

การอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่น “หมี่กูดจิก” เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร
ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0
**Conservation on Food “Mee Kudjig” for Promoting Gastronomy Tourism
Following the Thailand 4.0 Policy**

ชนิชา หิรัญธนาภักดิ์,
ฐิรัชญา ชัยเกษม และ กฤต ใจวรรณสุวรรณ
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
**Chanicha Hiranthanaphat,
Thirachaya Chaigasem and Grit Ngowtanasuwan**
Khon Kaen University, Thailand
Corresponding Author, E-mail: Chanicha.hi@kkumail.com

บทคัดย่อ

หมี่กูดจิกเป็นต้นตำรับโบราณของหมี่โคราช ซึ่งเป็นอาหารที่แสดงถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของชุมชน กูดจิก อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดนครราชสีมา จากปัญหาด้านกำลังการผลิต ด้านการตลาด และผู้สืบทอดการทำ หมี่กูดจิก การอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่นหมี่กูดจิกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จึงเป็นทางเลือกที่น่าสนใจ เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชนตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยในการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่น ที่มีส่งผลต่อการส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงอาหารตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 และเสนอแนวทางการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่น “หมี่กูดจิก” เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 การเก็บข้อมูลมีทั้งในรูปแบบเชิงคุณภาพและ ปริมาณ ด้วยการสำรวจ การสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุมกลุ่มย่อย การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ และการใช้ แบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว และซื้อ ผลิตภัณฑ์ของชุมชนภายในชุมชนกูดจิก ผู้ให้ข้อมูล คือ หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน และชุมชน ในพื้นที่อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดนครราชสีมา การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยโมเดลสมการโครงสร้าง และทำ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูล ผลการศึกษวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ในพื้นที่ ปัจจัยด้านคุณภาพประโยชน์ และปัจจัยด้านสถานที่การเข้าถึง ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง อาหารตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 จึงนำมาเสนอแนวทางการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่น “หมี่กูดจิก” เพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ได้แก่ แนวทางด้านการส่งเสริมวัฒนธรรมในพื้นที่

* วันที่รับบทความ : 30 กันยายน 2566; วันที่แก้ไขบทความ 25 ตุลาคม 2566; วันที่ตอบรับบทความ : 27 ตุลาคม 2566

แนวทางด้านคุณประโยชน์ และแนวทางด้านสถานที่การเข้าถึง ผลการวิจัยนี้ส่งผลให้สามารถนำมาใช้ประโยชน์เป็นต้นแบบเพื่อส่งเสริมเป็นการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารได้

คำสำคัญ: อาหารพื้นถิ่น; หมี่กูดจิก; การท่องเที่ยวเชิงอาหาร; ไทยแลนด์ 4.0; การตลาดออนไลน์

Abstracts

“Mee Kudjig” is the ancient origin of Mee Korat, which is a food that represents the local identity of the Kudjig community, Sung Noen District, Nakhon Ratchasima Province. Problems with production capacity, marketing, and successors in making “Mee Kudjig”, that preserve on food “Mee Kudjig” for promoting gastronomy tourism. Therefore, it is an interesting option to create income for the community according to the Thailand 4.0 policy.

This paper had the objectives; 1) to analyze factors in local food conservation to promote food tourism according to the Thailand 4.0 policy, and 2) to suggestion the guideline for preserving local food “Mee Kudjig” to promote food tourism according to Thailand 4.0 policy. Data collection was conducted in both qualitative and quantitative reseachs with in-depth interviews, focus group meeting, workshop and online questionnaires via Google form. The sample group is tourists who come to travel in Kudjig community. Key informents were government agency, private agencies and communities in Sung Noen District, Nakhon Ratchasima Province, which is related to local food tourism “Mee Kudji”. The quantitative data analyzed by structural equation model (SEM), while the qualitative data was analyzed data content. The results of the research found that cultural factors in the area, benefit factor and accessibility factor had affecting to the promotion of food tourism according to the Thailand 4.0 policy, therefore, the guideline for preserving local food "Mee Kudjig" was proposed to promote food tourism according to Thailand 4.0 policy as follows; 1) guidelines for cultural promotion in the area, 2) guidelines on benefits Mee Kudjig products, and 3) accessibility location guidelines. That can be used as a model to promote as a gastronomy tourism destination.

Keywords: Local Food; Mee Kudjig; Gastronomy Tourism; Thailand 4.0 Policy; Online Marketing

บทนำ

จากนโยบายประเทศไทย 4.0 (Thailand 4.0 Policy) ที่มีเป้าหมายการพัฒนาประเทศให้เป็นประเทศเศรษฐกิจใหม่ (New Engines of Growth) ประเทศและประชากรมีรายได้สูง หนึ่งในเป้าหมายที่สำคัญ คือ การเปลี่ยนจากเน้นภาคการผลิตสินค้า ไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น อันรวมถึงภาคการท่องเที่ยว การพัฒนาประเทศภายใต้้นโยบายประเทศไทย 4.0 จะสามารถสำเร็งนั้นเกิดจากการสานพลังประชารัฐเป็นพลังขับเคลื่อน มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน ภาคประชาชน รวมทั้ง ภาคการศึกษา มหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัยต่าง ๆ ช่วยกันขับเคลื่อนขับเคลื่อนไปสู่การเป็นประเทศที่มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ซึ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและมีศักยภาพที่จะแข่งขันในระดับโลกได้ (สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี, 2560: 9) จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนสู่อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคตที่

สร้างมูลค่าเพิ่มสูง จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570) ซึ่งมีจุดหมายที่ 2 ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน กลยุทธ์ที่ 1 การส่งเสริมการพัฒนา กิจกรรม สินค้า และบริการ การท่องเที่ยวมูลค่าเพิ่มสูง สนับสนุนให้มีการรวบรวมองค์ความรู้และข้อมูลความหลากหลายทางภูมิศาสตร์ ชีวภาพ และวัฒนธรรม รวมถึงวิธีการดำเนินชีวิตในแต่ละท้องถิ่น ที่มีอัตลักษณ์ และนำไปสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นสินค้าและบริการสำหรับการท่องเที่ยวคุณภาพสูง ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์และเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการ และยังสามารถสร้างประสบการณ์และคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวและประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565: 41) การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่สามารถนำมาพัฒนาต่อยอดเพื่อสร้างมูลค่าและรายได้ให้กับประชาชนและท้องถิ่นได้

การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการรับประทานอาหาร โดยเฉพาะอาหารที่เป็นอาหารพื้นถิ่นนั้นมีเอกลักษณ์ของตนเอง โดยจะมีลักษณะการปรุง การรับประทานที่แตกต่างจากที่อื่นๆ ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เริ่มให้ความสนใจสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอาหารมากขึ้น ซึ่ง “อาหาร” เป็นสิ่งที่มีความเป็นเอกลักษณ์และโดดเด่นทางวัฒนธรรม เนื่องจากทุกคนที่เกิดมาต้องบริโภคอาหารและเครื่องดื่ม จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างมากต่อการดำรงชีวิตและความเป็นอยู่ของมนุษย์ อาหารของแต่ละพื้นที่จะมีความเป็นตัวตนเฉพาะของแต่ละบุคคลหรือแต่ละชุมชน (Almerico, 2014 : 1-7) การเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมของประเทศไทยในด้านอาหารทำให้แต่ละท้องถิ่นมีเมนูอาหารที่มีเอกลักษณ์ตามท้องถิ่นแตกต่างกันออกไป อาหารท้องถิ่นจึงได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของ “การท่องเที่ยวเชิงอาหาร” ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้และรับประสบการณ์การท่องเที่ยวกับอาหารที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นนั้นๆ ได้ จังหวัดนครราชสีมา มีอาหารที่ขึ้นชื่อได้แก่ หมี่โคราช เป็นอาหารขึ้นชื่อของท้องถิ่น ได้รับความนิยมในการรับประทานตอนมื้อกลางวัน เป็นอาหารที่ทำกินกันอยู่ทุกบ้าน ไม่ว่าจะมีงานบุญต่างๆ ทั้งงานบวช งานแต่ง งานเฉลิมฉลอง หมี่โคราชจะทานคู่กับส้มตำซึ่งเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายโดยมีหลายอำเภอที่ขึ้นชื่อในการผลิตหมี่โคราชเพื่อจำหน่าย โดยประกอบไปด้วยหมี่จักรราช อำเภอจักราช หมี่กระโทก อำเภอโชคชัย หมี่ตะคุ อำเภอปักธงชัย หมี่กุดจิก อำเภอสูงเนิน และหมี่พิมาย อำเภอพิมาย (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครราชสีมา, 2558: ออนไลน์)

“หมี่กุดจิก” เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากแป้งข้าวที่ไม่สดๆ ไม่มีส่วนผสมอื่นใดอีก ซึ่งเป็นอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นของชุมชนกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา สามารถนำมาทำเป็นผัดหมี่ ซึ่งมีเครื่องปรุง คือ หมูหรือไก่ พริกป่น เต้าเจี้ยว ซีอิ๊วดำ น้ำปลา น้ำมันพืช กระเทียม หัวหอมแดง มะนาว กุยช่าย หรือต้นหอมสด ถั่วงอก หมี่กุดจิกอยู่ในวิถีชีวิตของชาวชุมชนกุดจิก เป็นอาหารว่างในระหว่างวัน หรือแม้แต่ในงานบุญ เช่น งานบวชงานศพ งานแต่งงาน หรืองานเฉลิมฉลองอื่นๆ โดยกว่าร้อยปี ที่ชุมชนกุดจิกได้ขึ้นชื่อว่าเป็นต้นกำเนิดของหมี่โคราช ซึ่งอาชีพดั้งเดิมของชาวกุดจิก คือการทำนา หลังฤดูเก็บเกี่ยว ชาวบ้านจะนำข้าวเปลือกมาสีด้วยเครื่องสีข้าวแบบโบราณที่ใช้ต่อกันมาเป็น 100 ปี แล้วนำข้าวสารมาตำด้วยครกกระเดื่อง

เรียกว่า การซอมข้าว แล้วนำปลายข้าวที่แตกหักมาไม่แป้ง ด้วยเครื่องโม่หิน เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการทำหมี่ถือเป็นภูมิปัญญาที่ชาวบ้านสามารถนำมาใช้แปรรูปและถนอมอาหารซึ่งเส้นหมี่โคราช มีลักษณะคล้ายเส้นก๋วยเตี๋ยวแต่บางกว่าเล็กน้อย ซึ่งเอกลักษณ์ของ กุดจิกหมี่โคราช 100 ปีนี้คือการทำเส้นหมี่จากแป้งที่ไม่สดๆ ไม่มีส่วนผสมอื่นใดไม่ต้องแช่น้ำก่อนปรุง หมี่ไม่ติดกันเป็นก้อนๆ และเส้นที่มีความเหนียวนุ่ม อีกทั้งมีความหอมจากรสข้าวที่มีความหวานธรรมชาติจากข้าวแท้ๆ (จิตาภา พันธุ์ทอง, 2557: ออนไลน์) จากการเปลี่ยนแปลงในส่วนของการทำพื้นดินของหมี่กุดจิกที่เป็นมรดกตกทอดกันมาตั้งแต่สมัย ปู่ ย่า ตา ยาย จนเป็นเอกลักษณ์อาหารท้องถิ่นที่รู้จักกันดี เทศบาลและชุมชนกุดจิก ได้ส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกแหล่งหนึ่งของตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

ปัจจุบันชุมชนกุดจิกกำลังเผชิญกับสภาวะที่ยากลำบาก ทั้งในด้านกำลังการผลิต ด้านการตลาด และผู้สืบทอด และชุมชนกุดจิกต้องการส่งเสริมการท่องเที่ยวและเพิ่มรายได้กับคนในชุมชน ดังนั้น การท่องเที่ยวอาหาร “หมี่กุดจิก” จึงเป็นทางเลือกที่มีความสำคัญมากที่จะสามารถช่วยให้หมี่กุดจิกกลับมาฟื้นฟู และสามารถชุบชีวิตการทำหมี่ของชุมชนกุดจิกให้กลับมาสู่ยุครุ่งเรืองอีกครั้ง เนื่องจากการทำหมี่กุดจิกที่ไม่เหมือนใครและมีความดั้งเดิมมากๆ แต่นักท่องเที่ยวหรือแม้กระทั่งคนในจังหวัดนครราชสีมาเอง ก็ยังไม่ทราบถึงประวัติความเป็นมาของหมี่กุดจิกว่ามีที่มาที่มีความเป็นเอกลักษณ์ ที่น่าสนใจอย่างไร และชุมชนกุดจิกเป็นอีกหนึ่งสถานที่ท่องเที่ยวที่ควรมาดูหรือมาเก็บประสบการณ์การทำหมี่อย่างยิ่ง เพื่อแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของการส่งเสริมชุมชนให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งต้องมีการเข้าไปจัดการในหลายๆ ด้าน อาทิ การส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การบริหารจัดการแบบให้ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วม เพื่อให้หมี่กุดจิกเป็นการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืนตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 เพื่อเสริมสร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่น ทั้งนี้ได้รวมถึงหน่วยงานต่างๆ ก็ต้องมีส่วนร่วมในการพัฒนากันอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เกิดจากแรงจูงใจที่อยากจะไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ด้านอาหาร หรือเกี่ยวกับการผลิตอาหาร เทศกาลอาหาร ร้านอาหาร หรือแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะเรื่องอาหาร โดยเป็นนักท่องเที่ยวที่แสวงหาประสบการณ์ด้านอาหารที่แท้จริงซึ่งสะท้อนถึงความมีเอกลักษณ์ วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น (Maltika, 2016: 35-36) โดยอรรถนาถ ยกขุน, ชนกนารถ ราชภักดี และธนีสร์ พิตรขณูรัมย์ (2563: 60-68) ได้นำเสนอว่า วัฒนธรรมเชิงอาหารส่งผลต่อการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารได้ และงานวิจัยของ Bukharov (2018: 449-457) ที่พบว่า คุณค่าทางอาหารส่งผลต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและมีส่วนช่วยให้แหล่งท่องเที่ยวน่าดึงดูดใจ ดังนั้น การศึกษาปัจจัยเกี่ยวกับการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่นที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารนั้นจึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจเพื่อนำมาใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยที่มีความหลากหลายทางอาหารต่อไป

