



การท่องเที่ยวโดย

ชุมชนอีสานใต้

South Isan CBT Tourism Fest 2018

ภายใต้โครงการบูรณาการสร้างรายได้
จากการท่องเที่ยวและบริการ



แช่บ๊วย...หัวใจอีสานใต้
ของมันต้อง ล่อง

เรื่องที่ 2

การศึกษาภาพลักษณ์ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร

นักวิจัย

อาจารย์นพดล เพิ่มสมบูรณ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐธินี ทองดี
ดร.กมลพรรค์ นวลอนันต์
อาจารย์สุจิตรา จำปาศรี
อาจารย์นิรวิทย์ เพียรราษฎร์

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร หลายคนคงนึกถึงแต่เรื่องกินอย่างเดียว แต่ความจริงแล้วการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นมากกว่านั้น

‘การท่องเที่ยวเชิงอาหาร’ คือ การเดินทางเพื่อได้สัมผัสถึงประสบการณ์ทางด้านอาหารในแต่ละพื้นที่ โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือความบันเทิงและสุนทนาการ นอกจากนี้ประสบการณ์การรับประทานอาหารแล้ว การท่องเที่ยวเชิงอาหารยังรวมถึงการเยี่ยมชมสถานที่ทำอาหาร เทศกาลอาหาร ตลาดงานแสดงและสาธิตการทำอาหาร หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่สัมพันธ์กับอาหาร (TAT, 2017. <https://etatjournal.files.wordpress.com/2017/01/tat12017.pdf>)

‘การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารอีสานใต้’ หมายถึง การท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงผสมผสานระหว่างเรื่องของการท่องเที่ยวในเขตอารยธรรมอีสานใต้กับเรื่องของอาหารอีสานใต้เข้าด้วยกัน อันได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้กระบวนการ ประกอบ และลิ้มลองอาหารในพื้นที่เขตอารยธรรมอีสานใต้ โดยเน้นความสนใจของนักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในเรื่องของอาหารอีสานใต้เป็นภาพรวม โดยอาหารอีสานใต้จะทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจในจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว ซึ่งนับเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับอาหารอีสานใต้ และเพิ่มมูลค่าให้แก่ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว



รูปแบบและประเภทของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

(TAT, 2017. <https://etatjournal.files.wordpress.com/2017/01/tat12017.pdf>)

- Food Tours เป็นรูปแบบของการทำแพ็คเกจทัวร์ให้นักท่องเที่ยวเลือก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสัมผัสรสชาติอาหารท้องถิ่นเรียนรู้ถึงประวัติความเป็นมา วัฒนธรรม และเคล็ดลับการทำอาหารของสถานที่นั้น ๆ โดยมีไกด์ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารและเครื่องมือของแต่ละท้องถิ่นเป็นผู้นำทัวร์อธิบายสิ่งต่าง ๆ และบางครั้งอาจจะมีคู่มือกิจกรรมหรือเวิร์กช็อปพร้อมด้วย
- Food Festival หรือ เทศกาลอาหาร ที่จัดขึ้นในแต่ละพื้นที่ โดยส่วนมากจะเป็นรายปี แต่อาจจะมีปีละมากกว่า 1 ครั้งก็ได้ เทศกาลอาหารส่วนใหญ่จะใช้อาหาร วัตถุดิบ หรือประเภทของอาหารมาจัดเป็นธีมหลักของเทศกาลจุดประสงค์ของเทศกาลอาหารนั้นมีหลากหลาย แต่โดยส่วนมากแล้วคือการทำให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมผ่านการเฉลิมฉลองและในบางครั้งจะจัดขึ้นเพื่อเฉลิมฉลองฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลผลิต
- Cooking Vacation คือการเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ เพื่อศึกษาเรียนรู้ถึงวิธีการทำอาหารของแต่ละท้องถิ่น โดยนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประเภทนี้ส่วนมากจะมีความสนใจในอาหารของท้องถิ่นนั้น ๆ และมีความต้องการที่จะสามารถทำอาหารเหล่านั้นด้วยตนเองได้เมื่อพวกเขาเดินทางกลับบ้าน

