฒนธรรม และเคล็ดลับการทำอาหารของสถานที่นั้น ๆ โดยมีมัคคุเทศก์ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารและเครื่องดื่มของแต่ละท้องถิ่นเป็นผู้นำเที่ยวอธิบายสิ่งต่าง ๆ และบางครั้งอาจจะมีคู่มือกิจกรรมหรือปฏิบัติร่วมด้วย

2. Food Festival หรือ เทศกาลอาหาร ที่จัดขึ้นในแต่ละพื้นที่ โดยส่วนมากจะเป็นรายปีแต่อาจจะมีปีละมากกว่า 1 ครั้งก็ได้ เทศกาลอาหารส่วนใหญ่จะใช้อาหาร วัตถุดิบ หรือประเภทของอาหารมาจัดเป็นรายการหลักของเทศกาลจุดประสงค์ของ เทศกาลอาหารนั้นมีหลากหลาย แต่โดยส่วนมากแล้วคือการทำให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมผ่านการเฉลิมฉลอง และในบางครั้งจะจัดขึ้นเพื่อเฉลิมฉลองฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลผลิต

3. Cooking Vacation คือการเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ เพื่อศึกษาเรียนรู้ถึงวิธีการทำอาหารของแต่ละท้องที่ โดยนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประเภทนี้ ส่วนมากจะมีความสนใจในอาหารของท้องถิ่นนั้น ๆ และมีความต้องการ ที่จะสามารถทำอาหารเหล่านั้นด้วยตนเองได้เมื่อพวกเขาเดินทางกลับบ้าน

### 2.2.4 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

Matthew J. Stone et al. (2017) ได้ทำการศึกษาวิจัยและให้ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่สามารถทำให้เกิดประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่สมบูรณ์แก่นักท่องเที่ยวได้ สามารถกล่าวได้ว่าองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารประกอบไปด้วย การมี

ส่วนร่วมของอาหารและเครื่องดื่ม (particular food or drink) สถานที่ตั้งและการจัดการพื้นที่ (location or setting) ผู้ที่มีประสบการณ์ร่วมกัน (companions) โอกาสพิเศษ (occasion) และองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว (touristic elements) ซึ่งสามารถแจกแจงรายละเอียดของแต่ละองค์ประกอบได้ดังต่อไปนี้

การมีส่วนร่วมของอาหารและเครื่องดื่ม (particular food or drink) เป็นองค์ประกอบขั้นพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งคำว่าอาหารจากที่กล่าวไม่ได้หมายความเพียงแค่อลิขันธ์อาหารเพียงอย่างเดียวแต่ยังรวมถึงเครื่องดื่ม และของหวานอีกด้วย ซึ่งที่มาของอาหารและเครื่องดื่มสามารถเป็นได้ทั้งอาหารที่เป็นอาหารดั้งเดิม (Authentic foods) เป็นอาหารที่มีความเป็นต้นตำรับจะมีการทำโดยใช้วัตถุดิบ กระบวนการผลิต หรือกระบวนการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอาหารชนิดนั้นด้วยวิธีการดั้งเดิมเป็นแบบอย่างที่ยุคแรกเริ่มได้ทำเพื่อรักษามาตรฐานอาหารและความเป็นเอกลักษณ์ด้านรสชาติอาหาร ประเภทที่มาของอาหารอีกประเภทคืออาหารท้องถิ่น (local foods) เป็นอาหารที่มาจากกลุ่มชุมชนส่วนมากจะเป็นอาหารที่สามารถสร้างความทรงจำทางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้โดยการนำเสนอเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละพื้นที่ให้นักท่องเที่ยว เช่น ซูชิในโยโกฮาม่า ประเทศญี่ปุ่น พิซซ่าที่ชิคาโก หรือต้มยำกุ้งของประเทศไทย เป็นต้น

องค์ประกอบที่สองของการท่องเที่ยวเชิงอาหารคือ สถานที่ตั้ง และการจัดการพื้นที่ (location or setting) เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่เกิดในพื้นที่ที่ไม่ได้อยู่ในความคุ้นเคยของนักท่องเที่ยว ดังนั้นองค์ประกอบนี้จึงมีความเกี่ยวข้องกับการสร้างประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้ในการสร้างประสบการณ์นั้น ๆ มีการเกิดขึ้นที่ใด สถานที่ตั้งสามารถเกี่ยวข้องได้ทั้งลักษณะของร้านอาหาร การจัดร้านอาหาร หรือแม้แต่สิ่งแวดล้อมรอบนอกร้านอาหาร ในส่วนของการจัดการพื้นที่ตั้งเป็นหนึ่งในองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่สามารถสร้างภาพจำให้นักท่องเที่ยวได้ โดยสามารถทำได้โดยการสร้างจุดเด่นของการจัดองค์ประกอบร้านอาหารหรือสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอาหาร หรือจะเป็นการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะ จุดเด่น หรือสิ่งที่เป็นสัญลักษณ์ที่สามารถสื่อความหมายถึงพื้นที่ทางการท่องเที่ยวทางอาหารได้เช่นกัน

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารต่อมาคือ ผู้ที่มีประสบการณ์ร่วมกัน (Companions) การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมหรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นการพบปะ ทำกิจกรรมร่วมกันกับคนอื่นไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวด้วยกัน หรือคนในชุมชน ซึ่งในการพบปะกับนักท่องเที่ยวหรือคนในชุมชนคนอื่น ๆ จะสามารถสร้างประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่น่าจดจำมากยิ่งขึ้นจากการได้พูดคุย แลกเปลี่ยนประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวซึ่งกันและกัน หรือประสบการณ์ที่น่าจดจำที่สามารถทำได้จากการทำกิจกรรมร่วมกัน

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวลำดับที่สี่คือ โอกาส (occasion) จะเป็นโอกาสพิเศษสำหรับการเดินทาง เช่น การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อฮันนีมูน การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อฉลองครบรอบ

การเดินทางเพื่อการฉลองวันเกิด เป็นต้น โดยประเภทของการท่องเที่ยวดังกล่าวจะมีการเชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวและอาหารเข้าไว้ด้วยกัน นอกจากประเภทของการท่องเที่ยวดังกล่าวที่จัดว่าเป็นโอกาสพิเศษแล้วการเดินทางไปเยี่ยมชมงานเทศกาล การเดินทางไปเพื่อเข้าร่วมประกอบการทำอาหาร หรือการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารก็ถือว่าเป็นประสบการณ์ท่องเที่ยวที่เป็นโอกาสพิเศษเช่นกัน

องค์ประกอบสุดท้ายของการท่องเที่ยวเชิงอาหารคือ องค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว (Touristic Element) นอกเหนือจากลักษณะทางกายภาพที่สามารถสร้างประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวได้แล้วโครงสร้างทางสังคม และความแตกต่างกันทางวัฒนธรรมยังสามารถทำได้เช่นกัน ซึ่งสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเหล่านี้สามารถนำมาวิเคราะห์และสร้างหัวข้อที่มีความเกี่ยวข้องออกมาอธิบายสิ่งที่จำเป็นต่อองค์ประกอบพื้นฐานทางการท่องเที่ยวได้ดังต่อไปนี้ การพบเจอความใหม่ (Novelty) การคงอยู่ของเอกลักษณ์หรือการคงความดั้งเดิมเอาไว้ (Authenticity) การสร้างความทรงจำ (Nostalgia) ความหลากหลาย (Variety) และสุขุขารมณ์นิยม (Hedonism) จากองค์ประกอบของการท่องเที่ยวตามที่ได้กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารของ Matthew J. Stone et al.

Food/Drink	Location/Setting	Companions	Occasion	Touristic elements
WHAT food or drink was experienced?	WHERE did the food or drink experience occur? Famous or iconic restaurant	WHO participated in the experience?	WHEN did the Experience occurs?	WHY did the experience occur?
Local foods, Authentic foods, Novel foods, Unusual or bizarre foods, Variety of	Trendy restaurant, Theme restaurant, Local or authentic restaurant, Setting or view,	Spouse/ partner, Other family members or friends, Locals, Meeting new	Special occasion, Food/Culinary travel experience (festival, cooking class,	Special occasion, Food/Culinary travel experience (festival, cooking class.



Food/Drink	Location/Setting	Companions	Occasion	Touristic elements
foods, Wine and beer, Service quality	Outdoor dining, Other locations (bars, wineries, breweries, etc.), Street food, Homes	people	etc.)	Etc.)

ที่มา: (Matthew J. Stone et al., 2017)

World Food Travel Association (2019) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารไว้ว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารจะต้องมีความต่อเนื่องกันของการแสดงผลต่อนักท่องเที่ยว ดังนั้นทาง World Food Travel Association จึงได้ทำการแบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารออกเป็น 4 องค์ประกอบที่ต่อเนื่องกันโดยเริ่มจาก การเกษตร (Agriculture) เป็นการกล่าวถึงการทำเกษตรของเกษตรกร ซึ่งสามารถถือได้ว่าเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบของอาหารชั้นแรก นอกจากนี้ยังรวมทั้งการทำตลาดในอุตสาหกรรมเกษตรอีกด้วย ต่อมาคือผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage Products) คือ ผู้ผลิตอาหารและเครื่องดื่ม หรือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการผลิตอาหารตั้งแต่ต้นทางการผลิตจนไปยังปลายทางการผลิต นอกจากการผลิตแล้วยังรวมไปถึงการส่งออกสินค้า และการทำการตลาดในกลุ่ม Mass Market องค์ประกอบที่สามคือ การบริการทางด้านอาหาร (Food Service) เป็นการบริการทางด้านอาหารหรือกล่าวคือ ธุรกิจร้านอาหาร หรือธุรกิจที่ให้บริการเกี่ยวกับอาหารซึ่งในการทำการบริการทางด้านอาหารจำเป็นต้องสร้าง ความแตกต่างในธุรกิจ เนื่องจากในปัจจุบันธุรกิจที่เกี่ยวกับการบริการทางด้านอาหารได้เกิดขึ้นมากมายทำให้เกิดการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง ดังนั้นทางผู้ประกอบการจึงควรหาจุดเด่น และสร้างความแตกต่างของธุรกิจการบริการทางด้านอาหาร เพื่อสร้างภาพจำและประสบการณ์ที่น่าจดจำสำหรับนักท่องเที่ยว และองค์ประกอบสุดท้ายคือ การท่องเที่ยวเชิงอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ทำให้ นักท่องเที่ยวได้สัมผัส หรือได้ทำกิจกรรมเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่มของแต่ละพื้นที่ ซึ่งนักท่องเที่ยวจะต้องได้ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารจากพื้นที่ที่เดินทางไปท่องเที่ยว โดยสามารถแบ่งประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวออกเป็น 3 รูปแบบคือ 1) Food Product and Experience 2) Beverage Product and Experience และ 3) Gourmet Product and Experience

Smith และ Xiao (2008) ได้กล่าวไว้ว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารคือการชื่นชมเรียนรู้ หรือการบริโภคครอบคลุมทั้งช่วงของกิจกรรม ซึ่งรวมถึงการรับประทานอาหารด้วยวัตถุดิบท้องถิ่นหรือการซื้ออาหารท้องถิ่นในรูปแบบผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป นอกจากข้อมูลดังกล่าวแล้วทาง Smith และ Xiao ยังได้ทำการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งเป็นการกำหนดองค์ประกอบในการทำการท่องเที่ยวเชิงอาหารว่าควรประกอบด้วย 4 องค์ประกอบดังภาพ 3 โดยเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารถูกกำหนดขึ้นโดยมีความเกี่ยวข้องกับอาหารและเครื่องดื่มเป็นหลัก กิจกรรมทางการท่องเที่ยวถูกแบ่งออกเป็นกิจกรรมบริโภค การนำเที่ยว การศึกษาและการสังเกต รวมไปถึงเทศกาลอาหาร และเครื่องดื่มต่าง ๆ

Facilities	Events	Activities	Organisations
<i>Buildings/structures</i>	<i>Consumer shows</i>	<i>Consumption</i>	
Food processing facilities	Food and drink shows	Dining at restaurants	Restaurant classifications or certification systems (e.g. Michelin, Taste of Scotland)
Wineries/breweries	Cooking equipment (kitchen shows)	Picnics utilising locally-grown products	Food/wine classification systems (organic, etc.)
Farmers' markets	Product launches	Purchasing retail food/beverages	Associations (e.g. Slow Food)
Food stores	<i>Festivals</i>	Pick your own operations	
Food-related museums	Food festivals	<i>Touring</i>	
Restaurants	Wine festivals	Wine regions	
<i>Land uses</i>	Harvest festivals	Agricultural regions	
Farms		City food districts	
Orchards		<i>Educational observation</i>	
Vineyards		Cooking schools	
Urban restaurant districts		Wine tasting/education	
<i>Routes</i>		Visiting wineries	
Wine routes		Observing chef competitions	
Food routes		Reading food, beverage	
Gourmet trails		Magazines and books	

ภาพที่ 2.2 ประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (ResearchGate, 2013)

จากภาพที่ 2.2 สามารถสังเกตได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารมีการเติบโตควบคู่ไปกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมเกษตร เพราะอุตสาหกรรมทั้งสองด้านนี้มีความเกี่ยวข้องกันทั้งในทางตรงและทางอ้อม ดังนั้นเห็นได้จากกิจกรรมการเยี่ยมชมแหล่งผลิตทางการเกษตร หรือเทศกาลทางด้านอาหารต่าง ๆ โดยการรวมอุตสาหกรรมทั้งสองเข้าด้วยกันนั้นจะเป็นการส่งเสริมประสบการณ์ที่มีค่ายิ่งขึ้นให้แก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้การกล่าวว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงอาหารแล้วนั้นจะต้องมีส่วนเกี่ยวข้องแค่ด้านอาหารและเครื่องดื่ม นิทรรศการทางด้านอาหาร เทศกาล

อาหาร การเยี่ยมชมกิจกรรมทางการเกษตรต่าง ๆ ก็ล้วนจัดเป็นหนึ่งในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารเช่นกัน

สริตา พันธุ์เทียน, ทรงคุณ จันทจร และมาริสสา โทเศยะโยธนิ (2560) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารในผลงานวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย โดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเขตจังหวัดกลุ่มแม่น้ำภาคกลาง ว่าในการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารต้องอาศัยองค์ประกอบ 6 ประเภทคือ กิจกรรมทางการท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกี่ยวเนื่องกับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารทั้งทางตรงและทางอ้อม ตัวอย่างเช่น การเรียนรู้ประวัติศาสตร์ผ่านอาหาร การฝึกทำอาหาร หรือการชมทรัพยากรในการผลิตอาหาร เป็นต้น องค์ประกอบที่สองคือเครือข่ายวิสาหกิจ เป็นเครือข่ายวิสาหกิจที่มีความเกี่ยวข้องทั้งในภาคชุมชน ภาคเอกชน ภาครัฐรวมทั้งกลุ่มบริการที่สนับสนุนด้านการท่องเที่ยวที่มีความเชื่อมโยงและเสริมกิจการซึ่งกันและกันอย่างครบวงจร องค์ประกอบที่สามคือ แนวคิดเศรษฐกิจเป็นการใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการออกแบบกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยว องค์ประกอบที่สี่คือนักท่องเที่ยว ในคำว่่านักท่องเที่ยวในที่นี้หมายความรวมนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ นักท่องเที่ยวกลุ่มเด็กและครอบครัว และอื่น ๆ องค์ประกอบที่ห้าคือผลิตภัณฑ์อาหาร ชนิดอาหารและบรรจุภัณฑ์เป็นการนำสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่นั้น ๆ มาออกแบบบรรจุภัณฑ์หรือแม้แต่การนำวัตถุดิบท้องถิ่นมาทำอาหารก็สามารถทำได้เช่นกัน และองค์ประกอบสุดท้ายคือการตลาดและการประชาสัมพันธ์ เป็นการจัดความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานทั้งหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน และหน่วยงานภาคชุมชน

ญาดา ขอบท่าดี และนรินทร์ สังข์รักษา (2562) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกและได้ทำการสังเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารว่ามีองค์ประกอบ 6 องค์ประกอบด้วยกันโดยใช้โมเดล ALLGAS ในการอธิบายองค์ประกอบแต่ละประเภทซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1) A-Attraction (แหล่งท่องเที่ยว) เป็นการสำรวจและประเมินว่าแหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพ และความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว รวมทั้งการกำหนดมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว ทั้งการวางแผน การจัดการพื้นที่ การจัดการสิ่งแวดล้อม การจัดการบุคลากรทางการท่องเที่ยว การจัดการด้านรายได้ การประชาสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวและชุมชนอย่างน้อยเพียงใด ซึ่งการประเมินสิ่งเหล่านี้จะช่วยให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นนั้น ๆ มีเอกลักษณ์ น่าเที่ยวชม สร้างความน่าพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว และเกิดความยั่งยืนในอนาคต

2) L-Local (ชุมชนท้องถิ่น) เป็นการสร้างจุดขายให้กับพื้นที่ที่สามารถเป็นได้ทั้งธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิต รวมทั้งอาหารการกินของคนในชุมชนทุกคน

ที่เป็นเจ้าของทรัพยากรท่องเที่ยวและมีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยว ดังนั้นชุมชนท้องถิ่นจึงเป็นส่วนสำคัญที่สุดในการกำหนดกระบวนการ ทิศทาง และรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับชุมชน

3) L-Lifestyle and Culture (วิถีชีวิตและวัฒนธรรม) คนในพื้นที่ส่วนใหญ่มีการประกอบอาชีพอะไร มีวิถีชีวิตอย่างไรในพื้นที่นั้น ๆ ซึ่งรวมทั้งวัฒนธรรม ประเพณีและความรู้พื้นถิ่นที่คนในพื้นที่ต่าง ๆ สืบทอดและส่งต่อกันมาเป็นมรดกที่สืบทอดกันรุ่นสู่รุ่น

4) G-Gastronomy (อาหารการกิน) ลักษณะอาหารพื้นถิ่นมีลักษณะเป็นอย่างไร ผลผลิต วัตถุดิบในการประกอบอาหารมีลักษณะเป็นอย่างไร และส่วนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอาหารทั้งทางตรงและทางอ้อม ดังนั้นเรื่องของอาหารจึงเป็นองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น เนื่องจากเป็นสิ่งที่สามารถบ่งบอกถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี

5) A-Activity (กิจกรรม) อาหารพื้นถิ่นเป็นหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญในการสร้างประสบการณ์ในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านการเยี่ยมชมสถานที่หรือเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับอาหาร ทั้งชมแหล่งผลิตอาหาร เข้าร่วมเทศกาลอาหาร หรือทดลองการทำอาหาร เป็นต้น

6) S-Social Technology (เทคโนโลยีสังคม) ถูกนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารเนื่องจากการเกิดขึ้นของเครือข่ายทางสังคม (Social Networks) หรือสื่อสังคม (Social Media) ที่ช่วยให้เกิดการติดต่อสื่อสาร ทำความเข้าใจ และสร้างประสบการณ์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

จากความหมายขององค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่ได้กล่าวมาทั้งหมดทางผู้วิจัยได้ทำการสรุปหัวข้อองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยมีการอ้างอิงหลักการของ Matthew J. Stone et al. (2017), World Food Travel Association (2019), Smith และ Xiao (2008), Canadian Tourism Commission (2002), สรिता พันธุ์เทียน, ทรงคุณ จันทจร และมาริสสา โกเศยะโยธิน (2560), และญาดา ชอบทำดี และนรินทร์ สังข์รักษา (2562) ในเรื่ององค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยนำมาเข้ากับหลักการของ UNWTO (2019) เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงได้ข้อสรุปเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารออกมาว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารนั้นประกอบไปด้วย 6 องค์ประกอบหลักคือ

1) มรดกทางด้านอาหาร (Gastronomic heritage) ประกอบไปด้วย ธรรมชาติของอาหาร มรดก และทรัพยากรทางด้านอาหาร วัฒนธรรมการกินของพื้นที่ท้องถิ่น เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร พื้นที่ชุมชน สูตรอาหาร เมนูอาหารพื้นถิ่น และอื่น ๆ

2) ผลิตภัณฑ์ทางด้านอาหาร ผู้ผลิต และอุตสาหกรรมอาหาร (Gastronomic products, producers and food industries) ประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การรับรองมาตรฐานการคุ้มครองการตั้งชื่อจากแหล่งกำเนิด (Protected Designation of Origin :

PDO) และการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Protected Geographical Indication : PGI) ซึ่งเป็นเครื่องหมายประกันว่า ผลิตภัณฑ์ดังกล่าว มาจากแหล่งผลิตที่ระบุไว้บนฉลากจริง และมีคุณภาพสูงตามมาตรฐานที่ขอขึ้นทะเบียนไว้แต่แรกเริ่ม อีกทั้งยังประกอบด้วยสถานที่ผลิตสินค้าและอุตสาหกรรมทางด้านอาหารที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

3) ภาคส่วนของบริการ (Hospitality sector) ประกอบไปด้วยการจัดเลี้ยง และที่พัก การบริการทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การจัดงานและประเภทของการจัดงาน

4) ตลาดการค้า (Specialist trade) ประกอบไปด้วยช่องทางทางการนำสินค้าไปจำหน่าย ทั้งตลาดชุมชน ถนนคนเดิน ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และอื่น ๆ

5) การจัดงาน และกิจกรรม (Events and activities) ประกอบไปด้วยการจัดงาน หรือกิจกรรมที่สามารถนำเสนอตัวผลิตภัณฑ์อาหารได้อย่างเต็มที่

6) สถานที่สำหรับการศึกษาด้านอาหาร (Venues for gastronomic education and research) ประกอบไปด้วยพิพิธภัณฑ์ หรือสถานที่ที่สามารถให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารได้ ในที่นี้รวมไปถึงศูนย์วิจัยในมหาวิทยาลัย ศูนย์การฝึกอบรม วิสาหกิจชุมชน และหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีการเปิดอบรม และให้ความรู้ทางด้านอาหาร

ซึ่งจากการทำการค้นคว้า และศึกษาทฤษฎี แนวคิดและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ผู้วิจัยได้สรุปองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่สามารถนำมาปรับใช้กับการวิจัยในครั้งนี้ได้ทั้งหมด 6 องค์ประกอบคือ

- 1) มรดกทางด้านอาหาร (Gastronomic heritage)
- 2) ผลิตภัณฑ์ทางด้านอาหาร ผู้ผลิต และอุตสาหกรรมอาหาร (Gastronomic products, producers and food industries)
- 3) ภาคส่วนของบริการ (Hospitality sector)
- 4) ตลาดการค้า (Specialist trade)
- 5) การจัดงาน และกิจกรรม (Events and activities)
- 6) สถานที่สำหรับการศึกษาด้านอาหาร (Venues for gastronomic education and research)

## 2.3 มรดกวัฒนธรรม

### 2.3.1 ความเป็นมาของมรดกโลก

สมบัติล้ำค่าทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่ปรากฏอยู่ทั่วทุกมุมโลกมากมายหลายแห่ง เช่น ที่หอเอนปิซาแห่งอิตาลี พีรามิดแห่งอียิปต์ เบลโลสโตนแห่งสหรัฐอเมริกา หัซมาฮาลแห่งอินเดีย กำแพงเมืองจีน แนวปะการังที่ใหญ่ที่สุดในออสเตรเลีย ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ถือเป็นสิ่งล้ำค่าที่แสดงให้เห็น

ถึงวัฒนธรรมหรืออารยธรรมของมนุษย์ ซึ่งเป็นหน้าที่ของทุกคนที่ต้องร่วมกันพิทักษ์รักษาและปกป้องด้วยเหตุผลนี้ในการประชุมสมัชชาสามัญขององค์การศึกษาวิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ครั้งที่ 17 ณ กรุงปารีสเมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน 2515 ได้มีมติรับรองอนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติของโลก (The World Heritage Convention) โดยมีประเทศต่าง ๆ ให้สัตยาบันเพื่อเข้าเป็นประเทศภาคีด้วยความสมัครใจอนุสัญญาดังกล่าวมีผลบังคับใช้ตั้งแต่ปี 2518 โดยภาคีสมาชิกเริ่มแรก 20 ประเทศ จนถึงปี 2552 มีประเทศภาคีสมาชิกรวมทั้งสิ้น 186 ประเทศมรดกโลกแบ่งออกเป็น 2 ประเภท (กลุ่มงานติดตามประเมินสถานการณ์, 2553) คือ มรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) และมรดกทางธรรมชาติ (Natural Heritage) ซึ่งการที่จะได้รับการประเมินคุณค่าให้เป็นแหล่งมรดกโลกทางวัฒนธรรมจะต้องมีคุณสมบัติข้อใดข้อหนึ่งหรือหลายข้อตามหลักเกณฑ์มาตรฐาน (World Heritage Cultural Criteria) ของอนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองมรดกโลกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ พ.ศ. 2515 ดังต่อไปนี้ (ศูนย์ข้อมูลมรดกโลก, 2556)

- 1) เป็นตัวแทนในการแสดงผลงานชิ้นเอกที่จัดทำขึ้นด้วยการสร้างสรรค์อันชาญฉลาดของมนุษย์
- 2) เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลยิ่ง ผลักดันให้เกิดการพัฒนาสืบต่อมาในด้านการออกแบบทางสถาปัตยกรรม อนุสรณ์สถาน ประติมากรรม สวน และภูมิทัศน์ ตลอดจนการพัฒนาศิลปกรรมที่เกี่ยวข้อง หรือการพัฒนาการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์ ซึ่งได้เกิดขึ้นในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งหรือบนพื้นที่ใด ๆ ของโลกซึ่งทรงไว้ซึ่งวัฒนธรรม
- 3) เป็นสิ่งที่ยืนยันถึงหลักฐานของวัฒนธรรมหรืออารยธรรมที่ปรากฏให้เห็นอยู่ในปัจจุบันหรือว่าที่สาบสูญไปแล้ว
- 4) เป็นตัวอย่างอันโดดเด่นของประเภทของสิ่งก่อสร้างอันเป็นตัวแทนของการพัฒนาทางด้านวัฒนธรรม สังคม ศิลปกรรม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี อุตสาหกรรม ในประวัติศาสตร์ของมนุษยชาติ
- 5) เป็นตัวอย่างอันโดดเด่นของวัฒนธรรมมนุษย์ ขนบธรรมเนียมประเพณีแห่งสถาปัตยกรรม วิธีการก่อสร้าง หรือการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์ ซึ่งเสื่อมสลายได้ง่ายจากผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมตามกาลเวลา
- 6) มีความคิดหรือความเชื่อที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับเหตุการณ์ หรือมีความโดดเด่นยิ่งในประวัติศาสตร์

### 2.3.2 ลักษณะขององค์ประกอบที่จะเป็นลักษณะมรดกวัฒนธรรม

- 1) ให้คุณค่าทางประวัติศาสตร์ วิชาการ หรือศิลปะ
- 2) แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการของวิถีชีวิตของกลุ่มชนและสังคมที่ได้มีการสืบทอดกันมา

- 3) มีรูปแบบดั้งเดิมสามารถสืบค้นถึงที่มาในอดีตได้
- 4) มีลักษณะบ่งบอกถึงความเป็นชุมชนหรือท้องถิ่น
- 5) หากไม่มีการอนุรักษ์ไว้จะสูญหายไปในที่สุด (กรมส่งเสริมวัฒนธรรมร่วมกับมูลนิธิสถาบันวิจัยกฎหมาย, 2556)

### 2.3.3 มรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage)

คำว่ามรดกวัฒนธรรม (Cultural Heritage) มาจากคำว่า Culture ซึ่งหมายความถึง วัฒนธรรมซึ่งมีค่าจำกัดความกว้างมากตามที่กล่าวมาข้างต้น กับคำว่า มรดก “Heritage” ซึ่งเป็นสิ่งที่ถูกถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษให้แก่สังคมในปัจจุบัน เพื่อสร้างความผูกพันให้คนในปัจจุบันนั้นรักษาไว้และส่งต่อไปยังรุ่นต่อไป เมื่อถูกนำมาขยายคำว่าวัฒนธรรม (Culture) แล้วจะสื่อความหมายโดยนัยว่าเป็นสิ่งที่เกิดจากการรับรู้ การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างคนในสังคมที่แสดงออกมาเป็นแบบแผนเป็นเอกลักษณ์ของสังคมนั้นๆ โดยจะต้องเกิดความรู้สึก และมีอารมณ์ความเป็นเจ้าของเอกลักษณ์นั้นร่วมกัน ซึ่งยากที่บุคคลภายนอกจะหยั่งถึง และสิ่งเหล่านั้นจะต้องถูกรักษาต่อไป โดยคนรุ่นต่อไปของสังคม เพื่อให้อยู่รอดต่อไป (รายงานการประชุมสัมมนานานาชาติ การบริหารจัดการมรดกทางวัฒนธรรมและแนวคิดจากนานาชาติ, 2551)

กฎบัตรประเทศไทยว่าด้วยการบริหารจัดการแหล่งมรดกวัฒนธรรม เป็นแนวทางการปฏิบัติในการ บริหารจัดการแหล่งมรดกวัฒนธรรมในประเทศไทยสำหรับทุกภาคส่วน ได้ให้นิยามศัพท์สำคัญไว้ดังนี้ (กฎบัตรประเทศไทยว่าด้วยการบริหารจัดการแหล่งมรดกวัฒนธรรม พ.ศ. 2554)

**1. มรดกวัฒนธรรม** หมายถึง ผลงานสร้างสรรค์ของชนในชาติที่เป็นสมบัติทางวัฒนธรรมอันมีคุณค่าที่ตกทอดมาจากรุ่นก่อน เป็นประจักษ์พยานของพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ หมายถึงรวมถึงสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์ได้สร้างขึ้น และระบบนิเวศซึ่งเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าไม่สามารถหาทดแทนได้ เป็นเครื่องหมายที่สะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จของผู้คนในอดีต แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมที่โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ มีการสืบทอดมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และควรค่าแก่การสืบสานต่อไปในอนาคต แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ มรดกวัฒนธรรมที่จับต้องได้ และมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้

(1) มรดกวัฒนธรรมที่จับต้องได้ หมายถึง มรดกทางวัฒนธรรมที่เป็นรูปธรรมซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถจับต้องและมองเห็นได้ ได้แก่ โบราณสถาน อนุสาวรีย์ สถาปัตยกรรม อาคาร กลุ่มอาคาร ย่านชุมชนท้องถิ่น เมืองเก่า แหล่งประวัติศาสตร์ แหล่งโบราณคดี แหล่งภูมิทัศน์ประวัติศาสตร์ ภูมิทัศน์วัฒนธรรม โบราณวัตถุและผลงานศิลปะแขนงต่าง ๆ เป็นต้น

(2) มรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ หมายถึง มรดกทางวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรมซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องหรือแสดงออกมาทางกายภาพได้ ได้แก่ ภูมิปัญญาความรู้ ความหมาย ความเชื่อ

ความสามารถ ขนบธรรมเนียมประเพณี จารีตที่บุคคลหรือชุมชนได้สร้างสรรค์ขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการดำรงชีวิตอยู่ และได้ถ่ายทอดจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่งมาจนถึงปัจจุบัน

Feilden and Jokileht (1998) ได้ให้ความหมายของมรดกทางวัฒนธรรมว่า มรดกทางวัฒนธรรมนั้นมีหลายประเภท มิได้เป็นเพียงโบราณสถาน, อาคาร, พื้นที่ประวัติศาสตร์และสวนเท่านั้น แต่หมายรวมถึงสิ่งแวดล้อมที่ถูกสร้างขึ้นทั้งหมดรวมทั้งระบบนิเวศ เป็นเครื่องหมายแสดงกิจกรรมและความสำเร็จของมนุษย์ในอดีต และเป็นหนึ่งในทรัพยากรที่ไม่สามารถสร้างขึ้นใหม่ได้

องค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (World Intellectual Property Organization) ได้อธิบายความหมายของคำว่า “มรดกทางวัฒนธรรม” หมายถึง ความรู้ที่มีการสั่งสมและสืบทอดกันมาจากคนรุ่นหนึ่งสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง โดยใช้ศัพท์ภาษาอังกฤษที่เรียกว่า “Tradition Knowledge”

องค์การวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ได้กำหนดว่า มรดกทางวัฒนธรรม(Cultural Heritage) ประกอบด้วยสิ่งสร้างสรรค์ ของคนในอดีตที่เป็นรูปแบบที่จับต้องได้ เช่น ศิลปกรรมสถาปัตยกรรม สิ่งก่อสร้าง แต่รวมทั้งนามธรรม (Intangible) เช่น ภาษา ศิลปกรรม จริยธรรม สุนทรียศาสตร์ ตลอดจนอาหารการกิน การแต่งกาย ศาสนา และความเชื่อ ฯลฯ

ในการประชุมสมัยสามัญของ องค์การวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ครั้งที่ 17 เมื่อวันที่ 16 พฤศจิกายน พ.ศ. 2515 ณ กรุงปารีส ที่ประชุมได้มติอนุมัติว่าด้วยการคุ้มครองมรดกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติของโลก ได้ให้คำจำกัดความในเรื่องของมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) และมรดกทางธรรมชาติ (Natural Heritage) ไว้ดังนี้

#### 1. มรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) หมายถึง

- อนุสรณ์ (Monuments) คือ ผลงานทางสถาปัตยกรรม ประติมากรรม จิตรกรรม ส่วนประกอบหรือโครงสร้างทางโบราณคดี ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ หรือวิทยาศาสตร์
- กลุ่มอาคาร (Groups of building) เป็นกลุ่มของอาคารที่แยกกัน หรือต่อเนื่องกัน โดยลักษณะทางสถาปัตยกรรม ความร่วมลักษณะ หรือที่ตั้งอันเหมาะสมในภูมิทัศน์
- สถานที่ (Sites) คือ ผลงานของมนุษย์ หรือผลงานอันผสมกันระหว่างธรรมชาติและมนุษย์ เป็นสถานที่ซึ่งไม่มีอาคารอยู่เลย แต่เป็นสถานที่ที่มีความสำคัญทางด้านประวัติศาสตร์ (Historical) สุนทรียภาพ (Aesthetic) ชาติพันธุ์วิทยา (Ethnological) หรือ มานุษยวิทยา (Anthropological)

**2. มรดกทางธรรมชาติ (Natural Heritage) หมายถึง ลักษณะทางธรรมชาติ** อันประกอบด้วย ภูมิสัณฐานทางกายภาพ – ชีวภาพ มีคุณค่าทางสุนทรียศาสตร์และวิทยาศาสตร์ รวมไปถึงสถานที่ทางธรรมชาติ หรือพื้นที่ที่ธรรมชาติกำหนดของเขตไวกังซ์ มีคุณค่าทางด้านวิทยาศาสตร์ (Science) การอนุรักษ์ (Conservation)หรือความงามแห่งธรรมชาติ(Natural Beauty)

ในการจัดมรดกทางวัฒนธรรม ได้จัดประเภทของอนุสรณ์สถานเอาไว้ 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ



- กลุ่มที่ 1 ซากอารยธรรม (Dead Monuments) คือ สถานภาพของโบราณสถานนั้น มีลักษณะเป็นซากหลักฐานทางอารยธรรมในอดีต มากกว่าจะใช้สอยได้ในปัจจุบัน
- กลุ่มที่ 2 อนุสรณ์ที่ยังใช้ประโยชน์ (Living Monuments) คืออนุสรณ์สถานที่ยังคงใช้ประโยชน์ทางการใช้สอยสืบทอดประเพณีทางศิลปะ และมีการตกแต่งเสริมความมั่นคงตามลักษณะของสถาปัตยกรรมนั้น ๆ

วัฒนธรรม วิถีชีวิต และภูมิปัญญา เป็นสิ่งสะท้อนถึงการเรียนรู้ สั่งสม ความสามารถของ ผู้คนในท้องถิ่น อันเกิดจากการสั่งสมสติปัญญาความรู้ที่หลากหลาย และการปรับตัวผสมผสานให้เกิด ความกลมกลืนกับธรรมชาติ สะท้อนความเป็นอัตลักษณ์และความเป็นตัวตนของกลุ่มชน กระบวนการ เหล่านี้ได้ผ่านมาจากอดีตจนสืบทอดเป็นวิถีในการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมกับสภาพสังคม ในปัจจุบัน อนุสัญญาคุ้มครองมรดกโลกที่ถูกประกาศใช้ตั้งแต่ พ.ศ. 2515 ได้ให้ความหมาย มรดกโลก แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) และมรดกทางธรรมชาติ (Natural Heritage) ซึ่งในอนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองมรดกโลกได้ให้คำนิยามไว้ว่า มรดกทาง วัฒนธรรม (Cultural Heritage) หมายถึง สถานที่ซึ่งเป็นโบราณสถานไม่ว่าจะเป็นงานด้าน สถาปัตยกรรม ประติมากรรม จิตรกรรม หรือแหล่งโบราณคดีทางธรรมชาติ เช่น ถ้าหรือกลุ่มสถานที่ ก่อสร้างยกหรือเชื่อมต่อกันอันมีความเป็นเอกลักษณ์ หรือแหล่งสถานที่สำคัญอันอาจเป็นผลงานฝีมือ มนุษย์หรือเป็นผลงานร่วมกันระหว่างธรรมชาติกับมนุษย์ รวมทั้งพื้นที่ที่เป็นแหล่งโบราณคดี ซึ่งสถานที่เหล่านี้ มีคุณค่าความล้ำเลิศทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ มนุษยวิทยา หรือวิทยาศาสตร์และ หมวดที่ 1 นิยามของมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติมาตราที่ 1 (Article No.1) ตามวัตถุประสงค์ แห่งอนุสัญญา "มรดกทางวัฒนธรรม" มีความหมายครอบคลุมถึงสิ่งต่าง ๆ ดังนี้ อนุสรณ์สถาน ผลงาน ทางสถาปัตยกรรม ผลงานทางประติมากรรมหรือจิตรกรรม ส่วนประกอบหรือโครงสร้างของ โบราณคดีธรรมชาติ จารึก ที่อยู่อาศัย และร่องรอยที่ผสมผสานกันของสิ่งต่าง ๆ ข้างต้นซึ่งมีคุณค่า โดดเด่นในระดับสากล ในมิติทางประวัติศาสตร์ ศิลปะหรือ วิทยาศาสตร์ กลุ่มอาคาร กลุ่มของอาคาร ที่แยกจากกันหรือเชื่อมต่อกันโดยลักษณะทาง สถาปัตยกรรม หรือโดยความสอดคล้องกลมกลืน หรือ โดยสถานที่จากสภาพภูมิทัศน์ ซึ่งมีคุณค่าโดดเด่นในระดับสากล ในมิติทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ หรือ วิทยาศาสตร์ แหล่ง ผลงานที่เกิดจากมนุษย์ หรือผลงานที่เกิดจากมนุษย์และธรรมชาติ และบริเวณ อันรวมถึงแหล่งโบราณคดี ซึ่งมีคุณค่าโดดเด่น ในระดับสากล ในมิติทางประวัติศาสตร์ สุนทรียศาสตร์ ชาติวงศ์วิทยา หรือมานุษยวิทยา

วีระ โรจน์พจนรัตน์ ได้ให้ความหมายของมรดกวัฒนธรรม หมายถึง ผลงานทั้งหมดทุกแขนง ของศิลปิน สถาปนิก นักดนตรี นักเขียน รวมไปถึงผลงานของศิลปินที่ไม่ปรากฏนามทั้งหมด ด้วยผลงานเหล่านี้ คือการแสดงออกถึงจิตวิญญาณของชนชาติ และแสดงถึงแก่นสารทางค่านิยมที่ทำให้ ชีวิตมีความหมายทั้งหมายรวมถึงบรรดาผลงาน (วีระ โรจน์พจนรัตน์, 2551)

วคิน อิงคพัฒนากุล ได้ให้ความหมายของ มรดกทางวัฒนธรรมไว้ว่าสามารถพิจารณาได้ในหลายแง่มุม และหลายระดับ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์หลักที่เกี่ยวข้องกับมรดกทางวัฒนธรรมเป็นสำคัญ อย่างไรก็ตาม เพื่อให้เกิดความชัดเจนในความหมายดังกล่าว จึงกำหนดไว้ว่า มรดกทางวัฒนธรรมหมายถึง ผลงานของคณินิรนามที่เกิดจากการคิดค้น การประดิษฐ์ สร้างสรรสิ่งที่ถือกันว่าเป็นสิ่งดีงามที่ผ่านจากยุคหิน เต็มโต ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง สืบต่อจากสภาพของกาลเวลาและสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและทางสังคม แล้วเรียนรู้สืบทอดต่อ ๆ กันมาและยังคงเหลือเป็นหลักฐานให้เห็นอยู่แม้ปัจจุบัน (วคิน อิงคพัฒนากุล, 2548)

รุจิระ บุนนาค ได้กล่าวเกี่ยวกับมรดกทางวัฒนธรรมไว้ว่า ทุกชนชาติในโลกต่างมีวัฒนธรรมที่เป็นของตน มรดกทางวัฒนธรรมจึงถือได้ว่าเป็นสิ่งที่ดำรงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์และมีคุณค่าในฐานะที่เป็นเครื่องมือแสดงออกถึงรากฐานและความเป็นมาของชาติบ้านเมือง ซึ่งคนในชาติควรที่จะช่วยกันดูแลรักษา เพื่อนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์และให้ผู้คนในโลกได้ชื่นชม มรดกทางวัฒนธรรมทั่วไปจะแสดงให้เห็นถึงลักษณะต่างๆ เช่น บ่งบอกถึงความเป็นชุมชนหรือท้องถิ่น ให้คุณค่าทางประวัติศาสตร์ วิชาการ ศิลปะ มีการแสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการของชีวิตกลุ่มชนและสังคมที่ได้มีการสืบทอดกันมา (รุจิระ บุนนาค, 2556)

ศรีศักร วัลลิโภคม ได้อธิบายความหมายของมรดกทางวัฒนธรรมว่า หมายถึง แบบแผนหรือเนื้อหาของวัฒนธรรมในลักษณะต่างๆ ที่เกิดขึ้นในอดีต คือ การทำมาหากินการตั้งแหล่งที่อยู่อาศัย การพักผ่อนหย่อนใจ การรักษาโรคภัยไข้เจ็บ ระบบความเชื่อ เครื่องนุ่งห่ม การคมนาคม การศึกษา และการปกครอง แบบแผน หรือเนื้อหาของวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในอดีตเหล่านี้ บางอย่างก็หมดหน้าที่ความสำคัญไป แต่บางอย่างก็ยังคงมีความสำคัญสืบเนื่องอยู่ เพราะมนุษย์ในสังคมนั้นยังคงยึดถือปฏิบัติต่อมา (ศรีศักร วัลลิโภคม, 2547)

ธนิก เลิศชาญฤทธิ์ ให้คำอธิบายแก่คำว่า “มรดกวัฒนธรรม” ในนิยามของยูเนสโกว่า เป็นการยกระดับความหมายขยับจากปัจเจกและชุมชนขึ้นเป็นระดับสากลครอบคลุมกว้างขวางยิ่งขึ้น และมองว่าสิ่งของเหล่านี้เป็นผลผลิตของมนุษยชาติ เมื่อมรดกวัฒนธรรมมีคุณค่าอันกว้างใหญ่กว่าเดิม การใช้ประโยชน์มรดกวัฒนธรรมจึงเป็นไปได้อย่างกว้างขวาง ไม่จำกัดกลุ่มบุคคลใดบุคคลหนึ่งเป็นการเฉพาะ การสืบทอดส่งผ่านการใช้งานมรดกวัฒนธรรมจึงเชื่อมโยงกับระยะเวลาที่มรดกนั้นผ่านเข้ามาถึงคนรุ่นปัจจุบัน

### 1.1 ประเภทมรดกทางวัฒนธรรม

องค์การเพื่อการศึกษาวิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ หรือ UNESCO ได้ให้ความหมายมรดกทางวัฒนธรรมว่า คือ คำที่มีหมายถึง มรดก (Heritage) ที่แบ่งได้ 2 ประเภท คือ 1) มรดกทางวัฒนธรรมที่อยู่ในรูปแบบกายภาพเป็นรูปธรรมจับต้องได้ (Tangible Heritage) แบ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สามารถเคลื่อนย้ายได้ (movable cultural heritage) เช่น ภาพเขียน

ประติมากรรม เหริยบุตรา และบันทึทหรือจารึกโบราณ ฯลฯ มรดกทางวัฒนธรรมที่ไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้ (immovable cultural heritage) เช่น อนุสาวรีย์ขนาดใหญ่ แหล่งโบราณคดี ฯลฯ และมรดกทางวัฒนธรรมที่อยู่ใต้น้ำ (underwater cultural heritage) เช่น ซากเรืออัปปาง โบราณสถานหรือเมืองเก่าที่ถูกน้ำท่วม หรือจมอยู่ใต้ทะเล 2) มรดกทางวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรมจับต้องไม่ได้ (Intangible Heritage) เช่น การใช้ภาษา การแสดงนาฏศิลป์ พิธีกรรมตามความเชื่อ สำหรับคณะกรรมการมรดกโลก (The World Heritage Committee) ที่เป็นคณะกรรมการจากตัวแทนนานาประเทศจัดตั้งขึ้นมาเพื่อสร้างความร่วมมือในหมู่ประเทศภาคีในการกำหนดมาตรการที่เหมาะสม ทั้งด้านนโยบาย การบริหารเทคนิคและการเงินเพื่อสงวนรักษา คุ้มครองและส่งเสริม มรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ ที่มีความสำคัญต่อมวลมนุษยชาติให้คงอยู่ต่อไป หรือตามกฎหมายไทย ที่เรียกว่า “มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม” ได้แก่ ภาษา ศิลปะการแสดง งานช่างฝีมือดั้งเดิม เป็นต้น แม้ว่ามรดกทางวัฒนธรรมทั้งสองประเภทจะมีความหลากหลายในตัวเองอยู่มากก็ตาม แต่ก็ไม่สามารถแบ่งแยกเนื้อหาของทั้งสองประเภทได้ชัดเจนเด็ดขาด เนื่องจากมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ล้วนมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ซึ่งกันและกันเป็นสิ่งที่อยู่คู่กันมาโดยตลอด โดยเฉพาะงานจับต้องได้ซึ่งเป็นรูปธรรมนั้นมีพื้นฐานมาจากแนวความคิด ความเชื่อและทักษะเทคนิคอันเป็นลักษณะนามธรรมของงานจับต้องไม่ได้ลักษณะดังกล่าวจึงก่อให้เกิดความไม่หลากหลายในความหลากหลายของมรดกทางวัฒนธรรมขึ้น แสดงให้เห็นความโดดเด่นของพัฒนาการทางวัฒนธรรมที่ได้รับการยอมรับและถ่ายทอดสืบมา อันจะนำไปสู่การคุ้มครองและสงวนรักษามรดกทางวัฒนธรรมสืบไป

