

การส่งเสริมแนวทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนนทบุรี Promoting Gastronomic Tourism in Nonthaburi Province

ภุริ ชุณหะวัณ^{1*}, พงศ์สุระ ธัญญเจริญอนุกุล², ธีรภัทร์ ชมชื่นจิตต์สิน²,
นิลุบล ประเคนภทรา² และปณณช ลิหะสุวรรณ³
Puri Chunkajorn^{1*}, Pongsura Thanyacharoen-anukul², Teerapat Chomchuenjitsin²,
Nilubon Prakenpattra² and Poonyanuch Leelhasuwan³

Received 3 มีนาคม 2568 Revised 1 เมษายน 2568 Accepted 11 เมษายน 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนนทบุรี เป็นวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวนทั้งสิ้น 25 คน ผลการศึกษาพบว่า แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 4 C's of gastronomy ประกอบด้วย 4 แนวทาง ได้แก่ 1) แนวทางการส่งเสริมด้านชุมชนอาหาร ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสร้างสรรค์ให้กับนักท่องเที่ยว สัมผัสกับความหลากหลายของวัฒนธรรมอาหาร 2) แนวทางการส่งเสริมด้านการปรุงอาหารท้องถิ่น นำเสนอเทคนิคการปรุงอาหารแบบดั้งเดิมของชุมชนกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างสรรค์การท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่สอดคล้องกับฤดูกาลของวัตถุดิบอาหารรวมถึงการสนับสนุนผลิตภัณฑ์มาตรฐานร้านอาหารให้ได้รับตราสัญลักษณ์รางวัลบิบูร์มอนด์ สำหรับร้านอาหารในท้องถิ่นที่นำเสนอวัตถุดิบได้เป็นอย่างดี 3) แนวทางการส่งเสริมด้านผู้ประกอบการร้านอาหาร ส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่น การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชน และการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน และ 4) แนวทางการส่งเสริมด้านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ให้เกิดการประชาสัมพันธ์การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดนนทบุรีที่เป็นที่นิยม

คำสำคัญ: การส่งเสริมการท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวเชิงอาหาร, จังหวัดนนทบุรี

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

¹ Assistant Professor Dr., Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University

² อาจารย์, คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

² Lecturer, Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University

³ ดร., นักวิจัยบริษัท ซีบีเอ อะคาเดมี่ จำกัด

³ Dr., Researcher CBA Academy Co., Ltd.

* ผู้ประสานงานนิพนธ์ e-mail: puri.chu@dpu.ac.th

Abstract

This research aims to assess the potential of gastronomic tourism to promote food tourism in Nonthaburi province. This qualitative research uses content analysis methodology. Using key informants totaling 25 participants. The study identified four key strategies for promoting gastronomic tourism, known as the 4 C's of Gastronomy: 1) Culinary Community Promotion – Encouraging creative food tourism experiences that allow tourists to immerse themselves in Nonthaburi's diverse culinary culture. 2) Culinary Techniques Promotion – Showcasing traditional cooking techniques through tourism activities that align with seasonal local ingredients. This includes supporting local restaurants to achieve the Bib Gourmand recognition for outstanding ingredient presentation. 3) Culinary Enterprise Development – Supporting local food products, enhancing human resource development in gastronomic tourism, and fostering community participation in managing food tourism. 4) Culinary Experience Enhancement – Implementing continuous marketing via social media to establish Nonthaburi as a renowned food tourism destination.

Keywords: Tourism Promotion, Gastronomic Tourism, Nonthaburi Province

1. บทนำ

อุตสาหกรรมอาหารไทยถูกผลักดันให้เป็นซอฟต์แวร์ (Soft power) ของประเทศไทย ในฐานะผู้ส่งออกสินค้าอาหารอันดับที่ 12 ของโลกปี 2566 มีมูลค่าการส่งออก 1,255,622.69 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12.80 ของการส่งออกรวมทุกสินค้าในประเทศ โดยตลาดส่งออกหลักของสินค้าเกษตรและอาหาร คือ จีน ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ซึ่งสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกมากที่สุด อันดับหนึ่งเป็น ผัก ผลไม้ สด แช่เย็น แช่แข็ง และแห้ง ปัจจัยสำคัญที่ช่วยสนับสนุนการขยายตัวของอุตสาหกรรมอาหารไทยมาจากการเติบโตของประชากรโลกและการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรสู่สังคมผู้สูงวัย การเปลี่ยนแปลงสภาวะสิ่งแวดล้อมรวมถึงสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคม ส่งผลให้ประเทศต่าง ๆ เกิดความต้องการสินค้าเกษตรและอาหารเพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหาร (คณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ, 2567)

สำหรับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy tourism) ยังคงเป็นเทรนด์การท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม ตามรายงานจาก ปรรายกพิชญ์ กัษวฒนะ (2566) อธิบายว่ามีนักท่องเที่ยวมากถึงร้อยละ 53 เลือกที่เที่ยวกาอาหารและเครื่องดื่มที่อยากเดินทางไปลองชิม การท่องเที่ยวลักษณะนี้ก็ยังได้รับความนิยมเสมอมา ประกอบกับนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่ชอบเดินทางท่องเที่ยวเพียงลำพัง (Solo traveler) ก็ยังนิยมเข้าถึงผู้คนและวัฒนธรรมอาหารในท้องถิ่น ที่ได้รับความนิยมจากการบอกเล่าประสบการณ์การเดินทางรับประทานอาหารผ่านโลก

ออนไลน์ของนักชิมเอง นักท่องเที่ยวชอบเสิร์ฟเรื่องราว (Story) และการทำกิจกรรมด้านอาหาร ผ่านการเรียนรู้ร่วมกับคนในท้องถิ่น ชุมชน รวมถึงการสนับสนุนสินค้าชุมชนโดยตรงอีกด้วย

นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงอาหารของ นิลุบล ประเคนภัทรา และภุรี ชุนห์ขจร (2567) กล่าวว่า แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism) ที่ให้ชุมชนท้องถิ่น มาสร้างสรรค์คุณค่า ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เกิดความผูกพันกับชุมชน เรียนรู้วัฒนธรรมอาหาร อย่างลึกซึ้ง จากการกิน การทำอาหาร ตามวิถีท้องถิ่น และเผยแพร่ประสบการณ์ผ่านทางสังคม ออนไลน์ นับว่าเป็นองค์ประกอบของการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ดังนั้นอาหารจึงเป็นตัวแทนที่จะ นำเสนอ วิถีชีวิตของคนในสังคม สะท้อนวัฒนธรรมแต่ละท้องถิ่นทั้งในอดีตจนถึงปัจจุบัน และ การศึกษาของ ภัทพร พันธุรี (2558) ได้กล่าวถึง อาหารเป็นองค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่ สำคัญประการหนึ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวได้ เนื่องจาก อาหารสามารถบอกถึงเอกลักษณ์ของพื้นที่ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของท้องถิ่น รวมทั้งสามารถ นำเสนอประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงเป็นรูปแบบ การท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็น “ความสนใจพิเศษ” มีอาหารเป็นปัจจัยหลักในการสร้าง ประสบการณ์ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว ทั้งนี้การสร้างประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวสามารถ ทำได้โดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส

อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวเชิงอาหารในฐานะเครื่องมือสำคัญในการสืบทอด วัฒนธรรมให้คงอยู่ต่อไป ตลอดจนเป็นอุตสาหกรรมบริการที่สร้างรายได้และการจ้างงานให้กับ ประเทศไทยเป็นอย่างมาก กระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จึงได้รับความสนใจเพิ่ม สูงขึ้น เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวและมรดกทางวัฒนธรรมของประเทศไทยมีความเป็นเอกลักษณ์ เฉพาะตัวและได้มีการถ่ายทอดทางวัฒนธรรมสืบเนื่องมาเป็นเวลานาน ซึ่งการท่องเที่ยวเชิง อาหารที่อยู่ไม่ไกลจากเมืองหลวง คือ เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เนื่องจากเกาะเกร็ดมีพื้นที่ทาง ภูมิศาสตร์เป็นเกาะขนาดใหญ่กลางแม่น้ำเจ้าพระยา มีอารยธรรมและชุมชนที่เจริญมาตั้งแต่ ปลายสมัยอาณาจักรอยุธยา รวมถึงวัดต่าง ๆ ที่สร้างขึ้นบนเกาะเป็นโบราณสถานที่สวยงาม สร้างขึ้นในสมัยอยุธยาตอนปลายทั้งสิ้น จึงเป็นตำบลแบ่งเขตการปกครองเป็นหมู่บ้าน รวม ทั้งสิ้น 7 หมู่บ้าน ทำให้เกิดวัฒนธรรมความเป็นอยู่การกินที่หลากหลาย (ปณณนุช สัพพะ สุวรรณ, 2565)

