



การท่องเที่ยวเชิงอาหารตลาดใต้เคี่ยม จังหวัดชุมพร

เบญจมาศ ณ ทองแก้ว* ธาราทิพย์ เกิดสุวรรณ จิรัชยา ปรีชาชน
และ อำนาจ รักษาพล

สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว คณะมหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพร มหาวิทยาลัยแม่โจ้
อำเภอละแม จังหวัดชุมพร 86170

*ผู้เขียนหลัก อีเมลล์: christagmy59@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจประเภทอาหาร การตัดสินใจเลือกใช้บริการจูงจูงของผู้ประกอบการ กระบวนการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารในตลาดใต้เคี่ยม เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย แบบสอบถามนักท่องเที่ยว จำนวน 300 ชุด และแบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ จำนวน 30 ชุด วิเคราะห์ผลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา และใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS วิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และร้อยละ ผลวิจัย พบว่าอาหารในตลาดใต้เคี่ยมมี 3 ประเภท คือ อาหารทะเล อาหารท้องถิ่น และอาหารคาวหวานพร้อมรับประทาน เนื่องจากอำเภอละแมอยู่ติดทะเลอ่าวไทยจึงทำให้มีอาหารทะเลอุดมสมบูรณ์ อาหารที่โดดเด่น คือ น้ำสมุนไพรรอบอกไม้ไฟ ผลไม้หลากหลายชนิดจากสวนเกษตรกร สำหรับการตัดสินใจเลือกบริการจูงจูงในตลาดใต้เคี่ยม ผู้ประกอบการใช้รอบอกไม้ไฟ ใบตอง และกะลามะพร้าว เนื่องจากเป็นวัสดุท้องถิ่น การตัดสินใจเลือกอาหารจัดจำหน่ายจะคำนึงถึงอาหารที่มีความโดดเด่นและเป็นอาหารที่หาทานยาก ในปัจจุบัน ยังคงหาวัตถุดิบในท้องถิ่นได้ และผู้ประกอบการมีความถนัด ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเยือนตลาดใต้เคี่ยม พบว่านักท่องเที่ยวพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อบรรจุภัณฑ์ที่ใช้วัสดุธรรมชาติแทนวัสดุพลาสติก (ค่าเฉลี่ย = 4.47) บรรจุภัณฑ์ที่มีความคิดสร้างสรรค์และเป็นธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย = 4.36) และไม่มีการจำหน่ายแอลกอฮอล์ (ค่าเฉลี่ย = 4.34) ปัจจัยชี้วัดความสำเร็จต่อการพัฒนาตลาดใต้เคี่ยมเพื่อการท่องเที่ยว คือ กระบวนการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม โดยคณะกรรมการที่มีศักยภาพดูแลอย่างใกล้ชิด ตั้งกฎระเบียบให้ผู้ประกอบการปฏิบัติเป็นแนวทางเดียวกัน อาหารที่จำหน่ายต้องใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น เป็นอาหารท้องถิ่นที่มีความโดดเด่นและหลากหลาย และจากการมีส่วนร่วมของชุมชนในระดับหมู่บ้าน จำนวน 47 หมู่บ้าน ทำให้ได้รับการส่งเสริมเป็น “ตลาดต้องชม” โดยกระทรวงพาณิชย์

คำสำคัญ: จังหวัดชุมพร ตลาดใต้เคี่ยม ตลาดต้องชม การท่องเที่ยวเชิงอาหาร



Culinary Tourism in Tai Khiam Market, Chumpon Province

Benjamas Na Thongkaew*, Tharathip kirdsuwan,
Jiratchaya Preechachon and Amnat Ruksapol

*Tourism Development Program, Faculty of Maejo–Chumphon University,
Maejo University, Lamae District, Chumphon Province, Thailand 86170*

*Corresponding author's E-mail: christagmy59@gmail.com

Abstract

The objectives of this study are to survey the kinds of food, the entrepreneurial selection of the food package, the management with community participation, and the tourists' satisfaction toward food in the Tai Khiam market. The main research instruments for collecting data include 300 questionnaires for tourists and 30 questionnaires for entrepreneurs. The data is analyzed by examining the content and by using the SPSS program to study the quantitative mean, standard deviation and percentage. The results of the study revealed that there were 3 kinds of food in the Tai Khiam market, including seafood, local food and desserts that were ready to eat. Lamae district is located on the Gulf of Thailand and is rich in seafood. Famous food in market were herbal juice in bamboo tubes and a variety of fruits from the farms. The sellers used bamboo tubes, banana leaves and coconut shells to contain the food because they were local materials. The selection of food for sell was based on the uniqueness, rarity, local availability, and local production skills, to increase value of the food in the modern market. The tourists visited the Tai Khiam market satisfied in the highest level – with food in natural containers (mean = 4.47), with creative and natural packaging (mean = 4.36), with the fact that the market did not sell alcohol beverage (mean = 4.34). The factors of success in the development of the Tai Khiam market are the existence of participatory management and effective committee which took care of the market, the effective rules for all entrepreneurs in the markets, the uses of the local raw materials for food products, the great variety of food, the participatory quality of the market administration (47 villages), and the support from the Ministry of Commerce as Talad Tong Chom.

Keywords: Chumphon province, Tai Khiam market, Talad Tong Chom, Culinary tourism

บทนำ

วัฒนธรรมอาหารถูกหล่อหลอมจากการสั่งสมภูมิปัญญา ประสบการณ์ และทักษะของคนจากรุ่นสู่รุ่น ถ่ายทอดมาสู่วิถีชีวิตของลูกหลาน กลายเป็นขนบธรรมเนียมและยากต่อการเลียนแบบ จึงมีเฉพาะเจ้าของวัฒนธรรมเท่านั้นที่รู้และนำไปขยายผลต่อยอดให้มีความโดดเด่น มีคุณค่า และเกิดความภูมิใจในอนาคต (วคินา จันทรศิริ, 2555) จึงทำให้อาหารในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทยมีลักษณะแตกต่างกันทั้งรสชาติ สีกลิ่น รวมถึงการใช้ศิลปะการตกแต่งให้วัฒนธรรมอาหารมีความโดดเด่น

วัฒนธรรมอาหารพื้นบ้านภาคใต้มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวหากเทียบกับภาคอื่นๆ เนื่องจากมีลักษณะภูมิประเทศเป็นชายทะเลทั้งฝั่งอ่าวไทย และฝั่งอันดามัน มีทิวเขาอยู่ตรงกลาง และมีที่ราบอยู่ทางตะวันออกและตะวันตก ทำให้มีความชุ่มชื้นตลอดทั้งปี วัฒนธรรมอาหารพื้นบ้านภาคใต้จึงมีทั้งส่วนที่พ้องกันและส่วนที่แตกต่างกัน และความสามารถเฉพาะบุคคลในแต่ละท้องถิ่นที่คิดค้นและปรับปรุงต่อกันมา จนเกิดเป็นวัฒนธรรมอาหารของท้องถิ่นนั้นๆ ซึ่งส่วนใหญ่อาหารพื้นบ้านภาคใต้เป็นอาหารรสจัด คือ เปรี้ยวจัด เผ็ดจัด ถ้าเป็นแกงก็จะมีรสกะปิและมักมีสีเหลืองเข้มของขมิ้น วัฒนธรรมการใช้สมุนไพรพื้นบ้านผสมกับเครื่องแกงจึงเป็นอีกหนึ่งเอกลักษณ์เฉพาะของอาหารพื้นบ้าน (ไพฑูรย์ ศิริรักษ์, 2555) อย่างไรก็ตาม พบว่าอาหารท้องถิ่นดาร์บดั้งเดิมในหลายแห่งของประเทศไทยกำลังสูญหายไปเนื่องจากวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไป จากสังคมชนบทไปสู่สังคมเมือง คนรุ่นใหม่ที่ใช้ชีวิตห่างไกลจากธรรมชาติไม่รู้จักพืชผักบางชนิด จนทำให้สูญหายไปตามกาลเวลา