จากที่กล่าวมาข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะทำการวิจัยการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่น “หมี่กูดจิก” เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 อันจะเป็นประโยชน์ให้กับชาวชุมชนกูดจิก ตำบลกูดจิก อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดนครราชสีมา ได้ตระหนักถึงความสำคัญของอาหารท้องถิ่นของชุมชนกูดจิก และให้หน่วยงานภาครัฐมองเห็นถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ เพื่อบริหารจัดการให้หมี่กูดจิกยังคงอยู่ต่อไป ซึ่งถ้าทุกฝ่ายสามารถบูรณาการร่วมมือกันอย่างเป็นระบบแล้ว หมี่กูดจิกก็อาจจะกลับมาสร้างชื่อเสียงให้แก่ชาวชุมชนกูดจิกอีกครั้ง เป็นสิ่งที่ส่งผลดีให้กับชุมชนทำหมี่กูดจิก และเศรษฐกิจที่ดีพื้นที่จากนักท่องเที่ยวที่สนใจด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยในการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่น ที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0
2. เพื่อเสนอแนวทางการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่น “หมี่กูดจิก” เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0

ระเบียบวิธีวิจัย

การดำเนินโครงการวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยในรูปแบบผสมผสาน (Mixed Method) คือ เริ่มการดำเนินงานด้วยกระบวนการวิจัย บนพื้นฐานการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อเก็บข้อมูลพื้นฐานของชุมชนกูดจิกในด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น “หมี่กูดจิก” ต่อจากนั้นดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว และซื้อผลิตภัณฑ์ของชุมชนกูดจิก เพื่อวิเคราะห์หาปัจจัยในการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่น ที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 หลังจากนั้นนำปัจจัยส่งผลการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มาทำการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อเสนอแนวทางการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่น “หมี่กูดจิก” เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 โดยรายละเอียดระเบียบวิธีวิจัยมีดังต่อไปนี้

1. ผู้ให้ข้อมูล และกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ผู้ให้ข้อมูล ทำการสุ่มแบบเจาะจง (Purpose Sampling Group) จากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น “หมี่กูดจิก” ประกอบด้วย หน่วยงานภาครัฐ จำนวน 4 ท่าน และผู้ประกอบการร้านค้าภายในชุมชน จำนวน 2 ท่าน และผู้ผลิตหมี่กูดจิก จำนวน 2 ท่าน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง การวิจัยครั้งนี้กำหนดประชากรเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวที่มีกุดจิกและซื้อผลิตภัณฑ์ของชุมชนภายในชุมชนกุดจิก ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากร ผู้วิจัยจึงใช้สูตร Cochran (1953) มาคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ได้เท่ากับ 385 ตัวอย่าง ดังนั้นในการศึกษาวิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ มีการเก็บรวบรวมข้อมูลหลายรูปแบบ โดยเรียงลำดับการดำเนินการ ดังต่อไปนี้

2.1 การเก็บข้อมูลเบื้องต้น ด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เครื่องมือที่ใช้ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) สัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น “หมีกุดจิก” ด้วยแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง แล้วทำการจัดบันทึกลงในแบบสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติชุมชน ข้อมูลพื้นฐานชุมชน สถานการณ์ปัจจุบันของอาหารพื้นถิ่น หมีกุดจิก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0

2.2 การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) จากแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaires) โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวที่มีกุดจิกและซื้อผลิตภัณฑ์ของชุมชนภายในชุมชนกุดจิก เป็นคำตอบในแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form เพื่อทำการประเมินปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 และทัศนคติของผู้บริโภคต่ออาหารพื้นถิ่นหมีกุดจิก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 การหาคุณภาพของเครื่องมือวิจัยโดยวิเคราะห์ค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Tryout) จำนวน 30 ชุด พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Coefficient Alpha) เท่ากับ 0.92 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.80 มีคุณภาพดี ดังนั้นจึงสามารถนำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างได้ (Sekaran and Bougie, 2020: 127)

2.3 กระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Action Research) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group) หรือ และการระดมความคิด (Brain Storming) เพื่อให้ได้ข้อมูลแนวทางการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่น “หมีกุดจิก” เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 โดยให้ผู้ช่วยวิจัยเป็นผู้ทำการสัมภาษณ์และช่วยอธิบายถึงการวิเคราะห์แนวทางการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่น “หมีกุดจิก” เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 แล้วให้ผู้เข้าร่วมตอบเป็นรายด้าน

3. การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) ในส่วนที่มีการเก็บข้อมูลด้วยการสำรวจการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง การประชุมเชิงปฏิบัติการ โดยการประมวลผลข้อมูลที่เก็บมาได้แล้วรายงานผลตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้จากการจัดหมวดหมู่ข้อมูล (Data Classification) และทำการวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูลที่ได้ (Content Analysis)

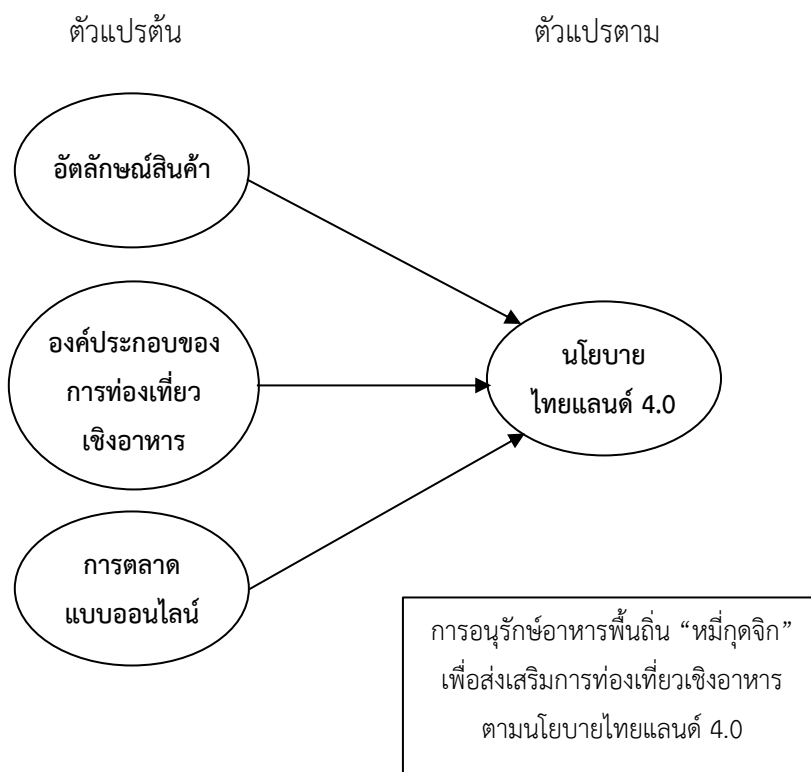
2) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data) ในส่วนที่มีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaires) แล้วนำไปวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM)