10 เทรนด์การท่องเที่ยวเชิงอาหารในอนาคต

(TAT, 2017. <https://etatjournal.files.wordpress.com/2017/01/tat12017.pdf>)

1. การเปลี่ยนแปลงด้านประชากรศาสตร์ (ลักษณะและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจะเปลี่ยนแปลงไป)
2. กระแสการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่มีเพิ่มมากขึ้น
3. การแสวงหาความเป็นเอกลักษณ์ในแต่ละท้องถิ่นยังคงเป็นที่นิยม
4. อะไร ๆ ก็แพงขึ้นหมด (เลือกกินมากกว่าซื้อปิ้ง)
5. นักท่องเที่ยวมีความรู้มากขึ้น (มองหาอะไรที่แปลกใหม่มากขึ้น)
6. แสวงหาความเป็นเอกลักษณ์
7. การแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้น (เกิดที่กินใหม่ๆ ที่คาดไม่ถึง)
8. การพัฒนาด้านเทคโนโลยีและการสื่อสาร
9. ประสบการณ์กินอาหารแบบ Peer-to-Peer Dining Experiences
10. แพ็คเกจการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ + อาหาร

ผลการศึกษารอง การส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารเขตอารยธรรมอีสานใต้ โดยการศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารเขตอารยธรรมอีสานใต้ เพื่อศึกษาศักยภาพและพัฒนาภาพลักษณ์การท่องเที่ยววัฒนธรรมอาหารเขตอารยธรรมอีสานใต้ รวมถึงการส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยววัฒนธรรมอาหารเขตอารยธรรมอีสานใต้ ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ค้นคว้า ข้อมูลและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทย 406 ชุด และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 100 ชุด ในเขตพื้นที่อารยธรรมอีสานใต้ 5 จังหวัด เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีผลการศึกษาน่าสนใจดังนี้

South Isan CBT Tourism Fest 2018

ภายใต้โครงการบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการ



การท่องเที่ยวโดย

ชุมชนอีสานใต้

South Isan CBT Tourism Fest 2018

ภายใต้โครงการบูรณาการสร้างรายได้

จากการท่องเที่ยวและบริการ



เรื่องที่ 2

การศึกษาภาพลักษณ์

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร

นักวิจัย

อาจารย์นพดล เพิ่มสมบูรณ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐธินี ทองดี

ดร.กมลพรรค์ นวลอนันต์

อาจารย์สุจิตรา จำปาศรี

อาจารย์นิรวิทย์ เพ็ชรราชูร์

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลสรุปได้ว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวน 406 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุอยู่ระหว่าง 20-30 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานหรือลูกจ้างในหน่วยงานเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และมีภูมิลำเนาภาคกลาง

1.2 นักท่องเที่ยวต่างชาติ

ผลสรุปได้ว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวน 100 คน สัดส่วนเพศชายและเพศหญิงเท่ากัน ส่วนใหญ่ มีอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี มีสถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานหรือลูกจ้างในหน่วยงานเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-60,000 ดอลลาร์ต่อปี และมีภูมิลำเนาทวีปยุโรป



อาหารอีสานใต้ที่นักท่องเที่ยวนึกถึงเมื่อมาเยือน ผลสรุปได้ว่า จังหวัดนครราชสีมานักท่องเที่ยวนึกถึงมากที่สุด มีจังหวัดบุรีรัมย์นึกถึงไปอย่าง จังหวัดสุรินทร์นึกถึงไปอย่างไม่มีต้น จังหวัดศรีสะเกษนึกถึงถึงส้มตำ และจังหวัดบุรีรัมย์นึกถึงหมูยอ

