

แนวทางการส่งเสริมอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหาร  
อย่างสร้างสรรค์ กรณีศึกษา ตำบลด่านจาก อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา  
Guidelines for Promoting Local Food Identity for Creative Gastronomic  
Tourism: A Case Study of Danchak sub-district, Nonthai district,  
Nakhonratchasima Province

กติกากลิ้นจันท์แดง<sup>1,\*</sup>, อานรรต ใจสำราญ<sup>2</sup> และ ณภัทร สำราญราษฎร์<sup>3</sup>  
Katika Klinjandang<sup>1,\*</sup>, Arnut Jaisamran<sup>2</sup> and Napat Samranrat<sup>3</sup>

Received 20 May 2025  
Revised 13 June 2025  
Accepted 23 June 2025

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ และเพื่อเสนอแนวทางการส่งเสริมอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ โดยเป็นกรณีศึกษา ตำบลด่านจาก อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา เครื่องมือวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) และเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 20 คน ได้แก่ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 5 คน และกลุ่มคนท้องถิ่นตำบลด่านจาก อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 15 คน

ผลการศึกษา พบว่า อาหารท้องถิ่นของตำบลด่านจาก อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ น้ำต๋น อันสะท้อนให้เห็นรูปแบบการดำรงชีวิตและวัฒนธรรมอาหารของคนท้องถิ่น ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) มิติด้านสัญลักษณ์ของพื้นที่ (Symbolic dimension), 2) มิติด้านโครงสร้าง (Structural dimension), 3) มิติด้านสังคม (Social dimension) และ 4) มิติด้านพื้นที่ (Spatial dimension) แนวทางการส่งเสริมอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 1) การจัดตั้งกลุ่มผู้ประกอบการเพื่อเสริมสร้างความร่วมมือและเพิ่มขีดความสามารถในการผลิต 2) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ

<sup>1</sup> ปร.ด. การจัดการการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยนครสวรรค์, 2563. อาจารย์ สังกัดคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

<sup>1</sup> Ph.D. in Tourism Management, Naresuan University, 2020. Lecturer of Faculty of Management Science, Nakhonratchasima Rajabhat University.

\*Corresponding author, e-mail: katika.k@nrru.ac.th

<sup>2</sup> ปร.ด. บริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2556. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สังกัดคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.

<sup>2</sup> Ph.D. in Business Administration, Ramkhamhaeng University, 2013. Asst. Prof. of Faculty of Management Science, Nakhonratchasima Rajabhat University.

<sup>3</sup> ปร.ด. การจัดการการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยนครสวรรค์, 2563. อาจารย์ สังกัดคณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน.

<sup>3</sup> Ph.D. in Tourism Management, Naresuan University, 2020. Lecturer of Faculty of Hospitality Industry, Kasetsart University, Kamphaeng Saen Campus.

ของผลิตภัณฑ์และความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด 3) ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และ 4) การจัดอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่น

**คำสำคัญ:** อัตลักษณ์, อาหารท้องถิ่น, การท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์

## Abstract

This study was a qualitative research that aimed to explore the identity of local food for the purpose of promoting creative gastronomic tourism and to propose guidelines for enhancing local food identity in support of creative gastronomic tourism. The study was conducted as a case study of Danchak Sub-district, Nonthai District, Nakhon Ratchasima Province. The research employed a semi-structured interview form to collect data from 20 key informants, comprising 5 representatives from relevant government agencies and 15 local residents of Danchak Sub-district, Nonthai district, Nakhonratchasima province

The findings revealed that Nam Tab represented the local food identity of Danchak Sub-district, Nonthai district, Nakhonratchasima province and reflected the lifestyle and food culture of the community. The identity of this local cuisine encompassed 4 main dimensions: 1) Symbolic Dimension ; 2) Structural Dimension ; 3) Social Dimension; and (4) Spatial Dimension. The proposed guidelines for promoting local food identity to support creative gastronomic tourism included : 1) establishing local food entrepreneur groups to enhance collaboration and production capacity; 2) developing packaging to increase product appeal and market competitiveness; 3) promoting local food products to raise awareness among target customer groups, and 4) organizing training programs to enhance the quality and standards of local food products.

**Keywords:** Identity, Local Food, Creative Gastronomic Tourism

## บทนำ

อาหารเป็นปัจจัยพื้นฐานที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ที่แสดงให้เห็นถึงสภาพทางภูมิศาสตร์และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในแต่ละท้องถิ่นซึ่งมีความแตกต่างกันออกไป โดยอาหารของแต่ละท้องถิ่นยังเกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิต การปรุง และการกินที่แสดงออกถึงวัฒนธรรมของท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี ส่งผลให้ในแต่ละจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวได้นำเอาอาหารท้องถิ่นเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวเพื่อสร้างจุดเด่นและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยี่ยมเยือน เกิดเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงถือเป็นเครื่องมือสำคัญของการพัฒนาระบบอาหารท้องถิ่นของภูมิภาคและโลกอย่างยั่งยืน เพราะทำให้เกิดการจ้างงานในท้องถิ่น และยังเป็นการอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมประเพณีที่สืบทอดกันมาจากบรรพบุรุษ นอกจากนี้ อาหารยังมีบทบาทในการเรียนรู้ทางสังคมของมนุษย์ โดยเป็นแรงกระตุ้นให้บุคคลเกิดความต้องการเรียนรู้และประสบการณ์ในด้านวัฒนธรรมที่แปลกใหม่ทำให้เดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ที่เป็นแหล่งผลิตหรือจำหน่ายอาหารจนกลายเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ที่เรียกว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Hegarty & O'Mahony. 2001; ธนภูมิ อติเวทิน. 2552; ยุทธศักดิ์ สุภสร. ออนไลน์. 2560; วริศ เขาวนศิลป์ และ เจริญชัย เอกมาไพศาล. 2565)

การท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ในปัจจุบันได้รับการขับเคลื่อนจากการเติบโตของเทคโนโลยีสื่อออนไลน์เป็นส่วนสำคัญในการช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยเทคโนโลยีสมัยใหม่สร้างความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยวในการสืบค้นข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว เส้นทางท่องเที่ยวชิมอาหาร แหล่งผลิตอาหาร

ที่เป็นต้นฉบับ ร้านอาหารแนะนำ เมนูแนะนำท้องถิ่น ดังจะเห็นได้จากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจุดหมายปลายทางต่าง ๆ เช่น การจัดเส้นทางชิมไวน์ การทัวร์ชิมอาหารของญี่ปุ่น การท่องเที่ยวชิมผลไม้ในสวนภาคตะวันออก หรือเทศกาลกินเจ นอกจากนี้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ในประเทศไทยยังมีการส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น โครงการสุขใจชวนกินอาหารถิ่นต้องห้ามพลาดที่ได้ประชาสัมพันธ์อาหารท้องถิ่นของแต่ละภูมิภาคหรือการสนับสนุนให้เกิดโครงการสุดยอดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เน้นประชาสัมพันธ์เส้นทางอาหารถิ่น เส้นทางเรียนรู้วิถีชีวิตพร้อมเรียนรู้วัฒนธรรมด้านอาหารร่วมกับเชฟชุมชนเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวในท้องถิ่นเพื่อกระจายโอกาสเชิงรายได้สู่จุดหมายปลายทางในจังหวัดต่าง ๆ (กรุงเทพฯธุรกิจ, 2561; พรรณี สอนเพลง และคณะ, 2559)