การที่เกาะเกร็ดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นด้านความสวยงามของธรรมชาติ และอาหารที่มีความเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งตรงกับ ศรดา นิตวรรการ (2557) กล่าวถึงสำหรับอาหาร มอญเกาะเกร็ดพบว่าอาหารส่วนใหญ่เป็นอาหารที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งใช้วัตถุดิบที่มีใน ท้องถิ่นและมีตามฤดูกาล จากการศึกษาเรื่องความหลากหลายของอาหารพื้นบ้านมอญเกาะ เกร็ด สามารถแยกอาหารความมอญดั้งเดิมมีเพียง 8 ประเภท จำนวน 34 รายการ อาหารหวาน มี 4 ประเภท จำนวน 9 รายการ การสำรวจในครั้งนี้นำมาจัดสำหรับอาหารมอญเกาะเกร็ด สามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำคัญในการเชื่อมโยงวัฒนธรรมสำหรับอาหารมอญเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรีเข้ากับวิถีชีวิตประเพณีรวมทั้งวัฒนธรรมท้องถิ่นคนมอญได้ ตัวอย่างสำหรับอาหาร มอญ เช่น แกงสว่งอารมณ์ แกงส้มกระเจี๊ยบ ปลาร้าหลน หมี่กรอบ ข้าวอีกา แกงเลียงหน่อ กะลา แกงคั่วมะตาด แกงขาหมูใบมะดัน ข้าวเหนียวหัวหงอก แกงเผ็ดกล้วยดิบ แกงบอน และ

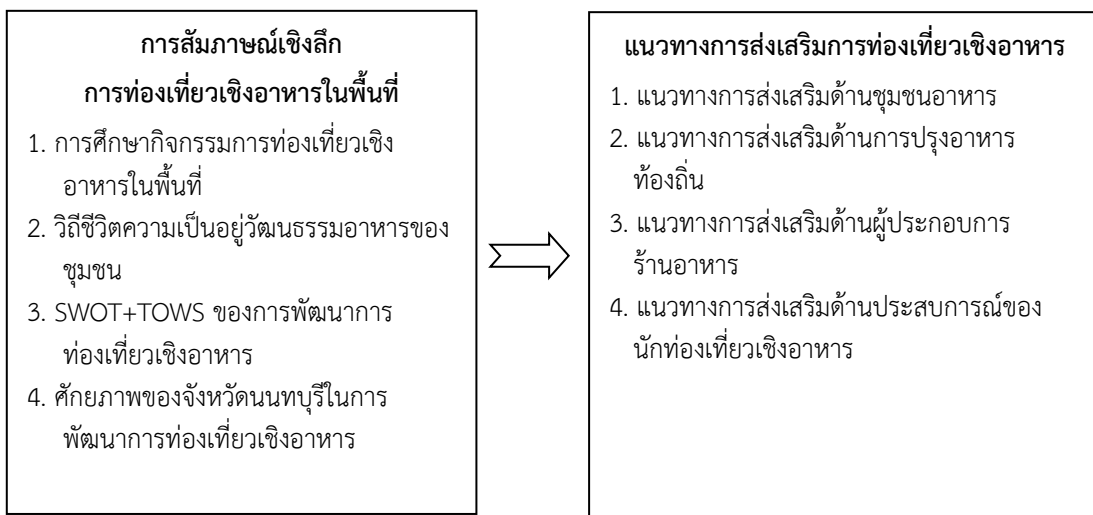
ขนมเทียนมอญ เป็นต้น ทั้งหมดเป็นรายการเมนูท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวเดินทางเพื่อไปลิ้มลองรสชาติดั้งเดิมในพื้นที่

ผู้วิจัยได้เห็นความสำคัญของแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนนทบุรี เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริม นำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างแท้จริง ต่อกระบวนการวิจัยทุกขั้นตอน และนำผลการวิจัยที่ได้เพื่อนำไปเป็นแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนนทบุรี ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์ต่อทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้อย่างยั่งยืนต่อไป

2. วัตถุประสงค์

เพื่อเสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

กรอบแนวคิดเชิงขั้นตอน



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3. ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก การวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัย การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) กำหนดคุณสมบัติของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักเป็น กลุ่มเชฟอาหาร กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวนรวมทั้งสิ้น 25 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก มีการกำหนดแนวคำถามเพื่อการสัมภาษณ์เป็นลักษณะคำถามปลายเปิด ประกอบด้วย คำถามเกี่ยวกับข้อมูล

ส่วนตัว การรับรู้แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร พฤติกรรมของผู้บริโภคต่อรูปแบบการรับประทานอาหาร และปัจจัยที่ส่งผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) กับกลุ่มตัวอย่างเป็นรายบุคคลแบบตัวต่อตัว (Face-to-face) และเมื่อได้ดำเนินการสัมภาษณ์เสร็จสิ้นแล้วจึงจัดทำเอกสารผลการสัมภาษณ์ (Transcript) เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป ทั้งนี้ยุทธศาสตร์การวิจัยแบบการศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี ผู้วิจัยจะใช้วิธีการเปรียบเทียบอย่างต่อเนื่อง (Constant comparison method) เป็นการลงรหัสข้อมูล (Coding) จากเหตุการณ์ที่ศึกษาเพื่อนำมาจัดหมวดหมู่ (Category) และเปรียบเทียบกับข้อมูลจากเหตุการณ์ที่ได้เก็บมาก่อนหน้านี้ ซึ่งช่วยให้การสร้างทฤษฎีเป็นระบบมากยิ่งขึ้น วิธีการเปรียบเทียบอย่างต่อเนื่องถูกดำเนินการไปจนกระทั่งข้อมูลมีความอิ่มตัวทางทฤษฎี (Theoretical saturation)

