

อัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่นกับการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อพัฒนาศักยภาพซอฟต์แวร์ด้านอาหาร อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี

Local Food Identity and Support for Food Tourism towards Developing Food
Soft Power Potential in Photharam District, Ratchaburi Province

¹กฤษณพงศ์ ภูกลาง, ²เมทินี วงศ์ธราวัฒน์ และ ³ศุศราภรณ์ แต่งตั้งลำ

¹Kritsanapong Phuklang, ²Maytinee Vongtarawat and ³Susaraporn Tengtanglam

คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Faculty of Service Industry, Kasetsart University, Thailand

¹E-mail: kritsanapong.phu@ku.th, ²E-mail: maytinee.v@ku.th and ³susaraporn.t@ku.th

Received May 22, 2026; Revised July 11, 2026; Accepted July 22, 2026

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่นในบริบทการท่องเที่ยวเชิงอาหารและพฤติกรรมการสนับสนุนของนักท่องเที่ยว วิเคราะห์อิทธิพลของความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ ความพึงพอใจ และแนวทางการพัฒนาที่มีต่อพฤติกรรมการสนับสนุน และเสนอแนวทางส่งเสริมสู่การเป็นซอฟต์แวร์ด้านอาหารอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก 10 ท่าน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีเชิงปริมาณและ SWOT Analysis และข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยว 400 คน วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) อัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่นโพธารามเกิดจากการหลอมรวมของสี่กลุ่มชาติพันธุ์ บนระบบนิเวศลุ่มน้ำแม่กลอง มีเต้าหู้ดำและไข่โป๊เป็นสินค้าสัญลักษณ์ 2) นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่นโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้คะแนนด้านรสชาติสูงสุด 3) ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า ความพึงพอใจ แนวทางการพัฒนา และความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสนับสนุนอาหารพื้นถิ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($R^2 = 0.394$) โดยความพึงพอใจส่งอิทธิพลสูงสุด และ 4) แนวทางส่งเสริมสู่ซอฟต์แวร์ประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ การสื่อสารดิจิทัลเชิงรุก การจัดการทุนวัฒนธรรมผ่านการเล่าเรื่อง การสร้างประสบการณ์ร่วม การสร้างเครือข่ายชุมชน การรักษามาตรฐาน และความยั่งยืน คุณค่าของผลวิจัยนี้ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากในเมืองรอง ผ่านการยกระดับห่วงโซ่อุปทานอาหารพื้นถิ่น รักษามรดกวัฒนธรรมอาหารจากพหุชาติพันธุ์ และสร้างต้นแบบเชิงปฏิบัติการ ในการเปลี่ยนผ่านจากการซื้อขายแบบเดิม สู่การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: อัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่น; การท่องเที่ยวเชิงอาหาร; ศักยภาพซอฟต์แวร์

Abstract

This article aimed to investigate local food identity within gastronomy tourism, examine tourists' advocacy behaviors, analyze the influences of cultural identity opinions, satisfaction, and

development guidelines on food advocacy, and propose strategies to elevate local gastronomy tourism as a food soft power in Photharam District, Ratchaburi Province. Qualitative data were obtained from in-depth interviews with 10 key informants and analyzed via thematic and SWOT approaches. Quantitative data were gathered using questionnaires from 400 tourists and analyzed through descriptive statistics and multiple regression analysis. The findings revealed that: 1) Photharam's culinary identity is forged by the convergence of four ethnic groups within the Mae Klong River basin ecosystem, with black tofu and sweet preserved radish serving as iconic products. 2) Tourists' opinions regarding local food identity and overall satisfaction were at high levels, with taste receiving the highest evaluation 3) Multiple regression analysis demonstrated that satisfaction, development guidelines, and identity opinions significantly and positively influenced local food advocacy behaviors ($R^2 = 0.394$, $p < 0.05$), with satisfaction exerting the highest predictive power. 4) Soft power promotion strategies encompassed six vital dimensions: proactive digital communication, cultural capital management through storytelling, collaborative experience creation, community networking, quality standard maintenance, and sustainability. This research significantly contributes to grassroots economic stimulation in secondary tourism cities by upgrading the local culinary supply chain, preventing the erasure of multi-ethnic gastronomic heritage, and establishing a practical blueprint for shifting conventional trading into experiential food tourism to foster sustainable value creation.