ในอนุสัญญาว่าด้วยการสงวนรักษามรดกทางวัฒนธรรมนามธรรมจับต้องไม่ได้ปี พ.ศ. 2546 ของยูเนสโกในบททั่วไปข้อที่ 2 ยังกล่าวอีกว่า “มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้” หมายถึง การปฏิบัติ การเป็นตัวแทน การแสดงออก ความรู้ ทักษะ ตลอดจนเครื่องมือ วัตถุสิ่งประดิษฐ์ และพื้นที่ทางวัฒนธรรมอันเป็นผลจากสิ่งเหล่านั้น ซึ่งชุมชนกลุ่มชน และในบางกรณีปัจเจกบุคคล ยอมรับว่าเป็นส่วนหนึ่งของมรดกทางวัฒนธรรมของตน มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้นี้ ซึ่งถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนอีกรุ่นหนึ่งเป็นสิ่งซึ่งชุมชนและกลุ่มชนสร้างขึ้นใหม่อย่างสม่ำเสมอ เพื่อตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมของตนเป็นปฏิสัมพันธ์ของพวกเขาที่มีต่อธรรมชาติและประวัติศาสตร์ของตน (Lupo, 2007) และทำให้คนเหล่านั้นเกิดความรู้สึกมีอัตลักษณ์และความต่อเนื่อง ดังนั้นจึงก่อให้เกิดความเคารพต่อความหลากหลายทางวัฒนธรรม และการคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ รวมถึงยังมีประเภทของมรดกวัฒนธรรมจับต้องไม่ได้ตามที่สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติกระทรวงวัฒนธรรม ได้จัดประเภทไว้ในโครงการปกป้องและคุ้มครองมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ด้วย การขึ้นทะเบียนมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่สำคัญของชาติปี พ.ศ.2552 ระบุมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ไว้ 6 ประเภทดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2552)

1) วรรณกรรมพื้นบ้าน (Folk Literature) คือ วรรณกรรมที่ถ่ายทอดอยู่ในวิถีชีวิตชาวบ้าน โดยครอบคลุมทั้งวรรณกรรมที่ถ่ายทอดโดยวิธีการบอกเล่า และที่เขียนเป็นลายลักษณ์อักษร

2) ศิลปะการแสดง (Performing Arts) คือ การแสดงออกซึ่งอารมณ์ความรู้สึก และเรื่องราวต่าง ๆ โดยมีผู้แสดงเป็นสื่อผ่านทางเสียง ได้แก่ การขับร้องหรือการเล่นดนตรี และทางร่างกาย เช่น การรำยรำ การเชิด การเต้น การแสดงท่าทาง ฯลฯ

3) แนวปฏิบัติทางสังคม พิธีกรรม และงานเทศกาลต่าง ๆ (Social Practices, Rituals and Festive Event) คือ การแสดงออกซึ่งแบบอย่างที่ยึดประเพณีปฏิบัติสืบ ๆ กันมา

4) ความรู้เกี่ยวกับธรรมชาติและจักรวาล (Knowledge and Practices Concerning Nature and the Universe) คือ พื้นเพความรู้ความสามารถ ทักษะในการดำรงชีวิตอยู่ร่วมกับธรรมชาติและจักรวาลของกลุ่มชน ชุมชน และท้องถิ่น

5) งานช่างฝีมือดั้งเดิม (Traditional Craftsmanship) คือ ภูมิปัญญา ทักษะฝีมือช่างการเลือกใช้วัสดุ และกลวิธีการสร้างสรรค์ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ สะท้อนพัฒนาการทางสังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มชน

6) กีฬา การละเล่นพื้นบ้าน และศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัว (Sports, Folk Games and Martial Arts) คือ การปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือชุมชน การแข่งขัน ศาสตร์การต่อสู้เพื่อความสนุกสนาน ผ่อนคลาย การพัฒนาด้านร่างกาย และจิตใจซึ่งเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงชีวิต สังคม และเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้น

แต่เนื่องจากองค์การยูเนสโก ได้อนุโลมให้แต่ละประเทศใช้ดุลยพินิจในการจำแนกและกำหนดรายละเอียดของสาขามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมได้โดยไม่จำเป็นต้องยึดสาขาตามที่ระบุไว้ในอนุสัญญา กรมส่งเสริมวัฒนธรรมปีพ.ศ. 2556 จึงได้จำแนกสาขาของมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม (Intangible cultural heritage) ออกเป็น 7 สาขา ดังนี้ (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม, 2556)

1) ภาษา หมายถึง เครื่องมือที่ใช้สื่อสารในวิถีการดำรงชีวิตของชนกลุ่มต่าง ๆ ซึ่งสะท้อนโลกทัศน์ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มชน ทั้งเสียงพูดตัวอักษร หรือสัญลักษณ์ที่ใช้แทนเสียงพูดสามารถจำแนกตามหน้าที่ทางสังคมได้เป็น 3 ประเภท คือ ภาษาไทย ภาษาท้องถิ่น และภาษาสัญลักษณ์

2) สาขาวรรณกรรมพื้นบ้าน หมายถึง วรรณกรรมที่ถ่ายทอดอยู่ในวิถีชีวิตชาวบ้าน โดยครอบคลุมวรรณกรรมที่ถ่ายทอดโดยวิธีการบอกเล่า และที่เขียนเป็นลายลักษณ์อักษรแบ่งออกเป็น 7 ประเภท คือ

2.1) นิทานพื้นบ้าน หมายถึง เรื่องเล่าที่สืบทอดต่อ ๆ กันมา ประกอบด้วย นิทานเทพปกรณัม ตำนาน นิทานศาสนา นิทานคติ นิทานมหัศจรรย์ นิทานชีวิต นิทานประจำถิ่น นิทานอธิบายเหตุ นิทานเรื่องสัตว์ นิทานเรื่องผี มุขตลก และเรื่องไม้ นิทานเข้าแบบของไทย

2.2) ประวัติศาสตร์บอกเล่า หมายถึง เรื่องเล่าเกี่ยวกับประวัติการตั้งถิ่นฐานการอพยพความเป็นมา และบุคคลสำคัญของชุมชน

2.3) บทสวดหรือบทกล่าวนในพิธีกรรม หมายถึง คาสวดที่ใช้ประกอบในพิธีกรรมต่าง ๆ เช่นบททำขวัญ คำบูชา คำสมา คำเวหนาน บทสวดสรภัญญ์ คาถาบทธอนิสงส์ บทประกอบการรักษาโรคพื้นบ้าน คำให้พร คำอธิษฐาน ฯลฯ

2.4) บทร้องพื้นบ้าน หมายถึง คำร้องที่ถ่ายทอดสืบต่อกันมาในโอกาสต่าง ๆ เช่น บทกล่อมเด็ก บทร้องเล่น บทเกี่ยวพาราสี บทจ้อย คำเซ็ง ฯลฯ

2.5) สำนวน ภาษิต หมายถึง คำพูดหรือ คำกล่าวที่สืบทอดกันมามีสัมผัสคล้องจองกัน เช่น โวหาร คำคม คำพังเพย คำอุปมาอุปไมย คำขวัญ คติพจน์ คำสภสภาน คำสาปแช่ง คำชม คำคะนอง ฯลฯ

2.6) ปริศนาคำทาย หมายถึง คำหรือข้อความ ที่ตั้งเป็นคำถาม คำตอบที่สืบทอดกันมาเพื่อให้ผู้ตอบได้ทายหรือตอบปัญหา เช่น คำทาย ปัญหาเขาวนั้ผะหมี่

2.7) ตำรา หมายถึง องค์ความรู้ที่มีการเขียนบันทึกในเอกสารโบราณ เช่น ตำราโหราศาสตร์ ตำราคุณลักษณะคนและสัตว์ ตำรายา ฯลฯ

3) ศิลปะการแสดง หมายถึงการแสดงดนตรีรำ-เต้น และละครที่แสดงเป็นเรื่องราว ทั้งที่เป็นการแสดงตามขนบแบบแผนมีการประยุกต์เปลี่ยนแปลงและ/หรือการแสดงร่วมสมัยการแสดงที่เกิดขึ้นนั้นเป็นการแสดงสดต่อหน้าผู้ชม และมีจุดมุ่งหมายเพื่อความงามความบันเทิงและ/หรือเป็นงานแสดงที่ก่อให้เกิดการคิดวิพากษ์นำสู่การพัฒนาและเปลี่ยนแปลงสังคม แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท

3.1) ดนตรี หมายถึง เสียงที่เกิดจากเครื่องดนตรี และการขับร้องที่ประกอบกันเป็นทำนองเพลง ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน หรือเกิดอารมณ์ต่าง ๆ โดยมีบทบาทหน้าที่เพื่อบรรเลงขับกล่อมให้ความบันเทิง ประกอบพิธีกรรม และประกอบการแสดงดนตรี แบ่งออกเป็นดนตรีในการแสดง และดนตรีในพิธีกรรม

3.2) การแสดง หมายถึง การแสดงออกทางร่างกาย ท่วงท่า การเคลื่อนไหว ทำเต้น ท่ารำ การเชิด การพากย์ การใช้เสียง การขับร้อง การใช้บท การใช้อุปกรณ์ ฯลฯ ซึ่งสื่อถึงเรื่องราวอารมณ์ ความรู้สึกอาจแสดงร่วมกับดนตรี และการขับร้องหรือไม่ก็ได้ การแสดงแบ่งออกเป็น การแสดงในพิธีกรรมการแสดงที่เป็นเรื่องราวและไม่เป็นเรื่องราว

4) สาขาแนวปฏิบัติทางสังคม พิธีกรรมและงานเทศกาล หมายถึง การประพฤติปฏิบัติในแนวทางเดียวกันของคนในชุมชน ที่สืบทอดกันมาบนหนทางของมงคลวิถีนำไปสู่สังคมแห่งสันติสุข แสดงให้เห็นอัตลักษณ์ของชุมชนและชาติพันธุ์นั้น ๆ แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ มารยาทขนบธรรมเนียมประเพณี และงานเทศกาล

5) สาขางานช่างฝีมือดั้งเดิม หมายถึง ภูมิปัญญา ทักษะฝีมือช่าง การเลือกใช้วัสดุ และกลวิธีการสร้างสรรค์ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ สะท้อนพัฒนาการทางสังคม และวัฒนธรรมของกลุ่มชน แบ่งออกเป็น 10 ประเภท คือ

5.1) ผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้า หมายถึง ผลผลิตที่เกิดจากการ ทอ ย้อม ถัก ปัก ตีเกลียว ยก จก มัดหมี่ พิมพ์ลาย ชิด เกาะ/ล้วง เพื่อใช้เป็นเครื่องนุ่งห่มแสดงสถานภาพทางสังคม

5.2) เครื่องจักสาน หมายถึง ภาชนะเครื่องใช้ประจำบ้านที่ทำจากวัสดุดิบ ในท้องถิ่น เช่น ไม้หวาย กระจูด ลา เจียกโดยนำมาจักและสาน จึงเรียกว่าเครื่องจักสาน กลวิธีในการทำเครื่องจักสาน ได้แก่ การถักการผูก การรัด การมัด การร้อย โดยใช้ตอก หวายเพื่อให้เครื่องจักสาน คงทน และคงรูปอยู่ได้ตามต้องการ

5.3) เครื่องรัก หมายถึง หัตถกรรมที่ใช้รักเป็นวัสดุสำคัญในการสร้างผลงาน เช่น ปิดทองรดน้ำ ภาพก่ามะลอ ประดับมุก ประดับกระจกลี ปั้นกระแหนะ และเขิน รักหรือ ยางรัก มีคุณลักษณะเป็นยางเหนียว สามารถเกาะจับพื้นของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ประสงค์จะทำหรือถมทับ หรือ เคลือบผิวได้ดีทำให้เป็นผิวมันภายหลังรักแห้งสนิท มีคุณภาพคงทนต่อความร้อน ความชื้น กรดหรือด่างอ่อน ๆ และยังเป็นวัสดุที่ใช้เชื่อมสมุกหรือสีเข้าด้วยกัน

5.4) เครื่องปั้นดินเผา หมายถึง หัตถกรรมที่ใช้ดินเหนียวเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตมีทั้งชนิดเคลือบและไม่เคลือบ โดยที่เนื้อดินเหนียวต้องมีส่วนผสมของทรายแม่น้ำ ที่เป็นทรายเนื้อละเอียดและช่วยให้เนื้อดินแห้งสนิท ไม่แตกร้าว ดินเหนียวที่ใช้ทำเครื่องปั้นดินเผาจากที่ต่าง ๆ ให้สีแตกต่างกัน

5.5) เครื่องโลหะ หมายถึง สิ่งที่มีวัสดุหลักเป็นเหล็ก ทองเหลือง หรือทองแดงเครื่องโลหะที่ทำจากเหล็ก นิยมทำโดยการเผาไฟให้อ่อนตัว และตีเหล็กเป็นรูปทรงต่าง ๆ เครื่องโลหะที่ทำจากทองเหลืองนิยมนำทองเหลืองมาเผาจนหลอมเหลวแล้วจึงนำไปเทลงในแบบตามลักษณะที่ต้องการ แล้วนำมาตกแต่งส่วนเครื่องโลหะที่ทำจากทองแดงมีการนำทองแดงมาใช้เป็นโลหะเจือหลักสำหรับผลิตตัวเรือนเครื่องประดับโลหะเงินเจือ

5.6) เครื่องไม้ หมายถึง งานฝีมือช่างที่ทำจากไม้ซุงหรือไม้แปรรูปเป็นท่อนเป็นแผ่นเพื่อใช้ในงานช่างก่อสร้างประเภท เครื่องสับ เครื่องเรือน เครื่องบูชา เครื่องตั้ง เครื่องประดับ เครื่องมือเครื่องใช้ เครื่องศาสตรา เครื่องดนตรี เครื่องเล่น และยานพาหนะ โดยอาศัยเทคนิควิธีการ แกะ สลัก สับ ขุด เจาะ กลึง ถาก ขุด และขัด

5.7) เครื่องหนัง หมายถึง งานหัตถกรรมพื้นบ้านที่ทำมาจากหนังสัตว์ โดยผ่านกระบวนการหมักและฟอกหนังเพื่อไม่ให้เน่าเปื่อย และให้เกิดความนิ่มนวลสามารถบึงงอได้ตามที่ต้องการ เครื่องหนังนิยมนำไปใช้เกี่ยวกับศิลปะการแสดง รวมถึงอุปกรณ์อื่น ๆ ที่มีหนังเป็นส่วนประกอบ

5.8) เครื่องประดับ หมายถึง งานช่างฝีมือที่ประดิษฐ์ขึ้นเพื่อการตกแต่งให้เกิดความงดงามเริ่มต้นจากการใช้วัสดุที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น นำมาผลิตและพัฒนาขึ้นเรื่อย ๆ โดยใช้อัญมณีและโลหะมีค่าต่าง ๆ ให้เห็นประจักษ์เป็นรูปธรรม เพื่อตอบสนองในด้านการยังชีพและความต้องการด้านคุณค่าความงาม เช่น ภาพเขียน งานปั้น งานแกะสลัก งานหล่อ เป็นต้น

5.9) งานศิลปกรรมพื้นบ้าน หมายถึง งานที่มีการแสดงอารมณ์สะท้อนออกทางฝีมือการช่างให้เห็นประจักษ์เป็นรูปธรรม เพื่อตอบสนองในด้านการยังชีพและความต้องการด้านคุณค่าความงาม เช่น ภาพเขียน งานปั้น งานแกะสลัก งานหล่อ เป็นต้น

5.10) ผลิตภัณฑ์อย่างอื่น หมายถึง งานช่างฝีมือดั้งเดิมที่ไม่สามารถจัดอยู่ใน 9 ประเภทแรกได้ซึ่งอาจเป็นงานช่างฝีมือที่ประดิษฐ์ หรือผลิตขึ้นจากวัสดุในท้องถิ่น หรือ จากวัสดุเหลือใช้

6) ความรู้และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติและจักรวาล หมายถึง องค์ความรู้วิธีการทักษะความเชื่อ แนวปฏิบัติ และการแสดงออกที่พัฒนาขึ้นจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนกับสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติและเหนือธรรมชาติแบ่งออกเป็น

6.1) อาหารและโภชนาการ หมายถึง สิ่งที่มีมนุษย์บริโภครวมทั้งวิธีการปรุงอาหารวิธีการบริโภคและคุณค่าของอาหาร

6.2) การแพทย์แผนไทย และการแพทย์พื้นบ้าน หมายถึง กระบวนการทางการแพทย์เกี่ยวกับการตรวจวินิจฉัย บำบัด รักษา หรือป้องกันโรค หรือการส่งเสริมและฟื้นฟูสุขภาพของมนุษย์หรือสัตว์ การแพทย์พื้นบ้าน หมายถึง การดูแลสุขภาพตนเองในชุมชนแบบดั้งเดิมจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตเกี่ยวกับความเชื่อ พิธีกรรมวัฒนธรรม ประเพณีและทรัพยากรที่แตกต่างกันไป ในแต่ละท้องถิ่น

6.3) โหราศาสตร์ดาราศาสตร์และไสยศาสตร์โหราศาสตร์ หมายถึง ความรู้ในการทำนายโชคชะตา ทำนายอนาคตของบุคคลและบ้านเมืองโดยอาศัยตำแหน่งของดวงดาวในเวลาที่เกิดเหตุการณ์ต่าง ๆ ดาราศาสตร์ หมายถึง ศาสตร์ที่เกี่ยวกับการสังเกตและอธิบายธรรมชาติของดวงดาวและเทหวัตถุไสยศาสตร์ หมายถึง ความเชื่อในสิ่งที่เหนือธรรมชาติ

6.4) การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ หมายถึง การจัดการระบบนิเวศเพื่อการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน

6.5) ชัยภูมิและการตั้งถิ่นฐาน หมายถึง ความรู้และความเชื่อในการเลือกที่อยู่อาศัยที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม และวัฒนธรรมของชุมชน

7) สาขากีฬากฎมิปัญญาไทย หมายถึง การเล่น กีฬา และศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวที่มีการปฏิบัติกันอยู่ในประเทศไทย และมีเอกลักษณ์สะท้อนวิถีไทยแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือการเล่นพื้นบ้าน กีฬาพื้นบ้าน และศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัว

## 1.2 คุณค่าและความสำคัญของมรดกทางวัฒนธรรม

คุณค่าและความสำคัญของมรดกทางวัฒนธรรม สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มตามหลักเกณฑ์สากลในการประเมินระดับคุณค่าและความสำคัญของมรดกวัฒนธรรม โดยยูเนสโก (UNESCO) (Feilden & Jokilehto, 1998) ได้แก่

1. คุณค่าทางวัฒนธรรม (Cultural Value) กล่าวถึง การจัดระดับคุณค่าซึ่งมุ่งสนใจไปยังตัววัตถุหรือมรดกทางวัฒนธรรม และคุณลักษณะทางวัฒนธรรมที่แสดงออกในตัวของมรดกทางวัฒนธรรม การเรียนรู้ถึงคุณค่าและความสำคัญบนพื้นที่มรดกทางวัฒนธรรมนั้น หลักการค้ำนึ่งสำคัญพื้นฐาน คือ การค้ำนึ่งสำคัญพื้นฐาน คือ การค้ำนึ่งถึงหลักฐานทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีที่ปรากฏอยู่บนพื้นที่นั้นประกอบด้วย

### ตารางที่ 2.3 แสดงคุณค่าทางวัฒนธรรมของมรดกทางวัฒนธรรม

คุณค่าทางวัฒนธรรม (Cultural Value)	คำอธิบาย
คุณค่าทางเอกลักษณ์ (Identity Value)	คุณค่าในกลุ่มนี้อยู่บนพื้นฐานของการรับรู้ และการจดจำได้ซึ่งพื้นที่หรือสถานที่อันมีความโดดเด่นแตกต่างกับสถานที่ในพื้นที่อื่น ๆ อย่างชัดเจน ประกอบด้วย ลักษณะทางอายุสมัย ประเพณี ศาสนา ความเชื่อ การเมือง และความเป็นชาติพันธุ์
คุณค่าทางศิลปะเทคนิค (Artistic and Technique Value)	คุณค่าในกลุ่มนี้ขึ้นอยู่กับหลักการทางวิทยาศาสตร์ การประเมินคุณค่าทางประวัติศาสตร์ และหลักฐานที่บ่งบอกถึงการออกแบบ และเทคนิค การก่อสร้างโครงสร้าง แนวความคิดในการใช้สอย และฝีมือช่าง
คุณค่าทางความหายาก (Rarity Value)	คุณค่าในกลุ่มนี้ขึ้นอยู่กับหลักการทางสถิติของสิ่งก่อสร้าง สถานที่หรือพื้นที่ที่มีความคล้ายคลึงกันในพื้นที่อื่น ๆ ทั้งในด้านของประเภทของสิ่งก่อสร้าง ศิลปะนิยมกระบวนการก่อสร้าง ช่วงเวลา



2. คุณค่าทางสังคมเศรษฐกิจร่วมสมัย (Contemporary social-economic value) มุ่งเน้นในการศึกษาด้านคุณค่าการใช้สอยของมรดกทางวัฒนธรรมที่คงอยู่ถึงปัจจุบัน ทางด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพการใช้สอยจากการใช้สอยรูปแบบเดิม หรือการดำรงอยู่ของมรดกทางวัฒนธรรมนั้นกับบริบททางสังคม และเศรษฐกิจในปัจจุบัน ประกอบด้วย

ตารางที่ 2.4 แสดงคุณค่าทางสังคมเศรษฐกิจร่วมสมัยของมรดกทางวัฒนธรรม

คุณค่าทางสังคมเศรษฐกิจร่วมสมัย (Contemporary social economic value)	คำอธิบาย
คุณค่าทางเศรษฐกิจ (Economic Value)	คุณค่าทางเศรษฐกิจของมรดกทางวัฒนธรรมไม่ได้ขึ้นอยู่กับคุณค่าทางการเงินที่ได้มาทางตัวมรดกโดยตรง เช่น รายได้จากการซื้อขายมรดกทางวัฒนธรรม เป็นต้น แต่มุ่งประเด็นในแง่คุณค่าทางเศรษฐกิจอันเกิดจากการใช้มรดกทาง วัฒนธรรมเป็นทรัพยากรขั้นต้นเพื่อการก่อให้เกิดรายได้ในขั้นตอนต่อไป เช่น รายได้ จากการท่องเที่ยวเยี่ยมชมโบราณสถาน เป็นต้น
คุณค่าทางการใช้สอย (Functional Value)	มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับคุณค่าทางเศรษฐกิจ โดยพิจารณาจากความต่อเนื่องของการใช้สอยพื้นที่ตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบัน รวมถึงระดับการเปลี่ยนแปลงสิ่งที่มีอยู่เดิมไปสู่การใช้สอยแบบใหม่ในปัจจุบัน เช่น สถานที่เดิมเคยเป็นพระราชวัง แต่ในปัจจุบันถูกเปลี่ยนการใช้สอยเป็นพิพิธภัณฑ์ เป็นต้น
คุณค่าทางการศึกษา (Education Value)	คุณค่าในกลุ่มนี้กล่าวถึง การนำมรดกทางวัฒนธรรม มาเป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากมรดกทางวัฒนธรรมมีศักยภาพอันประกอบด้วยองค์ความรู้ในหลากหลายด้าน ซึ่งโดยจุดประสงค์ของการศึกษามรดกทางวัฒนธรรม กล่าววามนุษย์ศึกษาเรียนรู้มรดกทางวัฒนธรรม

คุณค่าทางสังคมเศรษฐกิจร่วมสมัย (Contemporary social economic value)	คำอธิบาย
	เพื่อให้เกิดตระหนักถึงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ นำไปสู่การบูรณาการทางความรู้จากอดีตสู่ปัจจุบัน
คุณค่าทางสังคม (Social Value)	คุณค่าในกลุ่มนี้เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางสังคม เช่น ความเชื่อต่อสถานที่หรือมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน เป็นต้น
คุณค่าทางการเมือง (Political Value)	คุณค่าในกลุ่มนี้เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ ซึ่งแสดงความเป็นชาติ อาจก่อให้เกิดอิทธิพลทางการเมืองการปกครองจากอดีตจนถึงปัจจุบันในแง่ของสัญลักษณ์ทางการเมือง เช่น ความเกี่ยวข้องของสถานที่กับการเปลี่ยนแปลงการปกครองของประเทศ หรือมรดกทางวัฒนธรรมนั้นเป็นสัญลักษณ์แสดงถึงการสิ้นสุดแห่งการปกครองในระบอบเผด็จการ เป็นต้น

จากที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้นสรุปได้ว่า มรดกวัฒนธรรม หมายถึง ผลงานสร้างสรรค์ของชนในชาติที่เป็นสมบัติทางวัฒนธรรมอันมีคุณค่าที่ตกทอดมาจากรุ่นก่อนเป็นประจักษ์พยานของพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ หมายรวมถึงสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์ได้สร้างขึ้น และระบบนิเวศซึ่งเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าไม่สามารถหาทดแทนได้ เป็นสิ่งดีงามที่ผ่านจากยุคหิน เดิบโต ปรับปรุงเปลี่ยนแปลง สืบต่อจากสภาพของกาลเวลาแล้วเรียนรู้สืบทอดต่อ ๆ กันมาและยังคงเหลือเป็นหลักฐานให้เห็นอยู่แม้ปัจจุบัน แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ มรดกวัฒนธรรมที่จับต้องได้ และมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (วคิน อิงคพัฒนากุล, 2548 และ กฎบัตรประเทศไทยว่าด้วยการบริหารจัดการแหล่งมรดกวัฒนธรรม, 2554) และผู้วิจัยได้นำหลักเกณฑ์คุณค่าและความสำคัญของมรดกทางวัฒนธรรม (Feilden & Jokilehto, 1998) มาประยุกต์ใช้ในงานวิจัยนี้เพื่อค้นหาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต ซึ่งประกอบด้วยคุณค่าดังต่อไปนี้

- 1) คุณค่าทางเอกลักษณ์ (Identity Value)
- 2) คุณค่าทางศิลปะเทคนิค (Artistic and Technique Value)
- 3) คุณค่าทางความหายาก (Rarity Value)
- 4) คุณค่าทางเศรษฐกิจ (Economic Value)
- 5) คุณค่าทางการใช้สอย (Functional Value)
- 6) คุณค่าทางการศึกษา (Education Value)
- 7) คุณค่าทางสังคม (Social Value)
- 8) คุณค่าทางการเมือง (Political Value)

## 2.4 บริบทพื้นที่ เมืองเก่าภูเก็ต

### 2.4.1 ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมเมืองภูเก็ต

ในอดีตเมืองกลางเป็นเมืองสำคัญทางชายฝั่งตะวันตกเป็นเมืองที่เหมาะสมสำหรับแวะพักจอดเรือ และเป็นแหล่งการค้าตามเส้นทางการค้าทางเรือในสมัยโบราณ โดยเฉพาะแร่ดีบุกได้มีการจัดตั้งสถานีการค้ากับชาวตะวันตกมาตั้งแต่สมัยอยุธยา โดยมีเมืองกลางซึ่งตั้งอยู่บริเวณ อำเภอกลางในปัจจุบัน โดยเมืองภูเก็ตยังคงเป็นเพียงเมืองบริวารที่ขึ้นกับเมืองกลาง มีตำบลทุ่งคาซึ่งเป็นศูนย์กลางการค้าดีบุกเป็นศูนย์กลางของเมืองภูเก็ต เมื่อการค้าขายแร่ดีบุกเจริญรุ่งเรืองมากขึ้น ตำบลทุ่งคา กลายเป็นชุมชนขนาดใหญ่และมี การหลั่งไหลเข้ามาของชาวจีนเพื่อทำธุรกิจ เมื่อเมืองภูเก็ตมีความเจริญมากขึ้นผู้ประกอบการท้องถิ่นจึงมีความขัดแย้งกับผู้ปกครองที่เมืองกลาง จนเกิดเป็นสงครามกลางเมือง ต่อมาจึงมีการจัดตั้งมณฑล ภูเก็ต โดยรวมกับหัวเมืองทางชายฝั่งตะวันตกทั้งหมด 7 เมือง ได้แก่ ภูเก็ต พังงา กระบี่ ตะกั่วป่า ระนอง ตรัง และสตูล เมืองภูเก็ตเจริญรุ่งเรืองที่สุดในสมัยพระยารัษฎานุประดิษฐ์ สมุหเทศาภิบาลคนที่ 2 ของมณฑลภูเก็ต ภายในเมืองกลายเป็นศูนย์กลางการค้าขายสินค้า ส่วนใหญ่เป็นชาวจีนที่เข้ามาทำเหมือง และขยับขยายมาเปิดร้านค้าในเมือง ใจกลางเมืองมีคลองบางใหญ่เชื่อมต่อกับอ่าวทุ่งคาซึ่งมีเรือ สินค้าเข้ามาจอด เพื่อขนลา เลียงสินค้าตามโกดังต่าง ๆ ที่ตั้งอยู่สองฝั่งคลอง โดยชาวจีนที่อาศัยอยู่ บริเวณนี้ยังดำเนินชีวิตตามวิถีเดิมนำพาวัฒนธรรม ประเพณีและความเชื่อต่าง ๆ เข้ามา เช่น วัฒนธรรมการต่างการ ภาษา อาหาร การกิน ประเพณีกินผัก การสร้างศาลเจ้าประจำตระกูล รวมถึง ศิลปะและสถาปัตยกรรมต่าง ๆ

### 2.4.2 สิ่งน่าสนใจทางประวัติศาสตร์เขตเมืองเก่าจังหวัดภูเก็ต

ภายในพื้นที่ย่านเมืองเก่าภูเก็ต จะมีเนื้อหาที่เป็นเอกลักษณ์เป็นการซ้อนภาพอดีต บนภาพปัจจุบันของเมือง ถนนทางประวัติศาสตร์ในย่านเมืองเก่าภูเก็ต มีทั้งหมด 6 ช่วง แต่ละช่วงจะมีช่วงการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมตะวันตกและจีน และสะท้อนผ่านอาคารที่อยู่อาศัยผ่านสถาปัตยกรรมแบบชิโนโปรตุกีสที่เห็นในปัจจุบัน ช่วงที่ 5 ช่วงถนนกลาง เป็นถนนสายประวัติศาสตร์

อันเก่าแก่ ตรงช่วงนี้จะมีอาคาร ตึกแถวเก่าที่มีรูปแบบเดิมเกาะกลุ่มกันอยู่เป็นจำนวนมาก โดยมีจุดเด่นอยู่ตรงที่มีการเปิดช่องทางเดิน เอาไว้เหมือนในอดีต มีตึกแถวกว่า 151 คูหา ซอยรมณีย์ เป็นซอยที่เชื่อมถนนกลาง สัญลักษณ์อย่าง หนึ่งในของศิลปะแบบภูเก็ต ตึกบางหลังจะพบร่องรอยความเก่าแก่ให้อารมณ์คลาสสิกย้อนยุค และยังคง ยกย่องให้เป็นซอยที่สวยงามและให้อารมณ์โรแมนติกมากที่สุดแห่งหนึ่งในภูเก็ต ความเก่าแก่ของถนนกลางซึ่งเคยเป็นศูนย์กลางการค้าของเมืองมีอาคารแบบชิโนโปรตุกีสอันวิจิตรเรียงรายอยู่มากที่สุดประการหนึ่งและสำนึกตระหนักถึงคุณค่าแห่งอดีตของกลุ่มผู้สนใจประวัติศาสตร์เมืองภูเก็ต ที่ริเริ่มเก็บรวบรวมข้อมูลหลักศาสตร์ทางประวัติศาสตร์ของอาคารมาแต่ พ.ศ. 2523 รวมถึงเจ้าของบ้านสถานที่ที่มองเห็นคุณค่าความหมายประการหนึ่ง คือ ปัจจัยก่อเกิดการอนุรักษ์พัฒนาเมืองเก่าราว ปี พ.ศ. 2530 เมื่อทิศทางการพัฒนาจังหวัดภูเก็ต มุ่งให้เป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลก ส่วนราชการเริ่มโครงการพัฒนาและอนุรักษ์ย่านการค้าเมืองเก่าขึ้นในปี 2535 มีเทศบาลเมืองภูเก็ตเป็นหลักในการประสานและดำเนินการร่วมกันกลุ่มผู้สนใจประวัติศาสตร์เมืองภูเก็ตจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการเรื่องการบูรณะสถาปัตยกรรมย่านเมืองเก่าภูเก็ตขึ้นเมื่อปี 2537 กำหนดพื้นที่นำร่องพัฒนา มีการรณรงค์ให้ชาวกลางเห็นความสำคัญของช่องทางเดินใต้อาคารด้านหน้า (arcade) เพื่อให้เปิดทะลุถึงกันโดยตลอด ดังแรกสร้าง ซึ่งต่อมาไม่นาน เจ้าของบ้าน 15 คูหายินยอมให้เทศบาลเมือง arcade หรือ หง่อคาซี และเข้าปรับปรุงซ่อมแซมอาคารได้ปี 2541 และเริ่มต้นจัดงานย้อนอดีตเมืองภูเก็ต ครั้งที่ 1 ขึ้นบนถนนกลาง ระหว่างวันที่ 5-7 มิถุนายนปีเดียวกัน (และมีการจัดต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี) แม้จะมีความพยายามจากหลายฝ่ายในการพัฒนาย่านเมืองเก่าบนพื้นที่ที่มีคุณค่าสูงทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมมาเป็นระยะ ๆ และมีผลขึ้นบ้าง แต่ก็ยังไม่สามารถสร้างสรรคให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีตามที่มุ่งหวังไว้ การขาดการบำรุงรักษาอาคารการก่อสร้างใหม่ที่แปลกแยกจากอาคารข้างเคียง การติดตั้งป้ายโฆษณา ป้ายชื่อร้านขนาดใหญ่ การเลือกใช้สีทาอาคารที่ฉูดฉาดเพื่อผลทางการค้า และยังการปิดช่องทางของ arcade ทำให้มีความจำเป็นที่ความรู้ความเข้าใจแก่ชุมชนและภาคธุรกิจให้เกิดจิตสำนึกต่อสาธารณะการจัดระบบและกลไกในความร่วมมือระหว่างรัฐและเอกชน การงบประมาณและความรู้ในทางเทคนิควิธีในการปรับปรุงอาคารเก่า อุปสรรคอันหนึ่งคือความเข้าใจว่าการพัฒนาอนุรักษ์เมืองเก่าของชุมชนและผู้ที่มีหน้าที่นั้น ก็เป็นเพื่อให้ชนรุ่นหลังได้ภาคภูมิใจเท่านั้น ทำให้มีผู้เสียสละเพียงจำนวนน้อยในขณะที่ต้องใช้งบประมาณมาก เทศบาลนครภูเก็ตร่วมกับชุมชนเจ้าของพื้นที่จึงได้ริเริ่มจัดตั้งมูลนิธิ เมืองเก่าภูเก็ตขึ้น เพื่อแสวงหาความร่วมมือจากชุมชนได้คล่องตัวและให้เป็นแนวทางในการพัฒนาร่วม กันต่อไปในอนาคต โดยจัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2546 ย้อนกลับไปเมื่อประมาณ 100 กว่าปีที่แล้ว เมืองภูเก็ตไม่ได้เป็นเมืองท่องเที่ยวทะเลเหมือนทุกวันนี้ แต่เป็นเมืองที่มีทรัพยากรแร่ธาตุเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะแร่ดีบุก แร่ดีบุกในสมัยนั้นเป็นแร่ที่มีราคาแพง หลายประเทศมีความต้องการใช้ในการพัฒนาประเทศเข้าสู่ยุคอุตสาหกรรม จากการใช้

แร่ดีบุกอยู่มาก ทำให้มีชาวต่างชาติโดยเฉพาะชาวตะวันตกเข้าภูเก็ตมาร่วมลงทุนในเมืองแร่ และมีชาวจีนมาเป็นแรงงาน บ้างก็เปลี่ยนตัวเองมาเป็นนายเหมือง พ่อค้าเมืองภูเก็ตในตอนนั้น จึงมีวัฒนธรรมแบบตะวันตก และ จีนผสมอยู่ด้วย การสร้างบ้านในตอนนั้นจึงผสมผสาน สถาปัตยกรรมทั้งสองแบบเข้าด้วยกัน กลายเป็นสถาปัตยกรรมแบบซิโนโปรตุกีส บ้านเรือนแบบซิโนโปรตุกีสมีอยู่ด้วยกันหลายจังหวัดในภาคใต้ แต่ที่มีเยอะสุด หลายร้อยหลังอยู่ในสภาพที่ดีที่สุดก็อยู่ที่ภูเก็ต คำว่าซิโน (Sino) แปลว่าจีน ส่วนโปรตุกีส ก็คือประเทศโปรตุเกสในทวีปยุโรป เมื่อรวมเป็นซิโนโปรตุกีส ก็เป็นสถาปัตยกรรมที่ผสมผสานระหว่างจีนกับยุโรปได้อย่างลงตัว

การชมบ้านเมืองเก่าซิโนโปรตุกีส โดยปกติแล้วจะนิยมไปชมที่ ถนนกลาง กระจับปี่ ติ๊กเยาวราช และ ซ.รมณีย์ เนื่องจากเป็นย่านที่มีบ้านเรือนแบบซิโนโปรตุกีส อยู่อย่างหนาแน่น วิธีที่ง่ายที่สุดในการเดินชมคือการจอดรถเป็นจุดๆ แล้วเดินชม ถ่ายรูป ช่วงเวลาที่ดีที่สุดจะเป็นช่วงเย็นเนื่องจากอากาศไม่ร้อน มีร้านค้า ร้านอาหารหลายร้านในย่านซิโนโปรตุกีส ช่วยเพิ่มสีสัน ให้ย่านเมืองเก่ามีชีวิตชีวาผ่านเข้าไปในย่านเมืองเก่าภูเก็ตจะสะดุดตาไปกับตึกแถวแบบโบราณเรียงรายสองฝั่งถนนที่เป็นร่องรอยประวัติศาสตร์อันรุ่งเรืองสมัยรัชกาลที่ 5 ที่การทำเหมืองแร่เฟื่องฟู ให้ได้สัมผัสเสน่ห์สถาปัตยกรรมซิโน-โปรตุกีส และชมความงดงามแบบคลาสสิก ปัจจุบันเทศบาลนครภูเก็ตและชุมชนได้ร่วมกันส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยจัดเป็นเส้นทางเดินชมเมืองเก่าภูเก็ต มีระยะทางประมาณ 4.6 กม. แบ่งเส้นทางการเดินเป็น 6 ช่วง ช่วงที่ 1 ถ.ภูเก็ต ถ.รัชฎาและถ.ระนอง ช่วงที่ 2 ถ.พังงา ถ.ภูเก็ต และถ.มนตรี ช่วงที่ 3 ถ.กลาง ช่วงที่ 4 ถ.กระจับปี่ และถ.สตูล ช่วงที่ 5 ถ.ติ๊กเยาวราช ตรอกสุ่นอุทิศ และซอยรมณีย์ ช่วงที่ 6 ถ.เทพกระษัตรี สถาปัตยกรรม ซิโนโปรตุกีส (Sino-Portuguese) มาจากคำว่า ซิโน หมายถึง จีน ส่วนโปรตุกีสหมายถึง ยุโรป (โปรตุเกส อังกฤษ ฮอลันดา ฝรั่งเศส) แบ่งเป็น 2 รูปแบบใหญ่ๆ คือ

1. ตึกแถว ที่คนภูเก็ตเรียกว่า “เตียมฉู” อาคารพักอาศัยกิ่งพานิชย์ลักษณะลึกและแคบ มีทางเดินด้านหน้าที่เรียกว่า “หง่อคาชี”

2. อั้ง ม้อหลาว หรือคฤหาสน์ของนายเหมืองชาวจีน อั้งม้อ แปลว่า ฝรั่งเศสหรือชาวต่างชาติ หลาว แปลว่า ตึกคอนกรีต บางแห่งได้แปรเปลี่ยนเป็นร้านอาหาร พิพิธภัณฑสถาน แต่ก็ยังคงรูปแบบของสถาปัตยกรรมในอดีตอันทรงคุณค่า

#### ลักษณะเด่น

1. เป็นชุมชนที่มีรูปแบบวัฒนธรรมเฉพาะที่เรียกว่า เพอรานากัน ผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมจีนกับมาเลย์

2. ย่านเมืองเก่าภูเก็ตเป็นแหล่งรวมสถาปัตยกรรมแบบซิโนโปรตุกีส ที่ยังคงรักษาไว้จนถึงปัจจุบัน

3. มีพิพิธภัณฑ์ภูเก็ตไทยหัว เป็นแหล่งรวบรวมเรื่องราวของย่านเมืองเก่าและวิถีชีวิตวัฒนธรรมชาวจีนโพ้นทะเลที่อพยพมาทำเหมือง

4. ชุมชนเมืองเก่าร่วมกันอนุรักษ์ฟื้นฟูในเรื่องวัฒนธรรม อาคารสถาปัตยกรรม อาหารท้องถิ่น เทศกาลงานประเพณี

### ภูเก็ต เมืองแห่งวิทยาการอาหาร

เทศบาลนครภูเก็ต ได้รับประกาศยกย่องเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร (City of Gastronomy) จากยูเนสโก ประจำปีพ.ศ. 2558 ซึ่งเป็นเมืองแรกของประเทศไทยและของอาเซียน และเป็นหนึ่งใน 18 เมืองของโลกด้านอาหาร โดยจุดเด่นที่ยูเนสโกเลือกภูเก็ตเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านวิทยาการอาหาร คือ

1. ภูเก็ตมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะวัฒนธรรมอาหารที่เกิดจากพหุสังคม
2. อาหารภูเก็ตเป็นองค์ประกอบสำคัญในทุกเทศกาล พิธีการ ความเชื่อ วิถีชีวิตในครอบครัว
3. อาหารท้องถิ่นภูเก็ตหลายประเภทมีอัตลักษณ์ หารับประทานที่อื่นไม่ได้ มีสูตรลับเฉพาะที่ถ่ายทอดผ่านคนในครอบครัว และหลายเมนูเป็นวัตถุดิบที่มีเฉพาะในจังหวัดภูเก็ต

4. ความเข้มแข็งและความร่วมมือจากภาคเอกชน ภาครัฐ และสถาบันทางวิชาการในภูเก็ต ทำให้มีการสร้างสรรค์นวัตกรรมบนพื้นฐานวิทยาการด้านอาหารหลากหลายอย่าง เช่น การจำหน่ายอาหารท้องถิ่นแปรรูปเป็นของฝากของที่ระลึก ฯลฯ

5. ชาวภูเก็ตมีน้ำใจ อธิบายดีงาม (Thai Hospitality) ยินดีร่วมแลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์กับเมืองอื่น ๆ ในเครือข่าย ภายใต้แนวคิด Good Food, Good Health, Good Spirit in Phuket หรือ กินดี อยู่ดี มีจิตงาม ที่ภูเก็ต

### ยุทธศาสตร์การอนุรักษ์มรดกความหลากหลายทางวัฒนธรรมด้านอาหาร

1. การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และยั่งยืนด้วยการจัดการองค์ความรู้ วิจัยและนวัตกรรม เพื่อนครแห่งการท่องเที่ยวด้านอาหาร (Knowledge Management, Research & Innovations for City of Gastronomy)

#### กลยุทธ์

(1) ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือกับสถาบันสอนทำอาหารหรือจัดตั้งสถาบันอาหารท้องถิ่นจังหวัดภูเก็ต (Institute of gastronomy and culture) เพื่อพัฒนาหลักสูตรในการสอนปรุงอาหารท้องถิ่น

(2) พัฒนาและเผยแพร่คลังความรู้ทางด้านมรดกและภูมิปัญญาด้านอาหารท้องถิ่นของจังหวัดภูเก็ตเพื่อสร้างความยั่งยืนในด้านอาหารท้องถิ่น รักษาอัตลักษณ์ และรสชาติดั้งเดิมของอาหาร

ท้องถิ่นจังหวัดภูเก็ต และส่งเสริมให้มีการจัดสัมมนาวิชาการด้านอาหาร หรือเทศกาลอาหารท้องถิ่น เพื่อเผยแพร่และสร้างเครือข่ายทางวิชาการด้านอาหาร

(3) ส่งเสริมและพัฒนางานวิจัย หรือเอกสารวิชาการ

(4) พัฒนานวัตกรรมโดยใช้ผลผลิตและวัตถุดิบในท้องถิ่นที่เป็นมิตรต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อมเพื่อให้เกิดอัตลักษณ์และความยั่งยืนในการเป็นเมืองแห่งการสร้างสรรค์ด้านอาหารของจังหวัดภูเก็ต เช่น แนวคิดการทำ Green farming, Zero km. Concept เพื่อส่งเสริมให้มีการปลูกพืชท้องถิ่นการนำวัตถุดิบท้องถิ่นมาใช้ในการประกอบอาหารแบบครบวงจร

(5) พัฒนาบุคลากร ผู้ปรุงอาหารผู้ประกอบการร้านอาหารท้องถิ่นทุกระดับ ให้สามารถเรียนรู้การวางแผนธุรกิจ (Business plan, Business model) เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับผู้ประกอบการและชุมชน

## 2. การยกระดับคุณภาพอาหารและคุณภาพชีวิตเพื่อนครแห่งการท่องเที่ยวด้านอาหาร (Quality food and quality life for City of Gastronomy)

### กลยุทธ์

(1) ร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการกำหนดมาตรฐานที่เหมาะสมกับบริบทของ City of Gastronomy และวางแผนในการดำเนินงานร่วมกัน