จังหวัดนครราชสีมาเป็นเมืองหลักทางการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ดังจะเห็นได้จากความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม โดยอาหารท้องถิ่นยังถูกหยิบยกรนำมาเป็นจุดเด่นที่ทำให้นักท่องเที่ยวจดจำและเกิดความต้องการเดินทางมาเยี่ยมเยือน นอกจากนี้นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาเพื่อรับประทานอาหารท้องถิ่น เรียนรู้วิถีการปรุงหรือแหล่งผลิต นักท่องเที่ยวยังสามารถเลือกซื้ออาหารท้องถิ่นเป็นของที่ระลึกเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาอีกด้วย สอดคล้องกับแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการตลาดในประเทศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่มุ่งส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือนำเสนออัตลักษณ์ของภูมิภาคให้มีความร่วมสมัยผ่านเรื่องราวของอาหารถิ่น แสดงให้เห็นว่า นอกจากอาหารท้องถิ่นจะเป็นสิ่งบ่งบอกวัฒนธรรมของมนุษย์ในแต่ละท้องถิ่นแล้ว อาหารท้องถิ่นยังถูกนำมาเป็นสัญลักษณ์เพื่อสร้างคุณค่าให้นักท่องเที่ยวจดจำแหล่งท่องเที่ยว สร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในท้องถิ่น และก่อให้เกิดการพัฒนาให้แก่ท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืนในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา นำเสนออาหารท้องถิ่นหลากหลายประเภทให้เป็นที่รู้จักในมุมมองของนักท่องเที่ยว เช่น ผัดหมี่โคราช ข้าวผัด เมี่ยงคำโคราช ฯลฯ (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครราชสีมา, ม.ป.ป.) ซึ่งอาหารท้องถิ่นที่เป็นที่รู้จักจะอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวหลักของจังหวัดนครราชสีมา แต่จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า พื้นที่ตำบลด่านจาก อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา เป็นพื้นที่ที่มีอาหารท้องถิ่นที่สะท้อนให้เห็นถึงรูปแบบการดำรงชีวิตและวัฒนธรรมในการรับประทานของคนในท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ แต่ยังคงขาดการศึกษาเกี่ยวกับอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นของพื้นที่ การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งค้นหาอัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นเพื่อนำเสนอแนวทางการส่งเสริมอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ กรณีศึกษา ตำบลด่านจาก อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ กรณีศึกษา ตำบลด่านจาก อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อเสนอแนวทางการส่งเสริมอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ กรณีศึกษา ตำบลด่านจาก อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา

### ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทราบอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ กรณีศึกษา ตำบลด่านจาก อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา
2. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนได้แก่ องค์กรบริหารส่วนตำบลด่านจาก พัฒนาชุมชน ผู้ประกอบการอาหารท้องถิ่นตำบลด่านจาก อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา มีแนวทางการส่งเสริมอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ กรณีศึกษา ตำบลด่านจาก อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา

## การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาเรื่อง แนวทางการส่งเสริมอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ กรณีศึกษา ตำบลด่านจาก อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา ได้ดำเนินการศึกษา แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ 1) อาหารท้องถิ่น 2) อัตลักษณ์อาหารท้องถิ่น และ 3) การท่องเที่ยวเชิงอาหาร สรุปได้ดังนี้

### 1. อาหารท้องถิ่น

อาหารท้องถิ่นเป็นอาหารที่คนในท้องถิ่นนั้นนิยมรับประทาน มีลักษณะอาหารประกอบด้วยวัตถุดิบที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น นำมาประกอบอาหาร ด้วยวิธีการปรุงแบบต่าง ๆ อาหารท้องถิ่นในแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกันไปตามลักษณะทางภูมิศาสตร์และสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่ในธรรมชาติ มาปรุงเป็นอาหารและถ่ายทอดสู่ลูกหลานสืบต่อกันมาจนกลายเป็นวัฒนธรรมหรือเอกลักษณ์เฉพาะของคนในท้องถิ่นนั้น ๆ ด้วยสภาพสิ่งแวดล้อมและลักษณะภูมิศาสตร์ที่ต่างกัน จึงทำให้วัตถุดิบอาหารของมนุษย์มีความแตกต่างกันไปด้วย (สุนี ศักดาเดช. 2549) เช่นเดียวกับกับ สุदारัตน์ ซามาตร, ปาริรัตน์ อุ้นชัย และ ชนกพร จักรชุม (2567) ได้ให้ความหมายของอาหารท้องถิ่นว่า เป็นอาหารที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นนั้น ๆ ถูกถ่ายทอดผ่านขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม ความเชื่อ ประวัติศาสตร์ และสภาพทางภูมิศาสตร์ทำให้ลักษณะของอาหารในแต่ละท้องถิ่นแตกต่างกัน นอกจากนี้ เสาวภา ศักยพันธ์ (2548) ยังได้กล่าวถึงอาหารท้องถิ่นว่า อาหารท้องถิ่นเป็นอาหารที่เกิดขึ้นหรือมีขึ้นเฉพาะถิ่นเป็นเอกลักษณ์ของอาหารที่นิยมกินในกลุ่มคนแต่ละกลุ่ม สามารถปรุงขึ้นจากวัตถุดิบที่หาได้ในท้องถิ่นหรือจากบริเวณใกล้เคียงบ้านหรือจากในไร่และในท้องทุ่งนารวมทั้งเป็นอาหารที่มีการกินในท้องถิ่นนั้นมานาน และมีการสืบทอดต่อ ๆ กันมา ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า อาหารท้องถิ่นเป็นอาหารที่คนในท้องถิ่นสามารถผลิตได้เองจากวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นและนิยมรับประทานในท้องถิ่นนั้น โดย สุนี ศักดาเดช (2549) ได้สรุปความสำคัญของอาหารท้องถิ่น ดังนี้

- 1.1 แสดงถึงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมที่ถ่ายทอดและปฏิบัติต่อกันมา
- 1.2 เป็นอาหารเพื่อสุขภาพ อาหารท้องถิ่นใช้เนื้อสัตว์เป็นส่วนประกอบไม่มากนัก ไขมันต่ำ และใช้พืชผักพื้นบ้านเป็นส่วนประกอบหลัก
- 1.3 ปลอดภัยจากสารเคมีทั้งปุ๋ยและยาฆ่าแมลง เนื่องจากพืชผักพื้นบ้านส่วนใหญ่เกิดขึ้นเองตาม ธรรมชาติ อายุของพืชสั้นหรือยาวแล้วแต่ชนิด เกิดขึ้นหมุนเวียนผลัดเปลี่ยนกันไปตามฤดูกาล
- 1.4 สร้างอาชีพ สร้างรายได้ อาหารท้องถิ่นนอกจากปรุงเพื่อรับประทานกันในครัวเรือนแล้วยังสามารถผลิตออกจำหน่ายเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ครอบครัว ทั้งในระดับครัวเรือนและระดับอุตสาหกรรม
- 1.5 ช่วยประหยัดรายจ่ายของครอบครัว การปรุงอาหารท้องถิ่น เพื่อรับประทานกันในครัวเรือนไม่ต้องเสียเงินซื้อหาวัตถุดิบมากนัก บางครั้งอาจเก็บหรือหาได้ในบริเวณบ้านหรือบริเวณข้างเคียง
- 1.6 ได้รับประทานอาหารที่สดใหม่เสมอ อาหารท้องถิ่นสามารถปรุงรับประทานใหม่ ๆ ซึ่งดีทั้งในด้านคุณภาพอาหารและการสุขภาพอาหาร

จากการทบทวนวรรณกรรมสรุปได้ว่า อาหารท้องถิ่น คือ อาหารที่คนในท้องถิ่นนั้นนิยมรับประทาน ประกอบด้วยวัตถุดิบที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น มีวิธีการปรุงที่ปฏิบัติต่อกันมาจนถึงปัจจุบัน

### 2. อัตลักษณ์อาหารท้องถิ่น

- Bessière (1998) ได้อธิบายว่า อัตลักษณ์อาหาร (Food identity) มีองค์ประกอบ 4 มิติ ได้แก่
- 2.1 มิติด้านพื้นที่ (Spatial dimension) อาหารของแต่ละท้องถิ่นจะเชื่อมโยงลักษณะของพื้นที่และวิถีชีวิตของคนในแต่ละพื้นที่
  - 2.2 มิติด้านสังคม (Social dimension) อาหารท้องถิ่นจะบ่งบอกปฏิสัมพันธ์ และความเกี่ยวข้องกันของคนในสังคม