Keywords: Local Food Identity; Gastronomy Tourism; Soft Power

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) ได้กลายเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์และซอฟต์แวร์ (Soft Power) ของหลายประเทศ เนื่องจากอาหารไม่ได้ทำหน้าที่เพียงตอบสนองความต้องการพื้นฐานด้านกายภาพ แต่ยังเป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ในการส่งผ่านทุนทางวัฒนธรรม อัตลักษณ์ และวิถีชีวิตของชุมชนไปสู่ระดับสากล จากรายงานขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ หรือ UN Tourism (2024) ระบุว่า นักท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 80 ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ด้านอาหารและวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นปัจจัยหลักในการเลือกจุดหมายปลายทาง สอดคล้องกับข้อมูลทางสถิติของของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2568) ที่ชี้ชัดว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติถึงร้อยละ 74 ตัดสินใจเดินทางมาเยือนประเทศไทยเนื่องจากชื่อเสียงด้านอาหาร ซึ่งสามารถสร้างมูลค่าหมุนเวียนทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศได้มากกว่า 3.18 พันล้านบาทต่อปี อาหารพื้นถิ่นจึงไม่ใช่เพียงแค่สินค้าบริโภค หากแต่เป็นโครงสร้างพื้นฐานทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าสูงในการสร้างภาพลักษณ์และการรับรู้ให้แก่แหล่งท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตาม แม้ว่ารัฐบาลจะมีนโยบายผลักดันซอฟต์แวร์ด้านอาหาร (Food Soft Power) อย่างต่อเนื่อง แต่งานวิจัยที่ผ่านมาส่วนใหญ่มุ่งเน้นศึกษาเฉพาะในพื้นที่ท่องเที่ยวหลักที่มีชื่อเสียงในระดับสากลอยู่แล้ว หรือนเน้นการศึกษาในมิติการตลาดระดับมหภาคและการขับเคลื่อนนโยบายจากส่วนกลาง ถึงกระนั้น งานวิจัยเหล่านั้นยังขาดการศึกษาเชิงลึกที่เชื่อมโยงระหว่าง "อัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่นจากความหลากหลายทางชาติพันธุ์" กับพฤติกรรมสนับสนุนเชิงลึกของนักท่องเที่ยวในบริบทของ "เมืองรอง" โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีโครงสร้างทางสังคมแบบพหุวัฒนธรรมและมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น

เช่น เค้าหู้ดำและไชโป๊ แต่กลับยังไม่ปรากฏการศึกษาเชิงประจักษ์ที่วิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรภาพลักษณ์และความพึงพอใจ เพื่อนำมาสังเคราะห์เป็นแนวทางการพัฒนาสู่ซอฟต์แวร์อย่างมีประสิทธิภาพ การขาดหายไปขององค์ความรู้ในส่วนนี้ ส่งผลให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในท้องถิ่นขาดแนวทางเชิงลึกในการยกระดับมูลค่าเพิ่มและพัฒนาแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างมีระบบ งานวิจัยชิ้นนี้จึงตั้งอยู่บนขอบเขตเฉพาะเพื่อเติมเต็มช่องว่างทางวิชาการ (Knowledge Gap) ดังกล่าว

บทความวิจัยนี้นำเสนอเนื้อหาที่จำแนกออกเป็น 5 ส่วนหลัก ประกอบด้วย บทนำและการทบทวนวรรณกรรม ระเบียบวิธีวิจัยและการพิจารณาทางจริยธรรม ผลการวิจัยเชิงคุณลักษณะและเชิงปริมาณ การอภิปรายผลเชิงสังเคราะห์เพื่อชี้ข้อค้นพบใหม่ และบทสรุปพร้อมข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่นำไปปฏิบัติได้จริงในพื้นที่

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่นในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นของอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็น ความพึงพอใจ แนวทางการพัฒนา และการสนับสนุนอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยว อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี
3. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรที่มีต่อการสนับสนุนอาหารพื้นถิ่น อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี
4. เพื่อเสนอแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นสู่การเป็นซอฟต์แวร์ด้านอาหาร อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานหลัก

H0: ตัวแปรอิสระทั้งหมดไม่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยว อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี

H1: ตัวแปรอิสระอย่างน้อยหนึ่งตัวแปรมีอิทธิพลต่อการสนับสนุนอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยว อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี

สมมติฐานย่อย

H1: ความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่น (X2) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการสนับสนุนอาหารพื้นถิ่น (Y)

H2: ความพึงพอใจต่ออัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่น (X3) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการสนับสนุนอาหารพื้นถิ่น (Y)

H3: แนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่น (X4) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการสนับสนุนอาหารพื้นถิ่น (Y)

สมมติฐานทั้งหมดนี้ทดสอบโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยมีตัวแปรตาม (Y) คือ การสนับสนุนอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยว และตัวแปรอิสระ (X) ได้แก่ ความคิดเห็น ความพึงพอใจ และแนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่น

การทบทวนวรรณกรรม

การทบทวนวรรณกรรม ในหัวข้อ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร อาหารพื้นถิ่น ซอฟต์แวร์ด้านอาหาร และอัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่น เพื่อรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism)

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ Hall & Sharples (2003), Urry (2002) และ Ellis et al. (2018) มาใช้กำหนด

นิยามและองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น ในบริบทอำเภอโพธาราม ได้แก่ แรงจูงใจ วัฒนธรรม ความดั้งเดิม การจัดการและการตลาด และการกำหนดเป้าหมายของพื้นที่ท่องเที่ยว ซึ่งใช้เป็นกรอบในการออกแบบคำถามสัมภาษณ์และแบบสอบถาม

2. แนวคิดภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว (Destination Image)

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ Lopes (2011) และ Zhang et al. (2014) มาใช้ในการอธิบาย ตัวแปรอิสระด้านความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่น (X2) โดยแบ่งเป็นภาพลักษณ์เชิงความรู้ (Cognitive Image) และภาพลักษณ์เชิงความรู้สึก (Affective Image) ซึ่งนำมาสร้างเป็นข้อคำถามในแบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว

3. ทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน (Theory of Planned Behavior: TPB)

ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีของ Ajzen (1991) มาใช้อธิบาย พฤติกรรมการสนับสนุนอาหารพื้นถิ่น (ตัวแปรตาม Y) ว่าเกิดจาก 3 ปัจจัย ได้แก่ทัศนคติ บรรทัดฐานส่วนบุคคล และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ซึ่งเป็นฐานคิดของสมมติฐาน H1-H3 ในการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

4. แนวคิดซอฟต์แวร์ (Soft Power)

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ Joseph S. Nye และนโยบาย 5F ของรัฐบาลไทย มาใช้เป็นกรอบในการเสนอแนวทางส่งเสริม (วัตถุประสงค์ข้อที่ 4) โดยนำมาเชื่อมโยงกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เพื่อยกระดับอาหารพื้นถิ่นโพธารามสู่การเป็นซอฟต์แวร์ด้านอาหาร

5. แนวคิดการสื่อสารการตลาดดิจิทัลและการเล่าเรื่อง (Digital Marketing & Storytelling)

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ Kotler et al. (2021) และ Kaplan & Haenlein (2010) มาใช้ส่งเสริม (วัตถุประสงค์ข้อที่ 4) ในด้านการสื่อสารดิจิทัลเชิงรุกและการจัดการทุนวัฒนธรรมผ่าน Storytelling ซึ่งสอดคล้องกับ 2 ใน 6 ด้านของแนวทางส่งเสริมซอฟต์แวร์ที่ค้นพบ

6. แนวคิดความจริงแท้ (Authenticity)

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ MacCannell (1973) และ Wang (1999) มาใช้อธิบาย ตัวแปรด้านความพึงพอใจต่ออัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่น (X3) ทั้งในมิติเชิงวัตถุ (วัตถุดิบและสูตรดั้งเดิม) และเชิงอัตวิสัย (ความรู้สึกเชื่อมโยงกับชุมชน) ซึ่งนำมาสร้างข้อคำถามวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

7. บริบทพื้นที่และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลประวัติศาสตร์พหุวัฒนธรรมของอำเภอโพธาราม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ฉนวนต์แดงสังวาลย์, 2563; อธิพิณ ผลศิริ, 2564) มาใช้เป็นฐานข้อมูลในการกำหนดตัวแปรอัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่น (X1) และออกแบบประเด็นสัมภาษณ์เชิงคุณภาพให้สอดคล้องกับบริบทพื้นที่โพธาราม

กรอบแนวคิดการวิจัย

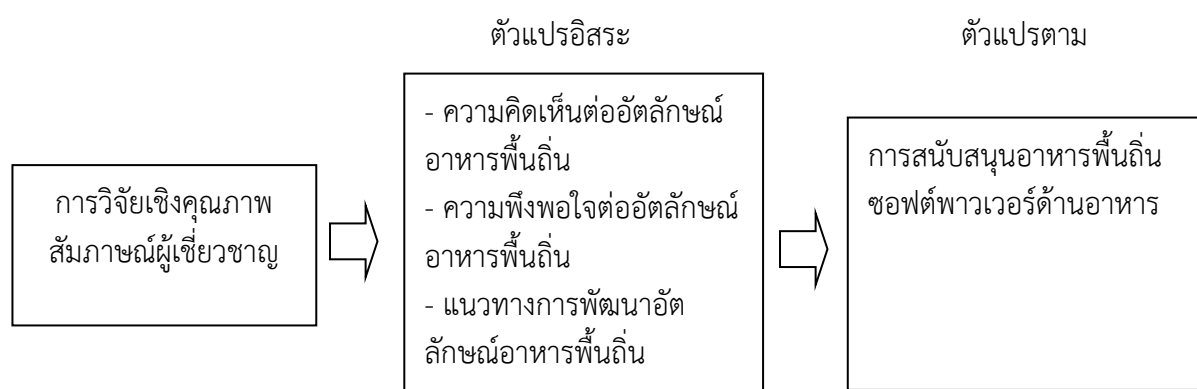
งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) โดยใช้ทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิด/ทฤษฎีของ Hall & Sharples (2003), Ellis et al. (2018), Lopes (2011), Zhang et al. (2014), MacCannell (1973), Wang (1999), Ajzen (1991) และ Joseph S. Nye โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ (1) ความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่น (X2) ซึ่งอธิบายด้วยแนวคิดภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวของ Lopes (2011) และ Zhang et al. (2014) แบ่งเป็นภาพลักษณ์เชิงความรู้ (Cognitive Image) และภาพลักษณ์เชิงความรู้สึก (Affective Image) (2) ความพึงพอใจต่ออัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่น (X3) ซึ่งอธิบายด้วยแนวคิดความจริงแท้ของ MacCannell (1973) และ Wang (1999) ทั้งในมิติเชิงวัตถุ (Objective

Authenticity) และเชิงอัตวิสัย (Existential Authenticity) และ (3) แนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่น (X4) ซึ่งอธิบายด้วยแนวคิดการสื่อสารการตลาดดิจิทัลและการเล่าเรื่องของ Kotler et al. (2021)

ตัวแปรตาม ได้แก่ การสนับสนุนอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยว (Y) ซึ่งอธิบายด้วยทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน (Theory of Planned Behavior) ของ Ajzen (1991) ครอบคลุมพฤติกรรม การบริโภค การบอกต่อ และความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำ

ทั้งนี้ ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) จะถูกนำมาบูรณาการกับข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อเสนอแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นอำเภอโพธารามสู่การเป็นซอฟต์แวร์ด้านอาหาร ภายใต้กรอบแนวคิดซอฟต์แวร์ของ Joseph S. Nye และนโยบาย 5F ของประเทศไทย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยผสมผสานการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณเข้าด้วยกัน มีพื้นที่วิจัยคืออำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี และดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนเมษายน พ.ศ. 2568 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2569

สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 10 คน ด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจงและแบบกึ่งบังเอิญ ครอบคลุม 4 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ผลิตและผู้ประกอบการอาหารพื้นถิ่น ผู้นำชุมชนและปราชญ์ชาวบ้าน เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง การประชุมกลุ่มย่อย และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ตรวจสอบความน่าเชื่อถือด้วยการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอโพธาราม จำนวน 400 คน คัดเลือกด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยกำหนดขนาดตัวอย่างตามสูตรของเครจซี่และมอร์แกนที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale) ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่น ความพึงพอใจ แนวทางการพัฒนา และการสนับสนุนอาหารพื้นถิ่น โดยผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญและทดสอบความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

การวิจัยในครั้งนี้ได้รับการรับรองจริยธรรมการวิจัยจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ หมายเลขการรับรอง COE68/013

ผลการวิจัย

อัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่นในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นของอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี

ผลการวิจัยพบมีหลัก 3 มิติ ได้แก่ (1) มรดกภูมิปัญญาที่กินได้ อาหารโพธารามเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่ยังมีชีวิต เกิดจากการหลอมรวมสี่กลุ่มชาติพันธุ์ มีเอกลักษณ์ 3 ประการคือ ความประณีต เช่น การเคี้ยวเต้าหู้ดำนาน 3 วัน คุณภาพวัตถุดิบจากกลุ่มน้ำแม่กลอง และรสชาติที่สมดุลจากความหลากหลายชาติพันธุ์ (2) อาหารในฐานะแม่เหล็กนำทาง เต้าหู้ดำและไขโป้ทำหน้าที่เป็นสัญลักษณ์เชิงพื้นที่ ที่นักท่องเที่ยวใช้เป็นดัชนีชี้วัดความสำเร็จในการมาเยือน และ (3) การเปลี่ยนผ่านสู่การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ชุมชนต้องการยกระดับจากการซื้อขายแบบเดิมสู่การเป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้

ตารางที่ 1 ตารางสรุปการวิเคราะห์เชิงธีมภาพรวม (Synthesized Overarching Themes)

ธีมหลัก (Core Theme)	ความหมายและองค์ประกอบสำคัญ (Key Components)	บทสรุปเชิงกลยุทธ์ (Strategic Conclusion)
1. มรดกภูมิปัญญาที่กินได้ (Living Food Heritage)	การหลอมรวมของ "ความประณีต" (การเคี้ยว/การหมัก) และ "พหุวัฒนธรรม" (ไทย-จีน-มอญ-ลาว) ที่สะท้อนผ่านรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	อัตลักษณ์อาหารโพธารามคือ "ทุนทางวัฒนธรรม" ที่แข็งแกร่ง ไม่ใช่แค่ของกิน แต่คือเรื่องราวประวัติศาสตร์ที่ยังหายใจอยู่
2. อาหารในฐานะแม่เหล็กนำทาง (Food as a Destination Magnet)	อาหารไม่ได้เป็นเพียงส่วนประกอบของการเที่ยว แต่เป็น "จุดหมายปลายทางหลัก" ที่ดึงดูดคนเข้าพื้นที่ และเป็นตัวยืนยันการมาถึง (Sense of Arrival)	การใช้ความโดดเด่นของอาหาร (เต้าหู้ดำ/ไขโป้) เป็นเครื่องมือสร้าง Brand Recognition ให้กับอำเภอโพธารามและจังหวัดราชบุรี
3. การเปลี่ยนผ่านสู่การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (Transition to Experiential Tourism)	โอกาสในอนาคตคือการเปลี่ยนจาก "ผู้ซื้อ-ผู้ขาย" เป็น "ผู้ถ่าย ทอด-ผู้เรียนรู้" ผ่านกิจกรรมสร้างสรรค์และการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่	อนาคตของโพธารามอยู่ที่การสร้าง Value Creation เช่น การทำ Workshop การเล่าเรื่องราวเบื้องหลัง และการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

ความคิดเห็น ความพึงพอใจ แนวทางการพัฒนา และการสนับสนุนอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 60.0) อายุ 21-30 ปี (ร้อยละ 31.8) การศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 60.8) รับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์และรีวิวสูงสุด (ร้อยละ 43.9) นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่นโดยรวมระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.14) โดยให้คะแนนรสชาติสูงสุด ($\bar{X}$ = 4.41) รองลงมาคือวัตถุดิบที่เป็นเอกลักษณ์ ($\bar{X}$ = 4.23) มีความพึงพอใจโดยรวมระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.23) โดยให้คะแนนความแตกต่างจากอาหารทั่วไปสูงสุด ($\bar{X}$ = 4.34) และมีแนวโน้มแนะนำให้ผู้อื่นลองสูงที่สุด ($\bar{X}$ = 4.46)

วิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรที่มีต่อการสนับสนุนอาหารพื้นถิ่น อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี

ผลการวิจัย พบว่า ความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่น ความพึงพอใจต่ออัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่น และแนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่น มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการสนับสนุนอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยว อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยตัวแปรดังกล่าวสามารถร่วมกันอธิบายการเปลี่ยนแปลงของการสนับสนุนอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวได้ในระดับที่ดี

ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แสดงให้เห็นว่า ความพึงพอใจต่ออัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่นเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุด รองลงมา คือ แนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่น และความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่น ตามลำดับ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า หากนักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและรับรู้ถึงเอกลักษณ์เฉพาะของอาหารพื้นถิ่น รวมถึงเห็นถึงการพัฒนาและการส่งเสริมที่ชัดเจน จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดการสนับสนุนอาหารพื้นถิ่นมากขึ้น ทั้งในด้านการบริโภค การบอกต่อ และการกลับมาเยือนซ้ำ

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสะท้อนว่า อัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่นของอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างคุณค่าและภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งสามารถพัฒนาและยกระดับไปสู่การเป็นซอฟต์แวร์ด้านอาหารได้ หากมีการบูรณาการความร่วมมือระหว่างชุมชน ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมด้านการตลาด การสื่อสารอัตลักษณ์ และการสร้างประสบการณ์ทางวัฒนธรรมอาหารให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นสู่การเป็นซอฟต์แวร์ด้านอาหาร อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี

ผลการวิจัย พบว่า แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นสู่การเป็นซอฟต์แวร์ด้านอาหารของอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี ควรมุ่งเน้นการบูรณาการระหว่างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหาร การสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างเป็นระบบ โดยอาหารพื้นถิ่นควรได้รับการพัฒนาให้มีความโดดเด่นทั้งด้านรสชาติ คุณภาพ การนำเสนอ และการสื่อสารเรื่องราวทางวัฒนธรรม เพื่อสร้างการรับรู้และความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่า การส่งเสริมอาหารพื้นถิ่นให้เป็นซอฟต์แวร์ด้านอาหาร ควรดำเนินการผ่านการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การจัดกิจกรรมและเทศกาลอาหารพื้นถิ่น การใช้สื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชน ผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อร่วมกันยกระดับอาหารพื้นถิ่นให้เป็นจุดขายทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ ทั้งนี้ ยังพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับ “ประสบการณ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์และความแท้จริง” ของอาหารพื้นถิ่น ทั้งในด้านรสชาติ บรรยากาศ วิถีชีวิต และเรื่องราวทางวัฒนธรรมของชุมชน ดังนั้น หากชุมชนสามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่นผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างสร้างสรรค์ จะช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับอาหารพื้นถิ่น สร้างความผูกพันทางอารมณ์กับนักท่องเที่ยว และนำไปสู่การสนับสนุนอาหารพื้นถิ่นอย่างต่อเนื่อง

ผลการวิจัยครั้งนี้ยังสะท้อนว่า การพัฒนาอาหารพื้นถิ่นสู่การเป็นซอฟต์แวร์ด้านอาหาร ไม่ควรมุ่งเน้นเพียงการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ควรคำนึงถึงการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น การสืบสานวัฒนธรรมอาหาร และการสร้างความยั่งยืนให้แก่ชุมชนควบคู่กันไป เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงอาหารสามารถเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และภาพลักษณ์ของอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี ได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า อัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่นของอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี มีลักษณะเด่นที่สะท้อนถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยอาหารพื้นถิ่นส่วนใหญ่มีความเชื่อมโยงกับทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ วัตถุดิบท้องถิ่น และกรรมวิธีการปรุงอาหารแบบดั้งเดิมที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน อีกทั้งยังสะท้อนอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของชุมชนในพื้นที่ เช่น ไทย จีน และมอญ ซึ่งมีส่วนสำคัญต่อการสร้างภาพลักษณ์และคุณค่าทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะอาหารพื้นถิ่นเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สะท้อนวิถีชีวิต ความเชื่อ ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมของชุมชนในแต่ละพื้นที่ ซึ่งนักท่องเที่ยวในปัจจุบันให้ความสำคัญกับการแสวงหาประสบการณ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์และความแท้จริง (Authenticity) มากขึ้น โดยเฉพาะการเรียนรู้วัฒนธรรมผ่านอาหารพื้นถิ่นที่สามารถเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์และอัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม สอดคล้องกับแนวคิดของ Hall and Sharples (2003) ที่อธิบายว่าอาหารเป็นสัญลักษณ์สำคัญที่สะท้อนรากฐานทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของพื้นที่ และสอดคล้องกับ Urry (2002) ที่กล่าวว่านักท่องเที่ยวเชิงอาหารมักแสวงหาความเรียบง่ายและประสบการณ์ที่มีความดั้งเดิมทางวัฒนธรรม นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิราภรณ์ สุวรรณรักษ์ และ ชลธิชา พิรพัชระ (2568) ที่พบว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นของประเทศไทยสามารถสร้างคุณค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ควบคู่กับการอนุรักษ์วัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างยั่งยืน

