

กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์
ในเขตพื้นที่พิเศษอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชชนาลัย
โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน

STRATEGIES FOR DEVELOPING LOCAL CREATIVE FOOD
PRODUCTS IN THE SPECIAL AREA OF SUKHOTHAI HISTORICAL
PARK-SI SATCHANALAI WITH THE PARTICIPATION OF THE
COMMUNITY

สมบัติ ก้นบุตร, Sombat Kanbute
น้ำฝน รักประยูร, Namfon Rakprayoon
สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ,
Marketing Faculty of Business Administration
มหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่ เฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
Maejo University Phrae Campus, Maejo University

E-mail : sombat_kan@yahoo.com



บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนากลยุทธ์ผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นในชุมชน เขตพื้นที่พิเศษอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชชนาลัย โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน และวัตถุประสงค์ 2) เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นในชุมชนเขตพื้นที่พิเศษอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชชนาลัย โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน สำหรับวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ จากกลุ่มตัวอย่างประชาชนในพื้นที่ศึกษาจำนวน 100 คน จากการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตการณ์ และข้อมูลเชิงเอกสาร วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา และจัดลำดับความสำคัญ ผลจากการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การพัฒนากลยุทธ์ผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นในชุมชนโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก พบว่าการพัฒนาอาหารท้องถิ่นที่เป็นวิถีชีวิตของชุมชน โดยเน้นความสะอาด รสชาติ วัตถุดิบที่หาได้ในชุมชน และให้ชุมชนเป็นผู้ผลิตวัตถุดิบเอง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ประทับใจในการเข้ามา

ท่องเที่ยวในชุมชน และการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นจากสูตรดั้งเดิมเพื่อปรับปรุงและปรับให้เข้าวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่รวมทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนในการเสนอแนะการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นกับการพัฒนาอาหารท้องถิ่นด้วยผลจากการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 2) พบว่า การส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ใช้ส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผลิตภัณฑ์มีหลากหลาย และหลายขนาด รสชาติ คุณภาพ มีฉลากกำกับผลิตภัณฑ์ชัดเจน ระบุวันหมดอายุ 2) ด้านราคา พบว่าการกำหนดกลยุทธ์ตั้งราคาหลายระดับ และควรมีการติดราคาไว้อย่างชัดเจน ราคา เหมาะสมกับคุณภาพและสินค้า 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าการให้ความสำคัญกับตลาดในชุมชน การเพิ่มแหล่งจำหน่ายและช่องทางการตลาดที่หลากหลาย โดยการออกบูธการท่องเที่ยว การแสดงสินค้าร่วมกับหน่วยงานของรัฐ และตลาดออนไลน์ 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีการส่งเสริมการตลาดให้มากขึ้น และประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึงโดยเฉพาะการพัฒนาสื่อต่าง ๆ ในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

คำสำคัญ : กลยุทธ์, อาหารท้องถิ่น, การมีส่วนร่วมของชุมชน

Abstract

The objectives of this research article are 1) to develop strategies for local food products in the community. Sukhothai-Si Satchanalai Historical Park Special Area by community participation and objectives 2) to promote local food products in the community in the Sukhothai-Si Satchanalai Historical Park by community participation For this research, it is a qualitative research. by using a qualitative research methodology From a sample of 100 people in the study area through in-depth interviews. observation and documentary information Analyze data with content analysis and prioritize The results of the study of objective number 1, the development of local food product strategies in the community as a whole were at a high level. By focusing on cleanliness, taste, raw materials that can be found in the community. and allow the community to produce their own raw materials In order for tourists to be impressed by coming to travel in the community and the development of local

food products from traditional recipes to improve and adapt to the lifestyle of the new generation, including both Thai and foreign tourists. By participating in the community in suggesting the use of local wisdom and the development of local food. The results of the study of objective number 2) found that the promotion of creative local food products using the overall marketing mix was at a high level, namely: 1) products. It was found that the products were diverse and of various sizes, tastes, quality, and clearly labeled products. Specify the expiration date. 2) Pricing, it was found that the multi-level pricing strategy setting and the price should be clearly marked, the price is suitable for the quality and the product; 3) the distribution channel, it was found that the importance of the market in the community Adding a variety of distribution sources and marketing channels by issuing a tourism booth Exhibition with government agencies and online market 4) In terms of marketing promotion, it was found that there were more marketing promotions. and public relations thoroughly, especially the development of various media to reach the target group