4. ขั้นตอนการดำเนินงาน

- 1) ลงพื้นที่เพื่อติดต่อประสานงานกับหน่วยงานรัฐ เอกชน และภาคประชาชนชุมชนกุดจิก เพื่อขอเข้าไปเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับอาหารพื้นถิ่นหมี่กุดจิก
- 2) จัดทำหนังสือราชการจากคณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ถึงหน่วยงานรัฐ เอกชน และภาคประชาชนชุมชนกุดจิก
- 3) ผู้วิจัยเข้าไปเก็บรวบรวมข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก การเก็บแบบสอบถาม และการประชุมเชิงปฏิบัติการ
- 4) ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูล และจัดทำสรุปการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่น “หมี่กุดจิก” เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 มีกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

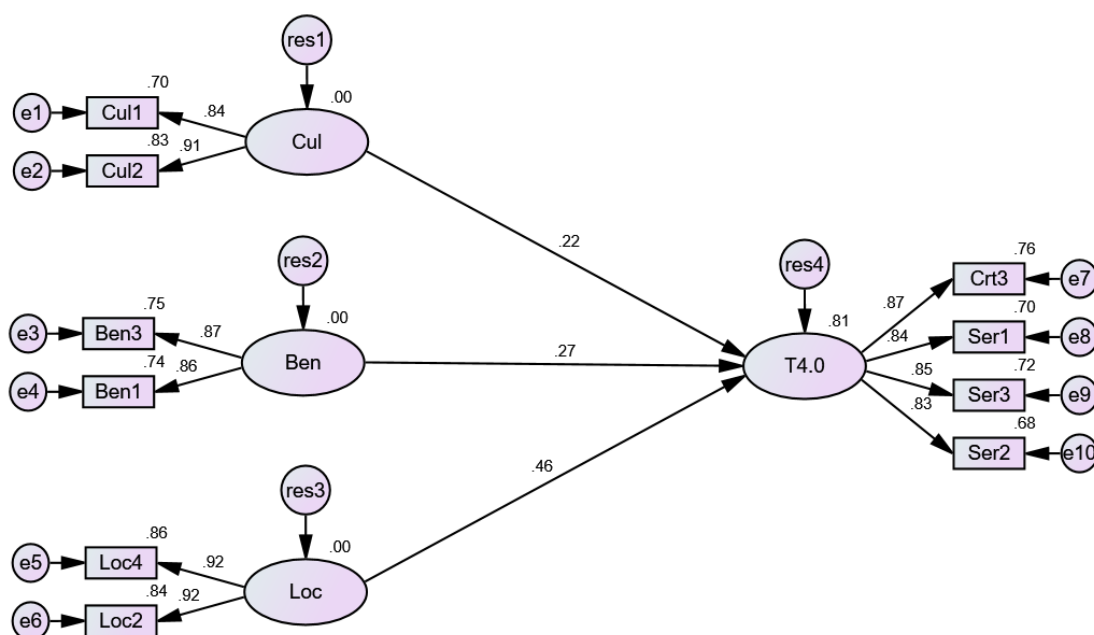
1. ผลการศึกษาปัจจัยในการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่น ที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0

1.1 บริบทของการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่น “หมี่กูดจิก” เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 พบว่า หมี่กูดจิกเป็นต้นตำรับโบราณของหมี่โคราชมีการสืบทอดกันมามากกว่าร้อยปี กระบวนการผลิตหมี่กูดจิกเริ่มจากการนำข้าวสารที่เป็นข้าวเจ้ามาแช่น้ำ ก่อนนำมาโม่จนได้แป้งข้าวเจ้าเข้มข้น แล้วนำมาละเลงเป็นแผ่นกลมบนเตาหมี่ เรียกว่า “การถูหมี่” หลังจากนั้นปิดฝานึ่งแป้งให้สุกแล้วนำมาวางบนแผงไม้ไผ่ การทำหมี่ไฟต้องแรง ต้มน้ำในกระทะให้เดือดตลอดเวลาเพื่อนึ่งเตาหมี่ที่ทำจากผ้าขาวบางซึ่งกับเหล็กวงให้ร้อนจัด แป้งที่สุกแล้วนำมาตากแดดให้แห้งหมาด ๆ ทาน้ำมันแล้วนำไปซอยเป็นเส้นๆ จะได้เป็นเส้นหมี่สด การผึ่งแดดจนทำให้เส้นหมี่ค่อย ๆ แห้ง ทำให้หมี่กูดจิก มีเอกลักษณ์ คือ ความเหนียวนุ่ม แป้งไม่แข็ง กระด้างนำไปปรุงสุกง่าย ดูดซึมน้ำซอสได้ดี มีความหอม และความหวานธรรมชาติจากรสข้าว สามารถนำหมี่กูดจิกที่เป็นเส้นสดไปทำเป็นยำหมี่ ส่วนหมี่แห้งสามารถนำมาทำเป็นผัดหมี่ ซึ่งมีเครื่องปรุงคือ หมูหรือไก่ พริก ปั่น เต้าเจี้ยว ซีอิ๊วดำ น้ำปลา น้ำมันพืช กระเทียม หัวหอมแดง มะนาว กุยช่ายหรือต้นหอมสด ถั่วงอก หมี่กูดจิกอยู่ในวิถีชีวิตของชาวชุมชนกูดจิก เป็นอาหารว่างในระหว่างวัน หรือแม้แต่ในงานบุญต่าง ๆ เช่น งานบวช นาค งานแต่งงาน หรืองานเฉลิมฉลองอื่น ๆ หมี่กูดจิกนับเป็นภูมิปัญญาที่ชาวบ้านนำมาใช้แปรรูปและถนอมอาหาร ปัจจุบันมีผู้สืบทอดการทำหมี่กูดจิกแบบดั้งเดิมลดน้อยลง เหลือเพียงคุณยาย 2 ท่าน ที่ยังมีเตาทำหมี่สดแบบโบราณ โดยสาธิตการทำหมี่สดและขายให้กับลูกค้าและนักท่องเที่ยวเฉพาะในวันเสาร์-อาทิตย์ เนื่องจากคุณยายผู้ทำหมี่มีอายุเพิ่มมากขึ้น ร่างกายเริ่มทำหมี่ไม่ไหว เพราะมีปัญหาข้อเข่าและขาที่ทำให้ยืนหรือนั่งนานๆ ไม่ได้ ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการทำหมี่ จึงมีการสืบทอดและสอนกรรมวิธีการทำหมี่กูดจิกให้กับผู้ที่สนใจ