(2) มาตรฐานของอาหารโดยใช้เกณฑ์มาตรฐานด้านการทดสอบรสชาติอาหารด้วยเครื่องมือวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารที่เป็นที่ยอมรับระดับประเทศและระดับสากล มากำกับเพื่อปกป้องคุ้มครองสุขภาพอนามัยของผู้บริโภคและเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในด้านการค้าระหว่างประเทศ

(3) เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเรื่องมาตรฐานความปลอดภัยของอาหารให้กับกลุ่มเป้าหมายในห่วงโซ่การผลิตตลอดจนลูกค้าและนักท่องเที่ยว

## 3. การสร้างเครือข่ายความร่วมมือเพื่อนครแห่งการท่องเที่ยวด้านอาหารอย่างยั่งยืน (Collaboration for sustainable City of Gastronomy)

### กลยุทธ์

(1) สร้างเครือข่ายและความร่วมมือกับทุกภาคส่วนในห่วงโซ่อุปทานของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อให้เกิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีความเข้มแข็ง

(2) ส่งเสริมให้มีการสร้างเครือข่ายระหว่างเมืองที่เป็น City of Gastronomy เช่น การจัดสัมมนาวิชาการด้าน Phuket Gastronomy ระหว่างเมืองเครือข่าย 18 ประเทศ เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่าย แลกเปลี่ยนวัฒนธรรมด้านอาหารและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ Phuket : City of Gastronomy, จัดกิจกรรมสัมมนาเมืองสร้างสรรค์ระดับประเทศ (Creative City Forum)





กระชับความสัมพันธ์ระหว่างเกษตรกรท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดคุณค่าและการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืน

Hanafi, H. (2018) ได้กล่าวไว้ในรายงานการวิจัยเรื่อง อาหารการท่องเที่ยว และอำนาจละมุน (Soft Power) ของมาเลเซีย (Gastronomy, Tourism, and the Soft Power of Malaysia) ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีจุดประสงค์หลักอยู่สองข้อ หนึ่งคือตรวจสอบเพื่อให้ทราบถึงความเหมาะสมของความเชื่อมโยงสี่ด้านของ Ooi (2016) โดยจะมีการวิเคราะห์ ประเมิน และทำความเข้าใจในความสัมพันธ์ระหว่างอำนาจละมุน (Soft Power) และการท่องเที่ยว จุดประสงค์ที่สองคือตรวจสอบขอบเขตอิทธิพลและประสิทธิภาพในการใช้ละมุน (Soft Power) ของมาเลเซียที่มีการนำไปประยุกต์ใช้ในการท่องเที่ยว ประเพณี และวัฒนธรรม จากการตรวจสอบการใช้กระบวนการนี้กับการท่องเที่ยวพบว่า มาเลเซียมีการปรับใช้ใช้อำนาจละมุนกับการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ และได้รับผลประโยชน์สูงสุดกับกระบวนการนี้ มาเลเซียใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในประเทศประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว วัฒนธรรม มรดกทางวัฒนธรรมทางด้านอาหาร และอาหารฮาลาล นอกจากนี้ยังใช้สโลแกนเพื่อดึงดูด และสร้างอิทธิพลกับนักเดินทางทั่วโลก โดยการสร้างภาพลักษณ์ที่แตกต่างและมีเอกลักษณ์ ชะเงอใจนักท่องเที่ยวนับล้านเพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาให้มากยิ่งขึ้น มาเลเซียค่อนข้างที่จะประสบความสำเร็จในด้านการพัฒนาและการส่งเสริมกระแสท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ

Norberto (2016) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง Towards a network place branding through multiple stakeholders and based on cultural identities The case of "The Coffee Cultural Landscape" in Colombia มีการกล่าวไว้ในรายงานการวิจัยว่า บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การสร้างแบรนด์เมืองสำหรับภูมิภาคที่นิยมการปลูกกาแฟของโคลัมเบียภายใต้กรอบการวิวัฒนาการของการสร้างแบรนด์ให้เมืองจากแนวทางการตลาดแบบดั้งเดิมที่นำโดยสถาบันหนึ่งไปสู่แนวคิดที่ทันสมัยกว่าของการสร้างแบรนด์เครือข่ายโดยมีผู้ถือหุ้นที่หลากหลายการผลิตกาแฟที่มีคุณภาพในภูมิภาคนี้ได้รับการเสริมด้วยการพัฒนาการท่องเที่ยวในชนบทโดยใช้ธิมกาแฟเข้ามาช่วย ในรูปแบบการท่องเที่ยวชนบทซึ่งช่วยให้โคลัมเบียเพิ่มคุณค่าและการวางตำแหน่งของทรัพยากรในบริบทของการแลกเปลี่ยนทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมในโลกาภิวัตน์ ข้อค้นพบจากการวิเคราะห์แนวคิดซึ่งพยายามแสดงให้เห็นถึงวิวัฒนาการของการสร้างแบรนด์ให้เมืองสู่แนวทางแบบองค์รวมหลายฝ่ายและเครือข่ายมากขึ้น กรณีศึกษายืนยันว่าในการสร้างแบรนด์นี้ขึ้นมามีต้องอาศัยการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสถาบันของรัฐและเอกชนในท้องถิ่นภูมิภาคระดับชาติและแม้แต่ในระดับสากล ในส่วนของระดับการปฏิบัติและผลกระทบ โครงการนี้สามารถดำเนินการจนประสบความสำเร็จในการทำหน้าที่เป็นต้นแบบสำหรับผู้ประกอบการในการผลิตอาหารในภูมิภาค อื่น ๆ ช่วยให้กลุ่มคนเหล่านั้นมีการพัฒนาสร้างจุดยืนของตนเองในวงการระดับโลก และ

เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของพวกเขาทางกายภาพผ่านการรับรู้ความคิดริเริ่ม และชื่นชมวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติแวดล้อมและภูมิทัศน์เหล่านี้ นอกจากนี้ยังมีวิเคราะห์การทำงานร่วมกันระหว่างธุรกิจและตราสินค้าว่ามีระบบการปฏิบัติการไปในแนวทางใด ในส่วนของการคงอยู่ซึ่งเอกลักษณ์และการเพิ่มคุณค่าการวิจัยในครั้งนี้มีการดูกรณีศึกษาระหว่างภูมิภาคในโคลัมเบียของการสร้างตราสินค้าที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียหลายรายบนพื้นฐานของเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและพลวัต

Woo, H. K. & Kyung, S. K. (2018) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง Pro-Environmental Intentions among Food Festival Attendees: An Application of the Value-Belief-Norm Model ซึ่งมีการกล่าวในรายงานวิจัยว่าถึงแม้ว่าการจัดงานเทศกาลจะมีสัญญาณว่ามีการยอมรับในการจัดกิจกรรมที่ดีต่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น แต่ยังมีกรวิจัยเกี่ยวกับกระบวนการการตัดสินใจในการจัดงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมค่อนข้างน้อย จุดประสงค์ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้คือศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจของการประชุมเกี่ยวกับเทศกาลอาหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ในการวิเคราะห์จะมีการเก็บแบบสอบถามจากคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งสิ้น 601 คน โดยจะมีการวัดบรรทัดฐานต่าง ๆ ในการจัดงานและคำถามเชิงจิตวิทยาที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาความรับผิดชอบต่อ การสร้างคุณค่า และความเชื่อในการจัดงานเทศกาลโดยให้ความสำคัญสิ่งแวดล้อม

María Jesús, G. G. & María-Eva, V. P. (2018) ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ PRINCIPAL COMPONENT ANALYSIS (PCA) สำหรับศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวสเปน (THE APPLICATION OF PRINCIPAL COMPONENT ANALYSIS (PCA) FOR THE STUDY OF THE SPANISH TOURIST DEMAND) ได้กล่าวไว้ว่าจุดประสงค์ของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้คือการศึกษาลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในสเปน จากวิธี PRINCIPAL COMPONENT ANALYSIS (PCA) โดยมีฐานอ้างอิงจากกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเลือกทำ นอกจากนั้นงานวิจัยในครั้งนี้นี้ยังมีการกล่าวเกี่ยวกับการที่ชาวสเปนมีการเลือกจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวอย่างไรอีกด้วย โดยทางคณะผู้วิจัยมีการเปรียบเทียบความถี่ของการท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ ที่มีค่าเมื่อเลือกจุดหมายปลายทางในภูมิศาสตร์สเปน ทั้งการท่องเที่ยวทางบก การท่องเที่ยวทางอากาศ การท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มีความสำคัญและตัวเลขของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยวประเภทนี้มากขึ้นเรื่อย ๆ

José, A., Folgado, F., Elide, D. C. & José Manuel, H. M. (2019) ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเทศกาลอาหารและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเลือกงาน Cheese Fair ที่เมืองทรูฆิลโล่ ประเทศสเปนเป็นพื้นที่ศึกษา (Food Festival and the development of Sustainable Destinations. The Case of the Cheese Fair in Trujillo, Spain) ได้มีการกล่าวใน

รายงานการวิจัยว่าการจัดงานอีเวนต์เกี่ยวกับอาหารและงานเทศกาลต่าง ๆ มีจำนวนครั้งในการจัดงานที่เพิ่มมากขึ้นทั่วโลก ทั้งในพื้นที่เมืองเล็กและเมืองใหญ่ ทั้งนี้ในการจัดงานนั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อดึงดูดผลประโยชน์ในการจัดงานเข้าสู่พื้นที่ ในขณะที่การจัดงานที่มีขนาดใหญ่ส่งผลกระทบต่อระบบที่เกี่ยวข้องจึงมีการศึกษาเกี่ยวกับวิธีการแก้ไขปัญหาที่กระทบถึงการจัดงานขนาดเล็ก เพื่อที่จะลดช่องว่างดังกล่าวลงงานวิจัยเล่มนี้จึงมีการสืบค้นนัยสำคัญของการจัดงานด้านอาหารขนาดเล็กสำหรับการท่องเที่ยวและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทางคณะผู้จัดทำได้ทำการศึกษาจากงานเทศกาลเกี่ยวกับชีสที่มีชื่อเสียงในเมืองทรูจิลโล่ ประเทศสเปน โดยจะมีการแจกแบบสอบถามให้คนที่ไม่ใช่คนท้องถิ่นเพื่อสำรวจแรงจูงใจของพวกเขา ผลกระทบของการจัดงานเทศกาลขนาดเล็กเหล่านี้ไม่เพียงแต่เกี่ยวข้องในส่วนของการท่องเที่ยว และจุดยืนด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวเนื่องกับเศรษฐกิจของท้องถิ่นที่มาจากการบริโภคสินค้าทางด้านอาหารของท้องถิ่นอีกด้วย การให้บทบาทในการสร้างจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวของการจัดงานขนาดเล็กจำเป็นต้องหาการมีการพูดคุยเกี่ยวกับวิธีการให้ชัดเจนว่าจุดหมายปลายทางที่เป็นสถานที่จัดงานควรมีการจัดการอย่างไร และมีความจำเป็นต้องมีการสร้างเสริมความยั่งยืนสู่จุดหมายปลายทาง

Daniel & Humberto (2019) ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเส้นทางการท่องเที่ยว Wine route ซึ่งได้ผลการวิจัยออกมาว่าในการโปรโมทของต่างประเทศในส่วนของภูมิภาคที่นิยมปลูกไวน์นั้นมีความโดดเด่นของการทำกิจการอยู่ในตัวอยู่แล้วทั้งในด้านของการเปิดกิจการโรงบ่มไวน์และการสร้างการท่องเที่ยวเส้นทาง Wine route ซึ่งมีการศึกษาในเรื่องของการวิเคราะห์เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และผลกระทบต่อพื้นที่เมื่อเกิดการท่องเที่ยว Wine route ขึ้น ซึ่งจากการวิเคราะห์ดังกล่าวเผยให้เห็นถึงปรากฏการณ์การเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องนี้ ในประเทศแม็กซิโก การท่องเที่ยวแบบ Wine Tourism นั้นเริ่มได้รับความสนใจจากนักวิชาการและหน่วยงานในระดับปฏิบัติการแล้ว แม้ว่าเร็ว ๆ นี้จะมีบริษัทเอกชนและหน่วยงานรัฐประจำพื้นที่เข้ามาพยายามโปรโมทในด้านการพัฒนาพื้นที่เหล่านั้นผ่านการท่องเที่ยว Wine route และวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้คือเพื่อวิเคราะห์องค์ความรู้เกี่ยวกับ Wine Tourism ในแม็กซิโกผ่านบทวิจารณ์ของบทความทางวิชาการและกรณีศึกษาทางการท่องเที่ยวของ Wine route

Hiram, Kim, S., Jacky, James, & Nan (2019) ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการบริโภคอาหารพื้นเมืองในชื่อ Ethnic food consumption intention at the touring destination: The national and regional perspectives using multi-group analysis โดยมีกรกล่าวในรายงานการวิจัยไว้ว่าอาหารพื้นเมืองส่วนใหญ่ถูกเลือกมาเพื่อรองรับความต้องการในการบริโภคของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการนำเสนอวัฒนธรรมให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมภายในพื้นที่ ซึ่งอาหารพื้นเมืองส่วนมากได้กลายมาเป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวและกลายมาเป็นจุดดึงดูดใจในการเกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้กับพื้นที่ที่เกี่ยวข้องอีกด้วย และในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

จะมีการกล่าวถึงกลุ่มชนพื้นเมืองที่มีชื่อว่าชาวไดยัก (Dayak) ซึ่งชาวไดยักเป็นกลุ่มชนพื้นเมืองที่ใหญ่ที่สุดในมาเลเซียซึ่งในมุมมองของนักท่องเที่ยวนั้นการบริโภคหรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตในการทำอาหารนั้นเป็นที่น่าสนใจแต่ยังขาดการประชาสัมพันธ์ด้านข้อมูลไปมาก ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ยังมีการใช้ทฤษฎีการวางแผนพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพื่อสำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยวว่ามีความต้องการที่จะบริโภคอาหารของชาวไดยักหรือไม่เมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวที่ซาราวัก ประเทศมาเลเซีย ในการวิจัยในครั้งนี้จะมีการลงพื้นที่สำรวจโดยจะมีกลุ่มเป้าหมายหลักคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวจากคาบสมุทรมาลายู (Peninsular Malaysia) รัฐซาบะฮ์ (Sabah) สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย ทางคณะผู้จัดทำจะมีการสำรวจและเปรียบเทียบความต้องการในการบริโภค โดยมีการแจกแบบสอบถามให้นักท่องเที่ยวและใช้ PLS-SEM เพื่อทำการวิเคราะห์เส้นทางและหลายกลุ่ม ในการวิเคราะห์แนวทางและวิเคราะห์กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอยู่หลากหลายกลุ่มด้วยกัน

Tao, Z., Junyu, C. & Baoliang, H. (2019) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับ Authenticity, Quality, and Loyalty: Local Food and Sustainable Tourism Experience ได้กล่าวไว้ในรายงานการวิจัยไว้ว่าในการพัฒนาชุมชนชนบทอย่างยั่งยืนต้องอาศัยทั้งเศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมซึ่งทั้งสองอย่าง มีความสัมพันธ์กันอย่างเห็นได้ชัดเมื่อนำมาใช้กับอาหารพื้นบ้านที่เป็นส่วนสำคัญของวิถีชีวิต และประเพณีวัฒนธรรมของชุมชน เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว และเป็นสิ่งที่คอยสนับสนุนเศรษฐกิจภายในพื้นที่ อย่างไรก็ตาม ความน่าเชื่อถือและคุณภาพของอาหารท้องถิ่นยังไม่ได้ได้รับความเชื่อมั่นอย่างเต็มที่เมื่อเปรียบเทียบจากการแข่งขันกับผู้ประกอบการ มีแค่ส่วนน้อยที่ทราบว่าความน่าเชื่อถือต่ออาหารนั้นส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีในสินค้าของนักท่องเที่ยวอย่างไร ดังนั้นการศึกษานี้จะจัดทำขึ้นเพื่อตรวจสอบบทบาทของความน่าเชื่อถือ ในกรอบของคุณภาพของอาหาร ความพึงพอใจของผู้บริโภคและความจงรักภักดีในตัวสินค้า มีพื้นที่การศึกษานี้ที่เขตชุนเตอ กวางตุ้ง ประเทศจีน จากผลการศึกษาที่ออกมาอันค่อนข้างที่จะเป็นความแปลกใหม่ ในทางตรงกันข้ามความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพ ความคาดหวัง และความจงรักภักดีต่อนักท่องเที่ยวทั้งหมดนั้นขึ้นอยู่กับว่าอาหารที่นักท่องเที่ยวได้เห็น หรือทานเข้าไปมีความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือ และสามารถสื่อออกมาให้เข้าถึงรสชาติของอาหารพื้นเมืองจริง ๆ ได้มากน้อยแค่ไหน

Aneta, K. & Martin, S. (2018) กล่าวถึงการจัดการเทศกาลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นอีกหนึ่งสิ่งที่สำคัญที่จะช่วยให้สร้างกระแสทางด้านการท่องเที่ยวให้กับแหล่งที่เกี่ยว สิ่งสำคัญของด้านอุปทานของแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นที่จะต้องศึกษาและวิเคราะห์ด้านอุปสงค์ของกลุ่มลูกค้าโดยที่จะต้องรู้ว่าลูกค้าแต่ละกลุ่มมีความต้องการหรือแรงจูงใจอย่างไรเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์และการทำการตลาดให้กับเทศกาลอาหารที่จะจัดขึ้น โดยจุดประสงค์หลักในการศึกษาวิจัยคือการศึกษาระงูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วมเทศกาลโดยอาศัยจากการสัมภาษณ์และการทำแบบสอบถามแรงจูงใจ การศึกษานี้เปรียบเทียบความแตกต่างของ

แรงจูงใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวในสาธารณรัฐเช็กโดยใช้มิติที่ระบุไว้ในงานวิจัยก่อนหน้านี้โดย Park, Reisinger และ Kang ดำเนินการศึกษาวิจัยที่ South Beach Wine and Food Festival ใน Miami Beach, Florida ซึ่งการเปรียบเทียบแรงจูงใจดังกล่าวยังถือว่าเป็นการศึกษาวิจัยที่ยังใหม่มาก เนื่องจากในงานเทศกาลนี้มีกิจกรรมที่คล้ายคลึงกันแต่จุดประสงค์และแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารมีความแตกต่างกัน ดังนั้นผู้ประกอบการสามารถได้รับประโยชน์จากด้านการจัดสรรอุปทานให้ตรงกับกลุ่มตลาดเป้าหมายด้วยการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่เฉพาะเจาะจงและมีประสิทธิภาพ โดยการสร้างความน่าสนใจให้กับเทศกาลดังกล่าวได้ผลลัพธ์มาจากการสำรวจแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวซึ่งแบ่งออกเป็นสองกลุ่มคือกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปและกลุ่มเฉพาะกลุ่ม ในส่วนของกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปให้ความสนใจต่อการให้ความรู้และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่มีความสนใจในการศึกษาเรื่องไวน์ ดังนั้นทางเทศกาลจึงมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างกิจกรรมที่สร้างแรงจูงใจให้มีความหลากหลายมากขึ้น รวมถึงการให้ข้อมูลความรู้ที่เพิ่มมากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มตลาดเป้าหมาย

Igor, B. & Svetlana, B. (2018) ได้มีการศึกษาวิจัยโดยมีจุดประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทของประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารและการให้การสนับสนุนการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยท้องถิ่นเพื่อสร้างความน่าสนใจและสร้างจุดเด่นให้กับเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวจากการสร้างความแนวทางการพัฒนาประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชนตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในประเทศรัสเซีย จากผลการศึกษาวิจัยพบว่าประสบการณ์ทางด้านอาหารเป็นปัจจัยหลักของการเดินทางนักท่องเที่ยวต่างให้ความสนใจในเรื่องของอาหารท้องถิ่นที่สามารถตอบสนองต่อความคาดหวัง โดยประสบการณ์การท่องเที่ยวดังกล่าวมักส่งผลต่ออารมณ์ตามรูปแบบการบริโภคของนักท่องเที่ยวมากไปกว่านั้นหากประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับเป็นไปในด้านลบส่งผลให้เป็นไปได้ว่าความสำคัญด้านวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวก็จะลดลงไปด้วย ดังนั้นหากต้องการที่จะสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวจึงต้องคำนึงถึงความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในการจัดสรรเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อทำให้เส้นทางการท่องเที่ยวตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวให้มากที่สุดนั่นถือเป็นการสร้างคุณค่าและมูลค่าให้กับเส้นทางการท่องเที่ยวอย่างประสบผลสำเร็จ เป็นไปได้ว่าหากแหล่งท่องเที่ยวใด ๆ ที่มีการนำวัฒนธรรมหรือภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับอาหารมาต่อยอดและพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ของแหล่งท่องเที่ยวนั้นอาจเป็นผลดีต่อกาถึงจุดความสนใจให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวนอกเหนือจากการเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยว

Francesc F. F. (2018) ได้นำเสนอถึงการสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารด้วยการนำเสนอเอกลักษณ์ของตลาดในท้องถิ่นโดยจุดประสงค์ของงานวิจัยคือการศึกษาและวิเคราะห์

เอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นในรัฐคาตาลเนีย ประเทศสเปน Francesc ได้มีการสร้างเส้นทางการศึกษาวิจัยและได้ทำการเสนอเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้กับตลาดในรัฐคาตาลเนีย ประเทศสเปนทั้งหมด 4 รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่หลากหลายให้กับผู้เดินทางท่องเที่ยว ได้แก่

1) การสำรวจอาหารท้องถิ่นหรือผลิตภัณฑ์จากอาหารภายในตลาด การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเที่ยวชมอาหารพื้นเมืองหรืออาหารท้องถิ่นภายในตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักกับอาหารหรือวัตถุดิบในการประกอบอาหารของท้องถิ่นเพื่อเป็นการเปิดประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

2) การท่องเที่ยวเชิงอาหารไปกับตลาดท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อการเปิดประสบการณ์ในการรับรู้และเรียนรู้ถึงวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นของแหล่งท่องเที่ยวผ่านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมผ่านการประกอบอาหารหรือการบริโภคอาหารที่คนในท้องถิ่นได้นำออกมาจัดจำหน่าย

3) รสชาติของอาหารท้องถิ่นในตลาดคอสตา ดาอูราตา รัฐคาตาลเนีย ประเทศสเปน การท่องเที่ยวเชิงอาหารผ่านการนำเสนอรสชาติของอาหารเฉพาะถิ่นเพื่อนำเสนอรสชาติของอาหารท้องถิ่นที่มีความเป็นเอกลักษณ์เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารให้กับนักท่องเที่ยวทางด้านประสาทสัมผัสและด้านของความรู้สึกลับ

4) ความเกี่ยวพันของอาหารระหว่างอาหารจากพื้นดินและทะเล การท่องเที่ยวเชิงอาหารผ่านการนำเสนอผลิตภัณฑ์ด้านอาหารจากพื้นดินที่ได้มาจากภาคการเกษตรของท้องถิ่นพร้อมกับการนำเสนอผลิตภัณฑ์ด้านอาหารจากทะเล โดยการนำเสนอการประกอบอาหารที่เกิดจากการนำส่วนผสมจากทั้งสองแหล่งเข้าด้วยกันจนเกิดเมนูอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยวได้เกิดการเรียนรู้เพื่อได้รับประสบการณ์ทางด้านอาหารรูปแบบใหม่

Roberta, G. & Andrea P. (2018) ได้มีการศึกษาและทำความเข้าใจถึงการนำผลิตภัณฑ์ทางด้านอาหารและเครื่องดื่มที่มีอยู่ในท้องถิ่นหรืออาหารและเครื่องดื่มที่สื่อถึงความเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่แปลกใหม่มากขึ้น ด้วยการศึกษาถึงสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวประกอบกับประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ผลสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อการได้รับประสบการณ์การเรียนรู้ทางด้านอาหาร ดังนั้นจึงทำให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มเพื่อให้เหมาะสมกับรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวสูงสุดด้วยการเพิ่มองค์ประกอบสิ่งดึงดูดใจทางด้านวัฒนธรรมและอาหารให้มีความสอดคล้องกัน เช่น กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประกอบกับการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประกอบกับการเรียนรู้เชิงเกษตร

Jesus, C. et al. (2017) ได้กล่าวถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารในปัจจุบันว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้กลายมาเป็นจุดแข็งในการสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวอีกรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เข้ามามีส่วนในการสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวโดยการใช้อาหารเป็นตัวกลางในการสื่อสารทางวัฒนธรรมให้กับนักท่องเที่ยว ตามหลักความเป็นจริงนักท่องเที่ยวเชิงอาหารส่วนใหญ่แล้วมักจะเดินทางท่องเที่ยวตามร้านอาหารที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวหรือเป็นร้านอาหารที่นำเสนออาหารที่สื่อถึงความเป็นท้องถิ่น แสดงให้เห็นถึงแนวทางการสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวโดยใช้อาหารเป็นเครื่องมือในการสร้างความดึงดูดใจเพื่อกระตุ้นความต้องการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

Chiara, R. (2017) ได้มีการนำเสนอถึง แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้านอาหารและการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยการใช้อาหารเป็นสื่อในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวโดยเริ่มจากการวิเคราะห์ถึงปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อการสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับแหล่งท่องเที่ยว ชุมชน และเศรษฐกิจ นอกจากนี้ยังมีการศึกษาถึงผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นเพื่อเป็นการสร้างสิ่งดึงดูดใจให้กับนักท่องเที่ยวให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยว การศึกษาถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหารในท้องถิ่นเพื่อนำไปสู่การร่วมมือของคนในชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืน โดยรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารจะต้องเป็นการให้ประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยวโดยมีความเป็นวัฒนธรรมและความเป็นธรรมชาติทางสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่นเพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจให้กับนักท่องเที่ยว

Quee-Ling, L. et al. (2019) ได้กล่าวถึง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารต่อการเดินทางท่องเที่ยวจากผลการศึกษาวิจัยทำให้เห็นว่านักท่องเที่ยวเชิงอาหารส่วนใหญ่ให้ความสนใจในด้านขอการมีส่วนร่วม การเรียนรู้ และประสบการณ์ ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการสร้างประสบการณ์ ตอบสนองความคาดหวังและสร้างความทรงจำที่ประทับใจแก่นักท่องเที่ยวอย่างสูงสุด ผู้ออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงการให้ข้อมูลความรู้ประกอบกับการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยเน้นถึงความเป็นท้องถิ่นและลักษณะพิเศษหรือความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นเป็นการดำเนินกิจกรรมที่สามารถสร้างความคุ้มค่าและความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวเนื่องจากนักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้และเข้าถึงกระบวนการผลิต หรือกรรมวิธีการปรุงอาหารจากท้องถิ่นอย่างใกล้ชิด

Francisco, G. et al. (2019) ได้กล่าวถึง การมีบทบาทของการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เริ่มเข้ามามีส่วนในการวางแผนการจัดการแผนการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาประเทศ โดยทางผู้ศึกษาวิจัยได้มีเกณฑ์ในการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในเมืองออริโรร

ประเทศโบลิเวีย ด้วยการแบ่งกลุ่มของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารประกอบกับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจได้แก่ การผจญภัย ความสนุกสนาน และประสบการณ์อันหลากหลาย ซึ่งประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารดังกล่าวจะใช้กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารมาเป็นสิ่งดึงดูดใจให้กับนักท่องเที่ยว กิจกรรมสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่สามารถสร้างแรงจูงใจในความต้องการเดินทางท่องเที่ยวได้นั้นต้องประกอบไปด้วย จุดเด่นหรือเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว การสร้างความสัมพันธ์มิตรที่ดีต่อผู้มาเยือน การตอบสนองต่อประสาทสัมผัสและความรู้สึกของนักท่องเที่ยว การส่งเสริมทางด้านสุขภาพ และการสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำให้กับนักท่องเที่ยว

Zehr (2016) ได้ทำการวิจัยเรื่อง นวัตกรรมทางการตลาดเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน พบว่าเทคโนโลยีใหม่และนวัตกรรมจากผลิตภัณฑ์เป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญสำหรับการทำการตลาดในปัจจุบัน อย่างไรก็ตามต้องนำเสนอความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะขององค์กร เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันที่มีต้นทุนเป็นฐาน คำที่ใช้ในการตลาดเพื่ออธิบายนี้คือ "ความแตกต่าง" สำคัญของความแตกต่าง คือการเปลี่ยนส่วนประสมทางการตลาด คือ ผลิตภัณฑ์ ผู้คน ราคา สถานที่ การส่งเสริมการขาย เป็นต้น เพื่อสร้างข้อเสนอที่น่าดึงดูดที่สุดสำหรับลูกค้าปัจจุบัน การสร้างความแตกต่างต้องใช้นวัตกรรม การสร้างข้อเสนอที่ไม่เหมือนใครด้วยข้อเสนอที่ไม่มีใครเทียบและไม่เคยเห็นมาก่อน กระบวนการนี้เรียกว่านวัตกรรมทางการตลาด เมื่อนวัตกรรมด้านการตลาดขึ้นอยู่กับการสามารถหลักขององค์กร ก็จะสามารถนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืน แน่นนอนความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืนเป็นกุญแจสำคัญในการครองตลาดในระยะยาว

Sidali, M., Garrido & Pérez (2016) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวด้านอาหารในสภาพแวดล้อมดั้งเดิมเป็นกลยุทธ์ของการพัฒนาที่ยั่งยืน : กรณีของ *Ilex guayusa* Loes ในอเมซอนเอกวาดอร์ (Ecuadorian amazon) พบว่าบทความนี้ได้อภิปรายเกี่ยวกับวิธีเพิ่มประสิทธิภาพของการท่องเที่ยวด้านอาหารในประเทศเขตร้อนที่เกิดขึ้นใหม่ โดยมีกลุ่มชนพื้นเมืองจำนวนมาก อีกทั้งยังมีความหลากหลายทางชีวภาพสูง ได้ทำการบันทึกการสัมภาษณ์กับผู้ที่เกี่ยวข้อง ใน Amazon ของ Napo ในเอกวาดอร์ จากการวิเคราะห์ ผลการวิจัยเชิงคุณภาพนี้แสดงให้เห็นว่าทฤษฎีแบบตะวันตกที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบเฉพาะ มาจากประสบการณ์และความใกล้ชิดและเข้ากันได้ของกลุ่มชนพื้นเมือง Kichwa คือการเรียนรู้ร่วมกัน เสริมสร้างศักยภาพร่วมกัน สิ่งที่เหมาะสมที่จะเข้าใจในการท่องเที่ยวด้านอาหารในสภาพแวดล้อมดั้งเดิม นอกจากนี้การรวมกลุ่มของการท่องเที่ยวด้านอาหารแบบตะวันตกกับการผสมผสานของชนพื้นเมืองอาจช่วยให้มีการใช้พื้นที่ทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมากขึ้น

Valdez, Luz, M., Fontecha & Joaquin (2017) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แหล่งที่มาสำหรับการพัฒนาของการท่องเที่ยวและความแข็งแกร่งของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมด้านอาหารใน Santander



พบว่าบทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การทำอาหาร เพราะอาหารเป็นเครื่องมือที่สามารถปรับปรุงการท่องเที่ยวและคงความเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของผู้คนในซานทานแดร์ ที่เน้นเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ จึงทำการศึกษาเชิงสำรวจและได้ดำเนินการเพื่อให้บรรลุแนวทางแรกของปัญหาผลลัพธ์ที่ได้คือ สามารถออกแบบเส้นทางการกินหรือเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารในซานทานแดร์ ซึ่งเป็นกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภูมิภาคและเน้นการเชื่อมโยงที่ในอดีตได้สร้าง Santandereans ระหว่างดินแดนและอาหารที่เกิดขึ้น อาหารจึงเป็นองค์ประกอบของเอกลักษณ์ประจำภูมิภาค รวมถึงเส้นทางของ Los Santos, Villanueva, Guane-Barichara, Zapatoca และ San Vicente de Chucuri พื้นที่เหล่านี้ได้รับการคัดเลือกสำหรับเป็นอุตสาหกรรมเกษตร เพื่อผลิตวัตถุดิบทางการเกษตร และนำวัตถุดิบนั้นมาประกอบอาหาร และได้นำอาหารมาทำเป็นผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการเดินทางของเส้นทางหรือที่เรียกว่าของที่ระลึก

Yoram, C., Patricia, P. & Javier J. (2018) ได้ทำการวิจัยเรื่องการศึกษาคุณสมบัติของอาหาร : คำจำกัดความของความหมายของการเล่นอาหาร (ดิจิทัล) ของคุณ คืออะไร พบว่าการเล่นอาหารเป็นทั้งข้อห้ามทั่วไปและความต้องการอย่างลับๆ ของเด็ก ๆ ตั้งแต่อายุน้อยจะได้รับการสอนไม่ให้เล่นอาหาร แต่ได้รับการเลี้ยงดูให้เล่นวิธีอื่น (การเล่นเครื่องบิน) อาหารที่เราบริโภคไม่ว่าจะเป็นผลไม้ที่เก็บมาจากต้นไม้ หรือจากร้านอาหารที่เต็มไปด้วยโอกาสที่จะสามารถเล่นอาหารเหล่านั้นได้ เมื่อไม่นานมานี้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เช่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ขนาดเล็กและเทคนิคการประดิษฐ์ ได้เปิดศักยภาพใหม่สำหรับการเล่นและการมีปฏิสัมพันธ์ ในบทความนี้ได้ตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาหารกับการเล่น ความหมายของการเล่นอาหารของคุณ หมายความว่าอย่างไร ความสำคัญของการมีรสนิยมและรสชาติในโลกที่ดิจิทัลมีความสัมพันธ์กันอย่างลึกซึ้งและความรู้สึกสามารถถูกหลอกด้วยวิธีการเสมือนได้อย่างง่ายดาย และการเล่นแบบใดที่เป็นไปได้ที่จะรับรู้อาหารและเครื่องดื่มผ่านความรู้สึก

Bacik, Fedorko, Nastisin & Gavurova (2018) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยของการผสมผสานการสื่อสารบนโซเชียลมีเดียและบทบาทในการสร้างประสบการณ์ของลูกค้าและภาพลักษณ์ตราสินค้า พบว่าการศึกษามุ่งเน้นไปที่การสำรวจความสัมพันธ์ในการสร้างแบรนด์บนสื่อสังคมออนไลน์ โดยการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ของลูกค้าและภาพลักษณ์ของแบรนด์ที่รับรู้ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 476 คน และผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20 ถึง 35 ปีมากที่สุด โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ในปัญหานี้ จากความสัมพันธ์ที่ตรวจสอบทั้ง 7 ครั้งพบว่ามีการใช้เครื่องมือโซเชียลมีเดียเพื่อวัตถุประสงค์ในการสร้างแบรนด์ทำให้ประสบผลสำเร็จได้ง่ายขึ้น เพราะโซเชียลมีเดียเป็นเครื่องมือที่มีความสามารถต่อการรับรู้และทัศนคติของผู้คน นอกจากนี้ยังเป็นวิธีที่รวดเร็วและเป็นหนึ่งในวิธีในการสื่อสารกับลูกค้า

Aranceta, B. (2018) ได้ทำการวิจัยเรื่องบทบาทของอาหารและเทคโนโลยีใหม่ ในการสร้างอาหารสุขภาพพบว่าอาหารและวิทยาศาสตร์แบบองค์รวมมีอิทธิพลอย่างมากในปัจจุบันและการบริโภคอาหารในชีวิตประจำวันของประชากรในอนาคต มีประชากรจำนวนมากที่บริโภคอาหารนอกบ้านอย่างน้อยหนึ่งมื้อและผลกระทบของอาหารนี้จะยังคงอยู่ช่วงระยะเวลาหนึ่ง ผลิตภัณฑ์อาหารอุตสาหกรรมอาหารและการจัดจำหน่ายอาหาร (รวมถึงโรงแรมและร้านอาหาร ช่อง HORECA) มีความสำคัญอย่างยิ่งในการจัดหาอาหารและเครื่องดื่ม ดังนั้นองค์ประกอบจึงต้องมีความเหมาะสมขององค์ประกอบด้านปริมาณ ด้านคุณภาพและราคาขึ้นอยู่กับความพร้อมของอาหารนั้น ๆ ผู้บริโภคจะทำการเลือกอาหารในหลาย ๆ กรณีโดยพิจารณาจากราคา ความสะดวกสบาย การรับรู้ทางการใช้ประสาทสัมผัสและรับรู้ถึงผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นกับสุขภาพ วิทยาศาสตร์แบบองค์รวมมีความสำคัญอย่างยิ่งในอนาคตอันใกล้นี้ โดยการระบุค่าพีคที่มีความแม่นยำและกระตุ้นการตรวจสอบของอาหารและส่วนประกอบใหม่ที่จะช่วยให้มีสุขภาพดีขึ้น มีฟังก์ชันที่ดีขึ้นและอายุการใช้งานที่ยาวนานขึ้นโดยที่ไม่มีความผิดปกติ จากมุมมองทั้งหมดนี้ต้องการกรอบกฎหมายที่รับรองหักการป้องกันไว้ล่วงหน้าและความปลอดภัยของอาหารที่ดีที่สุด ด้วยวิธีการที่ซับซ้อนนี้การทำงานร่วมกันระหว่างวิทยาศาสตร์ อุตสาหกรรมองค์กรผู้บริโภค การบริหารต้องอำนวยความสะดวกในการทำให้อาหารเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่

Rachao, Breda, Fernandes & Joukes (2018) ได้ทำการวิจัยเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอาหารและการพัฒนาภูมิภาค : การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ พบว่าการใช้อาหารเป็นสิ่งที่มีความแตกต่างของจุดหมายปลายทางและศักยภาพที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวที่นั่นได้รับการกล่าวถึงในวิชาการ แต่แต่ละประเทศใช้เงื่อนไขที่แตกต่างกันในการเชื่อมโยงอาหารกับการท่องเที่ยว เช่น แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร สำหรับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) และ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) มีการใช้แทนกัน บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจกลยุทธ์การสร้างสรรคนวัตกรรมระดับภูมิภาคโดยพิจารณาจากอาหารและการท่องเที่ยวและวิธีการสนับสนุนการจัดการจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว การศึกษาใช้การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบโดยเน้นที่ฐานข้อมูลหลักสองแห่ง คือ SCOPUS และ ISI Web of Science โดยรวมมีการวิเคราะห์บทความ 538 บทความ (ตั้งแต่ปี 2528 ถึง 2560) ที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการฉบับภาษาอังกฤษที่ได้รับการตรวจสอบ จากการทบทวนอย่างเป็นระบบ พบว่าอาหารและการท่องเที่ยวได้รับการเข้าถึงจากมุมมองที่หลากหลาย จากกลยุทธ์การป้องกันรูปแบบดั้งเดิมภายใต้ฉลากคุณภาพอาหารในยุโรป เช่น Protected Designation of Origin (PDO) และ Protected Geographical Indication (PGI) รวมไปถึงการกระทำที่เป็นนวัตกรรม ซึ่งการปรับระบบของสถานที่เปลี่ยนให้เป็นพื้นที่สร้างสรรค์อาหารหรือกลุ่มอาหาร สุดท้ายนี้บทความนี้พยายามที่จะมีส่วนร่วมในองค์ความรู้ด้านอาหารและการท่องเที่ยว ภายใต้มุมมองของกลยุทธ์การสร้างสรรค

นวัตกรรมระดับภูมิภาค การประยุกต์ใช้การทบทวนวรรณกรรมเชิงคุณภาพของบทความที่คัดสรร 27 บทความ ภายใต้ขอบเขตของการวิจัย

Choe, Ja Young & Seongseop (2018) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ผลกระทบจากคุณค่าทางทัศนคติการบริโภคอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวต่อภาพลักษณ์ของอาหารและเจตนาเชิงพฤติกรรม พบว่าการศึกษาคั้งนี้สำรวจผลกระทบของมูลค่าการบริโภคอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวต่อการรับรู้และพฤติกรรมของพวกเขา ภูมิหลังทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวใช้เป็นตัวแปรในการถ่วงดุล ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าคุณค่าการบริโภคอาหารในท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวอธิบายทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหารท้องถิ่นภาพลักษณ์ของอาหารของแหล่งท่องเที่ยวปลายทางและเจตนาเชิงพฤติกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ และนำเสนอข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมสำหรับอุตสาหกรรมอาหารและการท่องเที่ยวด้านอาหารและให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์แก่องค์กรการตลาดปลายทาง (DMOs) สำหรับการใช้อาหารท้องถิ่นเป็นเครื่องมือทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวปลายทาง

Kumar (2019) ได้ทำการวิจัยเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอาหาร : วิธีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในหมู่เกาะอันดามันและนิโคบาร์ พบว่าการศึกษาคั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารนั้นถือเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเสริมสำหรับหมู่เกาะอันดามันและนิโคบาร์หรือไม่ นอกจากนี้การศึกษายังมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ลักษณะของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมเกาะและมุมมองของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาหารในเกาะ ระเบียบวิธีวิจัยกลุ่มเป้าหมายคือนักท่องเที่ยว จำนวน 126 คน ที่เดินทางมาเยี่ยมชมหมู่เกาะอันดามัน มีการทำแบบสอบถามและตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง จากการวิเคราะห์แบบสอบถามพบว่า การแจกแจงความถี่เกี่ยวกับลักษณะตัวอย่างและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในหมู่เกาะ นอกจากนี้จะมีมุมมองแบบองค์รวมของสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารในหมู่เกาะ อีกชุดของแบบสอบถามได้รับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลในหมู่ของผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมผู้ตอบแบบสอบถามชุดนี้ได้ 108 คน ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารสามารถรวมเข้าด้วยกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นวิธีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในหมู่เกาะอันดามันและนิโคบาร์ การศึกษาพยายามที่จะให้ข้อมูลเชิงลึกในแง่มุมมองของอาหารเป็นวิธีการในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว แนะนำการศึกษาเพิ่มเติมจากผู้วิจัยในการศึกษาว่าอาหารเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวในหมู่เกาะอันดามันและนิโคบาร์อย่างไร

Mareco, Cassia A., Simonian, Lopes & Ligia (2019) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงความสัมพันธ์และภาพลักษณ์ด้านอาหารของรัฐปารา พบว่างานวิจัยนี้มีจุดประสงค์ ของงานวิจัยนี้คือ เพื่อให้เข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ภาพถ่ายการท่องเที่ยวและอาหารของรัฐปารา อาหารของรัฐปาราถือเป็นหนึ่งอาหารต้นตำหรับของประเทศบราซิล สาเหตุมาจากการที่

ทรัพยากรธรรมชาติส่วนใหญ่เชื่อมโยงไปภูมิภาคคอเมซอนโดยตรง ทำให้วรรณกรรมเกี่ยวกับภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จึงได้ทำการทบทวนวรรณกรรมและวิจัยเกี่ยวกับลักษณะเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่สำคัญของการวิเคราะห์จากจุดสำคัญ ความสำคัญของภาพลักษณ์ในฐานะที่เป็นทรัพยากรที่จะส่งเสริมการขายผ่านการอนุรักษ์อาหารของรัฐปาราไม่ได้ถูกเน้นย้ำเพราะว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่เคยเข้าถึงภาพลักษณ์ภาพถ่ายของอาหารรัฐปาราก่อนที่พวกเขาจะมาถึงเมืองเบเลง แม้ว่าภาพลักษณ์ด้านอาหารจะได้รับความนิยมนที่สูงมาจากบริษัทที่ให้สัมภาษณ์

Chang Ching Yu (2007) ได้ทำการศึกษาด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค และประสบการณ์ด้านอาหารระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศออสเตรเลียของนักท่องเที่ยวชาวจีน รวมถึงการสำรวจพฤติกรรมการบริโภคและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่ออาหารที่ได้รับบริการระหว่างการท่องเที่ยวในประเทศออสเตรเลีย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยหลักที่นักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความสนใจและมีความคาดหวังเป็นพิเศษในช่วงเวลาระหว่างท่องเที่ยววันนี้คือ การรับประทานอาหารเช้าในภัตตาคารจีน การรับประทานอาหารเช้าท้องถิ่นออสเตรเลีย หลังจากการศึกษาได้มีประเด็นที่น่าสนใจต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร กล่าวคือ การที่นักท่องเที่ยวมีความเห็นว่าเป็นอาหารที่บริษัทนำเที่ยวจัดไว้เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวตลอดระยะเวลาการเดินทางท่องเที่ยววันนี้ถือเป็นสิ่งสำคัญมากที่จะช่วยทำให้เกิดความประทับใจต่อประสบการณ์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนยังให้ความสำคัญเกี่ยวกับคุณค่าของวัฒนธรรมอาหาร ความหลากหลายของอาหารที่มีให้เลือกรับประทานในแต่ละมื้อ ความสำคัญและความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งที่ได้ไปเยี่ยมชม รวมไปถึงประสบการณ์และความสามารถของหัวหน้าทัวร์ ที่จะต้องมีทักษะในการบริหารจัดการและการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้แก่นักท่องเที่ยวในกลุ่มที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรม

Kivela and Crotts (2006) ได้ศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวและการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร โดยให้ความสำคัญในประเด็น อาหารการกินอย่างมีอิทธิพลอย่างไรต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ ของนักท่องเที่ยว โดยมีข้อสรุปจากการศึกษาว่า ประสบการณ์การท่องเที่ยวและการเรียนรู้ด้านวัฒนธรรมอาหาร เกิดจากวิถีชีวิตของผู้คนในแต่ละท้องถิ่น และมีส่วนสำคัญอย่างมากต่อการเรียนรู้ด้านการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวที่มีอัตลักษณ์เฉพาะด้านวัฒนธรรมอาหาร และภูมิปัญญาท้องถิ่น อีกประเด็นหนึ่งที่สำคัญพบว่า ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารนั้น ยังจำกัดอยู่ในวงแคบ ทั้งนี้ เรื่องของอาหารการกินเป็นเรื่องใกล้ตัว ทำให้เกิดคำถามเกี่ยวกับการศึกษาในหลากหลายประเด็น เช่น การมีส่วนร่วมทางการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารหรือไม่ อาหารต่างๆ ที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละแห่งนั้นมีความสัมพันธ์ต่อประสบการณ์ที่น่าประทับใจของการท่องเที่ยว