Keywords : Strategy, Local Food, Community Engagement

บทนำ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550 - 2554) ได้ให้ความสำคัญกับการสร้างรากฐานที่มั่นคงในการพัฒนาประเทศ ประการหนึ่งคือ การสร้างความมั่นคงของเศรษฐกิจในชุมชนด้วยการบูรณาการกระบวนการผลิตบนฐาน ศักยภาพ และความเข้มแข็งของชุมชนอย่างสมดุล เน้นการผลิตเพื่อการบริโภคอย่างพอเพียงภายในชุมชน สนับสนุนให้ชุมชนมีการรวมกลุ่มในรูปแบบสหกรณ์ กลุ่มอาชีพ สนับสนุนการนำภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นมาใช้ในการสร้างสรรค์คุณค่าสินค้า บริการ และสร้างความร่วมมือกับภาคเอกชนในการลงทุนสร้างอาชีพและรายได้ที่มีการจัดสรรประโยชน์ที่เป็นธรรมแก่ชุมชน รวมทั้งสร้างระบบเฉพาะวิสาหกิจชุมชน ควบคู่กับการพัฒนาความรู้ด้านการจัดการตลาด และทักษะในการประกอบอาชีพ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2549)

ชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนต้นแบบและวิสาหกิจชุมชนในจังหวัด ที่องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน(องค์การมหาชน) หรือ อพท. กำหนดเป็นพื้นที่ต้นแบบนำร่องและผ่านกระบวนการพัฒนาศักยภาพมาระดับหนึ่งแล้วแต่ยังพบปัญหาในการดำเนินการจึงให้พื้นที่นั้นต่อยอดให้เกิดการยกระดับขีดความสามารถทุนมนุษย์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักและสามารถเป็นของที่ระลึกและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรมให้มีขีดความสามารถที่สูงขึ้น ชุมชนในจังหวัดสุโขทัย มีชมรมต้นแบบ 1 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนบ้านคูกพัฒนา ซึ่งเป็นชุมชนที่ได้รับการพัฒนาให้เป็นชุมชนต้นแบบด้านกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นให้เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่พิเศษอุทยานประวัติศาสตร์ ปัญหาที่พบในปัจจุบันคือการพัฒนาด้านกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นชุมชนยังไม่น่าสนใจ บรรจุกัญชี การตลาดและการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการให้สามารถรองรับการท่องเที่ยวและผู้บริโภคได้ ซึ่งทรัพยากรในท้องถิ่นมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมตามวิถีชุมชนแต่ละท้องถิ่น โดยมีจุดดึงดูดและจุดเด่นเป็นองค์ประกอบร่วมกับอุทยานประวัติศาสตร์ในพื้นที่ ช่วยสร้างโอกาสพัฒนาการตลาด การสื่อสารการตลาดและเพิ่มศักยภาพการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นชุมชนไปยังผู้บริโภค จนถึงการสนับสนุนการท่องเที่ยวในชุมชน โดยเฉพาะเรื่องกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นชุมชน ดังกล่าวข้างต้น เพื่อสร้าง

ความเข้าใจในการจัดการผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นชุมชนและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างในเชิงสร้างสรรค์ เพิ่มมูลค่าและให้คู่สะดวกตา ได้รับการยอมรับตามมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นเพื่อสร้างคุณภาพในผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นและการบริการสามารถรองรับนักท่องเที่ยวและการอนุรักษ์วิถีวัฒนธรรมชุมชนให้คงอยู่อย่างมีความภาคภูมิใจและห่วงแหนทรัพยากรของตนเอง

ดังนั้นพื้นที่เป้าหมายในการพัฒนาครั้งนี้จะทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็งในการจัดการด้านกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นชุมชนด้วยตนเองให้เป็นไปตามมาตรฐาน และเป็นที่มาของปัญหาเกี่ยวกับกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นในชุมชนให้มีมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่น ควรดำเนินกลยุทธ์การพัฒนาและสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นในชุมชน และการวิจัยครั้งนี้ได้คือ การใช้กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นในชุมชนและให้ได้มาตรฐานสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาในพื้นที่พิเศษอุทยานประวัติศาสตร์ด้านวัฒนธรรมเพื่อการตลาดและการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการให้กับนักท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเขตพื้นที่ชุมชนบ้านคูกพัฒนาจังหวัดสุโขทัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนากลยุทธ์ผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นในชุมชนเขตพื้นที่พิเศษอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย- ศรีสัชนาลัย โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน
2. เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นในชุมชนเขตพื้นที่พิเศษอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR : Participatory Action Research) นำหลักการทำ Focus Group ซึ่งจะต้องใช้เทคนิคการฉายภาพออกไปข้างหน้า (projective technique) การเล่าเรื่อง (storytelling) การสัมภาษณ์เจาะลึก (depth interview) การสัมภาษณ์คู่ การสัมภาษณ์หรือการสนทนากลุ่ม (focus group interview)