1.2 องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น “หมี่กูดจิก” มีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว จากการที่หมี่กูดจิกเป็นต้นกำเนิดของหมี่โคราช เป็นภูมิปัญญาที่ชาวบ้านนำมาใช้แปรรูปและถนอมอาหาร มีเทศกาลที่สำคัญ ๆ มีจัดขึ้นทุกปีเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว คือ “กูดจิกวันวาน สงกรานต์สำราญใจ” เพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมทางด้านอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของทางชุมชนกูดจิก แหล่งท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่ใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวหมี่กูดจิก ได้แก่ ปราสาทเมืองเก่า อโรคยาศาล ปราสาทเมืองแขก วัดธรรมจักรเสมาราม พระพุทธไสยาสน์ วัฒนธรรมในพื้นที่ชุมชนกูดจิก มีประเพณีที่มีการสืบทอดกันมาตั้งแต่ดั้งเดิม อาทิ ประเพณีเข้าพรรษา ประเพณีออกพรรษา หรือ ประเพณีงานสงกรานต์ และที่สำคัญมีงานถนนคนเดินกูดจิก ที่มีการนำเสนอของของการอนุรักษ์การทำหมี่แบบดั้งเดิมของหมี่กูดจิก โดยมีปราชญ์ชาวบ้าน 2 ท่าน เป็นผู้สาธิตวิธีการทำหมี่และให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยว กิจกรรมที่ทางแหล่งท่องเที่ยวจัดไว้ให้แก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ การเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ กิจกรรมการถูหมี่ ของหมี่กูดจิก ชาวบ้านได้มีการแต่งกายในชุดพื้นถิ่น หรือชุดไทย ในการต้อนรับนักท่องเที่ยวในงานสำคัญ ๆ เช่น

งานถนนคนเดินสายวัฒนธรรม ที่จัดขึ้นทุก ๆ ปี และมีการนำหมี่สดมาทำเป็นอาหารพื้นถิ่นให้ทาน ได้แก่ ผัดหมี่โคราช ยำหมี่ กินร่วมกับส้มตำ การบริการทางด้านอาหาร เทศบาลและปราชญ์ชาวบ้านได้ช่วยกันดูแลความสะอาดให้กับทางแหล่งท่องเที่ยว โดยมีการจัดเตรียมพื้นที่และทำความสะอาด เมื่อมีการจัดเทศกาลงานใหญ่ของชุมชน ทางชุมชนมีการปรับตัว มีความยินดีและให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างเป็นกันเอง และคอยบริการความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวทุกคนอย่างดีที่สุด หมี่กูดจึงเป็นการทำหมี่โคราชที่คงเอกลักษณ์การทำหมี่แบบโบราณไว้อย่างดี โดยใช้กระบวนการ ขั้นตอน และกรรมวิธีการทำหมี่แบบดั้งเดิม นำข้าวเปลือกมาสีด้วยเครื่องสีข้าวโบราณ แล้วนำเอาข้าวสารมาตำด้วยครกกระเดื่อง หลังจากนั้นนำปลายข้าวที่แตกหักมาโม่ให้เป็นแป้ง ด้วยเครื่องโม่หิน เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการทำหมี่ นำแป้งมาละเลงเป็นแผ่นกลมบนเตาหมี่ ปิดผาหนึ่งแป้งให้สุกแล้วนำมาวางบนแผงไม้ไผ่

1.3 ปัจจัยในการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่น ที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 จากการทดสอบแบบจำลองเชิงโครงสร้างแสดงอิทธิพลระหว่างปัจจัยหรือตัวแปรแฝงที่ส่งผล ถึงปัจจัยอื่นๆ จากข้อมูลเชิงประจักษ์ที่เก็บรวบรวมจากจากกลุ่มตัวอย่าง โดยนำมาเปรียบเทียบกับแบบจำลองที่ได้ศึกษาแนวคิด จากการศึกษาวิจัยได้สร้างปัจจัยขึ้นมาจำนวน 4 ปัจจัย ประกอบด้วย องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (GAT) อุตสาหกรรมสินค้าของอาหารพื้นถิ่นหมี่กูดจิก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 (BRI) การตลาดแบบออนไลน์ของผู้บริโภคต่อการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่นหมี่กูดจิกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 (MAO) และนโยบายไทยแลนด์ 4.0 (T4.0) จากทดสอบเพื่อหาอิทธิพลของแบบจำลองจากปัจจัย จำนวน 3 ปัจจัยได้ถูกปรับเปลี่ยนเพียงตัวแปรจำนวน 3 ตัว และได้ตั้งชื่อใหม่ ดังนี้ องค์ประกอบ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (GAT) ถูกปรับเป็น “วัฒนธรรมในพื้นที่ (Cul)” อุตสาหกรรมสินค้าของอาหารพื้นถิ่นหมี่กูดจิก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 (BRI) ถูกปรับเป็น “คุณประโยชน์ (Ben)” และการตลาดแบบออนไลน์ของผู้บริโภคต่อการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่น หมี่กูดจิกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 (MAO) ถูกปรับเป็น “สถานที่การเข้าถึง (Loc)” ดังนั้น สรุปผลการวิเคราะห์แบบจำลองเชิงโครงสร้าง (SEM) หลังการปรับปรุงของการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่นหมี่กูดจิก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ดังนี้



Chi-square = 28.708, df = 23, p = .190,
CMIN/df = 1.248, GFI = .986, RMSEA = .025

แผนภาพที่ 2 แบบจำลองโครงสร้างหลังการปรับปรุง (Modified Structural Model) ของการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่น หมี่กูดจิก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0

จากแผนภาพที่ 2 แบบจำลองเชิงโครงสร้างหลังการปรับปรุงของการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่น หมี่กูดจิก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 พบว่า

1) ปัจจัยด้านวัฒนธรรมในพื้นที่ (ค่าน้ำหนัก 0.22) ส่งผลต่อการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่น หมี่กูดจิก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 อย่างมีนัยสำคัญ (ที่ระดับ 0.01, ยอมรับสมมติฐาน H₁)

2) ปัจจัยด้านคุณประโยชน์ (ค่าน้ำหนัก 0.27) ส่งผลต่อการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่น หมี่กูดจิก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 (ที่ระดับ 0.01, ยอมรับสมมติฐาน H₂)

3) ปัจจัยด้านสถานที่การเข้าถึง (ค่าน้ำหนัก 0.46) ส่งผลต่อการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่น หมี่กูดจิก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 (ที่ระดับ 0.001, ยอมรับสมมติฐาน H₃) ดังที่แสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐานหลังการปรับปรุงแบบจำลองเชิงโครงสร้างของการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่น
หมี่กูดจิก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0

Hypothesis	Relationship	Standardized Path Coefficient	Result	Significant (p)
H1	Cul --> T4.0	0.22	สนับสนุน	0.004
H2	Ben --> T4.0	0.27	สนับสนุน	0.004
H3	Loc --> T4.0	0.46	สนับสนุน	***