ของนักท่องเที่ยวหรือไม่ และมีการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวหรือไม่ในสถานที่ท่องเที่ยวเดิม โดยใช้เหตุผลในการกลับมาเยือนซ้ำเพราะเกิดความประทับใจในอาหารการกินของสถานที่เหล่านั้น โดยการสำรวจในครั้งนี้ทำการสำรวจข้อมูลประเทศฮ่องกง เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นเรื่องความประทับใจของนักท่องเที่ยวจากอาหารการกินที่มีชื่อเสียงด้านรสชาติ และมีความหลากหลาย และเหตุผลในการที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศฮ่องกงนั้น เพราะความประทับใจในอาหาร เนื่องจากประเทศฮ่องกงมีชื่อเสียงด้านการจับจ่ายซื้อสินค้าและอาหารที่มีรสชาติอร่อย ทำให้ประเทศฮ่องกงมีจุดขาย และเป็นการตลาดที่มีจุดแข็งที่สุด

Erik Cohen and Nir Avieli (2004) ได้ทำการศึกษาเรื่อง สิ่งดึงดูดและอุปสรรคในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และพบว่าอาหารท้องถิ่นในแต่ละประเทศที่นักท่องเที่ยวเดินทางมายังจุดหมายปลายทางนั้น เป็นสิ่งที่ดึงดูดและเป็นอุปสรรคของนักท่องเที่ยว ซึ่งพื้นที่ที่ทำการศึกษาคือภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งมีวัฒนธรรมทั้งการปรุงอาหาร และการรับประทานอาหารที่แตกต่างจากวัฒนธรรมของภูมิภาคตะวันตกอย่างชัดเจน ทั้งที่นักท่องเที่ยวในปัจจุบันจากทั่วโลกมีความรู้ในเรื่องของอาหารในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกันออกไป โดยนักท่องเที่ยวที่ทำการค้นคว้าข้อมูลทั้งจากตำราอาหาร หนังสือ นิตยสาร รายการโทรทัศน์ หรือร้านอาหารต่างประเทศที่ดำเนินธุรกิจในประเทศที่ตนพักอาศัยอยู่ โดยมีนักท่องเที่ยวกลุ่มหนึ่งจะสนใจในการเรียนรู้วัฒนธรรมอาหารผ่านการทดลองรับประทานอาหารหรือชิมอาหารท้องถิ่นในสถานที่ที่นักท่องเที่ยวได้เดินทางไปท่องเที่ยว โดยผ่านการนำเสนอการจัดตกแต่งอาหาร สีสนขององค์ประกอบภายในจาน รวมถึงสาธิตกรรมวิธีการปรุงอาหารให้แก่นักท่องเที่ยวได้เป็นวัตถุดิบและส่วนผสมที่สด สะอาด ปลอดภัย ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพของนักท่องเที่ยว และในบางกรณีที่นักท่องเที่ยวบางกลุ่มต้องการทดลองรับประทานอาหารแปลกที่ไม่คุ้นเคยมาก่อน ย่อมเกิดความเสี่ยงและสามารถเกิดอันตรายต่อร่างกายของนักท่องเที่ยวได้ก็ตาม อาหารรถเข็นริมถนนในประเทศไทยส่งผลให้นักท่องเที่ยวบางกลุ่มลังเลใจในการตัดสินใจการเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่น ที่จัดจำหน่ายตามรถเข็นดังกล่าว ถึงแม้ว่าอาหารเหล่านั้นจะมีความน่าสนใจก็ตาม

เกศกนก ชุ่มประดิษฐ์ และ จิราพร ขุนศรี (2549) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่องอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อค้นหาอัตลักษณ์ กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ และปัจจัยที่ก่อให้เกิดอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายพร้อมทั้งศึกษาภาพสะท้อน ของอัตลักษณ์ คือ ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย และปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์เหล่านั้น ผลการวิจัย พบว่า อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย มี 2 รูปแบบ คือ อัตลักษณ์แห่งล้านนา กับอัตลักษณ์ของเชียงรายเข้าไว้ด้วยกัน โดยมีกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนของการหาสิ่งที่เป็นจุดร่วมของคนเชียงราย ขั้นการเผยแพร่และขั้นแห่งการยอมรับ อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย อัตลักษณ์ทั้งหมดนี้มีปัจจัยด้านการจำแนก การสร้างจุดร่วมของสังคมสิ่งแวดล้อม ภาครัฐ และเศรษฐกิจ เป็นปัจจัย

สำคัญที่ทำให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายสำหรับภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติรับรู้ลักษณะของภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายไปในทิศทางเดียวกันเพียงแต่นักท่องเที่ยวชาวไทยสามารถจำแนกลักษณะที่แตกต่างของเชียงรายจากกลุ่มล้านนาได้ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ไม่สามารถจำแนกได้ ด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายนั้น พบว่า แต่ละปัจจัยล้วนส่งผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในระดับสูง ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีเพียงปัจจัยส่วนตัวที่ส่งผลต่อการรับรู้ค่อนข้างสูง นอกจากนี้การวิจัย ยังพบว่า อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายไม่มีความแตกต่างกัน ซึ่งหมายความว่า ภาพลักษณ์ซึ่งเป็นสิ่งที่สะท้อนออกจากอัตลักษณ์มีลักษณะและรูปแบบไปในทิศทางเดียวกัน

ทรงคุณ จันทจร และคณะ (2552) ได้ศึกษาเรื่องคุณค่าอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นกับการนำมาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ การศึกษาคุณค่าอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นกับการนำมาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ เกิดขึ้นจาก สภาพเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้คุณค่าอัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นในภูมิภาคเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย เนื่องจากเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามามีบทบาทในชุมชนมากยิ่งขึ้น และในภาวะความจำเป็นในการพัฒนาประเทศ อยู่บนพื้นฐานทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น ทำให้ศิลปวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลางและภาคใต้ กำลังสูญหายไปไม่ได้รับการพัฒนาส่งเสริม อนุรักษ์ และการใช้ประโยชน์ในชีวิตของคนในชุมชน ในการศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาคุณค่าอัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น 59 จังหวัดของประเทศไทย ประกอบด้วย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 19 จังหวัด ภาคกลาง 26 จังหวัด และภาคใต้ 14 จังหวัด ที่มีศักยภาพและสามารถส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างเป็นรูปธรรมรวมทั้งการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภูมิภาคต่าง ๆ วิธีการศึกษาเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและแหล่งการผลิตงานศิลปหัตถกรรมในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ 4 ประเภท ได้แก่ เครื่องจักสาน เครื่องปั้นดินเผา ผ้า และการหล่อลอมโลหะ เพื่อหาแนวทางในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์และส่งเสริมกระบวนการผลิตให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จากการศึกษาพบว่า ศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นในแต่ละภูมิภาคเป็นภูมิปัญญาและมรดกทางวัฒนธรรมของสังคมเกษตรกรรมที่มีการสืบสานองค์ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญต่าง ๆ ถ่ายทอดมายังกลุ่มชนรุ่นหลัง โดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีผลิตภัณฑ์ประเภทผ้า เครื่องจักสาน และเครื่องปั้นดินเผาเป็นศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นที่พบเกือบทุกจังหวัด ส่วนผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภทการหล่อลอมโลหะและผลิตภัณฑ์อื่น ๆ พบการผลิตในบางท้องถิ่นเท่านั้น

ศิลปะหัตถกรรมท้องถิ่นภาคกลาง ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องจักสาน เครื่องปั้นดินเผา และผ้า เป็นศิลปะหัตถกรรมท้องถิ่นที่พบมากที่สุดเกือบทุกจังหวัด ส่วนผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ประเภทการหล่อหลอมโลหะ และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ พบการผลิตกันในบางชุมชนเท่านั้น

ศิลปะหัตถกรรมท้องถิ่นภาคใต้ ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าและเครื่องจักสานเป็นศิลปะหัตถกรรมท้องถิ่นที่พบมากที่สุดเกือบทุกจังหวัด ส่วนผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภทเครื่องปั้นดินเผา การหล่อหลอมโลหะ และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ พบการผลิตในบางชุมชนเท่านั้น

โดยแนวทางในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องมีการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้โดดเด่นเหมาะกับยุคสมัยในปัจจุบัน สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างหลากหลาย พยายามลดต้นทุนในการผลิตด้วยการเลือกใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นโดยไม่ทำให้คุณค่าและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ลดลง มีการส่งเสริมอาชีพให้กับคนในท้องถิ่น เพื่อสืบทอดภูมิปัญญาไม่สูญหาย มีการสนับสนุนให้มีการจัดตั้งศูนย์สาธิตกระบวนการผลิต การจัดนิทรรศการและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ ภายในท้องถิ่น เพื่อเป็นแรงจูงใจและอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้กับผู้เยี่ยมชม

ศิลปะหัตถกรรมท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ มีความเกี่ยวเนื่องด้วยวัฒนธรรมการดำรงชีวิตของผู้คนในชุมชน ซึ่งทำให้คุณค่าทางอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่น และมีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยมีศิลปะหัตถกรรมเหล่านั้นได้ส่งสมคุณค่าความเป็นท้องถิ่นในแต่ละภูมิภาคไว้พร้อมที่จะได้รับการสืบทอดและประยุกต์ใช้ในวิถีการดำเนินชีวิตของคนในท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน แม้กระแสโลกาภิวัตน์ ความก้าวหน้า ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีจะเข้ามามีบทบาทต่อชุมชนและท้องถิ่น

แพรวโพนม พัวเจริญ (2554) ได้ศึกษาอัตลักษณ์และคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมเพลงโคราชสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับเยาวชน ผลการศึกษา พบว่า ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวเยาวชนมีความต้องการต่อการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับมรดกทางวัฒนธรรมเพลงโคราช และคณะหอเพลงโคราชรวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็สามารถที่จะสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับเพลงโคราชตามที่นักท่องเที่ยวต้องการ ซึ่งมีกิจกรรมคือ การแสดงพิพิธภัณฑ์เกี่ยวกับเพลงโคราช มีบริการเช่าชุดเครื่องแต่งกายของเพลงโคราชให้นักท่องเที่ยวสวมใส่และได้ถ่ายภาพเพื่อเก็บไว้เป็นที่ระลึก การแข่งขันประกวดร้องเพลงโคราช จัดให้มีเพลงโคราชเข้ามาอยู่ใน Package ทางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการแสดงเพลงโคราช นักท่องเที่ยวได้ฝึกร้องเพลงโคราช จัดให้มีร้านขายของที่ระลึก เกี่ยวกับเพลงโคราช จัดรูปแบบเกมส์ที่เกี่ยวกับเพลงโคราชให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมสนุก จัดให้มีการนำเพลงโคราชเข้ามามีส่วนร่วมในการประชุมสัมมนา จัดให้มีการเยี่ยมบ้านหอเพลงโคราช เป็นต้น

ศิริรินทร์ สังข์ทอง และอารีย์ญา ธิรศัตยาพิทักษ์ (2562) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาย่านเมืองเก่าภูเก็ต โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนในย่านเมืองเก่ามีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับมากในการปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ หรือมาตรการของย่านเมืองเก่าภูเก็ต เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์อัตลักษณ์และความดั้งเดิมของย่านเมืองเก่าภูเก็ต มีส่วนร่วมในระดับปานกลางในการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว และในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว และมีส่วนร่วมในระดับน้อยในการติดตามและประเมินผลปัญหาที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมการท่องเที่ยว



## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ต้องการแม่นยำและน่าเชื่อถือมากที่สุด ซึ่งมีวิธีดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

#### 1. ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ Primary Data ได้แก่ ข้อมูลจากการศึกษาภาคสนาม โดยการใช้แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ แบบสำรวจ แบบประชุมเชิงปฏิบัติการ จากกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ที่กำหนดไว้ในขอบเขตการศึกษา

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ Secondary Data ข้อมูลส่วนนี้ผู้วิจัยได้จากการศึกษารวบรวมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตลอดจนข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ต และจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักพัฒนาการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด การปกครองท้องถิ่น เป็นต้น

#### 2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### 2.1 ประชากร

กลุ่มประชากรในเขตพื้นที่วิจัยในเขตเมืองเก่าภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มดังต่อไปนี้

2.1.1. กลุ่มหน่วยงานของภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเขตเมืองเก่าภูเก็ต ดังนี้

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัด
- ที่ว่าการอำเภอ
- เทศบาลตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล
- นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว
- ผู้นำชุมชน

2.1.2. ผู้ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

2.1.3. กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

## 2.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างและจำนวนกลุ่มตัวอย่างในเขตพื้นที่วิจัยในเขตเมืองเก่าภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

2.2.1 กลุ่มหน่วยงานของภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเขตเมืองเก่าภูเก็ต ดังนี้

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน
1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดภูเก็ต	1 คน
2. สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต	1 คน
3. ที่ว่าการอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต	1 คน
4. เทศบาลนครภูเก็ต	1 คน
5. ตัวแทนนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต	1 คน
6. ตัวแทนผู้นำชุมชน	1 คน
<b>รวม</b>	<b>6 คน</b>

2.2.2 กลุ่มผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในเขตเมืองเก่าภูเก็ต ดังนี้

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน
1. ตัวแทนผู้ประกอบการนำเที่ยว	1 คน
2. ตัวแทนผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึก	1 คน
3. ตัวแทนผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่ม	1 คน
4. ตัวแทนผู้ประกอบการคมนาคมขนส่ง	1 คน
5. ตัวแทนผู้ประกอบการที่พัก	1 คน
6. ตัวแทนผู้ประกอบการ MICE	1 คน
<b>รวม</b>	<b>6 คน</b>

2.2.3. กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน
นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเมืองเก่าภูเก็ต	400 คน

### 3. วิธีการรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ประกอบไปด้วยข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่ตรงตามวัตถุประสงค์การศึกษาวิจัยดังนี้

#### 3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ Primary Data

ได้แก่ ข้อมูลจากการศึกษาภาคสนาม โดยการใช้แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ที่กำหนดไว้ในขอบเขตการศึกษามาวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด

#### 3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ Secondary Data

ข้อมูลส่วนนี้ผู้วิจัยได้จากการศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตลอดจนข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ต และจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเพื่อมาจัดหมวดหมู่ข้อมูล จัดลำดับความสำคัญของข้อมูล

### 4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย/การตรวจสอบเครื่องมือ

ในการวิจัยครั้งนี้ได้เลือกวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมเนื้อหาอย่างสมบูรณ์

#### 4.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

**1.4.1 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก** ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์เชิงลึกบุคคล 1 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเขตเมืองเก่าภูเก็ตในหน่วยงานของภาครัฐ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
2. สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัด
3. ที่ว่าการอำเภอ
4. เทศบาลตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล
5. นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว
6. ผู้นำชุมชน

ทั้งนี้ผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์ในรูปแบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) โดยมีการกำหนดคำถามในการสัมภาษณ์ล่วงหน้าด้วยคำถามปลายเปิดเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างได้เสนอความคิดเห็นได้เต็มที่และได้ข้อมูลที่เป็นจริงมากที่สุด

**1.4.2 แบบประชุมกลุ่มย่อย** ผู้วิจัยทำการประชุมกลุ่มย่อยจากตัวแทนของกลุ่มหน่วยงานของภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเขตเมืองเก่าภูเก็ต ในหน่วยงานของภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชน ทั้งนี้ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยมีการกำหนดหัวข้อในการการประชุมกลุ่มย่อยล่วงหน้าด้วยคำถามปลายเปิดเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างได้เสนอความคิดเห็นได้เต็มที่และได้ข้อมูลที่เป็นจริงมากที่สุด โดยมีส่วนประกอบในการประชุมกลุ่มย่อย ดังนี้

1. หนังสือขอเชิญร่วมประชุมกลุ่มย่อย
2. กำหนดการการประชุมกลุ่มย่อย
3. เอกสารประกอบการประชุมกลุ่มย่อย
4. แบบบันทึกการประชุมกลุ่มย่อย
5. แบบสรุปการประชุมกลุ่มย่อย

### 1.4.3 แบบสอบถาม

แบบสอบถาม (Questionnaire) ใช้กับบุคคล 2 กลุ่ม คือกลุ่มประชาชนที่อาศัยในเขตพื้นที่วิจัยและกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่วิจัยเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณเป็นแบบสอบถามในลักษณะคำถามปลายปิด (Close-ended Questions) และคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบจำนวน 5 ระดับ ตามมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยใช้วิธีของ Likert คือ

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	5	คะแนน
ระดับความคิดเห็นมาก	4	คะแนน
ระดับความคิดเห็นปานกลาง	3	คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อย	2	คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	1	คะแนน

โดยแบ่งคำถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ ต่อเดือน อาชีพ สถานภาพและภูมิลำเนา

ตอนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

ตอนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

ตอนที่ 4 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

ตอนที่ 5 ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

## 4.2 การตรวจสอบเครื่องมือ

ผู้ศึกษาวิจัยผู้ทำการศึกษาและดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

### 4.2.1 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

- ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- สร้างแบบสัมภาษณ์ ในการวิจัยโดยพิจารณาถึงแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องให้ครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ของการศึกษา
- ตรวจสอบความสอดคล้องของข้อมูลเพื่อให้ข้อมูลมีความแม่นยำ น่าเชื่อถือ และป้องกันความผิดพลาดโดยใช้ การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) มีวิธีการดังนี้ (Steven J. Taylor.et.al, 2016)
  - ตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulate) เป็นการพิสูจน์ความถูกต้องของข้อมูลที่ได้มาจากแหล่งที่มาต่าง ๆ โดยพิจารณาแหล่งเวลา แหล่งสถานที่ และแหล่งบุคคลที่แตกต่างกัน ซึ่งพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างจริง คือ 1) แหล่งเวลาช่วงเวลาที่ยัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างประมาณเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2563 2) แหล่งสถานที่ คือ เขตเมืองเก่าภูเก็ต ซึ่งเป็นพื้นที่วิจัยตามที่กล่าวในบทที่ 1 3) แหล่งบุคคล คือ เป็นบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตเมืองเก่าภูเก็ต ซึ่งทั้งแหล่งเวลา แหล่งสถานที่ และแหล่งบุคคลเป็นข้อมูลที่ถูกต้องจริงที่ต้องการตามวัตถุประสงค์
  - ตรวจสอบสามเส้าด้านผู้ศึกษาวิจัย (Investigation Triangulate) เป็นการตรวจสอบว่าผู้ศึกษาวิจัยแต่ละคนจะได้ข้อมูลมาต่างกันหรือไม่ และอย่างไร ซึ่งในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีผู้ศึกษาวิจัย 1 คน ทั้งการรวบรวมข้อมูล การเลือกผู้สัมภาษณ์

- ตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulate) เป็นการตรวจสอบว่าถ้าผู้ศึกษาวิจัยใช้แนวคิดทฤษฎีครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์หรือไม่ ซึ่งผู้ตรวจสอบนั้นเป็นการตรวจสอบของผู้ทรงคุณวุฒิและแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ
- ตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulate) ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลที่หลากหลาย โดยใช้วิธีการใช้วิธีการสังเกตควบคู่กับการซักถาม พร้อมทั้งข้อมูลจากแหล่งเอกสารประกอบด้วย
- นำแบบสัมภาษณ์ให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความถูกต้อง ทำการปรับปรุงและแก้ไขแบบสัมภาษณ์ตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ
- นำแบบสัมภาษณ์ไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริง

#### 4.2.2 แบบประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group Discussion)

- สร้างแบบประชุมกลุ่มย่อยในการวิจัยโดยพิจารณาถึงแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องให้ครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ของการศึกษา และการวิเคราะห์เนื้อหาจากแบบสัมภาษณ์
- ตรวจสอบความสอดคล้องของข้อมูลเพื่อให้ข้อมูลมีความแม่นยำ นำเชื่อถือ และป้องกันความผิดพลาดโดยใช้ การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) มีวิธีการดังนี้ (Steven J. Taylor.et.al, 2016)
  - ตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulate) เป็นการพิสูจน์ความถูกต้องของข้อมูลที่ได้อาจมาจากแหล่งที่มาต่าง ๆ โดยพิจารณาแหล่งเวลา แหล่งสถานที่ และแหล่งบุคคลที่แตกต่างกัน ซึ่งพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างจริง คือ 1) แหล่งเวลาช่วงเวลาที่ยอมรับกลุ่มตัวอย่างประมาณเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2563 2) แหล่งสถานที่ คือ เขตเมืองเก่าภูเก็ต ซึ่งเป็นพื้นที่วิจัยตามที่กล่าวในบทที่ 1 3) แหล่งบุคคล คือ เป็นบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตเขตเมืองเก่าภูเก็ต ซึ่งทั้งแหล่งเวลา แหล่งสถานที่ และแหล่งบุคคลเป็นข้อมูลที่ถูกต้องจริงที่ต้องการตามวัตถุประสงค์
  - ตรวจสอบสามเส้าด้านผู้ศึกษาวิจัย (Investigation Triangulate) เป็นการตรวจสอบว่าผู้ศึกษาวิจัยแต่ละคนจะได้ข้อมูลมาต่างกันหรือไม่ และอย่างไร ซึ่งในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีผู้ศึกษาวิจัย 1 คน ทั้งการรวบรวมข้อมูล การเลือกผู้เข้าร่วมประชุมกลุ่มย่อย และผู้ช่วยผู้ศึกษาวิจัย 3 คนในการดำเนินรายการ จดบันทึก และบันทึกภาพ

- ตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulate) เป็นการตรวจสอบว่าถ้าผู้ศึกษาวิจัยใช้แนวคิดทฤษฎีครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์หรือไม่ ซึ่งผู้ตรวจสอบนั้นเป็นการตรวจสอบของผู้ทรงคุณวุฒิและแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ

- ตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulate) ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลที่หลากหลาย โดยใช้วิธีการใช้วิธีการสังเกตควบคู่กับการแสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง พร้อมทั้งข้อมูลจากแหล่งเอกสารประกอบด้วย

- นำแบบสัมภาษณ์ให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความถูกต้อง ทำการปรับปรุงและแก้ไขแบบสัมภาษณ์ตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ

- นำแบบประชุมกลุ่มย่อยไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริง

#### 4.2.3 แบบสอบถาม (Questionnaire)

- ศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- สร้างแบบสอบถามในการวิจัยโดยพิจารณาถึงแนวคิดให้ครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ของการศึกษา ในลักษณะคำถามปลายปิด (Close-ended Questions) และคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบจำนวน 5 ระดับ ตามมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale)

- นำแบบสอบถาม ตรวจสอบความเที่ยงตรงจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญจากการแต่งตั้ง 5 ท่าน มาคำนวณหาค่า IOC โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence) ของผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง แล้วเลือกค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป โดยมีการกำหนดเกณฑ์การพิจารณา คือ (Mehrens, William A. and Lehmann, Irvin J, 1975)

เห็นว่า	สอดคล้อง	ให้คะแนน +1
	ไม่แน่ใจ	ให้คะแนน 0
	เห็นว่าไม่สอดคล้อง	ให้คะแนน -1

การวิเคราะห์ข้อมูลความเหมาะสมสอดคล้องของโดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง(IOC)

คำนวณค่าตามสูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

$\sum R$  = ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

- ทำการ ปรับปรุงและ แก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

- นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มประชากรตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่ม

ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 10 ของแบบสอบถามฉบับจริงทั้งหมด โดยมีวิธีการคำนวณแบบสอบถามที่นำไปทดลองใช้ (Try Out) ตามวิธีการของ Cronbach (1970) โดยทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังเขตเมืองเก่าภูเก็ต กลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน และนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นตัวแปร สังเกตได้โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา พบว่าการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามได้ ดังตารางต่อไปนี้

**ตารางที่ 3.1** แสดงค่าความเชื่อมั่นตัวแปรของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังเมืองเก่าภูเก็ต เขตตำบลตลาดใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต (แยกรายด้าน)

ข้อ	แบบสอบถาม	ค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's alpha)	ผลพิจารณา
1.	คุณค่าทางเอกลักษณ์ (Identity Value)	0.82	มีความเชื่อมั่น
2.	คุณค่าทางศิลปะเทคนิค (Artistic and Technique Value)	0.89	มีความเชื่อมั่น
3.	คุณค่าทางความหายาก (Rarity Value)	0.81	มีความเชื่อมั่น
4.	คุณค่าทางเศรษฐกิจ (Economic Value)	0.90	มีความเชื่อมั่น
5.	คุณค่าทางการใช้สอย (Functional Value)	0.83	มีความเชื่อมั่น
6.	คุณค่าทางการศึกษา (Education Value)	0.74	มีความเชื่อมั่น
7.	คุณค่าทางสังคม (Social Value)	0.87	มีความเชื่อมั่น
8.	คุณค่าทางการเมือง (Political Value)	0.78	มีความเชื่อมั่น



ข้อ	แบบสอบถาม	ค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's alpha)	ผลพิจารณา
9.	มรดกทางด้านอาหาร (Gastronomic heritage)	0.89	มีความเชื่อมั่น
10.	ผลิตภัณฑ์ทางด้านอาหาร ผู้ผลิต และอุตสาหกรรม อาหาร (Gastronomic products, producers and food industries)	0.90	มีความเชื่อมั่น
11.	ภาคส่วนของการบริการ (Hospitality sector)	0.86	มีความเชื่อมั่น
12.	ตลาดการค้า (Specialist trade)	0.74	มีความเชื่อมั่น
13.	การจัดงาน และกิจกรรม (Events and activities)	0.85	มีความเชื่อมั่น
14.	สถานที่สำหรับการศึกษาด้านอาหาร (Venues for gastronomic education and research)	0.83	มีความเชื่อมั่น
15.	การผลิต (Production)	0.80	มีความเชื่อมั่น
16.	การบริโภค (Consumption)	0.86	มีความเชื่อมั่น
17.	การควบคุมจัดการ (Regulation)	0.84	มีความเชื่อมั่น
18.	การสร้างภาพตัวแทน (Representation)	0.89	มีความเชื่อมั่น

## 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ แบบประชุมกลุ่มย่อย ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อให้ทราบข้อมูลเชิงลึกของพื้นที่และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ และนำข้อมูลที่ได้มาจัดกระทำเป็นระบบและหาความหมาย แยกแยะองค์ประกอบ รวมทั้งเชื่อมโยงหาความสัมพันธ์ของข้อมูล

5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายคุณลักษณะหรือรายละเอียดของกลุ่มที่ได้ศึกษา เช่น ความถี่ ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อให้ทราบผลนำมาวิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ด้วยการแจกแจงความถี่ แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ซึ่งจะวิเคราะห์ผลเป็น ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยใช้วิธีของ Likert

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	5	คะแนน
ระดับความคิดเห็นมาก	4	คะแนน
ระดับความคิดเห็นปานกลาง	3	คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อย	2	คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	1	คะแนน

จากนั้นหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถามโดยพิจารณาตามเกณฑ์ในการประเมินผลตามการแจกแจงความถี่ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย (Mean) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ  $\bar{X}$  แทน ค่าเฉลี่ย  
 $\sum X$  แทน ผลรวมคะแนนทั้งหมด  
 $n$  แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541)

$$SD = \sqrt{\frac{n \sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ SD แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
$(\sum x)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
n	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ค่าความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีการของ Cronbach (1970) เพื่อทดสอบหาความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม ซึ่งมีสูตรดังนี้

$$\alpha_k = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right]$$

เมื่อ	$\alpha_k$	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ
	$\sum s_i^2$	แทน	ค่าจำนวนข้อของแบบสอบถาม
	$S_t^2$	แทน	ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนรายข้อ
	K	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนแบบสอบถามทั้งฉบับ

### 5.3 การสร้างแบบจำลอง (Model Development)

การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) เป็นการกำหนดเป็นตัวแปร (Variables) เพื่อที่จะทำการ “จัดกลุ่มตัวแปร” (Grouping) ที่ให้ผลลัพธ์จากการวิเคราะห์ใกล้เคียงกัน ให้อยู่ในกลุ่มเดียวกัน โดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์สถิติสำเร็จรูป กลุ่มตัวแปรนี้ถูกเรียกว่าปัจจัยหรือองค์ประกอบ (Factors) จากนั้น ทำการสร้างแบบจำลองการวัด (Measurement Model) ซึ่งทำหน้าที่ วัดค่าผลเชิงสถิติและ “ยืนยัน” (Confirm) การจัดกลุ่มวิเคราะห์นั้น ว่ามีการจัดกลุ่มตัวแปรเป็นปัจจัยที่ได้รูปสะชนิด (Model Fit) สมบูรณ์ดีหรือไม่ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ขั้นตอนสุดท้ายคือการสร้างแบบจำลองเชิงโครงสร้าง (Structural Model) ทำหน้าที่ “แสดงอิทธิพล” (Influence) ระหว่างปัจจัย (Factors) หรือตัวแปร (Variables) ที่ส่งผล (Effect) ถึงปัจจัยอื่น ๆ ในแบบจำลอง

#### 5.3.1 การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis : EFA)

การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) (Arbuckle, 2011) เป็นการกำหนดเป็นตัวแปร (Variables) เพื่อที่จะทำการจัดกลุ่มตัวแปรที่มีผลการวิเคราะห์ใกล้เคียงให้อยู่

กลุ่มเดียวกัน โดยกลุ่มตัวแปรนี้ถูกเรียกว่าปัจจัยหรือองค์ประกอบ (Factors) หรือ ด้าน (Dimensions) การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจในงานวิจัยนี้ ใช้เทคนิคการหมุนแกนแบบ Varimax (หมุนแกนแบบตั้งฉาก) ในการจัดกลุ่มตัวแปร โดยการป้อนข้อมูลลงสู่โปรแกรมสำเร็จรูป โดยที่ค่า Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) > 0.6 (Tabachnik and Fidel, 2001), และค่า Bartlett's Test of Sphericity = 0.000 (Sig.) จากนั้นทำการตรวจสอบค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของทั้งหมดทุกปัจจัย

### 5.3.2 การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis, CFA)

การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis, CFA) (Arbuckle, 2011) ทำหน้าที่ วัดค่าผลเชิงสถิติ และ “ยืนยัน” การวิเคราะห์นั้นว่ามีการจัดกลุ่มตัวแปรเป็นปัจจัยที่ได้รูปสะนิต (Model Fit) สมบูรณ์ดีหรือไม่ เพื่อให้กลุ่มตัวแปรได้รูปสะนิต (Model Fit) สมบูรณ์ โดยการป้อนข้อมูลลงสู่โปรแกรมสำเร็จรูป

### 5.3.3 แบบจำลองเชิงโครงสร้าง (Structural Model)

แบบจำลองเชิงโครงสร้าง (Byrne, B.M, 2010) ทำหน้าที่ “แสดงอิทธิพล” (Influence) ระหว่างปัจจัย (Factors) หรือตัวแปรแฝง (Latent Variables) ที่ส่งผล (Effect) ถึงปัจจัยอื่น ๆ จากข้อมูลเชิงประจักษ์ที่เก็บมาจากกลุ่มตัวอย่าง โดยนำมาเปรียบเทียบกับแบบจำลองที่ได้ศึกษาแนวคิดไว้แล้วว่าแบบจำลองเชิงโครงสร้างนี้ได้รูปสะนิตดี (Model Fit) หรือไม่

การวิเคราะห์ปัจจัยมีการกำหนดปัจจัยและตัวแปร ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดปัจจัยและตัวแปรดังตารางต่อไปนี้

### ตารางที่ 3.2 แสดงปัจจัยและตัวแปรแบบย่อในการสร้างแบบจำลอง (Model Development)

ปัจจัยและตัวแปร (Factors and Variables)	ตัวย่อ (Abbreviation)
<b>ปัจจัยคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรม (Heritage Cultural Value)</b>	
คุณค่าทางเอกลักษณ์ (Identity Value)	IV
คุณค่าทางศิลปะเทคนิค (Artistic and Technique Value)	ATV
คุณค่าทางความหายาก (Rarity Value)	RV
คุณค่าทางเศรษฐกิจ (Economic Value)	EV
คุณค่าทางการใช้สอย (Functional Value)	FV
คุณค่าทางการศึกษา (Education Value)	EDV

ปัจจัยและตัวแปร (Factors and Variables)	ตัวย่อ (Abbreviation)
คุณค่าทางสังคม (Social Value)	SV
คุณค่าทางการเมือง (Political Value)	PV
<b>ปัจจัยองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Component of Gastronomic)</b>	
มรดกทางด้านอาหาร (Gastronomic heritage)	GASHER
ผลิตภัณฑ์ทางด้านอาหาร ผู้ผลิต และอุตสาหกรรมอาหาร (Gastronomic products, producers and food industries)	GASPRO
ภาคส่วนของการบริการ (Hospitality sector)	HOSSEC
ตลาดการค้า (Specialist trade)	SPETRA
การจัดงาน และกิจกรรม (Events and activities)	EVENAC
สถานที่สำหรับการศึกษาด้านอาหาร (Venues for gastronomic education and research)	VEGAS
<b>ปัจจัยการสร้างอัตลักษณ์ (Identity Construction)</b>	
การผลิต (Production)	Production
การบริโภค (Consumption)	Consumption
การควบคุมจัดการ (Regulation)	Regulation
การสร้างภาพตัวแทน (Representation)	Representation

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัย เรื่อง “อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต”  
มีผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการประชุมกลุ่มย่อย

#### 1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

##### 1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ (%)
<b>1. เพศ</b>		
- ชาย	154	38.5
- หญิง	246	61.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>
<b>2. อายุ</b>		
- 15-25 ปี	92	23.0
- 26-35 ปี	152	38.0
- 36-45 ปี	98	24.4
- 46-55 ปี	29	7.3
- 56-65 ปี	10	2.5
- มากกว่า 65 ปี	19	4.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>
<b>3. สถานภาพ</b>		
- โสด	260	65.0
- สมรส	124	31.0
- หย่าร้าง	5	1.3

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ (%)
- หมาย	2	0.5
- อื่น ๆ	9	2.2
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>
<b>4. การศึกษา</b>		
- ระดับประถมศึกษา	11	2.8
- ระดับมัธยมศึกษา/ปวช.	70	17.5
- ระดับอนุปริญญา/ปวส.	49	12.3
- ระดับปริญญาตรี	184	46.0
- ระดับปริญญาโท	82	20.5
- ระดับปริญญาเอก	0	0
- อื่น ๆ	4	1.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>
<b>5. รายได้ต่อเดือน</b>		
- ต่ำกว่า 10,000 บาท	114	28.5
- 10,001-20,000 บาท	123	30.8
- 20,001-30,000 บาท	68	17.0
- 30,001-40,000 บาท	48	12.0
- 40,001-50,000 บาท	23	5.8
- มากกว่า 50,000 บาท	24	6.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>
<b>6. อาชีพ</b>		
- รับราชการ	87	21.7
- รัฐวิสาหกิจ	29	7.3
- ธุรกิจส่วนตัว	82	20.5
- พนักงานบริษัท	139	34.7
- นักเรียน/นักศึกษา	56	14.0
- รับจ้างทั่วไป	0	0
- เกษตรกร	7	1.8

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ (%)
- อื่น ๆ	0	0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>
<b>9. ภูมิภาค</b>		
- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	49	12.2
- ภาคกลาง	121	30.2
- ภาคเหนือ	38	9.5
- ภาคใต้	162	40.5
- ภาคตะวันออก	19	4.8
- ภาคตะวันตก	11	2.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

**จากตารางที่ 4.1** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในเขตเมืองเก่าภูเก็ต ตำบลตลาดใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต สามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้ ด้านเพศพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็น เพศหญิง จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.5 และเพศชายจำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 ด้านอายุพบว่า กลุ่มตัวอย่างอยู่ในช่วงอายุ 26-35 ปีมากที่สุด จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38 ด้านสถานภาพพบว่า กลุ่มตัวอย่างอยู่ในสถานภาพโสดเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65 ด้านระดับการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 49.8 ด้านรายต่อเดือนพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 ด้านอาชีพพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.7 และด้านภูมิภาคพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5

#### 1.2 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

โดยการกำหนดเกณฑ์แปลความหมายเพื่อจัดระดับค่าเฉลี่ยออกเป็นช่วงดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมาก



ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

คุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมในเขตเมืองเก่าภูเก็ต	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ )	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	แปลความ
<b>1. คุณค่าทางเอกลักษณ์ (Identity Value)</b>			
1.1 อาหารท้องถิ่นเป็นอาหารที่หายากที่มีเฉพาะถิ่นไม่สามารถหาได้จากที่อื่น	3.95	0.65	มาก
1.2 อาหารท้องถิ่นแสดงออกถึงลักษณะเฉพาะของคนที่แตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่น	3.72	0.75	มาก
1.3 อาหารท้องถิ่นแสดงออกถึงลักษณะด้านวัฒนธรรม ประเพณีของคนที่แตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่น	3.91	0.67	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.86</b>		<b>มาก</b>
<b>2. คุณค่าทางศิลปะเทคนิค (Artistic and Technique Value)</b>			
2.1 อาหารท้องถิ่นบ่งบอกถึงการสร้างสรรค์เมนูอาหารให้เหมาะสมกับวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น	3.40	0.72	ปานกลาง
2.2 ศิลปะในการปรุงอาหารและประกอบอาหารท้องถิ่น เป็นการสร้างความน่าสนใจให้กับอาหารท้องถิ่น	3.86	0.68	มาก
2.3 การตกแต่งอาหารให้มีสีสันจากวัตถุดิบในท้องถิ่น เป็นการเพิ่มความน่าสนใจให้กับอาหารท้องถิ่น	3.12	0.78	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.46</b>		<b>มาก</b>
<b>3. คุณค่าทางความหายาก (Rarity Value)</b>			
3.1 อาหารท้องถิ่นและวัตถุดิบในการปรุงอาหาร	4.17	0.77	มาก

คุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมในเขตเมืองเก่า ภูเก็ต	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	แปลความ
ท้องถิ่นเป็นอาหารที่หารับประทานได้ยาก มีเฉพาะ ในชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตเท่านั้น			
3.2 อาหารท้องถิ่นและวัตถุดิบในการปรุงอาหาร ท้องถิ่นเป็นอาหารที่หารับประทานได้เพียงบาง ฤดูกาลเท่านั้น	3.89	0.76	มาก
3.3 อาหารท้องถิ่นและวัตถุดิบในการปรุงอาหาร ท้องถิ่นเป็นสูตรดั้งเดิมที่สืบทอดกันมา	3.96	0.72	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.00</b>		<b>มาก</b>
<b>4. คุณค่าทางเศรษฐกิจ (Economic Value)</b>			
4.1 การประกอบอาหารและการขายอาหารท้องถิ่น ทำให้เกิดเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชน	4.32	0.74	มากที่สุด
4.2 อาหารท้องถิ่นสามารถเพิ่มมูลค่าโดยการนำ วัตถุดิบในท้องถิ่นมาประกอบและปรุงอาหาร	4.01	0.81	มาก
4.3 อาหารท้องถิ่นสามารถนำมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ ด้านการท่องเที่ยว ช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนให้ เข้มแข็ง	4.25	0.79	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.19</b>		<b>มาก</b>
<b>5. คุณค่าทางการใช้สอย (Functional Value)</b>			
5.1 มีการนำวัตถุดิบในท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการ ปรุงอาหารท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์ทางโภชนาการ อาหาร เช่น สมุนไพร	3.01	0.77	ปานกลาง
5.2 มีการนำวัตถุดิบในท้องถิ่นมาตกแต่งจานอาหาร ให้สวยงามน่าสนใจ	3.46	0.80	มาก
5.3 มีการใช้สอยพื้นที่ต่าง ๆ ในเขตเมืองเก่าภูเก็ต เพื่อประชาสัมพันธ์อาหารท้องถิ่น เช่น พิพิธภัณฑ์	3.92	0.70	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.46</b>		<b>มาก</b>
<b>6. คุณค่าทางการศึกษา (Education Value)</b>			
6.1 อาหารท้องถิ่นควรค่าแก่การสนับสนุนให้มีการ	4.21	0.68	มากที่สุด

คุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมในเขตเมืองเก่า ภูเก็ต	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	แปลความ
ถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น			
6.2 อาหารท้องถิ่นควรค่าแก่การสนับสนุนให้มีการ บรรจุการศึกษาด้านอาหารท้องถิ่นเข้าสู่หลักสูตร การศึกษาปกติ	4.46	0.71	มากที่สุด
6.3 อาหารท้องถิ่นควรค่าแก่การสนับสนุนให้มี การศึกษาด้านอาหารท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยว	4.65	0.69	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.44</b>		<b>มากที่สุด</b>
<b>7. คุณค่าทางสังคม (Social Value)</b>			
7.1 อาหารท้องถิ่นแสดงถึงการดำรงอยู่ของความ เป็นสังคมและชุมชนสะท้อนความคิด ความเชื่อของ คนในอดีตได้เป็นอย่างดี	4.11	0.76	มาก
7.2 อาหารท้องถิ่นแสดงถึงการรวมกลุ่มของคนใน สังคมเดียวกันและมีรูปแบบของอาหารร่วมกัน	3.97	0.71	มาก
7.3 อาหารที่ประกอบและปรุงขึ้นในท้องถิ่น แสดง ให้เห็นคุณค่ารากเหง้าทางวัฒนธรรม ประเพณีและ สังคมที่ได้มีการสืบทอดกันมา	4.06	0.69	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.04</b>		<b>มาก</b>
<b>8. คุณค่าทางการเมือง (Political Value)</b>			
8.1 การท่องเที่ยวอาหารท้องถิ่นมีผลต่อการ ปกครองท้องถิ่น	3.23	0.79	ปานกลาง
8.2 ผู้นำระดับท้องถิ่นเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยว อาหารท้องถิ่น	3.46	0.70	มาก
8.3 นโยบายระดับท้องถิ่นสนับสนุนส่งเสริมการ จัดการการท่องเที่ยวอาหารท้องถิ่น	3.19	0.74	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.29</b>		<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 4.2 เป็นผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมในเขตเมืองเก่าภูเก็ต พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นที่มี

ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านคุณค่าทางการศึกษา (Education Value) ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.44$ ) รองลงมาคือ ด้านคุณค่าทางเศรษฐกิจ (Economic Value) ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.19$ ) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านคุณค่าทางการเมือง (Political Value) ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.29$ )

### 1.3 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

โดยการกำหนดเกณฑ์แปลความหมายเพื่อจัดระดับค่าเฉลี่ยออกเป็นช่วงดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมาก
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมากปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในเขตเมืองเก่าภูเก็ต	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	แปล ความ
<b>1. มรดกทางด้านอาหาร (Gastronomic heritage)</b>			
1.1 อาหารสามารถสื่อถึงความเป็นท้องถิ่น	3.95	0.65	มาก
1.2 กระบวนการทำอาหารมีเฉพาะท้องถิ่นที่สืบต่อกัน มา	3.72	0.75	มาก
1.3 อาหารใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น	3.91	0.67	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.86</b>		<b>มาก</b>
<b>2. ผลิตภัณฑ์ทางด้านอาหาร ผู้ผลิต และอุตสาหกรรมอาหาร (Gastronomic products, producers and food industries)</b>			
2.1 อุตสาหกรรมอาหารมีการผลิตที่ได้รับมาตรฐาน	3.89	0.64	มาก
2.2 อุตสาหกรรมอาหารมีการจัดการการผลิตอย่างเป็นระบบ	3.64	0.74	มาก
2.3 อุตสาหกรรมอาหาร มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มา ใช้ในการผลิต เช่น เครื่องจักรในการแปรรูป เป็นต้น	3.38	0.79	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.63</b>		<b>มาก</b>

องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในเขตเมืองเก่าภูเก็ต	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	แปล ความ
<b>3. ภาคส่วนของการบริการ (Hospitality sector)</b>			
3.1 ที่ตั้งของร้านอาหารเหมาะสมเข้าถึงง่าย	4.52	0.72	มากที่สุด
3.2 บุคลากรมีศักยภาพในการให้บริการ	4.11	0.69	มาก
3.3 มีสิ่งอำนวยความสะดวกในร้านอาหาร เช่น ห้องน้ำ สัญญาณอินเทอร์เน็ต เป็นต้น	4.39	0.66	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.34</b>		<b>มากที่สุด</b>
<b>4. ตลาดการค้า (Specialist trade)</b>			
4.1 มีช่องทางในการจัดจำหน่ายเพียงพอต่อความต้องการ	4.29	0.69	มากที่สุด
4.2 มีสถานที่ในการจัดจำหน่ายอาหารท้องถิ่น เช่น ถนนคนเดิน เป็นต้น	4.17	0.72	มาก
4.3 มีตัวแทนในการจัดจำหน่ายอาหารทั้งค้าปลีกและ ค้าส่ง	4.23	0.76	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.23</b>		<b>มากที่สุด</b>
<b>5. การจัดงาน และกิจกรรม (Events and activities)</b>			
5.1 มีการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับอาหารภายในย่านเมือง เก่าภูเก็ต เช่น นักท่องเที่ยวสามารถประกอบอาหาร รับประทานเอง	4.02	0.68	มาก
5.2 การจัดงานและกิจกรรมเกี่ยวข้องกับอาหาร ท้องถิ่น	4.09	0.64	มาก
5.3 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสร้าง ประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว	4.19	0.69	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.10</b>		<b>มาก</b>
<b>6. สถานที่สำหรับการศึกษาด้านอาหาร (Venues for gastronomic education and research)</b>			
6.1 มีการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้และการวิจัยที่เกี่ยวข้อง กับอาหารท้องถิ่น	3.14	0.71	ปานกลาง
6.2 ศูนย์การเรียนรู้และการวิจัยมีการเปิดอบรมอย่าง	3.08	0.70	ปานกลาง

องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในเขตเมืองเก่าภูเก็ต	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	แปล ความ
สม่ำเสมอ			
6.3 สามารถนำองค์ความรู้ใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับอาหารท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้กับชุมชนได้	3.54	0.73	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.25</b>		<b>ปานกลาง</b>