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi structure) ที่ได้จากผู้ให้ข้อมูลหลัก มาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงบรรยายระบุคุณลักษณะเฉพาะของข้อความอย่างมีระบบที่มีการอ้างอิงกรอบแนวคิดทฤษฎี มีวิธีการ 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) กำหนดเกณฑ์คัดเลือกเอกสาร 2) วางเค้าโครงการวิเคราะห์ 3) พิจารณาเงื่อนไขแวดล้อมของข้อมูลเอกสาร และ 4) การวิเคราะห์ข้อมูล (เอี่ยมพร หลินเจริญ, 2555) ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำผลที่ได้จากการดำเนินการมาตรวจสอบความถูกต้อง ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจัดเป็นหมวดหมู่ของเนื้อหา รวมถึงการวิเคราะห์ จำแนก และสรุปประเด็นสำคัญ รวมทั้งใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) กระทำโดยการตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งที่มาของข้อมูลในด้านเวลา สถานที่ และบุคคล เพื่อพิจารณาว่า หากเก็บข้อมูลต่างเวลา ต่างสถานที่ และข้อมูลต่างบุคคลจะแสดงข้อมูลเหมือนเดิมหรือไม่ หากผลของข้อมูลที่เก็บรวบรวมด้วยวิธีสามเส้าได้ข้อค้นพบมาเหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มามีความถูกต้อง หลังจากนั้นผู้วิจัยจะดำเนินการสรุปรวบรวมประเด็นสำคัญนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยต่อไป

4. ผลการวิจัย

ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลตามหลักการ SWOT พบว่า

จุดแข็ง (Strengths) ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ การมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีศักยภาพและความพร้อมหลายแห่งมีความหลากหลายทั้งทางบก และทางน้ำ อาทิ วัดเกาะเกร็ด การทำเครื่องปั้นดินเผา วิถีชุมชนมอญเกาะเกร็ด การทำทอดมันหน้าอกปลาของตึกปากเกร็ด การล่องเรือไหว้พระ การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติกับการจัดกิจกรรม และงานประเพณีต่าง ๆ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สอดคล้องวัฒนธรรมอาหาร การทำสวนแบบดั้งเดิมของคนในพื้นที่เมืองนนทบุรี รวมทั้งสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติ

จุดอ่อน (Weaknesses) ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ การที่จังหวัดนนทบุรีเป็นพื้นที่ที่ติดกับกรุงเทพมหานคร ทำให้การขอความร่วมมือหรือการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในบางพื้นที่ ด้านการให้บริการยังไม่เพียงพอต่อความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมในร้านอาหาร และขั้นตอนการให้บริการของพนักงานต้องเพิ่มให้มีการฝึกทักษะด้านการบริการ และการเข้าใจแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และข้อมูลพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ที่สามารถแนะนำกับนักท่องเที่ยวได้ พร้อมสร้างการรับรู้ในวงกว้างผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์

โอกาส (Opportunities) ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ การมุ่งเน้นส่งเสริมในการท่องเที่ยวเชิงอาหารใกล้พื้นที่วัดหรือแหล่งการเรียนรู้ เพื่อส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ ควรจัดให้มีเส้นทางร้านอาหารท้องถิ่นสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการมาเยือน โดยสร้างกิจกรรม หรือ จุดเด่นที่เกาเกิร์ต ซึ่งเป็นที่รู้จักอยู่แล้วให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน การส่งเสริมการตลาดอาหาร รวมถึงการประชาสัมพันธ์ปฏิทินงานอาหารในพื้นที่ให้เกิดการรับรู้แก่นักท่องเที่ยวในวงกว้าง โดยเฉพาะการเผยแพร่ข้อมูลในสื่อโซเชียลมีเดียทั้ง เฟซบุ๊ก ยูทูบ อินสตาแกรม และ ดิจิตอล เพื่อการเพิ่มโอกาสในการสร้างการรับรู้ และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ร้านอาหารของจังหวัดนนทบุรีให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างได้มากยิ่งขึ้น

อุปสรรค (Threats) ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ การที่จังหวัดนนทบุรีเป็นพื้นที่ที่ติดกับกรุงเทพมหานคร โดยในจังหวัดนนทบุรีมีลักษณะเป็นกิ่งสังคมเมือง ขาดวิธีการประชาสัมพันธ์ในการสร้างความร่วมมือหรือสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การรวมกลุ่มการทำกิจกรรมด้านอาหารเกิดข้อจำกัดในพื้นที่ รวมถึงคนดั้งเดิมในพื้นที่ มีการย้ายถิ่นที่อยู่อาศัยหรืออายุมากขึ้น