2.3 มิติด้านสัญลักษณ์ของพื้นที่ (Symbolic dimension) อาหารท้องถิ่นจะบ่งบอกความเป็นตัวตน และสะท้อนถึงคุณค่าทางวัฒนธรรมผ่านอาหาร

2.4 มิติด้านโครงสร้าง (Structural dimension) บทบาทของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนในการอนุรักษ์อาหารท้องถิ่น

### 3. การท่องเที่ยวเชิงอาหาร

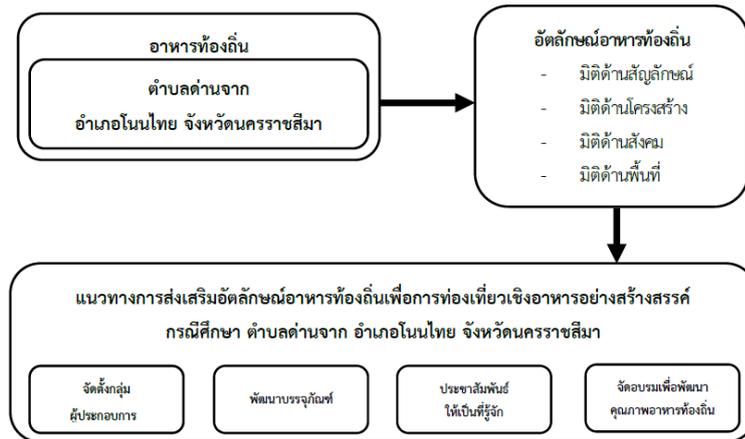
การท่องเที่ยวเชิงอาหารนั้นที่จริงแล้วไม่ใช่เรื่องใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว แต่นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวได้ให้ความสนใจในประเด็นเรื่อง “อาหาร” มาพิจารณาเป็นหัวข้อหลักในการศึกษา เนื่องจากเห็นถึงความสำคัญในเรื่องอาหารมากยิ่งขึ้น การท่องเที่ยวเชิงอาหารนี้มีอิทธิพลเกี่ยวกับวัฒนธรรม สังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจการท่องเที่ยวซึ่งมีความแตกต่างกันไปตามจุดหมายปลายทาง เกิดการส่งเสริมการตลาดที่ใช้เรื่องอาหารเป็นสิ่งดึงดูดที่ช่วยสร้างความนิยมให้แก่นักท่องเที่ยวได้เช่นกัน และการที่ได้ออกไปลองรับประทานอาหารจากแหล่งอื่น ๆ ถือเป็นการสร้างประสบการณ์มากกว่าการรับประทานอาหารในบ้าน โดยเป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมอีกรูปแบบหนึ่งของนักท่องเที่ยว Hall and Sharpley (2003) กล่าวว่า อาหารทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกและสัมผัสถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างเชิงลึก หรือเรียกว่า Sense of place ถือเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่นั้น แม้ว่าในยุคปัจจุบันนี้อาหารตามแหล่งต่าง ๆ นั้นจะได้รับอิทธิพลจากที่อื่น ๆ มากมายจนทำให้ยากที่จะแยกลักษณะของอาหารไปตามเกณฑ์ภูมิศาสตร์ ลักษณะอากาศ หรือประวัติศาสตร์ แต่ถือเป็นวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลง ตามกาลเวลา และปัจจัยภายนอกการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ได้มีการให้คำจำกัดความระหว่างคำว่า อาหาร (Cuisine) และศาสตร์การทำอาหาร (Gastronomy) ไว้ว่า Cuisine นั้นหมายถึงการเตรียมและการปรุงอาหาร โดยที่ศาสตร์การทำอาหารนั้นเกี่ยวข้องและหมายถึงศิลปะของการรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม และยังหมายถึงการรับประทานอาหาร ส่วน คำว่า Culinary tourism หรือ Food tourism (การท่องเที่ยวเชิงอาหาร) นั้นมีนักแปลและนักวิชาการหลายคนที่ทำให้ความเห็นแตกต่างกันออกไป ดังนั้น Hall (2005) กล่าวถึง การท่องเที่ยวอาหาร Gastronomic tourism คือ การเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เกิดจากแรงจูงใจที่จะไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ด้านอาหาร เกี่ยวข้องกับการผลิตอาหาร เทศกาลอาหาร ร้านอาหารหรือแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะเรื่องอาหาร โดยนักท่องเที่ยวมีความสนใจเรื่องอาหาร เฉพาะเจาะจง เช่น สนใจประเภทใดประเภทหนึ่งเขารวมการอบรมการประกอบอาหาร นอกจากนี้ Wolf (2002) กล่าวว่า Culinary tourism คือ เป้าหมายของนักท่องเที่ยวที่จะค้นหาได้ประสบการณ์การมีความสุขกับการรับประทานอาหารและเครื่องดื่มในสถานที่เฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่นั้น ๆ จากข้อคิดเห็นของนักวิชาการที่กล่าวมาข้างต้นเกี่ยวกับเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จึงกล่าวได้ว่า อาหารไม่ได้เป็นเพียงสิ่งที่บริโภคเพื่อความอยู่รอดเท่านั้น แต่อาหารยังเกี่ยวข้องกับการแสดงออกถึงอัตลักษณ์ วัฒนธรรม กรรมวิธีการผลิต ขั้นตอนการบริโภค และรวมถึงการผสมผสานของธรรมชาติของพื้นที่ วัฒนธรรม การบริการสิ่งอำนวยความสะดวก การเข้าถึง การเป็นเจ้าของที่ดีและเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ ซึ่งรวมเป็นประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยวที่นั้น ๆ และยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้แก่ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว

สำหรับแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ (Creative tourism) มีนักวิชาการได้อธิบายความหมายไว้หลากหลาย เช่น Richards and Raymond (2000) ได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ว่า เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้เข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวและมีประสบการณ์ ซึ่งเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม หรือวิถีชีวิตของคนในชุมชนซึ่งถือเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ในขณะที่ เสรี วงษ์มณฑา (2564) ได้อธิบายว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมประสบการณ์แบบใหม่ ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งกิจกรรมนั้นจะเป็นปัจจัยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเยือนจุดหมายปลายทาง นอกจากนี้ ณัฐกฤตา ศรีวิชัยโย (2566) ยังอธิบายว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับเรื่องราวของประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต และเอกลักษณ์ของพื้นที่ต่าง ๆ โดยต้องทำให้นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ในการร่วมทำกิจกรรม กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ คือ รูปแบบ

การท่องเที่ยวที่สร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่เกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่นซึ่งสะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่

### กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาเรื่อง แนวทางการส่งเสริมอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ กรณีศึกษา ตำบลด่านจาก อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา สรุปรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังนี้



### ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา: ผู้นิพนธ์, 2565.

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้มีวิธีการดำเนินการวิจัยสรุปได้ดังนี้

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) คือ กลุ่มที่มีความสำคัญในการอนุรักษ์อาหารท้องถิ่น ตำบลด่านจาก อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในหน่วยงานภาครัฐ และกลุ่มคนท้องถิ่น ตำบลด่านจาก อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 20 ท่าน มีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มที่ 1 คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในหน่วยงานภาครัฐ ในขั้นต้นแรกใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ใช้เกณฑ์ในการคัดเลือก คือ เป็นผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่น ได้แก่ นายกองค้การบริหารส่วนตำบลด่านจาก ตัวแทนจากองค์การบริหารส่วนตำบลด่านจาก และพัฒนาชุมชนตำบลด่านจาก อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา จากนั้นใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ รวมจำนวนทั้งสิ้น 5 ท่าน

กลุ่มที่ 2 คือ คนในท้องถิ่น ตำบลด่านจาก อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ใช้เกณฑ์ในการคัดเลือก คือ เป็นผู้ประกอบการที่จำหน่ายน้ำดื่ม หรือเป็นผู้มีองค์ความรู้ในการผลิตน้ำดื่ม จากนั้นใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ รวมจำนวนทั้งสิ้น 15 ท่าน ในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงคุณภาพไม่สามารถกำหนดได้อย่างแน่นอนเนื่องจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยและคำถามการวิจัยโดยจำนวนของกลุ่มตัวอย่างของการเก็บข้อมูล

