

**เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างเมืองตรัง
เพื่อการเรียนรู้บนเศรษฐกิจสร้างสรรค์**
**Cultural Tourism Routes and Trang Roasted Pork Culture Heritage
for Learning in Creative Economy**

ทัศนาวลัย ตันติเอกรัตน์^{1*} และ ชฎาวรรณ ศิริจารุกุล ²
Tussanawalai Tuntiekaratana^{1*} and Chadawan Sirijarukul²

^{1,2}โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

^{1,2}School of Tourism and Hospitality Management, Suan Dusit University

*Corresponding author, e-mail: tussanawalai.tun@gmail.com

Received October 14, 2024; Revised December 23, 2024; Accepted December 27, 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความคิดเห็นต่อการสร้างเส้นทางท่องเที่ยว 2) ประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างตรัง และ 3) สร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างตรัง เป็นการวิจัยแบบผสม งานวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน งานวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลการสัมภาษณ์กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว ด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง เลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจง ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมและความคิดเห็นต่อการสร้างเส้นทางท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก 2) ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างตรัง พบว่า มีศักยภาพการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ศักยภาพการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว และศักยภาพการรองรับด้านการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก 3) การสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างตรัง ได้นำสถานที่ที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมมาเชื่อมโยงเป็นเส้นทางท่องเที่ยว “มนต์เสน่ห์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตำนานหมูย่างเมืองตรัง” มีลักษณะการจัดเส้นทางแบบทางเดียว ประกอบด้วยร้านอาหารเช้าแบบติ่มซำ ชุมชนท่าจีน ศาลเจ้าท่ามกงเยี้ย อาคารสถาปัตยกรรมชิโนโปรตุกีส อนุสาวรีย์พระยารัษฎานุประดิษฐ์มหิศรภักดี ชุมชนวิสาหกิจผ้าทอนาหมื่นศรี ชุมชนหมูย่างปายาง บ้านตระกูลศิริรัตน์ โรงงานเตาย่างหมู โดยมีการประเมินความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ระดับมาก

คำสำคัญ : เส้นทางท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว อาหารหมูย่างเมืองตรัง

Abstract

The objectives of the research were: 1) to analyze tourist behavior and opinions towards tourism routes, 2) to evaluate the tourist attraction potential of the cultural tourism destinations in which the Trang roasted pork culture heritage was included, 3) to create a cultural tourism route in which the roasted pork culture heritage of Trang province was included. This research took a mixed-methods approach. Quantitatively, data was collected by means of questionnaires. Four hundred tourists completed the questionnaires. They were invited to the research by simple random sampling. The data was analyzed for percentages, means, and standard deviation. Qualitatively, tourism stakeholders were asked to participate in semi-structured interviews. The interviewees were purposefully selected. A content analysis was carried out on the data. The analyses found that 1) the tourists' behavior and their opinions towards the tourist routes fell into a high level, 2) the tourist attraction potential of the cultural tourism attractions, in which the Trang roasted pork culture heritage was included, fell into a high level in all three areas: tourist attraction, tourism management, and tourism capacity. 3) The created one-way travel route called "The charm of cultural tourism, the legend of Trang's roasted pork" was identified to be an appropriate trip at a high level. The route covered Trang Dim Sum breakfast, Tha-Chin Village, Tham-Kong Yia Shrine, Sino-Portuguese architecture buildings, Phraya Ratsadanupradit Mahison Phakdi Monument, Na Muen Sri Woven Cloth Community, Pa Yang Roasted Pork Community, Kirirat House, and Trang Roasted Pork Factory.

Keywords: Tourism Route, Cultural Tourism, Tourist Attraction Potential, Trang Roasted Pork

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้ชื่นชมวิถีชีวิต ศิลปะ ขนบธรรมเนียม ประเพณีที่แสดงออกถึงวัฒนธรรมความเจริญรุ่งเรือง ได้เรียนรู้ประวัติความเป็นมา ความเชื่อ และความนิยมของคนในพื้นที่ตั้งแต่อดีตสืบทอดกันมาถึงปัจจุบัน โดยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะนำเอาภูมิปัญญาที่มีในท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน ทั้งนี้เป็นสิ่งที่สามารถสร้างความแตกต่างและความตื่นเต้นให้แก่ นักท่องเที่ยวในการมาสัมผัสวิถีชีวิตชนบทอย่างแท้จริง ถือเป็นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดผลกระทบทางบวก เพราะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสามารถขยายฤดูกาลท่องเที่ยวได้ในทุกช่วงเวลาโดยที่ไม่จำกัดถึงสภาพอากาศ (สริตา พันธุ์เทียน และคณะ, 2560) จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) มีเป้าหมายในการยกระดับศักยภาพการแข่งขันทางเศรษฐกิจของไทยผ่านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative economy) นำเอกลักษณ์และศักยภาพของท้องถิ่นที่มีอยู่มาต่อยอดและพัฒนาเพื่อ

สร้างเกิดรายได้ สร้างความมั่งคั่งฟื้นฟูให้กับชุมชน รัฐบาลมีแนวทางการฟื้นฟูเศรษฐกิจตามนโยบายที่มุ่งส่งเสริม Soft Power ได้แก่ อาหาร ภาพยนตร์ ศิลปะการป้องกันตัว แพชั่นไทย เทศกาลประเพณีไทย ให้เป็นทรัพยากรที่สำคัญสู่สินค้าส่งออกทางวัฒนธรรมของประเทศไทย ซึ่งถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