จังหวัดชุมพร เป็นจังหวัดหนึ่งของภาคใต้ที่มีสภาพภูมิศาสตร์ติดกับทะเลอ่าวไทย ฝนตกชุกตลอดทั้งปี ทำให้มีพืชผักและอาหารทะเลที่อุดมสมบูรณ์ ลักษณะเด่นของการรับประทานอาหารทุกมื้อ คือ มีผักสารพัดชนิดหรือภาษาท้องถิ่นเรียกว่า “ผักเหนาะ” อาหารท้องถิ่นส่วนใหญ่ใช้ผักที่มีในท้องถิ่นนำมาประกอบอาหาร ถ้าเป็นอาหารที่ไม่ใช้กะทิ เช่น แกงส้มลูกเถาคันกับปลากระบอก แกงส้มหอยจอกกับใบมะขาม ประเภทเครื่องจิ้ม เช่น เออเข็ปลา น้ำพริกส้มขามทอด

อำเภอละแมตั้งอยู่ทางทิศใต้ของจังหวัดชุมพร ทิศตะวันออกติดกับทะเลอ่าวไทยที่มีความอุดมสมบูรณ์ของอาหารทะเล ชาวบ้านส่วนใหญ่นิยมปลูกพืชผักสมุนไพรไว้ในบ้าน อำเภอละแมเป็นอำเภอที่ผู้คนอยู่อาศัยไม่แออัด ประชากรส่วนใหญ่ประกอบ

อาชีพเกษตรกรรม ทำสวนผลไม้ ยางพารา ปาล์มน้ำมัน และประมงพื้นบ้าน จึงทำให้อำเภอละแมมีความอุดมสมบูรณ์และมีความหลากหลายในเรื่องของทรัพยากร ด้วยความโดดเด่นและอุดมสมบูรณ์ของอาหารการกิน ทำให้ชาวบ้านในอำเภอละแมมองเห็นคุณค่าของตัวเองโดยเฉพาะองค์ความรู้ด้านอาหารที่มีลักษณะเฉพาะถิ่นซึ่งประกอบด้วย 4 ตำบล 47 หมู่บ้าน จึงเกิดแนวคิดที่จะสืบสานวัฒนธรรมอาหารของอำเภอละแม โดยนำเอกลักษณ์อาหารของแต่ละหมู่บ้านมารวบรวมและจัดจำหน่ายภายใต้ชื่อ “ตลาดใต้เคี่ยม” เป็นตลาดนัดรวมพลคนพอเพียงตามพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช เรื่องแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง และการพัฒนาต่างๆ ที่ให้ความสำคัญกับความเป็นชุมชนและพัฒนาศักยภาพชุมชนให้มีความเข้มแข็ง

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาวัฒนธรรมอาหาร ทั้งประเภทของอาหาร แหล่งที่มาของวัตถุดิบ กรรมวิธีการผลิต รสชาติและสีกลิ่น รวมไปถึงการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรมอาหารแต่ละประเภทที่มีความโดดเด่น อาทิ ขนม สมุนไพร พืชผักพื้นบ้าน และอาหารทะเล ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ด้านอาหารของตลาดใต้เคี่ยม อำเภอละแม จังหวัดชุมพร และศึกษากระบวนการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมของตลาดใต้เคี่ยมและนำข้อมูลดังกล่าวไปเป็นแนวทางส่งเสริมความมีเอกลักษณ์ นำไปสู่การเพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรมที่จะทำให้ตลาดเกิดความยั่งยืนด้านทรัพยากร เศรษฐกิจ และด้านสังคม โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่อไป

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Culinary tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารหรือการท่องเที่ยวที่ผสมผสานกับธรรมชาติของพื้นที่ วัฒนธรรม การบริการ การเข้าถึงทรัพยากรท่องเที่ยว การเป็นเจ้าบ้านที่ดีและเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ เพื่อเป็นประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการลิ้มรสอาหาร การได้เรียนรู้วิถีทำ และลงมือทำอาหารด้วยตัวเอง ซึ่งถือเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว เกิดประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อเศรษฐกิจการท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวเชิงอาหารก่อให้เกิดการกระจาย

รายได้ผู้ชุมชนท้องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในทุกกลุ่มคน (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2560)

2) ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

การตัดสินใจ (Decision making) หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆ ที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคต้องตัดสินใจในทางเลือกต่างๆ ของสินค้าและบริการ อยู่เสมอโดยการเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภค (ฉัตยาพร เสมอใจ, 2550)

3) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

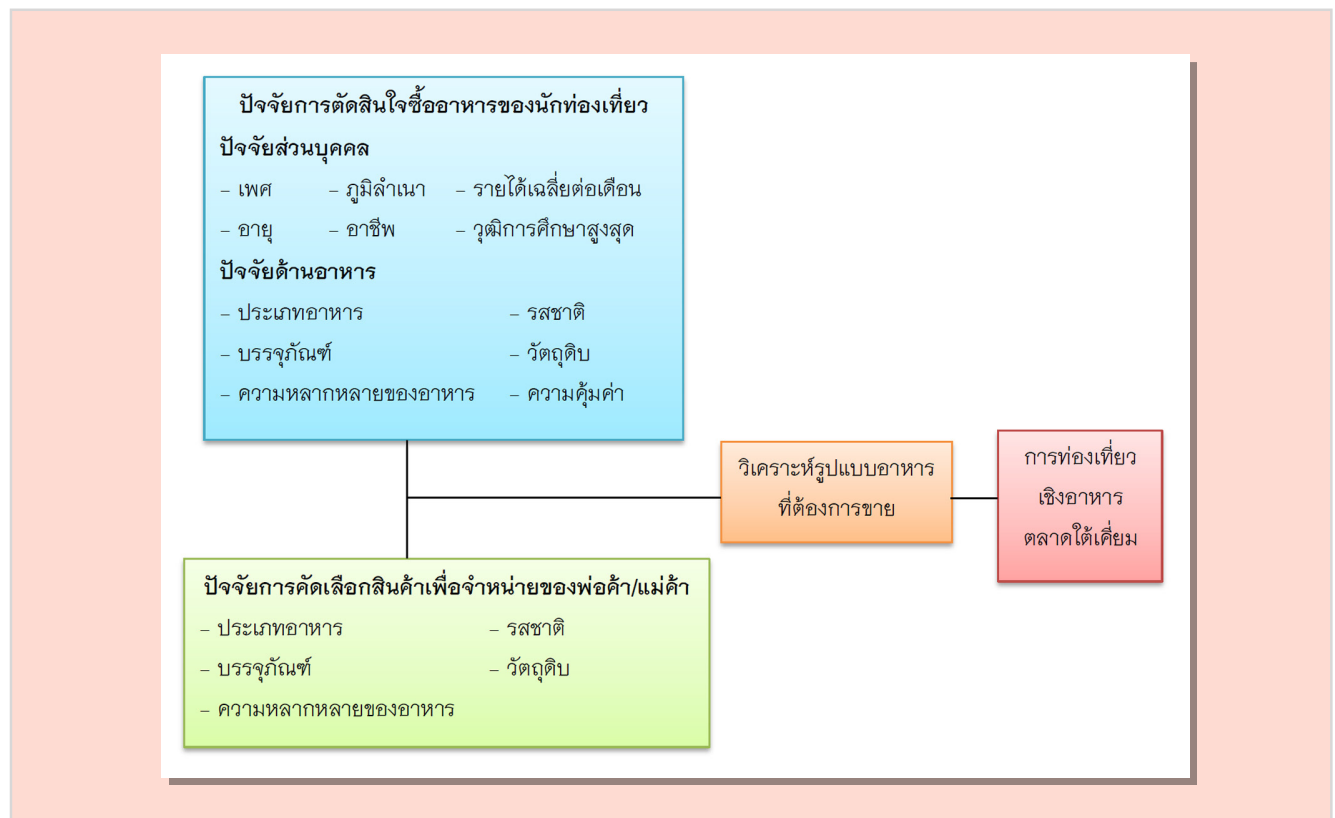
การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพซึ่งประกอบด้วยสิ่งแวดล้อม ประสิทธิภาพนันทนาการ ที่นักท่องเที่ยวได้รับ และคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนเน้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเป็นหลัก การร่วมมือของผู้ประกอบการโดยสอดคล้องแนวคิดและวิถีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืน แก่บุคลากรท้องถิ่นทุกระดับ ลดข้อขัดแย้งและร่วมแก้ปัญหา มุ่งสร้างความเข้าใจในการเคารพต่อธรรมชาติ สังคม และ

วัฒนธรรมที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว สร้างความสมดุลระหว่างความต้องการของชุมชนและขีดความสามารถในการรองรับได้ของทรัพยากรท้องถิ่น (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) และเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยสัมภาษณ์แบบเจาะจง (Purposive sampling) และสอบถามนักท่องเที่ยว ตามกรอบแนวคิดการวิจัยในภาพที่ 1 เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหาให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

1) การคัดเลือกพื้นที่ตัวแทน กำหนดพื้นที่เป้าหมายคือ ตลาดใต้เคี่ยม หมู่ที่ 1 ตำบลละแ่ม อำเภอละแ่ม จังหวัดชุมพร ดังแสดงในภาพที่ 2 ประชากรที่ทำการศึกษาคือ คณะกรรมการตลาดใต้เคี่ยม กลุ่มพ่อค้าแม่ค้าและนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปเยือนตลาดใต้เคี่ยม การศึกษาค้นคว้านี้ทำการสุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวโดยวิธีสุ่มแบบบังเอิญ ผู้วิจัยคำนวณจำนวนนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นประชากรกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตร Yamane



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 2 บรรยากาศตลาดใต้เคี่ยม อำเภอละแม จังหวัดชุมพร

กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 หรือ 0.05 ได้จำนวน 300 คน สำหรับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นคณะกรรมการ พ่อค้าแม่ค้า ใช้วิธีสุ่มแบบเจาะจง จำนวน 30 คน

2) **เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล** ประกอบด้วย แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และการถอดบทเรียน โดยใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้างสำหรับเป็นเครื่องมือในการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดใต้เคี่ยม จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ ข้อมูลด้านเพศ อายุ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านประเภทอาหาร ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านความหลากหลายของอาหาร ด้านรสชาติ ด้านวัตถุดิบ และด้านความคุ้มค่า และส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเป็นแบบสอบถามปลายเปิดสำหรับแบบสัมภาษณ์ โดยสัมภาษณ์พ่อค้าแม่ค้าเพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับอาหาร 5 ด้าน ได้แก่ ประเภทอาหาร บรรจุภัณฑ์ ความหลากหลายของอาหาร รสชาติ และวัตถุดิบ และการถอดบทเรียน โดยการพูดคุยกับคณะกรรมการดูแลการบริหารจัดการตลาดใต้เคี่ยม

3) **การทดสอบเครื่องมือ** ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยนำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ไปรับคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญ และปรับปรุงแก้ไขให้ตรงตามเนื้อหา ครอบคลุมวัตถุประสงค์ในการวิจัย และนำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไขแล้ว มาเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง และทำการตรวจสอบทุกฉบับเพื่อความถูกต้องของแบบสอบถาม

4) **การวิเคราะห์ข้อมูล** วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยทำการสังเคราะห์เนื้อหา และบรรยายเชิงพรรณนาด้วยสถิติพื้นฐาน ทำการแจกแจงความถี่ คำนวณอัตราส่วนร้อยละ ค่าเฉลี่ย แล้วนำเสนอข้อมูลในรูปของตารางประกอบการอธิบายข้อมูล และกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน คือ การคำนวณอันตรภาคชั้น เพื่อแปลผลคะแนนในแต่ละช่วง ใช้มาตรวัดแบบ Likert scale แบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

1.00-1.79	หมายถึง	พึงพอใจน้อยที่สุด
1.80-2.59	หมายถึง	พึงพอใจน้อย
2.60-3.39	หมายถึง	พึงพอใจปานกลาง
3.40-4.19	หมายถึง	พึงพอใจมาก
4.20-5.00	หมายถึง	พึงพอใจมากที่สุด

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ 1) สถานการณ์การท่องเที่ยวตลาดใต้เคี่ยม 2) ความคิดเห็นผู้ประกอบการร้านค้า ร้านอาหาร และ 3) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการมาเยือนตลาดใต้เคี่ยม