การประยุกต์ใช้ Mind map และแบบสอบถามความพึงพอใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์

2. ขอบเขตด้านกลุ่มเป้าหมาย

ประชากรที่เป็นขอบเขตในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนเขตพื้นที่ท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม ได้แก่ ชุมชนบ้านคูกพัฒนา กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 คน แยกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลออกเป็นกลุ่มเพื่อการสำรวจข้อมูลดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลในการทำวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
1. ผู้บริหารจาก อพท.	40	40%
2. ผู้นำชุมชน	20	20%
3. ชาวบ้านที่สนใจสมัครใจเข้าร่วม	20	20%
4. เยาวชนนักสื่อความหมายสมัครใจเข้าร่วม	20	20%
รวม	100	100%

3. ขอบเขตด้านเนื้อหา

กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ในเขตพื้นที่พิเศษอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชชนาลัย โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนมีขอบเขตการวิจัย ดังต่อไปนี้

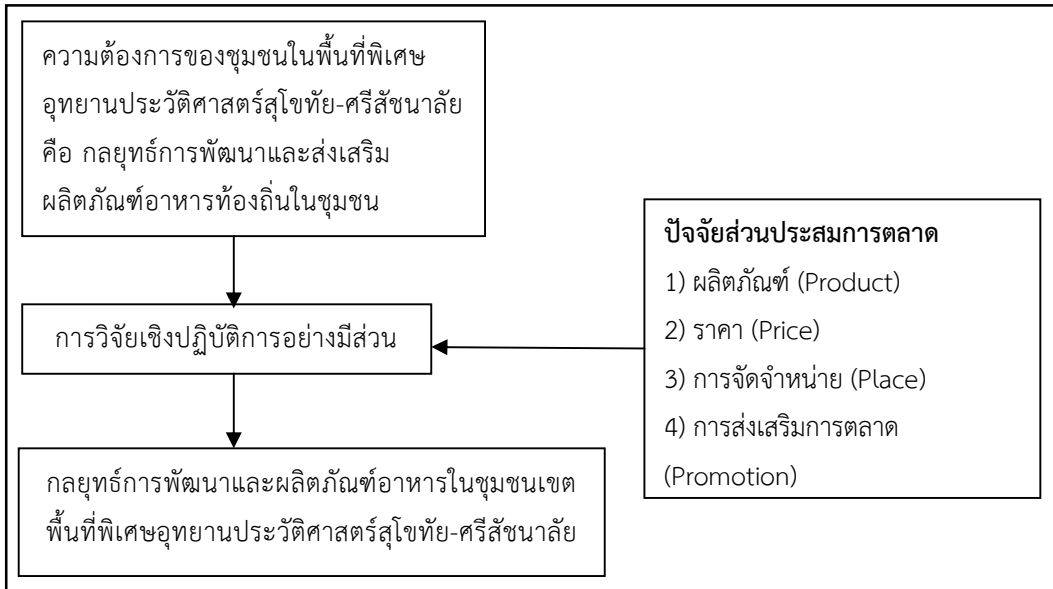
1. การวิจัยครั้งนี้ได้รวบรวมข้อมูลในพื้นที่ชุมชนในจังหวัดสุโขทัย มีชุมชนต้นแบบ 1 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนบ้านคูกพัฒนา

2. ประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลักของการศึกษาครั้งนี้ ประกอบไปด้วยผู้ให้ข้อมูลจากสมาชิกผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นในชุมชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้บริหารจากองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. ผู้นำชุมชน จำนวนและชาวบ้านที่สนใจสมัครใจเข้าร่วม และเยาวชนนักสื่อความหมายที่สมัครใจเข้าร่วม จำนวน 100 คน