เมื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) และการวิเคราะห์ TOWS Matrix ต่อแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร พบว่า แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนนทบุรี ควรประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ดังนี้

1. ด้านกลยุทธ์เชิงรุก ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วย

1.1 มีนโยบายในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อสร้างความสะดวกให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งอาหารท้องถิ่นอย่างชัดเจนเป็นระบบ รวมถึงช่วยกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างทั่วถึงผ่านการออกแบบเส้นทาง Food Tourism Route ทั้งรูปแบบแผนที่และแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อเชื่อมโยงร้านอาหารและแหล่งวัฒนธรรมอาหารที่น่าสนใจในพื้นที่

1.2 มีการส่งเสริมการผลิตอาหารชุมชนจากวัตถุดิบในท้องถิ่น ควบคู่กับการจัดทำคู่มือมาตรฐานร้านอาหาร (Standard Operation Procedure: SOP) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในด้านคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร โดยดำเนินการอบรมเชิงปฏิบัติการให้แก่ผู้ประกอบการในพื้นที่ และประสานกับหน่วยงานภาครัฐในการรับรองมาตรฐานคุณภาพร้านอาหาร

1.3 มีนโยบายส่งเสริมและยกระดับร้านอาหารในท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักระดับประเทศและนานาชาติ เพื่อใช้ Gastronomy Tourism เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่วัฒนธรรมอาหารของจังหวัดนนทบุรีสู่เวทีโลก โดยจัดกิจกรรมประกวดแข่งขันอาหารเชฟชุมชน การสนับสนุนร้านอาหารเข้าสู่มาตรฐานสากล เช่น Bib gourmand ของ Michelin และอบรมการนำเสนออาหารในรูปแบบ Storytelling ที่สามารถดึงดูดและอัตลักษณ์ท้องถิ่นออกมาได้อย่างชัดเจน พร้อมส่งเสริมการตลาดผ่านช่องทางสื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่อง

2. ด้านกลยุทธ์เชิงป้องกัน ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วย

2.1 มีการจัดอบรมพัฒนากระบวนการให้บริการในพื้นที่ รวมถึงการพัฒนาบุคลากรด้านอาหาร เช่น โครงการ “หนึ่งหมู่บ้าน หนึ่งเชฟอาหารไทย” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในแผนยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์ของประเทศเพื่อยกระดับมาตรฐานการให้บริการ สร้างความประทับใจและความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว

2.2 มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) เช่น เฟซบุ๊ก ยูทูบ อินสตาแกรม ดิกต็อก เพื่อสร้างการรับรู้ในวงกว้างและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ พร้อมกระตุ้นให้เกิดการเดินทางมาสัมผัสประสบการณ์อาหารท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง

2.3 มีการส่งเสริมการผลิตสินค้าอาหารท้องถิ่นและยกระดับร้านอาหารในจังหวัดนนทบุรีให้มีมาตรฐานสูงขึ้น ผ่านการพัฒนาเมนูอาหารในโครงการ Amazing Thai Taste และสนับสนุนร้านอาหารที่มีคุณภาพและราคาจับต้องได้ให้ได้รับตราสัญลักษณ์รางวัลบิบกูร์มอนด์ (Bib gourmand) เพื่อสะท้อนภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรเข้าถึงง่าย และมีคุณภาพสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศได้อย่างชัดเจน

3. ด้านกลยุทธ์เชิงแก้ไข ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วย

3.1 มีการพัฒนาเส้นทางความเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร จุดต่าง ๆ ในพื้นที่ได้อย่างทั่วถึง เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยตนเองหรือเพียงลำพัง

3.2 มีการสนับสนุนโครงการประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารและตารางการจัดกิจกรรมอาหารของจังหวัดนนทบุรีในแต่ละเดือน เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถวางแผนการเดินทางเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมทางอาหารของชุมชนได้

3.3 มีการจัดตั้งศูนย์ส่งเสริม อนุรักษ์ภูมิปัญญา กระบวนการ กรรมวิธีการทำอาหารท้องถิ่น เพื่อการถ่ายทอดภูมิปัญญา วัฒนธรรมอาหารที่เกี่ยวข้องให้สืบทอดต่อไป

4. ด้านกลยุทธ์เชิงรับ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วย

4.1 มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ส่งเสริมด้านการตลาด เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่

4.2 มีการจัดทำปฏิทินเทศกาล ฤดูกาลของวัตถุดิบที่ผลิตได้ในพื้นที่ เพื่อให้
นักท่องเที่ยวสามารถกำหนดวางแผนการเดินทางมาเยือนได้

4.3 มีการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าอาหารผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อความ
สะดวกในการสั่งซื้อและจัดส่งนอกพื้นที่

นอกจากนี้การศึกษาของคํประกอบแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของ
แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี ยังพบว่า จังหวัดนนทบุรีมีองค์ประกอบของศักยภาพการ
ท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ประกอบด้วย

1. ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ร้านอาหารในจังหวัดนนทบุรีมีความพร้อม และ
หลากหลายทั้งร้านอาหารริมน้ำ ร้านอาหารที่เดินทางสะดวกโดยรถยนต์ส่วนตัวและสาธารณะ

2. ด้านเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัด
นนทบุรีมีการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก เนื่องจากเป็นพื้นที่ใกล้กับ
กรุงเทพมหานคร

3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดนนทบุรีมีความเพียงพอ ทั้ง
ในส่วนของที่จอดรถ ป้ายแนะนำสถานที่ ห้องน้ำ ร้านค้าต่าง ๆ รวมถึงถนนตัดใหม่ที่เดินทางได้
หลากหลายเส้นทาง แต่ในบางพื้นที่อาจมีสภาพที่ชำรุดทรุดโทรม เช่น จุดจอดรถ

4. ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดนนทบุรีมีศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยว
ที่สามารถเข้าถึงด้วยสื่อออนไลน์ และร้านอาหารที่สามารถชำระเงินด้วยบัตรเครดิตและการ
โอนชำระเงิน

5. ด้านความหลากหลายของร้านอาหาร จังหวัดนนทบุรีมีความหลากหลายตั้งแต่
ร้านอาหารท้องถิ่น ร้านอาหารริมบาทวิถี (Street food) ไปจนถึงร้านอาหารระดับไพน์ไดนิ่ง
(Fine dining restaurant) พร้อมการนำเสนอเทคนิคและวัตถุดิบท้องถิ่นให้กับนักชิมอาหาร
ที่มาเยือน

6. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว นอกเหนือจากการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ทั้งทางบกและ
ทางน้ำ การท่องเที่ยววัด การล่องเรือ การปั่นเครื่องปั่นดินเผา การทำทอหมันหน่อกะลา และ
วิถีชีวิตชุมชนริมน้ำในเมืองนนท์

สำหรับการศึกษาความต้องการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว
พบว่า จังหวัดนนทบุรี ควรมุ่งเน้นการจัดการในเรื่องพื้นที่ของสถานประกอบการร้านอาหารที่
ต้องจัดสรรให้เพียงพอ ความสะอาดและมีความปลอดภัยในหลาย ๆ ด้าน พร้อมมุ่งเน้นในเรื่อง
การประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ และเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารให้เป็นที่ยุ้จักในวง
กว้าง โดยเฉพาะการเผยแพร่ข้อมูลในสื่อโซเชียลมีเดียทั้ง เฟซบุ๊ก ยูทูบ อินสตาแกรม และ ดี
กติก็อก ซึ่งต้องประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการพัฒนารูปแบบการสั่งซื้อ ส่งจองอาหารใน
แหล่งพื้นที่พร้อมรูปแบบการจัดส่งให้มีความสะดวกมากขึ้น โดยการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง
อาหารของจังหวัดนนทบุรี ควรดำเนินการในด้านต่าง ๆ ดังนี้

5. อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่เพื่อการพัฒนาส่งเสริมในแต่ละด้าน ผลการศึกษาวิจัยพบประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลการวิจัยและสรุปเป็นแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 4 C's of Gastronomy และสอดคล้องกับ สุปรียา ภูผา และจารุวรรณ แดงบุผา (2565) ที่กล่าวว่า องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอาหารมี 4 ด้านประกอบด้วย 1) การท่องเที่ยวโดยชุมชน 2) ภูมิปัญญาและมรดกทางอาหาร 3) ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และ 4) ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปผลการวิจัยออกมาได้ดังนี้

1. แนวทางการส่งเสริมด้านชุมชนอาหาร (Culinary-based tourism) ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ให้กับนักท่องเที่ยวให้ได้สัมผัสกับอาหารท้องถิ่นแท้ ที่สอดคล้องกับบริบทของชุมชนที่มีการดึงเอาวัตถุดิบที่อยู่ในท้องถิ่นมาใช้พัฒนาเพื่อก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวอาหารโดยชุมชนร่วมกับการดึงอัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์อาหารชุมชน โดยสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และความพร้อมสำหรับการเดินทางเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร รวมทั้งยังช่วยส่งเสริมการเรียนรู้แหล่งที่มาของวัตถุดิบอาหารตั้งแต่ฟาร์มสู่โต๊ะอาหาร ส่งเสริมการผลิตสินค้าอาหารในชุมชนเป็นการเกษตรปลอดภัย ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอาหาร ยุกระดับเทศกาลประเพณีอาหารในท้องถิ่นของจังหวัด สอดคล้องกับการศึกษาของ สิริตา พันธุ์เทียน และคณะ (2560) ได้กล่าวว่า การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์อาหารของฝากท้องถิ่นให้มีความทันสมัย สามารถส่งเสริมเพื่อเป็นของฝากชุมชนสำหรับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนและขับเคลื่อนให้เกิดเป็นสินค้าต้นแบบของชุมชน