1) สถานการณ์การท่องเที่ยวตลาดใต้เคี่ยม

1.1) การก่อเกิดตลาดใต้เคี่ยม

ในอดีตพื้นที่ตลาดใต้เคี่ยมเป็นป่าช้าร้าง อยู่ในพื้นที่ของวัดปากน้ำละแ่ม ต่อมาได้ทำการล้างป่าช้าและมีความต้องการใช้พื้นที่ดังกล่าวเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่คนในอำเภอละแ่ม ซึ่งบริเวณตลาดเป็นป่าที่มีดินเค็มจำนวนมาก ดินเค็มเป็นต้นไม้ที่ให้ความร่มรื่นและหาง่ายในอำเภอละแ่ม ดังนั้นเมื่อเกิดแนวคิดที่จะนำพื้นที่ดังกล่าวมาสร้างเป็นตลาด จึงใช้ชื่อว่า “ตลาดใต้เคี่ยม” โดยก่อนหน้าที่จะมีตลาดใต้เคี่ยมได้เกิดวิกฤตเศรษฐกิจรายทางพาราตักต่ำ และมีแนวคิดของกลุ่มแกนนำกิจกรรมตามรอยพ่อเพื่อพ่อเพียงโดยการเดินสาย ตีหมาแพ่ นำวิชาการ องค์ความรู้ ซึ่งส่วนหนึ่งมาจากคณะมหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพรไปรับใช้ชุมชน ภายใต้ความคิด ปลุกสิ่งที่จะกิน ทำสิ่งที่จะใช้ เพื่อลดรายจ่ายในครัวเรือน รวมถึงการกระจายพืช ผัก ผลผลิต หลังจากที่ได้รับเลือกมาแบ่งปันเพื่อนบ้าน จนเกิดการต่อยอด ดังนั้นตลาดเชิงวัฒนธรรม “ตลาดใต้เคี่ยม” จึงเกิดจากแนวคิดข้างต้น เพื่อเป็นแหล่งกระจายผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนที่มีคุณภาพ โดยได้รับการสนับสนุนและขับเคลื่อนจากคุณวินพงศ์ มุณีน้อย อดีตนายอำเภอ และ คุณนรินทร์ พันธุ์เจริญ กำนันตำบลละแ่ม ในการพัฒนาสถานที่ตั้งของตลาดใต้เคี่ยมที่เคยเป็นป่าช้าเก่าและรกร้าง ให้กลายเป็นตลาดที่มีนักท่องเที่ยวมาเยือนประมาณ 2,000 คนต่อครั้ง และได้เปิดตลาดใต้เคี่ยมเมื่อวันที่ 15 ธันวาคม พ.ศ. 2559

1.2) กระบวนการดำเนินงาน

กระบวนการดำเนินงานก่อตั้งตลาดใต้เคี่ยม เริ่มต้นจากการหารือเพื่อตกลงแนวคิดการสร้างการยอมรับจากผู้ที่เกี่ยวข้องในทุกฝ่าย และเดินทางศึกษาดูงานตลาดใต้โดนด ตลาดคลองแดง จังหวัดพัทลุง รวมไปถึงตลาดน้ำต่างๆ ในภาคกลาง และนำมาปรับเปลี่ยนให้เข้ากับบริบทของพื้นที่อำเภอละแ่ม ซึ่งมีภูมิทัศน์เป็นป่าเคี่ยม และสร้างปฏิบัติการร่วมของชาวบ้านในท้องถิ่น จำนวน 47 หมู่บ้าน มาจัดทำชุมชนโดยไม่ใช้งบประมาณจากภาครัฐ และส่งเสริมให้ตลาดมีอัตลักษณ์ของหมู่บ้านตนเอง ซึ่งมีบริบทพื้นที่แตกต่างกัน คือ ใช้บรรจุภัณฑ์จากธรรมชาติ การจัดจำหน่ายอาหารพื้นบ้านจากวัตถุดิบในท้องถิ่นเท่านั้น

1.3) กฎ กติกา และการบริหารจัดการ

การดำเนินงานตลาดใต้เคี่ยมภายใต้สถานการณ์ปัจจุบัน มีการดูแลโดยคณะกรรมการ และเปิดโอกาสให้มีการสร้างกฎ กติกาที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของชุมชน ดังนี้

1.3.1) การจัดลำดับการจำหน่ายสินค้า แต่ละหมู่บ้านต้องลงทะเบียนจำหน่ายสินค้าตามที่ระบุไว้ หากมีการเปลี่ยนแปลงต้องแจ้งคณะกรรมการให้ทราบเพื่อพิจารณาต่อไป

1.3.2) กฎเกณฑ์การใช้สถานที่ ผู้ประกอบการร้านค้าต้องมาก่อน 08.30 น. และห้ามกลับก่อนเวลา 15.00 น. ผู้ประกอบการที่ไม่มาจำหน่ายสินค้า 2 ครั้ง ติดต่อกัน โดยไม่มีเหตุอันควร ให้ยุติการขาย เป็นต้น

1.3.3) การบริหารจัดการตลาดใต้เคี่ยม ใช้คณะกรรมการตลาดและคณะทำงานอีก 20 คน ซึ่งล้วนแล้วเป็นผู้ดำเนินการในพื้นที่คือ อดีตนายอำเภอ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และนักพัฒนาชุมชน มีกฎกติกาที่ทุกคนต้องกระทำร่วมกัน เพราะตลาดใต้เคี่ยมเป็นของทุกคนไม่ใช่คนใดคนหนึ่ง ดังนั้นจึงต้องวางแผนการทำตลาดให้เป็นรูปธรรม และต้องมีการบริหารจัดการที่ดีและที่สำคัญไม่ใช้งบประมาณของภาครัฐ

1.3.4) การคัดเลือกตัวแทนร้านค้า เริ่มจากผู้ใหญ่บ้านคัดเลือกตัวแทน แล้วส่งรายชื่อให้คณะกรรมการตลาดเป็นผู้พิจารณา ส่วนใหญ่เป็นการนำผลผลิตทางการเกษตรในพื้นที่หมู่บ้านตนเองมาจำหน่าย

1.3.5) การเพิ่ม ลด รายการของสินค้าที่นำมาขาย ให้แจ้งคณะกรรมการตลาดก่อนนำมาขายทุกครั้ง เพื่อรับรองคุณภาพอาหาร และแจ้งหมวดบรรจุภัณฑ์เพื่อดูแลรักษาทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

1.3.6) ห้ามใช้โฟมและแม็กเย็บกระดาษอย่างเด็ดขาด ให้ใช้ก้านมะพร้าวและทางสาคร บรรจุภัณฑ์ ห่อรัด ร้อย เป็นวัสดุธรรมชาติ เช่น ใบบัว ใบยอ ใบเตย ใบจาก สาคร ใบมะพร้าว ใบเล็บครุฑช้าง กาบหมาก และเชือกกล้วย เป็นต้น อาหารที่เป็นของเหลว ให้ใช้ถุงพลาสติกร้อน เย็น ในการบรรจุ ช่วยกันพัฒนาแนวทางการใช้ถุงกระดาษ ถุงผ้า หรือไม้ไผ่ ห้ามใช้แผ่นโฟมหรือพลาสติกคลุมร้านหรือหลังคาโดยเด็ดขาด อนุโลมสำหรับการปูพื้นเพื่อรักษาความสะอาดเท่านั้น

1.3.7) คณะกรรมการมีการติดตามผลและแนวทางการแก้ไขปัญหาทุกสัปดาห์หลังจากปิดตลาด เน้นเรื่องการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะของตลาดใต้เคี่ยมให้คงอยู่อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจทุกครั้งที่มาเยือนตลาดใต้เคี่ยม