เชิงคุณภาพขึ้นอยู่กับความเพียงพอของข้อมูลที่ได้ ซึ่งความเพียงพอของข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกอยู่ระหว่าง 12 - 20 ท่าน (Lincoln & Guba. 1985)

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth interview) โดยแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยข้อคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเกี่ยวกับอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งในภาครัฐและประชาชนต่อการอนุรักษ์อัตลักษณ์อาหารท้องถิ่น โดยเป็นข้อคำถามปลายเปิดครอบคลุมประเด็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่น บทบาทผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการส่งเสริมอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่น และแนวทางการส่งเสริมอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหาร กรณีศึกษา ตำบลด่านจาก อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา

ทั้งนี้ ได้มีการตรวจสอบในเรื่องความเที่ยงตรงของเนื้อหาและภาษาที่ใช้จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน และได้นำคำถามที่ผ่านการตรวจสอบแล้วไปทดสอบ (Pilot test) สัมภาษณ์กับประชาชนในท้องถิ่น จำนวน 3 ท่าน เพื่อให้แน่ใจว่าคำถามดังกล่าวมีความชัดเจน

## 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured interview) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตามขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 ผู้วิจัยติดต่อไปยังผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในหน่วยงานภาครัฐ และกลุ่มคนท้องถิ่น เพื่อขออนุญาตสัมภาษณ์ โดยชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย ระยะเวลาการสัมภาษณ์ และขออนุญาตบันทึกเสียงในระหว่างมีการสัมภาษณ์

ขั้นที่ 2 เมื่อผู้ให้สัมภาษณ์ยินยอมให้สัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะดำเนินการนัดหมายวันและเวลา ล่วงหน้า ตามความสะดวกของผู้สัมภาษณ์

ขั้นที่ 3 ผู้วิจัยจะทำการนัดหมายล่วงหน้าวันสัมภาษณ์อีกครั้งเพื่อยืนยันการเข้าพบ และ เดินทางไปยังพื้นที่ตามวันและเวลาที่ได้นัดหมายไว้

ขั้นที่ 4 ผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัวในสถานที่ที่จัดเตรียมโดยความสะดวกของผู้ให้สัมภาษณ์ และใช้ระยะเวลาในการสัมภาษณ์แต่ละรายประมาณ 1-2 ชั่วโมง โดยจะมีการบันทึกข้อมูลด้วยการจดบันทึกเพื่อเก็บประเด็นสำคัญต่าง ๆ

## 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยตีความหาความหมายที่ซ่อนเร้นในเนื้อความ (Latent code) และค้นหาคำตอบจากเนื้อหาที่ชัดเจน (Manifest code) โดยนำข้อมูลเรียบเรียง จัดกลุ่มวิเคราะห์ สังเคราะห์ และอธิบายเชิงพรรณนาเป็นผลที่ได้จากการวิจัย ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้ออกมาตรวจสอบความครบถ้วนและความถูกต้องตามประเด็นที่ศึกษา และสรุปตีความเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และเปรียบเทียบกับข้อมูลจากเหตุการณ์ที่ได้เก็บมาก่อนหน้านี้ วิธีการเปรียบเทียบอย่างต่อเนื่องถูกดำเนินการไปจนกระทั่งข้อมูลมีความอิ่มตัวทางทฤษฎี (Theoretical saturation) และอธิบายเชิงพรรณนาเป็นผลจากการศึกษาในแต่ละประเด็น จำแนกข้อมูลเป็นส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ กรณีศึกษา ตำบลด่านจาก อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา

ส่วนที่ 2 แนวทางการส่งเสริมอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ กรณีศึกษา ตำบลด่านจาก อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา

## ผลการวิจัย

การวิจัยสามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ ได้ดังนี้

### 1. วัตถุประสงค์ที่ 1 อธิบายลักษณะอาหารท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหาร กรณีศึกษา ตำบลด่านจาก อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะอาหารท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหาร กรณีศึกษา น้ำต๋ับ ตำบลด่านจาก อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา พบว่า อธิบายลักษณะอาหารท้องถิ่นของน้ำต๋ับ ตำบลด่านจาก อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย 4 มิติ ดังนี้

#### 1.1 มิติด้านสัญลักษณ์ของพื้นที่ (Symbolic dimension)

น้ำต๋ับ: เป็นอาหารท้องถิ่นของตำบลด่านจาก อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งมีอัตลักษณ์เฉพาะ คือ วัตถุดิบที่ใช้ รสชาติ การแปรรูป

วัตถุดิบที่ใช้: น้ำต๋ับเป็นอาหารท้องถิ่นของคนในชุมชนซึ่งมีวิธีการทำโดยนำวัตถุดิบซึ่งประกอบไปด้วยเนื้อหมูและเนื้อวัวติดมันไปบด ผสมกับกระเทียม พริกไทย และปรุงรสด้วยเกลือ ผงปรุงรส หรือซอสหอยนางรม ซึ่งจะขึ้นอยู่กับสูตรเฉพาะของแต่ละครอบครัว โดยน้ำต๋ับมีความแตกต่างจากไส้กรอกและหม่าที่เป็นอาหารท้องถิ่นอีสาน ดังคำสัมภาษณ์

“ในความรู้สึกส่วนตัวนะน้ำต๋ับไม่มีข้าวใช้เฉพาะเนื้อสัตว์เป็นหลักถ้าจะถ้าเป็นไส้กรอกจะมีพวกข้าววันเส้นผสม” (GV03)

“ถ้าไส้กรอกบางทีมันก็ผสมข้าวแต่น้ำต๋ับมันไม่ได้ผสมข้าว” (LP05)

รสชาติ: น้ำต๋ับมีรสชาติมันจากเนื้อสัตว์ และจะมีรสชาติเปรี้ยวขึ้นเมื่อเก็บไว้นาน

“จุดเด่นของน้ำต๋ับบ้านเราก็รสชาติมันนั่นแหละคือหลัก ๆ ของมันคือใช้น้ำอย่างเดียวมรสหลัก ๆ เลยก็มีความผสมสมุนไพรกระเทียมพริกไทยเนื้อสัตว์ที่ไม่มีข้าวรสชาติอร่อยนะ” (GV03)

การแปรรูป: คนท้องถิ่นนำน้ำต๋ับไปแปรรูปโดยนำมาปรุงอาหารหลากหลายประเภท ซึ่งสะท้อนถึงภูมิปัญญาของคนท้องถิ่นที่นำเทคนิคการทำน้ำต๋ับมาใช้เพื่อเก็บรักษาเนื้อสัตว์ไว้ได้นาน

“คือมันทำได้หลายอย่าง นำไปแปรรูปกับอาหารอื่น ๆ ได้ เช่น แกงซี่เหล็ก ผัดกระเพรา” (LP02)

“มันกะเอาไปทำอาหารได้หลายอย่างอยู่พวกแกง ลาบ ยำ กะบ้านกะเคยเอาทำ” (LP04)

สรุปได้ว่า น้ำต๋ับ เป็นอาหารท้องถิ่นในพื้นที่ตำบลด่านจาก อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา เกิดจากการถนอมอาหารของคนท้องถิ่นโดยนำเอาเนื้อหมูหรือเนื้อวัวติดมันไปบด ผสมกับกระเทียม พริกไทย และปรุงรสด้วยเกลือ ผงปรุงรส หรือซอสหอยนางรม นำส่วนประสมยกลงในไส้แล้วตากแดดเก็บไว้รับประทานซึ่งจะมีรสชาติมันจากเนื้อสัตว์และจะมีรสชาติเปรี้ยวขึ้นเมื่อเก็บไว้นาน โดยน้ำต๋ับมีความแตกต่างจากไส้กรอกและหม่าที่เป็นอาหารท้องถิ่นอีสานเพราะส่วนประสมมีความแตกต่างกัน สะท้อนถึงภูมิปัญญาของคนท้องถิ่นที่นำเทคนิคการทำน้ำต๋ับมาใช้เพื่อเก็บรักษาเนื้อสัตว์ไว้รับประทานได้นานขึ้น