ทั้งนี้องค์การท่องเที่ยวโลก (UNWTO) เห็นความสำคัญของการกินและได้กล่าวถึงปรากฏการณ์เที่ยวเพื่อกินหรือการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy tourism) ว่าเป็นการช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นควบคู่กับการท่องเที่ยว เพราะการรับประทานอาหารเป็นหนึ่งในกิจกรรมหลักที่นักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายเงินและมีเวลามากที่สุด (The United Nation World Tourism Organization, 2014) และพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามามีค่าใช้จ่ายหมวดอาหารและเครื่องดื่มเพิ่มสูงขึ้น คิดเป็น 1 ใน 3 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่ได้เข้ามาท่องเที่ยว และมีนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสประสบการณ์ใหม่ผ่านวัฒนธรรมการบริโภคอาหาร ถือเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มุ่งเน้นประสบการณ์จากวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างแท้จริง (World Tourism Organization, 2012) ทั้งนี้ สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารของโลกสร้างรายได้ที่มีมูลค่าสูงถึง 150,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สำหรับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของประเทศไทย รัฐบาลกำหนดนโยบายส่งเสริมกระตุ้นเศรษฐกิจ อาทิ โครงการ Amazing Thai Taste เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยวกระจายประโยชน์ทางเศรษฐกิจสู่ภาคการเกษตร โดยอาหารท้องถิ่นสามารถเป็นสื่อบอกเล่าเรื่องราวที่สำคัญในการนำเสนออัตลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยว อาหารแต่ละท้องถิ่นจะแสดงถึงการได้เรียนรู้วิถีการและลงมือทำอาหารด้วยตนเอง การลิ้มรสอาหาร และความสุนทรีภาพของเรื่องราวอาหาร ถือเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจและทำให้นักท่องเที่ยวเปิดใจรับและเรียนรู้วัฒนธรรมต่างๆ การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงเป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่นอันจะทำให้การท่องเที่ยวขยายตัวอย่างต่อเนื่อง (พรณี สวนเพลง และคณะ, 2559)

จังหวัดตรังเป็นจังหวัดที่มีสิ่งดึงดูดใจด้านวิถีวัฒนธรรม ประเพณีเทศกาลที่มีชื่อเสียงมายาวนาน เช่น เทศกาลขนมเค้ก เทศกาลไหว้พระจันทร์ เทศกาลถือศีลกินผัก เทศกาลหมุย่างเมืองตรัง เป็นต้น ซึ่งเกิดจากการผสมผสานระหว่างความเป็นชุมชนเมืองและชนบท มีเอกลักษณ์ดั้งเดิมที่ไม่ผันเปลี่ยนไปตามกาลเวลาและกระแสนิยม สามารถสัมผัสได้จากวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น และตรังเป็นเมืองที่มีเสน่ห์ในเรื่องของอาหารการกินได้รับการขนานนามว่า “เมืองแห่งคนช่างกิน” และในปี พ.ศ. 2558 ได้รับเลือกจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้เป็น 1 ใน 12 เมืองต้องห้าม...พลาด ภายใต้แนวคิด “ตรัง..ยุทธจักรความอร่อย” (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558) โดยในปี พ.ศ. 2548 “หมุย่างเมืองตรัง” ได้รับการคุ้มครองเป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications: GI) เป็นอาหารที่มีประวัติศาสตร์มายาวนานรวมทั้งการผลิตหมุย่างที่มาจากภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่นที่มีวัฒนธรรมการกินผสมผสานกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ดั้งเดิมตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2549) นอกจากนี้ ยังมีการนำหมุย่างขึ้นโต๊ะในงานแต่งงาน งานตรุษสารท งานศพ และพิธีเช่นไหว้ โดยจังหวัดตรังจัดให้มีงานหมุย่างเมืองตรังในเดือนกันยายนของทุกปี มีผู้ผลิตหมุย่างที่ได้รับการขึ้นทะเบียนคุ้มครองเป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) อยู่ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง อำเภอห้วยยอด และอำเภอย่านตาขาว ทั้งยังพบว่า รายได้จากการผลิตและจำหน่ายหมุย่างเฉลี่ย