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่นของอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี อยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับเอกลักษณ์ด้านรสชาติ วัตถุดิบท้องถิ่น ความดั้งเดิมของกรรมวิธีการปรุงอาหาร และการสะท้อนวิถีชีวิตทางวัฒนธรรมของชุมชน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันให้ความสำคัญกับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์และวัฒนธรรมเฉพาะถิ่นมากขึ้น โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิตและภูมิปัญญาของชุมชนผ่านอาหารพื้นถิ่น ซึ่งอาหารไม่ได้ทำหน้าที่เพียงตอบสนองความต้องการด้านการบริโภคเท่านั้น แต่ยังเป็นสื่อกลางทางวัฒนธรรมที่สร้างความประทับใจและความผูกพันทางอารมณ์ให้กับนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับแนวคิดของธนพล วรเนติพงศ์ (2566) ที่ระบุว่าภาพลักษณ์เชิงความรู้และภาพลักษณ์เชิงความรู้สึกด้านอาหารมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจกลับมาเยือนของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ศิริวรรณ เจนวิธิการ (2566) ที่พบว่านักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในการเดินทางเพื่อแสวงหาความแปลกใหม่ ความรื่นรมย์ และการเรียนรู้วัฒนธรรมผ่านอาหารพื้นถิ่น ซึ่งส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงอาหารกลายเป็นกลไกสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมของชุมชนอย่างยั่งยืน

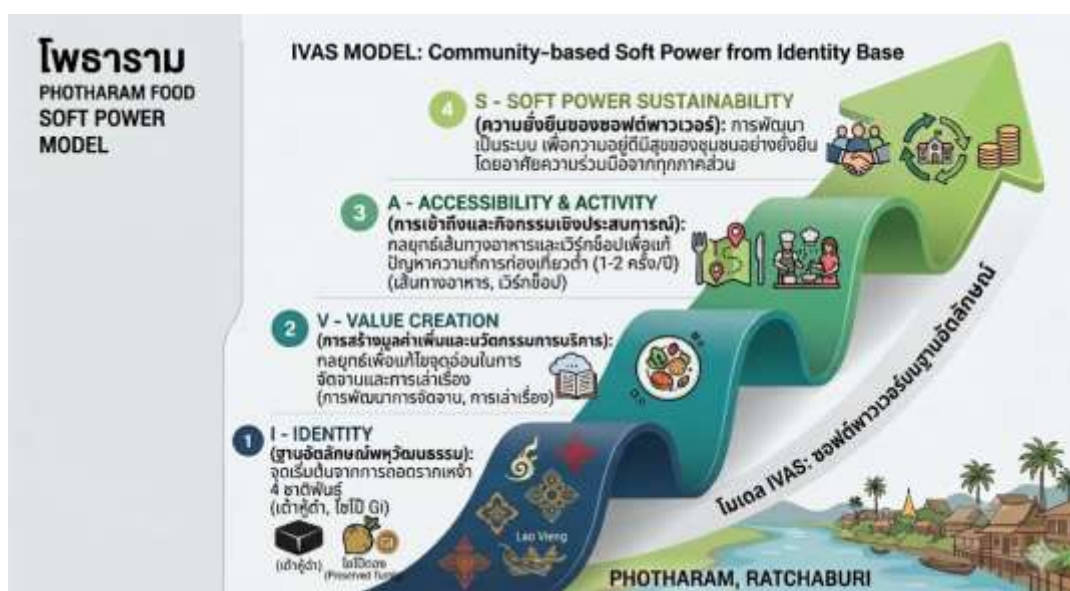
ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า ความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่น ความพึงพอใจต่ออัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่น และแนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่น มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการสนับสนุนอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยว อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวในปัจจุบันไม่ได้มุ่งเน้นเพียงการบริโภคอาหารเพื่อความอิ่มเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับประสบการณ์ทางอารมณ์ ความรู้สึก และคุณค่าทางวัฒนธรรมที่ได้รับจากอาหารพื้นถิ่น ซึ่งหากนักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจต่อรสชาติ คุณภาพ และอัตลักษณ์ของอาหาร จะส่งผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการสนับสนุนในเชิงบวก ทั้งในรูปแบบของการกลับมาเยือนซ้ำและการประชาสัมพันธ์แบบบอกต่อ สอดคล้องกับแนวคิดของ Ajzen (1991) ตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ที่อธิบายว่าทัศนคติและการรับรู้ของบุคคลมีอิทธิพลต่อความตั้งใจและพฤติกรรมในการแสดงออก นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Prahalad & Ramaswamy (2004) ที่ระบุว่าภาพลักษณ์เชิงความรู้สึกมีผลต่อความผูกพันและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพล วรเนติพงศ์ (2566) ที่พบว่าภาพลักษณ์ด้านอาหารและความพึงพอใจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจกลับมาเยือนและการสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 4 พบว่า แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นสู่การเป็นซอฟต์แวร์ด้านอาหารของอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี ควรมุ่งเน้นการพัฒนาอัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่นควบคู่กับการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สะท้อนวิถีชีวิต วัฒนธรรม และภูมิปัญญาของชุมชน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวในปัจจุบันไม่ได้ต้องการเพียงการบริโภคอาหาร แต่ยังแสวงหาประสบการณ์ทางวัฒนธรรมและอารมณ์ร่วมผ่านอาหารพื้นถิ่น ซึ่งอาหารสามารถสะท้อนอัตลักษณ์ วิถีชีวิต และเรื่องราวของชุมชนได้อย่างชัดเจน สอดคล้องกับแนวคิดของ Hall and Sharples (2003) ที่อธิบายว่า อาหารเป็นองค์ประกอบสำคัญของการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวและสามารถเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวเข้ากับวัฒนธรรมของพื้นที่ได้ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิด Soft Power ของ Nye (2004) ที่ระบุว่า วัฒนธรรมและอัตลักษณ์สามารถสร้างอิทธิพลและคุณค่าเชิงเศรษฐกิจได้ผ่านการยอมรับและความประทับใจของผู้คน นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาอาหารพื้นถิ่นสู่การเป็นซอฟต์แวร์ด้านอาหาร จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนในการสร้างมาตรฐานอาหาร การประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรม และการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ควบคู่กับการอนุรักษ์อัตลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี ในระยะยาว