3. การวิจัยครั้งนี้ มุ่งพัฒนากลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นในชุมชนในเขตพื้นที่พิเศษอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชชนาลัย โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนมรดกโลกด้านวัฒนธรรมเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

4. การวิจัยครั้งนี้เป็นวิธีการวิจัยที่นำกระบวนการวิจัยแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม(PAR : Participatory Action Research) นำหลักการทำ Focus Group ซึ่งจะต้องใช้เทคนิคการฉายภาพออกไปข้างหน้า (projective technique) การเล่าเรื่อง

(storytelling) การสัมภาษณ์เจาะลึก (depth interview) การสัมภาษณ์คู่ การสัมภาษณ์หรือ การสนทนากลุ่ม (focus group interview) และการประยุกต์ใช้ Mind map



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

4. เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือเก็บข้อมูลใช้การสอบถาม สัมภาษณ์ พูดคุย และการสังเกตร่วมกัน โดยมีกระบวนการคิดและเรียนรู้ร่วมกัน และการปฏิบัติอย่างจริงจัง (interactive learning through action) ซึ่งทุกฝ่ายต้องร่วมกันบนรากฐานของความรัก ความเมตตา โดยไม่เป็นปฏิปักษ์ต่อกัน ซึ่งใช้เทคนิค AIC มาใช้ในการรวบรวมข้อมูล

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

5.1. ระยะเตรียมการวิจัย

ในระยะนี้ เป็นการเตรียมชุมชน เพื่อให้มีความพร้อมเข้ามีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัย ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญและเป็นแก่นแกนหลักของการวิจัยแบบนี้

5.1.1 การสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน (build-up rapport) โดยวิธีการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนที่ดีที่สุดคือการปฏิบัติตัวของนักวิจัยที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน

5.1.2 การสำรวจศึกษาชุมชน (surveying and studying community) เป็นขั้นตอนของการศึกษาข้อมูลที่เป็นลักษณะทางกายภาพและแหล่งทรัพยากรต่าง ๆ ภายในชุมชน

5.1.3 คัดเลือกชุมชน (selecting community) การคัดเลือกชุมชนจะยึดหลักการเลือกชุมชนที่ด้วยโอกาสในการพัฒนา (disadvantage community) เพื่อเป้าหมายในการยกระดับคุณภาพชีวิตและสร้างโอกาสความเท่าเทียมในการพัฒนากับชุมชนอื่น

5.1.4 การเข้าสู่ชุมชน (entering community) ข้อมูลชุมชนนับเป็นสิ่งสำคัญและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการนำมาประกอบการพิจารณาตัดสินใจกำหนดพื้นที่ดำเนินการ

5.2. ระยะดำเนินการวิจัย (research phase) ประกอบด้วยขั้นตอนย่อยคือ

5.2.1 การศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาชุมชน (problem identification and diagnosis)

5.2.2 การพิจารณาความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของโครงการ (Project Appraisal and Identification)

5.2.3 การกำหนดแผนงานโครงการและการจัดการ (planning phase) กิจกรรมในช่วงนี้จะเป็นกระบวนการตัดสินใจร่วมกัน

5.2.4 การปฏิบัติตามโครงการ (Implementation Phase)

5.3. ระยะการติดตามและประเมินผลโครงการ (monitoring and evaluation phase)

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากประชุม โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงบรรยาย ระบุคุณลักษณะเฉพาะของข้อความ หรือสาระอย่างมีระบบ เป็นสภาพวัตถุวิสัย และอิงกรอบแนวคิดทฤษฎี ซึ่งมีกระบวนการกิจกรรม ดังนี้ คือ ขั้นต้นใช้ การลดทอนข้อมูล (data reduction) ซึ่งหมายถึง การเลือกค้นหาจุดที่น่าสนใจ ทำให้เข้าใจง่าย สรุ่ยย่อ ปรับข้อมูลดิบที่เกี่ยวข้องได้มาลงรหัส ทดสอบแนวคิด รวมเป็นกลุ่ม แบ่งเป็นหมวดหมู่หรือเป็นส่วน ๆ เขียนข้อสรุปชั่วคราว ทำให้เกิดความชัดเจนเป็นพวก เป็นประเภท เป็นรูปแบบ หาจุดที่น่าสนใจและปรับลดเพิ่มหาข้อมูลใหม่จนกระทั่งได้ผลสรุปและพิสูจน์บทสรุปที่น่าพอใจ ขั้นที่สองใช้ การแสดงข้อมูล (data display) ซึ่งเป็นขั้นตอนของการจัดการเลือกพื้นสรรหาตัวอย่างข้อมูลหรือสารสนเทศไม่ว่าจะเป็นการสรุปจากรายงาน การสังเกต คำพูดจากการสัมภาษณ์ หรือการกระทำของผู้ให้ข้อมูล นำมาเป็นหลักฐานของข้อสรุปชั่วคราวเสนอไว้ เพื่อแสดงให้เห็นและก่อให้เกิดความเข้าใจว่า อะไรเกิดขึ้น ทำไมอย่างไร อันจะนำไปสู่การวิเคราะห์และสรุปผลต่อไป และขั้นสุดท้ายใช้ การสร้างข้อสรุปและ