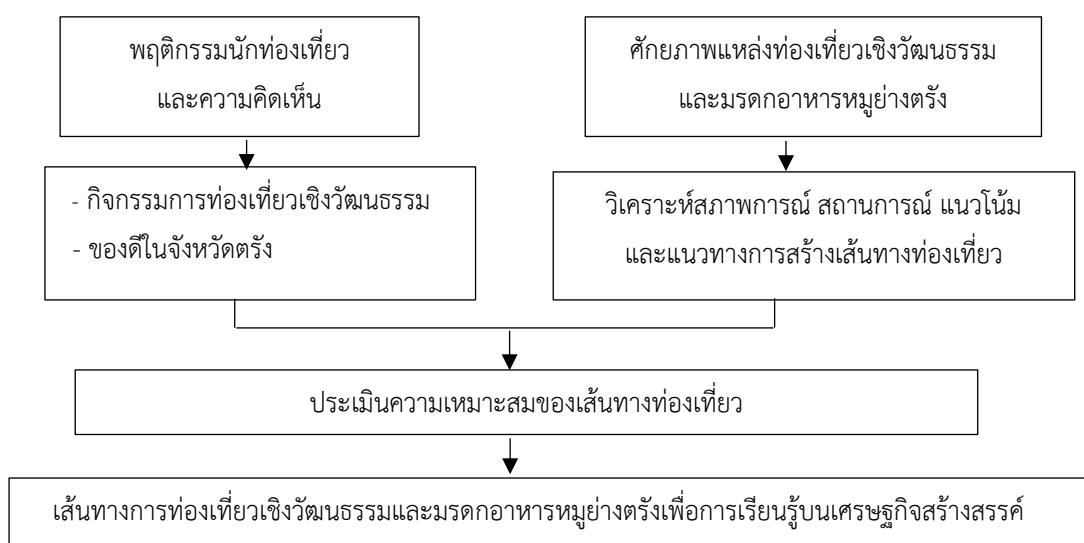
เป็นจำนวน 300 กิโลกรัมต่อวัน หากเป็นช่วงฤดูการท่องเที่ยวจะมีการผลิตและจำหน่ายเป็นจำนวน 1,000 กิโลกรัมต่อวัน (กันยาวิ หัวเขา, 2563) หมุ่ยย่างเมืองตรังสามารถสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการในท้องถิ่นจากรุ่นสู่รุ่น โดยมีกระบวนการผลิตที่มีสูตรเฉพาะ มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น แต่ในปัจจุบันแหล่งที่มาของข้อมูล เรื่องราวความเป็นมาของหมุ่ยย่างเมืองตรังอาจจะยังไม่ปรากฏข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์ หรือมีแหล่งที่สามารถสืบค้นได้ชัดเจน เช่น แหล่งวัตถุดิบก่อนการผลิต กระบวนการผลิตหมุ่ยย่าง สถานที่ที่มีความเกี่ยวข้อง ผลิตภัณท์ของฝากจากหมุ่ยย่าง เป็นต้น เพื่อให้ทุกพื้นที่ทุกชุมชนที่มีความเกี่ยวข้องกับหมุ่ยย่างเมืองตรังได้เป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกทางอาหารของจังหวัดตรัง นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ความเป็นมา เอกลักษณ์การผลิตแบบดั้งเดิม รวมทั้งคุณค่าของหมุ่ยย่างเมืองตรังที่มากกว่าการซื้อหมุ่ยย่างเพื่อเป็นของฝาก แต่ยังมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์และสะท้อนถึงวิถีชีวิตของชาวตรังได้เป็นอย่างดี

ดังนั้น การสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมุ่ยย่างเมืองตรังเพื่อการเรียนรู้บนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จะทำให้นักท่องเที่ยวได้ข้อมูลที่มีความชัดเจนเป็นรูปธรรม และสามารถเดินทางท่องเที่ยวตามเส้นทางเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งเรียนรู้ต่าง ๆ ได้มากขึ้น และยังสามารถเพิ่มรายได้ให้กับท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความคิดเห็นต่อการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมุ่ยย่างในจังหวัดตรัง
2. เพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมุ่ยย่างตรัง
3. เพื่อสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมุ่ยย่างตรังเพื่อการเรียนรู้บนเศรษฐกิจสร้างสรรค์

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสม โดยใช้การสัมภาษณ์และแบบสอบถามเป็นเครื่องมือนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ โดยมีขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความคิดเห็นต่อการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างตรง เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดตรัง เดือนมิถุนายน - เดือนพฤศจิกายน 2563

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยทราบจำนวนประชากรที่มีจำนวนไม่มากนัก สามารถสุ่มได้อย่างเท่าเทียมกันตามโอกาสความน่าจะเป็น ใช้สูตรของ Roscoe (1975) จำนวน 400 คน

เครื่องมือ ใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและความคิดเห็นต่อการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างตรง เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ประกอบด้วย ข้อมูลพื้นฐาน พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างตรง และข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) แสดงผลการวิเคราะห์ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ขั้นตอนที่ 2 ประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างตรง เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ประชากร คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐ เอกชน ชุมชนที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดตรัง

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ผู้วิจัยคัดเลือกจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวและกำหนดคุณสมบัติเป็นผู้มีความรู้ ประสบการณ์จริงในพื้นที่ไม่น้อยกว่า 10 ปี หรือมีประสบการณ์การผลิตหมูย่างเมืองตรัง โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ประกอบด้วย สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาตรัง หอการค้าตรัง สำนักงานวัฒนธรรม นักวิชาการ ผู้นำชุมชน และผู้ประกอบการหมูย่างที่ขึ้นทะเบียนขอใช้ตราสัญลักษณ์ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์หมูย่างเมืองตรัง (GI) จำนวน 40 คน

เครื่องมือ ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับสภาพการณ์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางการท่องเที่ยว สถานการณ์แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างตรง แนวทางการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมรดกอาหารหมูย่างเมืองตรังเพื่อการเรียนรู้บนเศรษฐกิจสร้างสรรค์

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ SWOT วิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) และสังเคราะห์ข้อมูล จัดกลุ่มเนื้อหาหลักที่มีความหมายสอดคล้องใกล้เคียงกันนำเสนอในลักษณะพรรณนาแล้วนำมาสรุปในภาพรวม

ทั้งนี้ ส่วนของการวิจัยเชิงปริมาณใช้วิธีการดำเนินการวิจัยเช่นเดียวกับการศึกษาในขั้นตอนที่ 1

ขั้นตอนที่ 3 ประเมินความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างตรง เป็นการประเมินความเหมาะสมหลังจากเสร็จสิ้นการทดลองเส้นทางท่องเที่ยวในพื้นที่จริง

ประชากร คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการ ชุมชน และ นักวิชาการ ที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดตรัง

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) กำหนดคุณสมบัติเป็นผู้มีความรู้ ประสบการณ์และมีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ประกอบด้วย สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา หอการค้าตรัง สำนักงานวัฒนธรรมตรัง บริษัทนำเที่ยว ผู้นำชุมชน นักวิชาการ จำนวน 20 คน

เครื่องมือ ใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างตรง เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 10 ข้อ