**จากตารางที่ 4.3** ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ต พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ภาคส่วนของการบริการ (Hospitality sector) ระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.34$ ) รองลงมาคือ ตลาดการค้า (Specialist trade) ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.23$ ) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ สถานที่สำหรับการศึกษาด้านอาหาร (Venues for gastronomic education and research) ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.25$ )

#### 1.4 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

โดยการกำหนดเกณฑ์แปลความหมายเพื่อจัดระดับค่าเฉลี่ยออกเป็นช่วงดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมาก
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมากปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

**ตารางที่ 4.4** ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

การสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	แปล ความ
<b>1. การผลิต (Production)</b>			
1.1 อาหารท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าภูเก็ตมีกรรมวิธีการผลิตที่แตกต่าง	3.50	0.71	มาก

การสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบ มรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	แปล ความ
1.2 อาหารท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าภูเก็ตมีกรรมวิธีการ ผลิตที่มีคุณภาพ	3.43	0.69	มาก
1.3 อาหารท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าภูเก็ตมีกรรมวิธีการ ผลิตที่ถูกต้องลักษณะ	3.89	0.65	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.60</b>		<b>มาก</b>
<b>2. การบริโภค (Consumption)</b>			
2.1 อาหารท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าภูเก็ตมีประโยชน์ ทางโภชนาการแก่การบริโภค	3.92	0.70	มาก
2.2 อาหารท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าภูเก็ตมีความคิด สร้างสรรค์ควรรค่าแก่การบริโภค	3.86	0.63	มาก
2.3 อาหารท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าภูเก็ตมีรสชาติอร่อย ควรรค่าแก่การบริโภค	3.52	0.60	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.76</b>		<b>มาก</b>
<b>3. การควบคุมจัดการ (Regulation)</b>			
3.1 อาหารท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าภูเก็ตกำหนด มาตรฐานด้านความปลอดภัย	3.91	0.61	มาก
3.2 อาหารท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าภูเก็ตกำหนด มาตรฐานด้านโภชนาการ	4.12	0.69	มาก
3.3 อาหารท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าภูเก็ตกำหนด มาตรฐานด้านรสชาติของอาหาร	3.89	0.71	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.97</b>		<b>มาก</b>
<b>4. การสร้างภาพตัวแทน (Representation)</b>			
4.1 อาหารท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าภูเก็ตสามารถเป็น ตัวแทนทางการท่องเที่ยวได้	4.35	0.69	มากที่สุด
4.2 อาหารท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าภูเก็ตสามารถนำมา สื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ทางการท่องเที่ยวได้	4.24	0.69	มากที่สุด
4.3 อาหารท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าภูเก็ตสามารถเป็น ตัวแทนทางมรดกวัฒนธรรมและภูมิปัญญาด้านอาหาร ท้องถิ่นของจังหวัดภูเก็ตได้	4.15	0.65	มาก

การสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบ มรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	แปล ความ
รวม	4.24		มากที่สุด

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต พบว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การสร้างภาพตัวแทน (Representation) ระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.24$ ) รองลงมาคือ การควบคุมจัดการ (Regulation) ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.97$ ) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ การผลิต (Production) ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.60$ )

## 1.5 ผลการสร้างแบบจำลอง (Model Development Results)

### 1.5.1 การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA)

การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามในส่วนของข้อความคำถามคุณค่านมรดกทางวัฒนธรรม จำนวน 8 ตัวแปร และองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำนวน 6 ตัว มากำหนดตัวแปร (Variables) เพื่อจัดกลุ่มตัวแปรที่มีผลการวิเคราะห์ใกล้เคียงให้อยู่ในกลุ่มเดียวกันโดยกลุ่มตัวแปรนี้จะถูกเรียกว่าปัจจัย หรือองค์ประกอบ (Factor) ได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.5 ค่าน้ำหนัก (Factor Loading) การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุด้านคุณค่านมรดกทางวัฒนธรรม

หัวข้อ	ปัจจัย			Cronbach's $\alpha$	
	1	2	3		
ATV	.791	-.130	-.355	.819	.672
IV	.766	-.165	-.345		
FV	.753	-.076	-.363		
EV	.146	.773	-.032	.613	
PV	.226	.757	.088		
EDV	.133	.661	-.106		
RV	.570	-.020	.720	.817	
SV	.586	-.126	.696		

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) = 0.660 (KMO>0.5) P-value = 0.000 (Sig)



จากตารางที่ 4.5 พบว่า น้ำหนักการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่นั่นตัวแปรที่ได้ค่าน้ำหนักต่าง ๆ ซึ่งสามารถจัดกลุ่มออกเป็น 3 กลุ่มตามค่าน้ำหนัก ปัจจัยที่ 1 ประกอบด้วย ATV, IV และ FV ปัจจัยที่ 2 ประกอบด้วย EV, PV และ EDV ปัจจัยที่ 3 ประกอบด้วย RV และ SV ผู้วิจัยจึงตั้งชื่อกลุ่มปัจจัยโดยอ้างอิงจากการทบทวนวรรณกรรมในด้านองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ดังนี้ กลุ่มปัจจัยที่ 1 ชื่อว่า “คุณค่าทางเอกลักษณ์” (Identity Value) กลุ่มปัจจัยที่ 2 ชื่อว่า “คุณค่าทางเศรษฐกิจ และสังคม” (Economic and Political Value) กลุ่มปัจจัยที่ 3 ชื่อว่า “คุณค่าทางสังคม” (Social Value) ตามลำดับ โดยที่ค่า Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) = 0.660 (KMO>0.5), P-value = 0.000 (Sig.) และผลรวมค่า Cronbach’s Alpha เท่ากับ 0.672

**ตารางที่ 4.6** ค่าน้ำหนัก (Factor Loading) การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุด้านองค์ประกอบ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร

หัวข้อ	ปัจจัย		Cronbach’s $\alpha$	
	1	2		
GASHER	.890	.069	.893	.829
EVENAC	.888	.095		
SPETRA	.864	.158		
GASPRO	.802	.185		
HOSSEC	.125	.905	.803	
VEGAS	.136	.903		

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) = 0.789 (KMO>0.5) P-value = 0.000 (Sig)

จากตารางที่ 4.6 พบว่า น้ำหนักการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่นั่นตัวแปรที่ได้ค่าน้ำหนักต่าง ๆ ซึ่งสามารถจัดกลุ่มออกเป็น 3 กลุ่มตามค่าน้ำหนัก ปัจจัยที่ 1 ประกอบด้วย GASHER, EVENAC, SPETRA และ GASPRO และปัจจัยที่ 2 ประกอบด้วย HOSSEC และ VEGAS ผู้วิจัยจึงตั้งชื่อกลุ่มปัจจัยโดยอ้างอิงจากการทบทวนวรรณกรรมในด้านองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ดังนี้ กลุ่มปัจจัยที่ 1 ชื่อว่า “มรดกทางด้านอาหาร” (Gastronomic Heritage) กลุ่มปัจจัยที่ 2 ชื่อว่า “ภาคส่วนของการบริการ” (Hospitality Sector) ตามลำดับ โดยที่ค่า Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) = 0.789 (KMO>0.5), P-value = 0.000 (Sig.) และผลรวมค่า Cronbach’s Alpha เท่ากับ 0.829

### 1.5.2 การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA)

#### 1) แบบจำลองการวัดอันดับ 1 (1<sup>st</sup> order Measurement Model) ของคุณค่านิยมทางวัฒนธรรม

แบบจำลองการวัด (Measurement Model) ทำหน้าที่วัดค่าผลเชิงสถิติ และ “ยืนยัน” การวิเคราะห์นั้นว่ามีกรจัดกลุ่มตัวแปรเป็นปัจจัยที่ได้รูปสนิท (Model Fit) สมบูรณ์ดีหรือไม่ ซึ่งแบบจำลองการวัดคือการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ในการศึกษาวิจัยแบบจำลองลำดับที่ 1 เป็นการวิเคราะห์เพื่อยืนยันการจัดกลุ่มตัวแปรออกเป็น 3 กลุ่ม ปัจจัยประกอบด้วย 1) ปัจจัยคุณค่าทางเอกลักษณ์ (Identity Value) 2) ปัจจัยคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคม (Economic and Political Value) 3) คุณค่าทางสังคม (Social Value) ซึ่งได้รูปสนิทสมบูรณ์ (Model Fit) และผลการวิเคราะห์พบว่าแบบจำลองยังไม่ได้รูปสนิทสมบูรณ์ (Model Not Fit) ฉะนั้นจึงมีความจำเป็นต้องปรับปรุงแบบจำลอง จากการพิจารณาค่า MI (Modification Indices) พบว่า ตัวแปรบางคู่ในแบบจำลองผลการวิเคราะห์ที่สัมพันธ์เข้าซ้อนจึงใช้วิธีการตัดตัวแปรที่ ให้ผลเข้าซ้อนออกได้แก่ ATV และ EDV ซึ่งส่งผลให้แบบจำลองได้รูปสนิทสมบูรณ์ดี Chi-square = 9.643, df = 6, p = .141 (>.05), CMIN/DF = 1.607, GFI = .992, RMSEA = .039 (<.08) ผลการวิเคราะห์แบบจำลองการวัดลำดับที่ 2 ดังที่แสดงในตารางที่ 4.7 – 4.8 และภาพที่ 4.1

#### ตารางที่ 4.7 ค่า ค่า Sample Correlations ของแบบจำลองการวัดลำดับที่ 1 ของคุณค่านิยมทางวัฒนธรรม

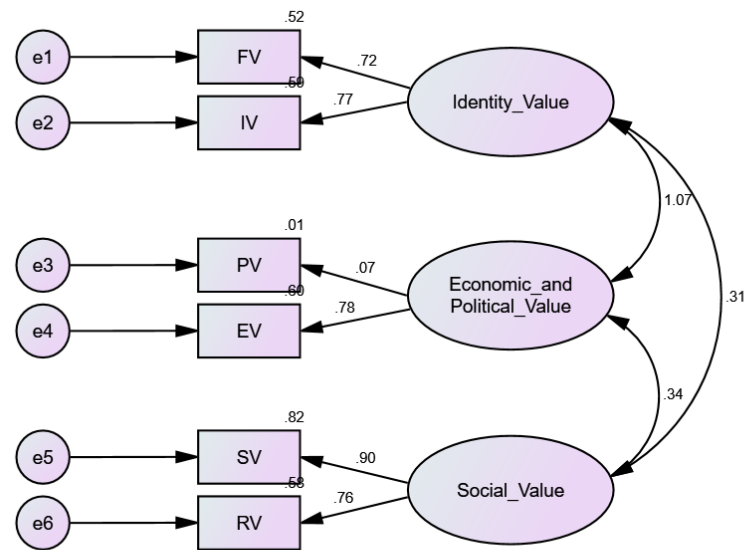
	RV	SV	EV	PV	IV	FV
RV	1.000					
SV	.690	1.000				
EV	.201	.237	1.000			
PV	.019	.023	.058	1.000		
IV	.183	.216	.643	.061	1.000	
FV	.172	.203	.604	.058	.558	1.000

จากตารางที่ 4.7 ค่า Sample Correlations ของแบบจำลองลำดับที่ 1 ของคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรม พบว่าค่า Correlations ของตัวแปรสังเกตได้ (Latent Variables) แต่ละคู่มิค่าไม่เกิน 0.8 แสดงถึงค่าความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปรเหมาะสม

**ตารางที่ 4.8** ค่า Standardize Residual Covariances ของแบบจำลองการวัดลำดับที่ 1 ของคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรม

	RV	SV	EV	PV	IV	FV
RV	.000					
SV	.000	.000				
EV	-.335	.063	.000			
PV	2.274	.831	.000	.000		
IV	.087	.125	.000	-.370	.000	
FV	.384	-.341	.009	.180	.000	.000

จากตารางที่ 4.8 Standardize Residual Covariances ของแบบจำลองการวัดลำดับที่ 1 ของคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรม พบว่าค่า Standardize Residual Covariance แต่ละคู่มิค่าอยู่ระหว่าง +2 ถึง -2 แสดงถึงตัวบ่งชี้ที่ดี



Chi-square = 9.643, df = 6, p = .141  
 CMIN/DF = 1.607, GFI = .992, RMSEA = .039

ภาพที่ 4.1 แบบจำลองการวัดลำดับที่ 1 ของคุณค้ำมรดกทางวัฒนธรรม

## 2) แบบจำลองการวัดอันดับ 2 (2<sup>nd</sup> order Measurement Model) ของคุณค้ำมรดกทางวัฒนธรรม

แบบจำลองการวัดลำดับที่ 2 ขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยว หมายถึง แบบจำลองยืนยันว่ากลุ่มตัวแปรที่จัดกลุ่มปัจจัยไปแล้วนั้นสามารถแทนปัจจัยอีกลำดับซึ่งเป็นตัวแทนหรือตัวแปรแฝง (Latent Variable) ของกลุ่มปัจจัยนั้นได้รูปสนิทกันดี (Model Fit) หรือไม่ ซึ่งผู้ศึกษาวิจัยได้จัดกลุ่มปัจจัยออกเป็น 3 กลุ่มปัจจัย (จากผลวิเคราะห์แบบจำลองการวัดลำดับที่ 1 ซึ่งประกอบด้วย 1) ปัจจัยคุณค้ำทางเอกลักษณ์” (Identity Value) 2) ปัจจัยคุณค้ำทางเศรษฐกิจ และสังคม (Economic and Political Value) 3) คุณค้ำทางสังคม (Social Value ซึ่งได้รูปสนิทสมบูรณ์ (Model Fit) และผลการวิเคราะห์พบว่าแบบจำลองยังได้รูปสนิทสมบูรณ์ (Model Fit) Chi-square = 17.369, df = 17, p = .430 (>.05), CMIN/DF = 1.022, GFI = .989, RMSEA = .007 (<.08) ผลการวิเคราะห์แบบจำลองการวัดลำดับที่ 2 ดังที่แสดงในตารางที่ 4.9 – 4.10 และภาพที่ 4.2

**ตารางที่ 4.9** ค่า ค่า Sample Correlations ของแบบจำลองการวัดลำดับที่ 2 ของคุณค่า  
มรดกทางวัฒนธรรม

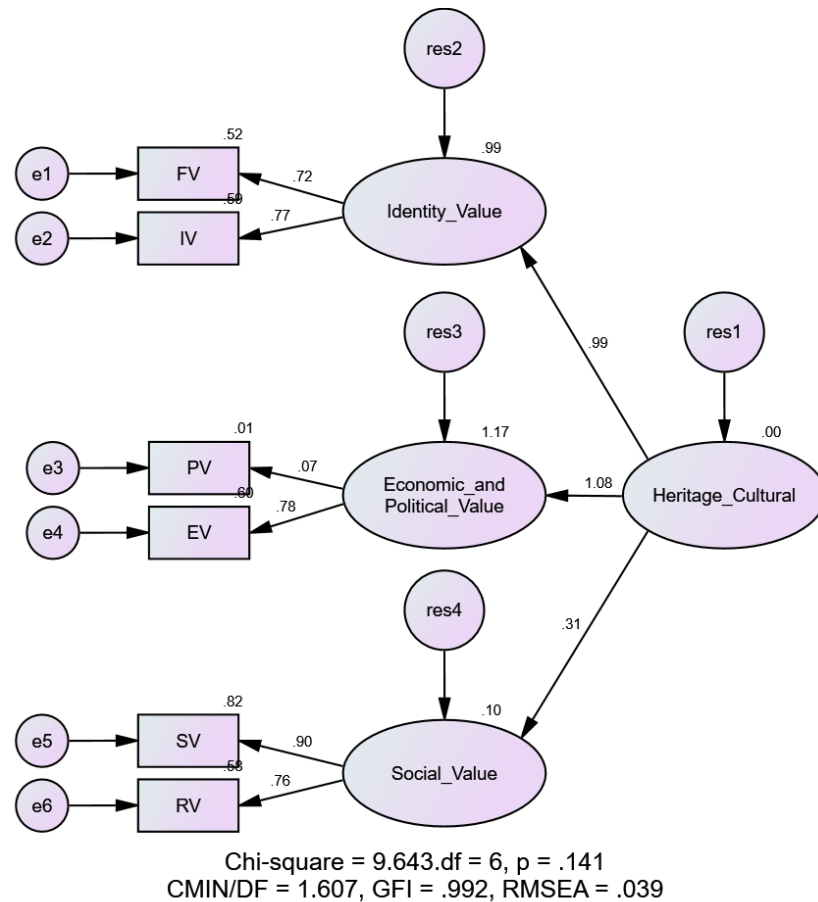
	RV	SV	EV	PV	IV	FV
RV	1.000					
SV	.690	1.000				
EV	.201	.237	1.000			
PV	.019	.023	.058	1.000		
IV	.183	.216	.643	.061	1.000	
FV	.172	.203	.604	.058	.558	1.000

จากตารางที่ 4.9 ค่า Sample Correlations ของแบบจำลองลำดับที่ 1 ของคุณค่ามรดกทาง  
วัฒนธรรม พบว่าค่า Correlations ของตัวแปรสังเกตได้ (Latent Variables) แต่ละคู่มิค่าไม่เกิน 0.8  
แสดงถึงค่าความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปรเหมาะสม

**ตารางที่ 4.10** ค่า Standardize Residual Covariances ของแบบจำลองการวัดลำดับที่ 2  
ของคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรม

	RV	SV	EV	PV	IV	FV
RV	.000					
SV	.000	.000				
EV	-.335	.063	.000			
PV	2.274	.831	.000	.000		
IV	.087	.125	.000	-.370	.000	
FV	.384	-.341	.009	.180	.000	.000

จากตารางที่ 4.10 Standardize Residual Covariances ของแบบจำลองการวัดลำดับที่ 1  
ของคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรม พบว่าค่า Standardize Residual Covariance แต่ละคู่มิค่าอยู่  
ระหว่าง +2 ถึง -2 แสดงถึงตัวบ่งชี้ที่ดี



ภาพที่ 4.2 แบบจำลองการวัดลำดับที่ 2 ของคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรม

### 3) แบบจำลองการวัดอันดับ 1 (1<sup>st</sup> order Measurement Model) ขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

แบบจำลองการวัด (Measurement Model) ทำหน้าที่วัดค่าผลเชิงสถิติ และ “ยืนยัน” การวิเคราะห์นั้นว่ามีกรจัดกลุ่มตัวแปรเป็นปัจจัยที่ได้รูปสนิท (Model Fit) สมบูรณ์ดีหรือไม่ ซึ่งแบบจำลองการวัดคือการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ในการศึกษาวิจัยแบบจำลองลำดับที่ 1 เป็นการวิเคราะห์เพื่อยืนยันการจัดกลุ่มตัวแปรออกเป็น 2 กลุ่ม ปัจจัยประกอบด้วย 1) มรดกทางด้านอาหาร” (Gastronomic Heritage) และ 2) “ภาคส่วนของการบริการ” (Hospitality Sector) ได้รูปสนิทสมบูรณ์ (Model Fit) และผลการวิเคราะห์พบว่าแบบจำลองยังไม่ได้รูปสนิทสมบูรณ์ (Model Not Fit) ฉะนั้นจึงมีความจำเป็นต้องปรับปรุงแบบจำลอง จากการพิจารณาค่า MI (Modification Indices) พบว่า ตัวแปรบางตัวในแบบจำลองผลการวิเคราะห์ที่สัมพันธ์ซ้ำซ้อนจึงใช้วิธีการตัดตัวแปรที่ให้ผลซ้ำซ้อนออกได้แก่ GASPRO ซึ่งส่งผลให้

แบบจำลองได้รูปสมมติฐานที่ดี Chi-square = 5.365, df = 4, p = .252 (>.05), CMIN/DF = 1.341, GFI = .995, RMSEA = .029 (<.08) ผลการวิเคราะห์แบบจำลองการวัดลำดับที่ 1 ดังที่แสดงในตารางที่ 4.11 – 4.12 และภาพที่ 4.3

**ตารางที่ 4.11** ค่า ค่า Sample Correlations ของแบบจำลองการวัดลำดับที่ 1 ขององค์ประกอบ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร

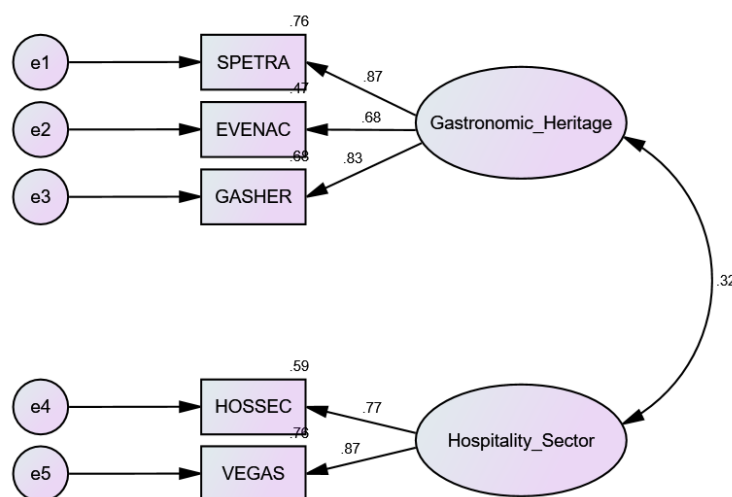
	HOSSEC	VEGAS	GASHER	EVENAC	SPETRA
HOSSEC	1.000				
VEGAS	.671	1.000			
GASHER	.190	.189	1.000		
EVENAC	.139	.181	.576	1.000	
SPETRA	.231	.272	.722	.592	1.000

จากตารางที่ 4.11 ค่า Sample Correlations ของแบบจำลองลำดับที่ 1 ขององค์ประกอบ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร พบว่าค่า Correlations ของตัวแปรสังเกตได้ (Latent Variables) แต่ละคู่มีค่าไม่เกิน 0.8 แสดงถึงค่าความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปรเหมาะสม

**ตารางที่ 4.12** ค่า Standardize Residual Covariances ของแบบจำลองการวัดลำดับที่ 1 ของ องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

	HOSSEC	VEGAS	GASHER	EVENAC	SPETRA
HOSSEC	.000				
VEGAS	.000	.000			
GASHER	-.231	-.765	.000		
EVENAC	-.546	-.155	.170	.000	
SPETRA	.351	.593	-.011	-.095	.000

จากตารางที่ 4.12 Standardize Residual Covariances ของแบบจำลองการวัดลำดับที่ 1 ขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร พบว่าค่า Standardize Residual Covariance แต่ละคู่มีค่าอยู่ระหว่าง +2 ถึง -2 แสดงถึงตัวบ่งชี้ที่ดี



Chi-square = 5.365, df = 4, p = .252  
CMIN/DF = 1.341, GFI = .995, RMSEA = .029

ภาพที่ 4.3 แบบจำลองการวัดลำดับที่ 1 ขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

#### 4) แบบจำลองการวัดอันดับ 2 (2<sup>nd</sup> order Measurement Model) ขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

แบบจำลองการวัดลำดับที่ 2 ขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยว หมายถึง แบบจำลองยืนยันว่ากลุ่มตัวแปรที่จัดกลุ่มปัจจัยไปแล้วนั้นสามารถแทนปัจจัยอีกลำดับซึ่งเป็นตัวแทนหรือตัวแปรแฝง (Latent Variable) ของกลุ่มปัจจัยนั้นได้รูปสมมติ (Model Fit) หรือไม่ ซึ่งผู้ศึกษาวิจัยได้จัดกลุ่มปัจจัยออกเป็น 2 กลุ่มปัจจัย (จากผลวิเคราะห์แบบจำลองการวัดลำดับที่ 1) ซึ่งประกอบด้วย 1) มรดกทางด้านอาหาร” (Gastronomic Heritage) และ 2) “ภาคส่วนของการบริการ” (Hospitality Sector) ึ่งได้รูปสมมติ (Model Fit) และผลการวิเคราะห์พบว่าแบบจำลองยังได้รูปสมมติ (Model Fit) Chi-square = 5.365, df = 4, p = .252 (>.05), CMIN/DF = 1.341, GFI =



.995, RMSEA = .029 (<.08) ผลการวิเคราะห์แบบจำลองการวัดลำดับที่ 2 ดังที่แสดงในตารางที่ 4.13 – 4.14 และภาพที่ 4.4

**ตารางที่ 4.13** ค่า ค่า Sample Correlations ของแบบจำลองการวัดลำดับที่ 2 ขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

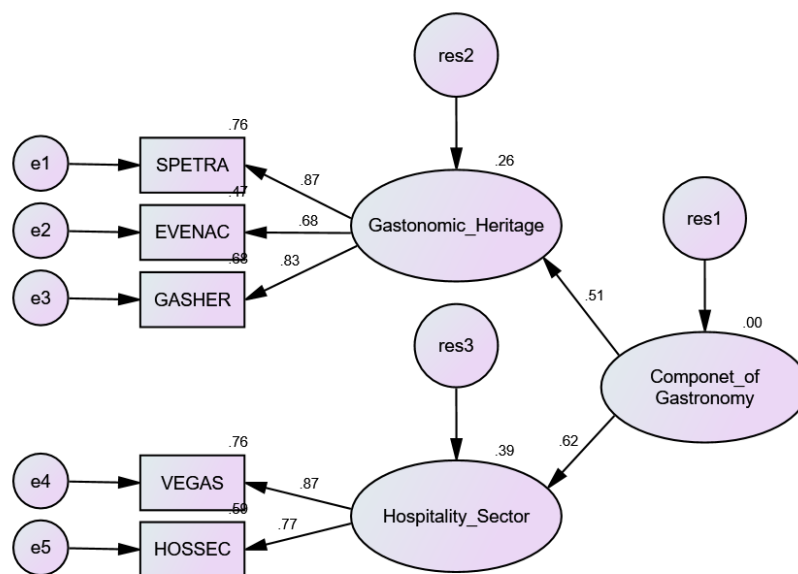
	HOSSEC	VEGAS	GASHER	EVENAC	SPETRA
HOSSEC	1.000				
VEGAS	.671	1.000			
GASHER	.202	.228	1.000		
EVENAC	.167	.189	.566	1.000	
SPETRA	.213	.241	.723	.598	1.000

จากตารางที่ 4.13 ค่า Sample Correlations ของแบบจำลองลำดับที่ 2 ขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร พบว่าค่า Correlations ของตัวแปรสังเกตได้ (Latent Variables) แต่ละคู่มีค่าไม่เกิน 0.8 แสดงถึงค่าความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปรเหมาะสม

**ตารางที่ 4.14** ค่า Standardize Residual Covariances ของแบบจำลองการวัดลำดับที่ 2 ขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

	HOSSEC	VEGAS	GASHER	EVENAC	SPETRA
HOSSEC	.000				
VEGAS	.000	.000			
GASHER	-.231	-.765	.000		
EVENAC	-.546	-.155	.170	.000	
SPETRA	.351	.593	-.011	-.095	.000

จากตารางที่ 4.14 Standardize Residual Covariances ของแบบจำลองการวัดลำดับที่ 2 ขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร พบว่าค่า Standardize Residual Covariance แต่ละคู่มีค่าอยู่ระหว่าง +2 ถึง -2 แสดงถึงตัวบ่งชี้ที่ดี



Chi-square = 5.365, df = 4, p = .252  
CMIN/DF = 1.341, GFI = .995, RMSEA = .029

ภาพที่ 4.4 แบบจำลองการวัดลำดับที่ 2 ขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

### 1.5.3 แบบจำลองเชิงโครงสร้าง (structural Equation Model)

แบบจำลองเชิงโครงสร้างทำหน้าที่ “แสดงอิทธิพล” (Influence) ระหว่างปัจจัย (Factors) หรือตัวแปรแฝง (Latent Variables) ที่ส่งผล (Effect) ถึงปัจจัยอื่น ๆ จากข้อมูลเชิงประจักษ์ที่เก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่าง เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับแบบจำลองที่ศึกษาแนวคิดพบว่าแบบจำลองได้รูปสันทติ (Model Fit) หรือไม่ (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2556) จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้สร้างปัจจัยขึ้นมาจำนวน 4 ปัจจัย ประกอบด้วย คุณค่ามรดกทางวัฒนธรรม (Heritage Cultural Value) องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (The Component of Gastronomy) และการสร้างอัตลักษณ์ (Identity Construction) อย่างไรก็ตามจากทดสอบเพื่อหาอิทธิพลของแบบจำลองจากปัจจัยองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (The Component of Gastronomy) ถูกปรับเป็น “มรดกทางด้านอาหาร (Gastronomic Heritage)” ในส่วนของคุณค่าทางมรดก

วัฒนธรรม (Heritage Cultural Value) หลังจากแบ่งออกเป็น 3 ปัจจัยนั้นถูกปรับตัวแปรกลับเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของคุณค่าทางมรดกทางวัฒนธรรม

จากการวิเคราะห์ผลที่ได้ทำให้แบบจำลองได้รูปสนิท (Model Fit) ผลการวิเคราะห์ Chi-square = 18.458, df = 12, p = .102 (>.05), CMIN/DF = 1.538, GFI = .987, RMSEA 0.37 (Arbuckle, 2011) ผลการวิเคราะห์แบบจำลองเชิงโครงสร้างของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต ดังแสดงในตารางที่ 4.15 – 4.19 และภาพที่ 4.5

**ตารางที่ 4.15** ค่า Sample Correlations ของแบบจำลองเชิงโครงสร้างของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

	PV	SPETRA	GASHER	PRODUCTIVITY	CONSUMPTION	SV	RV
PV	1.000						
SPETRA	.000	1.000					
GASHER	.000	.722	1.000				
PRODUCTIVITY	.064	.614	.637	1.000			
CONSUMPTION	.063	.607	.629	.560	1.000		
SV	.670	.000	.000	.040	.039	1.000	
RV	.783	.000	.000	.047	.046	.486	1.000

จากตารางที่ 4.15 ค่า Sample Correlations ของแบบจำลองเชิงโครงสร้างของของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต พบว่า ค่า Correlations ของตัวแปรสังเกตได้ (Latent Variables) แต่ละคู่มีค่าไม่เกิน 0.8 แสดงถึงค่าความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปรเหมาะสม

**ตารางที่ 4.16** ค่า Standardize Residual Covariances ของแบบจำลองเชิงโครงสร้างของ  
ของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

	PV	SPETRA	GASHER	PRODUCTIVITY	CONSUMPTION	SV	RV
PV	.000						
SPETRA	-.624	.000					
GASHER	-.477	.000	.000				
PRODUCTIVITY	-1.222	-.327	.304	-.040			
CONSUMPTION	.377	.252	-.367	-.048	-.039		
SV	-.001	-.317	-1.115	-1.715	-.762	.000	
RV	.005	.594	-.118	-.486	.960	.056	.000

จากตารางที่ 4.16 Standardize Residual Covariances ของแบบจำลองเชิงโครงสร้างของ  
อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต พบว่าค่า  
Standardize Residual Covariance แต่ละคู่มีค่าอยู่ระหว่าง +2 ถึง -2 แสดงถึงตัวบ่งชี้ที่ดี

**ตารางที่ 4.17** ผลค่า regression Weights และค่า Significant ของแบบจำลองเชิง  
โครงสร้างของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

Factors (Cause – Effect)		Estimate	S.E.	C.R.	P	Hypothesis
Identity	<--- Heritage Cultural Value	.071	.032	2.220	.026	ยอมรับ
Identity	<--- Gastronomic Heritage	.495	.032	15.599	***	ยอมรับ
RV	<--- Heritage Cultural Value	.832	.059	14.108	***	ยอมรับ
SV	<--- Heritage Cultural Value	1.000				
CONSUMPTION	<--- Identity	1.000				
PRODUCTIVITY	<--- Identity	1.106	.077	14.353	***	ยอมรับ
GASHER	<--- Gastronomic Heritage	1.000				
SPETRA	<--- Gastronomic Heritage	1.027	.054	18.879	***	ยอมรับ

Factors (Cause – Effect)		Estimate	S.E.	C.R.	P	Hypothesis	
Identity	<---	Heritage Cultural Value	1.080	.082	13.133	***	ยอมรับ

\*\*\* p<0.001

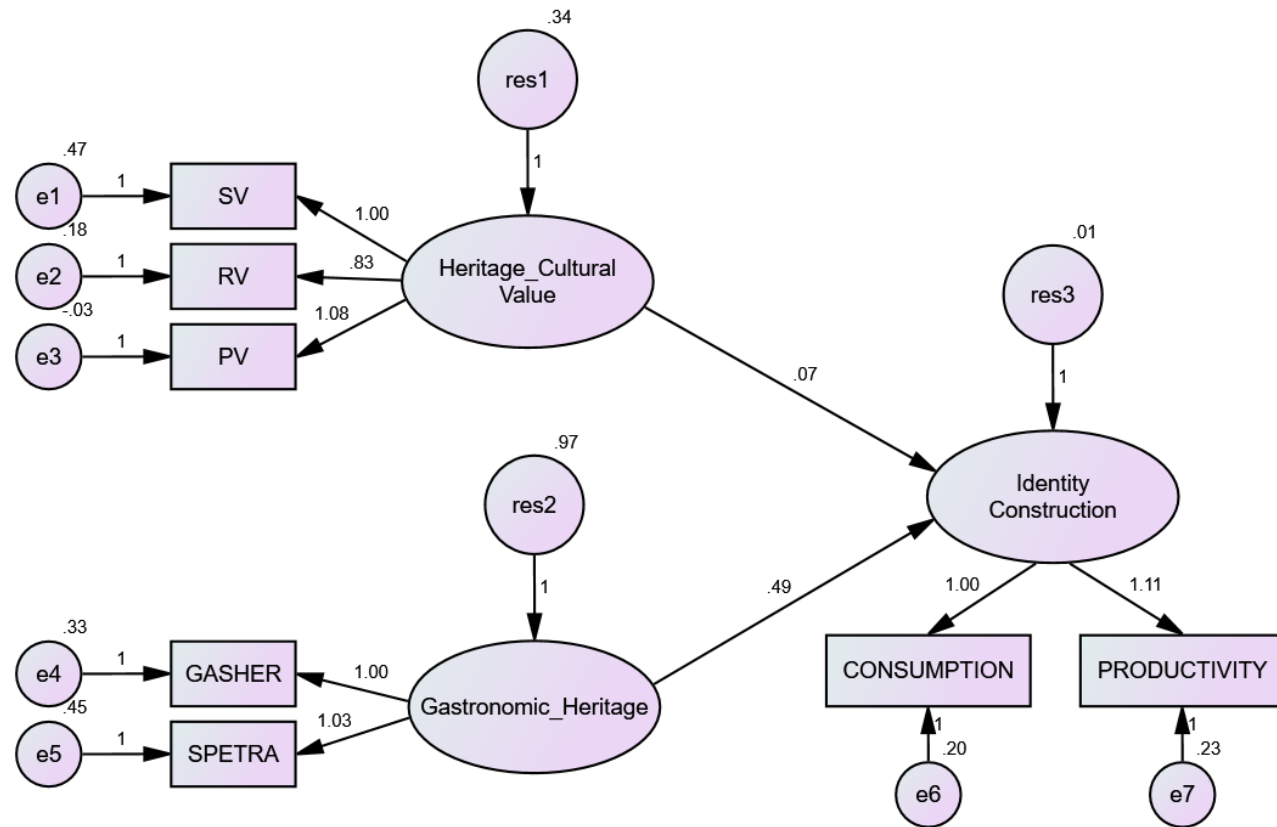
ตารางที่ 4.17 ผลค่า regression Weights และค่า Significant ของแบบจำลองเชิงโครงสร้างของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต พบว่า ปัจจัยและตัวแปรทุกตัวส่งอิทธิพลต่อกันเป็นไปตามสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญ (ที่ระดับ 0.05, P-value \*\*\* < 0.001)

**ตารางที่ 4.18** ผลค่า Standardized Regression Weights แบบจำลองเชิงโครงสร้างของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่า

Factors (Cause – Effect)			Estimate
Identity	<---	Heritage Cultural Value	.082
Identity	<---	Gastronomic Heritage	.977
RV	<---	Heritage Cultural Value	.754
SV	<---	Heritage Cultural Value	.645
CONSUMPTION	<---	Identity	.744
PRODUCTIVITY	<---	Identity	.753
GASHER	<---	Gastronomic Heritage	.865
SPETRA	<---	Gastronomic Heritage	.835
PV	<---	Heritage Cultural Value	1.039

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผลค่า Standardized Regression Weights แบบจำลองเชิงโครงสร้างของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่า เป็นตารางที่แสดงให้เห็นค่าอิทธิพล (Standardized Regression Weights) ที่ส่งผลถึงกันระหว่าง ปัจจัย-ปัจจัย และ ปัจจัย-ตัวแปร ที่เกิดขึ้นในแบบจำลอง โดยที่ Heritage Cultural Value หมายถึง คุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรม Gastronomic Heritage หมายถึง มรดกทางด้านอาหาร จากปัจจัยองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (The Component of Gastronomy) และ Identity

Construction หมายถึง การสร้างอัตลักษณ์ ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.9 เป็นการนำค่าน้ำหนัก (Regression Weights) แสดงบนเส้นอิทธิพลในแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง



Chi-square = 18.458, df = 12, p = .102  
 CMIN/DF = 1.538, GFI = .987, RMSEA = .037

ภาพที่ 4.5 แบบจำลองเชิงโครงสร้าง (Structural Model) ของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

จากภาพที่ 4.5 แบบจำลองเชิงโครงสร้างของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตพบว่า

1) ปัจจัยด้านคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมส่งอิทธิพล (ค่าน้ำหนัก 0.07) ต่อปัจจัยการสร้างอัตลักษณ์อย่างมีนัยสำคัญ (ที่ระดับ 0.05, ยอมรับสมมติฐาน H<sub>1</sub>)

2) ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารส่งอิทธิพล (ค่าน้ำหนัก 0.49) ต่อปัจจัยการสร้างอัตลักษณ์อย่างมีนัยสำคัญ (ที่ระดับ 0.05, ยอมรับสมมติฐาน H<sub>2</sub>)

ตารางที่ 4.19 ผลการทดสอบสมมติฐาน

Hypothesis	Relationship	Standardized Path Coefficient	Result	Significant (p)
H <sub>1</sub>	Heritage Cultural Value ---> Identity	0.07	Supported	0.26
H <sub>2</sub>	The Component of Gatonomy ---> Identity	0.49	Supported	***

หมายเหตุ: \*\*\* = P < 0.001

จากตารางที่ 4.19 แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งอาจกล่าวเพื่อให้เข้าใจอย่างง่ายได้ว่า ปัจจัยด้านมรดกทางวัฒนธรรมส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ และปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์

จากการวิเคราะห์แบบจำลองเชิงสาเหตุ (Casual Model) ของ “อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต” ผู้วิจัยจึงนำมาสรุปเป็นข้อเสนอแนะในการนำเสนอแผนการพัฒนาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต ในปัจจัยด้านคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรม (Heritage Cultural Tourism) ถูกปรับปรุงตัวแปรเหลือเพียง 3 ตัวแปร ได้แก่ คุณค่าทางด้านสังคม (Social Value) คุณค่าทางด้านความหายาก (Rarity Value) และคุณค่าทางการเมือง (Political Value) ต่อมาปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Component of Gastronomic) ถูกปรับปรุงเป็นปัจจัยมรดกทางด้านวัฒนธรรมอาหาร (Gastronomic Heritage) และปัจจัยด้านการสร้างอัตลักษณ์ (Identity Construction) ถูกปรับปรุงตัวแปรเหลือเพียง 3 ตัวแปร ได้แก่ การบริโภค (Consumption) และ



การผลิต (Productivity) จากการเก็บข้อมูลจากประชากรนักท่องเที่ยวจำนวน 400 ชุด ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงอาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

ผลสรุปแบบจำลองเชิงสาเหตุ (Casual Model) ของ “อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต” ผู้วิจัยจึงนำมาแผนการพัฒนาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต เพื่อดึงดูด และตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวจากการพัฒนาอาหารอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารให้เกิดความน่าสนใจ และเกิดการอนุรักษ์รูปแบบมรดกวัฒนธรรมอาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ตในช่วงวิกฤติการแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ดังนี้

## 1. คุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรม (Heritage Cultural Tourism)

### 1.1 คุณค่าทางด้านสังคม (Social Value)

- แผนพัฒนาสังคมในเขตเมืองเก่าภูเก็ตเพื่อยกระดับมรดกวัฒนธรรมอาหาร
- แผนพัฒนาความเป็นพหุสังคมเพื่อการอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต
- แผนพัฒนาอัตลักษณ์มรดกพหุวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

### 1.2 คุณค่าทางด้านความหายาก (Rarity Value)

- แผนพัฒนาความหายากด้านอัตลักษณ์มรดกวัฒนธรรมอาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ต
- แผนพัฒนา และการอนุรักษ์ความหายากด้านอัตลักษณ์มรดกวัฒนธรรมอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต
- แผนพัฒนาอัตลักษณ์เพื่อการยกระดับความหายากสู่การท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

### 1.3 คุณค่าทางการเมือง (Political Value)

- แผนการมีส่วนร่วมทางการเมืองสู่การเชื่อมโยงอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต
- แผนพัฒนาภาพลักษณ์อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

## 2. มรดกทางด้านวัฒนธรรมอาหาร (Gastronomic Heritage)

### 2.1 มรดกทางด้านวัฒนธรรมอาหาร (Gastronomic Heritage)

- แผนพัฒนาอัตลักษณ์มรดกวัฒนธรรมอาหารสู่การท่องเที่ยวเชิงอาหารร่วมสมัยในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

- แผนพัฒนาแม่บทมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตเพื่อการอนุรักษ์อัตลักษณ์อย่างยั่งยืนในเขตเมืองเก่าภูเก็ต
- แผนพัฒนาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อยกระดับสู่ความร่วมมือในเขตเมืองเก่าภูเก็ต
- แผนพัฒนาการศึกษาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

## 2.2 ตลาดการค้า (Specialist Trade)

- แผนพัฒนาตลาดการค้าเพื่อเผยแพร่อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต
- แผนพัฒนาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตสู่ตลาดการค้าระดับนานาชาติ
- แผนพัฒนาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตสู่ตลาดการค้าระดับประเทศอย่างยั่งยืน

## 3. การสร้างอัตลักษณ์ (Identity Construction)

### 3.1 การบริโภค (Consumption)

- แผนพัฒนาการสร้างอัตลักษณ์เพื่อการบริโภคสู่การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตอย่างสร้างสรรค์
- แผนพัฒนาการสร้างอัตลักษณ์เพื่อการบริโภคสู่การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตอย่างยั่งยืน
- แผนพัฒนาการตลาดเพื่อการบริโภคอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

### 3.2 การผลิต (Productivity)

- แผนพัฒนาเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต
- แผนพัฒนาการตลาดเพื่อการผลิตอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตอย่างยั่งยืน
- แผนพัฒนาสื่อกลางการผลิตอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

## 2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์

### 2.1 การวิเคราะห์คุณค่ามรดกทางวัฒนธรรม (Heritage Cultural Value)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมแบบมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตด้านคุณค่าทางมรดกทางวัฒนธรรมในแต่ละด้าน ดังนี้

#### 1) คุณค่าทางเอกลักษณ์ (Identity Value)

คุณค่าเอกลักษณ์ของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตนั้นพบว่า ด้านอาหารในพื้นที่เขตเมืองเก่าภูเก็ตนั้นมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวเนื่องจากมีกรรมวิธีการผลิตอาหาร หรือสูตรอาหารที่ถ่ายทอดผ่านคนในครอบครัวโดยเฉพาะส่งผลกระทบต่อรสชาติหรือรูปแบบของอาหารที่มีความเป็นเอกลักษณ์ นอกจากนี้จังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดแรกของประเทศไทย และประเทศแรกของอาเซียน (ASEAN) เป็น 1 ใน 18 เมืองทั่วโลกที่ได้รับการยกย่องให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านวิทยาการด้านอาหาร (Creative City of Gastronomy) จากองค์การยูเนสโก (UNESCO) ในปี พ.ศ. 2558 ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าของมรดกวัฒนธรรมด้านอาหารของคนในท้องถิ่น เนื่องด้วยความเป็นพหุวัฒนธรรมของเมืองภูเก็ตนั้นส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นที่มีความหลากหลาย ซึ่งหนึ่งในความหลากหลายนั้นคืออาหารที่ยังมีชีวิตสืบต่อกันจากรุ่นหนึ่งสู่รุ่นหนึ่งจนถึงปัจจุบัน

เอกลักษณ์ทางด้านอาหารของเขตเมืองเก่าภูเก็ตนั้นเกิดจากการผสมผสานของหลากหลายทางวัฒนธรรมของผู้คนชนหลายชาติ หรือพหุสังคมที่เดินทางมาตั้งรกราก หรือชนพื้นเมืองเดิมในจังหวัดภูเก็ต และ “อาหาร” นั้นเป็นเครื่องแสดง หรือบ่งชี้ถึงรากเหง้าทางวัฒนธรรมอย่างแท้จริง อาทิ อาหารไทย อาหารจีนปนไทย อาหารชาวมุสลิม อาหารผสมผสานมลายู อาหารฮินดู รวมไปถึงอาหารยุโรป หรืออาหารอินเดีย ที่ผสมผสานกันอยู่ภายในจังหวัดภูเก็ตส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ในฐานะครัวโลกสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อลิ้มลองรสชาติอาหารที่หลากหลายวัฒนธรรมประกอบกับจังหวัดภูเก็ตนั้นมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงจำนวนมากจึงเป็นสิ่งเกื้อหนุนยกระดับการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้กับจังหวัดภูเก็ต และเขตเมืองเก่าให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติในการตั้งจุดหมายปลายทางในการเดินทางเพื่อรับประทานอาหารที่มีเฉพาะในจังหวัดภูเก็ต และเขตเมืองเก่า สิ่งสำคัญของอาหารเขตเมืองเก่าที่มีชีวิตนั้นเกิดจากอาหารนั้นเป็นสิ่งที่อยู่ในวิถีชีวิตในครอบครัวทั่วไป รวมถึงเป็นองค์ประกอบสำคัญเทศกาล พิธีกรรมทางความเชื่อของคนจังหวัดภูเก็ต