จากข้อมูลข้างต้น แสดงให้เห็นว่า ตลาดใต้เคี่ยมเกิดจากผู้นำชุมชนเป็นผู้ริเริ่ม โดยได้รับความร่วมมือจากชาวบ้านนายอำเภอ ผู้นำชุมชน เกิดเป็นตลาดวิถีชุมชน พึ่งพาตนเอง จุดเด่นคือ เป็นตลาดนัดยั่งยืนยุคตามวิถีท้องถิ่น มีชาวบ้านที่เคยค้าขายในอดีต ภูมิปัญญาคนรุ่นก่อนในการประกอบอาหาร การทำกระทงใส่ขนม ใส่อาหาร การถนอมอาหาร และเป็นอาหารในพื้นที่อำเภอละแม ส่งเสริมให้ชาวบ้านผู้เป็นเจ้าของวัตถุดิบในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม โดยช่วงริเริ่มการก่อตั้งตลาด กลุ่มภรรยาของผู้นำชุมชนเป็นผู้จำหน่ายสินค้าของแต่ละหมู่บ้าน หลังจากนั้นก็ให้ชาวบ้านเข้ามาค้าขายสร้างรายได้แก่ครอบครัวและเศรษฐกิจชุมชน โดยมีผู้นำชุมชนที่ควบคุมดูแลคุณภาพของตลาดใต้เคี่ยม

2) ความคิดเห็นผู้ประกอบการร้านค้าร้านอาหาร

2.1) ข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการในตลาดใต้เคี่ยม

ผู้ประกอบการทุกคนอาศัยอยู่ในอำเภอละแม จังหวัดชุมพร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 80) อายุมากกว่า 50

ปี (ร้อยละ 50.00) การศึกษาระดับประถมศึกษา (ร้อยละ 60.87) อาชีพหลักคือทำสวน (ร้อยละ 55.17) อาชีพรองคือค้าขาย (ร้อยละ 95.24) รายได้มากกว่า 25,001 บาทต่อเดือน (ร้อยละ 36.67) ดังตารางที่ 1 สอดคล้องกับงานวิจัยของ วงพักรัตน์ ภูพันธ์ศรี (2547) ซึ่งระบุว่า ช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับการพบปะผู้คนหรือนักท่องเที่ยว เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีอายุที่เฉลี่ยอยู่ในช่วง 50 ปี เป็นช่วงวัยแห่งความสนใจและมีแรงจูงใจที่ต้องการพบปะและมีปฏิสัมพันธ์กับคนทั่วไปมากกว่าคนในช่วงวัยอื่นๆ

2.2) ข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหารตลาดใต้เคี่ยม

อาหารหรือสินค้าที่จำหน่ายส่วนใหญ่เป็นอาหารทะเล เช่น ปลา กุ้ง หมีก และหอย ที่หาได้ในท้องถิ่นหรือรับซื้อจากเรือประมงพื้นบ้านในอำเภอละแม ผลไม้ในท้องถิ่นตามฤดูกาล เช่น กล้วยหอม มะพร้าว สับปะรด สละ เป็นต้น หากผลไม้ตามฤดูกาลมีจำนวนน้อยก็จะซื้อจากตลาดหรืออำเภอใกล้เคียงมาจำหน่าย ส่วนพืชผักเป็นพืชริมคลองหรือริมรั้วที่ปลอดสารพิษและสารเคมี โดยแหล่งที่มาของวัตถุดิบส่วนใหญ่มีในท้องถิ่น

ตารางที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการในตลาดใต้เคี่ยม (n = 30)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ	รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ			อาชีพหลัก (n = 29)		
ชาย	6	20.00	ค้าขาย	10	34.48
หญิง	24	80.00	ทำสวน	16	55.17
อายุ			แม่บ้าน	2	6.90
31-40 ปี	6	20.00	ธุรกิจส่วนตัว	1	3.45
41-50 ปี	9	30.00	อาชีพรอง (n = 21)		
มากกว่า 50 ปี	15	50.00	ค้าขาย	20	95.24
$\bar{x} = 50.79$, $SD = 9.715$			ทำสวน	1	4.76
การศึกษา (n = 23)			รายได้		
ประถมศึกษา	14	60.87	ไม่เกิน 5,000 บาท	2	6.67
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	8.70	5,001-10,000 บาท	4	13.33
มัธยมศึกษาตอนปลาย	5	21.73	10,001-15,000 บาท	7	23.33
ปริญญาตรี	2	8.70	15,001-20,000 บาท	5	16.67
			20,001-25,000 บาท	1	3.33
			มากกว่า 25,001 บาท	11	36.67
			$\bar{x} = 25,714.29$, $SD = 19,901.344$		

หมายเหตุ กรณีจำนวนรวมในบางประเด็นไม่ครบถ้วน เกิดจากการตอบแบบสอบถามไม่ครบถ้วนของกลุ่มตัวอย่าง

ชนิดของอาหารในตลาดได้เคยมีที่โดดเด่นเป็นที่รู้จักและขายดี คือ น้ำสมุนไพรนานาชนิด และขนมกลอยที่หาทานได้ยากในปัจจุบัน เพราะมีกรรมวิธีในการผลิตที่ซับซ้อน ต้องเป็นคนที่มีความชำนาญจึงจะทำได้ และอาหารอีกหลายชนิดที่มีประโยชน์และปรับรสชาติ สีสันอาหารให้เข้ากับยุคสมัยในปัจจุบัน เช่น ข้าวยาที่มีผักเป็นส่วนประกอบกว่า 32 ชนิด และน้ำบูดูที่ทำจากสมุนไพร เป็นอาหารทางเลือกที่มีประโยชน์ โดยแต่ละร้านใช้เวลาในการเตรียมอาหารเพื่อจำหน่ายเป็นเวลา 1 วัน คือวันเสาร์และจัดจำหน่ายทุกวันอาทิตย์ ดังแสดงในภาพที่ 3 บรรจุภัณฑ์ที่ทุกร้านเลือกใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับอาหารและส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด เช่น ใบตอง กระบอกลมไฟ กาบกล้วย ถ้วยกระดาษ และถุงพลาสติกที่มีเครื่องหมายลดโลกร้อน ดังแสดงในภาพที่ 4 ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะเพิ่มปริมาณและชนิดของอาหารสำหรับจัดจำหน่ายในอนาคต เพราะปัจจุบันการตอบรับจากนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับดีมาก

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่า กระบวนการทำงานของผู้ประกอบการในตลาดได้เคยมี ตั้งแต่กระบวนการคัดสรรสินค้าอุปโภคบริโภคที่นำวัตถุดิบที่มีเอกลักษณ์ภายในท้องถิ่นมาจัดจำหน่าย หรือการอุดหนุนสินค้าภายในชุมชนของตนเอง เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของอำเภอละแวก เป็นการสร้างรายได้ให้แก่คนในพื้นที่ทุกระดับ คนในท้องถิ่นสามารถจำหน่ายสินค้าในราคาตามท้องตลาดโดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง นอกจากนี้อาหารหรือสินค้าที่นำมาจำหน่ายต้องมีความคิดสร้างสรรค์ และนำวัฒนธรรมมาเป็นบรรจุภัณฑ์ ทำให้สินค้าหรืออาหารเหล่านั้นมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าหรืออาหารที่จำหน่าย ประกอบกับอาหารส่วนใหญ่ในตลาดได้เคยมีเป็นอาหารที่หาทานได้ยากในปัจจุบัน เพราะต้องมีความชำนาญในกรรมวิธีการผลิตที่ซับซ้อน เช่น ขนมกลอยหรือข้าวเหนียวกลอย และอาหารอีกหลายชนิดที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ

3) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการมาเยือนตลาดได้เคยมี

3.1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

นักท่องเที่ยวที่มาเยือนตลาดได้เคยมี เป็นเพศหญิง และเพศชายในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 53.69 และ 46.31) อายุโดยเฉลี่ยต่ำกว่า 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 47.97) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา (ร้อยละ 50.85) รายได้เฉลี่ย 15,091.71 บาทต่อเดือน เป็นคนนอกพื้นที่จังหวัดชุมพร และเป็นคนจังหวัดชุมพรในสัดส่วนใกล้เคียงกัน

(ร้อยละ 54.12 และ ร้อยละ 45.88) ดังตารางที่ 2

3.2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัฒนธรรมอาหารตลาดได้เคยมี

ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัฒนธรรมอาหารตลาดได้เคยมี รายละเอียดดังตารางที่ 3 แบ่งออกเป็น 6 ปัจจัย ดังนี้

– **ปัจจัยด้านประเภทอาหาร** พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อการไม่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร และอาหารแต่ละประเภทเป็นอาหารที่มีประโยชน์ (ค่าเฉลี่ย = 4.34, 4.31 และ 4.24 ตามลำดับ)

– **ปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์** พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อการใช้วัสดุธรรมชาติแทนวัสดุพลาสติก เช่น ใบตอง กะลา กาบกล้วย กระบอกลมไฟ และปลีกกล้วย บรรจุภัณฑ์ที่มีความคิดสร้างสรรค์ และบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับอาหาร (ค่าเฉลี่ย = 4.47, 4.36 และ 4.32 ตามลำดับ)

– **ปัจจัยด้านความหลากหลายของอาหารและปัจจัยด้านรสชาติ** พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อการนำเสนออาหารที่หารับประทานได้ยาก (ค่าเฉลี่ย = 4.10) และมีรสชาติของสมุนไพรพื้นบ้าน (ค่าเฉลี่ย = 4.11)

– **ปัจจัยด้านวัตถุดิบ** พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อการใช้วัตถุดิบพื้นบ้านเป็นส่วนใหญ่ (ค่าเฉลี่ย = 4.34) รองลงมาคือใช้วัตถุดิบที่ปราศจากสารพิษในการประกอบอาหาร (ค่าเฉลี่ย = 4.26) ทำให้รู้สึกว่าการที่รับประทานมีความปลอดภัยสูง

– **ปัจจัยด้านความคุ้มค่า** พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อความเพียงพอของจำนวนร้านอาหาร (ค่าเฉลี่ย = 4.21) และมีคุณค่าทางโภชนาการ (ค่าเฉลี่ย = 4.20)

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวในกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มรับผิดชอบสิ่งแวดล้อม เพราะนักท่องเที่ยวให้ความสนใจในเรื่องของบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ เช่น ใบตอง กะลามะพร้าว และเน้นความคิดสร้างสรรค์ มีความแปลกใหม่ ขณะเดียวกันก็เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับอาหารปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการจัดตลาดได้เคยมีที่จำหน่ายอาหารที่ผลิตในท้องถิ่น ดีต่อสุขภาพ และปลอดภัย แอลกอฮอล์ น้ำอัดลม เป็นต้น

อาหารทะเล



ไอติมหลอด



ข้าวยาสมุนไพร



ขนมชั้น ขนมโค



ข้าวคั่วลูกกะปิ



น้ำสมุนไพร



ขนมจีนน้ำยา



น้ำลูกชก



ผักปลอดสารพิษ



กาแฟ



กล้วยหอมทอง



หมึกทะเล



ภาพที่ 3 ตัวอย่างอาหารที่จำหน่ายในตลาดใต้เคี่ยม

ที่มา: https://www.facebook.com/HangTogether24/?hc_ref=SEARCH สืบค้นเมื่อ 26 เมษายน พ.ศ. 2560

บรรจุภัณฑ์
จากมะพร้าว



บรรจุภัณฑ์
ใบตอง



บรรจุภัณฑ์
จากไม้ไผ่



บรรจุภัณฑ์จาก
กลีบบลิกกล้วย



ภาพที่ 4 ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ในตลาดใต้เคี่ยม

ที่มา: https://www.facebook.com/HangTogether24/?hc_ref=SEARCH สืบค้นเมื่อ 26 เมษายน พ.ศ. 2560

ตารางที่ 2 ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนตลาดใต้เคี่ยม (n = 300)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ	รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ			อาชีพ		
ชาย	138	46.31	รับราชการ	16	5.42
หญิง	160	53.69	พนักงานบริษัท	16	5.42
อายุ			ธุรกิจส่วนตัว	27	9.15
น้อยกว่า 21 ปี	119	39.67	เกษตรกร	70	23.73
21-30 ปี	68	22.67	ค้าขาย	14	4.75
31-40 ปี	32	10.67	นักเรียน/นักศึกษา	150	50.85
41-50 ปี	44	14.67	รับจ้าง	2	0.68
มากกว่า 50 ปี	37	12.32	รายได้/เดือน		
$\bar{x}$ = 29.71, SD = 12.129			ไม่เกิน 5,000 บาท	106	35.33
การศึกษา			5,001 – 10,000 บาท	74	24.67
ประถมศึกษา	51	17.23	10,001 – 15,000 บาท	42	14.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า	95	32.10	15,001 – 20,000 บาท	36	12.00
อนุปริญญา/เทียบเท่า	7	2.36	20,001 – 25,000 บาท	5	1.67
ปริญญาตรี	142	47.97	25,001 บาทขึ้นไป	37	12.33
สูงกว่าปริญญาตรี	1	0.34	$\bar{x}$ = 15,091.77, SD = 13,265.394		
			ภูมิลำเนา		
			คนในพื้นที่	128	45.88
			คนนอกพื้นที่	151	54.12

หมายเหตุ กรณีจำนวนรวมในบางประเด็นไม่ครบถ้วน เกิดจากการตอบแบบสอบถามไม่ครบถ้วนของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนตลาดได้เคี่ยม (n = 300)