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) แสดงผลการวิเคราะห์ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามฉบับร่างให้ผู้เชี่ยวชาญซึ่งมีความรู้และประสบการณ์ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ความครอบคลุมของเนื้อหาและความถูกต้องของภาษาที่ใช้ โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องของเครื่องมือ (Index of Item Objective Congruence: IOC) ซึ่งมีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.60–1.00 และดัชนีความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับเนื้อหาข้อ และ นำแบบสอบถามที่แก้ไขตามคำแนะนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับประชากรที่ศึกษา จำนวน 30 คน ทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Analysis) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.976

ผลการวิจัย

1. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความคิดเห็นต่อการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างตรง สรุปผล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดตรัง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 53.00 มีอายุ 40-49 ปี ร้อยละ 34.75 สถานภาพสมรส ร้อยละ 52.50 ประกอบอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 27.25 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 52.50 มีรายได้ 15,001–20,000 บาท ร้อยละ 24.00 และมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ ร้อยละ 68.25 เดินทางมาเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน ร้อยละ 62.00 เดินทางกับครอบครัว ร้อยละ 51.50 ด้วยรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 75.00 เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดตรังแบบไปเช้า-กลับเย็น ร้อยละ 81.25 มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 4,001–5,000 บาท ร้อยละ 25.75 คิดเห็นว่าจังหวัดตรังมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น นักท่องเที่ยวต้องการไปแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ขึ้นขอบหมูย่างเมืองตรังเพราะมีรสชาติอร่อยกลมกล่อม และรับทราบข้อมูลข่าวสารจากสื่อออนไลน์

ทั้งนี้กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการเข้าร่วม คือ 1) เลือกซื้อหมูย่างทรง 2) ชิมหมูย่างหน้าเตา 3) ชมแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ 4) ชมแหล่งผลิตหมูย่าง และ 5) ร่วมประกอบอาหารหรือขนมที่มีวัตถุดิบจากหมูย่างตามลำดับ และพฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างเมืองตรังบนเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ได้แก่ 1) ความพร้อมของนักท่องเที่ยวสามารถร่วมทำกิจกรรมได้ รองลงมา คือ 2) เป้าหมายในการท่องเที่ยวโดยมีความชื่นชอบอาหารหมูย่างทรง 3) ผลลัพธ์ที่จะตามมาและปฏิกริยาที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ โดยนักท่องเที่ยวประทับใจหลังจบทริปการท่องเที่ยว 4) การตอบสนองต่อสิ่งเร้าโดยได้ทำกิจกรรมตามที่ตนเองตัดสินใจเลือกสรร 5) การสื่อสารและการแสดงออกโดยกิจกรรมที่ร่วมทำนั้นตอบสนองความต้องการของตนเอง และ 6) สถานการณ์ภาวะแวดล้อมโดยนักท่องเที่ยวสามารถเป็นผู้ตามที่ดีในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ และด้านความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ในภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับมาก ได้แก่ 1) สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีการคมนาคมขนส่งที่สะดวกสบาย รองลงมา คือ 2) การบริการการท่องเที่ยวโดยมีการตระหนักถึงสำคัญของนักท่องเที่ยว 3) แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมการกินและรสชาติหมูย่างอย่างแท้จริง 4) กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถเยี่ยมชมแหล่งผลิตและสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับอาหารหมูย่างทรง และ 5) การตลาดการท่องเที่ยวที่สามารถให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้ โดยมีข้อเสนอแนะ คือ โปรแกรมการท่องเที่ยวต้องมีอัตลักษณ์ความเป็นพื้นถิ่นของตรัง นำเสนอธรรมชาติ วัฒนธรรม การแสดงวิถีชีวิต อาหารพื้นบ้าน และการละเล่นพื้นถิ่น เป็นต้น หรือจัดกิจกรรม One day eat ชิมอาหารในเส้นทางการท่องเที่ยว นำเที่ยวชุมชนโบราณที่มีคนรุ่นเก่าหรือลูกหลานเล่าเรื่องประวัติความเป็นมาของหมูย่าง เรียนรู้วัฒนธรรมการกินของชาวตรัง จัดทำเส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมไทย-จีน ชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์โดยนั่งรถตุ๊กตุ๊กหวับเยี่ยมชมรอบบริเวณเมืองตรัง ทั้งนี้ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสการท่องเที่ยวตามธรรมชาติเชิงอนุรักษ์ จัดสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มากกว่าเดิม และบริการรถสาธารณะที่ต้องมีความปลอดภัยควบคู่ด้วย

2. ประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างทรง สรุปผล ดังนี้

ข้อมูลทางประวัติศาสตร์ในอดีตถึงปัจจุบันมีแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างทรง รวม 6 อำเภอ ประกอบด้วย

อำเภอ	สถานที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างทรง
1. เมือง	ศาลเจ้าท่ามก่งเยี่ย ศาลเจ้ากิวอ่องเอี้ย ชุมชนท่าจีน พิพิธภัณฑ์พระยารัษฎานุประดิษฐ์มหิศรภักดี
2. นาโยง	ชุมชนนาหมื่นศรี
3. ย่านตาขาว	โบราณสถานบ้านคีรีรัตน์
4. ปะเหลียน	พิพิธภัณฑ์เต่าถ่าน
5. กันตัง	สถานีรถไฟกันตัง ศาลเจ้าฮกเกี้ยน
6. ห้วยยอด	บ้านขนมตำบลาลูรา ศาลเจ้าเต่าบ้อง (แม่กว่นอิม) ศาลเจ้ากิวอ่องไต่เต่ ศาลเจ้าตัวเปะกง สถานีรถไฟห้วยยอด และเหมืองแร่มรกต