## 2) คุณค่าทางศิลปะเทคนิค (Artistic and Technique Value)

คุณค่าทางศิลปะเทคนิคของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตนั้นพบว่า ชื่อรายการอาหารท้องถิ่นนั้นมีความสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ความเป็นมาจากกลุ่มคนหลายเชื้อชาตินำไปสู่การสร้างสรรค์ผสมผสานอาหารระหว่างอาหารท้องถิ่นแบบดั้งเดิม และอาหารในแต่ละวัฒนธรรมที่เดินทางเข้ามาถึงจังหวัดภูเก็ต จากความเป็นพหุสังคม และพหุวัฒนธรรมนั้นสะท้อนให้เห็นว่าการปรับเปลี่ยนวัตถุดิบอาหารในแต่ละวัฒนธรรมถูกส่งผ่านปรับปรุงให้เหมาะสมกับวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น และปรับปรุงรสชาติ กลิ่น รูปลักษณะให้เหมาะสมกับสภาพทางสังคมในขณะนั้นจนเกิดเป็นอัตลักษณ์ และเอกลักษณ์ของอาหารภายในเขตเมืองเก่าภูเก็ตและยังคงสืบทอดอาหารไม่ว่าจะเพื่อรับประทานในครอบครัว ประเพณีหรือพิธีกรรมท้องถิ่นอย่างเหนียวแน่น นอกจากนี้ด้วยความเป็นพหุสังคมของพื้นที่นั้นง่ายต่อการเปิดรับวัฒนธรรมใหม่ ๆ เข้ามาผสมผสานประยุกต์กับรูปแบบของวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม หรือแบบท้องถิ่นเกิดเป็นวัฒนธรรมร่วมสมัยเป็นผลให้เกิดความน่าสนใจ และดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อลิ้มลองแต่ละรายการอาหารซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

## 3) คุณค่าทางความหายาก (Rarity Value)

คุณค่าทางความหายากของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตนั้นพบว่า อาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ตนั้นมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น หรือสามารถเสาะแสวงหาเพื่อรับประทานได้เฉพาะภายในเขตเมืองเก่าภูเก็ตเป็นเหตุให้เป็นคุณค่าทางความหายากที่จะต้องเดินทางยังเขตเมืองเก่าภูเก็ตเท่านั้นถึงจะสามารถลิ้มลองสูตรอาหารที่มีเอกลักษณ์ที่ถูกถ่ายทอดส่งผ่านรุ่นต่อรุ่น ซึ่งความหายากนี้นำไปสู่กลไกการพัฒนาทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวในการเชิญชวน ประชาสัมพันธ์ หรือดึงดูดใจให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแก่นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรสนิยมแสวงหาอาหารความแปลกใหม่ที่มีความดั้งเดิม อย่างไรก็ตามความหายากของอาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ตนั้นยังครอบคลุมถึงรายการอาหารที่ผ่านกระบวนการปรุงรสของวัตถุดิบเฉพาะฤดูกาล หรือเพียงบางฤดูกาลเท่านั้น ความหายากของวัตถุดิบจึงเป็นอีกหนึ่งปัจจัยนอกเหนือจากอาหารท้องถิ่นที่มีสูตรต้นตำรับที่สืบทอดกันมาซึ่งจะสามารถหาทานได้เฉพาะเพียงในเมืองเก่าภูเก็ตเท่านั้น

## 4) คุณค่าทางเศรษฐกิจ (Economic Value)

คุณค่าทางเศรษฐกิจของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตนั้นพบว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ตนั้นเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่

สร้างผลประกอบการได้เป็นอย่างดีให้แก่คนในชุมชนเขตเมืองเก่าภูเก็ต บริเวณโดยรอบ และจังหวัดภูเก็ตในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ซึ่งนอกจากมรดกทางด้านวัฒนธรรมอาหารแล้วนั้นเขตชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตนั้นยังสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวสำหรับเดินทางเพื่อเยี่ยมชมอาคารกลุ่มตึกสไตล์ซิโน-ยูโรเปียน (Sino-European) ซึ่งมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมต่อคนในชุมชนท้องถิ่นที่สะท้อนให้เห็นความเจริญรุ่งเรืองในยุคเหมืองแร่เฟื่องฟูของจังหวัดภูเก็ต ด้วยความเป็นพหุวัฒนธรรมของเขตเมืองเก่าภูเก็ตกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญอีกแห่งหนึ่งของจังหวัดภูเก็ตซึ่งสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน และคนในท้องถิ่นจากการเปิดธุรกิจเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวในภาคส่วนต่าง ๆ สำหรับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และเชิงวัฒนธรรมนั้นกลายมาเป็นกลไกขับเคลื่อนพัฒนาเศรษฐกิจส่งผลให้เกิดการต่อยอดพัฒนา และปกป้อง อนุรักษ์ คุ้มครองความเป็นพหุวัฒนธรรมที่ยังสืบทอดมาตั้งแต่ครั้งอดีตจนถึงปัจจุบันเพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในวัฒนธรรมชุมชนเขตเมืองเก่าภูเก็ตเพื่อให้อาหารนั้นยังคงมีชีวิตด้วยอัตลักษณ์ต่อไป

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่เกิดการแพร่ระบาดตั้งแต่ปลายปี พ.ศ. 2562 ก่อนจะลุกลามแพร่ระบาดไปทั่วโลก และเกิดการกลายพันธุ์นั้นส่งผลต่อเศรษฐกิจทั่วโลก และประเทศไทย จากการแพร่ระบาดนั้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้รับผลกระทบอย่างมากเนื่องจากการจัดการของรัฐบาลในช่วงวิกฤติของประเทศที่เอื้อผลประโยชน์ให้กับกลุ่มบุคคลในการผูกขาดวัคซีนในการนำเข้าวัคซีนที่ด้อยประสิทธิภาพ และล่าช้าส่งผลกระทบต่อระบบสาธารณสุขในการจัดการผู้ป่วยติดเชื้อ และส่งผลกระทบเป็นลูกโซ่ต่อเศรษฐกิจในภาคอุตสาหกรรมและบริการ เป็นผลให้เกิดการปิดตัวลงของธุรกิจเกิดการเลิกจ้างงาน และลดฐานเงินเดือนแก่ลูกจ้างโดยเฉพาะอย่างยิ่งจังหวัดภูเก็ตซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศ และต่างประเทศในการเดินทางมาเยี่ยมเยือน เมื่อเศรษฐกิจการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตขาดสภาพคล่องเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 และข้อกำหนดในการเดินทางเข้าพื้นที่จังหวัดภูเก็ตซึ่งจะต้องเป็นไปตามมาตรการของหน่วยงานภาครัฐกำหนดในการได้รับวัคซีน จึงเกิดโครงการนำร่องด้านการท่องเที่ยวที่ชื่อว่า “ภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ (Phuket Sandbox)” จากความร่วมมือของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อนำร่องในการฟื้นฟูเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวโดยเปิดให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ได้รับวัคซีนเป็นไปตามข้อกำหนดเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังจังหวัดภูเก็ต

โครงการ “ภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ (Phuket Sandbox)” ในการนำร่องการท่องเที่ยวของประเทศไทยก่อนจะเปิดโครงการเชื่อมโยงคือ “สมุยพลัส (Samui Plus)” จังหวัดสุราษฎร์ธานีและยังมีแผนใน

การเปิดต่อไปโครงการ 7+7 ซึ่งนักท่องเที่ยวจะต้องพำนักในจังหวัดน่านรองจาก 14 วันเหลือเพียง 7 วันในจังหวัดน่านรองได้แก่ จังหวัดภูเก็ต จังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดพังงา และจังหวัดกระบี่ก่อนจะสามารถเดินทางท่องเที่ยวทั่วไทย ซึ่งหน่วยงานภาครัฐ และรัฐบาลเชื่อว่ามีความโน้มทิศทางปรับตัวที่ดีขึ้นของเศรษฐกิจไทยในไตรมาสที่ 4 ซึ่งเป็นช่วง High Season ของการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามแม้ว่าจะมีแผนงานเปิดให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการกระตุ้น และฟื้นฟูเศรษฐกิจในอนาคตนั้นแต่ประชากรส่วนใหญ่ของประเทศไทยยังไม่ได้รับวัคซีนการป้องกันเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่าแผนงานนี้จะสามารถดำเนินการต่อไปได้หรือไม่ ประกอบกับหลาย ๆ ประเทศนั้นได้ยกระดับเตือนการแพร่ระบาดของประเทศไทยอยู่ในขั้นสูงสุด ให้ประชาชนในประเทศนั้น ๆ หลีกเลี่ยงการเดินทางมาพำนักซึ่งเป็นผลให้แผนกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศไทยนั้นอาจจะเกิดการชะงัก และยังคงชะงักต่อไป

#### 5) คุณค่าทางการใช้สอย (Functional Value)

คุณค่าทางการใช้สอยของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตนั้นพบว่า คุณค่าการใช้สอยนั้นมีส่วนเกี่ยวข้องกับคุณค่าทางเศรษฐกิจซึ่งพิจารณาการใช้สอยภายในเขตเมืองเก่าภูเก็ตนั้นจากที่อยู่อาศัยของผู้คนนำไปสู่การปรับเปลี่ยนให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าเยี่ยมชมถึงสถาปัตยกรรมที่มีเอกลักษณ์ และทรงคุณค่าเพื่อการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมต่อไปให้ชนรุ่นหลังได้ตระหนัก และทราบถึงความเป็นมาของพื้นที่รู้จักหวงแหนในพื้นที่ของตนเอง นอกจากนี้การใช้สอยด้านอาหารนั้นถูกยกระดับจากกระบวนการผลิตเพื่อรับประทานในครอบครัวสู่การนำเสนอรายการอาหารที่ผ่านกระบวนการ กรรมวิธีแบบดั้งเดิม และร่วมสมัยใหม่ นำเสนอแก่นักท่องเที่ยวได้ลิ้มลองหลังจากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเขตเมืองเก่าภูเก็ต ซึ่งการนำเสนออาหารแบบดั้งเดิมนั้นส่งผลต่อการรักษามรดกวัฒนธรรมทางอาหารให้ยังคงมีชีวิตเพื่อการสืบต่อ และอนุรักษ์อาหารแบบดั้งเดิมภายในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

#### 6) คุณค่าทางการศึกษา (Education Value)

คุณค่าทางการศึกษาของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตนั้นพบว่า การนำมรดกทางวัฒนธรรมทางด้านอาหารซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่มีศักยภาพในองค์ความรู้หลากหลายด้านในกรรมวิธีผลิตปรุงแต่งอาหาร อาทิ รสชาติ กลิ่น รูปลักษณ์ คุณค่าทางด้านโภชนาการล้วนแล้วแต่เป็นคุณค่าทางมรดกทางวัฒนธรรมร่วมสมัยที่ถูกถ่ายทอดองค์ความรู้ผ่านคนในครอบครัวรุ่นต่อรุ่นโดยยังรักษาขนบธรรมเนียมแบบดั้งเดิม อาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ตนั้นไม่ว่าจะถูกปรุงแต่งเพื่อประเพณี พิธีกรรม รับประทานในครอบครัว หรือทางการค้าล้วน

แล้วแต่มีคุณค่าทางด้านการศึกษาที่ต้องอนุรักษ์ไว้เพื่อให้อาหารนั้นยังคงอยู่ และมีชีวิต นอกจากนี้คุณค่าการศึกษาสามารถบูรณาการเข้ากับองค์ความรู้ประเภทอื่น ๆ เพื่อให้เกิดการคุ้มครองในมรดกวัฒนธรรมอาหารเขตเมืองเก่าภูเก็ต

### 7) คุณค่าทางสังคม (Social Value)

คุณค่าทางสังคมของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตนั้นพบว่า อาหารนั้นมีความสัมพันธ์กับสังคมการดำเนินชีวิตของคนอย่างเหนียวแน่น ในแต่ละวันนั้นคนจำเป็นที่จะต้องทานอาหารเป็นจำนวนสามมื้อ ฉะนั้นแล้วจึงกล่าวได้ว่าอาหารจึงเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตในการดำรงอยู่ของมนุษย์มาตั้งแต่อดีต และเมื่อมนุษย์รวมกลุ่มกันเกิดกลุ่มก้อนทางวัฒนธรรมมีการนำวัตถุดิบในท้องถิ่นมาประกอบอาหาร และเมื่อมีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมเกิดขึ้นอาหารจึงเกิดการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง และได้หลอมรวมกันกับวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมจนก่อเกิดเป็นอาหารร่วมสมัยที่มีเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์เมื่อเวลาผ่านไป

อาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ตนั้นเกิดจากความหลากหลายของเชื้อชาติที่เดินทางเข้ามาอยู่อาศัยเกิดเป็นพหุสังคม และพหุทางวัฒนธรรม และเมื่อหลอมรวมกับอาหารแบบดั้งเดิม หรืออาหารแบบท้องถิ่นนั้นจึงเกิดเป็นเอกลักษณ์ที่ถูกส่งต่อหรือถ่ายทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่นโดยใช้วัตถุดิบ หรือส่วนผสมที่มีในท้องถิ่นประยุกต์เข้ากับกรรมวิธี หรือกระบวนการปรุงแต่งจนเกิดเป็นอาหารจานนั้น ๆ ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่สะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าทางมรดกวัฒนธรรมทั้งคงมีชีวิตของอาหารจากการรักษาสืบต่อของคนในชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตที่ยังคงไว้ซึ่งขนบธรรมเนียม ประเพณี และพิธีกรรมความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับอาหาร ในปัจจุบันอาหารในบางรายการนั้นถูกดัดแปลงหรือปรับปรุงให้เข้ากับบริบททางสังคมมากขึ้นแต่ยังคงสะท้อนรากเหง้าตัวตนของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่สามารถพบเห็นได้ภายในจานอาหาร หรือวัตถุดิบได้เป็นอย่างดี

### 8) คุณค่าทางการเมือง (Political Value)

คุณค่าทางการเมืองของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตนั้นพบว่า บริบทการเมืองนั้นมีความสำคัญอย่างมากต่อการท่องเที่ยวในการกำหนดแผนยุทธศาสตร์ นโยบายในด้านการส่งเสริมเสริมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 และสถานการณ์ความไม่มั่นคงของรัฐบาลในปัจจุบันซึ่งสร้างความไม่มั่นคง และปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาเยี่ยมเยือน จากการจัดทำแผนแม่บทนำร่องเปิดการท่องเที่ยวภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ (Phuket Sandbox) นั้นยังขาดความน่าเชื่อถือของหน่วยงานภาครัฐในการจัดการดูแลนักท่องเที่ยวทั้งภายใน และต่างประเทศในการเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวยัง

จังหวัดภูเก็ต และผู้ที่เดินทางเข้าไปได้นั้นจะต้องเป็นผู้ที่ได้รับวัคซีนซึ่งเป็นไปตามข้อกำหนดของหน่วยงานภาครัฐซึ่งสวนทางกับจำนวนผู้ติดเชื้อสะสม และผู้ที่ได้รับวัคซีนของคนภายในประเทศที่ยังไม่ได้รับวัคซีน นอกจากนี้ประชากรภายในจังหวัดภูเก็ตนั้นได้รับวัคซีนซึ่งไม่มีประสิทธิภาพในการป้องกันเชื้อไวรัสโควิด 19 ที่มีหลากหลายสายพันธุ์ในปัจจุบันเป็นผลมาจากการดำเนินงานของรัฐบาลในการจัดการแก้ไขที่ล่าช้าไม่มีประสิทธิภาพ และประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตามหากรัฐบาลยังไม่สามารถจัดการในการจัดหาวัคซีนที่มีประสิทธิภาพให้แก่คนในประเทศ และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาตินั้นการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตจะเกิดการชะงักของเศรษฐกิจ และยากต่อการฟื้นตัวในอนาคตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

## 2.2 องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (The Component of Gastronomic Tourism)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมแบบมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารแต่ละด้าน ดังนี้

### 1) มรดกทางด้านอาหาร (Gastronomic heritage)

มรดกทางด้านอาหารของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตนั้นพบว่า จังหวัดภูเก็ตนั้นมีวัดอุทิศจากทรัพยากรทางธรรมชาติซึ่งพบได้เฉพาะจังหวัดภูเก็ต อาทิ จักจั่นทะเล นมแพะทะเล หรือสัปปะรดภูเก็ต ซึ่งเป็นต้นทุนทางธรรมชาติที่สามารถนำมาต่อยอดพัฒนาในการนำมาเป็นส่วนประกอบ หรือวัตถุดิบอาหารที่มีเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์เฉพาะตัวของอาหารจังหวัดภูเก็ต ฉะนั้นแล้วหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน รวมถึงผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจะต้องให้ความสำคัญในการยกระดับด้านอาหารท้องถิ่น รวมถึงการสร้างความยั่งยืนให้กับมรดกอาหารให้มีชีวิตเพื่อสืบทอดเอกลักษณ์ของมรดกทางวัฒนธรรมให้กับชนรุ่นหลังได้ลิ้มลองรสชาติอาหารเขตเมืองเก่าภูเก็ต

มรดกทางด้านอาหารเขตเมืองเก่าภูเก็ตนั้นมีความเป็นพหุสังคม และพหุวัฒนธรรมส่งผลต่อการดำรงชีวิตที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของอาหารซึ่งจะพบว่าจากหลากหลายของเชื้อชาตินั้นเป็นผลให้เกิดการประกอบอาหารทั้งภายในครัวเรือน พิธีกรรมความเชื่อหรือเทศกาลของคนในท้องถิ่นและถ่ายทอดสูตรลับหรือกรรมวิธีการทำอาหารชนิดนั้น ๆ ภายในครอบครัวจนเกิดเป็นเอกลักษณ์ และสามารถเสาะแสวงหารับประทานมรดกอาหารเหล่านี้ได้เฉพาะภายในเขตเมืองเก่าภูเก็ต เช่น หมี่สำป้า ไอ้ต้าว ข้าวต้มแห้ง ไอ้เอ๋ว น้ำพริกกุ้งเสียบ หมี่หุ่นกระดูกหมู และอื่น ๆ เป็นต้น



## 2) ผลิตภัณฑ์ทางด้านอาหาร ผู้ผลิต และอุตสาหกรรมอาหาร (Gastronomic products, producers and food industries)

ผลิตภัณฑ์ทางด้านอาหาร ผู้ผลิต และอุตสาหกรรมอาหาร ของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตนั้นพบว่า อุตสาหกรรมด้านอาหารของเขตเมืองเก่าภูเก็ตนั้นถูกส่งเสริม และสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจึงเกิดความตระหนักรู้ และความสนใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวในการเดินทางเพื่อลิ้มลอง หรือลิ้มรสอาหารท้องถิ่นที่มีเพียงเฉพาะในเขตเมืองเก่าภูเก็ตที่มีรากเหง้ามาจากความเป็นพหุวัฒนธรรม อย่างไรก็ตามผลิตภัณฑ์อาหารนั้น ผู้ผลิตจะต้องสร้างความมั่นใจ และรับรองได้ถึงความปลอดภัยในอาหารได้ว่าถูกสุขอนามัย และแจ้งได้ว่าใน ส่วนประกอบของอาหารแก่ผู้บริโภคที่เกิดอาหารแพ้ในวัตถุประสงค์การทำอาหาร นอกจากนี้แล้วผู้ผลิต หรือผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงคุณภาพของอาหารที่จะต้องมีความมาตรฐานในแต่ละจานอย่างเท่าเทียมกัน เพื่อรักษาฐานจำนวนผู้บริโภคสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และเกิดการซื้อซ้ำ และเกิดความภักดีในอาหารท้องถิ่นเมืองเก่าภูเก็ตได้อย่างยั่งยืน

## 3) ภาคส่วนของการบริการ (Hospitality sector)

ภาคส่วนการบริการของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตนั้นพบว่า ร้านอาหารที่จำหน่ายอาหารท้องถิ่นภายในเขตเมืองเก่าภูเก็ตนั้นสามารถเข้าถึงได้อย่างง่ายดายเนื่องจากการประชาสัมพันธ์ทั้งจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และส่วนบุคคลในการนำเสนอร้านอาหาร และสร้างแผนที่อย่างง่ายเพื่อให้เกิดการตลาดออนไลน์ที่เข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังเขตเมืองเก่าภูเก็ต นอกจากการท่องเที่ยวเชิงอาหาร แล้วเขตเมืองเก่าภูเก็ตยังเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงถ่ายภาพ (Photo Tourism) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) ที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเพิ่มเติมชมกลุ่มตึกสถาปัตยกรรมแบบชิโนยูโรเปียน และถ่ายภาพขณะที่เดินทางท่องเที่ยว อีกทั้งยังสามารถแวะทานอาหารท้องถิ่นภายในย่านเมืองเก่าภูเก็ต นอกจากนี้เขตเมืองเก่าภูเก็ตนั้นได้ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในหลากหลายช่วงวัย อาทิ ห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุ หรือผู้พิการ การให้บริการตู้กดเงิน ATM แก่นักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และเกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวซ้ำของเขตเมืองเก่าภูเก็ต

ผู้คนในท้องถิ่นเขตเมืองเก่าภูเก็ตนั้นต่างมีอัธยาศัย มิตรภาพ สัมพันธ์ไมตรีที่ดีในการเป็นเจ้าบ้านเพื่อรองรับ และบริการแก่นักท่องเที่ยว เป็นผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ต และในแต่ละร้านอาหารนั้นผู้ประกอบการมีการจัดการที่ดี

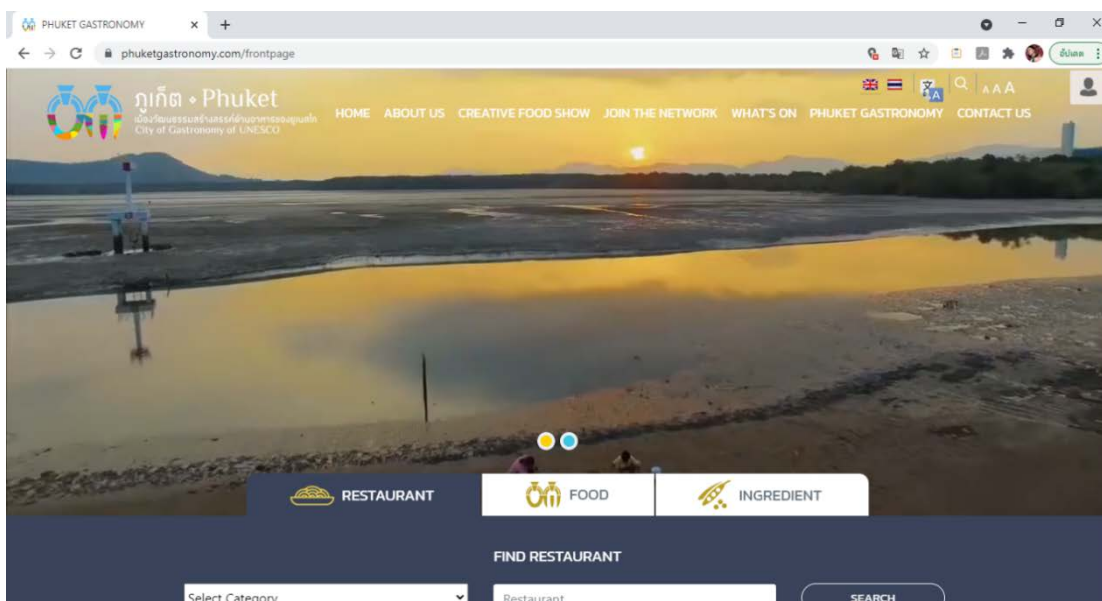
สำหรับการรักษาความสะอาดตั้งแต่กระบวนการเลือกสรรวัตถุดิบ การจัดการ และการปรุงอาหารแต่ละจาน และมีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยโดยให้นักท่องเที่ยวเว้นระยะห่างที่เหมาะสม (Social Distancing) เป็นไปตามมาตรการความปลอดภัยของกระทรวงสาธารณสุขแบบวิถีใหม่ (New Normal) และร้านค้ายังเข้าร่วมโครงการ SHA ของหน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เพื่อให้นักท่องเที่ยว หรือผู้ที่มาใช้บริการมั่นใจได้ว่าร้านค้า หรือร้านอาหารนั้นได้รับการรองรับว่ามีความสะอาด และปลอดภัยจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งเป็นการสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางเพื่อพักผ่อนได้เป็นอย่างดี

#### 4) ตลาดการค้า (Specialist trade)

ตลาดการค้าของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตนั้นพบว่า ตลาดการค้าสำหรับมรดกอาหารวัฒนธรรมเขตเมืองเก่าภูเก็ตนั้นมีช่องทางในการเผยแพร่ผ่านหลากหลายช่องทางระหว่างออฟไลน์ และออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ และสร้างการตระหนักรู้ ความน่าสนใจแก่นักท่องเที่ยวเข้าถึงเกี่ยวกับมรดกทางวัฒนธรรมทางอาหารของจังหวัดภูเก็ต และจังหวัดภูเก็ตนั้นมีการสร้างเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารดังแสดงในรูปที่ 4.6 ซึ่งช่องทางในการโฆษณา และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารเขตเมืองเก่าภูเก็ตนั้นสามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวหลายกลุ่มช่วงวัยด้วยหลากหลายช่องทางซึ่งถือว่าประสบความสำเร็จอย่างมากในการนำเสนอร้านอาหาร รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังจังหวัดภูเก็ต และเขตเมืองเก่าภูเก็ต การส่งเสริมตลาดการค้าการท่องเที่ยวเชิงอาหารมรดกวัฒนธรรมนั้นได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่องมาอย่างหลายปีเพื่อให้เกิดการตลาด และสร้างภาพลักษณ์ของเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าภูเก็ตที่มีความน่าสนใจ

ตลาดการค้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารยังเกี่ยวข้องกับสถานที่ในการจัดจำหน่ายอาหารท้องถิ่น เช่น ถนนคนเดิน หรือการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงในการทานอาหารท้องถิ่นที่มาจากวัตถุดิบท้องถิ่นของจังหวัดภูเก็ต ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเปลี่ยนบรรยากาศจากการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารได้ในหลากหลายรูปแบบ ซึ่งบรรยากาศนั้นมีผลกระทบกับนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวมาเยือนในเขตเมืองเก่าภูเก็ต และในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในประเทศไทยนั้นรูปแบบตลาดการค้าออนไลน์มีความสำคัญอย่างมากในการจัดจำหน่ายอาหารท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยวเพื่อชดเชยรายได้ที่สูญหายไปจากมาตรการรักษาความปลอดภัยของรัฐบาล และอาหารท้องถิ่นนั้นจะต้องถูกพัฒนาเพื่อให้สามารถเก็บรักษาได้ในระยะเวลานาน และสามารถรักษารสชาติ กลิ่นของอาหารเพื่อตอบสนองต่อ

ความต้องการของนักท่องเที่ยว และร้านอาหารจะต้องมีการเข้าร่วมเพื่อขนส่งให้แก่ผู้บริโภคภายในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ตได้อย่างรวดเร็วเพื่อรักษารสชาติ กลิ่น และอุณหภูมิของอาหารไว้ได้ และสามารถรักษาความประทับใจให้แก่ผู้บริโภคที่ชื่นชอบในมรดกวัฒนธรรมอาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ต



ภาพที่ 4.6 เว็บไซต์ Phuket Gastronomy

ที่มา <https://phuketgastronomy.com/frontpage>

### 5) การจัดงาน และกิจกรรม (Events and activities)

การจัดงาน และกิจกรรมของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตนั้นพบว่า การส่งเสริมการจัดงาน และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ตโดยให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างการรับรู้ และกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติในช่วงวิกฤติการแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโคโรน่า 2019 ในการเดินทางมาร่วมกิจกรรม หรือร่วมงานที่เกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่นของเมืองภูเก็ต ซึ่งในปี พ.ศ. 2563 จังหวัดภูเก็ตได้มีการจัด The 2nd Gastronomy International Symposium 2020, Phuket City, THAILAND ขึ้นเพื่อส่งเสริม และต่อยอดภาพลักษณ์ของเมืองที่ได้รับรางวัลเมืองวัฒนธรรมสร้างสรรค์ด้านอาหารภูเก็ต (Creative City of Gastronomy จากองค์การยูเนสโก (UNESCO) ดังภาพที่ 4.7 ซึ่งแสดงตราสัญลักษณ์ระหว่างองค์กร UNESCO และจังหวัดภูเก็ต นอกจากนี้ยังภายในเขตเมืองเก่าภูเก็ตยังเป็นสถานที่จัดงาน หรือจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เช่น กิจกรรม “หรอย-ริม-เล Phuket Tasting” งานเทศกาลอาหารที่จัดขึ้นเพื่อเชิญชวนให้เดินทางมา

เพื่อลิ้มลองความสดใหม่ของอาหารทะเล และมีโครงการในการจัดกิจกรรมตลอดทั้งปีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารภายในเขตเมืองเก่าภูเก็ต



ภาพที่ 4.7 ตราสัญลักษณ์ระหว่างองค์กร UNESCO และจังหวัดภูเก็ต

ที่มา <https://phuketgastronomy.com>

จังหวัดภูเก็ตนั้นมีความโดดเด่นทางด้านอาหารเป็นอย่างมากจึงมีการจัดเทศกาลอาหารท้องถิ่นของจังหวัดภูเก็ตในแต่ละเดือนตามตารางที่ 4.20 ซึ่งแสดงการจัดกิจกรรมเทศกาลอาหารท้องถิ่นของจังหวัดภูเก็ต นอกจากนี้แล้วยังมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ประเพณี และพิธีกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่นซึ่งเกิดความร่วมมือระหว่างสมาคมธุรกิจท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภูเก็ต และหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนอื่น ๆ ในการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับมรดกทางวัฒนธรรมอาหารเพื่อสืบทอดเจตนารมณ์ และรักษามรดกอาหารให้เกิดการสืบทอดจากรุ่นหนึ่งสู่รุ่นหนึ่งต่อไป อีกทั้งยังเป็นการสร้างการตระหนักรู้ และความน่าสนใจในการดึงดูดนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาเยี่ยมชมเยือนยังเขตเมืองเก่าภูเก็ตเพื่อลิ้มรส หรือลิ้มลองอาหารที่มีรากเหง้ามาจากความเป็นพหุวัฒนธรรม

ตาราง 4.20 แสดงการจัดกิจกรรมเทศกาลอาหารท้องถิ่นของจังหวัดภูเก็ต

เดือน	เทศกาล	จุดเด่นอาหาร
มกราคม – กุมภาพันธ์ (ศตวรรษที่ 15 – 16)	วันตรุษจีน	เคียน, แกงเผ็ดไก่ใส่มันฝรั่ง, ต้มกระดูกหมูผักกาดเค็ม, หมูหงภูเก็ต และอื่น ๆ
วันที่ 9 ของเทศกาลตรุษจีน	เรือรบเทวดา	เค้กข้าวเหนียว, น้ำตาลโง้งชีว, อ้อยส้ม องอไหล, แต้เหลียว,

เดือน	เทศกาล	จุดเด่นอาหาร
		ฮวดกอย, อ่างกู่ และอื่น ๆ
เมษายน พ.ศ. 2343 – 2526	Cheng Beng	ไก่นึ่ง, ไข่ต้ม, ปอเปี๊ยะ, บาจ้ง
สิงหาคม	โป๊ะโต๊ะ	ตัวคู่หวาน (เต่าแดงตัวใหญ่) ยิม 1 เคี้ยว (เท้า) 2 – 3 เคี้ยว คิน ซึ่งเป็นบุญของอาม
สิงหาคม – กันยายน	ไหว้พระจันทร์	Tong Chee Pei (ขนมไหว้ พระจันทร์)
กันยายนหรือตุลาคม	กินผัก	อาหารมังสวิรัตินอกจากกิน แรง และแอลกอฮอล์
พฤศจิกายน – ธันวาคม	แดนเตา	ไข่ต้ม/สลัดเต่า (ปัจจุบันงด ให้บริการเนื่องจากโครงการ อนุรักษ์สัตว์ทะเลหายาก)

ที่มา <https://phuketgastronomy.com>

#### 6) สถานที่สำหรับการศึกษาด้านอาหาร (Venues for gastronomic education and research)

สถานที่สำหรับการศึกษาด้านอาหารของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตนั้นพบว่า เขตเมืองเก่าภูเก็ตนั้นถือว่าเป็นชุมชนตัวอย่างที่เป็นจุดหมายปลายทางในการมาจัดงานสำหรับชุมชนอื่น ๆ ที่ต้องการประสบความสำเร็จในการรองรับนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน และผู้ที่มีส่วนที่เกี่ยวข้องจะต้องเข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมจัดอบรมองค์ความรู้ให้กับชุมชนในท้องถิ่นในการปรับปรุง ประยุกต์ หรือผสมผสานกระบวนการกรรมวิธีในการผลิตอาหารรูปแบบใหม่ ๆ รวมถึงการสร้างทางเลือกในการคัดสรรวัตถุดิบที่เหมาะสมกับกระแสสุขภาพของคนในยุคปัจจุบัน และจะต้องมีความสร้างสรรค์ในการปรุงแต่ง หรือจัดอาหารให้มีความน่าสนใจ ดึงดูดใจที่จะลิ้มลองรสชาติอาหารจานนั้น ๆ

การรวมกลุ่มของคนในชุมชนเขตเมืองเก่าภูเก็ตนั้นจะต้องมีความเข้มแข็งของคนในชุมชนเพื่อมุ่งสู่ความสำเร็จในระดับถัดไปในการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ และพัฒนาวิจัยอาหารท้องถิ่นของชุมชนในเขตเมืองเก่าในการนำเสนอให้แก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนรู้กระบวนการในการปรุงอาหาร และ

สามารถดำเนินการแปรรูปอาหารท้องถิ่นในรูปแบบของแห้งเพื่อจัดจำหน่ายให้กับผู้ที่ไม่สามารถเดินทางมายังเขตเมืองเก่าภูเก็ตได้ และอาหารแปรรูปนั้นจะต้องสามารถเก็บรักษาได้เป็นระยะเวลา นาน และสามารถนำมาปรุงได้อย่างง่ายดายเหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่ทำอาหารไม่เป็น หรือต้องการความสะดวกสบายในการปรุงอาหาร ซึ่งการรวมกลุ่มของคนในชุมชนเขตเมืองเก่า นั้นจะสามารถสร้างการต่อรองให้แก่ชุมชนได้สูงขึ้นมีศักยภาพในการดำเนินงานเพื่อสร้างผลประกอบการ หรือผลกำไรให้แก่คนในชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตได้อย่างเท่าเทียม

### 2.3 การสร้างอัตลักษณ์ (Identity Construction)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมแบบมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตด้านการสร้างอัตลักษณ์ในแต่ละด้าน ดังนี้

#### 1) การผลิต (Production)

การผลิตของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตนั้นพบว่า อาหารท้องถิ่นเขตเมืองเก่าภูเก็ตนั้นมีกระบวนการวิธีการปรุงจากวัตถุดิบท้องถิ่น ซึ่งวัตถุดิบท้องถิ่นนั้นกล่าวได้ว่าคนในอดีตนั้นมีความเชื่อว่าทุก ๆ วัตถุดิบต่างมีสรรพคุณ หรือคุณประโยชน์ที่แตกต่างกัน และเมื่อนำมารวมกันแล้วจะต้องสามารถส่งเสริมสรรพคุณให้กับอาหารงานนั้น ๆ ให้โภชนาการที่ได้รับนั้นเป็นหลักของวิทยาศาสตร์ ซึ่งความคิดสร้างสรรค์ในการนำวัตถุดิบมาสรรสร้างอาหารแต่ละงานนั้นย่อมต้องผ่านกระบวนการทดสอบลองผิดลองถูกในหลาย ๆ ช่วงอายุคนก่อนจะสืบทอดมรดกวัฒนธรรมอาหารสู่ทายาท หรือคนในตระกูล และแพร่หลายในสังคมชุมชนท้องถิ่น และเมื่อมีการแลกเปลี่ยนทางการค้า หรือการอพยพเข้ามาของคนต่างถิ่นที่มีหลากหลายเชื้อชาติจึงเกิดการผสมผสานเข้ากับวัตถุดิบใหม่ ๆ เกิดเป็นงานอาหารร่วมสมัยเกิดขึ้น

การผลิตอาหารที่ดีนั้นจะต้องดึงรสชาติ และกลิ่นออกมาได้อย่างคุณภาพเพื่อให้ผู้บริโภคที่ลิ้มลองได้เข้าถึงรสชาติอย่างแท้จริงของอาหารงานนั้น ๆ ซึ่งในแต่ละอาหารท้องถิ่นต่างมีสูตรอาหารที่ได้รับการถ่ายทอดภายในครอบครัวเป็นของตนเองซึ่งก่อให้เกิดความหลากหลายของรสชาติในรายการอาหารเดียวกัน และกระบวนการผลิตของผู้ประกอบการร้านอาหารนั้นจะต้องคำนึงถึงสุขอนามัย ตั้งแต่การเลือกสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ กระบวนการกรรมวิธีการปรุงอาหารที่สุกถูกสุขอนามัยเพื่อลดการติดเชื้อเป็นสาเหตุของโรคท้องร่วงที่อาจจะเกิดขึ้นได้ด้วยสภาพภูมิอากาศ หรือเชื้อโรคที่แฝงอยู่ในวัตถุดิบนั้น ๆ และจะต้องมีการเลือกบรรจุภัณฑ์ และล้างบรรจุภัณฑ์ที่ต้องสะอาด ผ่านการฆ่าเชื้อโรค

เพื่อสร้างความมั่นใจ และความปลอดภัยให้กับผู้บริโภคที่เดินทางเข้ามาลิ้มลอง หรือลิ้มรสอาหารท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าภูเก็ตและในระหว่างกระบวนการผลิตนั้นผู้ผลิตจะต้องสวมใส่ถุงมือพลาสติก สวมใส่หน้ากากอนามัย สวมใส่หมวกคลุมผม และสถานที่จะต้องมีความสะอาดแสดงให้เห็นนักท่องเที่ยวเห็นได้ว่าภายในร้านอาหารนั้นถูกสุขอนามัยอย่างแท้จริง

การแพร่ระบาดของเชื้อโคโรนา 2019 นั้นผู้ผลิตจะต้องคำนึงถึงการแพร่ระบาดของเอไวัสซึ่งสามารถกระจาย หรือฟุ้งในอากาศได้ ฉะนั้นการจัดการผลิตจะต้องสร้างความน่าเชื่อถือ (High Trust) ให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังเขตเมืองเก่าภูเก็ตเพื่อทานอาหารท้องถิ่น และการเข้าร่วม SHA ของหน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนั้นเป็นการตอกย้ำให้กับนักท่องเที่ยวได้เข้าใจได้ว่ามีความปลอดภัยที่ได้รับรองจากกระทรวงสาธารณสุข และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา นักท่องเที่ยวสามารถมั่นใจได้ว่าร้านอาหารภายในเขตเมืองเก่าภูเก็ตนั้นจะสามารถตอบสนองด้านความมั่นใจ และความปลอดภัยในการบริโภคอาหารที่มีคุณภาพของร้านอาหารท้องถิ่นภายในเขตเมืองภูเก็ต แน่นอนว่าอาหารที่ถูกปรุงสุกใหม่ และสามารถทานภายในร้านนั้นจะสามารถเป็นสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังพื้นที่เขตเมืองเก่าภูเก็ต ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเสพสุนทรียภาพที่เกิดขึ้นจากสภาวะแวดล้อมที่แท้จริงนำไปสู่การท่องเที่ยวเชิงอาหารซึ่งอัตลักษณ์ทางมรดกทางวัฒนธรรมเขตพื้นที่เมืองเก่าภูเก็ต และสร้างความประทับใจในการเดินทางมาเยี่ยมเยือน

## 2) การบริโภค (Consumption)

การบริโภคของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตนั้นพบว่า อาหารในแต่ละงานนั้นถูกปรุงมาจากวัตถุดิบซึ่งเป็นผลของคนในอดีตที่ผ่านการทดลองจนทราบได้ว่าในแต่ละวัตถุดิบที่จะนำมาผ่านกระบวนการผลิตจะต้องมีสรรพคุณที่ส่งเสริมกันเป็นผลให้เกิดโภชนาการที่มีประโยชน์แก่นมนุษย์ ซึ่งความสร้างสรรค์ในการคัดสรรวัตถุดิบท้องถิ่นนั้น และกระบวนการกรรมวิธีผลิตอาหารเกิดความพิเศษในการพิถีพิถันผสมผสานเข้ากับวัฒนธรรมอื่น ๆ จนเกิดเป็นอาหารร่วมสมัยซึ่งมีเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์แก่อาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ต คุณภาพอาหารที่ดีนั้นย่อมมาจากการคัดเลือกวัตถุดิบที่มีความสะอาด และสดใหม่ผ่านการปรุงด้วยความร้อนให้อาหารสุกสะอาดจึงกลายเป็นอาหารที่มีโภชนาการที่ดี และปลอดภัยแก่นมนุษย์ อย่างไรก็ตามสิ่งสำคัญของผู้บริโภคที่มุ่งเน้นเกี่ยวกับอาหารนั้นคือต้องอ้อยมีรสชาติที่ถูกปาก และกลิ่นที่หอมช่วยให้เกิดความอยากอาหารของแก่ผู้บริโภค

ผู้บริโภคนั้นเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนกลไกเศรษฐกิจของธุรกิจร้านอาหารในเขตย่านเมืองเก่า นอกจากร้านอาหารจะนำเสนอกรรมวิธีสูตรอาหารโบราณ หรือถูกถ่ายทอดภายในครอบครัว

แล้ว การปรับปรุงรสชาติที่เป็นกลางเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในหลากหลายชาติพันธุ์ก็เป็นอีกสิ่งสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจจากความคาดหวังในการเดินทางมาเพื่อลิ้มลอง หรือทานอาหารภายในย่านเมืองเก่าภูเก็ต ในปัจจุบันอาหารท้องถิ่นนั้นมีการปรับปรุงด้วยความสร้างสรรค์หรือกรรมวิธีแบบใหม่ ๆ ในการทำอาหารเพื่อดึงรสชาติให้ออกมาได้มากที่สุด หรือการสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดการประยุกต์เข้ากับวัฒนธรรมอื่น ๆ เกิดเป็นอาหารร่วมสมัยสร้างความตื่นเต้น ความน่าค้นหาให้กับผู้บริโภคที่ต้องการความแปลกใหม่แต่ยังต้องการเอกลักษณ์ หรืออัตลักษณ์รสชาติอาหารท้องถิ่นของเขตเมืองเก่าภูเก็ต โดยส่วนมากแล้วผู้บริโภคมักจะมองข้ามในเรื่องของโภชนาการอาหารไปแต่ให้ความสนใจ หรือมุ่งเน้นในเรื่องของรสชาติที่จะต้องถูกปาก มีคุณภาพ สุกสะอาด และสดใหม่ สร้างความประทับใจให้แก่ผู้บริโภคที่เดินทางมายังเขตเมืองเก่าภูเก็ต

### 3) การควบคุมจัดการ (Regulation)

การควบคุมจัดการของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตนั้นพบว่า การควบคุมจัดการนั้นหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนจะต้องเข้ามามีบทบาท และประสานงานเข้ากับชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตในการกำหนดมาตรฐานความปลอดภัยทางด้านอาหารซึ่งจะต้องมีการกำหนดข้อบังคับทั้งในด้านของวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ กรรมวิธีการปรุงที่จะต้องมีความสะอาด และปลอดภัยในร้านอาหาร นอกจากนี้ควรมีการส่งเสริมในการคำนวณเกี่ยวกับโภชนาการเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ว่าอาหารแต่ละจานนั้นมีสัดส่วนของวัตถุดิบใหม่ และมีโภชนาการอะไรบ้าง มีจำนวนกิโลแคลอรีเท่าไรซึ่งเหมาะสมกับผู้บริโภคที่ชื่นชอบในการรักสุขภาพ หรือผู้บริโภคที่มีโรคประจำตัวในการจำกัดปริมาณการกิน หรือการสั่งอาหารที่ไม่สามารถทานได้ และสิ่งสำคัญที่สุดในการควบคุมจัดการคือการควบคุมคุณภาพของรสชาติซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจอาหารนั้นจะต้องสามารถรักษารสชาติในทุกจานนั้นมีความเท่ากัน หรือเหลื่อมล้ำกันได้เพียงเล็กน้อยเพื่อรักษาฐานลูกค้าที่ชื่นชอบในรสชาติอาหารท้องถิ่นเขตเมืองเก่าภูเก็ต

### 4) การสร้างภาพตัวแทน (Representation)

การสร้างภาพตัวแทนของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตนั้นพบว่า การสร้างตัวแทนอัตลักษณ์อาหารซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่มีชีวิตในเขตย่านเมืองเก่าภูเก็ตนั้นจะต้องเป็นสิ่งที่ถูกประกอบสร้างทางสังคม (Social Construct) ด้วยความเป็นพหุสังคม และพหุวัฒนธรรมนั้นจึงไม่เกิดความหยุดนิ่งตายตัวซึ่งเป็นวงจรแห่งวัฒนธรรม (Circuit of Culture) ในการสื่อความหมาย หรือการสร้างความหมายต่าง ๆ ผ่านระบบต่าง ๆ ของการสร้างภาพตัวแทนที่เกี่ยวข้องกับการอัตลักษณ์อาหารภายในเขตเมืองเก่าภูเก็ตเพื่อสื่อสารให้แก่ผู้บริโภค



ตระหนัก และรับรู้ เข้าใจเกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นของมรดกทางวัฒนธรรมจังหวัดภูเก็ต ในปัจจุบันการนำเสนอภาพลักษณ์เกี่ยวกับอาหารจากการยกระดับเมืองภูเก็ตให้เป็นเมืองวัฒนธรรมสร้างสรรค์ด้านอาหารภูเก็ต