ยืนยันผลสรุป (conclusion and verification) เป็นการสังเคราะห์ข้อสรุปย่อยๆ ในช่วงแรก ๆ เข้าด้วยกันเป็นบทสรุป และตรวจสอบยืนยันเป็นผลสรุปการวิจัยในช่วงสุดท้าย การพัฒนาข้อสรุปย่อย ๆ ไปสู่ข้อสรุปใหญ่ ๆ เรื่อย ๆ ขึ้นไปนี้ เป็นก้าวของการพัฒนาทฤษฎีจากสภาพเฉพาะไปสู่ข้อสรุปทั่วไป (generalized) เป็นกระบวนการของการประมวลความคิดอันเกิดจากข้อมูลรูปธรรมสนาม ไปสู่รูปแบบที่เป็นนามธรรมที่เป็นทฤษฎี (grounded theory) ตามวิธีการแบบอุปนัย (induction) และเพื่อให้บทสรุปมีความน่าเชื่อถือ นักวิจัยจะตรวจสอบอีกครั้งหนึ่งในขณะที่เขียนรายงานกับข้อมูลสนามเพื่อยืนยันผลสรุปวิจัย ด้วยการตรวจสอบแบบสามเส้า การนำผลสรุปวิจัยตรวจสอบความถูกต้องกับผู้ที่ให้ข้อมูลตรวจสอบความแตกต่าง/คล้ายคลึงของความคิดคนใน (emic) กับคนนอก (etic)

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ในเขตพื้นที่พิเศษอุทยานประวัติ ศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน” พบว่า

1. การพัฒนาอาหารท้องถิ่นที่เป็นวิถีชีวิตของชุมชน โดยเน้นความสะอาด รสชาติ วัตถุดิบที่หาได้ในชุมชน และให้ชุมชนเป็นผู้ผลิตวัตถุดิบเอง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ประทับใจ ในการเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชน และการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นจากสูตรดั้งเดิมเพื่อปรับปรุงและปรับให้เข้าวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่รวมทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ

ตารางที่ 2 ผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ในเขตพื้นที่พิเศษอุทยานประวัติศาสตรสุโขทัย-ศรีสัชนาลัย

ผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ในเขตพื้นที่พิเศษ อุทยานประวัติศาสตรสุโขทัย-ศรีสัชนาลัย		
ชุมชน	ผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่น	แนวทางพัฒนา
ชุมชนบ้านคูกพัฒนา ตำบล สารจิตร อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย	ต้มกะทิปลาเกลือ, ขนม แตงกวาง, แกงบอน, ข้าวแคบ.	การถนอมอาหารให้เก็บไว้ได้ นานและรักษาคุณภาพของ อาหาร และเน้นการใช้ สมุนไพรในการปรุงอาหาร

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านคูกพัฒนาจังหวัดสุโขทัย พบว่า โดยภาพรวมผู้เข้าร่วมโครงการงานวิจัยได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับมากที่สุด (4.85) และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ พบว่า โดยภาพรวมผู้เข้าร่วมโครงการงานวิจัยได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านผลิตภัณฑ์/บริการอยู่ในระดับมากที่สุด (4.82) เมื่อพิจารณาในแต่ละหัวข้อ พบว่า ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านราคา พบว่า โดยภาพรวมผู้เข้าร่วมโครงการได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านราคา อยู่ในระดับมากที่สุด (4.83) เมื่อพิจารณาในแต่ละหัวข้อ พบว่า ผู้เข้าร่วมโครงการงานวิจัยได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านช่องทางการตลาด พบว่า โดยภาพรวมผู้เข้าร่วมโครงการได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านช่องทางการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด (4.80) เมื่อพิจารณาในแต่ละหัวข้อ พบว่า ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า โดยภาพรวมผู้เข้าร่วมโครงการได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด (4.78) เมื่อพิจารณาในแต่ละหัวข้อ พบว่า ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด

อภิปรายผลการวิจัย

กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนพื้นที่พิเศษอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย ตามวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

1. การพัฒนาด้านกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นในชุมชนและส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นในชุมชนเขตพื้นที่พิเศษอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ผลจากการศึกษาพบว่าการพัฒนาอาหารท้องถิ่นในชุมชนเพื่อต่อยอดวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นจึงเป็นโอกาสของการเสริมจุดแข็งที่ควรจะต้องเร่งรีบดำเนินการแก้ไข ในด้านประเพณีวัฒนธรรม อาหารท้องถิ่นควรจะต้องพิจารณาตลอดห่วงโซ่อุปทานของอาหาร ทั้งในระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ สอดคล้องงานวิจัยของ(จิตพนธ์ ชุมเกตุ, 2560, น. 64) ศึกษาเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการจัดการชุมชนอย่างยั่งยืนของชุมชนไทยมุสลิม อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี” ผลการศึกษาพบว่าผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้น ควรสื่อให้เห็นถึงผลิตภัณฑ์ที่เกิดมาจากภูมิปัญญาท้องถิ่น และสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้ ทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นดูมีคุณค่า มีมาตรฐาน มีเอกลักษณ์โดดเด่นเน้นเรื่องราว และสอดคล้องงานวิจัยของ (หทัยชนก ฉิมบ้านไร่ และรัชภัทน์ วงศาโรจน์, 2558,

น. ก) ศึกษาเรื่อง “ศักยภาพอาหารพื้นเมืองและแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านอาหารพื้นเมืองจังหวัดน่าน” ผลจากการศึกษาพบว่าอาหารพื้นเมืองน่านส่วนใหญ่มีศักยภาพอยู่ในระดับสูง นักท่องเที่ยวพึงพอใจในด้านอัตลักษณ์ของอาหารพื้นเมืองมากที่สุด งานวิจัยนี้ได้เสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านอาหารพื้นเมืองของจังหวัด น่าน 6 ด้าน คือ ด้านอัตลักษณ์ของอาหารพื้นเมือง ด้านคุณภาพของอาหารพื้นเมือง ด้านราคา ด้านการบริการ ด้านลักษณะของร้านอาหารพื้นเมือง และด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาด

2. การส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นในชุมชนเขตพื้นที่พิเศษอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ผลจากการศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ของประชาชน/ผู้ได้รับประโยชน์ พบว่าในภาพรวมมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์จากการดำเนินงานโครงการในระดับมาก (4.28) เมื่อพิจารณาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในแต่ละด้าน พบว่า ประชาชน/ผู้ได้รับประโยชน์มีการพัฒนาในระดับมากทุกด้าน โดยมีการพัฒนาในด้านผลิตภัณฑ์/บริการมากที่สุด (4.30) และมีการพัฒนาในด้านการส่งเสริมการตลาดน้อยที่สุด จากการสัมภาษณ์ในชุมชน บ้านคุงพัฒนา จังหวัดสุโขทัย ความคิดเห็นตรงกันที่ต้องการประยุกต์อาหารท้องถิ่นแบบดั้งเดิมให้ร่วมสมัยดังนี้ 1) เห็นควรมีการดัดแปลงอาหารท้องถิ่นในรูปแบบอาหารร่วมสมัย 2) ควรจัดบริการอาหารว่างท้องถิ่นในกิจกรรมต่าง ๆ ในชุมชน 3) จัดให้มีร้านจำหน่ายอาหารท้องถิ่นในชุมชน 4) จัดทำเอกสารแนะนำอาหารท้องถิ่นในชุมชน 5) จัดทำหลักสูตรอาหารท้องถิ่นของชุมชน จะเห็นได้ว่าในด้านอาหารท้องถิ่น ชุมชนกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการดัดแปลงอาหารท้องถิ่นในรูปแบบอาหารร่วมสมัยมาเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ (วุฒินันท์ สุนทรขจิต, 2551, น. บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “ร้านอาหารญี่ปุ่นสมัยใหม่:พื้นที่การสื่อสารความหมาย อัตลักษณ์ และความเป็นญี่ปุ่น” ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะอาหารท้องถิ่น อยู่ในฐานะของสินค้าทางวัฒนธรรม สื่อความหมาย อัตลักษณ์ หรือตัวตน รสนิยม อุปนิสัยการดำเนินชีวิต และภาพนิมิตเกี่ยวกับความเป็นท้องถิ่น รวมทั้งด้านอื่น ๆ อีกด้วย ศักยภาพในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพระดับหนึ่งที่ใช้เทคนิคและวัตถุดิบในท้องถิ่น สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ (สมศักดิ์ รุ่งเรือง, 2556, น. 37) ศึกษาเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนอำเภอบางป่อ จังหวัดสมุทรปราการ” ผลการศึกษาพบว่า การใช้ทรัพยากรของท้องถิ่นเอง เป็นไปตามหลักทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง มีวัฒนธรรมชุมชนเป็นแหล่งภูมิปัญญาและเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ (แสงแข สพันธุพงศ์, 2560, น. 261) ศึกษาเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารจากพืชสมุนไพรที่ใช้ประกอบอาหารในชุมชน ตำบลหนองลาน อำเภอด่านมะกอก จังหวัดกาญจนบุรี” ผลการศึกษาพบว่า ภูมิปัญญาด้านอาหารของชุมชนหนองลานได้รับ