2. แนวทางการส่งเสริมด้านการปรุงอาหารท้องถิ่น (Culinary technique) นำเสนอเทคนิคการปรุงอาหารแบบดั้งเดิมของชุมชนกับการท่องเที่ยว เพื่อสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ที่สอดคล้องกับฤดูกาลหรือเทศกาลต่าง ๆ พร้อมกับการเพิ่มมาตรการความปลอดภัยในอาหาร สร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวที่ไม่คุ้นชินกับอาหารเพื่อป้องกันการเกิดอาหารเป็นพิษหรือการแพ้อาหาร สอดคล้องกับ ปาจริย์ กิจกาญจนกุล (2566) พบว่าองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นทางด้านอาหารพื้นบ้านของชุมชนบางกระดี่สะท้อนให้เห็นถึงความฉลาดของภูมิปัญญาพื้นบ้านที่เรียนรู้จากธรรมชาติ การนำเสนอวัตถุดิบจากแหล่งธรรมชาติมาประกอบเป็นอาหารได้อย่างเหมาะสม มีวิธีการปรุงอาหารมอญอันเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นที่น่าสนใจ

3. แนวทางการส่งเสริมด้านผู้ประกอบการร้านอาหาร (Culinary enterprise) การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่น การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในชุมชน โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชนให้เข้ามามีส่วนร่วมกับการจัดการการท่องเที่ยว การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร ประกอบด้วย สร้างมาตรฐานสูตรอาหาร (Standard operation procedure) ยุกระดับความปลอดภัยในอาหารให้มีคุณภาพบริการสุขภาพของบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เช่น การอบรมผู้สัมผัสอาหาร ผู้ประกอบอาหาร จากกรมอนามัย และการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารอย่างมีมาตรฐาน ส่งเสริมกรรมวิธีการทำอาหารท้องถิ่นโดยใช้

วัตถุดิบสมุนไพรไทยแบบดั้งเดิม สอดคล้องกับ ทศพร ล้มดำเนิน (2560) กล่าวว่า การเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ต้องมีการจัดการความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และความสามารถในการเข้าถึง ได้แก่ ป้ายเตือนแก่นักท่องเที่ยวในจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั้งภาษาไทย และภาษาต่างประเทศ เครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ การให้บริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว และจุดบริการหน่วยปฐมพยาบาลเบื้องต้น ด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวของชุมชน

4. แนวทางการส่งเสริมด้านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Culinary experience) การประชาสัมพันธ์และการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์อย่างต่อเนื่องเพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวได้รับความนิยม ประกอบด้วย การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยส่งเสริมด้านการตลาด เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่ สอดคล้องกับงานวิจัย หทัยชนก ฉิมบ้านไร่ และรัชพงษ์ศ์ วงศาโรจน์ (2558) พบว่า อาหารพื้นเมืองน่านส่วนใหญ่มีศักยภาพอยู่ในระดับสูง นักท่องเที่ยวพึงพอใจในด้านอัตลักษณ์ของอาหารพื้นเมืองมากที่สุด มีการเสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านอาหารพื้นเมืองของจังหวัดน่าน 6 ด้าน คือ 1) ด้านอัตลักษณ์ของอาหารพื้นเมือง 2) ด้านคุณภาพของอาหารพื้นเมือง 3) ด้านราคา 4) ด้านการบริการ 5) ด้านลักษณะของร้านอาหารพื้นเมือง และ 6) ด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาด สำหรับการวางแผนการจัดทำปฏิทินเทศกาล ฤดูกาลของวัตถุดิบที่ผลิตได้ในพื้นที่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถกำหนดวางแผนการเดินทางมาเยือน สอดคล้องกับงานวิจัย ภัทรพร พันธูรี (2558) กล่าวว่า การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่สามารถสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวมากที่สุดด้วย การสร้างความประทับใจแบบต่าง ๆ ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การเสนอให้ชิมอาหาร การให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น การให้นักท่องเที่ยวได้ซื้อสินค้าหรือของที่ระลึกเกี่ยวกับอาหาร การนำเสนอเรื่องราวความรู้เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่น การนำชมแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร และการนำวัตถุดิบท้องถิ่นมาทำอาหาร เพื่อส่งเสริมและสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของนักท่องเที่ยวนั้น ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจได้อย่างแท้จริงในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