การสร้างภาพตัวแทนอาหารท้องถิ่นซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมให้มีชีวิตนั้นจะต้องส่งเสริมโดยการนำเสนอผ่านความหมายเชิงสัญลักษณ์ทางการท่องเที่ยวให้แก่เขตเมืองเก่าภูเก็ต เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้พบและสามารถตีความได้ว่าสัญลักษณ์ซึ่งมาจากอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นนั้นเป็นตัวแทน หรือภาพจำของอาหารของเขตเมืองเก่าภูเก็ตด้วยการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนโดยมีชุมชนเขตเมืองเก่าภูเก็ตเข้ามาประสานงานเพื่อให้ภาพสัญลักษณ์อาหารนั้นมีประสิทธิภาพเข้าถึงแก่นของอาหารท้องถิ่นได้อย่างมากที่สุด ซึ่งการนำเสนอภาพอัตลักษณ์อาหารแต่ละชนิดนั้นจะสามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถจดจำชนิดอาหารนั้น ๆ ได้ และสร้างความอยากอาหารจากการชมภาพ หรือสร้างความง่ายให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ไม่เข้าใจหรือมองภาพของอาหารท้องถิ่นนั้น ๆ ไม่ออกช่วยให้ง่ายต่อการสื่อสาร และประสานงานระหว่างผู้ให้บริการ และผู้บริโภค

## 2.4 ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมแบบมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตนั้นมีความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับวิกฤติการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งแพร่ระบาดมาเกือบ 3 ปี ส่งผลต่อเศรษฐกิจของจังหวัดภูเก็ตเป็นอย่างมาก ผู้ประกอบการร้านค้านั้นต่างเริ่มทยอยปิดตัวลงเนื่องจากการขาดนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยี่ยมเยือน ประกอบกับในปัจจุบันนั้นโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ (Phuket Sandbox) ได้นำร่องในการนำนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ได้รับวัคซีนซึ่งเป็นไปตามข้อกำหนดของรัฐบาล และโครงการเชื่อมโยงไปในจังหวัดภาคใต้ได้แก่ จังหวัดพังงา จังหวัดกระบี่ และจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยเมื่อเข้ามายังจังหวัดภูเก็ตและกักตัวในสถานที่พักครบจำนวน 7 วันแล้วจึงสามารถเดินทางไปยังกลุ่มจังหวัดดังกล่าวได้เป็นลักษณะโครงการ 7+7 ซึ่งในสถานการณ์ปัจจุบันการรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาตินั้นมีระบบที่ได้มาตรฐาน แต่ในกลุ่มของนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้นยังไม่สามารถรองรับได้เนื่องจากคนในประเทศกลุ่มที่ได้รับวัคซีนซึ่งเป็นไปตามข้อกำหนดของรัฐบาลนั้นยังมีน้อยจึงต้องการให้กระบวนการตรวจเชิงรุก และฉีดวัคซีนให้เกิดภูมิคุ้มกันหมู่ให้กับคนไทยเพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว

การฟื้นฟูเศรษฐกิจนั้นภาครัฐจะต้องคำนึงถึงความสามารถการจัดการของระบบสาธารณสุขที่กำลังล้มเหลวในปัจจุบันเนื่องจากวัคซีนที่นำมากระตุ้นภูมิคุ้มกันหมู่ไม่มีประสิทธิภาพ และในจังหวัดภูเก็ตเองนั้นประชาชนคนในท้องถิ่นได้รับวัคซีนที่ไม่มีประสิทธิภาพในการป้องกัน และยับยั้งการติดเชื้อซึ่งเกิดการกลายพันธุ์ของเชื้อไวรัสโคโรนาไวรัส 2019 ซึ่งส่งผลให้ในหลาย ๆ ประเทศนั้นประกาศเตือนคนในประเทศในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตเนื่องจากการแพร่ระบาดที่ไม่สามารถจัดการควบคุมได้ของประเทศไทยส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ และการฟื้นฟู และกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศไทย และจังหวัดภูเก็ต

### 3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการประชุมกลุ่มย่อย

การประชุมกลุ่มย่อยระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจำนวน 12 คน ณ ห้องประชุมสถานีตำรวจท่องเที่ยวภูเก็ต เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2563 เพื่อเป็นเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ทรรศนะนำมาซึ่งอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต โดยรายละเอียดข้อมูลจากการประชุมกลุ่มย่อย ได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) คุณค่ามรดกทางวัฒนธรรม (Heritage Cultural Value) 2) องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (The Component of Gastronomic Tourism) และ 3) การสร้างอัตลักษณ์ (Identity Construction) ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

**ตารางที่ 4.21** สรุปผลจากการประชุมกลุ่มย่อยระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

ปัจจัย	กลุ่มหน่วยงานภาครัฐ	กลุ่มหน่วยงานภาคเอกชน	กลุ่มภาคชุมชน
คุณค่ามรดกทางวัฒนธรรม (Heritage Cultural Value)	- คุณค่าทางเอกลักษณ์ - คุณค่าทางการศึกษา	- คุณค่าทางเอกลักษณ์ - คุณค่าทางเศรษฐกิจ	- คุณค่าทางเอกลักษณ์ - คุณค่าทางสังคม
องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (The Component of Gastronomic Tourism)	- มรดกทางด้านอาหาร การจัดการงาน และกิจกรรม - สถานที่สำหรับการศึกษาด้านอาหาร	- การจัดงาน และกิจกรรม - ผลิตภัณฑ์ทางด้านอาหาร ผู้ผลิต และอุตสาหกรรมอาหาร	- มรดกทางด้านอาหาร

ปัจจัย	กลุ่มหน่วยงานภาครัฐ	กลุ่มหน่วยงาน ภาคเอกชน	กลุ่มภาคชุมชน
การสร้างอัตลักษณ์ (Identity Construction)	- การผลิต - การควบคุมจัดการ	- การผลิต - การสร้างภาพตัวตน	- การผลิต

จากตารางที่ 4.21 สรุปผลจากการประชุมกลุ่มย่อยระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ด้านคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรม (Heritage Cultural Value) หน่วยงานภาครัฐให้ความสำคัญด้านคุณค่าทางเอกลักษณ์และคุณค่าทางการศึกษา ภาคเอกชนให้ความสำคัญด้านคุณค่าทางเอกลักษณ์และคุณค่าทางเศรษฐกิจ ส่วนภาคชุมชนให้ความสำคัญด้านคุณค่าทางเอกลักษณ์และคุณค่าทางสังคม สำหรับด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (The Component of Gastronomic Tourism) หน่วยงานภาครัฐให้ความสำคัญกับองค์ประกอบมรดกทางด้านอาหาร และองค์ประกอบสถานที่สำหรับการศึกษาด้านอาหาร ภาคเอกชนให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการจัดงาน และกิจกรรม และองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ทางด้านอาหาร ผู้ผลิต และอุตสาหกรรมอาหาร ส่วนภาคชุมชนให้ความสำคัญกับมรดกทางด้านอาหาร และสุดท้ายด้านการสร้างอัตลักษณ์ (Identity Construction) หน่วยงานภาครัฐให้ความสำคัญกับการผลิตและการควบคุมจัดการ ภาคเอกชนให้ความสำคัญกับการผลิตและการสร้างภาพตัวตน ส่วนภาคชุมชนให้ความสำคัญกับการผลิต

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง “อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต”  
มีผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. อภิปรายผล
3. ข้อเสนอแนะ

#### 1. สรุปผลการวิจัย

##### 1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่เดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ตเป็นเพศหญิง จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.5 ด้านอายุพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวอยู่ระหว่าง 26 – 35 ปี จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38 ด้านสถานภาพพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวอยู่ในสถานภาพโสด จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65 ด้านการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46 ด้านรายได้พบว่า นักท่องเที่ยวมีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 ด้านอาชีพพบว่า นักท่องเที่ยวประกอบอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.7 และด้านภูมิลำเนาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5

##### 1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมในเขตเมืองภูเก็ตพบว่า ปัจจัยมรดกทางวัฒนธรรมในเขตเมืองเก่าภูเก็ตทั้ง 8 ด้าน มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดจำนวน 1 ปัจจัย ระดับมากจำนวน 6 ปัจจัย และระดับปานกลางจำนวน 1 ปัจจัย เมื่อแยกพิจารณาประเด็นย่อยพบว่า

**ด้านคุณค่าทางเอกลักษณ์ (Identity Value)** อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.86$ ) เมื่อพิจารณารายประเด็นรายชื่อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยพบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจอาหารท้องถิ่นเป็นอาหารที่หายากที่มีเฉพาะถิ่นไม่สามารถหาได้จากที่อื่น รองลงมาคืออาหารท้องถิ่นแสดงออกถึงลักษณะด้านวัฒนธรรม ประเพณีของคนที่แตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่น และอาหารท้องถิ่นแสดงออกถึงลักษณะเฉพาะของคนที่แตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่น ตามลำดับ

**ด้านคุณค่าทางศิลปะเทคนิค (Artistic and Technique Value)** อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.46$ ) เมื่อพิจารณารายประเด็นรายชื่อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยพบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจศิลปะในการปรุงอาหารและประกอบอาหารท้องถิ่น เป็นการสร้างความน่าสนใจให้กับอาหารท้องถิ่น รองลงมาคืออาหารท้องถิ่นบ่งบอกถึงการสร้างสรรค์เมนูอาหารให้เหมาะสมกับวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น และการตกแต่งอาหารให้มีสีสันจากวัตถุดิบในท้องถิ่น เป็นการเพิ่มความน่าสนใจให้กับอาหารท้องถิ่น ตามลำดับ

**ด้านคุณค่าทางความหายาก (Rarity Value)** อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.00$ ) เมื่อพิจารณารายประเด็นรายชื่อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยพบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจอาหารท้องถิ่นและวัตถุดิบในการปรุงอาหารท้องถิ่นเป็นอาหารที่หาจับรับประทานได้ยาก มีเฉพาะในชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตเท่านั้น รองลงมาคืออาหารท้องถิ่นและวัตถุดิบในการปรุงอาหารท้องถิ่นเป็นสูตรดั้งเดิมที่สืบทอดกันมา และอาหารท้องถิ่นและวัตถุดิบในการปรุงอาหารท้องถิ่นเป็นอาหารที่หาจับรับประทานได้เพียงบางฤดูกาลเท่านั้น ตามลำดับ

**ด้านคุณค่าทางเศรษฐกิจ (Economic Value)** อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.19$ ) เมื่อพิจารณารายประเด็นรายชื่อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยพบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจการประกอบอาหารและการขายอาหารท้องถิ่นทำให้เกิดเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชน รองลงมาคืออาหารท้องถิ่นสามารถนำมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว ช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็ง และอาหารท้องถิ่นสามารถเพิ่มมูลค่าโดยการนำวัตถุดิบในท้องถิ่นมาประกอบและปรุงอาหาร ตามลำดับ

**ด้านคุณค่าทางการใช้สอย (Functional Value)** อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.46$ ) เมื่อพิจารณารายประเด็นรายชื่อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยพบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจมีการใช้สอยพื้นที่ต่าง ๆ ในเขตเมืองเก่าภูเก็ตเพื่อประชาสัมพันธ์อาหารท้องถิ่น เช่น พิพิธภัณฑ์ รองลงมาคือมีการนำ

วัตถุดิบในท้องถิ่นมาตกแต่งจานอาหารให้สวยงามน่าสนใจ และมีการนำวัตถุดิบในท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการปรุงอาหารท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์ทางโภชนาการอาหาร เช่น สมุนไพร ตามลำดับ

**ด้านคุณค่าทางเศรษฐกิจ (Economic Value)** อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.44$ ) เมื่อพิจารณารายประเด็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยพบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจอาหารท้องถิ่นควรค่าแก่การสนับสนุนให้มีการศึกษาด้านอาหารท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยว รองลงมาคืออาหารท้องถิ่นควรค่าแก่การสนับสนุนให้มีการบรรจุการศึกษาด้านอาหารท้องถิ่นเข้าสู่หลักสูตรการศึกษาปกติ และอาหารท้องถิ่นควรค่าแก่การสนับสนุนให้มีการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น ตามลำดับ

**ด้านคุณค่าทางสังคม (Social Value)** อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 4.04$ ) เมื่อพิจารณารายประเด็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยพบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจอาหารท้องถิ่นแสดงถึงการดำรงอยู่ของความเป็นสังคมและชุมชนสะท้อนความคิด ความเชื่อของคนในอดีตได้เป็นอย่างดี รองลงมาคืออาหารที่ประกอบและปรุงขึ้นในท้องถิ่น แสดงให้เห็นคุณค่ารากเหง้าทางวัฒนธรรม ประเพณี และสังคมที่ได้มีการสืบทอดกันมา และอาหารท้องถิ่นแสดงถึงการรวมกลุ่มของคนในสังคมเดียวกันและมีรูปแบบของอาหารร่วมกัน ตามลำดับ

**ด้านคุณค่าทางการเมือง (Political Value)** อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.29$ ) เมื่อพิจารณารายประเด็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยพบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจผู้นำระดับท้องถิ่นเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวอาหารท้องถิ่น รองลงมาคือการท่องเที่ยวอาหารท้องถิ่นมีผลต่อการปกครองท้องถิ่น และนโยบายระดับท้องถิ่นสนับสนุนส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยวอาหารท้องถิ่น ตามลำดับ

### 1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารในเขตเมืองภูเก็ต พบว่า ปัจจัยองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ตทั้ง 6 ด้าน มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดจำนวน 2 ปัจจัย ระดับมากจำนวน 3 ปัจจัย และระดับปานกลางจำนวน 1 ปัจจัย เมื่อแยกพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า

**ด้านมรดกทางด้านอาหาร (Gastronomic Heritage)** อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.86$ ) เมื่อพิจารณารายประเด็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยพบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจอาหารสามารถสื่อถึงความเป็นท้องถิ่น รองลงมาคืออาหารใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น และกระบวนการทำอาหารมีเฉพาะท้องถิ่นที่สืบต่อกันมา ตามลำดับ

**ด้านผลิตภัณฑ์ทางด้านอาหาร ผู้ผลิต และอุตสาหกรรมอาหาร (Gastronomic products, producers and food industries)** อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.63$ ) เมื่อพิจารณารายประเด็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยพบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจอุตสาหกรรมอาหารมีการผลิตที่ได้รับมาตรฐาน รองลงมาคืออุตสาหกรรมอาหารมีการจัดการการผลิตอย่างเป็นระบบ และอุตสาหกรรมอาหารมีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการผลิต เช่น เครื่องจักรในการแปรรูป เป็นต้น ตามลำดับ

**ด้านภาคส่วนของการบริการ (Hospitality sector)** อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.34$ ) เมื่อพิจารณารายประเด็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยพบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจที่ตั้งของร้านอาหารเหมาะสมเข้าถึงง่าย รองลงมาคือบุคลากรมีศักยภาพในการให้บริการ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกในร้านอาหาร เช่น ห้องน้ำ สัญญาณอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ตามลำดับ

**ด้านตลาดการค้า (Specialist trade)** อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.23$ ) เมื่อพิจารณารายประเด็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยพบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจที่มีช่องทางในการจัดจำหน่ายเพียงพอต่อความต้องการ รองลงมาคือมีตัวแทนในการจัดจำหน่ายอาหารทั้งค้าปลีกและค้าส่ง และมีสถานที่ในการจัดจำหน่ายอาหารท้องถิ่น เช่น ถนนคนเดิน เป็นต้น ตามลำดับ

**ด้านการจัดงาน และกิจกรรม (Events and activities)** อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.10$ ) เมื่อพิจารณารายประเด็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยพบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจที่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสร้างประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว รองลงมาคือมีการจัดงานและกิจกรรมเกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่น และมีการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับอาหารภายในย่านเมืองเก่าภูเก็ต เช่น นักท่องเที่ยวสามารถประกอบอาหารรับประทานเอง ตามลำดับ

**ด้านสถานที่สำหรับการศึกษาด้านอาหาร (Venues for gastronomic education and research)** อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.25$ ) เมื่อพิจารณารายประเด็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยพบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจสามารถนำองค์ความรู้ใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่นมา

ประยุกต์ใช้กับชุมชนได้ รองลงมาคือมีการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้และการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่น และศูนย์การเรียนรู้และการวิจัยมีการเปิดอบรมอย่างสม่ำเสมอ ตามลำดับ

#### 1.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารในเขตเมืองภูเก็ต พบว่า ปัจจัยการสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ตทั้ง 6 ด้าน มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดจำนวน 1 ปัจจัย และระดับมากจำนวน 3 ปัจจัย เมื่อแยกพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า

**ด้านการผลิต (Production)** อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.60$ ) เมื่อพิจารณารายประเด็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยพบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจอาหารท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าภูเก็ตมีกรรมวิธีการผลิตที่ถูกสุขลักษณะนักท่องเที่ยว รองลงมาคืออาหารท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าภูเก็ตมีกรรมวิธีการผลิตที่แตกต่าง และอาหารท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าภูเก็ตมีกรรมวิธีการผลิตที่มีคุณภาพ ตามลำดับ

**ด้านการบริโภค (Consumption)** อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.76$ ) เมื่อพิจารณารายประเด็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยพบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจอาหารท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าภูเก็ตมีประโยชน์ทางโภชนาการแก่การบริโภค รองลงมาคืออาหารท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าภูเก็ตมีความคิดสร้างสรรค์ควรค่าแก่การบริโภค และอาหารท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าภูเก็ตมีรสชาติอร่อยควรค่าแก่การบริโภค ตามลำดับ

**ด้านการควบคุมจัดการ (Regulation)** อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.97$ ) เมื่อพิจารณารายประเด็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยพบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจอาหารท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าภูเก็ตมีการกำหนดมาตรฐานด้านโภชนาการ รองลงมาคืออาหารท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าภูเก็ตมีการกำหนดมาตรฐานด้านความปลอดภัย และอาหารท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าภูเก็ตมีการกำหนดมาตรฐานด้านรสชาติของอาหาร ตามลำดับ

**ด้านการสร้างภาพตัวแทน (Representation)** อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.24$ ) เมื่อพิจารณารายประเด็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยพบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจอาหารท้องถิ่นในเขต



เมืองเก่าภูเก็ตสามารถเป็นตัวแทนทางการท่องเที่ยวได้ รองลงมาคืออาหารท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าภูเก็ตสามารถนำมาสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ทางการท่องเที่ยวได้ และอาหารท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าภูเก็ตสามารถเป็นตัวแทนทางมรดกวัฒนธรรมและภูมิปัญญาด้านอาหารท้องถิ่นของจังหวัดภูเก็ตได้ ตามลำดับ

### 1.5 ผลการวิเคราะห์สมมติฐานอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

ผลการวิจัยส่วนการสร้างแบบจำลองเชิงสาเหตุ (Casual Model) อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตได้ทำการศึกษาปัจจัย หรือองค์ประกอบของคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรม และองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิง ที่ส่งผลหรือมีอิทธิพลต่อการสร้างอัตลักษณ์ ผู้วิจัยได้สร้างแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างเพื่อใช้อธิบายคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรม และองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ดังที่แสดงในภาพ 5.1 จากผลการวิเคราะห์แบบจำลองเชิงสาเหตุ (Casual Model) ของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตซึ่งแสดงตัวเลขแสดงอิทธิพลในส่วนต่าง ๆ โดยสามารถนำมาอธิบายผลการวิจัย ซึ่งพบว่า

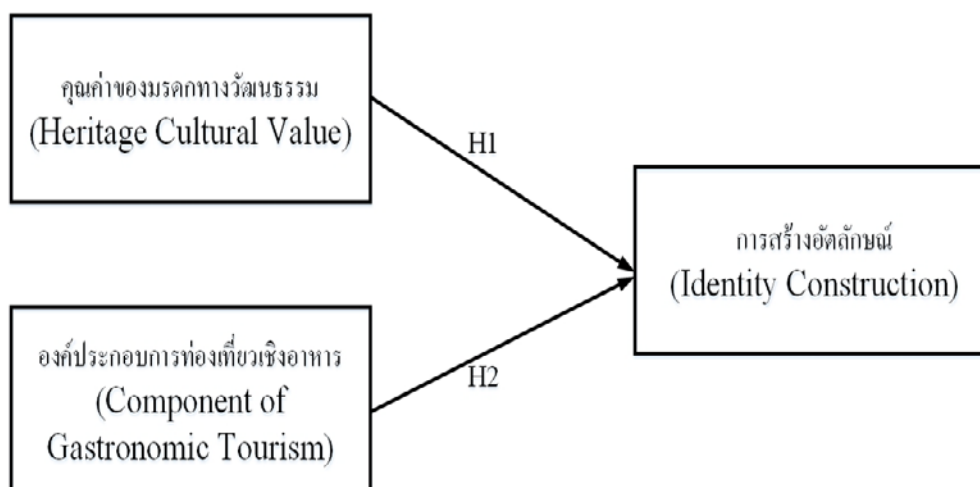
- 1) ปัจจัยด้านคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมส่งอิทธิพล (ค่าน้ำหนัก 0.07) ต่อปัจจัยการสร้างอัตลักษณ์อย่างมีนัยสำคัญ (ที่ระดับ 0.05, ยอมรับสมมติฐาน  $H_1$ )
- 2) ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารส่งอิทธิพล (ค่าน้ำหนัก 0.49) ต่อปัจจัยการสร้างอัตลักษณ์อย่างมีนัยสำคัญ (ที่ระดับ 0.05, ยอมรับสมมติฐาน  $H_2$ )

การวิเคราะห์ผลแบบจำลองเชิงสาเหตุ (Casual Model) ของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต พบว่า แบบจำลองได้รูปสมมติ (Model Fit) ผลการวิเคราะห์ Chi-square = 18.458, df = 12, p = .102 (>.05), CMIN/DF = 1.538, GFI = .987, RMSEA 0.37 (Arbuckle, 2011) ดังนี้

1) ปัจจัยด้านคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมถูกปรับปรุงเหลือเพียง 3 ตัวแปร ประกอบด้วย 1) คุณค่าทางด้านสังคม (Social Value: SV = 0.64) 2) คุณค่าทางด้านความหายาก (Rarity Value: RV = 0.75) และ 3) คุณค่าทางการเมือง (Political Value: PV = 1.04)

2) ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารถูกปรับปรุงเหลือเพียง 2 ตัวแปร ประกอบด้วย 1) มรดกวัฒนธรรมอาหาร (Gastronomic Heritage: GASHER = 0.86) และ 2) ตลาดการค้า (Specialist Trade: SPETRA = 0.83)

3) ปัจจัยด้านการสร้างอัตลักษณ์ถูกปรับปรุงเหลือเพียง 2 ตัวแปร ประกอบด้วย 1) การบริโภค (Consumption = 0.74) และการผลิต 2) (Productivity = 0.75)



ภาพที่ 5.1 แบบจำลองเชิงสาเหตุ (Casual Model) ของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

จากการวิเคราะห์แบบจำลองเชิงสาเหตุ (Casual Model) ของ “อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต” ผู้วิจัยจึงนำมาสรุปเป็นข้อเสนอแนะในการนำเสนอแผนการพัฒนาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต ในปัจจัยด้านคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรม (Heritage Cultural Tourism) ถูกปรับปรุงตัวแปรเหลือเพียง 3 ตัวแปร ได้แก่ คุณค่าทางด้านสังคม (Social Value) คุณค่าทางด้านความหายาก (Rarity Value) และคุณค่าทางการเมือง (Political Value) ต่อมาปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Component of

Gastronomic) ถูกปรับปรุงเป็นปัจจัยมรดกทางด้านวัฒนธรรมอาหาร (Gastronomic Heritage) และปัจจัยด้านการสร้างอัตลักษณ์ (Identity Construction) ถูกปรับปรุงตัวแปรเหลือเพียง 3 ตัวแปร ได้แก่ การบริโภค (Consumption) และการผลิต (Productivity) จากการเก็บข้อมูลจากประชากรนักท่องเที่ยวจำนวน 400 ชุด ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงอาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

ผลสรุปแบบจำลองเชิงสาเหตุ (Casual Model) ของ “อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต” ผู้วิจัยจึงนำมาแผนการพัฒนาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต เพื่อดึงดูด และตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวจากการพัฒนาอาหารอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารให้เกิดความน่าสนใจ และเกิดการอนุรักษ์รูปแบบมรดกวัฒนธรรมอาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ตในช่วงวิกฤติการแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ดังนี้

## 1. คุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรม (Heritage Cultural Tourism)

### 1.1 คุณค่าทางด้านสังคม (Social Value)

- แผนพัฒนาสังคมในเขตเมืองเก่าภูเก็ตเพื่อยกระดับมรดกวัฒนธรรมอาหาร
- แผนพัฒนาความเป็นพหุสังคมเพื่อการอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต
- แผนพัฒนาอัตลักษณ์มรดกพหุวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

### 1.2 คุณค่าทางด้านความหายาก (Rarity Value)

- แผนพัฒนาความหายากด้านอัตลักษณ์มรดกวัฒนธรรมอาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ต
- แผนพัฒนา และการอนุรักษ์ความหายากด้านอัตลักษณ์มรดกวัฒนธรรมอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต
- แผนพัฒนาอัตลักษณ์เพื่อการยกระดับความหายากสู่การท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

### 1.3 คุณค่าทางการเมือง (Political Value)

- แผนการมีส่วนร่วมทางการเมืองสู่การเชื่อมโยงอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

- แผนพัฒนาภาพลักษณ์อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

## 2. มรดกทางด้านวัฒนธรรมอาหาร (Gastronomic Heritage)

### 2.1 มรดกทางด้านวัฒนธรรมอาหาร (Gastronomic Heritage)

- แผนพัฒนาอัตลักษณ์มรดกวัฒนธรรมอาหารสู่การท่องเที่ยวเชิงอาหารร่วมสมัยในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

- แผนพัฒนาแม่บทมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตเพื่อการอนุรักษ์อัตลักษณ์อย่างยั่งยืนในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

- แผนพัฒนาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อยกระดับสู่ความร่วมมือในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

- แผนพัฒนาการศึกษาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

### 2.2 ตลาดการค้า (Specialist Trade)

- แผนพัฒนาตลาดการค้าเพื่อเผยแพร่อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

- แผนพัฒนาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตสู่ตลาดการค้าระดับนานาชาติ

- แผนพัฒนาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตสู่ตลาดการค้าระดับประเทศอย่างยั่งยืน

## 3. การสร้างอัตลักษณ์ (Identity Construction)

### 3.1 การบริโภค (Consumption)

- แผนพัฒนาการสร้างอัตลักษณ์เพื่อการบริโภคสู่การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตอย่างสร้างสรรค์

- แผนพัฒนาการสร้างสรรค์ลักษณะเพื่อการบริโภคสู่การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตอย่างยั่งยืน
- แผนพัฒนาการตลาดเพื่อการบริโภคสู่การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

### 3.2 การผลิต (Productivity)

- แผนพัฒนาเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต
- แผนพัฒนาการตลาดเพื่อการผลิตสู่การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตอย่างยั่งยืน
- แผนพัฒนาสื่อกลางการผลิตสู่การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

## 1.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมแบบมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตด้านคุณค่าทางมรดกทางวัฒนธรรม องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และการสร้างสรรค์ในแต่ละด้านนั้นสามารถสรุปได้ จังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดแรกของประเทศไทย และประเทศแรกของอาเซียน (ASEAN) เป็น 1 ใน 18 เมืองทั่วโลกที่ได้รับการยกย่องให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านวิทยาการด้านอาหาร (Creative City of Gastronomy) จากองค์การยูเนสโก (UNESCO) ในปี พ.ศ. 2558 ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าของมรดกวัฒนธรรมด้านอาหารของคนในท้องถิ่น เนื่องด้วยความเป็นพหุวัฒนธรรมของเมืองภูเก็คนั้นส่งผลต่อวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นที่มีความหลากหลาย ซึ่งหนึ่งในความหลากหลายนั้นคืออาหารที่ยังมีชีวิตสูตรต้นตำรับสืบทอดกันจากรุ่นหนึ่งสู่รุ่นหนึ่งจนถึงปัจจุบัน และการผสมผสานกันอยู่ภายในจังหวัดภูเก็ตส่งผลต่อภาพลักษณ์ในฐานะครัวโลกสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อลิ้มลองรสชาติอาหารที่หลากหลายวัฒนธรรมประกอบกับจังหวัดภูเก็คนั้นมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงจำนวนมากจึงเป็นสิ่งเกื้อหนุนยกระดับการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้กับจังหวัดภูเก็ต และเขตเมืองเก่าให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาว

ไทย และชาวต่างชาติในการตั้งจุดหมายปลายทางในการเดินทางเพื่อรับประทานอาหารที่มีเฉพาะในจังหวัดภูเก็ต และเขตเมืองเก่า สิ่งสำคัญของอาหารเขตเมืองเก่าที่มีชีวิตนั้นเกิดจากอาหารนั้นเป็นสิ่งที่อยู่ในวิถีชีวิตในครอบครัวทั่วไป รวมถึงเป็นองค์ประกอบสำคัญเทศกาล พิธีกรรมทางความเชื่อของคนจังหวัดภูเก็ต

โครงการ “ภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ (Phuket Sandbox)” ในการนำร่องการท่องเที่ยวของประเทศไทย ก่อนจะเปิดโครงการเชื่อมโยงคือ “สมุยพลัส (Samui Plus)” จังหวัดสุราษฎร์ธานีและยังมีแผนในการเปิดต่อไปโครงการ 7+7 ซึ่งนักท่องเที่ยวจะต้องพำนักในจังหวัดนำร่องจาก 14 วันเหลือเพียง 7 วันในจังหวัดนำร่องได้แก่ จังหวัดภูเก็ต จังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดพังงา และจังหวัดกระบี่ก่อนจะสามารถเดินทางท่องเที่ยวทั่วไทย ซึ่งหน่วยงานภาครัฐ และรัฐบาลเชื่อว่ามีแนวโน้มทิศทางการปรับตัวที่ดีขึ้นของเศรษฐกิจไทย ในไตรมาสที่ 4 ซึ่งเป็นช่วง High Season ของการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามแม้ว่าจะมีแผนงานเปิดให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการกระตุ้น และฟื้นฟูเศรษฐกิจในอนาคตนั้นแต่ประชากรส่วนใหญ่ของประเทศไทยยังไม่ได้รับวัคซีนการป้องกันเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และจากการจัดทำแผนแม่บทนำร่องเปิดการท่องเที่ยวภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ (Phuket Sandbox) นั้นยังขาดความน่าเชื่อถือของหน่วยงานภาครัฐในการจัดการดูแลนักท่องเที่ยวทั้งภายใน และต่างประเทศในการเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวยังจังหวัดภูเก็ต และผู้ที่เดินทางเข้าไปได้นั้นจะต้องเป็นผู้ที่ได้รับวัคซีนซึ่งเป็นไปตามข้อกำหนดของหน่วยงานภาครัฐซึ่งสวนทางกับจำนวนผู้ติดเชื้อสะสม และผู้ที่ได้รับวัคซีนของคนภายในประเทศที่ยังไม่ได้รับวัคซีน นอกจากนี้ประชากรภายในจังหวัดภูเก็ตนั้นได้รับวัคซีนซึ่งไม่มีประสิทธิภาพในการป้องกันเชื้อไวรัสโควิด 19 ที่มีหลากหลายสายพันธุ์ในปัจจุบันเป็นผลมาจากการดำเนินงานของรัฐบาลในการจัดการแก้ไขที่ล่าช้าไม่มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล อย่างไรก็ตามหากรัฐบาลยังไม่สามารถจัดการในการจัดหาวัคซีนที่มีประสิทธิภาพให้แก่คนในประเทศ และสร้างพหุคูณความน่าเชื่อถือให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินั้นการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตจะเกิดการชะงักของเศรษฐกิจ และยากต่อการฟื้นตัวในอนาคตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

## 2. อภิปรายผล

### 2.1 สถานการณ์ปัจจุบันและประเมินศักยภาพของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร รูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

จากการศึกษา และวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน และประเมินศักยภาพอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตเขตเมืองเก่าภูเก็ต พบว่า อัตลักษณ์ และเอกลักษณ์อาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ตนั้นเกิดจากการผสมผสานของผู้คนจากหลากหลายเชื้อชาติที่เดินทาง หรืออพยพเข้ามาเพื่อตั้งรกราก หรือทำการค้าขายระหว่างประเทศ และชนพื้นเมืองดั้งเดิมของจังหวัดภูเก็ต นำไปสู่ความเป็นพหุทางสังคม และทางวัฒนธรรมเกิดการหลอมรวมระหว่างอาหารท้องถิ่น และอาหารที่ถูกนำเข้ามาผ่านระยะเวลา และองค์ความรู้กระบวนการในการดัดแปลง และหลอมรวมจนเกิดเป็นเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ซึ่งสิ่งที่สามารถจับต้องได้ทางวัฒนธรรมสิ่งหนึ่งคือ “อาหาร” และอาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ตนับว่าได้ถึงรากเหง้าทางวัฒนธรรมที่ยังคงมีชีวิตนำไปสู่การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มีศักยภาพ ซึ่งสอดคล้องกับ María Jesús, G. G. & María-Eva, V. P. (2018) ได้ทำการศึกษาวิจัย “THE APPLICATION OF PRINCIPAL COMPONENT ANALYSIS (PCA) FOR THE STUDY OF THE SPANISH TOURIST DEMAND” พบว่า ลักษณะของพฤติกรรมการท่องเที่ยวในการเลือกจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวแต่ละประเภท ได้แก่ การท่องเที่ยวทางกีฬา การท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ และการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น

สอดคล้องกับ Kumar (2019) ศึกษาวิจัยเรื่อง “Gastronomic Tourism— A Way of Supplementing Tourism in the Andaman & Nicobar Islands.” พบว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารนั้นถือเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเสริมสำหรับหมู่เกาะอันดามันและนิโคบาร์ในแง่มุมมองของอาหารเป็นวิธีการในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว และยังสอดคล้องกับ Hanafi H. (2018) ศึกษาเรื่อง “Gastronomy, Tourism, and the Soft Power of Malaysia” พบว่าประเทศมาเลเซียมีการปรับใช้อำนาจอ่อนเข้ากับการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และได้รับผลประโยชน์สูงสุดจากการประชาสัมพันธ์มรดกทางด้านวัฒนธรรมอาหาร และอาหารฮาลาลผนวกเข้ากับด้านการท่องเที่ยว และการตลาดเพื่อสร้างอิทธิพล และดึงดูดใจนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยภาพลักษณ์ที่แตกต่าง และมีเอกลักษณ์มุ่งเน้นในการทำการตลาด การพัฒนา และการส่งเสริมกระแสนการท่องเที่ยวเชิง

อาหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Hiram, Kim, S., Jacky, James, & Nan (2019) ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ “Ethnic food consumption intention at the touring destination: The national and regional perspectives using multi-group analysis” พบว่า อาหารพื้นเมืองส่วนใหญ่ถูกคัดสรรมาเพื่อรองรับความต้องการการบริโภคของกลุ่มนักท่องเที่ยว ซึ่งถือได้ว่าอาหารเป็นส่วนหนึ่งของมรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่น และกลายมาเป็นส่วนสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เกิดความนิยมจากการเดินทางมาเยี่ยมชม

สอดคล้องกับ Jesus, C. et al. (2017) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “The Application of Principal Component Analysis (PCA) for The Study of The Spanish Tourist Demand.” พบว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้กลายมาเป็นจุดเด่น และจุแข็งในการสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาเรียนรู้ และรับประสบการณ์โดยการใช้อาหารเป็นสื่อกลางเพื่อสื่อสารทางวัฒนธรรม ซึ่งโดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะมองหาร้านอาหารที่มีเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ในการนำเสนออาหารท้องถิ่นเป็นสิ่งกระตุ้นให้เกิดความสนใจ

เอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ของอาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ตนั้นนำไปสู่การได้รับรางวัล เป็น 1 ใน 18 เมืองทั่วโลกที่ได้รับการยกย่องให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านวิทยาการด้านอาหาร (Creative City of Gastronomy) จากองค์การยูเนสโก (UNESCO) ในปี พ.ศ. 2558 ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าของมรดกวัฒนธรรมด้านอาหารของคนในท้องถิ่น ซึ่งถูกการสร้างสรรค์ปรับปรุงกระบวนการ หรือกรรมวิธีส่งผ่านหรือถ่ายทอดจากรุ่นหนึ่งสู่รุ่นหนึ่งปรับปรุงให้เหมาะสมกับวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น และปรับปรุงรสชาติ กลิ่น รูปลักษณะให้เหมาะสมกับสภาพทางสังคมเห็นได้จากอาหารเพื่อรับประทานในครอบครัว ประเพณี หรือพิธีกรรมท้องถิ่น เป็นคุณค่าที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจโดยการนำเสนออาหารผ่านการจัดกิจกรรม หรืองานเทศกาล และการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อส่งเสริม และสนับสนุนให้จังหวัดภูเก็ตนั้นเป็นจุดมุ่งหมายปลายทางจากวิกฤตการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรน่า สอดคล้องกับ Woo, H. K. & Kyung, S. K. (2018) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “Pro-Environmental Intentions among Food Festival Attendees: An Application of the Value-Belief-Norm Model” พบว่า การจัดงานเทศกาล หรืองานกิจกรรมที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมถูกยอมรับเพิ่มมากขึ้นจาก



กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่มีความสัมพันธ์กับความรับผิดชอบต่อ การสร้างคุณค่า และความ เชื่อในการจัดงานเทศกาล หรืองานกิจกรรม

สอดคล้องกับ Tao, Z., Junyu, C. & Baoliang, H. (2019) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับ “Authenticity, Quality, and Loyalty: Local Food and Sustainable Tourism Experience” พบว่า การพัฒนาชุมชนท้องถิ่นให้เกิดความยั่งยืนนั้นจะต้องอาศัยด้านเศรษฐกิจ และด้านสิ่งแวดล้อมที่มีความสัมพันธ์กับอาหารท้องถิ่น หรืออาหารพื้นบ้านที่เป็นส่วนสำคัญในการดำรงชีวิต และประเพณี โดยบูรณาการองค์ความรู้ให้เกิดคุณภาพ ความน่าเชื่อถือ และความเชื่อมั่นจากนักท่องเที่ยวให้เกิดความพึงพอใจ และรักภักดีในผลิตภัณฑ์อาหารที่สื่อแสดงถึงความเป็นพื้นถิ่นอย่างชัดเจน

สอดคล้องกับ Yoram, C., Patricia, P. & Javier J. (2018). ได้ทำการศึกษาเรื่อง “Gastronomy Meets Ludology: Towards a Definition of What it Means to Play with Your (Digital) Food.” พบว่า การเล่นเกมอาหารนั้นเป็นข้อห้าม และความต้องการของเด็ก ๆ อย่างลับ ๆ ซึ่งการเล่นเกมอาหารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลนั้นอาจให้ความรู้สึกของการมีปฏิสัมพันธ์การรับรู้อาหารผ่านความรู้สึกร และสอดคล้องกับ Rachao, Breda, Fernandes & Joukes (2018) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง “Food tourism and regional development: A systematic literature review.” พบว่า การใช้อาหารเป็นสิ่งที่มีความแตกต่างของจุดหมายปลายทาง และศักยภาพที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวนั้นได้รับการกล่าวถึงในวิชาการ ซึ่งในแต่ละประเทศนั้นมีเงื่อนไขที่แตกต่างกันในการเชื่อมโยงระหว่างอาหารและการท่องเที่ยวจึงเกิดคำที่เกี่ยวข้อง เช่น แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) และ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism)

สอดคล้องกับ รินทร์ สังข์ทอง และอารีย์ญา ธีรสัตยาพิทักษ์ (2562) ได้ศึกษา “การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาย่านเมืองเก่าภูเก็ต” พบว่า ในย่านเมืองเก่ามีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในการปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ หรือมาตรการของย่านเมืองเก่าภูเก็ต เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์อัตลักษณ์และความดั้งเดิมของย่านเมืองเก่าภูเก็ต นอกจากนี้แล้วคนในท้องถิ่นยังมีส่วนร่วมด้านการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว และในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว และติดตามและประเมินผลปัญหาที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมการท่องเที่ยว

สอดคล้องกับ Yu C. C. (2007) ศึกษาวิจัยเรื่อง “An Analysis of the chinese group tourist's dining-out experience while holodaying in Australia and its contribution to their visit satisfaction.” นักท่องเที่ยวมีความเห็นว่าอาหารที่บริษัทนำเที่ยวจัดไว้เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวตลอดระยะเวลาการเดินทางท่องเที่ยว นั้น ถือเป็นสิ่งสำคัญมากที่จะช่วยให้เกิดความประทับใจต่อประสบการณ์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนยังให้ความสำคัญเกี่ยวกับคุณค่าของวัฒนธรรมอาหาร ความหลากหลายของอาหารที่มีให้เลือกรับประทาน อาหารในแต่ละมื้อ ความสำคัญและความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งที่ได้ไปเยี่ยมชม รวมไปถึงประสบการณ์และความสามารถของหัวหน้าทัวร์ ที่จะต้องมีทักษะในการบริหารจัดการและการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้นักท่องเที่ยวในกลุ่มที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรม

สอดคล้องกับ Mareco, Cassia A., Simonian, Lopes & Ligia (2019) ศึกษาวิจัยเรื่อง “The relationship tourism and image in the gastronomy of Para.” พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวและอาหารของรัฐปารา อาหารของรัฐปาราถือเป็นหนึ่งอาหารต้นตำหรับของประเทศบราซิล สาเหตุมาจากการที่ทรัพยากรธรรมชาติส่วนใหญ่เชื่อมโยงไปภูมิภาคอเมซอนโดยตรง ความสำคัญของภาพลักษณ์ในฐานะที่เป็นทรัพยากรที่จะส่งเสริมการขายผ่านการอนุรักษ์อาหารของรัฐปาราไม่ได้ถูกเน้นย้ำเพราะว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่เคยเข้าถึงภาพลักษณ์อาหารรัฐปารา

## 2.2 อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

จากการศึกษาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต พบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรม ด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และด้านการสร้างอัตลักษณ์ที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ด้านมรดกทางวัฒนธรรมนั้นสิ่งสำคัญที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจภูมิปัญญา ได้แก่ คุณค่าทางสังคม (Social Value) คุณค่าทางความหายาก (Rarity Value) และคุณค่าทางการเมือง (Political Value) ในส่วนขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในด้าน มรดกทางด้านอาหาร (Gastronomic

Heritage) และตลาดการค้า (Specialist Trade) และการสร้างอัตลักษณ์ สิ่งที่น่าทึ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ คือ การผลิต (Production) และการบริโภค (Consumption) เป็นสิ่งสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เกิดความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

สอดคล้องกับ แพรวไพลม พัวเจริญ (2554) ได้ศึกษา “อัตลักษณ์และคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรม เพลงโคราชสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับเยาวชน” พบว่า ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวเยาวชนมีความต้องการต่อการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับมรดกทางวัฒนธรรมเพลงโคราช และคณะหมอลำโคราช ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมคือ การแสดงพิพิธภัณฑที่เกี่ยวกับเพลงโคราช มีบริการเช่าชุดเครื่องแต่งกายของเพลงโคราชเพื่อให้นักท่องเที่ยวสวมใส่และได้ถ่ายภาพเพื่อเก็บไว้เป็นที่ระลึก การแข่งขันประกวดร้องเพลงโคราช และสอดคล้องกับ เกศกนก ชุ่มประดิษฐ์ และ จิราพร ชุนศรี (2549) ได้ทำการศึกษาวิจัย “เรื่องอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย” พบว่า กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การหาสิ่งที่เป็นจุดร่วมของคนเชียงราย 2) การเผยแพร่และขึ้นแห่งการยอมรับอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย 3) อัตลักษณ์ทั้งหมดนี้มีปัจจัยด้านการจำแนกการสร้างจุดร่วมของสังคมสิ่งแวดล้อม ภาครัฐ และเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายสำหรับภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

สอดคล้องกับ Kivela and Crofts (2006) ศึกษาวิจัยเรื่อง “Tourism and gastronomy: Gastronomy’s influence on how tourists experience a destination” พบว่า อาหารมีอิทธิพลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยว และการเรียนรู้ด้านวัฒนธรรมอาหาร ซึ่งเกิดจากวิถีชีวิตของผู้คนในแต่ละท้องถิ่น และมีส่วนสำคัญอย่างมากต่อการเรียนรู้ด้านการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวที่มีอัตลักษณ์เฉพาะด้านวัฒนธรรมอาหาร และภูมิปัญญาท้องถิ่น นอกจากนี้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารนั้นยังจำกัดอยู่ในวงแคบ ในขณะที่อาหารต่างๆ ที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละแห่งนั้นมีความสัมพันธ์ต่อประสบการณ์ที่น่าประทับใจของการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และมีการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวหรือไม่ในสถานที่ท่องเที่ยวเดิม โดยใช้เหตุผลในการกลับมาเยือนซ้ำเพราะเกิดความประทับใจในอาหารการกินของสถานที่เหล่านั้น

สอดคล้องกับ Cohen E. and Avieli N. (2004) ศึกษาเรื่อง “Food in tourism Attraction and impediment.” พบว่า อาหารท้องถิ่นในแต่ละประเทศที่นักท่องเที่ยวเดินทางมายังจุดหมายปลายทางนั้น เป็นสิ่งที่ดึงดูดและเป็นอุปสรรคของนักท่องเที่ยว ซึ่งพื้นที่ที่ทำการศึกษาคือภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งมีวัฒนธรรมทั้งการปรุงอาหาร และการรับประทานอาหารที่แตกต่างจากวัฒนธรรมของภูมิภาคตะวันตกอย่างชัดเจน ทั้งที่นักท่องเที่ยวในปัจจุบันจากทั่วโลกมีความรู้ในเรื่องของอาหารในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกันออกไป โดยนักท่องเที่ยวที่ทำการค้นคว้าข้อมูลทั้งจากตำราอาหาร หนังสือ นิตยสาร รายการโทรทัศน์ หรือร้านอาหารต่างประเทศที่ดำเนินธุรกิจในประเทศที่ตนพักอาศัยอยู่ โดยมีนักท่องเที่ยวกลุ่มหนึ่งจะสนใจในการเรียนรู้วัฒนธรรมอาหารผ่านการทดลองรับประทานอาหารหรือชิมอาหารท้องถิ่นในสถานที่ ๆ นักท่องเที่ยวได้เดินทางไปท่องเที่ยว โดยผ่านการนำเสนอการจัดตกแต่งอาหาร สีกลิ่นขององค์ประกอบภายในจาน รวมถึงสาธิตกรรมวิธีการปรุงอาหารให้แก่ักท่องเที่ยวได้เป็นวัตถุดิบและส่วนผสมที่สด สะอาด ปลอดภัย ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพของนักท่องเที่ยว และในบางกรณีที่นักท่องเที่ยวบางกลุ่มต้องการทดลองรับประทานอาหารแปลกที่ไม่คุ้นเคยมาก่อน ย่อมเกิดความเสีง และสามารถเกิดอันตรายต่อร่างกายของนักท่องเที่ยวได้ก็ตาม