รายการ	$\bar{x}$	SD	รายการ	$\bar{x}$	SD
ปัจจัยด้านประเภทอาหาร			ปัจจัยด้านรสชาติ		
ประเภทของอาหารมีความครบครันทั้ง	4.15	0.651	รสชาติอร่อย ถูกปาก	3.99	0.791
อาหารคาวและอาหารหวาน			มีรสชาติของสมุนไพรพื้นบ้าน	4.11	0.726
อาหารมีหลายรูปแบบ เช่น อาหารจานเดียว	4.01	0.768	ไม่ใช้สารปรุงแต่งรสชาติ	4.08	0.736
และอาหารสำเร็จรูป			ปัจจัยด้านวัตถุดิบ		
ไม่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	4.34	0.756	ใช้วัตถุดิบพื้นบ้านเป็นส่วนใหญ่	4.34	0.648
ไม่จำหน่ายน้ำอัดลม	4.22	0.837	ใช้วัตถุดิบที่ปราศจากสารพิษในการ	4.26	0.654
อาหารแต่ละประเภทเป็นอาหารที่มีประโยชน์	4.24	0.647	ประกอบอาหาร		
ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร	4.31	0.675	วัตถุดิบสะอาด สดใหม่เสมอ	4.25	0.699
ปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์			ปัจจัยด้านความคุ้มค่า		
ใช้วัสดุธรรมชาติแทนวัสดุพลาสติก เช่น	4.47	0.636	รับประทานอิ่มในงานเดียว	3.95	0.980
ใบตอง กะลา กาบกล้วย กระบอกลัง			มีคุณค่าทางโภชนาการ	4.20	0.700
ปลีกล้วย			ความเพียงพอของจำนวนร้านอาหาร	4.21	0.671
บรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับอาหาร	4.32	0.646	ปริมาณอาหารเหมาะสมกับราคา	4.15	0.827
ความสะอาดของภาชนะบรรจุอาหาร	4.26	0.702	อาหารแต่ละประเภทชวนให้ระลึกถึง	4.15	0.775
บรรจุภัณฑ์ที่มีความคิดสร้างสรรค์	4.36	0.693	ความหลัง		
ปัจจัยด้านความหลากหลายของอาหาร					
อาหารแต่ละร้านไม่จำเจหรือไม่เหมือนกัน	4.03	0.827			
การนำเสนออาหารที่หารับประทานได้ยาก	4.10	0.754			

อภิปรายผลวิจัย

1) ประเภทของอาหารในตลาดได้เคี่ยมประกอบด้วยอาหารทะเล อาหารท้องถิ่น และอาหารคาวหวานพร้อมรับประทาน การนำวัตถุดิบท้องถิ่นมาดัดแปลงเป็นอาหารหวานที่น่าสนใจ เช่น ข้าวเม่า ข้าวเหนียวกลอย ข้าวเหนียวหม้อข้าวหม้อแกงลิง เป็นต้น ผักและผลไม้ท้องถิ่น ได้แก่ ผักหวานป่า ผักเหลียง ตำลึง เป็นต้น อาหารทะเล ได้แก่ ปลาทะเลหมึก ปลาแดดเดียว และกุ้ง ผู้ประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ได้แก่ กระบอกลัง ใบตอง กะลามะพร้าว กาบกล้วย จานกระดาษ และถุงพลาสติก โดยบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากกระบอกลังและใบตอง มีกระบวนการในการผลิตค่อนข้างยากและใช้เวลาประมาณ 3 วัน และต้องสั่งซื้อจากตลาด ขณะที่บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากกาบกล้วย ใบตอง ปลีกล้วย ผลิตได้ง่าย และหาได้

ตลอดทั้งปี ดังนั้นคณะกรรมการควรคำนึงถึงการคัดเลือกบรรจุภัณฑ์ที่หาง่ายและมีใช้งานในตลาดได้ตลอดทั้งปี โดยก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุดและยังคงเอกลักษณ์ของตลาดได้เคี่ยม

2) กระบวนการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมของตลาดได้เคี่ยม การทำงานประกอบด้วยคณะกรรมการตลาด และคณะทำงานอีก 20 คน ผู้นำในพื้นที่คือ อดีตนายอำเภอ กำนันผู้ใหญ่บ้าน นักพัฒนาชุมชน โดยผู้นำชุมชนต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนมีบทบาทในการจัดตั้งกฎกติกา เพื่อใช้ในการควบคุม โดยทุกคนต้องกระทำร่วมกัน และต้องมีการวางแผนก่อนเปิดตลาดเป็นรูปธรรม ดังนั้นจึงต้องมีการบริหารจัดการที่ดี

3) ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ด้านอาหารของตลาดได้เคี่ยม ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในปัจจัยด้านต่างๆ อยู่ในระดับดีมาก โดยปัจจัยที่มีค่าคะแนนสูงที่สุด 5 อันดับ ได้แก่ ใช้วัสดุธรรมชาติแทนวัสดุพลาสติก บรรจุภัณฑ์ที่มีความคิด

สร้างสรรค์ ไม่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ใช้วัตถุดิบพื้นบ้าน เป็นส่วนใหญ่ และบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับอาหาร (ค่าเฉลี่ย = 4.47, 4.36, 4.34, 4.34 และ 4.32 ตามลำดับ)

สรุปผลวิจัย

ผลวิจัยเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอาหารตลาดใต้เคี่ยม อำเภอละแม จังหวัดชุมพร พบว่าการจัดตั้งตลาดใต้เคี่ยมมีโครงสร้างการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม รูปแบบสินค้าเน้นอาหารพื้นบ้านของภาคใต้ตอนบน ใช้วัตถุดิบที่เป็นทุนทรัพยากรของท้องถิ่นตามลักษณะภูมิศาสตร์ซึ่งอยู่ติดทะเลอ่าวไทยและภูเขา มีทุนทางวัฒนธรรมที่สะสมองค์ความรู้ภูมิปัญญาด้านอาหาร และถ่ายทอดมาอย่างต่อเนื่อง โดยสร้างความโดดเด่นที่แตกต่างจากตลาดทั่วไป ดังนี้

1) มุ่งเน้นให้ตลาดใต้เคี่ยมมีบทบาทสำคัญต่อการเสริมสร้างและสนับสนุนความมั่นคงทางเศรษฐกิจของอำเภอละแม เนื่องจากผลวิจัยเล็งเห็นประเด็นความสำคัญในด้านต่างๆ ดังนี้ (1) ความสำคัญต่อเศรษฐกิจ เมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนพื้นที่ ก่อให้เกิดการใช้รายได้นั้นที่ฟัก ร้านอาหาร กิจกรรมต่างๆ ทำให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้น ถือเป็นการกระจายเม็ดเงินสู่ท้องถิ่น (2) ความสำคัญต่อสังคม เมื่อเกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยว นอกเหนือจากการประกอบอาชีพเกษตรกรรม ย่อมส่งผลให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ทำให้เกษตรกรเกิดความภาคภูมิใจในอาชีพ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของตน และก่อให้เกิดความเข้าใจกันระหว่างคนต่างถิ่นและคนในท้องถิ่น เนื่องจากได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน (นิออน ศรีสมยง, 2545)

2) ด้านบรรจุภัณฑ์ เป็นการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ออกแบบให้ดึงดูดใจผู้บริโภค และส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ซึ่งเป็นการเพิ่มคุณค่า มูลค่า สามารถสร้างงานและสร้างรายได้ที่มั่นคงต่อผู้ผลิตซึ่งเป็นชาวบ้านในชุมชน ตลอดจนเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอีกทางหนึ่ง แต่อย่างไรก็ตาม ควรมีการจัดการเส้นทางบรรจุภัณฑ์บางประเภทหลังการใช้ประโยชน์อย่างชัดเจน