#### 1.2 มิติด้านโครงสร้าง (Structural dimension)

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง: ในการส่งเสริมอัตลักษณ์ของน้ำต๋ับ ตำบลด่านจาก อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ และคนในท้องถิ่น

- เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ ประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนตำบล พัฒนาชุมชน สาธารณสุข ผู้เชี่ยวชาญจากสถาบันการศึกษา ดังคำสัมภาษณ์

“มีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาสนับสนุน ในการขายทางโซเชียลเพจใช้น้ำต๋ับเลย” (LP01)

“แต่ก่อนจะมีกลุ่มพัฒนาชุมชนเขามาดูความสะอาด” (LP02)

- คนในท้องถิ่น ประกอบด้วย ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ และประชาชน ดังคำสัมภาษณ์

“ก็อาจจะเป็นพวกหน่วยงานอบต. ผู้ใหญ่บ้านมาช่วยดูแลประมาณนี้ค่ะ” (LP08)

บทบาทหน้าที่ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง: ในการร่วมมือกันส่งเสริมอัตลักษณ์ของน้ำต๊ับ ตำบลด่านจาก อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย

- พัฒนาชุมชน ช่วยส่งเสริมการสร้างอาชีพให้แก่คนในท้องถิ่น เพื่อนำการทำน้ำต๊ับไปประกอบเป็นอาชีพหลักหรืออาชีพเสริมร่วมกับการทำเกษตรกรรม ดังคำสัมภาษณ์

“ผู้ใหญ่เข้ามาดูแล สนับสนุน ดูแลความสะดวกของแต่ละบ้านที่ทำน้ำต๊ับ แล้วก็มาเป็นแกนนำรวมกลุ่มแล้วก็ประชาสัมพันธ์” (LP12)

- อบรมให้ความรู้ โดยมีผู้เชี่ยวชาญจัดอบรมให้ความรู้ในการผลิตที่ถูกต้อง ปรากฏจากสารปนเปื้อนในอาหาร ตลอดจนการปรับปรุงสถานที่ผลิตให้ถูกสุขลักษณะ ดังคำสัมภาษณ์

“ก็มี สาธารณสุขมาอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับความสะดวก ให้ถูกสุขลักษณะการผลิต” (LP11)

- การมีส่วนร่วม ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐและคนในท้องถิ่น ต้องมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์น้ำต๊ับเพื่อส่งเสริมให้เป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชนและสร้างรายได้ที่ยั่งยืนให้แก่คนในชุมชน ดังคำสัมภาษณ์

“ผู้ใหญ่บ้านก็จัดตั้งรวมกลุ่มให้คนขายน้ำต๊ับ มาแลกเปลี่ยนความรู้ปรึกษาหารือกันในเรื่องของการทำแพ็คเกจขายในออนไลน์” (LP11)

สรุปได้ว่า ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการส่งเสริมอัตลักษณ์ของน้ำต๊ับ ตำบลด่านจาก อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ และคนในท้องถิ่น ซึ่งได้แก่ ผู้ประกอบการ ผู้ผลิต และคนในท้องถิ่น โดยมีบทบาทสำคัญเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์การทำน้ำต๊ับ ถ่ายทอดองค์ความรู้ เทคนิคและวิธีการทำให้เยาวชนรุ่นหลัง นอกจากนี้หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องยังมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาและยกระดับให้อาหารของถิ่นประเภทนี้มีคุณภาพและมาตรฐาน เป็นการสร้างอาชีพและเพิ่มรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่น

### 1.3 มิติด้านสังคม (Social dimension)

การทำน้ำต๊ับได้ช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ในครอบครัวและเครือญาติ โดยมีการสอนลูกหลานให้รู้จักขั้นตอนการทำน้ำต๊ับ ดังคำสัมภาษณ์

“จ้างญาติพี่น้องมาช่วยทำนี้แหละ ทำเองคนเดียวทำไม่ทัน ให้ญาติพอมีรายได้ ช่วย ๆ กันไป” (LP04)

ในการสื่อสารเพื่อให้คนรุ่นใหม่ หรือนักท่องเที่ยวได้รู้จักน้ำต๊ับมากขึ้นมีวิธีการหลากหลาย ได้แก่ การบอกต่อ การประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ การขายผ่านช่องทางออนไลน์ และการขายหน้าร้าน

การบอกต่อ: ช่วยสร้างการรับรู้ให้แก่ผู้เดินทางสัญจรไปตามถนนสุรนารายณ์บริเวณบ้านด่านจาก อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา โดยเลือกซื้อเป็นของฝาก ดังคำสัมภาษณ์

“ก็มีคนเคยมาซื้อแล้วเขาตั้งใจเขาก็เลยซื้อไปฝากกับคนประเทศนอก เขาก็บอกกันปากต่อปากนี่แหละครับ” (LP07)

การประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์: โดยการส่งเสริมให้ประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ของหน่วยงานหรือ Facebook Fanpage “เรื่องเล่าชาวโนนไทย” เพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน หรืออาหารท้องถิ่น ดังคำสัมภาษณ์

“ต้องประชาสัมพันธ์ในเพจ Facebook แต่คนสมัยนี้จะเข้าใจผิดคิดว่าใส่กรอกหม่าน้ำต๊ับคืออันเดียวกัน” (GV01)

การขายผ่านช่องทางออนไลน์: ผู้ประกอบการร้านน้ำต๊ับริมถนนสุรนารายณ์บางร้านได้เลือกใช้ช่องทางขายออนไลน์เพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ลูกค้าเพิ่มเติม โดยเฉพาะในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

เพื่อเป็นช่องทางในการสร้างรายได้เพิ่มเติมให้แก่ผู้ประกอบการ แสดงให้เห็นว่าช่องทางออนไลน์จะช่วยสร้างการรับรู้และเข้าถึงลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น ดังคำสัมภาษณ์

“ลูกสาวขายออนไลน์ลาออกจากงานมาขายออนไลน์โดยเฉพาะ” (LP04)

การขายหน้าร้าน: เป็นรูปแบบการขายแบบดั้งเดิมที่ผู้ประกอบการได้สร้างเป็นอาชีพหลักและอาชีพเสริม จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการหลายร้านที่ตั้งร้านมานานเกิน 15 ปี โดยการขายหน้าร้านจะเน้นกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักเดินทาง ดังคำสัมภาษณ์

“ส่วนมากเราจะเขาจะมาซื้อหน้าร้านไม่ได้มีเพจขายเป็นของตัวเอง” (LP03)

สรุปได้ว่า การประกอบอาชีพด้วยการทำน้ำดับจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยวหรือนักทัศนาจรที่เดินทางผ่านไปมาบนถนนสุรนารายณ์นอกจากเป็นอาชีพที่สร้างรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่นแล้วนั้น ยังเป็นสื่อกลางที่ทำให้เกิดการรวมกลุ่มกันและสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวและสังคม ดังจะเห็นได้จากรูปแบบในการจำหน่ายน้ำดับเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย บางร้านใช้องค์ความรู้ของเยาวชนรุ่นใหม่เกี่ยวกับการตลาดดิจิทัลและจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ หรือการได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐในการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ของหน่วยงานต่าง ๆ

#### 1.4 มิติด้านพื้นที่ (Spatial dimension)

น้ำดับ เป็นอาหารท้องถิ่นที่มีความดั้งเดิมถูกสืบทอดมาจากบรรพบุรุษของคนในพื้นที่ ตำบลด่านจาก อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งสะท้อนวิถีชีวิตและวัฒนธรรมการรับประทานอาหารของในชุมชนดังนี้