6. องค์ความรู้ใหม่

การสร้างองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ต่าง ๆ โดยการกำหนด 1) การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน 2) ส่งเสริมแนวทางของตลาดท่องเที่ยวเชิงอาหาร 3) การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่ เพื่อยกระดับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารสู่การเป็น Gastronomy destination โดยให้ความสำคัญกับการสื่อสารข้อมูลเชิงบวกผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงอาหารที่กำลังการใช้จ่ายต่อไป

7. สรุป

การส่งเสริมแนวทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ต้องมีการเตรียมความพร้อมเชิงพื้นที่ในชุมชนต่าง ๆ การรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว การพัฒนาเชฟด้านอาหารไทย เพื่อนำเสนอและเล่าเรื่อง (Story telling) ผ่านรายการวัตถุดิบอาหารท้องถิ่นสู่โต๊ะอาหาร (Farm to table) เน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกลุ่มเกษตรกรที่มีศักยภาพ สร้างผลิตภัณฑ์หนึ่งชุมชนหนึ่งผลิตภัณฑ์จากแต่ละหมู่บ้าน เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้และบอกต่อผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงอาหารกับชุมชนต่อไป

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

หน่วยงานในจังหวัดนนทบุรีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารควรนำผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ไปทำการวิเคราะห์ข้อมูลซ้ำอีกครั้ง และจัดทำแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนนทบุรี ให้ความสำคัญบูรณาการมากขึ้น เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนต่อไป

8.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

นักวิชาการ นักวิจัย หรือผู้สนใจ ควรทำการศึกษาวิจัยในรูปแบบเชิงปริมาณผ่านการรวบรวมข้อมูลจากมุมมองของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารและชุมชนวัฒนธรรมอาหารเพิ่มเติม โดยใช้ปัจจัยที่ได้ค้นพบจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นตัวแปรในการศึกษาครั้งต่อไป ทั้งนี้เพื่อเป็นการต่อยอดองค์ความรู้ใหม่ และส่งเสริมอาหารไทยเป็นซอฟต์แวร์ของประเทศไทยต่อไป

9. เอกสารอ้างอิง

- คณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ. (2567, มิถุนายน 5). นโยบายสนับสนุนการสร้างพลังสร้างสรรค์หรือซอฟต์แวร์ของประเทศ. <https://thacca.go.th/>.
- ทศพร ลิ่มดำเนิน. (2560). แนวทางการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารกรณีศึกษาคลองดำเนินสะดวก อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. บัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นิลบล ประเคนภัทรา และภูริ ชุนห์จร. (2567). กลยุทธ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อสุขภาพของประเทศไทย. วารสารวัฒนธรรมอาหารไทย, 6(1), 60–69.
- ปรารภพิษณุ กัษวัฒน์. (2566, พฤศจิกายน 22). ใช้ Soft power “อาหารไทย” สร้างจุดเด่นให้การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) คืบรายได้ให้ชุมชนอย่างยั่งยืน. สาลิกาข่าว. <https://www.salika.co/2023/11/22/soft-power-gastronomy-tourism/>.

- ปจรรย์ กิจกาญจนกุล. (2566). องค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านอาหารพื้นถิ่นมอญ กลุ่มน้ำแม่กลอง จังหวัดราชบุรี. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 23(1), 204-233.
- บุญยง ลีหะสุวรรณ. (2565). *แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนนทบุรี* [วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยพะเยา.
- ภัทรพร พันธุ์. (2558). การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยผ่านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 8(2), 27-38.
- ศรุต นิตวีรการ. (2557). สำหรับอาหารมอญเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. *วารสารกระแสนวัฒนธรรม*, 15(28), 39-58.
- สรिता พันธุ์เทียน, ทรงคุณ จันทกร และมารีสา โกเศยะโยธิน. (2560). รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย โดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเขตจังหวัดลุ่มแม่น้ำภาคกลาง. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 9(3), 190-198.
- สุปรียา ภูผาลา และจารุวรรณ แดงบุผา. (2565). การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชนในประเทศไทย. *วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*, 8(1), 286-304.
- หทัยชนก ฉิมบ้านไร่ และรัชพงศ์ วงศาโรจน์. (2558). ศักยภาพอาหารพื้นเมืองและแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านอาหาร พื้นเมืองจังหวัดน่าน. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 11(1), 37-53.
- เอี่ยมพร หลินเจริญ. (2555). เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ. *วารสารการวัดผลการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*. 17(1), 17-29.