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “อัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่นกับการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อพัฒนาศักยภาพซอฟต์แวร์ด้านอาหาร อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี” ทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับ “กระบวนการพัฒนาอาหารพื้นถิ่นสู่การเป็นซอฟต์แวร์ด้านอาหาร” ซึ่งเป็นการบูรณาการอัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่นร่วมกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การสร้างประสบการณ์นักท่องเที่ยว และการสื่อสารภาพลักษณ์พื้นที่อย่างเป็นระบบ

องค์ความรู้ที่ค้นพบสามารถสังเคราะห์เป็น “โมเดลการขับเคลื่อนอาหารพื้นถิ่นสู่ซอฟต์แวร์ด้านอาหาร” (Local Food Soft Power Model) ได้ดังนี้



ภาพที่ 2 IVAS Model

จากแผนภาพข้างต้น สามารถอธิบายได้ว่า “อัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่น” เป็นจุดเริ่มต้นสำคัญของการสร้างคุณค่าให้แก่การท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยอาศัยทุนทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชุมชนเป็นฐาน เมื่ออัตลักษณ์ดังกล่าวถูกพัฒนาและถ่ายทอดผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จะก่อให้เกิดประสบการณ์เชิงบวกและความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว ส่งผลต่อการสนับสนุนอาหารพื้นถิ่นทั้งในด้านการบริโภค การบอกต่อ และการกลับมาเยือนซ้ำ ซึ่งกระบวนการดังกล่าวจะช่วยยกระดับอาหารพื้นถิ่นให้กลายเป็น “ซอฟต์แวร์ด้านอาหาร” ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ สร้างภาพลักษณ์ทางวัฒนธรรม และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของพื้นที่ได้อย่างยั่งยืน

องค์ความรู้ใหม่นี้สะท้อนให้เห็นว่า การพัฒนาอาหารพื้นถิ่นให้เป็นซอฟต์แวร์ ไม่ได้ขึ้นอยู่กับ “รสชาติอาหาร” เพียงอย่างเดียว แต่ต้องอาศัยการบูรณาการระหว่างอัตลักษณ์ วัฒนธรรม การสื่อสารการตลาด ประสบการณ์นักท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างเป็นระบบ จึงจะสามารถสร้างอิทธิพลทางวัฒนธรรมและความยั่งยืนให้แก่พื้นที่ได้อย่าง