การปลูกฝังตั้งแต่เด็ก จากครอบครัวในการเลือกพืชสมุนไพรมาบริโภค เทคนิคการปรุงอาหาร การเรียนรู้ส่วนใหญ่เป็นการพูดคุย บอกเล่า ลงมือ ทำให้ดู ให้ช่วยทำ ลงมือทำด้วยตนเอง

แนวทางกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ในเขตพื้นที่พิเศษ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยกลุ่มเป้าหมาย คือชุมชนบ้านคูกพัฒนา ตำบลสารจิตร อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย ได้คัดเลือกผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการถนอมอาหารให้เก็บไว้ได้นานและรักษาคุณภาพของอาหารท้องถิ่น และเน้นการใช้สมุนไพรท้องถิ่นในการปรุงอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและต่างประเทศ

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัย เรื่อง “กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ในเขตพื้นที่พิเศษอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน” ซึ่งได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยประจำปีงบประมาณ 2562 ของสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ในเขตพื้นที่พิเศษอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน” ปีงบประมาณ 2562 มีดังนี้

1. ชุมชนมีการรับรู้วัตถุประสงค์ของโครงการงานวิจัย ที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวรู้จักอาหารท้องถิ่นบ้านคูกพัฒนา ทำให้ชุมชนให้มีรายได้เพิ่มขึ้น และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายอาหารให้มากขึ้น

2. ผลกระทบที่เกิดจากโครงการงานวิจัยได้สร้างรายได้ให้แก่ตนเอง ชุมชนได้รับความรู้เกี่ยวกับอาหารมากขึ้น ชุมชนได้มีส่วนร่วมคิดสร้างสรรค์ ในเรื่องวัตถุดิบทำอาหารให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตท้องถิ่นในชุมชน

เอกสารอ้างอิง

- คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม (จังหวัดสุโขทัย กำแพงเพชร ตาก พิษณุโลก). (2559). แผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม พ.ศ. 2560-2564. จิตพนธ์ ชุมเกตุ. (2563). การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการจัดการชุมชนอย่างยั่งยืนของชุมชนไทยมุสลิม อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพมหานคร : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วุฒินันท์ สุนทรชิต. (2551). ร้านอาหารญี่ปุ่นสมัยใหม่ พื้นที่การสื่อสารความหมายอัตลักษณ์และความเป็นญี่ปุ่น (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพมหานคร : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมศักดิ์ รุ่งเรือง. (2556). การพัฒนาศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ. วารสารวิจัยและพัฒนา. 8(2), 37-43.
- แสงแข สพันธุ์พงศ. (2560). การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารจากพืชสมุนไพรที่ใช้ประกอบอาหารในชุมชน ตำบลหนองลาน อำเภอดำรงวิทยาคาร จังหวัดกาฬสินธุ์. วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต. 5(2), 260-269.
- หทัยชนก ฉิมบ้านไร่ และรัชพงศ์ วงศาโรจน์. (2558). ศักยภาพอาหารพื้นเมืองและแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านอาหาร พื้นเมืองจังหวัดน่าน. วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ. 11(1), 37.