สอดคล้องกับ ทรงคุณ จันทจร และคณะ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง “คุณค่าอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นกับการนำมาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้” พบว่า คุณค่าอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นกับการนำมาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้เกิดขึ้นจาก สภาพเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้คุณค่าอัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นในภูมิภาคเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย เนื่องจากเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามามีบทบาทในชุมชนมากยิ่งขึ้น และในภาวะความจำเป็นในการพัฒนาประเทศ อยู่บนพื้นฐานทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น ทำให้ศิลปวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลางและภาคใต้ กำลังสูญหายไปไม่ได้รับการพัฒนา ส่งเสริม อนุรักษ์ และการใช้ประโยชน์ในชีวิตของคนในชุมชนเพื่อหาแนวทางในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์และส่งเสริมกระบวนการผลิตให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

สอดคล้องกับ Choe, Ja Young & Seongseop (2018) ศึกษาวิจัยเรื่อง “Effects of tourists’ local food consumption value on attitude, food destination image, and behavioral intention.” พบว่าทัศนคติการบริโภคอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวต่อภาพลักษณ์ของอาหารและเจตนาเชิงพฤติกรรม พบว่าการศึกษาคำนี้สำรวจผลกระทบของมูลค่าการบริโภคอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวต่อการรับรู้และพฤติกรรมของพวกเขา ภูมิหลังทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวใช้เป็นตัวแปรในการกลั่นกรองก่อให้เกิดคุณค่าการบริโภคอาหารในท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวอธิบายทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหารท้องถิ่นภาพลักษณ์ของอาหารของแหล่งท่องเที่ยวปลายทางและเจตนาเชิงพฤติกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ และนำเสนอข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมสำหรับอุตสาหกรรมอาหารและการท่องเที่ยวด้านอาหารและให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์แก่องค์กรการตลาดปลายทาง (DMOs) สำหรับการใช้อาหารท้องถิ่นเป็นเครื่องมือทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวปลายทาง

สอดคล้องกับ Francesc F. F. (2018) ศึกษาวิจัยเรื่อง “Food in journalistic narratives: A methodological design for the study of food-based contents in daily newspapers.” พบว่าเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นเป็นส่วนสำคัญในการสร้างประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ 1) การสำรวจอาหารท้องถิ่น หรือผลิตภัณฑ์จากอาหารในตลาดท้องถิ่น 2) การท่องเที่ยวเชิงอาหารในตลาดท้องถิ่น 3) รสชาติของอาหารท้องถิ่น 4) ความสัมพันธ์ของวัตถุดิบอาหารบนภาคพื้นดิน และทางทะเลสู่การผสมผสานที่ลงตัว และสอดคล้องกับ Igor, B. & Svetlana, B. (2018) ได้ศึกษาเรื่อง “The role of tourist gastronomy experiences in regional tourism in Russia.” พบว่า การสนับสนุนการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารจากอาหารท้องถิ่นเพื่อสร้างความประทับใจ และสร้างจุดเด่นจากอัตลักษณ์ดั้งเดิมเพื่อส่งเสริมให้เกิดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชน ซึ่งปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการเดินทางนั้นคือการให้ความสนใจในอัตลักษณ์ หรือเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นซึ่งเป็นมรดกทางด้านวัฒนธรรมที่ โดยประสบการณ์ดังกล่าวจะตอบสนองต่ออารมณ์ และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความประสบความสำเร็จในการสร้างคุณค่า และมูลค่าจากการท่องเที่ยวเชิงอาหารมรดกทางวัฒนธรรม

อัตลักษณ์ทางด้านอาหารท้องถิ่นในย่านเมืองเก่าภูเก็ตนั้นเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรมของท้องถิ่นให้เกิดการเติบโตขึ้นอย่างมีนัยยะสำคัญ ซึ่งการเติบโตในแต่ละด้านนั้นนำมาซึ่งการพัฒนาในเขตเมืองเก่าภูเก็ตในหลายมิติทางสังคม อย่างไรก็ตามการอนุรักษ์ในอัตลักษณ์มรดกทางวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นย่านเมืองเก่าภูเก็ตนั้นจำเป็นที่จะมีหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วม และเกิดการประสานงานกับคนในชุมชนท้องถิ่นเขตเมืองเก่าภูเก็ตให้เพื่อการส่งเสริม สนับสนุนให้เกิดการสืบทอด อนุรักษ์ และวางแผนอาหารที่มีรากเหง้าจากความเป็นพหุวัฒนธรรม และพหุสังคมให้เกิดการคงอยู่ และยังคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ และเอกลักษณ์เป็นความโดดเด่นที่ถ่ายทอดจากวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้สู่อาหารที่สามารถจับต้องได้ อีกทั้งเพื่อการพัฒนาให้เกิดความยั่งยืนทางด้านอาหารนำมาซึ่งชื่อเสียง ความนิยมในสังคมเกิดเป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารมรดกทางวัฒนธรรมที่มีชีวิตในเขตเมืองเก่าจังหวัดภูเก็ตในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรมในระหว่างวิกฤติการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

สอดคล้องกับ Daniel & Humberto (2019) ได้ศึกษาเรื่อง “Wine Tourism and Wine Routes in Mexico. State of Knowledge and Case Studies” พบว่า การเติบโตด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารนั้นมีความสัมพันธ์กับเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ซึ่งหน่วยงานของรัฐบาล และหน่วยงานภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมกับภาคชุมชนในการส่งเสริมด้านการตลาด และพัฒนาพื้นที่เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวจากความคาดหวัง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ José, A., Folgado, F., Elide, D. C. & José Manuel, H. M. (2019) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “Food Festival and the development of Sustainable Destinations. The Case of the Cheese Fair in Trujillo, Spain” พบว่า การจัดงานเทศกาล และงานกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารนั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อดึงดูดผลประโยชน์เข้ามาสู่พื้นที่บริเวณโดยรอบที่จัดงาน โดยมุ่งเน้นการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืนโดยการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในท้องถิ่นจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางด้านอาหาร และสร้างแรงจูงใจและจุดดึงดูดใจในงานกิจกรรม หรือเทศกาลขนาดเล็ก ซึ่งจะต้องมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการเสริมสร้างความยั่งยืนต่อไป

สอดคล้องกับ Norberto (2016) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “Towards a network place branding through multiple stakeholders and based on cultural identities The case of "The

Coffee Cultural Landscape" in Colombia” พบว่า การเพิ่มคุณค่า และการวางตำแหน่งของทรัพยากรท้องถิ่นเกิดการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคม วัฒนธรรมในยุคสมัยโลกาภิวัตน์นำไปสู่การส่งเสริม และพัฒนาแบบองค์รวม โดยอาศัยการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนตั้งแต่หน่วยงานท้องถิ่นจนถึงระดับชาติ เพื่อให้เกิดการประสบความสำเร็จในการพัฒนาจุดแข็ง และตำแหน่งด้านกาตลาดในระดับที่สูงขึ้นในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ่านการรับรู้ และความคิดริเริ่มบนพื้นฐานของเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และการพลวัตของสังคม

สอดคล้องกับ Quee-Ling, L. et al. (2019) ศึกษาเรื่อง “An integrated structural model of gastronomy tourists’ behaviour.” พบว่านักท่องเที่ยวเชิงอาหารส่วนใหญ่ให้ความสนใจในด้านการมีส่วนร่วม การเรียนรู้ และประสบการณ์ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองต่อความคาดหวัง และความประทับใจ ฉะนั้นการออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารจะต้องคำนึงถึงองค์ความรู้ ประกอบกับการดำเนินกิจกรรมที่สามารถสร้างความคุ้มค่ากับราคา และเวลา และสร้างความประทับใจจากคุณค่าของอาหารที่นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ และเข้าถึงกระบวนการการผลิต หรือกรรมวิธีการปรุงอาหารจากท้องถิ่นอย่างใกล้ชิด

สอดคล้องกับ Valdez, Luz, M., Fontecha & Joaquin (2017) ศึกษาวิจัยเรื่อง “Gastronomy: a source for the development of tourism and the strengthening of cultural identity in santander.” พบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยว และการสร้างความแข็งแกร่งของอัตลักษณ์วัฒนธรรมทางด้านอาหารโดยออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งเป็นกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว และมุ่งเน้นความเชื่อมโยงสิ่งในอดีตได้สร้างขึ้นทั้งพื้นที่ วัฒนธรรม และอาหารที่มีเอกลักษณ์จากผลผลิตทางการเกษตรของท้องถิ่น

สอดคล้องกับ Aranceta, B. (2018) ศึกษาวิจัยเรื่อง “Role of gastronomy and new technologies in shaping a healthy diet”. พบว่า อาหาร และวิทยาศาสตร์แบบองค์รวมมีอิทธิพลอย่างมากในปัจจุบัน ส่งผลต่อการบริโภคอาหารในชีวิตประจำวันของประชากรในอนาคต มีประชากรจำนวนมากที่บริโภคอาหารนอกบ้านอย่างน้อยหนึ่งมื้อ และผลกระทบของอาหารนี้จะยังคงอยู่ช่วงระยะเวลาหนึ่ง ผลิตภัณฑ์อาหาร อุตสาหกรรมอาหารและการจัดจำหน่ายอาหารมีความสำคัญอย่างยิ่งในการจัดหาอาหารและเครื่องดื่ม ดังนั้นองค์ประกอบจึงต้องมีความเหมาะสมขององค์ประกอบด้านปริมาณ

ด้านคุณภาพ และราคาขึ้นอยู่กับความพร้อมของอาหารนั้น ๆ ผู้บริโภคจะทำการเลือกอาหารในหลาย ๆ กรณีโดยพิจารณาจากราคา ความสะดวกสบาย การรับรู้ทางการใช้ประสาทสัมผัสและรับรู้ถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับสุขภาพ

### 2.3 เพื่อนำเสนอแผนการพัฒนาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่อง “อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต” พบว่า การนำเสนอแผนการพัฒนาจากการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุด้านมรดกทางวัฒนธรรมนั้นสิ่งสำคัญที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจภูมิสำเนา ได้แก่ คุณค่าทางสังคม (Social Value) คุณค่าทางความหายาก (Rarity Value) และคุณค่าทางการเมือง (Political Value) ในส่วนขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในด้าน มรดกทางด้านอาหาร (Gastronomic Heritage) และตลาดการค้า (Specialist Trade) และการสร้างอัตลักษณ์ สิ่งที่น่าดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจ คือ การผลิต (Production) และการบริโภค (Consumption) เป็นสิ่งสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เกิดความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ตในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 สอดคล้องกับ Francisco, J. J., Tomás L. G. & Francisco, G. S. (2016) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “Analysis of the Relationship between Tourism and Food Culture” พบว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารนั้นเป็นองค์ประกอบที่สำคัญสำหรับการยกระดับอย่างยั่งยืนด้านการท่องเที่ยว และส่งผลต่อการเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของนักท่องเที่ยวในกลุ่ม Health-Cultural Tourist, Cultural Tourist และกลุ่ม Generic Tourist ซึ่งมีความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรม อาหาร และนักท่องเที่ยวเกิดแนวคิดสนับสนุนด้านความยั่งยืนในการตอบสนองความต้องการจากผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และสร้างจุดแข็งเป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่นเกิดคุณค่าในด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืน

สอดคล้องกับ Chiara, R. (2017) ทำการวิจัยเรื่อง “Food and Gastronomy for Sustainable Place Development: A Multidisciplinary Analysis of Different Theoretical



Approaches.” พบว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืนจำเป็นที่จะใช้อาหารเป็นสื่อในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อสร้างเส้นทางทางการท่องเที่ยวนำมาซึ่งผลประโยชน์สู่ชุมชนในการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคม อย่างไรก็ตามการศึกษาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นเพื่อต่อยอด และพัฒนาอย่างสร้างสรรค์บนพื้นฐานอัตลักษณ์นั้นเป็นการสร้างแรงดึงดูดใจให้กับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางมาเยี่ยมชม โดยรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารจะต้องเป็นการให้ประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยวโดยมีวัฒนธรรมและความเป็นธรรมชาติทางสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่นเป็นฐานในการสร้างความน่าสนใจ และสอดคล้องกับ Zehr. (2016). ศึกษาวิจัยเรื่อง “Market-based innovation for sustainable competitive advantage.” พบว่า ในการแข่งขันทางการตลาดนั้นนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่เป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญสำหรับทำการตลาดในปัจจุบัน ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องนำเสนอเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันทางต้นทุน และเพื่อให้เกิดความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ในการสร้างแรงจูงใจแก่ผู้บริโภคโดยผนวกกับนวัตกรรมทางการตลาดสร้างข้อเสนอที่ไม่เหมือนใคร และไม่มีใครเทียบหรือเคยพบเห็นมาก่อนซึ่งจะนำไปสู่การประสบความสำเร็จในการแข่งขัน และครอบครองตลาดในระยะยาว

สอดคล้องกับ Sidali, M., Garrido & Pérez (2016) ศึกษาวิจัยเรื่อง “Food Tourism in Indigenous Settings as a Strategy of Sustainable Development: The Case of Ilex guayusa Loes. in the Ecuadorian Amazon.” พบว่า การเพิ่มประสิทธิภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารมาจากการสร้างประสบการณ์จากความใกล้ชิด และความเข้ากันได้กับคนในท้องถิ่นเพื่อเรียนรู้ เสริมสร้างศักยภาพพร้อมกันในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมทางด้านอาหารที่มีความดั้งเดิมที่จะส่งเสริมให้เกิดความยั่งยืน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Bacik, Fedorko, Nastisin & Gavurova (2018) ศึกษาวิจัยเรื่อง “Factors of communication mix on social media and their role in forming customer experience and brand image.” พบว่า สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือหนึ่งที่จะช่วยในการสร้างตราสินค้าที่ประสบผลสำเร็จได้ง่าย เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือที่สามารถตระหนักได้ถึงการรับรู้และทัศนคติของกลุ่มผู้บริโภค และเป็นช่องทางที่รวดเร็วในการใช้ประสานงานติดต่อระหว่างเจ้าของผลิตภัณฑ์ และผู้บริโภค และสอดคล้องกับ Aneta, K. & Martin, S. (2018) ได้ศึกษาเรื่อง “Role of gastronomy and new technologies in shaping a healthy diet” พบว่า การจัดงานเทศกาลที่

เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารจะช่วยให้เกิดกระแสการท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น โดยมุ่งเน้นแนวทางการคิดสร้างสรรค์ และการทำการตลาดสำหรับจัดงานเทศกาลตามอุปสงค์ของกลุ่มผู้บริโภคเพื่อสร้างแรงจูงใจในการเดินทาง

### 3. ข้อเสนอแนะ

#### 3.1 ข้อเสนอแนะทั่วไป

การวิจัยเรื่อง “อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต” ซึ่งผู้วิจัยได้กล่าวถึงประเด็นสำคัญในนำเสนอแผนพัฒนาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต โดยถอดบทเรียนจากบริบทสภาพการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ต และศึกษาปัจจัยคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรม องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และการสร้างอัตลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจจากการมาเยี่ยมเยือนเขตเมืองเก่าภูเก็ต ผลของการวิจัยสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของปัจจัยข้างต้นซึ่งพบว่าประเด็นส่วนใหญ่ล้วนอยู่ในระดับพึงพอใจมาก และผลการวิจัยดังกล่าวนี้ถูกยืนยันด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปประกอบด้วย SPSS และ AMOS เพื่อค้นหาแผนพัฒนาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตเพื่อเพิ่มสมรรถนะ และศักยภาพในการดึงดูด และตอบสนองต่อความพึงพอใจจากความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ต ซึ่งประกอบด้วยแผนพัฒนาที่หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสามารถนำไปปรับใช้ในระหว่างสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ดังนี้

- แผนพัฒนาสังคมในเขตเมืองเก่าภูเก็ตเพื่อยกระดับมรดกวัฒนธรรมอาหาร
- แผนพัฒนาความเป็นพหุสังคมเพื่อการอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต
- แผนพัฒนาอัตลักษณ์มรดกพหุวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

#### 1.2 คุณค่าทางด้านความหายาก (Rarity Value)

- แผนพัฒนาความหายากด้านอัตลักษณ์มรดกวัฒนธรรมอาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

- แผนพัฒนา และการอนุรักษ์ความหายากด้านอัตลักษณ์มรดกวัฒนธรรมอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต
- แผนพัฒนาอัตลักษณ์เพื่อการยกระดับความหายากสู่การท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

### 1.3 คุณค่าทางการเมือง (Political Value)

- แผนการมีส่วนร่วมทางการเมืองสู่การเชื่อมโยงอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต
- แผนพัฒนาภาพลักษณ์อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

## 2. มรดกทางด้านวัฒนธรรมอาหาร (Gastronomic Heritage)

### 2.1 มรดกทางด้านวัฒนธรรมอาหาร (Gastronomic Heritage)

- แผนพัฒนาอัตลักษณ์มรดกวัฒนธรรมอาหารสู่การท่องเที่ยวเชิงอาหารร่วมสมัยในเขตเมืองเก่าภูเก็ต
- แผนพัฒนาแม่บทมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตเพื่อการอนุรักษ์อัตลักษณ์อย่างยั่งยืนในเขตเมืองเก่าภูเก็ต
- แผนพัฒนาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อยกระดับสู่ความร่วมมือในเขตเมืองเก่าภูเก็ต
- แผนพัฒนาการศึกษาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต
- แผนพัฒนาตลาดการค้าเพื่อเผยแพร่อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต
- แผนพัฒนาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตสู่ตลาดการค้าระดับนานาชาติ
- แผนพัฒนาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตสู่ตลาดการค้าระดับประเทศอย่างยั่งยืน

- แผนพัฒนาการสร้างอัตลักษณ์เพื่อการบริโภคสู่การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตอย่างสร้างสรรค์
- แผนพัฒนาการสร้างอัตลักษณ์เพื่อการบริโภคสู่การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตอย่างยั่งยืน
- แผนพัฒนาการตลาดเพื่อการบริโภคอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต
- แผนพัฒนาเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต
- แผนพัฒนาการตลาดเพื่อการผลิตอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตอย่างยั่งยืน
- แผนพัฒนาสื่อกลางการผลิตอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

### 3.2 ข้อเสนอแนะงานวิจัยในครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อศึกษา และนำเสนอแผนพัฒนา “อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต” โดยศึกษามุมมองจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังเขตเมืองเก่าภูเก็ตเกี่ยวกับทัศนคติ และความพึงพอใจในด้านคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรม องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และการสร้างเอกลักษณ์ ซึ่งเป็นแนวทางในการยกระดับอัตลักษณ์ของอาหาร และการท่องเที่ยวเชิงอาหารในระหว่างการประชุมระดับของเชื้อไวรัสโคโรน่า 2019 และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้ยั่งยืนเพื่อการอนุรักษ์ และสร้างสรรค์โดยมีรากฐานจากอัตลักษณ์เป็นฐานเดิม ซึ่งอาหารนั้นเป็นมรดกรากเหง้าจากวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มนุษย์นั้นนับว่าเป็นปัจจัยหนึ่งของการดำรงอยู่อาศัยที่ถ่ายทอดจากสิ่งที่ยึดต้องไม่ได้สู่สิ่งที่ยึดต้องได้เป็นสิ่งที่มีความแก่สังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ รวมถึงบางครั้งอาหารยังสามารถเป็นเครื่องมือเพื่อเชื่อมสัมพันธ์ไมตรีระหว่างประเทศ ฉะนั้นการวิจัยแผนพัฒนาการส่งเสริม “อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกทางวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต” เพื่อให้เกิดกลไกการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจแก่ทั้งประเทศไทย และจังหวัดภูเก็ต ได้แก่

- แนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน และชุมชนต่อการอนุรักษ์มรดกอาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ต
- การยกระดับการท่องเที่ยวเชิงอาหารภูเก็ตอย่างสร้างสรรค์ตามอัตลักษณ์มรดกวัฒนธรรมอาหาร
- การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารในยุควิกฤติการแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019
- แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ตอย่างยั่งยืน
- เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์เพื่อการเรียนรู้ และสืบทอดสู่เยาวชน
- กลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารร่วมสมัยในเขตเมืองเก่าภูเก็ต
- แนวทางการท่องเที่ยวรูปแบบวิถีใหม่ (New Normal) เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากการแพร่ระบาดของโรคอุบัติใหม่ไวรัสโควิด-19 สู่การท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืน
- ปัจจัย และอิทธิพลการเดินทางของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

## บรรณานุกรม

- กามินี วิเจสุรียา. (2551). **ความรู้ทางสถาปัตยกรรมในฐานะมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้**. รายงานการประชุมสัมมนานานาชาติ การบริหารจัดการมรดกทางวัฒนธรรมและแนวคิดจากนานาชาติ 6-8 สิงหาคม 2551 จัดโดยกรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม. หน้า 4.
- เกศกนก ชุ่มประดิษฐ์ และ จิราพร ชุนศรี (2549). **อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย**. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย: เชียงราย
- ญาดา ชอบทำดี และนรินทร์ สังข์รักษา. (2562). **รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก**. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 13(2), 409-410. <https://www.dtc.ac.th/wp-content/uploads/2019/08/261.pdf>
- ทรงคุณ จันทจร และคณะ. (2552). **คุณค่าอัตลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่นกับการนำมาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อมูลค่าทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลางและภาคใต้**. สถาบันวิจัยศิลปะและวัฒนธรรมอีสาน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ธนิก เลิศชาญฤทธิ. (2550). **การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร. หน้า 45.
- แพรวโพยม พัวเจริญ. (2554). **การศึกษาอัตลักษณ์และคุณค่าทางวัฒนธรรม สังคม และประวัติศาสตร์ของมรดกทางวัฒนธรรมเพลงโคราช**. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา . นครราชสีมา
- ศรีศักร วัลลิโภคม. (2547). **ธรรมชาติของสรรพสิ่ง: การเข้าถึงความจริงทั้งหมด “ความเป็นมนุษย์กับพัฒนาการทางสังคม-วัฒนธรรม”**. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสดศรี-สฤษดิ์วงศ์. หน้า 225-226.

- ศิริินทร์ สังข์ทอง และอารีย์ญา ธีรสัตยาพิทักษ์. (2562). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาย่านเมืองเก่าภูเก็ต. วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, ปีที่ 15 (ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2562), 1-21. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jitt/article/download/175981/140225/>
- Aneta, K. & Martin, S. (2018). Differences in motivation of food festivals visitors – A view from the Czech Republic. **Geographica Pannonica**, 22(3), 189-200.
- Aranceta, B. (2018). Role of gastronomy and new technologies in shaping a healthy diet. **Nutricion Hospitalaria**, 3(4), 3-9.
- Bacik, Fedorko, Nastisin & Gavurova. (2018). Factors of communication mix on social media and their role in forming customer experience and brand image. **Management & Marketing: Challenges for the Knowledge Society**, 13(3), 1108-1118.
- Chang, C.-Y. R. (2007). **An Analysis of the chinese group tourist's dining-out experience while holodaying in Australia and its contribution to their visit satisfaction**. The Hong Kong Polytecnic University, Hong Kong.
- Chiara, R. (2017). Food and Gastronomy for Sustainable Place Development: A Multidisciplinary Analysis of Different Theoretical Approaches. **Sustainability**, 2017(9), 1748.
- Choe, Ja Young & Seongseop. (2018). Effects of tourists' local food consumption value on attitude, food destination image, and behavioral intention. **International Journal of Hospitality Management**, 71(April 2018), 1-10.
- Daniel & Humberto (2019). Wine Tourism and Wine Routes in Mexico. State of Knowledge and Case Studies. **Rivar**, 6(17), 27-44.

- Du Rand, G.E. (2006). Towards a Framework for Food Tourism as an Element of Destination Marketing. **Current Issues in Tourism**. 9(3), 206-234.
- Erick Erickson. (1959). **Identity And the Life Cycle Selected Papers**. Publisher: International University Press, Inc.
- Erik Cohen, N. A. (2004). Food in tourism Attraction and impediment. **Annals of tourism research**, 31(4).
- Feilden & Jokilehto. (1998). Management Guidelines for World Cultural Heritage Sites. Rome RM: OGRARO
- Francesc F. F. (2018). Food in journalistic narratives: A methodological design for the study of food-based contents in daily newspapers. **International Journal of Gastronomy and Food Science**, 14 (December 2018), 14-19.
- Francisco, J. J., Tomás L. G. & Francisco, G. S. (2016). Analysis of the Relationship between Tourism and Food Culture. **Sustainability**, 8(5), 418.
- Goffman, E. (1963). Stigma; notes on the management of spoiled identity. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Hall, C., M., (2003). Wine food and tourism marketing. *Journal of travel and tourism*, 10(4).
- Hall M. Mitchell R. (2005). comparing food and wine tourism experience. *Gastronomy tourism(contemporary)*.
- Hall, S., & Du Gay, P. (Eds.). (1996). **Questions of cultural identity**. Sage Publications, Inc.
- Hanafi, H. (2018). Gastronomy, Tourism, and the Soft Power of Malaysia. **SAGE Open**, (October-December), 1–11



- Igor, B. & Svetlana, B. (2018). The role of tourist gastronomy experiences in regional tourism in Russia. **Worldwide Hospitality and Tourism Themes**, 10(4), 449-457.
- Jesus, C. et al. (2017). The Application of Principal Component Analysis (PCA) for The Study of The Spanish Tourist Demand. **Quaestiones Geographicae**, 37(4), 43-52.
- José, A., Folgado, F., Elide, D. C. & José Manuel, H. M. (2019). Food Festivals and the Development of Sustainable Destinations. The Case of the Cheese Fair in Trujillo (Spain). **Sustainability**, 11(10), 1-14.
- Kasper C. (2009). **The impact of catering and cuisine upon tourism**. The impact of catering and cuisine upon tourism.
- Kivela, J., & Crofts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. **Journal of Hospitality and Tourism Research**, 30(3),354–377
- Kumar. (2019). Gastronomic Tourism— A Way of Supplementing Tourism in the Andaman & Nicobar Islands. **International Journal of Gastronomy and Food Science**, 16 (July 2019), 100139
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2008). Theories of human communication. Belmont, CA: Thomson/Wadsworth.
- Mareco, Cassia A., Simonian, Lopes & Ligia. (2019). **The relationship tourism and image in the gastronomy of Para**. Retrieved September 23, 2020, from [http://www.pasosonline.org/Publicados/17119/PS119\\_11.pdf](http://www.pasosonline.org/Publicados/17119/PS119_11.pdf)
- María Jesús, G. G. & María-Eva, V. P. (2018). Motivations of the Culinary Tourist in the City of Trapani, Italy. **Sustainability**, 11(9), 2686.

- Norberto, M. (2016). Towards a network place branding through multiple stakeholders and based on cultural identities the case of "The Coffee Cultural Landscape" in Colombia (Online). Available at:  
[https://apps.webofknowledge.com/full\\_record.do?product=WOS&search\\_mode=GeneralSearch&qid=7&SID=E22ZJTkavJx87NY9vxf&page=1&doc=1](https://apps.webofknowledge.com/full_record.do?product=WOS&search_mode=GeneralSearch&qid=7&SID=E22ZJTkavJx87NY9vxf&page=1&doc=1)
- Quee-Ling, L. et al. (2019). An integrated structural model of gastronomy tourists' behaviour. **International Journal of Culture Tourism and Hospitality Research**, 11(2), 573-592.
- Rachao, Breda, Fernandes & Joukes. (2018). Food tourism and regional development: A systematic literature review. **European Journal of Tourism Research**, (21), 33-49.
- Shalini, D. and Duggal, S. (2015). A review on Food Tourism quality and its associated forms around the world. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 4 (2), 1-12.
- Sidali, M., Garrido & Pérez. (2016). Food Tourism in Indigenous Settings as a Strategy of Sustainable Development: The Case of *Ilex guayusa* Loes. in the Ecuadorian Amazon. **Sustainability**, 8(10), 967.
- Tao, Z., Junyu, C. & Baoliang, H. (2019). Authenticity, Quality, and Loyalty: Local Food and Sustainable Tourism Experience. **Sustainability**, 11(12), 3437.
- Valdez, Luz, M., Fontecha & Joaquin. (2017). Gastronomy: a source for the development of tourism and the strengthening of cultural identity in santander. **Turismo y Sociedad**, 22(January - June), 167-193
- Woo, H. K. & Kyung, S. K. (2018). Pro-Environmental Intentions among Food Festival Attendees: An Application of the Value-Belief-Norm Model. **Sustainability**, 10(11), 3894.

- Yoram, C., Patricia, P. & Javier J. (2018). **Gastronomy Meets Ludology: Towards a Definition of What it Means to Play with Your (Digital) Food**. Retrieved September 23, 2020, from [https://www.researchgate.net/publication/328546479\\_Gastronomy\\_Meets\\_Ludology\\_Towards\\_a\\_Definition\\_of\\_What\\_it\\_Means\\_to\\_Play\\_with\\_Your\\_Digital\\_Food](https://www.researchgate.net/publication/328546479_Gastronomy_Meets_Ludology_Towards_a_Definition_of_What_it_Means_to_Play_with_Your_Digital_Food)
- Zehr. (2016). Market-based innovation for sustainable competitive advantage. Conference: 2016 Portland International Conference on Management of Engineering and Technology (PICMET).

**ภาคผนวก**

**ภาคผนวก ก**

**แบบสอบถามเพื่อการวิจัย**



## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง: อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

IDENTITY OF GASTRONOMY TOURISM IN THE PATTERN

CULTURAL LIVING HERITAGE AT PHUKET OLD TOWN

**คำชี้แจง** แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งในการวิจัยเพื่อการศึกษาเกี่ยวกับอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต ซึ่งเป็นการวิจัยที่ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจาก คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปีงบประมาณ 2563 การแจกแบบสอบถามนี้ ผู้วิจัยจะทำการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล โดยไม่ระบุแหล่งที่มา และใคร่ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์ข้อมูลของท่านมา ณ ที่นี้

แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

**ตอนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้ ต่อเดือน อาชีพ และภูมิลำเนา

**ตอนที่ 2** ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

**ตอนที่ 3** ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

**ตอนที่ 4** ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

**ตอนที่ 5** ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิรชญา ชัยเกษม

คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

**ตอนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย  ลงใน  ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านหรือเติมข้อความในช่องว่าง

1. เพศ

ชาย  หญิง

2. อายุ

15-25 ปี  26-35 ปี  36-45 ปี  
 46-55 ปี  56-65 ปี  มากกว่า 65 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

โสด  สมรส  หย่าร้าง  
 หม้าย  อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

4. การศึกษา

ระดับประถมศึกษา  ระดับมัธยมศึกษา/ปวช.  ระดับอนุปริญญา/ปวส.  
 ระดับปริญญาตรี  ระดับปริญญาโท  ระดับปริญญาเอก  
 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5. รายได้ต่อเดือน

ต่ำกว่า 10,000 บาท  10,001-20,000 บาท  20,001-30,000 บาท  
 30,001-40,000 บาท  40,001-50,000 บาท  มากกว่า 50,000 บาท

6. อาชีพ

รับราชการ  รัฐวิสาหกิจ  ธุรกิจส่วนตัว  
 พนักงานบริษัท  นักเรียน/นักศึกษา  รับจ้างทั่วไป  
 เกษตรกร  อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

7. ภูมิลำเนา (โปรดระบุจังหวัด)

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัด.....  
 ภาคกลาง จังหวัด.....  
 ภาคเหนือ จังหวัด.....  
 ภาคใต้ จังหวัด.....  
 ภาคตะวันออก จังหวัด.....  
 ภาคตะวันตก จังหวัด.....

ตอนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

คุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมในเขตเมืองเก่าภูเก็ต	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>1. คุณค่าทางเอกลักษณ์ (Identity Value)</b>					
1.1 อาหารท้องถิ่นเป็นอาหารที่หายากที่มีเฉพาะถิ่นไม่สามารถหาได้จากที่อื่น					
1.2 อาหารท้องถิ่นแสดงออกถึงลักษณะเฉพาะของคนที่แตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่น					
1.3 อาหารท้องถิ่นแสดงออกถึงลักษณะด้านวัฒนธรรม ประเพณีของคนที่แตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่น					
<b>2. คุณค่าทางศิลปะเทคนิค (Artistic and Technique Value)</b>					
2.1 อาหารท้องถิ่นบ่งบอกถึงการสร้างสรรค์เมนูอาหารให้เหมาะสมกับวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น					
2.2 ศิลปะในการปรุงอาหารและประกอบอาหารท้องถิ่น เป็นการสร้างความน่าสนใจให้กับอาหารท้องถิ่น					
2.3 การตกแต่งอาหารให้มีสีสันจากวัตถุดิบในท้องถิ่น เป็นการเพิ่มความน่าสนใจให้กับอาหารท้องถิ่น					
<b>3. คุณค่าทางความหายาก (Rarity Value)</b>					
3.1 อาหารท้องถิ่นและวัตถุดิบในการปรุงอาหารท้องถิ่นเป็นอาหารที่หารับประทานได้ยาก มีเฉพาะในชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตเท่านั้น					
3.2 อาหารท้องถิ่นและวัตถุดิบในการปรุงอาหารท้องถิ่นเป็นอาหารที่หารับประทานได้เพียงบางฤดูกาลเท่านั้น					
3.3 อาหารท้องถิ่นและวัตถุดิบในการปรุงอาหารท้องถิ่นเป็นสูตรดั้งเดิมที่สืบทอดกันมา					



คุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมในเขตเมืองเก่าภูเก็ต	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
<b>4. คุณค่าทางเศรษฐกิจ (Economic Value)</b>					
4.1 การประกอบอาหารและการขายอาหารท้องถิ่นทำให้เกิดเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชน					
4.2 อาหารท้องถิ่นสามารถเพิ่มมูลค่าโดยการนำวัตถุดิบในท้องถิ่นมาประกอบและปรุงอาหาร					
4.3 อาหารท้องถิ่นสามารถนำมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็ง					
<b>5. คุณค่าทางการใช้สอย (Functional Value)</b>					
5.1 มีการนำวัตถุดิบในท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการปรุงอาหารท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์ทางโภชนาการอาหาร เช่น สมุนไพร					
5.2 มีการนำวัตถุดิบในท้องถิ่นมาตกแต่งจานอาหารให้สวยงามน่าสนใจ					
5.3 มีการใช้สอยพื้นที่ต่าง ๆ ในเขตเมืองเก่าภูเก็ตเพื่อประชาสัมพันธ์อาหารท้องถิ่น เช่น พิพิธภัณฑ์					
<b>6. คุณค่าทางการศึกษา (Education Value)</b>					
6.1 อาหารท้องถิ่นควรค่าแก่การสนับสนุนให้มีการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น					
6.2 อาหารท้องถิ่นควรค่าแก่การสนับสนุนให้มีการบรรจุการศึกษาด้านอาหารท้องถิ่นเข้าสู่หลักสูตรการศึกษาปกติ					
6.3 อาหารท้องถิ่นควรค่าแก่การสนับสนุนให้มีการศึกษาด้านอาหารท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยว					
<b>7. คุณค่าทางสังคม (Social Value)</b>					
7.1 อาหารท้องถิ่นแสดงถึงการดำรงอยู่ของความเป็นสังคมและชุมชนสะท้อนความคิด ความเชื่อของคนในอดีตได้เป็นอย่างดี					
7.2 อาหารท้องถิ่นแสดงถึงการรวมกลุ่มของคนในสังคมเดียวกันและมีรูปแบบของอาหารร่วมกัน					

คุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมในเขตเมืองเก่าภูเก็ต	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
7.3 อาหารที่ประกอบและปรุงขึ้นในท้องถิ่น แสดงให้เห็นคุณค่า รากเหง้าทางวัฒนธรรม ประเพณีและสังคมที่ได้มีการสืบทอดกันมา					
<b>8. คุณค่าทางการเมือง (Political Value)</b>					
8.1 การท่องเที่ยวอาหารท้องถิ่นมีผลต่อการปกครองท้องถิ่น					
8.2 ผู้นำระดับท้องถิ่นเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวอาหารท้องถิ่น					
8.3 นโยบายระดับท้องถิ่นสนับสนุนส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยว อาหารท้องถิ่น					

ตอนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ต	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
<b>1. มรดกทางด้านอาหาร (Gastronomic heritage)</b>					
1.1 อาหารสามารถสื่อถึงความเป็นท้องถิ่น					
1.2 กระบวนการทำอาหารมีเฉพาะท้องถิ่นที่สืบทอดกันมา					
1.3 อาหารใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น					
<b>2. ผลิตภัณฑ์ทางด้านอาหาร ผู้ผลิต และอุตสาหกรรมอาหาร (Gastronomic products, producers and food industries)</b>					
2.1 อุตสาหกรรมอาหารมีการผลิตที่ได้รับมาตรฐาน					
2.2 อุตสาหกรรมอาหารมีการจัดการการผลิตอย่างเป็นระบบ					

องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ต	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
2.3 อุตสาหกรรมอาหาร มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการผลิต เช่น เครื่องจักรในการแปรรูป เป็นต้น					
<b>3. ภาคส่วนของการบริการ (Hospitality sector)</b>					
3.1 ที่ตั้งของร้านอาหารเหมาะสมเข้าถึงง่าย					
3.2 บุคลากรมีศักยภาพในการให้บริการ					
3.3 มีสิ่งอำนวยความสะดวกในร้านอาหาร เช่น ห้องน้ำ สัญญาณอินเทอร์เน็ต เป็นต้น					
<b>4. ตลาดการค้า (Specialist trade)</b>					
4.1 มีช่องทางในการจัดจำหน่ายเพียงพอต่อความต้องการ					
4.2 มีสถานที่ในการจัดจำหน่ายอาหารท้องถิ่น เช่น ถนนคนเดิน เป็นต้น					
4.3 มีตัวแทนในการจัดจำหน่ายอาหารทั้งค้าปลีกและค้าส่ง					
<b>5. การจัดงาน และกิจกรรม (Events and activities)</b>					
5.1 มีการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับอาหารภายในย่านเมืองเก่าภูเก็ต เช่น นักท่องเที่ยวสามารถประกอบอาหารรับประทานเอง					
5.2 การจัดงานและกิจกรรมเกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่น					
5.3 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสร้างประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว					
<b>6. สถานที่สำหรับการศึกษาด้านอาหาร (Venues for gastronomic education and research)</b>					
6.1 มีการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้และการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่น					
6.2 ศูนย์การเรียนรู้และการวิจัยมีการเปิดอบรมอย่างสม่ำเสมอ					
6.3 สามารถนำองค์ความรู้ใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้กับชุมชนได้					

ตอนที่ 4 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดก

วัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

การสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร รูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>1. การผลิต (Production)</b>					
1.1 อาหารท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าภูเก็ตมีกรรมวิธีการผลิตที่แตกต่าง					
1.2 อาหารท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าภูเก็ตมีกรรมวิธีการผลิตที่มีคุณภาพ					
1.3 อาหารท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าภูเก็ตมีกรรมวิธีการผลิตที่ถูก สุลัลักษณะ					
<b>2. การบริโภค (Consumption)</b>					
2.1 อาหารท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าภูเก็ตมีประโยชน์ทางโภชนาการแก่ การบริโภค					
2.2 อาหารท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าภูเก็ตมีความคิดสร้างสรรค์ควรค่าแก่ การบริโภค					
2.3 อาหารท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าภูเก็ตมีรสชาติอร่อยควรค่าแก่การ บริโภค					
<b>3. การควบคุมจัดการ (Regulation)</b>					
3.1 อาหารท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าภูเก็ตการกำหนดมาตรฐานด้านความ ปลอดภัย					
3.2 อาหารท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าภูเก็ตการกำหนดมาตรฐานด้าน โภชนาการ					
3.3 อาหารท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าภูเก็ตการกำหนดมาตรฐานด้าน รสชาติของอาหาร					

การสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร รูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
<b>4. การสร้างภาพตัวแทน (Representation)</b>					
4.1 อาหารท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าภูเก็ตสามารถเป็นตัวแทนทางการท่องเที่ยวได้					
4.2 อาหารท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าภูเก็ตสามารถนำมาสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ทางการท่องเที่ยวได้					
4.3 อาหารท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าภูเก็ตสามารถเป็นตัวแทนทางมรดกวัฒนธรรมและภูมิปัญญาด้านอาหารท้องถิ่นของจังหวัดภูเก็ตได้					

**ตอนที่ 5** ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

“ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือและให้ความอนุเคราะห์ในการให้ข้อมูลครั้งนี้”

**ภาคผนวก ข**

**แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย**



## แบบสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อการวิจัย

เรื่อง: อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

IDENTITY OF GASTRONOMY TOURISM IN THE PATTERN  
CULTURAL LIVING HERITAGE AT PHUKET OLD TOWN

**คำชี้แจง** แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งในการวิจัยเพื่อการศึกษาเกี่ยวกับอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต ซึ่งเป็นการวิจัยที่ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากคณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปีงบประมาณ 2563 การแจกแบบสอบถามนี้ ผู้วิจัยจะทำการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล โดยไม่ระบุแหล่งที่มา และใคร่ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์ข้อมูลของท่านมา ณ ที่นี้

แบบสัมภาษณ์ชุดนี้แบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

**ตอนที่ 1** ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

**ตอนที่ 2** ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

**ตอนที่ 3** ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

**ตอนที่ 4** ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

**ตอนที่ 5** ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิรัชญา ชัยเกษม

คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

**ตอนที่ 1** ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ (นาย/นาง/

นางสาว).....

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....เวลา.....น.

สถานที่สัมภาษณ์.....

ชื่อหน่วยงาน.....

ตำแหน่ง .....

ที่อยู่.....

เบอร์โทรศัพท์.....E-mail : .....

**ตอนที่ 2** ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมในเขตเมืองเก่าภูเก็ตอย่างไร

## 1. คุณค่าทางเอกลักษณ์ (Identity Value)

.....

.....

.....

## 2. คุณค่าทางศิลปะเทคนิค (Artistic and Technique Value)

.....

.....

.....

## 3. คุณค่าทางความหายาก (Rarity Value)

.....

.....

.....



4. คุณค่าทางเศรษฐกิจ (Economic Value)

.....

.....

.....

5. คุณค่าทางการใช้สอย (Functional Value)

.....

.....

.....

6. คุณค่าทางการศึกษา (Education Value)

.....

.....

.....

7. คุณค่าทางสังคม (Social Value)

.....

.....

.....

8. คุณค่าทางการเมือง (Political Value)

.....

.....

.....

**ตอนที่ 3** ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารในเขตเมืองเก่าภูเก็ตอย่างไร

1. มรดกทางด้านอาหาร (Gastronomic heritage)

.....

.....

.....

2. ผลิตภัณฑ์ทางด้านอาหาร ผู้ผลิต และอุตสาหกรรมอาหาร (Gastronomic products, producers and food industries)

.....

.....

.....

3. ภาคส่วนของการบริการ (Hospitality sector)

.....

.....

.....

4. ตลาดการค้า (Specialist trade)

.....

.....

.....

5. การจัดงาน และกิจกรรม (Events and activities)

.....

.....

.....

6. สถานที่สำหรับการศึกษาด้านอาหาร (Venues for gastronomic education and research)

.....

.....

.....

**ตอนที่ 4** ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดก

วัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ตอย่างไร

1. การผลิต (Production)

.....

.....

.....

2. การบริโภค (Consumption)

.....

.....

.....

3. การควบคุมจัดการ (Regulation)

.....

.....

.....

4. การสร้างภาพตัวแทน (Representation)

.....

.....

.....

**ตอนที่ 5** ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

“ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือและให้ความอนุเคราะห์ในการให้ข้อมูลครั้งนี้”

ภาคผนวก ค

แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม



## แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม (Focus groups)

เรื่อง: อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่า  
ภูเก็ต

### IDENTITY OF GASTRONOMY TOURISM IN THE PATTERN CULTURAL LIVING HERITAGE AT PHUKET OLD TOWN

ดำเนินการสนทนาเมื่อวันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

พิธีกร .....ผู้จัดบันทึก .....

ผู้ช่วยผู้วิจัยดำเนินการสนทนากลุ่ม.....

#### คำชี้แจง

แบบบันทึกการสนทนากลุ่มนี้เป็นส่วนหนึ่งในการวิจัยเพื่อการศึกษาเกี่ยวกับอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต ซึ่งเป็นการวิจัยที่ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากคณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปีงบประมาณ 2563 แบ่งเป็น 5 ตอน ดังนี้

#### ตอนที่ 1 รายชื่อสมาชิกผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group)

1.....

2.....

3.....

4.....

5.....

6.....





**ตอนที่ 4** ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบมรดกวัฒนธรรมมีชีวิตในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

1. การผลิต (Production)
2. การบริโภค (Consumption)
3. การควบคุมจัดการ (Regulation)
4. การสร้างภาพตัวแทน (Representation)

**ตารางสรุปผลการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group)**

ข้อที่ / ประเด็นที่	สรุป

**ตอนที่ 5** ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

**ตารางสรุปผลการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group)**

ประเด็น	สรุป

ลงชื่อ.....ผู้บันทึก

(.....)