เป็นการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ การทำน้ำดับของคนในท้องถิ่นได้เรียนรู้มาจากบรรพบุรุษ และสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น โดยมีการสอนลูกหลานให้รู้จักขั้นตอนการทำและสูตรเฉพาะของแต่ละครอบครัว ดังคำสัมภาษณ์

“ก็มีมาตั้งแต่รุ่นปู่ย่าตายาย สอนรุ่นพ่อแม่ ทำกินเอง ทำขายตา ทำเป็นรุ่นสู่รุ่นนะครับ เป็นสูตรของทางครอบครัว ก็มีปรับเปลี่ยนรสชาติตา ปุรงรสให้มันมีรสชาติขึ้นมาหน่อยครับ” (LP06)

เป็นเทคนิคการถนอมอาหาร การทำน้ำดับเป็นการนำเนื้อสัตว์ที่เหลือจากการปรุงอาหารชนิดอื่นมาถนอมไว้ให้บริโภคได้นานขึ้น ซึ่งมีขั้นตอนการทำคือ นำเนื้อหมูและเนื้อวัวติดมันไปต้ม ผสมกับกระเทียมพริกไทย และปรุงรสด้วยเกลือ ผงปรุงรส หรือซอสหอยนางรม และยัดใส่ไส้ที่เตรียม มัดเป็นข้อ ๆ และนำไปตากแดด โดยนิยมนำมาทำให้สุกโดยการย่างไฟอ่อน ๆ นำไปนึ่ง หรือนำไปแปรรูปเป็นวัตถุดิบของอาหารชนิดอื่น ๆ ดังคำสัมภาษณ์

“เป็นอาหารทำมาตั้งแต่รุ่นพ่อครับผมก็เลยทำต่อสมัยก่อนฆ่าหมูฆ่าวัวเอาไปตากแห้ง มันเป็นการถนอมอาหารนะครับ” (LP07)

เป็นอาชีพเพื่อสร้างรายได้ คนในชุมชนบางส่วนมีอาชีพหลักในการเป็นผู้ประกอบการขายน้ำดับ ดังจะเห็นได้จากการขายน้ำดับมาเป็นระยะเวลาและสืบทอดเป็นอาชีพหลักแก่ลูกหลาน นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ประกอบการหลายร้านที่ใช้การขายน้ำดับเป็นอาชีพเสริม หรือมีการว่าจ้างคนในชุมชนเป็นผู้ช่วยในการผลิต ดังคำสัมภาษณ์

“อันนี้ผมเกิดมาผมก็เห็นเลยนะน่าจะเป็นการถนอมอาหารประเภทหนึ่งของชาวบ้านคนมาก่อนนะ ทำให้รู้จัก ถนอมเสร็จก็น่าจะพัฒนามาเป็นอาชีพอาชีพเสริมของเขา” (GV03)

สรุปได้ว่า อาหารท้องถิ่นของพื้นที่สะท้อนวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนในท้องถิ่นตำบลด่านจาก อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา กล่าวคือ เป็นการนำเนื้อสัตว์ที่มีราคาค่อนข้างสูงและหารับประทานยากมาถนอมอาหารโดยเทคนิคและวิธีการที่เป็นสูตรลับเฉพาะของแต่ละครอบครัวถ่ายทอดองค์ความรู้จากบรรพบุรุษสู่ลูกหลาน จนกลายเป็นอัตลักษณ์เฉพาะพื้นที่ และยังเป็นอาชีพหลักหรืออาชีพเสริมในช่วงว่างเว้นจากการทำการเกษตร

## 2. วัตถุประสงค์ที่ 2 แนวทางการส่งเสริมอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ กรณีศึกษา ตำบลด่านจาก อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา

สรุปประเด็นแนวทางการส่งเสริมอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ กรณีศึกษา ตำบลด่านจาก อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา 4 แนวทาง ได้ดังนี้

### 2.1 การจัดตั้งกลุ่มผู้ประกอบการ

การจัดตั้งกลุ่มผู้ประกอบการเพื่อเสริมสร้างความร่วมมือและเพิ่มขีดความสามารถในการผลิต เกิดการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานในการผลิตและจัดจำหน่ายน้ำดื่มซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น ดังคำสัมภาษณ์

“...ก็อยากให้มีคนกลางในการส่งเสริมนะ เพราะต่างร้าน ก็ต่างวิธี บางร้านเค้ามีทุนเยอะหน่อย เค้าก็ขายไปได้เอง แต่อย่างบางร้านเขาเป็นชาวบ้าน ความรู้น้อย ทุนน้อย ก็พัฒนาได้ยาก ทำแต่แบบเดิม ๆ..” (GV04)

“ผมว่า ถ้ามีการรวมกลุ่มกันสักหน่อยก็น่าจะดีนะ เวลาทำอะไรทำด้วยกัน ไม่ใช่ต่างคนต่างทำนะ อย่างบางร้านเขาออกร้านบ่อย เงินเขาเยอะ เขาก็วิ่งงานตามต่างจังหวัด ตามกรุงเทพ อย่างผมก็ขายแค่ตรงนี้ ไม่ได้ไปออกงานที่ไหน” (LP11)

### 2.2 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์และความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด โดยเน้นให้มีความสะอาด ถูกสุขอนามัย สวยงาม ทันสมัย และปลอดภัยกับอาหาร และส่งเสริมให้น้ำดื่มดูโดดเด่นสะท้อนอัตลักษณ์ของท้องถิ่นให้มากที่สุด ดังคำสัมภาษณ์

“สิ่งที่อยากให้พัฒนาหรือ..พี่ว่าเรื่องแรกเลยคือต้องให้แต่ละร้านพัฒนาเรื่องแพ็คเกจจิ้ง เพราะข้อเสียเรานี้คือขายข้างทาง บางครั้งถ้าเราทำไม่สะอาด มันก็ขายยาก ขายได้แต่ราคาถูก แต่ถ้าทำแพ็คเกจจิ้ง ๆ มันก็อัพราคาได้สูง ชาวบ้านเขาจะได้มีรายได้เพิ่ม แต่ก็อย่างว่า มันก็ต้องลงทุนหน่อย” (GV01)

“ป้าอยากให้มีคนมาสอนเรื่องแพ็คเกจจิ้งนะคะ เพราะป้าก็ทำแบบธรรมดา แต่ป้าก็ไม่ได้มีทุนอะไรมากมาย แต่ลูกค้าที่เขามาซื้อ ก็แนะนำอยู่นะว่าถ้าทำแพ็คเกจจิ้ง ๆ มันจะดูสะอาด น่ากินกว่านี้ แต่ป้าก็ทำไม่เป็นนะอาจารย์ ถ้าถามอยากได้ความรู้อะ ป้าก็อยากได้เรื่องนี้ เพราะสูตรป้าก็มีแล้ว...” (LP15)

### 2.3 การประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก

การประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักโดยส่งเสริมให้น้ำดื่มเป็นอาหารท้องถิ่นประเภทหนึ่งของจังหวัดนครราชสีมา โดยผลักดันให้ทุกหน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้อง ช่วยส่งเสริมผ่านสื่อต่าง ๆ ตลอดจนการจัดงานเทศกาลอาหารท้องถิ่น หรือการนำน้ำดื่มจัดเป็นเมนูอาหารต้องห้ามพลาดเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดนครราชสีมา ดังคำสัมภาษณ์

“ตัวพี่มองว่า แทบจะไม่มีใครรู้จักเลยนะคะ ว่าน้ำดื่มคืออะไร ทำมาจากอะไร มาจากที่ไหน อยากให้มีหน่วยงานอื่น ๆ มาช่วยเพิ่ม...อาจจะต้องให้แต่ละร้านทำเพจ หรือหน่วยงานอื่น ๆ ช่วยส่งเสริมมากขึ้นนะค่ะ” (GV05)

“พี่อยากให้คนรู้จักเยอะขึ้น เพราะคนโคราชเองบางคนก็ไม่รู้หรอกนะว่าน้ำดื่มคืออะไร เขาเรียกใส่กรอกเสียดด้วยซ้ำ แต่มันไม่เหมือนกัน ต้องโฆษณาหน่อยนะ...” (LP14)