สรุป

ความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่น ความพึงพอใจ และแนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่น มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการสนับสนุนอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นของอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี ไม่เพียงแต่เป็นแนวทางในการอนุรักษ์และสืบสานมรดกทางวัฒนธรรมอาหารของชุมชนเท่านั้น แต่ยังเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก สร้างความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ท้องถิ่น และผลักดันอาหารพื้นถิ่นไทยให้ก้าวสู่การเป็นซอฟต์แวร์ที่มีศักยภาพในระดับประเทศและนานาชาติได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า อัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่นของอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี มีความโดดเด่นด้านวัตถุดิบท้องถิ่น รสชาติ กรรมวิธีการปรุงอาหาร และเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตของชุมชน ซึ่งถือเป็นทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และสามารถต่อยอดสู่การเป็นซอฟต์แวร์ด้านอาหารของพื้นที่ได้ นอกจากนี้ อาหารพื้นถิ่นยังมีบทบาทสำคัญในการสร้างประสบการณ์และความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนช่วยสร้างคุณค่าและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่นของอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี อยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับเอกลักษณ์ด้านรสชาติ วัตถุดิบท้องถิ่น ความดั้งเดิมของอาหาร และการสะท้อนวัฒนธรรมของชุมชน อีกทั้งนักท่องเที่ยวยังมีความพึงพอใจต่ออาหารพื้นถิ่นในระดับมาก ทั้งด้านคุณภาพอาหาร การบริการ บรรยากาศ และประสบการณ์ทางวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยวเชิงอาหาร นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังเห็นด้วยกับแนวทางการพัฒนาอาหารพื้นถิ่นเพื่อยกระดับสู่การเป็นซอฟต์แวร์ด้านอาหารของพื้นที่ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าอาหารพื้นถิ่นมีศักยภาพในการสร้างความประทับใจและสร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า ความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่น ความพึงพอใจต่ออัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่น และแนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่น มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการสนับสนุนอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยว อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเฉพาะความพึงพอใจต่ออัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสนับสนุนอาหารพื้นถิ่น ทั้งในด้านการบริโภค การบอกต่อ และการกลับมาเยือนซ้ำ นอกจากนี้ ยังพบว่า หากอาหารพื้นถิ่นได้รับการพัฒนาให้มีเอกลักษณ์ชัดเจน มีคุณภาพ และสามารถสื่อสารเรื่องราวทางวัฒนธรรมได้อย่างเหมาะสม จะช่วยเพิ่มคุณค่าและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารของพื้นที่ ส่งผลให้เกิดการสนับสนุนอาหารพื้นถิ่นและการพัฒนาไปสู่การเป็นซอฟต์แวร์ด้านอาหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้มีข้อจำกัดด้านขอบเขตพื้นที่และกลุ่มตัวอย่างที่กระจุกตัวในกลุ่มคนรุ่นใหม่ งานวิจัยในอนาคตควรขยายกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมนักท่องเที่ยวต่างชาติและกลุ่มอายุ 40 ปีขึ้นไป รวมถึงศึกษาเปรียบเทียบกับเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร UNESCO ในต่างประเทศ นอกจากนี้ควรพัฒนาโมเดลด้วยเทคนิค Structural Equation Modeling (SEM) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ซับซ้อนยิ่งขึ้น งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบที่สำคัญ คือ การพัฒนาอัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่นให้เป็นซอฟต์แวร์ด้านอาหาร จำเป็นต้องอาศัยการบูรณาการระหว่างทุนวัฒนธรรมอาหาร วิถีชีวิตชุมชน ประสบการณ์การท่องเที่ยว และการสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยอัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่นที่มีความโดดเด่นด้านรสชาติ วัตถุดิบ ภูมิปัญญา และเรื่องราวทางวัฒนธรรม จะส่งผลต่อการรับรู้คุณค่า ความประทับใจ และพฤติกรรมการสนับสนุนอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยว ทั้งในด้านการบริโภค การบอกต่อ และการกลับมาเยือนซ้ำ

สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบการตลาดดิจิทัลเพื่อส่งเสริมอาหารพื้นถิ่นสู่ซอฟต์แวร์ด้านอาหาร การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ ตลอดจนการศึกษผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมจากการพัฒนาอาหารพื้นถิ่นสู่การเป็นซอฟต์แวร์ของชุมชนในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2568). *รายงานสถิตินักท่องเที่ยวและการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารในกลุ่มจังหวัดเมืองรอง ประจำปี พ.ศ. 2567*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- จิราภรณ์ สุวรรณรักษ์ และ ชลธิชา พิรพัชระ. (2568). การท่องเที่ยวเชิงอาหารผ่านเลนส์ของอาหารพื้นถิ่น: การสร้างมูลค่าเพิ่มและภาพลักษณ์จุดหมายปลายทาง. *วารสารวัฒนธรรมและศิลปะ*, 26(50), 78-91.
- ณนัท แดงสังวาลย์ และ ประสพชัย พสุนนท์. (2563). รูปแบบส่วนประสมการตลาดในการยกระดับภาพลักษณ์แบรนด์การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นไทย. *วารสารวิชาการอุตสาหกรรมบริการ*, 15(2), 45-58.
- ธนพล วรเนติพงศ์. (2566). อิทธิพลของความพึงพอใจและภาพลักษณ์อาหารพื้นถิ่นที่มีต่อพฤติกรรมบอกต่อและการกลับมาบริโภคซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 18(2), 89-103.
- ศิริวรรณ เจนวิธิการ. (2566). อัตลักษณ์และคุณค่าเชิงวัฒนธรรมของอาหารพื้นถิ่นกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดราชบุรีเพื่อการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง*, 11(2), 15-32.

- อิทธิพล ผลศิริ และ ประภัสสร ชูทอง. (2565). การสื่อสารอัตลักษณ์อาหารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในย่านตลาดเก่าเมืองรอง. *วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม*, 9(2), 112-126.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ellis, A., Park, E., Kim, S., & Yeoman, I. (2018). What is food tourism? *Tourism Management*, 68, 250–263.
- Hall, C. M., & Sharples, L. (2003). The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. *Gastronomy Tourism: Tourism and Hospitality Perspectives*, 1(1), 1-24.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610.
- Lopes, S. D. F. (2011). Destination image: Origins, developments and implications. *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9(2), 305–315.
- Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. Bangkok: Public Affairs.
- Park, K. S., Kim, S., & Yeoman, I. (2019). The growing desire for authentic local food experiences. *Journal of Heritage Tourism*, 14(3), 217–234.
- Pike, S. (2008). Destination marketing: An integrated marketing communication approach. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 16(1), 122-135.
- UNESCO. (2022). *Intangible cultural heritage and sustainable development: Striking the balance*. Paris: UNESCO Publishing.
- UN Tourism. (2024). *Gastronomy tourism and destination branding guidelines*. Madrid: World Tourism Organization.
- Urry, J. (2002). *The tourist gaze*. (2nd ed.). California: Sage Publications.
- Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 349-370.
- Zhang, H., Fu, X., Cai, L. A., & Lu, L. (2014). Destination image and tourist loyalty: A meta-analysis. *Tourism Management*, 40, 213–223.