หมายเหตุ: *** $p < 0.001$

จากตารางที่ 1 แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งอาจกล่าวเพื่อให้เข้าใจอย่างง่ายได้ว่า (1) ปัจจัยด้านวัฒนธรรมในพื้นที่ (Cul) ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 (2) ปัจจัยด้านคุณภาพประโยชน์ (Ben) ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 และ (3) ปัจจัยด้านสถานที่การเข้าถึง (Loc) ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ซึ่งอาจกล่าวเพื่อให้เข้าใจอย่างง่ายได้ว่า ปัจจัยด้านวัฒนธรรมในพื้นที่ ปัจจัยด้านคุณภาพประโยชน์ และปัจจัยด้านสถานที่การเข้าถึง ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0

2. แนวทางการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่น “หมี่กูดจิก” เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยในการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 พบว่า ปัจจัยด้านวัฒนธรรมในพื้นที่ ปัจจัยด้านคุณภาพประโยชน์ และปัจจัยด้านสถานที่การเข้าถึง ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 จึงได้เสนอแนวทางการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่น “หมี่กูดจิก” เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ดังนี้

แนวทางการส่งเสริมวัฒนธรรมในพื้นที่

- พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอาหารพื้นถิ่น “หมี่กูดจิก” และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเกี่ยวกับอาหาร “หมี่กูดจิก” โดยมีการส่งเสริมวัฒนธรรมในพื้นที่ มีการให้ความรู้เกี่ยวกับความเป็นมาและการทำหมี่โบราณ “หมี่กูดจิก”
- เชื่อมโยงความร่วมมือของทุกภาคส่วนในการรักษาวัฒนธรรมการทำหมี่แบบโบราณและวิถีชีวิตดั้งเดิม

3. ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่น “หมี่กูดจิก” ผ่านสื่อต่างๆ ทั้งสื่อสังคมออนไลน์ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ ในการเข้ามาถ่ายทำเกี่ยวกับหมี่กูดจิก เพื่อเป็นส่งเสริมให้ “หมี่กูดจิก” เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว

4. ส่งเสริมให้มีความรู้ใหม่ให้เข้ามาเรียนรู้การทำหมี่กูดจิกแบบโบราณ การถนอมหมี่แบบโบราณ ที่เป็นความดั้งเดิมของกรรมวิธีการทำหมี่กูดจิก

5. พัฒนาทักษะ ความรู้ และความสามารถของบุคลากรเกี่ยวกับการทำอาหารพื้นถิ่นหมี่กูดจิก เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

6. มีการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวของชุมชนกูดจิกเป็นการท่องเที่ยววิถีชีวิต (Nostalgia Tourism) เพื่อแสดงให้เห็นถึงการนำเอาภูมิปัญญาและวัฒนธรรมในพื้นที่การทำหมี่กูดจิก ซึ่งเป็นการนำข้าวที่แตกหักจากการซ้อมข้าว หรือตีข้าวมาไม่ และนำไปทำเป็นหมี่สด

แนวทางด้านคุณประโยชน์

1. ผลิตสินค้าหมี่กูดจิกออกจำหน่ายและสร้างตราสินค้า “หมี่กูดจิก” ให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจซื้อเพื่อนำไปประกอบอาหารได้

2. มีการให้ความรู้เกี่ยวกับส่วนผสม กระบวนการผลิต รสชาติ คุณประโยชน์ และวิธีการปรุงอาหารจาก “หมี่กูดจิก” เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว

3. เพิ่มเมนูทำจากหมี่กูดจิก และนำเอาหมี่กูดจิกเข้าไปอยู่ในร้านอาหารต่าง ๆ ในอำเภอสูงเนิน

4. นำเอาเส้นของ “หมี่กูดจิก” มาประกอบอาหารเป็นเมนูใหม่ๆ และเมนูอาหารเพื่อสุขภาพ ได้แก่ ข้าวเกรียบปากหม้อ ก๋วยเตี๋ยว สลัดโรส เป็นต้น

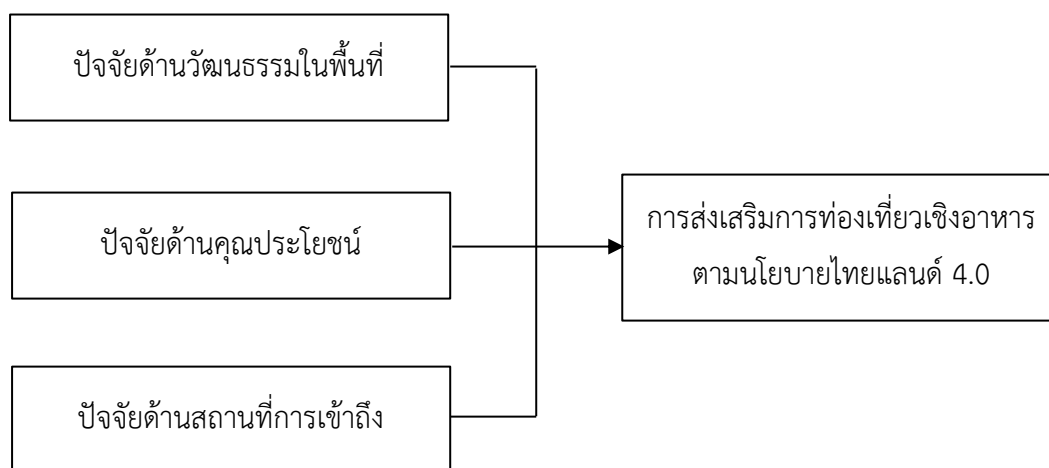
แนวทางด้านสถานที่การเข้าถึง

1. จัดทำป้ายบอกทางที่ชัดเจน และมีการเชื่อมโยงเส้นทางระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวและแหล่งผลิตหมี่กูดจิก โดยมีระบบบริการค้นหาแผนที่ด้วย QR Code

2. จัดทำแผนที่เส้นทางเชื่อมโยงแผนที่และแสดงในกูเกิ้ลแมพ (Google Map) จากแหล่งท่องเที่ยวหมี่กูดจิก ไปยังปราสาทเมืองแขก ปราสาทโนนกู่ ปราสาทเมืองเสมา พระนอน เป็นต้น มาใช้ในการประชาสัมพันธ์

องค์ความรู้ใหม่

จากผลการศึกษาก็ค้นพบองค์ความรู้ใหม่ของปัจจัยในการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่น ที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 สามารถสรุปได้ดังจากแผนภาพที่ 3



แผนภาพที่ 3 ปัจจัยในการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่น ที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0

อภิปรายผลการวิจัย

จากปัจจัยด้านวัฒนธรรมในพื้นที่ ปัจจัยด้านคุณประโยชน์ และปัจจัยด้านสถานที่การเข้าถึง ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 และแนวทางการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่น “หมี่กูดจิก” เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 นำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ปัจจัยด้านวัฒนธรรมในพื้นที่ ส่งผลต่อการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่น หมี่กูดจิก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวให้ความสนใจกับวัฒนธรรมท้องถิ่น การทำอาหารในรูปแบบคนท้องถิ่น ต้องการที่จะเรียนรู้วิธีการทำและลิ้มลองอาหารพื้นถิ่นนั้น จึงส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร สอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา (2561: 103-116) ศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงอาหาร: ศักยภาพและความได้เปรียบของประเทศ ไทย ที่พบว่า การท่องเที่ยวที่ใช้ทรัพยากรทางวัฒนธรรมในท้องถิ่นนั้น ๆ ศักยภาพและความได้เปรียบทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารนั้น เป็นสิ่งที่มีความสำคัญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยที่สามารถสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัดตนาถ ยกขุน และคณะ (2563: 60-68) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร พบว่า การถ่ายทอดสูตรอาหารส่งมอบภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่น