โดยในภาพรวมพบว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหมย่างตริง อยู่ในระดับมาก ประกอบด้วย องค์ประกอบที่ 1 ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม และด้านกายภาพและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว รองลงมา คือ องค์ประกอบที่ 2 ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน และด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก และ องค์ประกอบที่ 3 ศักยภาพการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านการจัดการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว และด้านการจัดการท่องเที่ยว ตามลำดับ เมื่อจำแนกศักยภาพของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว พบว่า มีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลางถึงมากที่สุด คือ 1) สถานีรถไฟกันตัง อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ 2) พิพิธภัณฑ์พระยารัษฎานุประดิษฐ์มหิศรภักดี อยู่ในระดับมากที่สุด 3) สถานีรถไฟห้วยยอด อยู่ในระดับมาก 4) ชุมชนนาหมื่นศรี อยู่ในระดับมาก 5) ศาลเจ้าฮกเกี้ยน อยู่ในระดับมาก 6) ศาลเจ้ากิวอ่องเอี้ย อยู่ในระดับมาก 7) ศาลเจ้าเต้าบ๊อง (แม่กวนอิม) อยู่ในระดับมาก 8) ศาลเจ้าตัวเป้งกง อยู่ในระดับมาก 9) พิพิธภัณฑ์เตาถ่าน อยู่ในระดับมาก 10) โบราณสถานบ้านคีรีรัตน์ อยู่ในระดับมาก 11) ศาลเจ้าท่ามกงเอี้ย อยู่ในระดับมาก 12) บ้านขนมตำบลาลำกูรา อยู่ในระดับมาก 13) เหมืองแร่เหมืองมรกต 14) ศาลเจ้ากิวอ่องไต่เต๋ อยู่ในระดับปานกลาง และ 15) แม่น้ำชุมชนท่าจีน อยู่ในระดับปานกลาง

จากการวิเคราะห์สภาพการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมย่างตริง พบว่า

จุดแข็ง หมย่างเป็นสินค้าหรืออาหารที่ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) มีเอกลักษณ์ต้นตำรับดั้งเดิมกับวัฒนธรรมในอดีตที่นำไปร่วมในทุกเทศกาลงานประเพณีและงานพิธีการต่าง ๆ หมย่างมีหนังที่กรอบ เนื้อนุ่ม และมีคุณภาพดีมีกระบวนการผลิตแบบเฉพาะ ทั้งการหมัก การย่างแบบใช้เตาดินที่ย่างทั้งตัว ทำให้มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์ไม่เหมือนที่อื่นและมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันแพร่หลาย ปัจจุบันนักท่องเที่ยวสามารถแวะซื้อหมย่างเป็นของฝากหรือบริโภคที่สะดวกเข้าถึงง่ายกว่าในอดีต มีการจัดตั้ง “ชมรมผู้ประกอบการหมย่างเมืองตริง” เพื่อร่วมวางแผน ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจในการดำเนินกิจการหมย่าง

จุดอ่อน พบว่า ในอดีตเป็นอาหารจานหลักแต่ปัจจุบันกลายเป็นอาหารจานรองที่ทานคู่กับต้มยำเมืองตริง มีช่วงอายุที่สั้นในการเก็บรักษาให้คงเดิม ผู้ประกอบการบางรายดัดแปลงสูตรหมัก กรรมวิธี วัตถุดิบเพื่อลดต้นทุนการผลิตจึงมีรสชาติคุณภาพที่แตกต่างกัน ไม่สามารถทราบได้ชัดเจนว่ารสชาติดั้งเดิมเป็นแบบใด ในบางสถานที่การผลิตยังขาดระบบการจัดการที่เป็นมาตรฐาน ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถเข้าชมการผลิตได้ และในช่วงเวลาการผลิตไม่เอื้อแก่การเข้าชมเนื่องจากจะยุ่งเหยิงในเวลาเที่ยงคืนเป็นต้นไป ประมาณ 3-4 ชั่วโมง อีกทั้งสถานที่จำหน่ายยังไม่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ ปัจจุบันผู้บริโภคจะเน้นสุขภาพมากขึ้นอาจจะมีนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเล็กหรือกลุ่มเฉพาะ (สายกิน) ข้อมูลร้านจำหน่ายหมย่างที่เป็นของฝากยังคงมีค่อนข้างน้อยและไม่สามารถชี้เฉพาะได้ว่าเป็นร้านที่จำหน่ายหมย่างสูตรดั้งเดิมอย่างแท้จริง รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ยังไม่ทั่วถึงและไม่มีรูปแบบการจำหน่ายที่หลากหลาย

โอกาส พบว่า หน่วยงานภาครัฐและเอกชนส่งเสริมสนับสนุน จัดงาน “เทศกาลหมย่างเมืองตริง” เป็นประจำทุกปี อีกทั้งพฤติกรรมนักท่องเที่ยวหลัง Covid-19 จะเปลี่ยนไปท่องเที่ยวแบบกลุ่มเล็กและนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่ต้องการเรียนรู้ถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประเทศไทยจัดให้มีโครงการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงพัฒนาเทคโนโลยีสื่อออนไลน์เข้ามามีบทบาทในยุค

ปัจจุบันทำให้ง่ายต่อการเพิ่มช่องทางในการจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดอย่างทั่วถึง