### 2.4 การจัดอบรมเพื่อพัฒนาคุณภาพอาหารท้องถิ่น

เพื่อยกระดับคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นโดยการส่งเสริมให้น้ำดื่มเป็นอาหารท้องถิ่นของจังหวัด ควรเพิ่มเติมจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ ได้รับความมาตรฐาน หรือถูกสุขอนามัย โดยหน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้อง เช่น สาธารณสุขจังหวัด พัฒนาชุมชน อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ผลิตอาหาร ความสะอาดของการคัดเลือกวัตถุดิบ เป็นต้น ดังคำสัมภาษณ์

“สิ่งสำคัญเลยคือ ชาวบ้านเขาความรู้้น้อย เขาทำตามวิถีชีวิต...ก็ถ้าจะโปรโมทให้คนรู้จักมันก็ต้องทำให้มีมาตรฐานสักหน่อยเนาะ มันจะได้ไม่อายใครเค้า...” (GV05)

“...ก็อยากทำให้มันสะอาดได้คุณภาพ ได้ อยะ เหมือนของห้างแหละ...ที่นี้ถ้ามีคนมาสอนว่าทำยังไงให้มันเก็บได้นานขึ้น หรือเก็บยังไง ตากยังไงให้มันดี ก็คือจะดี...” (LP13)

## อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยสามารถอภิปรายผลได้ดังประเด็นตามวัตถุประสงค์ต่อไปนี้

### 1. วัตถุประสงค์ที่ 1 อัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหาร กรณีศึกษา ตำบลด่านจาก อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา

อาหารท้องถิ่นของตำบลด่านจาก อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งได้แก่ น้ำตับ มีอัตลักษณ์เฉพาะ คือ วัตถุดิบที่ใช้ รสชาติ การแปรรูป ในขณะที่ กติกา กลิ่นจันทร์แดง และศิริเพ็ญ ดาบเพชร (2564) ได้อธิบายว่า อัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นในพื้นที่เมืองรองของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างมี 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเทคนิคในการทำ (Cooking technique) ด้านรสชาติ (Flavor) และด้านสูตรอาหาร (Recipe) ซึ่งอาหารท้องถิ่นได้ถูกนำมาสร้างการรับรู้เกี่ยวกับพื้นที่โดยนำมาเป็นสินค้าของที่ระลึก จัดเป็นเทศกาล เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมทางการท่องเที่ยว และเผยแพร่ทางสื่อสังคมออนไลน์ น้ำตับ จึงเป็นอาหารท้องถิ่นที่มีความดั้งเดิมที่ถูกสืบทอดมาจากบรรพบุรุษของคนในพื้นที่ตำบลด่านจาก อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งสะท้อนวิถีชีวิตและวัฒนธรรมการรับประทานอาหารของในชุมชน ซึ่ง เกศณีย์ สัตร์ตันขจร, สนธิญา สุวรรณราช และกาญจนา คุณา (2563) ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นในจังหวัดลำปาง อธิบายเพิ่มเติมว่า อาหารท้องถิ่นและจัดเป็นอาหารประจำท้องถิ่นตามวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมโดยการมีส่วนร่วม รวมทั้งพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอาหารท้องถิ่นเพื่อการอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ผ่านวิถีการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมทำให้ได้มาซึ่งกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อช่วยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่วิจัย คือ การให้นักท่องเที่ยวทำอาหารท้องถิ่นร่วมกับชุมชน เป็นกิจกรรมที่สามารถสร้างการเรียนรู้และสร้างประสบการณ์ใหม่ในการทำอาหารให้กับนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาพบว่า คนในชุมชนบางส่วนมีอาชีพหลักในการเป็นผู้ประกอบการขายน้ำตับจะเห็นได้จากการขายน้ำตับมาเป็นระยะเวลาอันยาวนานและสืบทอดเป็นอาชีพหลักแก่ลูกหลาน นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ประกอบการหลายร้านที่ใช้การขายน้ำตับเป็นอาชีพเสริมหรือมีการว่าจ้างคนในชุมชนเป็นผู้ช่วยในการผลิต สอดคล้องกับ สุนีย์ ศักดาเดช (2549) กล่าวว่า อาหารท้องถิ่นนอกจากปรุงเพื่อรับประทานกันในครัวเรือนแล้ว ยังสามารถผลิตออกจำหน่ายเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ครอบครัว ทั้งในระดับครัวเรือนและระดับอุตสาหกรรม เนื่องจากอาหารท้องถิ่นบางชนิดเป็นที่นิยมของคนทั่วไป ซึ่งการขายหน้าร้านเป็นรูปแบบการขายแบบดั้งเดิมที่ผู้ประกอบการได้สร้างเป็นอาชีพหลักและอาชีพเสริม จากการศึกษพบว่าผู้ประกอบการหลายร้านที่ตั้งร้านมานานเกิน 15 ปี โดยการขายหน้าร้านนี้จะเน้นกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักเดินทาง ในขณะที่ มณีกาญจนา เขียวรัตน์ และคณะ (2564) ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพของอาหารท้องถิ่นจังหวัดอุบลราชธานี อธิบายว่า ในการนำเสนออาหารท้องถิ่นให้น่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวได้นั้น นอกจากจะต้องเป็นอาหารที่มีการนำวัตถุดิบในท้องถิ่นมาเป็นส่วนประกอบร้านอาหารท้องถิ่นยังต้องมีการตกแต่งร้านและสร้างบรรยากาศของทางร้านให้น่าสนใจ และผู้ให้บริการอาหารท้องถิ่นต้องมีความพร้อม และมีองค์ความรู้เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นนั้น ๆ ด้วย ดังนั้น การช่วยสนับสนุนและประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นนั้น ๆ จึงเป็นการยกระดับและช่วยเพิ่มมูลค่าให้ร้านอาหารท้องถิ่นให้มีศักยภาพรวมถึงเป็นการสร้างภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

## 2. วัตถุประสงค์ที่ 2 แนวทางการส่งเสริมอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ กรณีศึกษา ตำบลด่านจาก อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา

ส่วนแนวทางในการส่งเสริมอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ กรณีศึกษา ตำบลด่านจาก อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย 4 แนวทาง คือ 1) การจัดตั้งกลุ่มผู้ประกอบการ 2) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ 3) ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก และ 4) การจัดอบรมเพื่อพัฒนาคุณภาพอาหารท้องถิ่น ในขณะที่ เกศณีย์ สัตตรัตน์ขจร, สนธิญา สุวรรณราช และ กาญจนา คุมา (2563) ที่ศึกษาเรื่องการพัฒนาอาหารท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วมเพื่อหนุนเสริมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดลำปาง ด้วยแนวทางต่าง ๆ ได้แก่ 1) การอนุรักษ์ 2) การประยุกต์ และ 3) การสร้างใหม่ ทั้งนี้ในการดำเนินการดังกล่าวนี้ จะทำให้ได้มาซึ่งกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อช่วยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่โดยให้นักท่องเที่ยวทำอาหารท้องถิ่นร่วมกับชุมชนเป็นกิจกรรมที่สามารถสร้างการเรียนรู้และสร้างประสบการณ์ใหม่ในการทำอาหารให้กับนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ต้องคำนึงถึงประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัสเมื่อเดินทางมายังจุดหมายปลายทาง สอดคล้องกับแนวคิดของ Richards and Raymond (2000); เสรี วงษ์มณฑา (2564); ญัฐกฤตา ศรีวิชัยโย (2566) ซึ่งอธิบายว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ รูปแบบการท่องเที่ยวที่ให้คุณค่ากับประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับ โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะได้เข้าร่วมจะมีความเติมเต็มและมีอัตลักษณ์เฉพาะพื้นที่นั้น ๆ โดย ญัฐกฤตา ศรีวิชัยโย (2566) ซึ่งได้เสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดลำปาง ประกอบด้วย 1) ส่งเสริมให้มีเส้นทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย 2) เพิ่มความหลากหลายของกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ 3) เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ท่องเที่ยว และ 4) ส่งเสริมการพัฒนาการให้บริการมีคุณภาพ ในขณะที่ มณีกาญจน เขียวรัตน์ และคณะ (2564) ซึ่งศึกษาเรื่อง ศักยภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อสร้างความได้เปรียบด้านการท่องเที่ยวเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ได้เสนอแนวทางในการส่งเสริมศักยภาพอาหารท้องถิ่น คือ การสร้างอัตลักษณ์ให้อาหารท้องถิ่นมีความโดดเด่น โดยนำภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ามาเป็นส่วนหนึ่ง และการจัดเส้นทางท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงกับร้านอาหารเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับอาหารท้องถิ่นได้มากขึ้น ดังนั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการอาหารท้องถิ่นในพื้นที่ตำบลด่านจาก อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา สามารถพัฒนารูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ให้มีความน่าสนใจเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาในพื้นที่มากขึ้น เช่น การจัดกิจกรรมสาธิตการทำน้ำตบซึ่งเป็นองค์ความรู้ดั้งเดิมของคนในชุมชน โดยเน้นให้เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการทำน้ำตบ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น หรือการสร้างสรรคงานเทศกาลท้องถิ่นประจำปีให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง เพื่อช่วยสร้างการตระหนักรู้ให้น้ำตบเป็นที่รู้จักมากขึ้น การส่งเสริมให้น้ำตบเป็นอาหารที่ห้ามพลาดที่ต้องซื้อกลับไปลองลิ้มรสและเป็นของฝากเมื่อเดินทางมายังจังหวัดนครราชสีมา

### ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

#### ข้อเสนอแนะจากกรวิจัยครั้งนี้

จากการวิจัยเรื่อง แนวทางการส่งเสริมอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ กรณีศึกษา ตำบลด่านจาก อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา สรุปข้อเสนอแนะได้ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แนวทางการส่งเสริมอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหาร กรณีศึกษา ตำบลด่านจาก อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา

จากภาพที่ 2 สรุปได้ดังนี้

แนวทางที่ 1 จัดตั้งกลุ่มผู้ประกอบการ เพื่อเสริมสร้างความร่วมมือและเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตต่อยอดองค์ความรู้ที่ได้ถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษให้เยาวชนรุ่นหลังได้เรียนรู้และเห็นความสำคัญมากขึ้น

แนวทางที่ 2 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์และความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด ทั้งนี้ เพื่อยกระดับให้มีมาตรฐานและดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค สามารถจัดจำหน่ายได้ทั่วประเทศหรือจัดส่งไปยังต่างประเทศได้

แนวทางที่ 3 การประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักผ่านสื่อและช่องทางต่าง ๆ เช่น การทำคลิปวิดีโอสาธิตการทำน้ำตบลงบนเว็บไซต์ หรือช่องทางโซเชียลมีเดียต่าง ๆ เพื่อสร้างการรับรู้ที่หลากหลาย การจัดงานเทศกาลท้องถิ่นประจำปี เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในพื้นที่ และร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ และยังเป็นการกระตุ้นความร่วมมือกันของคนในท้องถิ่นเพื่อสืบทอดวิธีการทำน้ำตบให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

แนวทางที่ 4 การจัดอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่น เช่น การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมการอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) การทำน้ำตบ โดยมีปราชญ์ชาวบ้านและผู้ประกอบการเป็นผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้ การจัดอบรมการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ให้ผู้ประกอบการเพื่อส่งเสริมให้น้ำตบเป็นอาหารท้องถิ่นที่มีคุณภาพและได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงปริมาณ
2. ควรมีการนำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ผู้ประกอบการหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้จัดการท่องเที่ยวได้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

#### รายการอ้างอิง

กตিকা กลิ่นจันทร์แดง และศิริเพ็ญ ดาบเพชร. (2564). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารด้วยอัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น. *วารสารชุมชนวิจัย*. 15(3) : 144-157.

กรุงเทพธุรกิจ. (2561). *ททท.ชวนส่งทริปกินใน 55 เมืองรองประกวดชิงรางวัลหลักล้าน*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://www.bangkokbiznews.com/pr-news/biz2u/244818>. [20 มีนาคม 2565].

- เกศณีย์ สัตตรัตน์ขจร, สนธิญา สุวรรณราช และกาญจนา คุมา. (2563). “การพัฒนาอาหารท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วมเพื่อหนุนเสริมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดลำปาง.” *วารสารอารยธรรมศึกษาโขง-สาละวิน*. 11(1) : 152-173.
- ณัฐกฤตา ศรีวิชัยโย. (2566). *แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดลำปาง*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา.
- ธนภูมิ อติเวทิน. (2552). พัฒนาการของการท่องเที่ยวเพื่อรับประทานอาหารในประเทศไทย. *วารสารศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*. 30(1) : 38-57.
- พรธณี สนวนเพลง และคณะ. (2559). การท่องเที่ยวเชิงอาหาร. *รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว*. 4(2) : 38-45.
- มณีกาญจนา เขียวรัตน์ และคณะ. (2564). “ศักยภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อสร้างความได้เปรียบด้านการท่องเที่ยวเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี.” *วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*. 16(3) : 191-203.
- ยุทธศักดิ์ สุธาส. (2560). “การนำเสนอทิศทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวของททท. ปี 2561.” *จูลสารวิชาการการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*. [ออนไลน์]. 3(4) : 60-67. แหล่งที่มา [https://tatreviewmagazine.com/e\\_magazine/vol-3-no-4-october-december-2017/](https://tatreviewmagazine.com/e_magazine/vol-3-no-4-october-december-2017/). [20 มีนาคม 2565].
- วิศ ขวานศิลป์ และเจริญชัย เอกมาไพศาล. (2565). “การท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทยภายใต้การระบาดของโรคโควิด-19.” *วารสารธรรมศาสตร์*. 41(3) : 116-138.
- สุดารัตน์ ชามาตร, ปาริรัตน์ อุ๋นชัย และชนกพร จักรชุม. (2567). “การรับรู้อาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครพนม.” *วารสารมนุษยสังคมศาสตร์*. 2(1) : 37-52.
- สุนี ศักดาเดช. (2549). *อาหารท้องถิ่น*. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เสาวภา ศักยพันธ์. (2548). *อาหารท้องถิ่น*. เชียงใหม่ : คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2564). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: นวัตกรรมเคลื่อนย้ายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. *วารสารศิลปศาสตร์ (วังนางเลิง) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร*. 1(1) : 1-24.
- สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครราชสีมา. (ม.ป.ป.). *อาหารพื้นเมือง*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : [https://nakhonratchasima.m-culture.go.th/th/db\\_72\\_nakhonratchasima\\_9](https://nakhonratchasima.m-culture.go.th/th/db_72_nakhonratchasima_9). [6 มิถุนายน 2568].
- Bessière, J. (1998). “Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas.” *Sociologia Ruralis*. 38(1) : 21-34.
- Hall, M. (2005). Rural Wine and Food Tourism Cluster and Network Development. In *Rural tourism and sustainable business*. Bristol: Channel View Publications Ltd.
- Hall, M., & Sharples, L. (2003). *The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste*. In M. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis & B. Cambourne (Eds.), *Food Tourism Around the World development, management and markets* (pp. 1-24). oxford: Butterworth-Heinemann.
- Hegarty, J. A., & O’Mahony, G. B. (2001). “Gastronomy: A phenomenon of cultural expressionism and an aesthetic for living.” *International Journal of Hospitality Management*. 20(1) : 3-13.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. California : Sage Publications.
- Richards, G., & Raymond, C. (2000). “Creative Tourism.” *ATLAS News*. (23) : 16-20.
- Wolf, E. (2002). *Culinary Tourism: A Tasty Economic Proposition*. International Culinary Tourism Task Force.