ซึ่งเป็นวัฒนธรรมเชิงอาหารส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฌักทร นาคสวัสดิ์, พยอม ธรรมบุตร, สุรัชย์ จิวเจริญสกุล และศักดิ์ชัย นิรัญทวี (2562: 17-28) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านอาหารภาคใต้เชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า วัฒนธรรมอาหารที่มีเอกลักษณ์สามารถสร้างชื่อเสียงและจุดขายระดับโลก

ปัจจัยด้านคุณภาพประโยชน์ ส่งผลต่อการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่น หมี่กูดจิก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะปัจจุบันผู้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Bukharov (2018: 449-457) พบว่า การนำเสนอคุณค่าทางอาหารส่งผลต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากสิ่งนี้มีความสำคัญนักท่องเที่ยวมีส่วนช่วยให้แหล่งท่องเที่ยวน่าดึงดูดใจ ทำให้นักท่องเที่ยวทั่วไปสนใจ โดยมีการนำเสนอคำแนะนำหลายประการเพื่อสนับสนุนการสร้างคุณค่าทางอาหาร

ปัจจัยด้านสถานที่การเข้าถึง ส่งผลต่อการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่น หมี่กูดจิก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฌักทร นาคสวัสดิ์ และคณะ (2562: 17-28) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านอาหารภาคใต้เชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า การให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เช่น โบรชัวร์ แผนที่ หรือป้ายเส้นทาง เป็นอีกหนึ่งแนวทางที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านอาหาร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิ่งกนก เสาวภาวงศ์ (2562: 340-355) ศึกษาเรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ระหว่างอุดัง เมืองมิชิซาวะ จังหวัดกุนมะ ประเทศญี่ปุ่น และข้าวซอย อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย พบว่า การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารประเภทข้าวซอยในพื้นที่อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ พร้อมทั้งเชื่อมโยงวัฒนธรรมท้องถิ่น

จากแนวทางการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่น “หมี่กูดจิก” เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ด้านการส่งเสริมวัฒนธรรมในพื้นที่ ประกอบด้วย พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอาหารพื้นถิ่น “หมี่กูดจิก” และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเกี่ยวกับอาหาร “หมี่กูดจิก” โดยมีการส่งเสริมวัฒนธรรมในพื้นที่มีการให้ความรู้เกี่ยวกับความเป็นมาและการทำหมี่โบราณ “หมี่กูดจิก” ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่น “หมี่กูดจิก” ผ่านสื่อต่างๆ ทั้งสื่อสังคมออนไลน์ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ ในการเข้ามาถ่ายทำเกี่ยวกับหมี่กูดจิก เพื่อเป็นส่งเสริมให้ “หมี่กูดจิก” เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว ส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่เข้ามาเรียนรู้การทำเป็นผู้สืบทอดการทำหมี่กูดจิกแบบโบราณ การถนอมหมี่แบบโบราณ ที่เป็นความดั้งเดิมของกรรมวิธีการทำหมี่กูดจิก ส่งเสริมบริบทการท่องเที่ยวของชุมชนกูดจิกเป็นการท่องเที่ยววิถีหาดอดีต (Nostalgia Tourism) เพื่อแสดงให้เห็นถึงการนำเอาภูมิปัญญาและวัฒนธรรมในพื้นที่การทำหมี่กูดจิก ซึ่งเป็นการนำข้าวที่แตกหักจากการต้มข้าว หรือตีข้าวมาโม่ และนำไปทำเป็นหมี่สด สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) คือ วัฒนธรรมในพื้นที่ (Ellis et al.,

2018: 38-47) ซึ่งประชาชนในพื้นที่ที่แตกต่างกันส่งผลต่อวัฒนธรรมอาหารพื้นถิ่นวิถีชีวิต ของประชาชนแต่ละชุมชนเป็นมรดกที่สืบทอดกันมาแตกต่างกันเช่นกัน

แนวทางการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่น “หมี่กูดจิก” เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ด้านคุณประโยชน์ โดยผลิตสินค้าหมี่กูดจิกออกจำหน่ายและสร้างตราสินค้า “หมี่กูดจิก” ให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจซื้อเพื่อนำไปประกอบอาหารได้ มีการให้ความรู้เกี่ยวกับส่วนผสม กระบวนการผลิต รสชาติ คุณประโยชน์ และวิธีการปรุงอาหารจาก “หมี่กูดจิก” เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว เพิ่มเมนูทำจากหมี่กูดจิก และนำเอาหมี่กูดจิกเข้าไปอยู่ในร้านอาหารต่าง ๆ ในอำเภอสูงเนิน และนำเอาเส้นของ “หมี่กูดจิก” มาประกอบอาหารเป็นเมนูใหม่ๆ และเมนูอาหารเพื่อสุขภาพ ได้แก่ ข้าวเกรียบปากหม้อ ก๋วยเตี๋ยว สลัดโรส เป็นต้น สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของการส่งเสริมการตลาดทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ความต้องการที่แปลกใหม่ของอาหารการกินในการสรรหาสิ่งที่มีประโยชน์แก่ร่างกาย รสชาติและความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น เพื่อมีทางเลือกเกี่ยวกับการรับประทานอาหารเพิ่มมากยิ่งขึ้น คำนึงถึงสุขภาพมากขึ้น (องค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ, 2559: ออนไลน์) การท่องเที่ยวเชิงอาหารในปัจจุบันได้รับความนิยม และเป็นที่สนใจจากนักท่องเที่ยวทั่วโลกเป็นอย่างมาก เพราะนักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้และสัมผัสประสบการณ์ที่แปลกใหม่ผ่านการสัมผัสวิถีชีวิต และวัฒนธรรมของชุมชนโดยมีอาหารเป็นปัจจัยหลักในการสร้างประสบการณ์ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายรูปแบบ เช่น การลิ้มรสอาหาร การเรียนรู้ และทดลองทำอาหารด้วยตนเอง การท่องเที่ยวชมสถานที่ที่เป็นแหล่งวัตถุดิบสำหรับใช้ปรุงอาหาร สิ่งเหล่านี้จึงถือเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว (ผู้จัดการออนไลน์, 2562: ออนไลน์)

แนวทางการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่น “หมี่กูดจิก” เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ด้านสถานที่การเข้าถึง จัดทำป้ายบอกทางที่ชัดเจน และมีการเชื่อมโยงเส้นทางระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวและแหล่งผลิตหมี่กูดจิก โดยมีระบบบริการค้นหาแผนที่ด้วย QR Code และจัดทำแผนที่เส้นทางเชื่อมโยงแผนที่และแสดงในกูเกิ้ลแมพ (Google Map) จากแหล่งท่องเที่ยวหมี่กูดจิก ไปยังปราสาทเมืองแขก ปราสาทโนนกู่ ปราสาทเมืองเสมา พระนอน เป็นต้น มาใช้ในการประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีการใช้สื่อดิจิทัล เทคโนโลยี สื่อสังคม การจัดการพื้นที่ตั้งเป็นหนึ่งในองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่สามารถสร้างภาพจำให้นักท่องเที่ยวได้ (Stone et al., 2018: 23-36) รวมทั้งการนำเอาพฤติกรรมโซโลโม (SoLoMo) มาใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ได้แก่ พฤติกรรมการค้นหา (Location: Lo) เป็นการใช้ข้อมูลโดยคำนึงถึงสถานที่ที่อยู่ การค้นหารายงานข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ต่างๆ ที่อยากไปหรือได้ไปมา (เลอทัต ศุภดิolk, 2556: 35-36) การค้นหาเพื่อหาร้านที่ใกล้เคียงกับที่ๆ นักท่องเที่ยวอยู่ เป็นต้น ซึ่งเทคโนโลยีปัจจุบันสามารถทำได้ โดยกูเกิ้ล

(Google) หรือเสิร์ชเอนจิน (Search Engine) อื่นๆ สามารถรู้ตำแหน่งเราได้จากเทคโนโลยีจีพีเอส (GPS) ที่มีอยู่ในโทรศัพท์สมาร์ทโฟนได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

จากผลการศึกษานำมาใช้ในการเสนอหน่วยงานของรัฐ เอกชน และภาคประชาชน ควรมีการสร้างความร่วมมือกันเป็นอย่างดี ในปัจจัยด้านวัฒนธรรมในพื้นที่ สร้างด้านคุณประโยชน์ของอาหารพื้นถิ่น หมี่กูดจิก และด้านสถานที่การเข้าถึง เพื่อส่งเสริมให้การอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่นหมี่กูดจิก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ประสบความสำเร็จ

2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมให้มีคนรุ่นใหม่หรือผู้ที่สนใจให้เข้ามาเป็นผู้สืบทอดการทำหมี่กูดจิกแบบโบราณการกูดหมี่แบบโบราณ ที่เป็นความดั้งเดิมของกรรมวิธีการทำหมี่กูดจิก

2) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมให้เกิดเชื่อมโยงความร่วมมือของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว หน่วยงานของรัฐ องค์กรเอกชนทางการท่องเที่ยว และภาคประชาชนในการรักษาวัฒนธรรมการทำหมี่แบบโบราณและวิถีชีวิตดั้งเดิม

3. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1) ในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำการศึกษาเกี่ยวกับการเชื่อมโยงเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวหมี่กูดจิก

2) ในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลายมากขึ้น และการสร้างการรับรู้ตราสินค้าหมี่กูดจิก

เอกสารอ้างอิง

เบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา. (2561). การท่องเที่ยวเชิงอาหาร: ศักยภาพและความได้เปรียบของประเทศไทย.

วารสารสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย, 24(1), 103-116.

เลอทัต ศุภดิolk. (2556). A2Z. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เคเอ็ม

กึ่งกนก เสาวภาวงศ์. (2562). การศึกษาเปรียบเทียบศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ระหว่าง อุดม เมืองมิชิ

ชาวะ จังหวัดกุนมะ ประเทศญี่ปุ่น และข้าวซอย อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย.

วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 12(ฉบับพิเศษ), 340-355.

- จิตาภา พันธุ์ทอง, 2557). หมีโคราช หมี 100 ปี แปรรูปข้าว จากภูมิปัญญาดั้งเดิม. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 17 สิงหาคม 2565. แหล่งที่มา: <https://www.rakbankerd.com/agriculture/print.php?id=6671&s=tblrice>
- จินต์จุจิ รัตนะเจริญธรรม. (2561). *การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารปลอดภัยไร่วัวฝัก อำเภอบางบาล จังหวัดนครราชสีมา*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยว และไมซ์. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ณภัทร นาคสวัสดิ์, พยอม ธรรมบุตร, สุรัชย์ จิวเจริญสกุล และศักดิ์ชัย นิรัญทวี. (2562). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านอาหารภาคใต้เชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ประเทศไทย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ*, 13(1), 17-28.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2562). ต้นตอสิ่งท่องเที่ยวไทย ทำรายได้พุ่งกระฉูดที่หนึ่งแห่งเอเชีย ที่สี่ของโลก. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 16 พฤศจิกายน 2565. แหล่งที่มา: <https://mgronline.com/daily/detail/9620000003870>
- สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี. (2560). Thailand 4.0 ขับเคลื่อนอนาคตสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน. กรุงเทพมหานคร: สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี.
- สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครราชสีมา. (2558). ผัดหมีโคราช. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 7 สิงหาคม 2565. แหล่งที่มา: http://www.m-culture.go.th/nakhonratchasima/ewt_news.php?nid=19&filename=Index
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). *ประกาศ เรื่อง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570)*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สุชาติ ไตรภพสกุล. (2564). *หลักการตลาดเพื่อการเป็นผู้ประกอบการ*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- องค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ. (2559) WHO, OIE, FAO นโยบายร่วมด้านสุขภาพที่สำคัญระดับโลกที่เรียกกันว่า “สุขภาพหนึ่งเดียว”. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 7 สิงหาคม 2565. แหล่งที่มา: <https://www.swinethailand.com/16843971/whooiefao-AD-one-health>
- อภิญา เพื่องฟูสกุล. (2546). *อัตลักษณ์ การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- อรรถนาถ ยกขุน, ชนกนารถ ราชภักดี และธนีสร พิตรขญารมย์. (2563). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสต์เทิร์นเอเชีย*, 10(1), 60-68.
- Almerico, G.M. (2014). Food and identity: Food studies, cultural, and personal identity. *Journal of International Business and Cultural Studies*, 8, 1-7.

- Bukharov, I. (2018). The role of tourist gastronomy experiences in regional tourism in Russia. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 10(4), 449-457.
- Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons.
- Ellis, R., Li, S. and Zhu, Y. (2018). The effects of pre-task explicit instruction on the performance of a focused task. *System*, 80, 38-47.
- Kotler, P. and Keller, K.L (2016). *Marketing Management*. 16th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Medina, F.X., Leal, M.P. and Vázquez-Medina, J.A. (2018). Tourism and Gastronomy An Introduction. *Anthropology of Food*, 16, 1-7.
- Sekaran, U. and Bougie, R. (2020). *Research Methods for Business*. (8th ed). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Stone, M.J., Migcz, S. and Sthapit, E. (2018). Connections Between Culinary Tourism Experiences and Memory. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 46(4), 23-36.
- Stryker, S. and Burke, P.J. (2000). The Past, Present, and Future of an Identity Theory. *Social Psychology Quarterly*, 63, 284-297.