อุปสรรค พบว่า ปัจจุบันมีการสร้างถนนสายหลักที่ไม่ผ่านตัวเมืองเก่าจึงทำให้การเชื่อมโยงเส้นทางของเมืองเก่าเป็นไปได้ค่อนข้างยาก เนื่องจากพื้นที่สำคัญในอดีตส่วนใหญ่จะอยู่ในตัวเมืองของอำเภอ ความมั่นคงและเสถียรภาพทางการเมืองไทยมีผลให้ประชาชนไม่มีความมั่นคงในการประกอบอาชีพ ขาดความปลอดภัยในชีวิตอาจจะไม่เน้นเรื่องการท่องเที่ยวเท่าใดนัก (กลุ่มคนระดับล่าง) ขาดความร่วมมือและความพร้อมในการร่วมกันของกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างจริงจัง ผู้ประกอบการรุ่นเก่าขาดความเข้าใจและปรับตัวตามเทรนด์ปัจจุบัน รวมถึงวิธีการพัฒนาให้หมู่บ้านเป็นผลิตภัณฑ์สู่สากลและมีการขนส่งแบบ AI ในภาคธุรกิจ

สถานการณ์แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างตรัง พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวในจังหวัดตรังเพื่อชิมอาหารท้องถิ่น แต่เนื่องจากความพร้อมของจังหวัดไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม ดังนั้น การสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมรดกอาหารหมูย่างเมืองตรัง จะช่วยผลักดันให้ธุรกิจหมูย่างไปในทิศทางที่ดีขึ้น ถือเป็นโอกาสที่ทำให้สามารถเพิ่มฐานลูกค้าได้ เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวหรือกลุ่มที่สนใจมาศึกษาดูงานเยี่ยมชมมากขึ้น และก่อให้เกิดการสร้างรายได้แก่ชุมชน แต่ทั้งนี้ควรคำนึงถึงกระแสการท่องเที่ยวที่เน้นอาหารเพื่อสุขภาพ ทานหมูย่างอย่างไรไม่ให้อ้วน แนวโน้มสามารถสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ แต่ไม่เจาะจงเส้นทางท่องเที่ยวอาหารหมูย่างเพียงอย่างเดียว ควรร่วมมือกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บริษัทนำเที่ยว เพื่อนำเส้นทางท่องเที่ยวมาส่งเสริมการขาย

แนวทางการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างตรังเพื่อการเรียนรู้บนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า สามารถจัดเส้นทางทั้งแบบค้างคืนหรือเที่ยววันเดียว ต้องการให้เป็นเส้นทางเยี่ยมชมวิถีชีวิตชุมชนและวัฒนธรรมท้องถิ่น ควรมีความหมายที่สามารถใช้ได้เฉพาะถิ่นซึ่งเปลี่ยนแปลงให้เข้ากับบริบทท้องถิ่นได้ เน้นการนำเสนอขายแบบ On line และ Off line แต่คำนึงถึงการขายส่งไปต่างจังหวัดที่มีการคงไว้ซึ่งคุณภาพของสินค้า การทำเส้นทางท่องเที่ยวหมูย่างควรมีความโดดเด่นกว่าสถานที่ท่องเที่ยว จัดทำคลิปวิดีโอสื่อด้วยภาพประวัติความเป็นมา ระยะเวลา จุดแวะชม ตำแหน่งที่ตั้ง เปลี่ยนพฤติกรรมกรการขาย โดยสอบถามผู้ประกอบการถึงความพร้อมในการให้นักท่องเที่ยวเข้าชมการผลิตหมูย่าง ทั้งนี้ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต้องไม่สูงเกินไป ควรเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับความเป็นเมืองเก่า รวมทั้งความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว

3. สร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างตรังเพื่อการเรียนรู้บนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สรุปผล ดังนี้

แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการรองรับและมีความเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรมมรดกอาหารหมูย่างตรัง จำนวน 15 แหล่ง ผู้วิจัยได้ทำการคัดกรองเบื้องต้น คือ องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่เหมาะสมสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกเส้นทางการท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอเมือง อำเภอย่านตาขาว และอำเภอนาโยง เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วยคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ศักยภาพด้านกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว และการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และมีศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานและการพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก ศักยภาพในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว ด้านการจัดการอนุรักษ์แหล่ง

อภิปรายผลการวิจัย

1. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความคิดเห็นต่อการสร้างเส้นทางท่องเที่ยว ในภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับมาก โดยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว คือ ความพร้อมของนักท่องเที่ยว เป้าหมายในการท่องเที่ยว ผลลัพธ์ที่จะตามมาและปฏิภานที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ การตอบสนองต่อสิ่งเร้า การสื่อสารและการแสดงออก และสถานการณ์ภาวะแวดล้อม ตามลำดับ และด้านความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก คือ สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กิจกรรมการท่องเที่ยว และการตลาดการท่องเที่ยว ตามลำดับ สอดคล้องกับ Dickman (1996); Maddock (2000, p. 208) กล่าวว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยว ประกอบด้วย การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกในการเดินทาง รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นพื้นฐานการบริการที่นักท่องเที่ยวคาดหวัง และงานวิจัยของอัญชลี สมใจ และ พันธุ์วิ ญ ลำพูน (2563) กล่าวว่า มีความสนใจในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอาหาร กิจกรรมที่ส่วนใหญ่จะเป็นการไหว้พระและทำบุญ นักท่องเที่ยวมีความต้องการในเรื่องกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากที่สุด โดยเฉพาะมีความต้องการความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และมีความต้องการที่พักในแหล่งท่องเที่ยวน้อยที่สุด สอดคล้องกับผลการวิจัยของวงศ์ปัญญา นวนแก้ว และคณะ (2562) มีระดับทัศนคติที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของเสกสรรค์ สนวา และคณะ (2563) วิถีชีวิตของคนในชุมชนกับการมีส่วนร่วมเพื่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และบทบาทของคนในชุมชนต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทำให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจในบริบทสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างดี และพร้อมที่จะเดินทางกับมาท่องเที่ยวในครั้งต่อไป

2. ประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างตรัง ในภาพรวมพบว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างตรัง ประกอบด้วย องค์ประกอบที่ 1 ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว องค์ประกอบที่ 2 ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว และองค์ประกอบที่ 3 ศักยภาพการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกแต่ละแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างตรัง พบว่า มีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลางถึงมากที่สุด สอดคล้องกับทิพวัลย์ รามรัง และ ชัยรัตน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง (2564) กล่าวว่า จังหวัดตรังเข้าถึงได้ง่ายเนื่องจากเป็นเมืองชายฝั่ง มีธุรกิจร้านอาหารเกิดขึ้นมากมายและจังหวัดตรังเป็นเมืองรองไม่ได้มีการแข่งขันสูงมากนัก จึงทำให้โอกาสมีมากในการใช้อาหารท้องถิ่นดึงดูดนักท่องเที่ยว เนื่องจากมีอาหารดั้งเดิมเป็นที่รู้จักโดยเฉพาะหมูย่างเมืองตรัง

3. เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมูย่างตรังเพื่อการเรียนรู้บนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมซึ่งสามารถนำมาเชื่อมโยงก่อให้เกิดเป็นเส้นทางท่องเที่ยว ชื่อ “มนต์เสน่ห์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตำนานหมูย่างเมืองตรัง” มีลักษณะการจัดเส้นทางท่องเที่ยวแบบทางเดียว ประกอบด้วย ร้านอาหารเข้าดื่มชาเมืองตรัง – ชุมชนท่าจีน – ศาลเจ้าท่ามกงเยี่ย – อาคารสถาปัตยกรรมชิโนโปตุเกส – อนุสาวรีย์พระยารัษฎานุประดิษฐ์มหิศรภักดี – ชุมชนวิสาหกิจผ้าทอนาหมื่นศรี – ชุมชนปายาง – บ้านตระกูลศิริรัตน์ - โรงงานเตาอย่างหมู ทั้งนี้จากการประเมินเส้นทางดังกล่าวพบว่า กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องให้ความสำคัญกับป้ายบอกทิศทาง ป้ายสื่อความหมาย และระยะทาง มีความชัดเจนอยู่ในระยะ

สายตาที่มองเห็นได้ง่าย/สถานที่จอดรถภายในแหล่งท่องเที่ยวมีความเพียงพอ สะดวกและปลอดภัย และการดูแลรักษาความสะอาดบริเวณภายในแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งเสนอแนะว่า ควรเน้นที่จุดขาย "ตามรอยหมูย่างตรัง" บางพื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวสามารถใช้การรับชมผ่านคลิปวิดีโอแทนการแวะชมได้ เน้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนและเพิ่มประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยวโดยนำเสนอกิจกรรมการทำอาหาร เช่น การทำขนมจีบต้มยำ (อาหารเช้าพื้นเมือง) หรือกิจกรรมทางวัฒนธรรมท้องถิ่นที่สามารถเข้าถึงชุมชนได้มากขึ้น สอดคล้องกับ Abdelhamied (2011) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมอาหารจะต้องเป็นการจัดการท่องเที่ยวโดยใช้กิจกรรมเป็นตัวขับเคลื่อนให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมมากที่สุด เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว และมีข้อเสนอเพิ่มเติม แต่ทั้งนี้ต้องมีกิจกรรมที่สามารถสร้างจุดดึงดูด มีความเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่มเพศวัย และต้องมีเทคโนโลยีการสืบค้น (Application) เส้นทางท่องเที่ยวที่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้รวดเร็วและชัดเจน สอดคล้องกับทิพวัลย์ รามรัง และ ชัยรัตน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง (2564) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวที่มามีลองอาหารเมืองตรังอาจเกิดการบอกต่อหรือแบ่งปันประสบการณ์ผ่านช่องทางออนไลน์ และในจังหวัดพยายามส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารมาเป็นจุดขายสำหรับการท่องเที่ยว

สรุปผลการวิจัย

นักท่องเที่ยวเดินทางมาเพื่อท่องเที่ยว พักผ่อน เดินทางมากับครอบครัวด้วยรถยนต์ส่วนตัวแบบไปเช้ากลับเย็น โดยนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าจังหวัดตรังมีอัตลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น ชื่นชอบหมูย่างเมืองตรัง เพราะมีรสชาติอร่อยกลมกล่อม ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดตรังต้องการเข้าร่วมกิจกรรมทั้งการเยี่ยมชมแหล่งผลิตหมูย่าง ชิมหมูย่าง ร่วมผลิตอาหารที่มีวัตถุดิบจากหมูย่าง และซื้อหมูย่างเป็นของฝาก อีกทั้งนักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบมีเป้าหมายในการเดินทาง และมีความคิดเห็นว่าจังหวัดตรังมีความพร้อมในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวก การบริการการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กิจกรรมการท่องเที่ยว โดยให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับโปรแกรมท่องเที่ยวที่ต้องมีอัตลักษณ์ความเป็นพื้นถิ่นของตรัง นำเสนอทั้งธรรมชาติและวัฒนธรรม ชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ จึงนำมาสู่การสร้างเส้นทางท่องเที่ยว ชื่อว่า “มนต์เสน่ห์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดำเนินหมูย่างเมืองตรัง” ถือเป็นเส้นทางท่องเที่ยวอีกหนึ่งทางเลือก โดยใช้อัตลักษณ์ท้องถิ่นวัฒนธรรมอาหารหมูย่างที่ยังคงมีอยู่ให้นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจและชื่นชอบได้เดินทางมาเปิดประสบการณ์ที่ดี เรียนรู้สัมผัสวิถีชีวิต ร่วมกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์กับชุมชน ก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ที่เป็นการเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจอย่างสร้างสรรค์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดตรัง สามารถนำผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวไปใช้ประโยชน์ในการส่งเสริม ปรับปรุง พัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อให้อาณาจักรรองรับและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวได้มากขึ้น และเพื่อสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยใช้จุดเด่นเรื่อง

อาหารเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวหลักของจังหวัดตรัง ก่อให้เกิดการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในชุมชน

2. กลุ่มผู้ประกอบการอาหารหมุ่ยย่างเมืองตรัง สามารถนำผลของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไปพัฒนาต่อยอดให้เกิดมูลค่าสร้างอาชีพและกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชน โดยปรับปรุงหมุ่ยย่างเมืองตรังและกิจกรรมการแปรรูปจากหมุ่ยย่างให้เป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไป อีกทั้งจะทำให้คนในชุมชนตระหนักห่วงแหนในคุณค่าของทรัพยากรที่ยังคงมีอยู่ และช่วยกันอนุรักษ์ให้ทรัพยากรยังคงอยู่จากรุ่นสู่รุ่น

3. นักท่องเที่ยวสามารถสืบค้นข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับหมุ่ยย่างเมืองตรัง และแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจากสื่อแอปพลิเคชันเพื่อใช้ประกอบการเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยว และสามารถเดินทางท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมุ่ยย่างในจังหวัดตรังที่เชื่อมโยงทุกมิติ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกอาหารหมุ่ยย่างตรัง เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว และนำผลที่ได้มาปรับปรุงเส้นทางท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น

2. ควรศึกษารูปแบบการพัฒนาออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวในจังหวัดตรังผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ เช่น การทำการตลาดออนไลน์ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวเพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่นักท่องเที่ยว

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (บพข.) ที่สนับสนุนงบประมาณการวิจัยชุดโครงการภายใต้กรอบงานวิจัย ขอขอบคุณสถาบันวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยสวนดุสิต และข้อมูลจากโครงการเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกหมุ่ยย่างเมืองตรังเพื่อการเรียนรู้บนเศรษฐกิจสร้างสรรค์

เอกสารอ้างอิง

กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (2549). *ประกาศกรมทรัพย์สินทางปัญญา เรื่องการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทาง*

ภูมิศาสตร์หมุ่ยย่างเมืองตรัง. นนทบุรี: กระทรวงพาณิชย์.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558). *ข่าวกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว*. สืบค้น 2563, ตุลาคม 9,

จาก <https://www.tat.or.th/th/news>

กันยาวิ หัวเขา. (2563). *ประธานชมรมหมุ่ยย่างตรัง*. *สัมภาษณ์*. 5 มิถุนายน 2563.

ทิพวัลย์ รามรัง และชัยรัตน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง. (2564). ศักยภาพอาหารท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านอาหารท้องถิ่น กรณีศึกษาจังหวัดตรัง เมืองคนช่างกิน. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 47(2), 59-74.

- พรรณิ สวนเพลง, เบญจพร ดามาพงศ์, จิราณุ โสภา, ลฎาภา พูลโพธิ์ทอง, จารินี ศานติจรรยาพร, ศัชนญาส์ ดวงจันทร์ และวิชา แก่นสานสันติ. (2559). *รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- วงศ์ปัญญา นวนแก้ว, ปรัชญา นวนแก้ว, ณัฐภูมิ พรหมเทียน, ณัฏพล ปานงาม และวันชัย เหมืองหม้อ. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในภาคเหนือของประเทศไทย. *วารสารโครงการวิทยาการคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ*, 5(1), 95-103.
- สรีตา พันธุ์เทียน, ทรงคุณ จันทจร และมาริสา โกเศยะโยธิน. (2560). การท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย: แนวทางการพัฒนาและแก้ไขปัญหาการจัดการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดลุ่มแม่น้ำภาคกลางโดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏวราชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 5(2). 184-195.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)*. สืบค้น 2563, ตุลาคม 9, จาก https://www.nesdc.go.th/ewt_news.php?nid=6420&filename=de
- เสกสรรค์ สนาวา, สุพัฒนา ศรีบุตรดี, พงศ์สวัสดิ์ ราชจันทร์ และนภัสภรณ์ ภูวตานนท์ ณ มหาสารคาม. (2563). การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามวิถีชีวิตของคนในชุมชน. *วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 4(1), 259-276.
- อัญชลี สมใจ และพันธุ์วี ณ ลำพูน. (2563). พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตำบลบางโฉลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ. *วารสารศิลปศาสตร์ปริทัศน์*, 15(2), 13-27.
- Abdelhamied, H. (2011). Customers' perceptions of floating restaurants in Egypt. *Anatolia*, 22(1), 1-15.
- Dickman, S. (1996). *Tourism: An Introductory Text* (2nd ed.). Sydney: Hodder Education.
- Roscoe, J.T. (1975). *Fundamental Research Statistics for the Behavioral Sciences* (2nd ed.). New York: Holt, Rinehart and Winston.
- The United Nation World Tourism Organization (UNWTO). (2014). *Tourism Highlight 2014 Edition*. The United Nation World Tourism Organization (UNWTO).
- World Tourism Organization. (2012). *Global report on food tourism*. Madrid: The World Tourism Organization.