3) การนำวัตถุดิบท้องถิ่นมาปรุงอาหาร ถือเป็นการกระจายรายได้และสร้างรายได้หมุนเวียนให้แก่ชุมชนท้องถิ่น และสอดคล้องกับแนวคิด ปลูกสิ่งที่จะกิน ทำสิ่งที่จะใช้ เพื่อลดรายจ่ายในครัวเรือน รวมถึงการกระจายพืช ผัก ผลผลิต หลังจากที่เหลือกินมาแบ่งปันเพื่อนบ้าน และควรมีการศึกษาวิจัยต่อยอดแนวความคิดเรื่องตลาดเชิงวัฒนธรรม “ตลาดใต้เคี่ยม”

4) หน่วยงานภาครัฐและองค์กรเอกชนให้ความร่วมมืออย่างจริงจัง (อำนาจ รักษาพล และคณะ, 2560) และตระหนักถึงความสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทั้งในด้านงบประมาณ และด้านวิชาการ เพื่อเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมอาหารอำเภอละแมให้มีความยั่งยืนคู่กับชุมชน เช่น อำเภอละแม ชมรมก้านันธุ์ใหญ่บ้าน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นต้น

5) ตลาดใต้เคี่ยมมีการนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง และแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์มาใช้ในการบริหารจัดการตลาดใต้เคี่ยม มีการค้นหาภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารที่มีเอกลักษณ์ เช่น เคยพรก ข้าวยาสมุนไพร ข้าวเหนียวกลอย น้ำสมุนไพรจากกระบอกไม้ไผ่ เพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าให้แก่สินค้า

6) คณะกรรมการและผู้ประกอบการร้านค้าตลาดใต้เคี่ยมมีการวางแผนจัดการวัตถุดิบในท้องถิ่น ทั้งอาหารทะเล ผลไม้ พืชผัก และบรรจุภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งถือเป็นการลดต้นทุนการผลิต และสามารถวางแผนการดำเนินการด้านสินค้าในอนาคต

7) การดำเนินการของตลาดใต้เคี่ยม มีรูปแบบการบริหารจัดการซึ่งถือเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่น สร้างงานให้แก่คนในชุมชนเพื่อเป็นรายได้เสริม

8) การดำเนินการควรคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ เนื่องจากจุดแข็งของตลาดใต้เคี่ยมคือ การได้พักผ่อนในบรรยากาศที่ร่มรื่น ความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และมีผู้นำท้องถิ่นรวมทั้งคณะกรรมการที่มุ่งมั่นพัฒนาเศรษฐกิจของอำเภอละแม ภายใต้หลักเกณฑ์ของหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (เบญจมาศ ณ ทองแก้ว, 2557)

9) การบริหารจัดการตลาดใต้เคี่ยมได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยว และได้รับการส่งเสริมเป็น “ตลาดต้องชม” โดยกระทรวงพาณิชย์ ทำให้ปริมาณนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากการสอบถามนักท่องเที่ยวพบว่าส่วนใหญ่มาเที่ยวซ้ำ และเกิดการบอกต่อจากปากต่อปากว่า ใครที่มาอำเภอละแมแล้วไม่มาตลาดใต้เคี่ยม ถือว่ามาไม่ถึง

ข้อเสนอแนะ

1) ควรมีระบบการติดตามประเมินผลหรือคาดการณ์สถานการณ์นักท่องเที่ยว และศึกษาความเป็นไปได้ในการเพิ่มจำนวนหรือปริมาณร้านอาหาร ตามจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลต่อความต้องการซื้อที่เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

2) ควรมีการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกให้สอดคล้องกับฤดูกาล เช่น ร้านค้าที่จำหน่ายอาหารที่มีหลังคาทำจากวัสดุธรรมชาติ คือ ตับจาก ในช่วงฤดูฝนที่มีปริมาณน้ำฝนมาก ทำให้น้ำฝนหยดใส่อาหาร ทำให้เกิดความเสียหาย ดังนั้นควรปรับปรุงร้านค้าที่จำหน่ายอาหารให้แข็งแรงมั่นคง โดยยังคงใช้วัสดุธรรมชาติ หรือสร้างศาลาอเนกประสงค์สำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเยือนในช่วงฤดูฝน

3) ควรมีแผนพัฒนาสะพานเชื่อมระหว่างตลาดใต้เคี่ยมและปากน้ำละแมเพื่อเพิ่มความหลากหลายของกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมดำน้ำดูปะการังบริเวณกิ่งแต้มและกิ่งแห้ง กิจกรรมเล่นเรือใบโบราณ กิจกรรมตกหมึกยามค่ำคืน

4) ควรมีการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากวัฒนธรรมอาหารตลาดใต้เคี่ยม โดยใช้กระบวนการการมีส่วนร่วมในการคิด วางแผน และตัดสินใจในการบริหารจัดการพื้นที่เพื่อเพิ่มบทบาท สร้างความสามัคคีแก่คนในชุมชน และมีการบริหารงานบุคลากรอย่างเป็นธรรมและโปร่งใส

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณ นายนิพนธ์ มุณีน้อย อดีตนายอำเภอละแม และคณะกรรมการ รวมถึงพ่อค้าแม่ค้าที่ให้ความอนุเคราะห์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติของตลาดใต้เคี่ยมและวัฒนธรรมอาหาร

บรรณานุกรม

- ฉัตยาพร เสมอใจ. 2550. **พฤติกรรมผู้บริโภค**. สำนักพิมพ์ซีเอ็ดยูเคชั่น. กรุงเทพฯ. 254 น.
- นิออน ศรีสมยง. 2545. **การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวในชนบทและทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงเกษตร**. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. นนทบุรี.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548. **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ. 346 น.
- เบญจมาศ ณ ทองแก้ว. 2557. **ขีดความสามารถในการรองรับ (Carrying capacity) การท่องเที่ยวโดยชุมชนของเกาะพิทักษ์ จังหวัดชุมพรระยะที่ 2**. วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่. 6(4); 79-91.
- ไพฑูรย์ ศิริรักษ์. 2555. **ภูมิปัญญาอาหารภาคใต้**. จาก <https://www.gotoknow.org/posts/370383>. สืบค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2560.
- วศินา จันทรศิริ. 2555. **วัฒนธรรมอาหารไทยอีกหนึ่งพลังสู่ประชาคมอาเซียน**. จาก <http://humaneco.stou.ac.th/UploadedFile/Title%20HE%20Journal%2011.pdf>. สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2560.
- วงพักรตร์ ภูพันธ์ศรี. 2547. **ความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาด อารมณ์ และคุณลักษณะส่วนบุคคลของนักศึกษาปริญญาโท สาขาบริหารการศึกษาส่วนภูมิภาค**. ศึกษาศาสตร์. มหาวิทยาลัยรามคำแหง. กรุงเทพฯ.
- อำนาจ รักษาพล และคณะ. 2560. **การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดระบบโครงข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดชุมพร**. วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่. 9(1); 23-37.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). 2560. **การท่องเที่ยวเชิงอาหาร**. จาก <http://www.dasta.or.th/aboutus/item/3013-gastronomy>. สืบค้นเมื่อ 16 ตุลาคม 2560.