2. ข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารเขตอารยธรรมอีสานใต้

2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลสรุปได้ว่า ปัจจัยภาพลักษณ์ของอาหารเขตอารยธรรมอีสานใต้โดยภาพรวมในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทย อยู่ในระดับมาก หากจำแนกรายด้าน พบว่า ด้านเอกลักษณ์ของอาหารและมรดกทางวัฒนธรรม ด้านการเข้าถึง และช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านคุณค่าทางโภชนาการและความสะอาดด้านราคาของอาหารอีสานใต้ และด้านลักษณะของอาหารอีสานใต้ อยู่ในระดับมาก

2.2 นักท่องเที่ยวต่างชาติ

ผลสรุปได้ว่า ปัจจัยภาพลักษณ์ของอาหารเขตอารยธรรมอีสานใต้ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก หากจำแนกรายด้าน พบว่า ด้านลักษณะของอาหารอีสานใต้อยู่ในระดับ

มากที่สุด รองลงมา ด้านคุณค่าทางโภชนาการและความสะอาด ด้านราคาของอาหารอีสานใต้อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านเอกลักษณ์ของอาหารและมรดกทางวัฒนธรรม และด้านการเข้าถึงและช่องทางการจำหน่ายอยู่ในระดับปานกลาง

3. ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะเฉพาะของอาหารเขตอารยธรรมอีสานใต้

3.1 นักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลสรุปได้ว่า ส่วนใหญ่รับรู้ลักษณะของอาหารเขตอารยธรรมอีสานใต้ในความแซบหนั (อร่อย) รองลงมา มีความดิบ ๆ มีตัวตนชัดเจน/ดั้งเดิม เผ็ดร้อน/จัดจ้าน เปรี้ยว (ซ่าส์)/ จัดจาด และมีสีส้ม

3.2 นักท่องเที่ยวต่างชาติ

ผลสรุปได้ว่า ส่วนใหญ่รับรู้ลักษณะของอาหารเขตอารยธรรมอีสานใต้ในความดิบ ๆ มีตัวตนชัดเจน/ดั้งเดิม รองลงมา ความแซบหนั (อร่อย) เผ็ดร้อน/จัดจ้าน มีสีส้ม และเปรี้ยว (ซ่าส์)/ จัดจาด

4. ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารเขตอารยธรรมอาหารอีสานใต้ผ่านสื่อ

4.1 นักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลสรุปได้ว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยชินหรือรับประทานอาหารอีสานใต้ ช่องทางการรับรู้ข้อมูลวัฒนธรรมอาหารอีสานใต้ผ่านสื่อออนไลน์ คือ Facebook ส่วนสื่อบุคคลรับรู้ผ่านทางเพื่อน สื่อสิ่งพิมพ์และกระจายเสียงรับรู้ผ่านทางรายการโทรทัศน์ โดยมีความถี่ในการรับข้อมูล 3-4 ครั้งต่อเดือน ช่วงเวลาในการรับรู้ข้อมูลก่อนเข้านอน โดยใช้ระยะเวลา 1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง ส่วนสถานที่ในการรับข้อมูลคือ ที่บ้าน และใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในการรับข้อมูลคือ สมาร์ทโฟน

4.2 นักท่องเที่ยวต่างชาติ

ผลสรุปได้ว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยชินหรือรับประทานอาหารอีสานใต้ช่องทางในการรับรู้ข้อมูลประกันทำอาหารอีสานใต้ผ่านสื่อออนไลน์คือ YouTube ส่วนสื่อบุคคลรับรู้ผ่านทางเพื่อน สื่อสิ่งพิมพ์และการกระจายเสียงรับรู้ผ่านทางแผ่นพับ/ใบปลิว/โบชัวร์ โดยมีความถี่ในการรับข้อมูล 1-2 ครั้งต่อเดือน ช่วงเวลาในการรับรู้ข้อมูลช่วงเย็นหลังเลิกงาน โดยใช้เวลาน้อยกว่า 1 ชั่วโมงในการรับรู้ข้อมูล ส่วนสถานที่ในการรับรู้ข้อมูลในร้านอาหาร และใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้สำหรับรับรู้ข้อมูลคือ สมาร์ทโฟน



South Isan CBT Tourism Fest 2018

ภายใต้โครงการบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการ