



การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเชียงราย
ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสีเขียว

เสถียร บัญพัฒน์
อรรธรณ บัญพัฒน์

โปรแกรมวิชาการโรงแรม
คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

(งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนการทำวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย)



การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเชียงราย
ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสีเขียว

เสถียร บัญพัฒน์
อรรธรณ บัญพัฒน์

โปรแกรมวิชาการโรงแรม
คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

(งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนการทำวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย)

กิตติกรรมประกาศ

การดำเนินการวิจัยเรื่องการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเชียงราย ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG ของคณะผู้วิจัย สามารถดำเนินการได้สำเร็จตามเป้าหมายและกรอบเวลาในการดำเนินการ เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลายส่วน ทั้งในส่วนของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วยผู้แทนหน่วยงานทั้งส่วนราชการและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การให้บริการอาหาร และเครื่องดื่ม นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวและอาหาร และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายที่อนุเคราะห์สละเวลาในการให้ข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์ ทีมบุคลากรจากสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายที่ให้คำแนะนำในการจัดทำเอกสารต่าง ๆ คณะกรรมการกองทุนเพื่อการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายที่ให้ทุนสนับสนุนในการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ ตลอดจนนักท่องเที่ยวและนักเดินทางที่มีโอกาสได้ตกทายในระหว่างการรวบรวมภาคสนาม ขอขอบคุณทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

ประโยชน์จากงานวิจัยนี้ คณะผู้วิจัยขอมอบให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องดังระบุข้างต้นเพื่อเป็นการขอบคุณอีกครั้งหนึ่งและหวังว่ารายงานการวิจัยจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจตามสมควร

เสงี่ยม บุญพัฒน์

อรรรรณ บุญพัฒน์

ธันวาคม 2566

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเชียงรายภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจป๊อปปูล่า

ชื่อผู้วิจัย : นายเสกขม บุญพัฒน์ และ นางอรรณพ บุญพัฒน์

สาขาวิชา : การท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยประจำปีงบประมาณ: 2566

ปีการศึกษา : พฤษภาคม 2566 - พฤษภาคม 2567

วัตถุประสงค์ของการวิจัยเรื่องการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเชียงรายภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจป๊อปปูล่า 1) เพื่อประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเชียงรายภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจป๊อปปูล่า และ 2) เพื่อศึกษาลักษณะและรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงราย ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบมีโครงสร้าง (Constructed Interview) เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งประกอบด้วยผู้แทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งราชการและเอกชน นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวและด้านอาหารและนักท่องเที่ยว โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ผลการศึกษาพบว่าจังหวัดเชียงรายมีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจป๊อปปูล่า ทั้งนี้ด้วยศักยภาพของการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศ การมีทำเลที่ตั้งที่ดี มีความหลากหลายของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทั้งประเภทธรรมชาติ ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ความหลากหลายทางชาติพันธุ์ โดยเฉพาะอัตลักษณ์และความโดดเด่นของรสชาติอาหารพื้นถิ่นแบบดั้งเดิม การเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบและส่วนประกอบในการประกอบอาหารและเครื่องดื่มที่มีชื่อเสียงเช่น ชา กาแฟ ซึ่งกระจายในพื้นที่ต่าง ๆ ของจังหวัดเชียงราย ซึ่งสามารถเชื่อมโยงเป็นเส้นทางท่องเที่ยว มีร้านอาหารพื้นถิ่นกระจายตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในด้านลักษณะและรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารพบว่าการจัดการท่องเที่ยวโดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนในท้องถิ่นได้แก่การท่องเที่ยวชุมชน การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นลักษณะและรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจแบบป๊อปปูล่า ที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงราย

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวเชิงอาหาร การประเมินศักยภาพ ศักยภาพการท่องเที่ยว เศรษฐกิจป๊อปปูล่า

Abstract

Research Title : An assessment on gastronomy tourism potential of Chiang Rai based on BCG economy concept.

Author : Sa-Ngiam Boonpat and Orawan Boonpat

Faculty : Tourism and Hotel

Fiscal : 2023

Academic Year : May 2023 - May 2024

.....

The objectives of the research on an assessment on gastronomy tourism potential of Chiang Rai Province based on BCG economy (Bio. Circular and Green Economy Concept) 1) To assess gastronomy tourism potential of Chiang Rai Province based on BCG economic concept and 2) To study the characteristics and appropriate form of gastronomy tourism of Chiang Rai Province. A qualitative research method was used using a structured In-depth Interview as a tool to collect data from a sample group consisting of representatives from tourism-related agencies. Both government and private sector, tourism and food academics and tourists by using purposive sampling method. Key results found from the study found that Chiang Rai Province has the potential to be a gastronomic tourist destination based on the BCG economic concept, with the potential of being one of the most important tourist destinations in the country and having a good location, plenty and variety of tourism resources, including nature, art, culture, traditions, ways of life, and ethnic diversity. In particular the identity, authenticity and distinctiveness of local food. Being a famous production source of food materials and ingredients for cooking food and drinks such as tea and coffee, distributed in various areas of Chiang Rai Province which can be linked into tourist routes. There are restaurants that offer authentic and unique characteristics and flavors of food. In addition, it was also found that tourism management emphasizes the participation and involvement of communities and local residents, such as community-based tourism, agricultural tourism, ecotourism, sustainable tourism is considered as characteristics and appropriate forms of gastronomy tourism based on the BCG economic concept for Chiang Rai Province.

Keywords: BCG-Economy, Gastronomy Tourism, Potential Assessment, Tourism Potential

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อ	ข
Abstract	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
สารบัญแผนภาพ	ซ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	10
ขอบเขตของการวิจัย	10
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	11
การนำไปใช้ประโยชน์	11
คำสำคัญ	11
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และกรอบแนวคิดของการวิจัย	12
แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยว	12
แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	19
แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	24
แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	27
แนวคิดเศรษฐกิจสีเขียวและการท่องเที่ยวสีเขียว	32
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	35
กรอบแนวคิด	38

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	39
การกำหนดประชากรและขนาดของกลุ่มตัวอย่าง	39
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	41
วิธีหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	42
การเก็บรวบรวมข้อมูล	42
การวิเคราะห์ข้อมูล	43
 บทที่ 4 ผลการศึกษา	 44
ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1	44
บริบทด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย	45
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจสีเขียว	47
ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเชียงรายภายใต้แนวคิดสีเขียว	48
ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2	51
บริบทด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย	51
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจสีเขียว	52
ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเชียงรายภายใต้แนวคิดสีเขียว	53
 บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ	 68
สรุปผลการวิจัย	68
อภิปรายผล	72
ข้อเสนอแนะ	77
 บรรณานุกรม	 79
 ภาคผนวก	
ประวัติผู้วิจัย	84

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
3.1	จำนวนกลุ่มตัวอย่างภาคราชการที่เกี่ยวข้อง	40
3.2	จำนวนกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง	40
3.3	จำนวนกลุ่มตัวอย่างนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว	41
3.4	จำนวนกลุ่มตัวอย่างนักวิชาการด้านอาหาร	41
3.5	จำนวนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว	41

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	รายการอาหารไทยที่ถูกเสนอชื่อและรอเสนอชื่อต่อยูเนสโกในฐานะมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของมนุษยชาติมรดกทางวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้	6
1.2	Thailand Soft Power - 5F	7
1.3	ผลการสำรวจอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ไทย	8
4.1	ตัวอย่างการจัดงานมหกรรมชาติพันธุ์และงานอาหารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	61
4.2	ตัวอย่างกิจกรรมการจัดงานอาหารและของดีท้องถิ่น (ภาคของกินน้ำตก)	62
4.3	ตัวอย่างอาหารพื้นเมือง (พื้นถิ่น) ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของเชียงราย (ข้าวปุกงาน้ำอ้อย)	62
4.4	ตัวอย่างคาเฟ่ (Café) จำหน่ายเครื่องดื่ม เบเกอรี่และอาหารที่นักท่องเที่ยวนิยมไปใช้บริการ (Check in) (ร้านกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย)	63
4.5	ตัวอย่างอาหารและเครื่องดื่มที่จำหน่ายในคาเฟ่ (Café) ที่นักท่องเที่ยวนิยมไปใช้บริการ (Check in) (ร้านกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย) โดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นเป็นส่วนประกอบ	64
4.6	ตัวอย่างอาหารและเครื่องดื่มที่จำหน่ายในคาเฟ่ (Café) ที่นักท่องเที่ยวนิยมไปใช้บริการ (Check in) (ร้านหอมต่วน อำเภอเมือง) โดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นเป็นส่วนประกอบ	65
4.7	แปลงปลูกชา สิ่งหีบาร์ค เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจำหน่ายอาหาร เครื่องดื่มที่เป็นที่นิยมโดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นเป็นส่วนประกอบ (1)	66
4.8	แปลงปลูกชา สิ่งหีบาร์ค เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจำหน่ายอาหาร เครื่องดื่มที่เป็นที่นิยมโดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นเป็นส่วนประกอบ (2)	66
4.9	คาเฟ่ (Café) ร้านจำหน่ายอาหาร เครื่องดื่มในบริเวณสิ่งหีบาร์ค และการจัดกิจกรรมจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นเป็นส่วนประกอบ (1)	67
4.10	คาเฟ่ (Café) ร้านจำหน่ายอาหาร เครื่องดื่มในบริเวณสิ่งหีบาร์ค และการจัดกิจกรรมจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นเป็นส่วนประกอบ (2)	67

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่		หน้า
2.1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	38
4.1	โมเดล (Model) บริบทและศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเชียงราย	61
5.1	โมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารภายใต้ แนวคิดเศรษฐกิจสีเขียว	77

บทที่ 1

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้รับการยอมรับว่ามีบทบาทและความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมทั้งทางตรงและทางอ้อม และเป็นแหล่งรายได้หลักที่สำคัญของประเทศไทยต่อเนื่องมามากกว่า 3 ทศวรรษและส่งผลต่อการพัฒนาและกระจายความเจริญออกไปสู่ทุกภูมิภาคของประเทศ ก่อให้เกิดการลงทุนในธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ก่อให้เกิดการจ้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อม การลงทุนและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทั้งนี้ จากตัวเลขบัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยว (Tourism Satellite Account: TSA) พบว่าในปี พ.ศ. 2562 ก่อนการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อโคโรนาไวรัส (COVID-19) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศด้านการท่องเที่ยว หรือ Tourism Gross Domestic Product (TGDP) สูงถึง 3,005,552 ล้านบาท หรือเท่ากับสัดส่วนร้อยละ 17.79 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2566)

ประเทศไทย ได้รับการยอมรับว่าเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมมากที่สุดในโลก และจากรายงานขององค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Barometer of United Nations World Tourism Organization: UNWTO) พบว่าสิ้นปี 2562 ก่อนสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อโคโรนาไวรัสโควิด 19 (COVID-19) ประเทศไทยเป็น 1 ใน 4 ประเทศรองจากสหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส และสเปน ตามลำดับ และเป็นจุดหมายปลายทางที่มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดเป็นอันดับที่ 8 ของโลก ขณะที่เมืองท่องเที่ยวสำคัญของประเทศไทยได้รับการจัดอันดับเป็นแหล่งท่องเที่ยวและเมืองท่องเที่ยวยอดเยี่ยมใน 10 อันดับแรกของโลก เช่น กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต เชียงใหม่ พัทยา ขณะที่จังหวัดเชียงรายได้รับการจัดอันดับเป็นเมืองท่องเที่ยวอันดับหนึ่งของประเทศไทยภายใต้โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง (Secondary Tourism City) ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในสิ้นปี 2564 และในสิ้นปี 2565 จังหวัดเชียงรายมีจำนวนผู้เดินทางมาเยี่ยมเยือน (Visitor) รวม 5,051,642 คน โดยแบ่งเป็นเป็นผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยจำนวน 4,772,759 คน และผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศจำนวน 278,883 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566)

ภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) รัฐบาลได้กำหนดให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็น 1 ใน 5 อุตสาหกรรมในกลุ่ม First S-Curve ภายใต้ชื่อ “อุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Affluent Tourism, Medical and Wellness Tourism)” โดยอีก 4 อุตสาหกรรมเป้าหมายในกลุ่ม First S-Curve ประกอบด้วยอุตสาหกรรมยานยนต์

สมัยใหม่ อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ อุตสาหกรรมการเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ และ อุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร ขณะที่ในกลุ่มอุตสาหกรรมในกลุ่ม New S-Curve ประกอบด้วยอุตสาหกรรมหุ่นยนต์ อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์ อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ อุตสาหกรรมดิจิทัล และ อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร (ต่อมา รัฐบาลได้เพิ่มเติมอีก 2 อุตสาหกรรม ประกอบด้วย อุตสาหกรรมการจัดการศึกษา และอุตสาหกรรมป้องกันประเทศ รวมเป็น 12 อุตสาหกรรมเป้าหมาย)

นอกจากนี้ รัฐบาลยังให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยภายใต้แผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ซึ่งมีการกำหนดหมุดหมายการพัฒนาประเทศ 13 หมุดหมายโดยได้กำหนดให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นหมุดหมายการพัฒนาลำดับที่ 2 ในจำนวนทั้งหมด 13 หมุดหมายโดยมีจุดเน้นให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็น “อุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน”

อย่างไรก็ตาม การเติบโตและขยายตัวอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยไม่ได้ก่อให้เกิดผลกระทบ (Impact) เฉพาะในด้านบวกต่อเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมเท่านั้น พร้อม ๆ กับผลกระทบด้านบวก การท่องเที่ยวได้ก่อให้เกิดผลกระทบด้านลบซึ่งสาเหตุสำคัญมาจากการพัฒนาที่ขาดการวางแผนและการจัดการที่เหมาะสม ขาดบุคลากรที่มีศักยภาพ มีความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการ ขาดองค์ความรู้และวิธีการจัดการที่เหมาะสม ก่อให้เกิดความขัดแย้งระหว่างประชาชนในพื้นที่และนักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการ (Hosts and Guests) ท่ามกลางปัญหาต่าง ๆ ดังกล่าว ได้มีความพยายามในการแก้ไขของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) เข้ามาเป็นแนวทางการบริหารจัดการเพื่อจะเปลี่ยนแปลงรูปแบบการท่องเที่ยวและภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของประเทศจากการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism Destination) ได้เปลี่ยนไปสู่รูปแบบที่เน้นการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ (Quality Tourism) ซึ่งนอกจากแนวคิดการนำแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเข้ามาดำเนินการทั้งในส่วน of หน่วยงานราชการและหน่วยงานเอกชนมากกว่า 3 ทศวรรษ ซึ่งส่งผลให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ ๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ (Eco-tourism) การท่องเที่ยวชุมชน (Community-based Tourism: CBT) การท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มสนใจ (Niche Tourism/Special Interest Tourism) ได้มีการแนะนำ (Introduced) แนวคิดเรื่อง BCG ซึ่งประกอบด้วย Bio Economy คือเศรษฐกิจชีวภาพ Circular Economy คือ เศรษฐกิจหมุนเวียน และ Green Economy คือเศรษฐกิจสีเขียว มาถ่ายทอดและต่อยอดสู่การพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน แนวคิด BCG Tourism จึงเป็นการนำแนวคิดหรือโมเดลธุรกิจที่เน้นสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนที่ให้ความสำคัญกับทั้งเรื่องสังคม เศรษฐกิจ ละ สิ่งแวดล้อมโดยมีเป้าหมายเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนหรือ Sustainable Development Goals

อาจกล่าวได้ว่า หัวใจสำคัญในการนำแนวคิด BCG มาประยุกต์ใช้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือความยั่งยืนของการท่องเที่ยว โดยเป็นความยั่งยืนทั้งในตัวของการท่องเที่ยวและในส่วนของผู้ได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยว ทั้งในส่วนของผู้ที่เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ ภาครัฐ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นความยั่งยืนที่เกิดขึ้นพร้อมกับความมั่นคงทางสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมควบคู่กัน เกิดความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ความหลากหลายทางชีวภาพและทางวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตและอัตลักษณ์เฉพาะของชุมชน ภูมิปัญญาพื้นบ้านในแต่ละพื้นที่ การเป็นสังคมเกษตรกรรม และความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรทางธรรมชาติของประเทศไทย เป็นต้นทุนที่เข้มแข็งสำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ ซึ่งจะสามารถนำไปต่อยอดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบ BCG Tourism ในภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศได้และจะเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่จะนำไปสู่ความยั่งยืน BCG Tourism เป็นการดำเนินการภายใต้แนวคิดการผสมผสานและบูรณาการการพัฒนาเศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และ เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) ผ่านกระบวนการศึกษา วิเคราะห์ และทำความเข้าใจที่ถูกต้อง ชัดเจนเพื่อประยุกต์ใช้องค์ความรู้และเทคโนโลยีเพื่อนำมาประยุกต์ใช้และลงมือปฏิบัติเพื่อให้เกิดเป็นรูปธรรม ทั้งนี้ รูปแบบของ BCG Tourism ที่สำคัญประกอบด้วย การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) การท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชน (Local Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) โดยดำเนินการในลักษณะของการส่งเสริมเกษตรกรในพื้นที่หรือแหล่งผลิตวัตถุดิบเพื่อเสนอต่อผู้ประกอบการธุรกิจในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้ทำการเกษตรแบบเกษตรอินทรีย์และรักษาความหลากหลายทางชีวภาพ การผลิตสินค้าที่ปลอดภัยต่อผู้นักท่องเที่ยว การหลีกเลี่ยงหรือลดผลกระทบต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดกับสิ่งแวดล้อม การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการยกระดับการผลิตและการเข้าถึงนักท่องเที่ยวในฐานะผู้บริโภค ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบผ่านกิจกรรมชุมชนและเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนบนพื้นฐานของแนวคิดความยั่งยืน มีการให้ความสำคัญและนำเสนอคุณค่าและเอกลักษณ์ที่เป็นเสน่ห์เฉพาะกับวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชน การนำเทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการบอกเล่าเอกลักษณ์ชุมชนแบบ creative story telling การให้ความสำคัญกับการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานความสะอาด ความปลอดภัย สุขอนามัยในที่พักรวม ผู้ประกอบการให้ความร่วมมือกับชุมชนแลกเปลี่ยนทรัพยากรเพื่อก่อให้เกิดการกระจายรายได้ การออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวที่ส่งเสริมสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดี (<https://www.bcg.in.th/data-center/articles/bcg-tourism/> เข้าดู 15 มีนาคม 2566)

ในการประชุมเอเปค (APEC 2022 Thailand) ซึ่งประเทศไทยเป็นเจ้าภาพ โดยจัดขึ้นระหว่างวันที่ 14-19 พฤศจิกายน 2565 ณ กรุงเทพมหานครเพื่อเป็นเวทีการประชุมสุดยอดผู้นำของกลุ่มประเทศสมาชิก APEC โดยไฮไลท์สำคัญของการประชุมคือการนำเสนอประเด็น BCG Economy Model มากำหนดเป็นหัวข้อหลัก (Theme) ของการประชุมเพื่อเป็นการผลักดันแนวคิด “ความยั่งยืน” ของภูมิภาคและ

ของโลกในมิติต่าง ๆ ทั้งในด้านสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และมีการกำหนดประเด็นเฉพาะสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวภายใต้ชื่อ “การท่องเที่ยวฟื้นฟูอย่างยั่งยืน” หรือ “Regenerative Tourism” โดยในการประชุมดังกล่าว ได้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการส่งเสริมการฟื้นฟูการท่องเที่ยวของแต่ละเขตเศรษฐกิจ โดยในส่วนของประเทศไทยได้ทำการนำเสนอตัวอย่างนโยบายและแนวทางมาตรการในการช่วยเหลือเยียวยารวมถึงการส่งเสริมแรงงานภาคการท่องเที่ยวภายหลังโควิด-19 นอกจากนี้ ประเทศไทยยังได้จัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อฟื้นฟูการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเปคให้มือนาคที่ดีกว่าเดิมมุ่งเน้นไปที่การเดินทางท่องเที่ยวในช่วงหลังการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ซึ่งเป็นการพลิกฟื้นการท่องเที่ยวให้ไปสู่ความยั่งยืน และเพื่อความอยู่ดี กินดี ของทุกภาคส่วน โดยส่งเสริมการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ใช้ผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อแสดงความสามารถของภูมิปัญญาท้องถิ่น และเพื่อสะท้อนแนวคิด BCG Economy Model ซึ่งเป็นแนวคิดหลักที่ไทยต้องการผลักดันในการประชุมครั้งนี้ รวมทั้งเพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวให้แก่เศรษฐกิจระดับท้องถิ่น

(<https://apec2022.prd.go.th/revitalize-the-economy-after-covid-19/>, เข้าดูเมื่อ 15 มีนาคม 2566)

ตลอดระยะเวลาการประชุม ทุกเขตเศรษฐกิจได้ร่วมกันเจรจาร่างถ้อยแถลงร่วมที่มีความชัดเจนและสะท้อนความสำเร็จของการประชุมโดยสามารถรับรองเอกสารได้ 2 ฉบับ ได้แก่ 1) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เพื่อฟื้นฟูการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเปคให้มือนาคที่ดีกว่าเดิม : การท่องเที่ยวฟื้นฟูอย่างยั่งยืน และ 2) คู่มือเอเปคสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการท่องเที่ยว ฉบับปรับปรุง ซึ่งเอกสารทั้งสองฉบับนี้เป็นผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม ซึ่งความสำเร็จเหล่านี้ล้วนเป็นก้าวสำคัญของเอเปคที่จะนำไปสู่การบรรลุวิสัยทัศน์ปศุตราจา ค.ศ. 2040 ต่อไปได้ และในส่วนของประเทศไทยได้กำหนดให้ปี 2565 – 2566 ให้เป็นปีแห่งการท่องเที่ยวไทย หรือ Visit Thailand Year เพื่อพลิกฟื้นภาคการท่องเที่ยวไทยทั้งระบบอย่างสมดุลในทุกมิติเพื่อสร้างประสบการณ์การเดินทางที่มีความหมายและทรงคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว (Meaningful Travel) (<https://apec2022.prd.go.th/revitalize-the-economy-after-covid-19/>, เข้าดูเมื่อ 15 มีนาคม 2566)

ดังที่ระบุข้างต้น รูปแบบของการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในการผลักดันแนวคิด BCG Tourism ได้แก่การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) ซึ่งหลักฐานชัดเจนว่าอาหารเป็นปัจจัยสำคัญที่มีบทบาทในการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้แก่นโยบายของรัฐบาลในการผลักดันให้ประเทศไทยเป็นครัวโลก และ การใช้อาหารเป็นอำนาจลมน หรือ Soft Power ซึ่งจะเห็นได้จากการให้ความสำคัญกับการจัดรายการอาหาร (เมนู) อาหารไทยเพื่อบริการ (เสิร์ฟ) ผู้นำในเวทีการประชุมเอเปคซึ่งจัดขึ้นในประเทศไทยระหว่าง 14-19 พฤศจิกายน 2565

ดังเป็นที่ทราบทั่วไปว่า อาหารไทยเป็นที่ชื่นชอบและได้รับการยอมรับในช่วงที่ผ่านมา อาหารไทยเป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นมาก เมนูอาหารไทยหลากหลายเมนูถูกจัดอันดับให้เป็นอาหารที่มี

รสชาติถูกปากผู้คนทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นต้มยำกุ้ง ผัดไทย แกงเขียวหวาน แกงมัสมั่น ส้มตำ น้ำตกหมู ข้าวซอย ส่วนหนึ่งได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวไทยที่ขยายตัว ทำให้คนต่างชาติรู้จักอาหารไทยจากประสบการณ์ที่ได้ลิ้มลอง นอกจากนี้ อาหารไทยยังเต็มไปด้วยส่วนประกอบที่มีคุณค่าทางโภชนาการ เป็นอีกแรงที่ช่วยขับเคลื่อนอาหารไทยให้แพร่หลายไปทั่วโลก กลายเป็นอำนาจละมุน (Soft power) ที่ถูกเล็งเห็นคุณค่าและต้องการผลักดันในการผลักดันให้อาหารไทยกลายเป็นอำนาจละมุน (Soft power) ที่จะช่วยยกระดับการพัฒนาประเทศอย่างเป็นรูปธรรม

นอกจากอาหารไทยจะได้รับความนิยมในระดับนานาชาติแล้ว ในประเทศเพื่อนบ้าน กลุ่ม CLM (กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ ในที่นี้ไม่รวมเวียดนาม) อาหารไทยได้รับความนิยมอย่างมาก เช่น ในประเทศสปป.ลาว อาหารไทยได้รับความนิยมบริโภคสูงถึง 75% ของอาหารนำเข้าทั้งหมด ขณะที่ในกัมพูชาอาหารไทยมีส่วนแบ่งตลาดสูงถึง 50-60% ส่วนในเมียนมาร์อาหารไทยมีส่วนแบ่งตลาดสูงถึง 35% ซึ่งอาหารไทยครองตลาดอันดับที่ 1 ของทั้งสามตลาด (https://fic.nfi.or.th/hot_issue_detail.php?smid=2611, เข้าดูเมื่อ 27 มีนาคม 2566)

หนึ่งในรายการอาหารไทยที่เป็นที่นิยมคือ “ต้มยำกุ้ง” หรือ Tomyum Kung ได้ถูกนำเสนอองค์การยูเนสโก (UNESCO) ในฐานะมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของมนุษยชาติประจำปี 2564 โดยคณะรัฐมนตรีให้ความเห็นชอบตามที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม นายอิทธิพล คุณปลื้ม ซึ่งนำเสนอในนามคณะกรรมการส่งเสริมและรักษามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม กรมส่งเสริมวัฒนธรรม ซึ่งปัจจุบัน ต้มยำกุ้งถูกบรรจุในรายการที่เสนอขอขึ้นทะเบียนและอยู่ระหว่างการพิจารณาของยูเนสโก นอกจากนั้น กระทรวงวัฒนธรรมยังดำเนินการสืบค้นข้อมูลรายการอาหารไทย (เมนู) ประเภทอื่น ๆ เพื่อที่จะเสนอเป็นมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของมนุษยชาติต่อยูเนสโกเพิ่มเติม ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าอาหารเป็นปัจจัยสำคัญที่มีส่วนในการส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศทั้งในส่วนของภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และภาคการผลิตทางการเกษตร เป็น “อำนาจละมุน” (Soft Power) ที่ส่งผลอย่างรวดเร็วแล้วในการประชาสัมพันธ์ประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นได้ ทั้งนี้ รายการอาหารที่เป็นที่นิยมของชาวต่างประเทศและกระทรวงวัฒนธรรมอยู่ระหว่างรวบรวมข้อมูลเพื่อนำเสนอขอขึ้นทะเบียนเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของมนุษยชาติต่อยูเนสโกประกอบด้วย ผัดไท ต้มข่าไก่ และ มัสมั่น ดังแสดงในภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1: รายการอาหารไทยที่ถูกเสนอชื่อและรอเสนอชื่อต่อยูเนสโกในฐานะมรดกทางวัฒนธรรม
ที่จับต้องไม่ได้ของมนุษยชาติมรดกทางวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้

ที่มา: <https://www.mcot.net/view/9bxGfE7w>, สืบค้น 20 มีนาคม 2566

รัฐบาลไทยตระหนักและให้ความสำคัญกับการสนับสนุนและส่งเสริมการใช้พลังอำนาจเชิงสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเพื่อบูรณาการกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวภายใต้แนวคิด Soft Power (อำนาจละมุน) หรือ “อำนาจแห่งความสร้างสรรค์ เพื่อสร้างสรรค์เศรษฐกิจไทย” โดยเป็นแนวคิดที่เน้นการสร้างการยอมรับโดยปราศจากการบังคับขู่เข็ญ ทั้งนี้รัฐบาลไทยได้กำหนดสิ่งที่เป็น Soft Power ของประเทศ 5 ด้านหรือ 5F ประกอบด้วยอาหาร (Food) ภาพยนตร์/วิดิทัศน์ (Film)

การออกแบบแฟชั่นไทย (Fashion) ศิลปะการป้องกันตัวแบบไทย (Fighting) และ เทศกาลประเพณีไทย (Festival) ดังแสดงในภาพที่ 1.2



ภาพที่ 1.2: Thailand Soft Power - 5F

ที่มา: <https://www.businesseventsthailand.com/th/press-media/news-press-release/detail/1461-soft-power-the-power-of-creativity-to-build-the-thai-economy>,
สืบค้น 15 มีนาคม 2566

ภายใต้นโยบายการส่งเสริมการใช้ปัจจัยที่เป็นอำนาจละมุน (Soft Power) ของรัฐบาลสวนดุสิตโพล ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการผลักดันอาหารไทยให้เป็น Soft Power โดยพบว่าในส่วนของการอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ไทยประกอบด้วยต้มยำกุ้ง ผัดไทย ส้มตำ แกงเขียวหวาน แกงมัสมั่น ตามลำดับ ดังแสดงในภาพที่ 1.3



ภาพที่ 1.3: ผลการสำรวจอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ไทย

ที่มา: <https://www.komchadluek.net/kom-lifestyle/kin-duem/537341>, สืบค้น 15 มีนาคม 2566

อาหารและวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ รูปแบบและวิธีการปรุงอาหาร วัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงและประกอบอาหาร วิธีการรับประทานอาหาร เป็นสิ่งที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมของผู้คน ในท้องถิ่นนั้น และสิ่งนี้ได้กลายเป็นเอกลักษณ์และเสน่ห์ที่ส่งต่อกันจากคนรุ่นสู่รุ่นและถ่ายทอดออกมาสู่ชานอกชุมชนและสังคม ทำให้เกิดการรับทราบหรือได้ยิน (to hear) ส่งผลให้เกิดความต้องการอยากจะเห็น (to see) อยากจะค้นหา (to explore) อยากจะสัมผัส (to experience) อยากจะเรียนรู้ (to learn) และเมื่อได้สัมผัสและเรียนรู้แล้วทำให้เกิดเป็นความทรงจำ (to remember) และเกิดการถ่ายทอดต่อในลักษณะของ

เรื่องเล่า (story telling) ในหลากหลายรูปแบบที่มีพัฒนาการและสร้างสรรค์ขึ้น (create and develop) จนทำให้เรื่องอาหารการกิน ไม่ใช่เรื่องในชีวิตประจำวันของคนรอบครัว ชุมชน และ สังคมหนึ่ง ๆ แต่กลายเป็น มิติเชิงวัฒนธรรมที่ส่งผลให้เกิดสิ่งที่เป็นการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมและภูมิภาค

สำหรับภาคเหนือของประเทศไทย เป็นภูมิภาคที่มีอาหารที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ เช่นเดียวกับภูมิภาคอื่น ๆ ของประเทศ วัฒนธรรมด้านอาหารการกินของชาวเหนือรุ่นก่อน ๆ จะกินพร้อมกัน ทั้งครอบครัว โดยตักอาหารใส่ถ้วยแล้ววางบนโถกข้าว (ขันโตก) ลักษณะคล้ายกับโต๊ะกลมเล็ก ทำด้วยไม้แปรรูปทรงกลม มีขาสูงเพื่อวางถ้วยอาหารต่าง ๆ และช่วยให้ตักอาหารกินได้สะดวก โดยไม่ต้องก้มเพราะนั่งกับพื้นล้อมวง (ล้อมโถก) ข้าวหนึ่งจัดใส่ถาดวางไว้ บางบ้านจะวางถ้วยที่ใส่อาหารในกระดังแทนเพราะไม่มีโถกกินข้าว ตักอาหารในเล่หมาเครื่องปรุงได้ไม่ยาก ทำงาน อร่อย เหมาะสำหรับการทำอาหารเหนือไว้กินกันในครอบครัว เพื่อปรับเปลี่ยนรสชาติอาหารงานที่คุ้นเคย ไม่จำเจ มีประโยชน์และมีคุณค่าอาหาร (ศรีสมร คงพันธุ์, 2565)

ในส่วนของจังหวัดเชียงราย นอกจากการได้รับการจัดอันดับเป็นเมืองท่องเที่ยวเมืองรองอันดับหนึ่งของประเทศในปี พ.ศ. 2564 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2565) ยังถูกจัดอันดับเป็น 1 ใน 10 จุดหมายปลายทางที่เป็นที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุดของคนไทย (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566) ซึ่งปัจจัยสำคัญได้แก่ความอุดมสมบูรณ์และความหลากหลายทางชีวภาพและทางวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตและอัตลักษณ์เฉพาะของชุมชนและกลุ่มชาติพันธุ์ ภูมิปัญญาพื้นบ้าน ผลงานศิลปะของศิลปินซึ่งจังหวัดเชียงรายได้รับการยอมรับในฐานะเมืองแห่งศิลปิน การเป็นสังคมเกษตรกรรม และความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรทางธรรมชาติ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งความโดดเด่นและมีชื่อเสียงด้านอาหารและเครื่องดื่ม ทั้งอาหารพื้นเมืองที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ เมล็ดกาแฟที่มีรสชาติขึ้นชื่อระดับโลกและชารสเลิศที่มีแหล่งเพาะปลูกบนยอดดอยที่สภาพภูมิอากาศที่ดีและสภาพภูมิประเทศสลับซับซ้อนที่สวยงาม เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้การที่จังหวัดเชียงรายเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวสำคัญของประเทศ เป็นอันดับสองของภาคเหนือโดยเป็นรองเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่ โดยรูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของจังหวัดเชียงรายในอดีตคือการท่องเที่ยวเพื่อชมความสวยงามของทัศนียภาพภูมิประเทศ การนมัสการและกราบไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ การจับจ่ายซื้อของตลาดชายแดน ปัจจุบัน รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของจังหวัดเชียงรายคือการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การท่องเที่ยวชุมชน และ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ทั้งนี้สืบเนื่องจากปัจจัยต่าง ๆ ดังระบุข้างต้นโดยเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวภายในแนวคิด BCG Tourism ทั้งนี้ เฉพาะในส่วนของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นส่วนที่มีบทบาทสำคัญต่อการส่งเสริม BCG Economy ของจังหวัดเชียงรายมากที่สุดในบรรดา 3 รูปแบบของ BCG Tourism เนื่องจากเชียงรายเป็นเมืองเกษตรกรรมและเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบในการประกอบอาหารและเครื่องดื่ม อาทิแปลงปลูกกาแฟดอยช้าง กาแฟปางขอน กาแฟแม่มอญ กาแฟดอยตุง ชารสเลิศบนยอดดอยแม่สลอง ดอยวาวี ดอยช้าง เป็นต้น

เป็นแหล่งผลิตพืชสมุนไพร ผลไม้รสเลิศทั้งสี่ประด ลั่นจี่ ลำไย ส้มเขียวหวาน และส้มโอ แหล่งเพาะเลี้ยงปลา นิล ปลาตะบิติ แหล่งปลูกพืชผักชีวภาพและผักอินทรีย์ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีอาหารและของกินพื้นเมือง ที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น ลาบ ข้าวซอย น้ำเงี้ยว ข้าวแรมพิน แกงฮังเล แคบหมู ไส้อั่ว น้ำพริกหนุ่ม น้ำพริกตาแดง แกงกระด้าง ข้าวหนุกงา โดยอาหารและวัตถุดิบประกอบอาหาร แหล่งผลิตวัตถุดิบมีความผูกพันและสัมพันธ์กับวัฒนธรรมของชุมชนและประชาชนในพื้นที่ ซึ่งความโดดเด่นดังกล่าวของจังหวัดเชียงรายประกอบกับความมั่งคั่งและหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งประเภทธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม จะเป็นปัจจัยที่เป็นศักยภาพต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเชียงรายภายใต้แนวคิด BCG ได้หรือไม่

ดังนั้น ผู้วิจัย จึงสนใจที่จะดำเนินการศึกษาเพื่อประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) ของจังหวัดเชียงรายภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจบีซีจี ซึ่งผลของการวิจัยครั้งนี้จะทำให้ได้คำตอบว่า (1) จะสามารถดำเนินการได้หรือไม่ (2) ลักษณะ รูปแบบ และวิธีการที่เหมาะสมควรเป็นลักษณะใด หรืออย่างไร และ (3) ใช้เป็นข้อมูลประกอบการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ และทิศทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจบีซีจี ของจังหวัดเชียงราย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

วัตถุประสงค์ในการดำเนินการวิจัยนี้ จำแนกเป็น 2 ประเด็นหลัก ดังนี้

1. เพื่อประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเชียงรายภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจบีซีจี
2. เพื่อศึกษาลักษณะและรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงราย

ขอบเขตของการวิจัย

ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของทำวิจัยในครั้งนี้นี้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านพื้นที่
จังหวัดเชียงราย
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ มีเป้าหมายเพื่อประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเชียงรายภายใต้แนวคิดภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจบีซีจี การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้ที่มีความเกี่ยวข้องประกอบด้วยผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนนำเที่ยวผู้ประกอบการธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่ม ผู้ประกอบการธุรกิจภายใต้แนวคิดบีซีจี หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว หน่วยงานราชการที่มีบทบาทส่งเสริมธุรกิจบีซีจี ผู้แทนหน่วยงานหรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำชุมชนและประชาชนในพื้นที่ทำการศึกษา นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว

3. ขอบเขตด้านประชากร

โดยประชากรในการวิจัยนี้ ประกอบด้วย

3.1 ภาคราชการที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย บุคลากรจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว หน่วยงานราชการที่มีบทบาทส่งเสริมธุรกิจปศุสัตว์

3.2 ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ผู้แทนจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนนำเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจด้านอาหาร ภัตตาคารและเครื่องดื่ม ชมรมและหรือสมาคมการท่องเที่ยว ชมรมภัตตาคารและร้านอาหาร ชมรมโรงแรม ในจังหวัดเชียงราย

3.3 นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว

3.4 นักวิชาการด้านอาหาร

3.5 นักท่องเที่ยว

4. ขอบเขตด้านเวลาในการทำวิจัย

ใช้เวลาในการทำการศึกษาวิจัย 12 เดือน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ข้อมูลศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจปศุสัตว์ของจังหวัดเชียงราย ในลักษณะข้อมูลเชิงลึก (Comprehensive Data) เพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจกำหนดนโยบายและวางแผนการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจปศุสัตว์อย่างเป็นระบบของจังหวัดเชียงราย

2. ได้รูปแบบร่างเชิงแนวคิด (Prospects model) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจปศุสัตว์ที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงราย

การนำไปใช้ประโยชน์

1. หน่วยงานราชการที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย นำผลการศึกษาไปใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดแผนและนโยบายการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจปศุสัตว์ของจังหวัดเชียงราย

2. ผู้ประกอบการ องค์กร และชุมชนที่ดำเนินธุรกิจหรือกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว นำผลการศึกษาไปใช้ในการขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหารของตนเอง

คำสำคัญ

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร การประเมินศักยภาพ ศักยภาพการท่องเที่ยว เศรษฐกิจปศุสัตว์

Gastronomy Tourism, Potential Assessment, Tourism Potential, BCG-Economy

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และกรอบแนวคิดของการวิจัย

แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญของโลกและได้รับการประเมินว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนาในภูมิภาคต่าง ๆ ของโลก การท่องเที่ยวมีบทบาทเป็นแหล่งรายได้อันดับหนึ่งเหนือธุรกิจหรืออุตสาหกรรมอื่น ๆ โดยทั่วไป การท่องเที่ยวจะได้รับการพิจารณาถึงความสำคัญในลักษณะต่าง ๆ เช่น (เสงี่ยม บุญพัฒน์, 2554)

1) การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่สุดในโลก (Largest industries) ทั้งนี้เพราะการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีธุรกิจที่เกี่ยวข้องจำนวนมากและมีมูลค่าทางธุรกิจมหาศาล เช่น ธุรกิจการบิน ธุรกิจการบริการด้านที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจการเดินเรือสำราญ ธุรกิจบริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจประกันภัย ธุรกิจบริการด้านการเงิน ธุรกิจรถนำเที่ยว เป็นต้น

2) การท่องเที่ยวได้รับการยอมรับว่าเป็นอุตสาหกรรมหลักของโลก (World's major industries) ดังที่อธิบายข้างต้นว่าการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีธุรกิจที่เกี่ยวข้องจำนวนมาก ในหลายๆ พื้นที่ หลายๆ ประเทศ การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ เป็นแหล่งจ้างงานและสร้างรายได้

3) การท่องเที่ยวได้รับการยอมรับในฐานะเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาประเทศ (Development tools) เช่น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการบริการนักท่องเที่ยว (ถนน ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ สนามบิน เป็นต้น) ส่งผลการเกิดการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่น (ในประเทศนั้น ๆ) ก่อให้เกิดการขยายตัวของการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องนานาชนิด

4) การท่องเที่ยวยังได้รับการยอมรับในฐานะเป็นแหล่งรายได้หลัก (Major source of income) ของหลายๆ ประเทศ โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา (สำหรับประเทศไทย การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในฐานะแหล่งท่องเที่ยวหลักของประเทศ และรายได้จากการท่องเที่ยวมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องตั้งแต่การท่องเที่ยวได้รับความสำคัญในการพัฒนาและเป็นองค์ประกอบสำคัญในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศ โดยรายได้จากการท่องเที่ยวเติบโตจนกลายเป็นรายได้อันดับต้นๆ ของประเทศในช่วงปี ค.ศ. 1980 เป็นต้นมาและแซงหน้ารายได้จากภาคเกษตรหลังจากนั้นไม่นาน)

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยว

การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของมนุษย์มักมีเหตุผลและปัจจัยที่แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่สามารถจำแนกเป็นสองปัจจัยหลัก ดังนี้

1) ปัจจัยกระตุ้นให้เดินทางท่องเที่ยว (Push Factors)

ปัจจัยกระตุ้น ได้แก่ ปัจจัยที่กระตุ้นหรือทำให้คนมีความต้องการที่จะไปเที่ยว โดยจะเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวคนคนนั้นโดยเฉพาะ บางทีเรียกว่าเป็นปัจจัยภายในเฉพาะตัวของบุคคล เช่น การมีกำลังซื้อ (มีเงินที่เพียงพอใช้จ่ายสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว) การมีเวลาว่างที่จะเดินทางท่องเที่ยว ไม่มีภาระที่ต้องรับผิดชอบทั้งในเรื่องครอบครัวและเรื่องงานจนไม่สามารถจะหาเวลาว่างไปเที่ยว และอีกปัจจัยสำคัญคือบุคคลคนนั้น จะต้องมีความรู้สึกอยากจะไปเที่ยว เช่น มีทัศนคติว่าการไปเที่ยวจะทำให้ตัวเองมีโอกาสดี ประสพการณ์แปลกใหม่ เป็นโอกาสแสวงหากำไรชีวิต เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย (ทัศนคติเชิงบวกต่อการเดินทางท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว)

2) ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors)

ปัจจัยดึงดูด เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญ ทำหน้าที่ควบคู่ไปกับปัจจัยผลักดัน เป็นปัจจัยที่ไม่ใช่เรื่องส่วนตัวบุคคลหรือเรียกว่าปัจจัยภายนอก มีความสำคัญในการจูงใจ (ขณะที่ปัจจัยผลักดันจะทำหน้าที่กระตุ้น) ให้คนอยากจะไปเที่ยว ในขณะที่ปัจจัยผลักดันมีบทบาทในการกระตุ้นให้คนอยากหรือต้องการจะเดินทางท่องเที่ยว ปัจจัยดึงดูดจะไปทำหน้าที่ในการเร่งรัดให้คนคนนั้นตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว หรือไปเพิ่มระดับความต้องการอยากจะเดินทางท่องเที่ยว เช่น ในกรณีที่คนคนหนึ่งมีเงินเพียงพอที่จะเดินทางท่องเที่ยว มีเวลาว่างที่จะไปท่องเที่ยว แต่ความต้องการที่จะไปท่องเที่ยวอาจจะยังมีไม่มาก ปัจจัยดึงดูดจะไปทำหน้าที่จูงใจ โดยการจูงใจผ่านสื่อโฆษณาการท่องเที่ยวแบบต่าง ๆ เช่น สารคดี บทความ รูปภาพ แม้แต่เรื่องเล่าหรือการเล่าต่อ ๆ กัน (word of mouth) เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ของคนที่เคยไปเที่ยวมาแล้ว จะมีส่วนจูงใจให้คนคนนั้นมีความสนใจและเพิ่มความเข้มข้นในการอยากไปเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้น เป็นต้น

ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว

ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว นับว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว และการเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยว เพราะสิ่งที่ถือเป็นเป้าหมายสำคัญในการเดินทางของนักท่องเที่ยวคือการได้ไปดู ไปเห็น ไปสัมผัสทรัพยากรทางการท่องเที่ยวนั่นเอง ทั้งนี้ ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว สามารถจำแนกเป็นสองกลุ่มใหญ่ ดังนี้

1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ (Natural Resources) ได้แก่ ทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีศักยภาพในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมชม ไปสัมผัสและเก็บเกี่ยวประสบการณ์ เช่น ภูเขา

ถ้า ทะเล ชายหาด แม่น้ำ น้ำตก แหล่งน้ำธรรมชาติต่าง ๆ หน้าผา น้ำตก และสถานที่ทางธรรมชาติต่าง ๆ เป็นต้น

2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-made Resources) ได้แก่ ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่ไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นหรือสร้างโดยธรรมชาติ แต่เป็นสิ่งที่มนุษย์เป็นผู้สร้างหรือรังสรรค์ขึ้น ซึ่งสามารถจำแนกเป็น 2 กลุ่มย่อย ได้แก่

2.1 สิ่งปลูกสร้างต่าง ๆ เช่น อาคารโบราณ อาคารทางประวัติศาสตร์ (วัดโบราณ วังโบราณ ปิรามิด กำแพงเมือง คูคลอง เขื่อนโบราณ สถานที่ประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ เป็นต้น) อาคารสมัยใหม่ อาทิ อาคารที่สูงที่สุดในโลก สะพานที่ยาวที่สุดในโลก พิพิธภัณฑ์ หอแสดงศิลปะและรูปภาพ โรงละคร โรงมหรสพ ยานพาหนะสมัยใหม่ เป็นต้น

2.2 วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม เช่น วิถีการดำรงชีวิตของกลุ่มชนหรือกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ กิจกรรมการละเล่นเฉพาะท้องถิ่นหรือของคนพื้นเมือง (อบอริจิน เมารี ชาวเล อินเดียนแดง ชนพื้นเมืองในทวีปแอฟริกาและกลุ่มชาติพันธุ์ในประเทศไทย) การประกอบอาหารและอาหาร ประเพณีต่าง ๆ ตั้งแต่เกิดจนตายของแต่ละชุมชน เป็นต้น

ความหมายของการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO, 1999) อธิบายว่าการท่องเที่ยวคือกิจกรรมการเดินทางของคนไปยังสถานที่ที่ไม่ใช่ที่อยู่ประจำ โดยใช้เวลาเกินหนึ่งปีติดต่อกัน และมีการทำกิจกรรมในสถานที่ที่เดินทางไป โดยอาจจะเป็นกิจกรรมการพักผ่อน หรือธุรกิจ ก็ตาม

เสงี่ยม บุญพัฒน์ (2554) การท่องเที่ยวเป็นกลุ่มของกิจกรรมของมนุษย์ที่สะท้อนปฏิสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างกันในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งในสถานที่ที่ไม่ใช่ที่อยู่ประจำหรือไม่ใช่ที่ทำงาน โดยอาจจะมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันได้ และหากพิจารณาย้อนกลับไปที่ความหมายของการท่องเที่ยวที่ให้ไว้โดยองค์การการท่องเที่ยวโลก อาจจะอธิบายการท่องเที่ยวในความหมายที่ชัดเจนขึ้นในฐานะที่เป็น

1. เป็นกิจกรรมการเดินทางชั่วคราวจากถิ่นที่อยู่ประจำไปยังสถานที่อื่นที่ไม่ใช่ถิ่นที่อยู่ประจำหรือที่ทำงาน โดยใช้เวลาไม่น้อยกว่า ๒๔ ชั่วโมงไม่เกิน ๑ ปี และมีการพักค้างคืน
2. การเดินทางนั้น ๆ เป็นไปโดยความสมัครใจของผู้เดินทางหรือนักท่องเที่ยวเอง
3. การเดินทางนั้น ๆ ต้องไม่ใช่เพื่อการไปหารายได้หรือไม่ก่อให้เกิดรายได้ จากการทำกิจกรรมนั้น ๆ ณ ขณะที่อยู่ในจุดหมายปลายทางนั้น ๆ

ความสำคัญของการท่องเที่ยว

ตามทฤษฎีการท่องเที่ยวโลกได้ระบุไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ได้รับการยอมรับว่ามีขนาดใหญ่ที่สุดในโลกแล้ว และยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาที่มีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ซึ่งนั่นถือเป็นความสำคัญของการท่องเที่ยว ซึ่งโดยทั่วไป ความสำคัญของการท่องเที่ยวสามารถจำแนกได้เป็นด้านต่าง ๆ ดังนี้

1) ความสำคัญด้านเศรษฐกิจ

อาจกล่าวได้ว่า ความสำคัญต่อเศรษฐกิจหรือด้านเศรษฐกิจนั้น เป็นความสำคัญที่สามารถสัมผัสได้อย่างชัดเจนมากที่สุดของการท่องเที่ยว อาทิ

1. การท่องเที่ยวสามารถนำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศให้แก่ประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก

2. การท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ในลักษณะทวีคูณให้แก่ประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยว เช่น รายได้ที่เกิดขึ้นโดยตรงในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จะถูกนำไปกระจายต่อไปยังกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทางอ้อมหรือธุรกิจสนับสนุน อาทิ เกษตรกรผู้ปลูกผักหรือเลี้ยงสัตว์ในชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะได้รับรายได้จากการที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวโดยตรง อาทิ ธุรกิจด้านที่พักแรม ธุรกิจบริการอาหารมาซื้อผักและสัตว์ที่เกษตรกรปลูกหรือเลี้ยงไว้ไปผลิตเป็นอาหารบริการแก่นักท่องเที่ยว ยิ่งไปกว่านั้น ในบางกรณี รายได้ที่ได้จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว อาจจะสามารถทำให้เกิดการกระจายรายได้มากกว่าที่เป็นลักษณะทวีคูณได้อีกด้วย

3. การท่องเที่ยวสามารถช่วยลดอัตราการขาดดุลการค้า ดุลการชำระเงิน ดุลบริการให้แก่ประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวได้ เช่น ประเทศที่ต้องนำเข้าสินค้าและบริการจากประเทศอื่นเป็นจำนวนมากกว่าจำนวนหรือมูลค่าสินค้าและบริการที่ประเทศนั้น ๆ ส่งออกไปประเทศตนเอง จะทำให้เกิดปัญหาการขาดดุลการค้าเป็นจำนวนมาก ซึ่งรายได้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว สามารถนำมาชดเชยการขาดดุลดังกล่าวได้ เพราะรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวประเทศนั้น ๆ ไม่ต้องส่งสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวออกไปนอกประเทศ แต่นักท่องเที่ยวเป็นคนเดินทางเข้ามาใช้บริการเอง

2) ความสำคัญด้านการจ้างงาน

การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจ้างงานอันเป็นผลมาจากการเติบโตและขยายตัวของการลงทุนในธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นธุรกิจเกี่ยวข้องทางตรง และทางอ้อม ซึ่งทำให้เกิดความต้องการแรงงานจำนวนมากนั้น อาจจัดเป็นส่วนหนึ่งของความสำคัญของการท่องเที่ยวในด้านเศรษฐกิจก็ได้ เพราะถือเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนหรือประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม การแยกจากกันก็สามารถทำให้เห็นภาพได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

สำหรับงานหรือตำแหน่งงานที่การท่องเที่ยวมีส่วนในการสร้างชิ้นนั้น สามารถจำแนกได้เป็นสองส่วน คือ

1. การจ้างงานทางตรง ได้แก่การจ้างงานในธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจบริการนำเที่ยว ธุรกิจบริการที่พักแรม ธุรกิจบริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ธุรกิจบริการการเดินทาง เป็นต้น

2. การจ้างงานทางอ้อม ได้แก่การจ้างงานในธุรกิจที่เป็นธุรกิจสนับสนุนธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง เช่น การจ้างงานในภาคเกษตรกรรมที่ผลิตวัตถุดิบส่งให้ธุรกิจที่พักและธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น

3) ความสำคัญด้านสังคมและวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวมีบทบาทและความสำคัญในด้านสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนหรือของสถานที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวในหลายลักษณะ เช่น ทำให้เกิดการรื้อฟื้นศิลปวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชน ซึ่งปกติอาจจะมีการจัดในลักษณะที่เป็นเชิงสัญลักษณ์หรือจัดตามฤดูกาล แต่เมื่อมีการท่องเที่ยวและมีนักท่องเที่ยวสนใจ อาจจะมีการจัดให้มีขนาดใหญ่โต มีการรณรงค์ส่งเสริมให้ตระหนักในการอนุรักษ์ และนำเสนอในลักษณะที่เป็นมรดกของชุมชน และเผยแพร่ไปสู่สังคมภายนอก

นอกจากนั้น วิถีชีวิตดั้งเดิม กิจกรรมการเล่น การใช้ชีวิตแบบพื้นบ้านต่าง ๆ ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ นอกจากจะสะท้อนถึงเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ที่ไม่เหมือนใคร เป็นมรดกที่ทรงคุณค่าของชุมชนแล้ว อาจจะนำไปสู่การสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน ในลักษณะของการนำเสนอในลักษณะการแสดงแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลต่อความเป็นอยู่ของประชาชนในท้องถิ่นหรือในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ ผลิตภัณฑ์พื้นบ้านที่จากเดิมผลิตเพื่อใช้สอยในครัวเรือน อาจจะมีการผลิตเพื่อจำหน่ายเป็นสินค้าที่ระลึกให้นักท่องเที่ยว ซึ่งจะสามารถกลายเป็นแหล่งรายได้รองนอกเหนือไปจากการประกอบอาชีพหลัก (เช่น เกษตรกรรม)

4) ความสำคัญในด้านสิ่งแวดล้อม

การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นความสำนึกของนักท่องเที่ยวให้ตระหนักและเห็นความสำคัญของธรรมชาติ ให้ท่องเที่ยวอย่างเป็นมิตรกับธรรมชาติ เพราะหากท่องเที่ยวโดยไม่เป็นมิตรกับธรรมชาติ หมายถึงการท่องเที่ยวที่ไม่ใส่ใจต่อการรักษาหรือสร้างผลกระทบต่อธรรมชาติให้น้อยที่สุดในอนาคตอาจจะไม่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติให้ได้ท่องเที่ยวอีก ซึ่งมีส่วนในการที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติได้รับการดูแลจากนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง

ลักษณะของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว เป็นธุรกิจหรืออุตสาหกรรมที่มีความแตกต่างไปจากธุรกิจหรืออุตสาหกรรมอื่น ๆ อย่างมาก ซึ่งสามารถจำแนกได้ดังนี้

1) การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานคนมากกว่าเครื่องจักร (Labour intensive) เนื่องจากเป็นธุรกิจที่เน้นการให้บริการโดยบุคคลมากกว่าเครื่องจักร ซึ่งต่างจากอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่อาศัยเครื่องจักรเป็นส่วนใหญ่ในกระบวนการผลิตสินค้า

2) การท่องเที่ยวมีลักษณะเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้หรือจับต้องได้ยาก (Intangible) โดยมีลักษณะที่เป็นเรื่องของความคาดหวัง จินตนาการ เกี่ยวกับการบริการเป็นส่วนใหญ่

3) สำหรับการท่องเที่ยว การผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นพร้อม ๆ กัน หรือแยกกระบวนการผลิตและการบริโภคออกจากกันไม่ได้ยาก (Inseparability) ท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยว จะมีฐานะเป็นผู้บริโภค (ไปชื่นชมความสวยงาม) ในขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยวนั้น จะมีส่วนในการไปเสริมสร้างบรรยากาศแหล่งท่องเที่ยวให้ดูคึกคัก ซึ่งถือว่าอยู่ในฐานะเป็นผู้ผลิต (เหตุการณ์หรือสถานการณ์)

4) ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ (Perishable or can not be stored) เนื่องจากมูลค่าของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวมีลักษณะที่จับต้องไม่ได้หรือจับต้องได้ยากและขึ้นอยู่กับเวลาในการให้บริการเมื่อเลยเวลาไปแล้ว มูลค่าเหล่านั้นจะสูญหาย ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ เช่น ห้องพักของโรงแรมหรือที่นั่งบนเครื่องบิน หากไม่สามารถขายได้ในวันนั้น มูลค่าของห้องพักหรือที่นั่งบนเครื่องบินในวันนั้น ๆ ก็จะหายไปไม่สามารถเก็บรักษาเพื่อไว้ให้บริการในวันต่อไปได้ เพราะในวันต่อไปก็จะเป็นการคิดมูลค่าในวันนั้น ๆ ใหม่

5) เกี่ยวข้องกับฤดูกาล (Season ability) ความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยน การกำหนดราคาการจัดจำหน่าย ขึ้นอยู่กับฤดูกาล

6) มีลักษณะที่หลากหลาย แตกต่างกัน วัตถุดิบมาตรฐานได้ยาก (Heterogeneity) เช่น ความพึงพอใจต่อการให้บริการอาหารของโรงแรมของนักท่องเที่ยว อาจจะขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ หลายปัจจัย อาทิ รสชาติอาหาร การให้บริการของพนักงาน บรรยากาศของสถานที่ เป็นต้น

วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว

การเดินทางท่องเที่ยวของแต่ละบุคคล อาจจะแตกต่างกัน แต่โดยทั่วไป วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว สามารถจำแนกได้ดังนี้

- 1) การเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติ เยี่ยมเพื่อน (*Visiting friends and relatives: VFR*)
- 2) การเดินทางเพื่อการประชุม สัมมนา (*Conference, meeting, seminars*)
- 3) การเดินทางเพื่อธุรกิจ (*Business*)
- 4) การเดินทางเพื่อความบันเทิง และกิจกรรมกีฬา (เล่นกีฬา ชมกีฬารายการหลักๆ: *Pleasure, sport*)

5) การเดินทางเพื่อกิจธุระส่วนตัวอื่น ๆ เช่น รักษาสุขภาพ แต่งงาน เป็นต้น (Personal; health, wedding)

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวมีองค์ประกอบที่สำคัญสามารถแบ่งออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้ (พยอม ธรรมบุตร, 2549)

1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น สนามบิน ระบบคมนาคม ตลอดจนบริการด้านอุตสาหกรรมการขนส่ง เช่น การขนส่งทางอากาศ ทางบกและทางน้ำ ซึ่งจะเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทาง (Destination) หรือแหล่งท่องเที่ยว (Attraction)

2) การมีที่พักแรมรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation) ที่ต้องการค้างคืน ได้แก่ ที่พักประเภทต่าง ๆ เช่น โรงแรม เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ ที่พักแรมประเภทต่าง ๆ จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับต่าง ๆ กัน ซึ่งจะทำให้มีราคาและบริการในระดับต่าง ๆ กัน ได้แก่ ภัตตาคาร สรรว่ายน้ำ บาร์ ฟิตเนส เซนเตอร์ (Fitness Center) ซาวน่า ศูนย์กลางธุรกิจ (Business Center) และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ

3) แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) นับเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญที่สุดของการเดินทาง เพราะเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นแหล่งธรรมชาติที่มีความโดดเด่น เช่น ดอยอินทนนท์ ซึ่งมีความหลากหลายทางชีวภาพของเทือกเขาหิมาลัย หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทพนมรุ้งซึ่งแสดงถึงความรุ่งเรืองของอาณาจักรขอม ตลอดจนการท่องเที่ยวชนบทเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้าน เรียนรู้ถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถานยุคเก่า ก่อนประวัติศาสตร์ เช่น วัฒนธรรมบ้านเชียง เป็นต้น

4) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist Activities และ Recreational Activities) นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในยุคปัจจุบัน เพราะการท่องเที่ยวไม่ได้หมายถึงเพียงแค่การเดินทางไปชมโบราณสถาน อนุสาวรีย์ ความงดงามธรรมชาติเท่านั้น แต่เป็นการที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การเดินป่าศึกษาธรรมชาติบนเส้นทางศูนย์สูตรในเขตป่าดิบชื้น การล่องแก่งในแม่น้ำท้องถิ่น การปีนหน้าผา การดำน้ำในรูปแบบดำน้ำลึก (Scuba Diving) หรือดำน้ำตื้น (Snorkeling) การพายเรือแคนูในบริเวณป่าชายเลน การตกปลาหมึกในทะเลลึก ตลอดจนการร่วมกิจกรรมกับชุมชนเจ้าบ้าน เช่น การดำนา การเกี่ยวข้าว การร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดนี้จะเป็นประสบการณ์ (Experience) ที่อยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยว และกิจกรรมดังกล่าว ยังก่อให้เกิดการกระจายรายได้อีกด้วย

5) บริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้แก่นักท่องเที่ยว (Ancillary) อาทิ บริการด้านร้านอาหาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ สถานีบริการน้ำมัน ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ห้องสุขา เป็นต้น

องค์ประกอบทั้ง 5 ประการนี้ ควรปรากฏอยู่บนระบบฐานข้อมูลของการจัดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวทุกแหล่งที่เป็นจุดหมายปลายทาง (Destination Management System : DMS)

แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นการส่งผ่านวัฒนธรรมการกิน ถือเป็นเครื่องมือของการพัฒนาระบบอาหารท้องถิ่นของภูมิภาคและโลกอย่างยั่งยืน ซึ่งมีความสำคัญต่ออนาคตของมนุษยชาติ เพราะพฤติกรรมการทางอาหารจะนำไปสู่การแสวงหาทางออกใหม่ให้กับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยทำให้เกิดการจ้างงานในท้องถิ่น และยังเป็นการอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมประเพณี

การท่องเที่ยวเชิงอาหารมีคุณค่ามากกว่าแค่การดื่มกินอาหารเด็ด เมนูดังตามแหล่งท่องเที่ยว แต่ยังคงครอบคลุมไปถึงการผลิต (เช่น การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เยี่ยมชมแหล่งผลิตแบบพื้นถิ่น) ไปจนถึงขั้นหลังการบริโภค (เช่น การผลิตสินค้าที่ระลึกเพิ่มมูลค่า หรือแม้แต่การจัดการเศษอาหารเหลือทิ้ง) ด้วยความต่อเนื่องนี้จะเป็นโอกาสอันดีให้นักท่องเที่ยวได้เติมเต็มประสบการณ์และสัมผัสกิจกรรมท่องเที่ยวอันหลากหลายที่เกี่ยวข้องเนื่องมาจากอาหาร ซึ่งจะยังประโยชน์ให้เกิดกับสังคมเศรษฐกิจของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

สิ่งสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ประกอบด้วย

1. Farming System การเดินทางเริ่มต้นจากแหล่งกำเนิดอาหาร แปลงผัก สวนผลไม้ บ้านไร่ หรือท้องนา ในแนวทางเกษตรปลอดภัย สร้างความตระหนักถึงความสำคัญของอาหารต่อสุขภาพและการกินดีมีสุข

2. Story of Food คุณค่าของเรื่องราวเบื้องหลังที่ทำให้คุณค่าของอาหารแต่ละจานโดดเด่นและเป็นที่จดจำ อาหารหนึ่งจานรวบรวมเรื่องราวมรดกภูมิปัญญา ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมการกิน วิธีการนำเสนออาหาร ล้วนแต่เป็นการสร้างสรรค์ความดีมาให้เกิดการลิ้มรสอาหาร อาหารจึงเป็นมากกว่าอาหารเสมอ

3. Creative Industries อุตสาหกรรมที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นทุนมีส่วนเข้ามาเกี่ยวข้องกับอาหารได้ทั้งสิ้น เพราะการนำเสนออาหารเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่สะท้อนวิถีชีวิต ธรรมเนียม และทิศทางของอาหารตามยุคสมัย นับตั้งแต่ภาชนะที่ใส่อาหาร ไปจนถึงนวัตกรรมด้านอาหาร รางวัลด้านอาหาร ดนตรี การแสดง วรรณกรรม ที่ล้วนสามารถทำให้อรรถรสของอาหารเป็นได้มากกว่าอิมพ์ทอง แต่สร้างสรรค์ให้อิมพ์สมอง อิมพ์ตา และอิมพ์ใจ

4. Sustainable Tourism ผลักดันการพัฒนาอย่างยั่งยืนบนฐานของการท่องเที่ยว อนุรักษ์ ส่งเสริมเรื่องราวท้องถิ่น ส่งเสริมการใช้วัตถุดิบท้องถิ่น เพื่อสร้างโอกาสให้เกิดความคงอยู่ของความหลากหลายทางชีวภาพ การจัดการเศษอาหารเหลือทิ้ง คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม การปกป้องมรดกทางอาหารของท้องถิ่น ให้อาหารเป็นสัญลักษณ์ของพื้นที่ เปิดประสบการณ์ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้งและยั่งยืนแก่ผู้มาเยือน

การรับประทานอาหารเป็นเรื่องพื้นฐานสำหรับมนุษย์ในทุกภูมิภาค และเรื่องราวบนจานอาหารยังสะท้อนสังคมและวิถีชีวิตออกมาได้มากมาย อาหารจึงเปรียบเสมือนเครื่องมือการเรียนรู้สำหรับดึงดูดนักท่องเที่ยว (<https://ngthai.com/news-activity/20864/gastronomy/>, สืบค้น 9 มีนาคม 2566)

การท่องเที่ยวเชิงอาหารในปัจจุบันได้รับการขับเคลื่อนจากการเติบโตของเทคโนโลยี สื่อออนไลน์เป็นส่วนสำคัญในการช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยเทคโนโลยีสมัยใหม่สร้างความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยวในการค้นหาข้อมูล แหล่งท่องเที่ยว เส้นทางท่องเที่ยวชิมอาหาร แหล่งผลิตอาหารที่เป็นต้นฉบับร้านอาหาร แนะนำ เมนูแนะนำท้องถิ่น เป็นต้น โดยการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ที่โดดเด่น ระดับโลกเช่น เส้นทางชิมไวน์ ทัวร์ชิมอาหารของญี่ปุ่น การท่องเที่ยวชิมผลไม้ในสวนภาคตะวันออก หรือแม้แต่การเข้าร่วมในเทศกาลกินเจ เป็นต้น และด้วยความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารไทยเป็นที่รู้จักของชาวต่างชาติ ทำให้เกิดการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารซึ่งเป็นส่วนหนึ่ง ของกิจกรรมในการท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทย จากความนิยมในปัจจุบันทำให้การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ช่วยส่งเสริมให้เศรษฐกิจทางการท่องเที่ยวเกิดการขยายตัวเพิ่มขึ้น อีกทั้งเป็นการช่วยให้เกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นและภาคการเกษตรจากวัตถุดิบต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเชิงอาหารของไทยยังมีโอกาสและข้อจำกัด ขณะที่ไทยมีต้นทุนเป็นที่รู้จักของโลกทั้งทางด้านเป็นแหล่งวัตถุดิบ ที่เป็นอยู่ข้าวอยู่น้ำของภูมิภาค วัตถุดิบอาหารไทยที่มีชื่อเสียง ระดับโลกเช่น ข้าวหอมมะลิ อาหารทะเล และผลไม้ที่เป็นที่นิยม ของนักท่องเที่ยวและชาวต่างชาติ อาทิทุเรียน ที่เป็นที่นิยม ของนักท่องเที่ยวจีน มังคุดที่เป็นที่ชื่นชอบของคนญี่ปุ่น เป็นต้น การส่งเสริมการผลิตแบบเกษตรอินทรีย์สอดคล้องกับกระแส สนใจอาหารเพื่อสุขภาพ แต่ยังขาดการส่งเสริมร้านอาหารให้ได้มาตรฐานและเป็นที่รู้จัก ขาดการเชื่อมโยงให้เป็นมูลค่าและความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในแง่การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว จึงควรมีการจัดเทศกาลอาหารไทยให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว อย่างสม่ำเสมอ ควรมีการศึกษาและวางระบบส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร อย่างจริงจัง สอดคล้องกับโครงการส่งเสริมครัวไทยสู่ครัวโลก ส่งเสริมการเชื่อมโยงอาหารไทยสู่ ASEAN Culinary (พรรณิสวนเพลง และคนอื่นๆ, 2559, สืบค้น 9 มีนาคม 2566 จาก

https://asean.psu.ac.th/Data/tourism/topic/17/Gastronomy_Tourism_TH2559.pdf)

เนชั่นแนลจีโอกราฟิกไทยแลนด์ (National Geographic Thailand)

(<https://ngthai.com/news-activity/20864/gastronomy/>, สืบค้น 9 มีนาคม 2566 อธิบายว่า

การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นกระบวนการส่งผ่านวัฒนธรรมด้านการกิน โดยอธิบายว่าเป็นหนึ่งในเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยสร้างและพัฒนาความยั่งยืนทั้งในระดับท้องถิ่น ชุมชน ระดับชาติ ระดับภูมิภาค และ ระดับโลก ซึ่งจะส่งผลต่อความยั่งยืนและความเป็นอยู่ของมนุษยชาติในอนาคต ทั้งนี้เนื่องจากความต้องการและการบริโภคอาหารจะนำไปสู่การแสวงหาแนวทางและทางออกในการดำเนินกิจกรรมเพื่อความยั่งยืนและความมั่นคงด้านอาหารและเป็นกิจกรรมที่จะส่งผลให้เกิดการจ้างงานตามมา ซึ่งนั่นอาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารจะมีพัฒนาการมากไปกว่าการหาอาหารมาให้บริการในรูปแบบที่คุ้นเคยเท่านั้น แต่จะเป็นรูปแบบที่จะส่งผลต่อการดำเนินการภาคการผลิตวัตถุดิบในภาคเกษตร กิจกรรมการแปรรูปอาหารและการนำเสนอต่อผู้บริโภค กิจกรรมการผลิตสินค้าและบริการในลักษณะของที่ระดมไปถึงกิจกรรมการจัดชื้อและของเหลือซึ่งเป็นความสัมพันธ์ในลักษณะของห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) ยิ่งไปกว่านั้น การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ยังเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเติมเต็มประสบการณ์การท่องเที่ยว โดยเฉพาะประสบการณ์ในการได้เรียนรู้ ชิม ทาน และทำอาหารด้วยตัวเอง ซึ่งจะส่งผลต่อการเติบโตและขยายตัวของอุตสาหกรรมอาหารและต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจของชุมชนทางไกลที่สามารถพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่ของตนเองได้

สิ่งสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอาหารอีกประการ นอกเหนือจากในเรื่องรสชาติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่ออาหารที่ได้สัมผัส ยังมีการผสมผสานวัฒนธรรมและองค์ความรู้ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นที่ผ่านการสร้างสรรค์และการนำเสนอในรายการอาหารและเครื่องดื่มชนิดต่าง ๆ อีกด้วย ซึ่งสามารถนำไปต่อยอดเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ต่อเนื่องที่มีขนาดทางธุรกิจที่ใหญ่ยิ่งขึ้นได้

ในลักษณะคล้ายกันกับเนชั่นแนลจีโอกราฟิกไทยแลนด์ (National Geographic Thailand) เดอเยูนีลีเวอร์ฟู้ดโซลูชัน (The Unilever Food Solutions)

(<https://www.unileverfoodsolutions.co.th/th/chef-inspiration/trendwatch/trend3-gastronomy-tourism.html>. สืบค้น 9 มีนาคม 2566) อธิบายว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสในการได้สัมผัสและเรียนรู้วัฒนธรรมของท้องถิ่น โดยเฉพาะอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวที่ใช้ส่วนประกอบ (ingredient) ในการปรุงจากวัตถุดิบในท้องถิ่น ผ่านกระบวนการปรุง (cooking) ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นจะเป็นส่วนสำคัญในการสร้างประสบการณ์ที่เป็นที่จดจำไม่รู้ลืมสำหรับนักท่องเที่ยว

ตามรายงานของธนาคารกรุงเทพฯ จำกัด (มหาชน) การท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย ถือเป็นรูปแบบใหม่ของการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่มีความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงระหว่างปี 2562-2563 โดยเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจที่จะสัมผัสและมีประสบการณ์กับรสชาติอาหารที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะในภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ ขณะที่ในระดับโลก การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นรูปแบบ การท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมมาเป็นเวลามากกว่าทศวรรษโดยเฉพาะในภูมิภาคอเมริกาเหนือ

(North America) และยุโรป (Europe) (<https://www.bangkokbanksme.com/en/food-tourism-lifestyle>, สืบค้น 9 มีนาคม 2566)

ขณะที่ Harrington, R, J. & Ottencher C,M. (2010) ได้อธิบายว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพอย่างยิ่งในการสร้างความยั่งยืนและความมั่นคงของระบบอาหารของท้องถิ่นรวมทั้งต่อความมั่นคงของวงจรชีวิตของการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ช่วยสร้างความยั่งยืนให้แก่จุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวและช่วยในการส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นและส่งผลต่อการให้ความสำคัญกับองค์ประกอบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องไปพร้อม ๆ กันด้วย (J.A. Folgado-Fernandez et al (2019)

สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้อธิบายรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวเป็น 5 รูปแบบ ดังนี้

(<https://www.bangkokbanksme.com/en/food-tourism-lifestyle>. สืบค้น 9 มีนาคม 2566)

1. การเดินทางไปแวะชิมหรือสัมผัสประสบการณ์รับประทานอาหาร ณ สถานที่ผลิตหรือจำหน่ายอาหารที่มีชื่อเสียงที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวซึ่งอยู่ในรายการท่องเที่ยวหลักของตนในระหว่างการเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ

2. การเดินทางไปร่วมกิจกรรมเทศกาลอาหาร ซึ่งมีการจัดแสดงหรือออกร้านจำหน่ายอาหารที่มีชื่อเสียงและเป็นที่นิยมมาไว้มากันจำนวนมาก ซึ่งเป็นโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสประสบการณ์การชิมการรับประทาน

3. การเข้าร่วมเรียนการทำอาหารซึ่งจัดขึ้นสำหรับนักท่องเที่ยวโดยหน่วยงานต่าง ๆ เช่น โรงแรมหรือร้านอาหารที่มีชื่อเสียง หรือ ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้เรียนรู้เทคนิคการประกอบอาหาร เทคนิคในการเลือกซื้อวัตถุดิบและส่วนประกอบในการประกอบอาหาร เทคนิคการปรุงรสกับผู้สอนที่เป็นผู้เชี่ยวชาญและเป็นคนในพื้นที่

4. การเดินทางไปพักหรือใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ (Homestay) ซึ่งนักท่องเที่ยวจะมีโอกาสในการได้เรียนรู้การใช้ชีวิตกับเจ้าของที่พักที่เป็นคนในพื้นที่หรือในชุมชน ได้สัมผัสบรรยากาศการใช้ชีวิตแบบท้องถิ่น การประกอบอาหารแบบดั้งเดิมและรับประทานอาหารแบบพื้นถิ่นที่มีรสชาติดั้งเดิม

5. การเดินทางร่วมกิจกรรมในลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agricultural Tourism) ซึ่งนักท่องเที่ยวจะมีโอกาสได้รับประสบการณ์ที่หลากหลายทั้งการได้ทดลองทำการเกษตร อาทิ การปลูกพืชเลี้ยงสัตว์ (ให้อาหารสัตว์) การเก็บผลผลิตทางการเกษตร รวมไปถึงการได้ชิมและรับประทานอาหารที่สดและใหม่จากฟาร์มเกษตร ได้สัมผัสทัศนียภาพที่สวยงามของแปลงเกษตร และได้ซื้อสินค้าที่ระลึกจากผู้ผลิตโดยตรง

คล้ายกับสถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ Perullo (2016) อธิบายว่าประสบการณ์จากการสัมผัสอาหารในการท่องเที่ยวถือเป็นประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่เกิดจากการได้สัมผัสหรือการมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและประชาชนในพื้นที่ผ่านอาหารและเรื่องราวของอาหารนั้น ๆ

การเกิดขึ้นของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ไม่ได้ส่งผลกระทบเฉพาะต่อแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนในชนบทที่เป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบในการประกอบอาหารหรือเป็นแหล่งผลิตอาหารที่มีชื่อเสียงเท่านั้น แต่ยังสามารถส่งผลกระทบต่อให้บริการของภัตตาคารในแหล่งท่องเที่ยว Bertan (2020) ระบุว่าผลกระทบจากการท่องเที่ยวเชิงอาหารส่งผลให้ภัตตาคารต่าง ๆ จะต้องปรับตัวในการดำเนินการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยต้องปรับตัวทั้งในด้านวัตถุดิบในการประกอบอาหาร รสชาติอาหาร คุณภาพและมาตรฐานการบริการของบุคลากร รูปแบบการนำเสนอ รวมทั้งการจัดบรรยากาศของภัตตาคารให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

นอกจากนั้น ญาดา ขอบทำดี (2562) ได้อธิบายการท่องเที่ยวเชิงอาหารในลักษณะที่คล้ายกับสถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยระบุว่าเป้าหมายหลักของการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวคือเพื่อเรียนรู้และทำความรู้จักประวัติหรือตำนานของอาหารชนิดต่าง ๆ โดยการสัมผัสอาหารด้วยการชิมและรับประทานอาหารจากผู้ผลิตอาหารในท้องถิ่นโดยตรง ซึ่งสอดคล้องกับวิมลรัตน์ บุญศรีรัตน์ (2561) ซึ่งระบุว่านักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารส่วนใหญ่จะแสวงหาและค้นหาแหล่งท่องเที่ยวที่มีภัตตาคารหรือร้านอาหารที่มีชื่อเสียงเพื่อจะไปสัมผัสรสชาติอาหาร ขณะที่ภัทรพร พันธูรี (2558) ระบุว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ผ่านหลากหลายกิจกรรม ทั้งการชิมอาหาร การรับประทานอาหาร การปรุงอาหาร การซื้อผลิตภัณฑ์อาหารและส่วนประกอบในการปรุงอาหาร การได้เห็นวิถีชีวิตของคนในชุมชนที่เดินทางไปท่องเที่ยว เป็นต้น

ในลักษณะคล้าย ๆ กัน ญัฐกานต์ พุกสรนันท์ และ คนอื่นๆ (2560) อธิบายว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นรูปแบบที่สามารถนำมาใช้ในการส่งเสริมและสร้างมูลค่าเพิ่มสำหรับวัตถุดิบในการประกอบอาหารในท้องถิ่นได้ ซึ่งจะเป็นการช่วยสร้างเศรษฐกิจชุมชนและยกระดับความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของประชาชนในชุมชนได้

Hall, M. et al. (2003) อธิบายว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือนแหล่งผลิตและจัดจำหน่ายอาหารทั้งสถานที่ที่เป็นต้นกำเนิดและแหล่งจัดจำหน่ายโดยมีเป้าหมายสำคัญคือเพื่อไปสัมผัสประสบการณ์การชิมและรับประทานอาหาร

จากที่ระบุข้างต้น อาจกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่นอกจากให้ประสบการณ์ใหม่แก่นักท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมการชิมและการรับประทานอาหาร การเรียนรู้การปรุงอาหาร การสัมผัสวัฒนธรรมของท้องถิ่นผ่านกระบวนการผลิตและบริการอาหารของท้องถิ่นและวิถีชีวิตของคนใน

ท้องถิ่นแล้ว การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างเศรษฐกิจชุมชนและท้องถิ่นและช่วยยกระดับชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนท้องถิ่นให้มีมาตรฐานที่ดีขึ้นได้ด้วย

แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นความสำคัญของการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ที่มนุษย์สร้างขึ้น เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลินและได้รับความรู้จากการศึกษา เรียนรู้ความเข้าใจในสภาพสังคมและวัฒนธรรมของพื้นที่ อย่างมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว โดยแบ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามความสำคัญ 9 ประการ ดังนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

1) การท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความสำคัญ กับประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี โดยยึดหลักที่ว่าต้องอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ให้ ดีที่สุดเพื่อสามารถสืบต่อถึงอนุชนรุ่นหลัง

2) การท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการจัดการ อย่างยั่งยืนทั้งเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยยึดหลักที่ว่าด้วยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบ ต่อสิ่งแวดล้อมหรือกระทบน้อยที่สุด

3) การท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้คงไว้ซึ่งวิถีชีวิตของท้องถิ่นในแง่สังคมและวัฒนธรรม โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว ที่ต้องการศึกษาความแตกต่างทางด้านสังคมและวัฒนธรรมอันหลากหลาย

4) การท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความรู้ แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ทั้งนักท่องเที่ยว ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวและประชาชน ในท้องถิ่น โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยว พร้อมทั้งมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

5) การท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ชุมชนท้องถิ่น มีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์ โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการ แหล่งท่องเที่ยวและได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว อันจะเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น

6) การท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการตลาดของการบริการท่องเที่ยวครบตามเกณฑ์แห่งการอนุรักษ์อย่างแท้จริง โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ธุรกิจ ท่องเที่ยวนั้นในเรื่องอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

7) การท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้นักท่องเที่ยว เกิดความพึงพอใจ เพิ่มคุณค่าของประสบการณ์ที่ได้รับ ทำให้ต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก โดยยึดหลักที่ว่าต้องมีกิจกรรมท่องเที่ยวตรงตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

8) การท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึง ชีตความสามารถรองรับของพื้นที่ และความสะอาดของพื้นที่ โดยยึดหลักที่ว่าต้องไม่เกิน ชีตความสามารถรองรับของพื้นที่ในทุก ๆ ด้าน และต้องดูแลรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว อยู่เสมอ

9) การท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว โดยยึดหลักที่ว่าต้องป้องกันรักษาความปลอดภัย แก่นักท่องเที่ยวอย่างเข้มงวด เพื่อให้นักท่องเที่ยวอบอุ่นใจ

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแม้จะมีความหลากหลายแต่ก็ให้ความสำคัญในเรื่องการเรียนรู้ การสร้างจิตสำนึก และเคารพต่อวัฒนธรรมที่แตกต่าง รวมถึงการส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และประเพณี

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ผู้อื่นและย้อนกลับมามองตัวเองอย่างเข้าใจในสรรพสิ่งของโลกที่ไม่สามารถแยกตัวออกจากกันได้ การต้องพึ่งพาอาศัยกันและกัน องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญจึงประกอบด้วย

1. องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น อันประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจ 10 ประการคือ

- 1.1 ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ที่ยังปรากฏให้เห็น
- 1.2 โบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานต่าง ๆ
- 1.3 งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในท้องถิ่นและสิ่งปลูกสร้าง ผังเมืองรวมทั้งซากปรักหักพัง
- 1.4 ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้น และแกะสลัก
- 1.5 ศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่าง ๆ ทางศาสนา
- 1.6 ดนตรี การแสดงละคร ภาพยนตร์ มหรสพต่าง ๆ
- 1.7 ภาษาและวรรณกรรม รวมถึงระบบการศึกษา
- 1.8 วิถีชีวิต เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย การทำอาหาร ขนบธรรมเนียมการรับประทานอาหาร และอาหาร
- 1.9 ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน ขนบธรรมเนียม และเทศกาลต่าง ๆ
- 1.10 ลักษณะงานหรือเทคโนโลยี ต่าง ๆ ที่มีการนำมาใช้เฉพาะท้องถิ่น

2. องค์ประกอบด้านกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการ ศึกษาสิ่งแวดล้อม โดยมีการศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อมและระบบนิเวศในแหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรม เพื่อปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมให้แก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

3. องค์ประกอบด้านธุรกิจท่องเที่ยวเป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้บริการทางการท่องเที่ยวโดยผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และได้ผลตอบแทน ในกำไรสู่ธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมศึกษา อีกทั้งช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

4. องค์ประกอบด้านการตลาดท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการตลาด ท่องเที่ยวคุณภาพ โดยแสวงหานักท่องเที่ยวคุณภาพให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรม

เพื่อให้นักท่องเที่ยวคุณภาพได้รับรู้และได้ประสบการณ์จากการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมอย่างพึงพอใจ อีกทั้งช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

5. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เป็นการตลาดท่องเที่ยวที่มี การคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยให้ชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้น มีส่วนร่วมในการพัฒนาหรือการจัดการการท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบ และได้รับผลประโยชน์ ตอบแทนเพื่อกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น

6. องค์ประกอบด้านการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยว ที่ต้องคำนึงถึงการปลูกฝังจิตสำนึกที่ถูกต้องทางการท่องเที่ยวแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย โดยมีการให้ ความรู้และสื่อความหมาย ในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ ทุกฝ่ายเกิดความรักความหวงแหน ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้แก่ การชมโบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีของท้องถิ่นต่าง ๆ เพื่อได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน รวมทั้งการศึกษาความเชื่อ พิธีกรรมต่าง ๆ เพิ่มขึ้น ในขณะเดียวกันปลูกฝังจิตสำนึกในการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม โดยชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสามารถแบ่งได้ 5 ประเภท (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) ดังนี้

1) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึง การเดินทาง ท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ ท่องเที่ยว โดยได้รับความรู้และความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดีในท้องถิ่นบนพื้นฐานของ ความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยที่ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

2) การท่องเที่ยวงานวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานศิลปวัฒนธรรมประเพณีต่าง ๆ ที่ชาวบ้าน ในท้องถิ่นนั้น ๆ จัดขึ้น เพื่อให้ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียศิลป์ และศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพพิธีกรรมต่าง ๆ อีกทั้งได้รับความรู้ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและ วัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษา มรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการ การท่องเที่ยว

3) การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชนบท (Rural Tourism / Village Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษ โดดเด่น เพื่อให้ได้รับความเพลิดเพลิน ได้ความรู้ ดูผลงานสร้างสรรค์ และภูมิปัญญาพื้นบ้าน อีกทั้งมี ความเข้าใจในวัฒนธรรม

ท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดก ทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

4) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยว ไปยังสถานที่ออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาหรือแข่งขันการกีฬา โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบ ของการจัดรายการกีฬาตามเส้นทางที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมกีฬาได้ สนุกสนานเพลิดเพลินกับการออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาหรือการแข่งขันกีฬา ในขณะเดียวกันก็ได้ไป ยังแหล่งท่องเที่ยวตามเส้นทางรายการกีฬา ทำให้ได้รับความรู้ความเข้าใจและประสบการณ์ ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและ คุณค่า

5) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม (Cultural Health Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยมีกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพหรือ ฟื้นฟูสุขภาพทางวัฒนธรรม เช่น การนวดตัว นวดฝ่าเท้า การอบสมุนไพร การประคบสมุนไพร การฝึก กายบริหาร การฝึกสมาธิ เป็นต้น เพื่อเสริมสร้างสุขภาพและคุณภาพชีวิตของนักท่องเที่ยวบนพื้นฐาน ของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ให้ความสำคัญในการรักษาสภาพแวดล้อม การให้บริการทางการท่องเที่ยวโดยผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว คำนึงถึงการตลาดท่องเที่ยวคุณภาพ การมีส่วนร่วมของชุมชน และเป็นการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกที่ดีต่อผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยว

แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวในปัจจุบัน เป็นการท่องเที่ยวที่ยังเน้นเชิงปริมาณ จึงส่งผลกระทบในด้านต่าง ๆ ในวงกว้าง ทั้งด้านสังคม วัฒนธรรม ประเพณี และสิ่งแวดล้อม การนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ๆ จึงเกิดขึ้น เพื่อแก้ปัญหาที่อาจจะลุกลามในอนาคต

1) ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การจัดการประชุมนานาชาติเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จึงได้ถูกจัดขึ้น เพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมเพื่อจัดการการท่องเที่ยวในทิศทางที่ยั่งยืน จากการประชุมครั้งแรกเรื่องการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ขององค์กรศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ระหว่างวันที่ 25 – 27 ตุลาคม 2549 ที่เมืองซานตาเฟ มลรัฐนิวเม็กซิโก ประเทศสหรัฐอเมริกา ได้กำหนดคำนิยามของ “Creative Tourism” หรือ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ว่า คือการท่องเที่ยวที่นำไปสู่ประสบการณ์ที่แท้จริงและ

มีการเชื่อมโยงด้วยการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในงานศิลปะ มรดก หรือคุณลักษณะพิเศษของสถานที่ และยังทำให้เกิดการเชื่อมสัมพันธ์กับผู้ที่อยู่อาศัยในพื้นที่ซึ่งเป็นผู้สร้างสรรค์วัฒนธรรมที่ยังมีชีวิตนั้นขึ้นมา

องค์กรยูเนสโก (2549) ได้ให้คำนิยามของการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาชุมชนนั้น ๆ เกิดความยั่งยืน โดยมีการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตในชุมชน ในเชิงการเรียนรู้และการทดลองให้ได้มาซึ่งประสบการณ์ที่เป็นอยู่จริงในชุมชน นอกจากนั้นชุมชนจะต้องสามารถใช้การจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการรักษาความสมดุลระหว่างการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวภายในชุมชนและผลประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับ ทั้งในรูปที่เป็นผลประโยชน์ตอบแทนอิงตามระบอบทุนนิยมและความยั่งยืนของการพัฒนาชุมชน

นอกจากนี้ยังหมายถึง การจัดให้เกิดกิจกรรมต่าง ๆ โดยเน้นการเรียนรู้จากการศึกษาประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน ตลอดจนการมีส่วนร่วมและปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ จะเน้นความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้คนในชุมชนนั้น ๆ โดยมีเป้าหมายว่านักท่องเที่ยวในลักษณะของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์จะเป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่เป็นเพียงแค่นักท่องเที่ยว (Tourist) แต่จะเป็นสมาชิกของชุมชนที่ได้มีโอกาสไปใช้ชีวิตร่วมกัน (Citizen of Community)

นาฬิกอดิศักดิ์ แสงสนิท (2552) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์หรือ Creative Tourism ไว้ว่า คือ การพัฒนาการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นความได้เปรียบ ด้วยการสร้างมูลค่า (Value Creation) ด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานแห่งความเป็นไทย (Thainess) วิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปะวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ซึ่งเป็นต้นทุนทางการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยเรามีอยู่แล้ว และไม่ว่าจะใช้ไปมากสักเท่าไร ก็ไม่ทำให้ต้นทุนนี้หมดไป แต่กลับยังเป็นผลดีที่ได้ร่วมอนุรักษ์สิ่งเหล่านี้ไว้ แต่ต้องยอมรับด้วยว่าการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เป็นเรื่องใหม่สำหรับสังคมไทย เราต้องสร้างความเข้าใจให้ได้ว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวสร้างสรรค์คืออะไร ต้องทำอะไร ฉะนั้น จุดประสงค์ของโครงการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ คือ การเป็นจุดเริ่มต้นในการพัฒนาต้นแบบพัฒนาการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ อันมีจุดหมายไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยหารูปแบบสร้างองค์ความรู้ และสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ โดยใช้การท่องเที่ยวสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือให้ชุมชนได้มีโอกาสในการใช้สิทธิความเป็นเจ้าของพื้นที่ เพื่อกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวด้วยตนเอง กำหนดและจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว และที่สำคัญสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวด้วยตนเอง นำมาซึ่งผลประโยชน์ที่เป็นธรรมมากขึ้นพร้อมกับสร้างความเข้าใจให้กับนักท่องเที่ยวและชุมชนได้ร่วมกันจัดการการท่องเที่ยวแบบรับผิดชอบต่อชุมชน (Social Responsible Tourism)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการดำเนินโครงการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ คือ การท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมจะเอื้อประโยชน์ให้เกิดการอนุรักษ์อย่างชัดเจน และเป็นกระบวนการสำคัญในการสร้างจิตสำนึกให้กับคนในชุมชน นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ ร่วมกันรักษาสมดุลของระบบนิเวศของชุมชน

ผ่านการสร้างกระบวนการกลุ่ม ให้กลับมาร่วมกันคิด ร่วมกันทำ เมื่อเกิดการจัดการอย่างเป็นระบบและประสบความสำเร็จแล้ว แหล่งท่องเที่ยวจะกลายเป็นแหล่งเรียนรู้ของสังคม เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเครือข่าย และกลายเป็นพลังในการสร้างฐานความรู้สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและสร้างสรรค์ การนำเอาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นไปที่การสร้างความสุขใน 3 ส่วน คือ ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งหากเน้นเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเกินไปก็อาจทำให้เสียสมดุล เช่น หากมุ่งเน้นจำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ ก็จะทำให้ละเลยการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมและทำให้เสน่ห์ของชุมชนหายไป หรือหากมุ่งเน้นอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมหรือศิลปวัฒนธรรมมากเกินไปจนไม่ปรับตัว เพื่อเปิดรับการท่องเที่ยว ชุมชนก็จะขายรายได้ เป็นต้น การพัฒนาการท่องเที่ยวจึงต้องคำนึงถึง 3 ส่วนนี้เพื่อให้เกิดความสุขและพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน

สำหรับประเทศไทยนั้นเป็นประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งด้านศิลปวัฒนธรรม ศิลปหัตถกรรม แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เป็นต้น หากนักท่องเที่ยวหันมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กันมากขึ้นแล้ว เชื่อว่าจะทำให้เกิดความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของเรา อีกทั้งคนในชุมชนก็ยังเกิดสำนึกรักในเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ที่ตนเองมีอยู่ หากนักท่องเที่ยวและเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกด้านดีร่วมกันเช่น นี้แล้ว ก็จะทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวมีความยั่งยืนได้อย่างที่ตั้งใจ

มูทริกา พุกษาพงษ์ (2552) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การท่องเที่ยววิถีชีวิตที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับการใช้ชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องวิถีการอยู่อาศัย การประกอบอาชีพ อาหารการกิน ศิลปหัตถกรรม และอื่น ๆ ที่สะท้อนให้เห็นถึงเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของชุมชนและผู้คนเจ้าของพื้นที่ โดยมุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวมีปฏิสัมพันธ์กับคนในพื้นที่ ผ่านการพูดคุยสนทนา และผ่านกิจกรรมทดลองปฏิบัติต่าง ๆ เช่น ทดลองทำอาหาร ทดลองทำศิลปหัตถกรรม หรือทดลองใช้ชีวิตตามอย่างผู้คนในชุมชน หรือการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ซึ่งจะทำให้เข้าใจในวัฒนธรรมอันมีเอกลักษณ์ของผู้คนและสถานที่นั้นๆ ผ่านประสบการณ์ตรง เรียกว่าเป็นเวทีการเรียนรู้แบบมีชีวิตนั่นเอง

องค์การบริหารพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (2554) กล่าวว่า การจัดการการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมจะเอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์อย่างชัดเจน และเป็นกระบวนการสำคัญในการก่อเกิดจิตสำนึกร่วม กันในการรักษาสมดุลของระบบนิเวศในชุมชน ทั้งจากการร่วมคิด ร่วมทำ สร้างกระบวนการกลุ่ม เมื่อมีการจัดการอย่างเป็นระบบและประสบความสำเร็จแล้ว ยังสามารถขยายผลไปในพื้นที่ข้างเคียงและพื้นที่อื่น ๆ ได้ แหล่งท่องเที่ยวและชุมชนจะเป็นแหล่งเรียนรู้ของสังคม แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเครือข่าย จนกลายเป็นพลังในการสร้างฐานความรู้สำหรับการ พัฒนาอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน ดังนั้นอาจจะกล่าวได้ว่า "การท่องเที่ยว สร้างสรรค์มีรากฐานจากชุมชนสร้างสรรค์ และต้องใช้ทุนทางสังคมต่าง ๆ เพื่อสร้างการท่องเที่ยวสร้างสรรค์"

จากทั้งหมดที่กล่าวมา ทำให้เห็นได้ชัดว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่ที่น่าสนใจ เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อหารูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับชุมชนของตนเอง โดยมีเอกลักษณ์ และวัฒนธรรมชุมชนเป็นต้นทุน รูปแบบการจัดการทำโดยชุมชน และเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่คนในชุมชนจริง ๆ

2) กระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น จำเป็นต้องอาศัยกระบวนการอย่างเป็นขั้นตอน เพื่อให้ปรากฏผลลัพท์อย่างเป็นรูปธรรม ในสถานะที่ทุนนิยมท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์แทรกซึมอยู่ในมิติของการดำเนินธุรกิจจึงไม่สามารถหลีกเลี่ยงการนำแนวคิดทางการตลาดมาประยุกต์ใช้ แต่ทั้งนี้ การพัฒนาดังกล่าว ต้องอยู่บนพื้นฐานของการพัฒนาอย่างยั่งยืน กระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้ (ภูริวัจน์ เดชอุ่ม, 2553)

1. การค้นหาอัตลักษณ์และทำความเข้าใจคุณค่าของวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อาศัยทุนทางวัฒนธรรมเป็นตัวขับเคลื่อน ดังนั้นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาการท่องเที่ยวจึงเป็นการค้นหาอัตลักษณ์หรือการเรียนรู้ตนเอง ซึ่งครอบคลุมถึงฐานทรัพยากรทางวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นวิถีชีวิต ศิลปะ ประเพณี ภูมิปัญญา ความหลากหลายทางธรรมชาติ เพื่อก่อให้เกิดความตระหนักและความภาคภูมิใจในคุณค่าของวัฒนธรรม เปรียบเสมือนกับการสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งของสังคมให้มีจุดยืนที่มั่นคง สามารถเชื่อมโยงกับการพัฒนาในมิติต่าง ๆ ได้อย่างกลมกลืน ตัวอย่างเช่น วัฒนธรรมการกินของชาวญี่ปุ่นที่ให้ความสำคัญกับฤดูกาลและความกลมกลืน โดยชาวญี่ปุ่นมีความเชื่อว่าการกินตามฤดูกาลจะส่งผลดีต่อสุขภาพ รวมไปถึงการกินที่สื่อถึงจิตวิญญาณการเคารพธรรมชาติผ่านความคิดที่ว่า “อย่าทำลายรสชาติของวัตถุดิบ” ทำให้เกิดเป็นอาหารญี่ปุ่นที่มีความสด นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับการจัดแต่งหน้าตาของอาหารด้วยความเชื่อว่า ประสบการณ์ที่ได้รับจากการลิ้มรสจากอาหารไม่ใช่เพียงกลิ่นและรสชาติเท่านั้น ทำให้อาหารญี่ปุ่นเป็นที่ยอมรับของคนทั้งโลกว่ามีมูลค่าเพิ่มสูง ในขณะเดียวกันก็สามารถสร้างประสบการณ์ในการกินที่แปลกใหม่ได้อย่างครบถ้วน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อเดินทางไปท่องเที่ยวที่ประเทศญี่ปุ่น คงไม่นึกท่องเที่ยวคนใดพลาดโอกาสการลิ้มลองอาหารญี่ปุ่นแบบดั้งเดิมได้

2. การหาความโดดเด่นและความแตกต่าง เป็นการนำมาซึ่งการสร้างเอกลักษณ์ เฉพาะตัวที่ไม่สามารถจะลอกเลียนแบบได้ ถึงแม้ว่าการท่องเที่ยวจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีสิ่งใดมาทดแทนกันได้อย่างสมบูรณ์ก็ตามที แต่ก็มีข้อเสียตรงที่สามารถลอกเลียนแบบกันได้ เช่น รายการนำเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวประเภทตลาดน้ำหรือตลาดบกที่สร้างขึ้นใหม่ เป็นต้น นอกจากนี้ การรักษาเอกลักษณ์เฉพาะตัวให้คงอยู่อย่างยั่งยืนก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยว เช่น การรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวเมืองหลวงพระบางในประเทศลาว ท่ามกลางการเจริญเติบโตของสิ่งปลูกสร้างที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว กลายเป็นเสน่ห์ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเที่ยวชมในรอบระยะเวลา 5 ปี (พ.ศ. 2548 -

2553) ไม่ต่ำกว่า 1 ล้านคน สามารถสร้างรายได้ไม่ต่ำกว่า 296 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และได้รับการยกย่องให้เป็น 1 ใน 10 สถานที่ยอดนิยมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

3. การสร้างเสริมคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เป็นการเพิ่มองค์ประกอบที่มีส่วนมีคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นความรู้สึกของผู้ซื้อถึงมูลค่าที่เพิ่มขึ้น รวมไปถึงการลดต้นทุนการผลิตการลงทุนขององค์กรลงด้วย โดยการเสริมคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยอาจใช้กระบวนการออกแบบมาช่วยเสริมอย่างครบวงจร ตั้งแต่การออกแบบแนวคิดของธุรกิจ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การออกแบบบริการ รวมไปถึงการออกแบบประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวพึงจะได้รับ เช่น งานศิลปหัตถกรรมไทยแขนงต่าง ๆ ซึ่งเป็นมรดกทางภูมิปัญญาดั้งเดิมของไทย และได้รับการพัฒนาให้เป็นสินค้าที่ระลึก หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ถ้าหากจำหน่ายให้นักท่องเที่ยวแบบมุ่งขายเพียงอย่างเดียว อาจทำให้นักท่องเที่ยวต่อรองราคา เนื่องจากไม่เห็นมิติของคุณค่า ดังนั้น จึงควรมีการจัดนำเที่ยวในหมู่บ้านที่เป็นแหล่งผลิตสินค้านั้น ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสชมการสาธิต ทดลองสินค้าอย่างมีส่วนร่วมและนำไปสู่ความเข้าใจถึงความประณีตละเอียดอ่อนในการสร้างสรรค์ผลงานที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นนั้น ๆ

4. การหยั่งรู้ความต้องการที่แท้จริงของตลาด การสร้างความเข้าใจที่แท้จริงของลูกค้า และเป็นการหาคำตอบว่าลูกค้าต้องการอะไร เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง เช่น ฤดูฝนเป็นฤดูที่ได้รับความนิยมในการท่องเที่ยวน้อย หากค้นหาความต้องการของนักท่องเที่ยวบางกลุ่มอย่างละเอียดจะพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตะวันออกกลางชื่นชอบการพักผ่อนและธรรมชาติในฤดูฝน สถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมคือพญา ภูเก็ต เชียงใหม่ เกาะสมุย หัวหิน และยังมีนิคมเดินทางมาใช้บริการสปากับการบริการดูแลสุขภาพในโรงพยาบาลที่ทันสมัยในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากให้ความไว้วางใจในมาตรฐานและความเชี่ยวชาญทางการแพทย์ของโรงพยาบาลในประเทศไทย นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีกำลังซื้อสูง ซึ่งปกติจะพักในโรงแรมระดับ 4 ดาว และเดินทางมาเป็นครอบครัว ดังนั้น หากสามารถพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายในช่วงฤดูฝนสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้โดยเฉพาะได้ ก็จะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

5. การปรับเปลี่ยนกลวิธีในการพัฒนาตลาด ปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงจากการขายผลิตภัณฑ์แบบมวลชนมาสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความเฉพาะเจาะจงมากขึ้น เป็นการตลาดที่มุ่งขายคุณค่า เมื่อนำแนวคิดนี้มาใช้ ก็เป็นการเชื่อมคุณค่าของความดั้งเดิมและความเป็นตัวตนเข้ากับทันสมัยได้อย่างกลมกลืนและก่อให้เกิดคุณค่าที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ เช่น ฟาร์มโชคชัยซึ่งพัฒนาไปสู่ธุรกิจทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยมีแนวคิดทางการตลาดที่มุ่งเน้นการเป็นผู้สร้างตลาด ด้วยการเป็นผู้กำหนดกระแสความต้องการใหม่ รวมไปถึงการกระตุ้นตลาดด้วยการเผยแพร่ความรู้ทางด้านเกษตรผ่านช่องทางต่าง ๆ ตลอดจนก้าวสู่ความเป็นผู้นำตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีชื่อเสียงในประเทศไทยและ

กลายเป็นต้นแบบในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้กับแหล่งเกษตรกรรมในรูปแบบอื่น ๆ เช่น สวนเกษตร วนเกษตรและสวนสมุนไพรจังหวัดต่าง ๆ เป็นต้น

กระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นอาศัยแนวคิดทางการตลาดเป็นปลายทางแห่งความสำเร็จ นอกเหนือจากทฤษฎีทางการตลาดที่เป็นที่ยอมรับแล้วนั้น สิ่งที่ขาดไม่ได้เลยคือการสอดแทรกความคิดสร้างสรรค์ตลอดกระบวนการพัฒนา สิ่งที่ยังเป็นอุปสรรคในประเทศไทยนั้นคือกระบวนการทำงานที่ยังแยกส่วนไม่มีการบูรณาการกันทุกภาคส่วน จึงทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยยังไม่สามารถนำข้อได้เปรียบจากการแข่งขันมาสร้างประโยชน์ให้กับประเทศได้อย่างเต็มที่

แนวคิดเศรษฐกิจบีซีจี (BCG Economic) และการท่องเที่ยวบีซีจี (BCG Tourism)

การเปลี่ยนแปลงของธรรมชาติที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและรุนแรง กลายเป็นปัจจุบันผลักดันให้ผู้คนตระหนักถึงความสำคัญในการดำรง รักษา และวางแผนธรรมชาติ มีการณรงค์เพื่อป้องกันการเปลี่ยนแปลงที่รุนแรงและจะกระทบต่อธรรมชาติ ‘จะช่วยกันปกป้องและรักษาธรรมชาติให้มีความยั่งยืน’ ได้อย่างไร เป็นสิ่งที่คนทั่วโลกตระหนักร่วมกัน องค์การสหประชาชาติได้ให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าวนี้และได้กำหนด “เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน” (Sustainable Development Goals–SDGs) เพื่อเป้าหมายการมีโลกดีขึ้นภายในปี 2030 ภายใต้แนวคิดการพัฒนาต่าง ๆ จะต้องคำนึงถึงความเป็นองค์รวมของทุก ๆ ด้านอย่างสมดุล

สำหรับประเทศไทยมีการบรรจุประเด็นความยั่งยืนเป็นหนึ่งในเป้าหมายของยุทธศาสตร์ชาติ คือ ‘มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน’ โดยล่าสุด ปี 2564 คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบเสนอ ‘โมเดลเศรษฐกิจ BCG’ เป็นแนวทางส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อลดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้อุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น การเกษตร การคมนาคม พลังงาน ต้องปรับตัว ไม่เว้นแม้แต่การท่องเที่ยว

(<https://tatacademy.com/th/publish/articles/2393645f-50aa-43e5-930b-1b0f538e1402>, สืบค้น 15 มีนาคม 2566)

อาจกล่าวได้ว่า การพัฒนาด้านเศรษฐกิจของทุกประเทศทั่วโลก เป็นการดำเนินการที่ต้องใช้ทรัพยากรทั้งทรัพยากรงบประมาณ วัตถุดิบ และกำลังคน นอกจากนั้นยังต้องแลกกับการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินการพัฒนาอย่างไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ เช่น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ เพื่อรองรับการพัฒนาเศรษฐกิจ เช่น เส้นทางคมนาคมขนส่งทั้งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ ซึ่งจะต้องกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงเชิงกายภาพของภูมิประเทศและสิ่งแวดล้อม แต่เป็นสิ่งที่รัฐบาลทุกประเทศจำเป็นต้องดำเนินการและยอมแลกเพื่อให้ได้มาซึ่งความมั่งคั่งและมั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศ อย่างไรก็ตาม ผลกระทบจากการพัฒนาเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องยาวนาน ส่งผลต่อความเสื่อมสภาพของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้ประเทศต่าง ๆ แสวงหาแนวทางในการดำเนินการพัฒนาเศรษฐกิจที่

ส่งผลกระทบน้อยที่สุดและให้เกิดความยั่งยืนมากที่สุด ขณะเดียวกันเป็นรูปแบบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เน้นการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จึงเกิดแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจภายใต้ชื่อว่า BCG Model ซึ่งประกอบด้วยเศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy)

BCG ย่อมาจาก ‘Bio-Circular-Green’ Economy หรือ การผสมผสานของการพัฒนาเศรษฐกิจชีวภาพ (Bio) เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular) และเศรษฐกิจสีเขียว (Green) เน้นการลงมือปฏิบัติให้เกิดผลลัพธ์เป็นรูปธรรม พอจะสรุปโดยสังเขปได้ดังนี้

(<https://tatacademy.com/th/publish/articles/2393645f-50aa-43e5-930b-1b0f538e1402>, สืบค้น 15 มีนาคม 2566)

(1) เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio-Economy) คือ การนำองค์ความรู้ วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีมาพัฒนาต่อยอดต้นทุนความหลากหลายทางชีวภาพเพื่อสร้างมูลค่าและความมั่นคงทางเศรษฐกิจ เช่น สินค้าการเกษตร พลังงาน อาหาร เป็นต้น โดยได้ผลผลิตที่มีคุณภาพมากขึ้น แต่ปล่อยมลพิษลดลง

(2) เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) คือ การหมุนเวียนปัจจัยการผลิตเพื่อลดความเสื่อมโทรมของทรัพยากร มลพิษและของเสีย เช่น การใช้วัสดุทางเลือก พลังงานหมุนเวียน การใช้ซ้ำ (Reuse, Refurbish, Sharing) หรือแปรรูปกลับมาใช้ใหม่ (Recycle, Upcycle) ภายใต้แนวทางการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด เหลือทิ้งน้อยหรือสิ้นเปลืองที่สุด

(3) เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) คือ การพัฒนาเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคมและรักษาสิ่งแวดล้อมอย่าง ‘สมดุล’ ให้มีความสำคัญกับการปกป้อง อนุรักษ์ ปันพู่แหล่งธรรมชาติ ความหลากหลายทางชีวภาพของสิ่งมีชีวิต ค่านิยมการบริโภคที่ยั่งยืนผ่านการประยุกต์ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี เช่น อินเทอร์เน็ต ปัญญาประดิษฐ์ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีของผู้คน

ดังที่ทราบทั่วไปว่า BCG Economy เป็นรูปแบบหรือโมเดลการพัฒนาเศรษฐกิจที่ได้รับการพูดถึงอย่างกว้างขวางในระยะ 5 ปีที่ผ่านมาฐานะเป็นรูปแบบเศรษฐกิจที่เน้นความยั่งยืน เน้นการมีส่วนร่วม เน้นการอยู่ร่วมกันระหว่างคน ธรรมชาติ และ สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน และในฐานะที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่ส่งผลกระทบต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นอุตสาหกรรมที่มีจำนวนผู้บริโภคจำนวนมากซึ่งแม้จะมีผลกระทบเชิงบวก (Positive Impact) หลายอย่าง ทั้งการสร้างรายได้ การจ้างงาน แต่ขณะเดียวกันก็ส่งผลกระทบเชิงลบ (Negative Impact) เช่น ปัญหาสิ่งแวดล้อม ปัญหามลภาวะ ปัญหาสังคม เป็นต้น ทำให้เกิดแนวทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) และ BCG Tourism กลายเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่จะมาแทนที่การท่องเที่ยวแบบเดิมหรือที่เรียก Old Tourism ที่เป็นลักษณะของ Mass Tourism

แนวคิด BCG Tourism เป็นการนำองค์ความรู้และเทคโนโลยีมาประยุกต์กับการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนมากขึ้นในการพัฒนาเศรษฐกิจ เน้นความร่วมมือจากผู้ประกอบการให้ดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ลดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม แบ่งปันประโยชน์เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน ทั้งนี้ รูปแบบของการท่องเที่ยวแบบ BCG Tourism ประกอบด้วยการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) การท่องเที่ยววิถีชุมชน (Local Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) (<https://www.bcg.in.th/data-center/articles/bcg-tourism/>, สืบค้น 15 มีนาคม 2566) โดยรูปแบบของการท่องเที่ยวภายใต้ BCG Tourism จะมีลักษณะดังนี้ (<https://tatacademy.com/th/publish/articles/2393645f-50aa-43e5-930b-1b0f538e1402>, สืบค้น 15 มีนาคม 2566)

(1) การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับอาหารที่เป็นมิตรกับสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่น ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ ซึ่งถือเป็นสินค้าที่มีกระบวนการผลิตที่ลดผลกระทบต่อธรรมชาติ ปลอดภัยและมีคุณค่าต่อการรักษาความสมบูรณ์ของดิน ความหลากหลายทางชีวภาพของพื้นที่เกษตรกรรม และความปลอดภัยต่อผู้บริโภค

นอกจากนั้น การนำองค์ความรู้หรือเทคโนโลยีเข้ามาพัฒนาเชิงคุณภาพ เช่น การดูแลผลผลิต การควบคุมคุณภาพ บรรจุภัณฑ์ การตลาด มาใช้ในกระบวนการผลิตและการสร้างช่องทางเชื่อมโยงกับนักท่องเที่ยวให้สามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกและหลากหลาย จะมีส่วนช่วยให้ผู้ผลิตและผู้บริโภคสามารถเข้าถึงกันได้มากขึ้น

(2) การท่องเที่ยววิถีชุมชน (Local Tourism) เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนทั้งความยั่งยืนของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนของสมาชิกในชุมชนทั้งด้านคุณภาพชีวิต การอยู่ดีกินดี มีสุขภาพชีวิตที่ดี การระมัดระวังและหลีกเลี่ยงผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนและสิ่งแวดล้อม การให้ความสำคัญกับการลดภาวะโลกร้อน การจำกัดปริมาณคาร์บอน (Low Carbon) การให้ความสำคัญกับการนำองค์ความรู้ทางเทคโนโลยีชีวภาพมาใช้ในการดำเนินการเพื่อเป็นการสร้างประสบการณ์ใหม่ร่วมกันของนักท่องเที่ยวและชาวบ้านในชุมชนและพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว การใช้เทคโนโลยีมาเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดและเล่าเรื่องของชุมชน (Story Telling) ทั้งในมิติด้านสังคม วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ความเป็นอยู่เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของชุมชนสู่การรับรู้ของนักท่องเที่ยวและสังคมภายนอกเพื่อส่งเสริมให้เกิดการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวซึ่งจะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของชุมชน

(3) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพผ่านเรื่องโภชนาการ กิจกรรมดูแลสุขภาพทั้งการรักษา ป้องกัน ฟื้นฟู การออกกำลังกาย กิจกรรมที่ดำเนินการเช่น กิจกรรมนวดรูปแบบต่าง ๆ โดยใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านและสมุนไพรในชุมชน กิจกรรมปั่นจักรยาน เดินป่า เป็นต้น

อาจกล่าวได้ว่ารูปแบบของกิจกรรม BCG Tourism ดังระบุข้างต้น เป็นกิจกรรมที่มีความเชื่อมโยงกันทั้ง 3 รูปแบบทั้งการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) การท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชน (Local Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) แต่ในการศึกษานี้ จะเน้นที่การท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยจะใช้เป็นเครื่องมือในการเล่าเรื่องวัฒนธรรมของท้องถิ่นเชียงรายผ่านอาหาร (ของกิน)พื้นถิ่น เนื่องจากเป็นด้านที่มีความโดดเด่นและชัดเจนและเป็นกิจกรรมที่จะเชื่อมโยงอีก 2 รูปแบบมาผสมผสานกันเป็น BCG Tourism

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุปรียา ภูผาลาและคนอื่นๆ (2565) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชนประเทศไทย จากการศึกษาพบว่า องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอาหารมี 4 ด้าน ประกอบด้วย 1) การท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) 2) ภูมิปัญญาและมรดกทางอาหาร 3) ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และ 4) ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในกระบวนการสร้างคุณค่าร่วมกันมี 3 กระบวนการ ได้แก่ 1) กระบวนการค้นหาและเข้าใจวัฒนธรรมและอัตลักษณ์อาหารของตน 2) กระบวนการสร้างคุณค่าที่ส่งมอบให้กับนักท่องเที่ยวให้ได้สัมผัสกับเดิมแท้ของอาหารท้องถิ่น และ 3) กระบวนการสร้างคุณค่าให้อาหารส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกิดการรับรู้และเข้าใจคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้และยอมรับวัฒนธรรมท้องถิ่น และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว และรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชน จากองค์ประกอบและกระบวนการสร้างคุณค่าร่วมระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในบริบทของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทำให้เกิดคุณค่าร่วม 6 คุณค่า ได้แก่ คุณค่าทางด้านเศรษฐกิจ คุณค่าทางด้านสิ่งแวดล้อม คุณค่าทางด้านสังคมและชุมชน คุณค่าทางด้านวัฒนธรรมคุณค่าด้านจิตวิญญาณ คุณค่าด้านสุนทรียภาพ คุณค่าร่วมเหล่านี้ส่งผลให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

เสงี่ยม บุญพัฒน์ และคนอื่นๆ (2564). ทำการศึกษาเรื่อง การประเมินความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่องานเทศกาลชิมชา ซากูระงาม วัฒนธรรมชนเผ่าและกาแฟดอยแม่สลอง ครั้งที่ 24 จังหวัดเชียงราย. โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินความพึงพอใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวในงานเทศกาลชิมชา ซากูระงาม วัฒนธรรมชนเผ่าและกาแฟดอยแม่สลอง ครั้งที่ 24 จังหวัดเชียงราย โดยสะท้อนว่า

ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวจะใช้สำหรับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวมากหรือน้อย (สั้น-ยาว) ขึ้นอยู่กับความหลากหลายและความน่าสนใจของกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม

J, A, Folgao-Fernandez., et al. (2019) ทำการศึกษาเรื่อง Potential of olive oil tourism in promoting local quality food products: A case study of the region of Extremadura, Spain โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวในเส้นทางการท่องเที่ยว น้ำมันมะกอกของนักท่องเที่ยวซึ่งผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวมีความประทับใจกับประสบการณ์ที่ได้รับจากการรับประทานอาหารเมนูต่าง ๆ ที่ใช้น้ำมันมะกอกเป็นส่วนผสม ทำเนียบและวิธีการในการปลูกและเก็บเกี่ยว การนำผลมะกอกมาผลิตน้ำมันมะกอก การศึกษานี้ยังพบว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารในในเส้นทางการท่องเที่ยวใช้น้ำมันมะกอกมีส่วนส่งเสริมเศรษฐกิจของชุมชนและจะสร้างความยั่งยืนให้แก่ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวได้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนและความเข้มแข็งของสังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจของชุมชน

Ingrassia, M,I. et al. (2022) ทำการศึกษาเรื่อง Digital Influencers, Food and Tourism – A New Model of Open Innovation of Businesses in the Ho.Re.Ca. Sector โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทางเลือกช่องทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการส่งเสริมการขายสินค้าและบริการด้านอาหารและการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่าการใช้วิธีการสื่อสารและถ่ายทอดข้อมูล (เรื่องราว) ที่มีลักษณะของการใช้นวัตกรรมใหม่ ๆ เป็นเครื่องมือจะมีผลต่อการสื่อสารและถ่ายทอดเรื่องราวเกี่ยวกับอาหารและการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สูงขึ้น

G. Mehul Krishan Kumar (2019) ทำการศึกษาเรื่อง Gastronomic tourism – A way of supplementing tourism in the Andaman Nicobar Islands โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารจะมีศักยภาพในการเป็นองค์ประกอบในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยภาพรวมของเกาะ Nicobar หรือไม่ ผลการศึกษาพบว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีบทบาทและความสำคัญในการเป็นปัจจัยส่งเสริมการเติบโตของการท่องเที่ยวของเกาะ Nicobar เนื่องจากเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของเกาะ Nicobar และมีบทบาทสำคัญในการเป็นเครื่องมือในการกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชนอีกด้วย

A.Balderas-Cejudol., et al. (2019) ทำการศึกษาเรื่อง Senior Foodies: A developing niche market in gastronomic tourism โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยการศึกษาพบว่าผู้สูงอายุเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีเวลาที่สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้มากขึ้นและมีกำลังซื้อสูง ผู้ประกอบการหรือผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารเกี่ยวกับคุณค่า เรื่องราวของอาหารต่าง ๆ ให้ชัดเจนมากกว่าการเป็นอาหารเพราะนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุบางส่วนอาจชื่นชอบการรับประทานอาหารแปลกใหม่เพื่อเป็นประสบการณ์ใหม่ ขณะเดียวกันมีนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุอีกกลุ่มที่มีความกังวลเรื่องการรับประทานอาหารที่ไม่คุ้นเคยและบางส่วนเป็นผู้รักสุขภาพและควบคุมน้ำหนัก อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจำนวนมากเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มี

ประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวจำนวนมากและชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างมากเนื่องจากเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้สัมผัสถึงวัฒนธรรมของชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวผ่านอาหาร ผู้ศึกษาให้ข้อเสนอแนะว่าผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารควรให้ความสำคัญกับสิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังจากการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อจะได้นำเสนอสินค้าและบริการได้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

Ogan, Y. & Celik, M. (2023) ทำการศึกษาเรื่อง A gastronomic product in Turkish culinary culture: A research on Yozgat Canak cheese โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวัฒนธรรมการผลิตชีส (Cheese) ตั้งแต่กระบวนการผลิต วิธีการเลือกวัตถุดิบ การนำไปใช้เป็นส่วนผสม (ingredient) ในการประกอบอาหารประเภทต่าง ๆ ที่ต้องมีไว้ประจำในครัวของคนตุรกี (Turkish) ผลการศึกษาพบว่าชีส (Cheese) ไม่ได้เป็นเพียงวัตถุดิบที่ใช้เป็นส่วนผสมในการประกอบอาหารแต่มีส่วนที่สะท้อนหรือถ่ายทอดให้เป็นถึงวัฒนธรรมการประกอบอาหารของคนตุรกีและควรนำมาใช้เป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของตุรกี

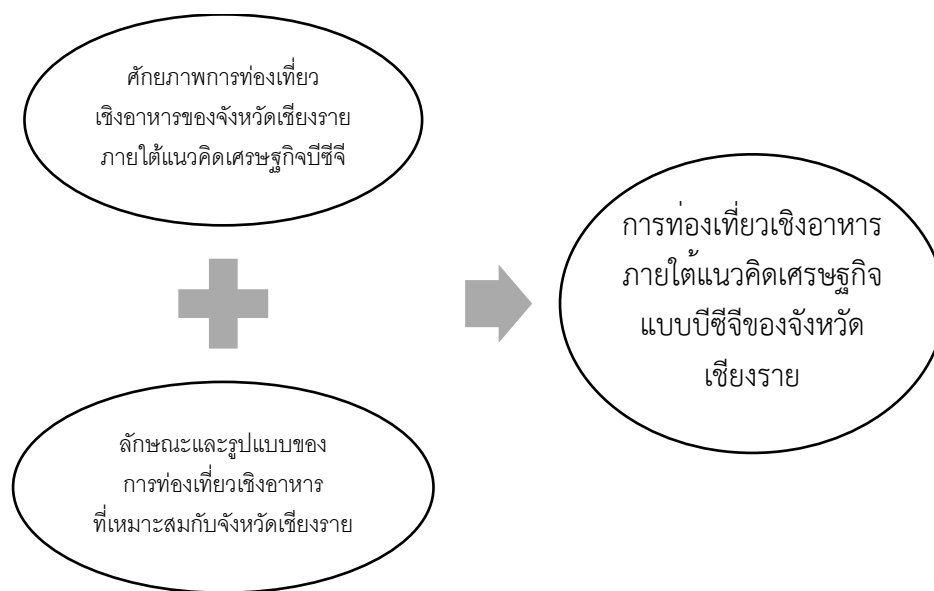
Forleo, B. M. and Graziella Benedetto (2020) ทำการศึกษาเรื่อง Creative Cities of Gastronomy: Towards relationship between city and countryside โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารจะสามารถจุดให้เกิดการพัฒนาด้านการเกษตรและระบบของท้องถิ่นได้หรือไม่ หรือจะสามารถเป็นแนวทางใหม่ในการพัฒนาเมืองตามแนวคิดเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกได้หรือไม่ ผลการศึกษาพบว่าการพัฒนาชนบทและชุมชนในชนเมืองด้วยการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำเป็นต้องมีการกำหนดแนวทางและขอบเขตที่ชัดเจนระหว่างส่วนของชุมชนในชนบทและชุมชนในเมือง โดยเฉพาะการกำหนดความเชื่อมโยงระหว่างสองพื้นที่ ผลิตภัณฑ์ คน และสถานที่โดยให้ความสำคัญกับทั้งความใหม่ (new) และความสมดุลของความสัมพันธ์ระหว่างสองพื้นที่

Wondirad, A., et al. (2021) ทำการศึกษาเรื่อง Culinary tourism as a driver of regional economic development and socio-cultural revitalization: Evidence from Amhara National Regional State, Ethiopia โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารมีประโยชน์ต่อการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและสังคมอย่างมาก ซึ่งให้เห็นว่าการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างชัดเจนจะส่งผลให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืนต่อเนื่องไปถึงภาคเกษตรกรรมและเป็นการสร้างบรรยากาศของการมีส่วนร่วมและเป็นการให้อำนาจในการตัดสินใจแก่ประชาชนในพื้นที่ (empowerment) อาหารท้องถิ่นที่ถ่ายทอดออกมาให้เห็นความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเปรียบเหมือนเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนและเป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว และมีส่วนทำให้นักท่องเที่ยวเพิ่มจำนวนวันพักมากกว่าเดิม การท่องเที่ยวเชิงอาหารช่วยสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกของชุมชน ส่งเสริมให้เกิดความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน

Boonpat O., et al. (2023) ทำการศึกษาเรื่อง Creating Local Food for Health Tourism by Ban Nong O community, Mae Chan District, Chiang Rai Province โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้อาหารพื้นถิ่นและวัตถุดิบในพื้นที่เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งสะท้อนว่าอาหารท้องถิ่นที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่ชัดเจนทั้งในด้านรสชาติ หน้าตา และใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นในการประกอบอาหารจะเป็นปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชน

กรอบแนวคิด

การศึกษาแนวคิดและทฤษฎีจากการทบทวนวรรณกรรม นำมาวิเคราะห์ประเด็นคำถามการวิจัยสองประเด็นได้แก่ “จังหวัดเชียงรายมีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจแบบปีชีจี หรือไม่” และ “ลักษณะและรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงรายเป็นอย่างไร” และนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยและออกแบบวิธีดำเนินการวิจัย ได้ดังนี้



แผนภาพที่ 2 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเชียงรายภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสีเขียว ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและเชื่อถือได้มากที่สุด โดยทำการทบทวนวรรณกรรม และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Constructed Interview) เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น (Nonprobability sampling) ซึ่งใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) จากนั้นใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลแบบสะดวกหรือบังเอิญ (Convenient or Accidental sampling) (ชาย โพธิ์สิตา, 2564) โดยในส่วนของนักท่องเที่ยวเลือกนักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายอย่างน้อย 1 ครั้ง จำนวนไม่เกิน 2 เท่าของกลุ่มตัวแทนหน่วยงาน ขณะที่ตัวแทนจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและมีบทบาทส่งเสริมแนวคิดเศรษฐกิจ BCG จำนวน 10 คน ตัวแทนจากผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 14 คน ตัวแทนนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวและด้านอาหารอย่างละ 1 คน เลือกโดยใช้เกณฑ์การพิจารณาจากผู้ที่มีประสบการณ์ทำงาน 10 ปีหน่วยงานละ 1 คน โดยคำถามในแบบสัมภาษณ์ประกอบด้วยส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับบริบทด้านการท่องเที่ยวทั่วไปของจังหวัดเชียงราย ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจ BCG ในจังหวัดเชียงราย และส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยและองค์ประกอบเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเชียงรายและรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยทำการหาคุณภาพเครื่องมือการวิจัยโดยนำแบบสัมภาษณ์ที่จัดทำขึ้นเสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาที่ต้องการสัมภาษณ์ และทำการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ จากนั้นนำแบบสัมภาษณ์ไปทดลองใช้ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย เพื่อนำข้อมูลที่ได้นำมาปรับปรุงให้ถูกต้องสมบูรณ์ ในขั้นตอนของการรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่ม ขณะที่ข้อมูลทุติยภูมิรวบรวมจากเอกสารทางวิชาการ รายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์ บทความวิชาการและหนังสือที่เกี่ยวข้องในการวิจัย จากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และสรุปสาระสำคัญตามขอบเขตเนื้อหาที่กำหนด (Content Analysis) ตามวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ทั้งนี้ จำแนกตามประเด็นได้ดังต่อไปนี้

การกำหนดประชากรและขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์และแบบสอบถาม โดยกำหนดประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการวิเคราะห์เป็น 5 กลุ่ม คือ

ประชากรที่ทำการศึกษาแบ่งเป็น

1. ภาคราชการที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย บุคลากรจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว หน่วยงานราชการที่มีบทบาทส่งเสริมธุรกิจปศุสัตว์
2. ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ผู้แทนจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนนำเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจด้านอาหาร ภัตตาคาร และเครื่องดื่ม ชมรมและหรือสมาคมการท่องเที่ยว ชมรมภัตตาคารและร้านอาหาร ชมรมโรงแรม ในจังหวัดเชียงราย
3. นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว
4. นักวิชาการด้านอาหาร
5. นักท่องเที่ยว

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เกณฑ์แต่ละกลุ่มดังต่อไปนี้

1. ภาคราชการที่เกี่ยวข้อง

ประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 คน ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างภาคราชการที่เกี่ยวข้อง

ที่	กลุ่มตัวอย่าง	รหัสผู้ให้ข้อมูล
1	ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเชียงรายหรือผู้แทน 1 คน	A1
2	ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดเชียงรายหรือผู้แทน 1 คน	A2
3	วัฒนธรรมจังหวัดเชียงรายหรือผู้แทน 1 คน	A3
4	เกษตรจังหวัด เกษตรอำเภอ หรือผู้แทน 2 คน	A4-A5

2. ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

ประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 14 คน ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3.2 จำนวนกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

ที่	กลุ่มตัวอย่าง	รหัสผู้ให้ข้อมูล
1	ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนนำเที่ยว 5 คน	B1-B5
2	ผู้ประกอบการธุรกิจด้านอาหาร ภัตตาคาร และเครื่องดื่ม 5 คน	B6-B10
3	นายกสมาคม/ชมรมภัตตาคารและร้านอาหารหรือผู้แทน 1 คน	B11

ตารางที่ 3.2 จำนวนกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ที่	กลุ่มตัวอย่าง	รหัสผู้ให้ข้อมูล
4	นายกสมาคมัคคุเทศก์จังหวัดเชียงรายหรือผู้แทน 1 คน	B12
5	ประธานชมรมโรงแรมจังหวัดเชียงรายหรือผู้แทน 1 คน	B13
6	นายกสมาคมท่องเที่ยวเชียงรายหรือผู้แทน 1 คน	B14

3. นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว 2 คน

ตารางที่ 3.3 จำนวนกลุ่มตัวอย่างนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว

ที่	กลุ่มตัวอย่าง	รหัสผู้ให้ข้อมูล
1	นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว 2 คน	C1-C2

4. นักวิชาการด้านอาหาร 2 คน

ตารางที่ 3.4 จำนวนกลุ่มตัวอย่างนักวิชาการด้านอาหาร

ที่	กลุ่มตัวอย่าง	รหัสผู้ให้ข้อมูล
1	นักวิชาการด้านอาหาร 2 คน	D1-D2

5. นักท่องเที่ยว 10 คน

ตารางที่ 3.5 จำนวนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

ที่	กลุ่มตัวอย่าง	รหัสผู้ให้ข้อมูล
1	นักท่องเที่ยว 10 คน	E1-E10

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ได้แก่แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบมีโครงสร้าง (Constructed Interview) กลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

- 1) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 10 คน
- 2) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในหน่วยงานภาคเอกชน จำนวน 14 คน
- 3) นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว จำนวน 2 คน
- 4) นักวิชาการด้านอาหาร จำนวน 2 คน
- 5) นักท่องเที่ยว จำนวน 10 คน

โดยในการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างซึ่งกำหนดคำถามในการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้าด้วยคำถามปลายเปิด (Open-end Questions) เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างได้

เสนอความคิดเห็นอย่างเต็มที่ต่อประเด็นคำถามเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเชียงราย ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG โดยแบ่งแบบสัมภาษณ์เป็น 2 ชุด คือ

ชุดที่ 1 สำหรับกลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่ม ประกอบด้วย

- 1) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 10 คน
- 2) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในหน่วยงานภาคเอกชน จำนวน 14 คน
- 3) นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว จำนวน 2 คน
- 4) นักวิชาการด้านอาหาร จำนวน 2 คน

ชุดที่ 2 สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยว

โดยรายละเอียดของคำถามจะประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับบริบทด้านการท่องเที่ยวทั่วไปของจังหวัดเชียงราย

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับเศรษฐกิจ BCG ในจังหวัดเชียงราย

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยและองค์ประกอบเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเชียงราย และรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงราย

วิธีหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์ (In-depth Interview)

1. ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์เสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาที่ต้องการสัมภาษณ์ และทำการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ
2. นำแบบสัมภาษณ์ไปทดลองใช้ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงแบบสัมภาษณ์ให้ถูกต้องสมบูรณ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งตามลักษณะของข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มในจังหวัดเชียงราย
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ รายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์ บทความวิชาการและหนังสือที่เกี่ยวข้องในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ด้วยวิธีการดังต่อไปนี้

1. ทำการวิเคราะห์รายกลุ่มจากคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ โดยจัดกลุ่มประเด็นสำคัญของคำถามแต่ละตอนที่ใช้ในการสัมภาษณ์
2. ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และสรุปสาระสำคัญตามขอบเขตเนื้อหาที่กำหนด
3. ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลทั้งหมดตามประเด็นสำคัญของการวิจัย
4. นำข้อมูลที่ตรวจสอบและจัดระบบข้อมูลทั้งหมดแล้วมาทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ตามวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (ชาย โพธิ์สิตา, 2564)

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การวิจัยเรื่อง การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเชียงรายภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสีเขียว มีวัตถุประสงค์สำคัญ 2 ประการ ประกอบด้วย (1) เพื่อประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเชียงรายภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสีเขียว และ (2) เพื่อศึกษาลักษณะและรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงราย โดยในเอกสารรายงานความก้าวหน้าฉบับนี้เป็นการนำเสนอผลการศึกษาที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) กลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มตามที่ระบุในบทที่ 3 และนำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) จัดการและเรียบเรียงเพื่อนำเสนอตามลำดับ

การเติบโตของการท่องเที่ยวในลักษณะรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นกระแสที่เป็นที่นิยมและถูกพูดถึงแพร่หลายทั่วโลก รวมทั้งในประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศที่มีชื่อเสียงเรื่องอาหารที่มีเอกลักษณ์เฉพาะและได้รับการจัดอันดับให้เป็นรายการอาหารที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวและนักชิมอาหารทั่วโลก (ดังระบุในหน้า 8-9 บทที่ 2) ซึ่งแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย ได้กระจายไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศรวมทั้งจังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ (ดังระบุในหน้า 13-14 บทที่ 2) พิจารณาในด้านของฝ่ายดำเนินการจัดหาสินค้าและบริการ (Supply side) เช่น รัฐบาล ผู้ประกอบการ ชุมชน การมีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกิดขึ้นได้กลายเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศรวมทั้งจังหวัดเชียงราย ในขณะที่ด้านนักท่องเที่ยว (Demand side) การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นส่วนที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสัมผัสประสบการณ์แปลกใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน และส่งผลทางอ้อมต่อภาคการผลิตวัตถุดิบสำหรับการประกอบอาหารเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารและการเกิดธุรกิจรูปแบบใหม่ ๆ ในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะธุรกิจระดับครัวเรือนและชุมชน นำไปสู่การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนของชุมชน การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจสีเขียว (BCG Economic)

ผลจากการศึกษาโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มหลัก สามารถนำเสนอตามกรอบประเด็นการสัมภาษณ์ ได้ดังนี้

(1) ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 ซึ่งประกอบด้วยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในหน่วยงานภาครัฐ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจากหน่วยงานภาคเอกชน นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว และนักวิชาการด้านอาหาร ต่อประเด็นการสัมภาษณ์ 3 ประเด็นหลัก สามารถจำแนกได้ดังต่อไปนี้

(1.1) บริบทด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

จากการสัมภาษณ์ พบว่าข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มตัวอย่างมีทั้งลักษณะที่คล้ายกัน และส่วนที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะบริบทด้านการบริหารและจัดการการท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดข้อมูลดังนี้

ในส่วนที่มีความคล้ายกัน กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าจังหวัดเชียงรายเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูงและมีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่ส่งผลให้เชียงรายกลายเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว (Tourist Destination) ที่สำคัญของภาคเหนือและของประเทศ โดยลักษณะเด่นที่กลุ่มตัวอย่างสะท้อนว่าเป็นสิ่งที่สะท้อนศักยภาพของจังหวัดเชียงราย มีดังนี้

(1) ท่าเลที่ตั้งที่มีพรมแดนติดกับประเทศเพื่อนบ้านในฐานะชายแดนสามแผ่นดิน (ไทย ลาว และ เมียนมาร์) และการเชื่อมกับประเทศจีนผ่านพรมแดนทางน้ำ (แม่น้ำโขง) และถนน R3A และ R3B และรถไฟความเร็วสูงจีน-ลาว-ไทย

(2) มีลักษณะภูมิประเทศที่เป็นภูเขาสูงสลับซับซ้อนซึ่งเป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและสำคัญหลายแห่งซึ่งมีชื่อเสียงและเอกลักษณ์เฉพาะ เช่น ดอยแม่สลองในฐานะแหล่งปลูกชาและส้มที่มีชื่อ ดอยช้างและดอยวาวีซึ่งเป็นแหล่งปลูกชาและกาแฟที่ขึ้นชื่อเป็นที่ยอมรับระดับโลก ดอยตุงที่ตั้งโครงการพัฒนาดอยตุงและพระตำหนักดอยตุง วัดพระธาตุดอยตุง ดอยผาหมี/ผาฮี้ซึ่งเป็นทั้งแหล่งปลูกกาแฟ ที่พักแรมแบบโฮมสเตย์และร้านกาแฟที่มีชื่อเสียง ผาตั้งและภูชี้ฟ้าที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวชมทะเลหมอกที่สวยงาม ปางขอนและแม่มอญ ซึ่งนอกจากเป็นแหล่งปลูกกาแฟมีชื่อยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวชมความงามของดอกไม้ (นางพญาเสือโคร่งที่ปางขอน และดอกไฮเดรนเยียที่แม่มอญ) ทัศนียภาพที่สวยงามริมน้ำโขงที่อำเภอเชียงแสนและอำเภอเชียงของ

(3) นอกจากการมีภูมิประเทศที่สวยงาม เชียงรายยังมีภูมิอากาศที่เย็นสบาย โดยเฉพาะบนดอยสูงทั้งดอยแม่สลอง ดอยตุง ดอยช้าง ดอยวาวี ผาตั้ง ภูชี้ฟ้า เป็นต้น

(4) มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปะและวัฒนธรรม วัด เมืองเก่าที่มีชื่อเสียง เช่นวัดพระแก้ว วัดพระสิงห์ วัดพระธาตุดอยตุง วัดพระธาตุดอยจอมกิตติ วัดพระธาตุดาเวา วัดร่องขุน วัดร่องเสือเต้น วัดพระธาตุดอยจอก วัดห้วยปลากั้ง ไร่เชิญตะวัน เมืองโบราณเชียงแสน เมืองโบราณเวียงกาหลง พิพิธภัณฑ์บ้านดำ บ้านศิลปินเชียงราย

(5) มีวัฒนธรรมชาติพันธุ์ โดยเชียงรายเป็นสถานที่ที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ อยู่อาศัยมากกว่า 10 กลุ่มโดยแต่ละกลุ่มมีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะทั้งการแต่งกาย ประเพณี และการละเล่น อาหาร การทำเกษตร

(6) มีอาหารและผลไม้ที่สะท้อนความเห็นเอกลักษณ์เฉพาะ ทั้งอาหารพื้นเมืองของคนเมือง (พื้นราบ) และอาหารของกลุ่มชาติพันธุ์ ผลไม้ขึ้นชื่อ อาทิ สับปะรดนางแล สับปะรดภูแล ลำไย ลิ้นจี่ ส้ม ส้มโอ

(7) มีร้านอาหารและภัตตาคารอาหารท้องถิ่น อาหารพื้นเมือง กระจายกันอยู่ในพื้นที่ต่าง ๆ ทั้งในตัวเมืองและอำเภอต่าง ๆ โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยว

(8) มีคาเฟ่จำหน่ายเครื่องดื่ม ขนม เบเกอรี่ที่มีชื่อเสียง ตกแต่ง สวยงามกระจายตามแหล่งท่องเที่ยว เช่น ไร่ชาฉุยฟง ดอยช้าง ไร่บุญรอด (สิงห์ปาร์ค) ดอยตุง ผาฮี้ ปางขอน แม่มอญ และในตัวเมือง เช่น ร้านชีวิตธรรมดา ร้านเมลท์อินยัวร์เมาท์ (Melt in Your Mouth)

(9) มีผลิตภัณฑ์ชา กาแฟที่ขึ้นชื่อระดับโลก เช่น กาแฟดอยช้าง กาแฟ ปางขอน กาแฟดอยตุง

(10) มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและแหล่งท่องเที่ยวชุมชนและ ธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง เช่น ไร่บุญรอดหรือสิงห์ปาร์ค หมู่บ้าน ช้างรวมมิตร หมู่บ้านการท่องเที่ยวชุมชนบ้านแซว อำเภอเชียงแสน

(11) มีเส้นทางการคมนาคมขนส่งที่สะดวกสบายในการเดินทางทั้ง เครื่องบิน เช่น จากกรุงเทพมหานคร หาดใหญ่ ภูเก็ต และเที่ยวบินแบบเช่าเหมาลำจากไต้หวัน ฮองกง เกาหลี เวียดนาม จีน และการก่อสร้างทางรถไฟส่วนต่อขยายจากสถานีเด่นชัย - เชียงราย - เชียงของ ซึ่งเมื่อ แล้วเสร็จจะส่งผลต่อการเติบโตและขยายตัวของการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายอย่างมาก เส้นทางคมนาคม ทางถนนทั้งจากส่วนกลางและจังหวัดที่มีเขตติดต่อมีความสะดวกสบาย รวมทั้งเส้นทางคมนาคมขนส่งทาง ถนนจากตัวจังหวัดไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ และระหว่างแหล่งท่องเที่ยว

(12) มีสถานที่พักแรมที่มีความสะดวกสบายและมีความหลากหลายทั้ง ด้านรูปแบบ และอัตราค่าบริการกระจายกันอยู่ในพื้นที่ต่าง ๆ ของจังหวัดเชียงราย

ทั้งนี้ สำหรับข้อมูลในส่วนที่มีความแตกต่างกันที่ได้รับจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 ได้แก่ส่วนของการกำหนดแผนและนโยบาย และวิธีการในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว โดยกลุ่มตัวอย่าง ที่มาจากหน่วยงานราชการเห็นว่าจังหวัดเชียงรายแม้มีการกำหนดแผน นโยบาย และกลยุทธ์ในการบริหาร จัดการการท่องเที่ยว แต่แผน นโยบายและกลยุทธ์ส่วนใหญ่เป็นลักษณะที่ทำตามการกำหนดของส่วนกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจากภาคเอกชนเห็นว่า การดำเนินการตามที่ส่วนกลางกำหนดเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นก็จริง แต่ จังหวัดเชียงรายควรมีการกำหนดแผน นโยบายและกลยุทธ์การจัดการที่มีลักษณะเฉพาะเชิงพื้นที่ระดับจังหวัด และระดับอำเภอโดยควรได้รับการสนับสนุนงบประมาณและบุคลากรในการดำเนินการเพิ่มเติม ทั้งนี้ เพื่อให้มี ความยืดหยุ่นและต่อเนื่องและสอดคล้องกับความต้องการของชุมชนและคนในพื้นที่ ควรมีกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในพื้นที่ผ่านกระบวนการและวิธีการที่หลากหลายมากกว่าการใช้รูปแบบการมีส่วนร่วม ตามวิธีการราชการแบบเดิม ๆ อาทิ การจัดการประชุม หรือ การรับฟังความคิดเห็นที่มีการกำหนดรูปแบบใน ลักษณะการขึ้นำโดยราชการ เป็นต้น โดยตัวอย่างที่ชัดเจนที่กลุ่มตัวอย่างจากหน่วยงานเอกชนระบุว่า เป็น ยกตัวอย่างของการดำเนินการและวิธีการคิดที่ต่างกันระหว่างหน่วยงานราชการและหน่วยงานเอกชนคือ การจัดการปัญหาหมอกควันพิษ PM 2.5 โดยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนจากหน่วยงานเอกชนต้องการ

ให้มีแผนการดำเนินการทั้งระยะสั้น ระยะกลาง และ ระยะยาวอย่างเป็นระบบและมีการกำหนดมาตรการดำเนินการรองรับในทุกระดับมากกว่าการไปเร่งรัดประชาสัมพันธ์ก่อนถึงช่วงที่จะเกิดปัญหาในแต่ละปีและเมื่อถึงเวลาที่เกิดปัญหาส่วนราชการจะเลือกใช้วิธีการจัดการในรูปแบบที่ซ้ำ ๆ เดิมในแต่ละปี ซึ่งไม่ส่งผลให้เกิดการจัดการปัญหาในลักษณะที่ยั่งยืน และเป็นเหตุให้จังหวัดเชียงรายขาดโอกาสในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวในระหว่างเวลาดังกล่าวซึ่งเป็นช่วงเวลาที่เป็นเวลาคาบเกี่ยวกับฤดูกาลท่องเที่ยวสำคัญระหว่างปลายเดือนมกราคม - เดือนเมษายนของแต่ละปี

(1.2) ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวแนวคิดเศรษฐกิจป๊อปปูล่า

ในด้านความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจป๊อปปูล่า นั้น จากการสัมภาษณ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจป๊อปปูล่า ในลักษณะดังนี้

(1) เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจแบบที่ให้ความสำคัญกับการประหยัดทรัพยากรและลดการใช้ทรัพยากรแบบสิ้นเปลือง เช่น การทำธุรกิจที่ลดของเสียหรือให้มีของเสียน้อยที่สุดเท่าที่เป็นไปได้

(2) เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับการนำทรัพยากรที่ถูกใช้ไปในการดำเนินธุรกิจแล้วกลับมาใช้ในลักษณะหมุนเวียนในรูปแบบใหม่

(3) เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับการนำนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีสมัยใหม่มาร่วมดำเนินการเพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ขณะเดียวกันเป็นวิธีเพื่อช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและมลภาวะต่าง ๆ

(4) เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคได้มีส่วนร่วมรับผิดชอบ โดยผู้ผลิตจะร่วมรับผิดชอบในลักษณะการตระหนักถึงผลเสียจากการดำเนินธุรกิจที่อาจไม่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม ชุมชน สังคม และสิทธิของผู้บริโภคที่เพียงพอ ขณะที่ในส่วนของผู้บริโภคมีส่วนร่วมรับผิดชอบในการเลือกใช้เฉพาะสินค้าและบริการจากผู้ประกอบการธุรกิจที่ดำเนินธุรกิจโดยเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ ดำเนินธุรกิจโดยเป็นธรรมและไม่เอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค

(5) เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญและเอาใจใส่กับธรรมชาติ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

(6) เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับชุมชนและประชาชนในพื้นที่ โดยเฉพาะชุมชนและประชาชนที่อยู่ในพื้นที่ธรรมชาติ การให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจที่เน้นการอยู่ร่วมกันระหว่างธรรมชาติ คน และธุรกิจอย่างยั่งยืน ให้มีผลกระทบเชิงลบต่อคนในพื้นที่และธรรมชาติน้อยที่สุด

(7) เป็นแนวคิดการดำเนินธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับการทำให้คนที่เกี่ยวข้อง เช่น ประชาชนในพื้นที่ได้รับการจ้างงานหรือมีรายได้ เพื่อลดปัญหาความยากจนและปัญหาสังคมรูปแบบต่าง ๆ

(8) เป็นแนวคิดที่จะทำให้ธรรมชาติ ชุมชน และธุรกิจอยู่ร่วมกัน
ดำเนินการไปด้วยกันได้อย่างยั่งยืน

(1.3) ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเชียงรายภายใต้แนวคิดบีซีจี

ในด้านศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเชียงรายภายใต้
แนวคิดบีซีจี ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง จำแนกเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

(1) ปัจจัยเชิงศักยภาพที่จะทำให้จังหวัดเชียงรายสามารถเป็นแหล่ง
ท่องเที่ยวเชิงอาหารภายใต้แนวคิดบีซีจี ได้ มีดังนี้

- 1.1 จังหวัดเชียงรายมีความเป็นธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์
- 1.2 จังหวัดเชียงรายมีชุมชนที่มีความเป็นเอกลักษณ์ทั้งวิถีชีวิต
ความเป็นอยู่ อาหารการกิน ประเพณี วัฒนธรรม ดำรงชีวิตในลักษณะที่เน้นความพอเพียงและทำการเกษตร
เป็นหลัก
- 1.3 จังหวัดเชียงรายมีลักษณะของการเป็นเมืองเกษตรกรรม
ประชาชนส่วนใหญ่มีอาชีพด้านการเกษตร ยังไม่มีอุตสาหกรรมขนาดใหญ่หรือโรงงานอุตสาหกรรมที่จะส่งผล
กระทบต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและชุมชน
- 1.4 จังหวัดเชียงรายการเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบในการนำมาเป็น
ส่วนประกอบที่สำคัญในการประกอบอาหาร เช่น มีแหล่งปลูกพืช ผัก ผลไม้ ทั้งพื้นที่ปลูกของชาวบ้านทั่วไป
และของผู้ประกอบการกึ่งอุตสาหกรรมในพื้นที่ กลุ่มเกษตรกรที่รวมกลุ่มกันในรูปสหกรณ์ และโครงการหลวง
- 1.5 จังหวัดเชียงรายมีภัตตาคารและร้านอาหารที่ให้บริการอาหาร
และเครื่องดื่มพื้นเมืองที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะกระจายตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่มีมาตรฐานทั้ง
รสชาติและการบริการ
- 1.6 จังหวัดเชียงรายมีชุมชนที่เป็นทั้งแหล่งผลิตวัตถุดิบที่เป็น
ส่วนประกอบในการประกอบอาหารและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดย
ชาวบ้านในชุมชนเป็นผู้ดำเนินการเอง เช่น หมู่บ้านการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ที่กระจายตัวในอำเภอต่าง ๆ ของ
จังหวัดเชียงราย เช่น อำเภอป่าแดด อำเภอเชียงแสน อำเภอเมือง อำเภอแม่จัน อำเภอแม่สาย อำเภอแม่
สรวย อำเภอเวียงป่าเป้า อำเภอพาน อำเภอเชียงของ อำเภอเทิง เป็นต้น
- 1.7 จังหวัดเชียงรายมีชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดำเนินการใน
ลักษณะวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยว เช่น ทิวไร่บ้านรวมมิตร ตำบลแม่ยาว อำเภอเมือง และโฮมสเตย์บ้าน
แซว ตำบลบ้านแซว อำเภอเชียงแสน บ้านผาฮี้ อำเภอแม่สาย บ้านดอยช้าง อำเภอแม่สรวย
- 1.8 จังหวัดเชียงรายมีแหล่งปลูกชาและกาแฟบ้านปางขอน
บ้านแม่ม่อน ไร่ชาดอยแม่สลอง ไร่ชาสุวิรุฬหยาไทย ไร่ชาดอยผิง ไร่บุญรอด (สิงห์ปาร์ค)

1.9 จังหวัดเชียงรายมีแหล่งส่งเสริมการปลูกและพัฒนาสายพันธุ์พืชผักเมืองหนาว เช่น โครงการพัฒนาดอยตุง โครงการจันกะผัก โครงการชาวน้ำมัน

1.10 จังหวัดเชียงรายมีการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการส่งเสริมอาหาร ของกิน และผลิตภัณฑ์พื้นบางที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่ขึ้นชื่อของจังหวัดเชียงรายทั้งในรูปแบบของมหกรรมสินค้าโอท็อป มหกรรมชา กาแฟเชียงราย งานผลไม้และของดีเชียงราย งานวาเลนไทน์และปีใหม่ชาวดอยตุง ดอยแม่สลอง งานสี่ส้านดอยตุง งานฟาร์มเฟสติวัลสิงห์ปาร์ค (Singha Park Farm Festival) งานอาหารและของกินเชียงรายโดยชมรมภัตตาคารและร้านอาหารเชียงราย งานถนนคนเดินเชียงราย (ทุกวันเสาร์) งานกาดมั่วคว้งแลง (จัดในพื้นที่อำเภอต่าง ๆ ของจังหวัดเชียงราย) งานส้มโอหวานเวียงแก่น งานส้มเขียวของงานชาติพันธุ์แม่สาย

1.11 จังหวัดเชียงรายมีการจัดงานชมดอกซากุระบานและชิมชาปางขอน งานชมดอกซากุระบานและชิมชาและกาแฟดอยแม่สลอง

1.12 จังหวัดเชียงรายมีการส่งเสริมวิชาหกิจชุมชนในลักษณะคาเฟ่ (café) จำหน่ายชา กาแฟ และที่พักในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ เช่น ดอยผาฮี้ ดอยช้าง ปางขอน แม่มอญ ผาตั้ง ภูชี้ฟ้า ดอยแม่สลอง

1.13 จังหวัดเชียงรายมีผู้ประกอบการธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่มที่เปิดให้บริการโดยเน้นการตอบสนองนักท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจและมีวิถีชีวิต (lifestyle) การท่องเที่ยวเชิงอาหารและขึ้นชอบบรรยากาศและการตกแต่งที่เป็นธรรมชาติซึ่งที่กระจายตัวตามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญทั่วจังหวัดเชียงราย เช่น ไร่ชาฮุยฟง โครงการพัฒนาดอยตุง สิงห์ปาร์ค บ้านดอยช้างกาแฟผาฮี้

1.14 จังหวัดเชียงรายมีองค์กรและหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งหน่วยงานราชการ สถาบันการศึกษา องค์กรเอกชน ดำเนินกิจกรรมเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจบีซีจี (BCG) ทั้งต่อชุมชนและผู้ประกอบการและผู้ดำเนินธุรกิจด้านการท่องเที่ยว

(2) ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับลักษณะและรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารภายใต้แนวคิดบีซีจี (BCG) ที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงราย มีดังนี้

2.1 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ควรมีการจัดทำแผนและนโยบายในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจบีซีจี (BCG) อย่างเป็นระบบและต่อเนื่องในลักษณะแผนระยะสั้น ระยะกลาง และ ระยะยาว

2.2 หน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ควรให้ความสำคัญกับการกำหนดรูปแบบและวิธีการดำเนินการให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของแต่ละพื้นที่ ในกรณีที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารภายใต้แนวคิดบีซีจีในพื้นที่

ต่าง ๆ ของจังหวัดเชียงราย เพราะวิธีการหรือรูปแบบที่ใช้ได้กับสถานที่หนึ่งอาจจะไม่เหมาะสมกับสถานที่อีกแห่งหนึ่ง

2.3 ลักษณะและรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารภายใต้แนวคิดบีซีจี (BCG) ของจังหวัดเชียงราย ควรมีลักษณะดังต่อไปนี้

(1) เป็นรูปแบบที่มีการออกแบบโดยพิจารณาความสอดคล้องกับลักษณะเฉพาะ (characteristics) ของชุมชนโดยหลีกเลี่ยงการดัดแปลงให้มากที่สุด

(2) รูปแบบและกิจกรรมที่จัดขึ้นต้องเคารพต่อความเป็นลักษณะที่ดั้งเดิม (authentic & traditional way) ของชุมชนหรือของต้นฉบับ

(3) รูปแบบและกิจกรรมที่ดำเนินการต้องให้ความสำคัญกับกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน ชุมชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในลักษณะที่ทั่วถึง เท่าเทียม และเป็นไปโดยความเต็มใจ

(4) การนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ (ถ้ามี) เข้ามาใช้ในการดำเนินการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว จะต้องไม่เป็นไปในลักษณะการทำลายหรือนำมาใช้แทนภูมิปัญญาดั้งเดิมของชุมชนและประชาชนที่เป็นเจ้าของ

(5) รูปแบบหรือกิจกรรมที่ดำเนินการจะต้องเป็นมิตรและให้ความเคารพต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ไม่ส่งผลกระทบด้านลบ หรือจำกัดผลกระทบด้านลบให้น้อยที่สุด

(6) รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ดำเนินการจะต้องเป็นไปในลักษณะการให้คุณค่ากับภูมิปัญญาและคุณค่าของอาหารมากกว่าเน้นการแข่งขันเชิงธุรกิจ

(7) รูปแบบและกิจกรรมที่ดำเนินการจะต้องเน้นความสำคัญของความยั่งยืนของชุมชน ประชาชน ธรรมชาติ นักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการ

(8) จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสได้ทดลองทำอาหาร เลือกว่าวัตถุดิบและส่วนประกอบในการปรุงอาหารด้วยตนเอง การพาไปนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งผลิตหรือเพาะปลูกวัตถุดิบหรือส่วนประกอบ (ingredients) อาหารชนิดนั้น ๆ

(9) จัดกิจกรรมการเรียนรู้การทำอาหาร (Cooking Class) ให้เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์จริงในฐานะผู้ทำอาหาร

(10) ควรจัดกิจกรรมเทศกาลอาหารหมุนเวียนไปตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่มีอาหารและเครื่องดื่มที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะในพื้นที่เพื่อกระจายโอกาสการมีรายได้ของคนในชุมชน

(11) จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยให้นักท่องเที่ยวไปพักหรืออยู่ค้างคืนในชุมชนหรือกับประชาชนหรือกับผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตหรือทำธุรกิจร้านอาหารหรือภัตตาคาร หรือ คาเฟ่ (Café) เพื่อให้เรียนรู้และสัมผัสประสบการณ์จริง

(12) จัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้การนำของเหลือจากการประกอบอาหารมาหมุนเวียนใช้ในรูปแบบอื่น ๆ อีกครั้ง เช่น การนำไปใช้ทำปุ๋ย หรือการบำบัดน้ำเสียเพื่อนำไปเป็นน้ำสำหรับรดน้ำผัก

(2) ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2 ได้แก่นักท่องเที่ยว ต่อประเด็นการสัมภาษณ์ รวม 3 ประเด็นหลัก จำแนกได้ดังต่อไปนี้

(1.1) บริบทด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

ข้อมูลด้านบริบททางการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย ที่ได้รับจากกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะที่คล้ายกับกลุ่มตัวอย่างกลุ่ม ทั้งนี้ มีรายละเอียดดังนี้

- (1) จังหวัดเชียงราย เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม
- (2) จังหวัดเชียงรายมีลักษณะภูมิประเทศที่เป็นภูเขาที่มีทัศนียภาพที่สวยงามและมีความเป็นธรรมชาติ
- (3) จังหวัดเชียงรายอากาศดี ไม่ร้อนเกินไป เช่น ดอยตุง ดอยช้าง
- (4) จังหวัดเชียงรายมีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งที่เป็นธรรมชาติ วัฒนธรรม มีวัดที่สวยงาม เช่น วัดร่องขุน พิพิธภัณฑ์บ้านดำ
- (5) จังหวัดเชียงรายมีสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่เช็คอิน (check-in) จำนวนมาก ทั้งในตัวเมืองและต่างอำเภอ
- (6) จังหวัดเชียงรายมีคาเฟ่ (Café) ที่มีการตกแต่งสวยงาม บรรยากาศดี ถ่ายรูปออกมาสวย เช่น คาเฟ่บนดอยช้าง ไร่ชาฉุยฟง บ้านแม่ม่อนยี่สิบสี่ปาร์ค
- (7) จังหวัดเชียงรายมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามที่อยู่ไม่ไกลจากตัวจังหวัดเดินทางสะดวก ใช้เวลาไม่นาน เช่น สิบสี่ปาร์ค
- (8) จังหวัดเชียงรายมีพรมแดนติดกับประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ เมียนมาร์และลาว

(9) จังหวัดเชียงรายมีวัดจำนวนมาก และมีเมืองโบราณ เช่น วัดพระแก้ว วัดพระสิงห์ วัดพระธาตุดอยตุง วัดร่องขุน วัดร่องเสือเต้น วัดห้วยปลากั้ง ไร่เชิญตะวัน เมืองโบราณเชียงแสน

(10) จังหวัดเชียงรายมีชนเผ่าและกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลายและต่าง ความเป็นเอกลักษณ์

(11) จังหวัดเชียงรายมีร้านอาหารพื้นเมืองที่มีเสน่ห์ รสชาติอาหาร อร่อย ราคาไม่แพง

(12) จังหวัดเชียงรายมีผลไม้ที่เป็นเอกลักษณ์ ได้แก่ สับปะรดนางแล และสับปะรดภูแล และผลไม้เมืองหนาวเช่น สตอเบอร์รี่ และผลไม้อื่น ๆ จากโครงการหลวง

(13) จังหวัดเชียงรายมีชา กาแฟที่ขึ้นชื่อระดับโลก เช่น กาแฟดอยช้าง กาแฟปางขอน กาแฟดอยตุง

(14) จังหวัดเชียงรายมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนที่เป็นธรรมชาติ เช่น สิงห์ปาร์ค ทวีร์ช้างบ้านรวมมิตร บ้านดอยช้าง บ้านแม่มอญ

(15) การเดินทางมาจังหวัดเชียงราย การเดินทางไปจังหวัดใกล้เคียง และการเดินทางภายในตัวจังหวัดและการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ สะดวกสบาย

(16) จังหวัดเชียงรายมีที่พักแรมให้เลือกความหลากหลายทั้งราคาและ รูปแบบการบริการ

(1.2) ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวแนวคิดเศรษฐกิจ BCG

ในด้านความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจบีซีจี จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจบีซีจี ในลักษณะดังนี้

(1) เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับ ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

(2) เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับการลดผลกระทบเชิงลบต่อ ธรรมชาติ เช่น ให้มีมลพิษหรือขยะที่เป็นของเสียน้อยที่สุด

(3) เป็นแนวคิดที่เน้นการประหยัดทรัพยากรและลดค่าใช้จ่ายในการ ดำเนินการ

(4) เป็นแนวคิดที่ส่งเสริมให้มีการนำทรัพยากรกลับมาใช้แบบ หมุนเวียน

(5) เป็นแนวคิดที่ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมเข้ามาใช้ในการ ดำเนินการเพื่อเพิ่มผลผลิตแต่ลดผลกระทบด้านลบ

(6) เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับประชาชนและชุมชนในพื้นที่มีส่วน ร่วมในการดำเนินการ ทั้งการร่วมคิด ร่วมวางแผน และร่วมแบ่งปันผลประโยชน์ที่เกิดขึ้น

(7) เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญและเอาใจใส่กับธรรมชาติ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

(8) เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญการอยู่ร่วมกันของชุมชน ธุรกิจ และนักท่องเที่ยว ในลักษณะที่มีความยั่งยืน ไม่มีใครได้เปรียบเสียเปรียบกัน

(9) เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจที่ทำให้คนในพื้นที่มีรายได้จากการจ้างงานหรือการขายสินค้าและบริการ

(1.3) ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเชียงรายภายใต้แนวคิดบีซีจี

ในด้านศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเชียงรายภายใต้แนวคิด BCG กลุ่มตัวอย่างให้ข้อมูลในลักษณะคล้าย ๆ กันกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่หนึ่ง โดยจำแนกเป็น 2 ประเด็นดังนี้

(1) ปัจจัยเชิงศักยภาพที่จะทำให้จังหวัดเชียงรายสามารถเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารภายใต้แนวคิดบีซีจี ได้ มีดังนี้

1.1 จังหวัดเชียงรายเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบในการประกอบอาหารและการทำเครื่องดื่มที่มีชื่อเสียง

1.2 จังหวัดเชียงรายมีชุมชนที่มีวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ อาหารการกิน ประเพณี วัฒนธรรมที่เป็นมีเอกลักษณ์

1.3 จังหวัดเชียงรายเป็นเมืองเกษตรกรรม ประชาชนส่วนใหญ่มีอาชีพด้านการเกษตร ยังไม่มีอุตสาหกรรมขนาดใหญ่หรือโรงงานอุตสาหกรรมที่จะส่งผลกระทบต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและชุมชน

1.4 จังหวัดเชียงรายมีแหล่งปลูกพืช ผัก ผลไม้ ทั้งพื้นที่ปลูกของชาวบ้านทั่วไปและของผู้ประกอบการกึ่งอุตสาหกรรมในพื้นที่ กลุ่มเกษตรกรที่รวมกลุ่มกันในรูปสหกรณ์ และโครงการหลวง กระจายกันอยู่ในพื้นที่ต่าง ๆ ของจังหวัดทำให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวในพื้นที่ต่าง ๆ ของจังหวัดได้

1.5 จังหวัดเชียงรายมีภัตตาคารและร้านอาหารที่ให้บริการอาหารและเครื่องดื่มแก่นักท่องเที่ยวกระจายตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยมีมาตรฐานทั้งรสชาติและการบริการที่ดีราคาไม่แพงเกินไป

1.6 จังหวัดเชียงรายมีแหล่งผลิตวัตถุดิบที่เป็นส่วนประกอบในการประกอบอาหารและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นของชุมชน ซึ่งมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชาวบ้านในชุมชนเป็นผู้ดำเนินการเอง

1.7 จังหวัดเชียงรายมีแหล่งปลูกชาและกาแฟพันธุ์ดีและมีชื่อเสียงระดับโลก สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอาหารได้ เช่น บ้านปางขอน บ้านแม่มอญ ไร่ชาดอยแม่สลอง ไร่ชาสุวิรุฬหาไทย ไร่ชาอุยฟง ไร่บุญรอด (สิงห์ปาร์ค)

1.8 จังหวัดเชียงรายมีแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวทำกิจกรรมได้หลากหลาย ทั้งการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การท่องเที่ยวสัมผัสวิถีชีวิตชุมชนและชนบท วิถีชีวิตชาวบ้าน เช่น โครงการพัฒนาดอยตุง โครงการจันกะผัก โครงการชาน้ำมัน

1.9 จังหวัดเชียงรายมีการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ของกิน และผลิตภัณฑ์พื้นบ้านที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่ขึ้นชื่อของจังหวัดเชียงราย ในพื้นที่ต่าง ๆ ของจังหวัดตลอดทั้งปีทั้งในรูปแบบของมหกรรมสินค้าโอท็อป มหกรรมชิมชาและกาแฟในพื้นที่ต่าง ๆ เช่น ปางขอน ดอยแม่สลอง ดอยวาวี ดอยช้าง งานผลไม้และของดีเชียงราย งานฟาร์มเฟสดีวัล (สิงห์ปาร์ค)

1.10 จังหวัดเชียงรายมีกลุ่มวิชาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กในลักษณะคาเฟ่ (Café) จำหน่ายชา กาแฟ และบริการที่พักขนาดเล็กในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ เช่น ดอยผาฮี้ ดอยช้าง ปางขอน แม่มอญ ผาตั้ง ภูชี้ฟ้า ดอยแม่สลอง

1.11 จังหวัดเชียงรายมีร้านอาหารและคาเฟ่ (Café) ที่เปิดให้บริการโดยเน้นการตอบสนองนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจและมีวิถีชีวิต (lifestyle) การท่องเที่ยวเชิงอาหาร และขึ้นชื่อบรรยากาศและการตกแต่งที่เป็นธรรมชาติซึ่งที่กระจายตัวตามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญทั่วจังหวัดเชียงราย เช่น ไร่ชาอุยฟง โครงการพัฒนาดอยตุง สิงห์ปาร์ค บ้านดอยช้างกาแฟผาฮี้

1.14 จังหวัดเชียงรายมีการทำการเกษตรพื้นที่สูง การปลูกพืชผักโครงการหลวง ผักปลอดสาร น่าจะมีส่วนทำให้แนวคิดเศรษฐกิจบีซีจี (BCG) เป็นที่รู้จักแพร่หลาย

(2) ปัจจัยข้อเสนอแนะเกี่ยวกับลักษณะและรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารภายใต้แนวคิดบีซีจี (BCG) ที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงราย มีดังนี้

2.1 จังหวัดเชียงราย ควรมีส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจบีซีจี (BCG) เพื่อให้การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายมีการเติบโตมากยิ่งขึ้น

2.2 จังหวัดเชียงรายควรกำหนดรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารภายใต้แนวคิดบีซีจี (BCG) ที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงราย ไม่ควรนำรูปแบบของที่ไหนมาดำเนินการเพราะอาจไม่เหมาะสมกับลักษณะเฉพาะของจังหวัดเชียงราย

2.3 ลักษณะและรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารภายใต้แนวคิดบีซีจี (BCG) ที่จังหวัดเชียงรายควรดำเนินการ ควรมีลักษณะดังต่อไปนี้

(1) ควรเป็นรูปแบบสะท้อนเอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัด
เชียงราย เช่น ความสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนเชียงราย

(2) กิจกรรมการท่องเที่ยวที่จัดควรมีลักษณะที่สะท้อน
ลักษณะที่ดั้งเดิมที่เป็นต้นฉบับ เช่น การเดินทางท่องเที่ยวไปยังชุมชนที่เป็นกำเนิดของอาหารนั้น ๆ
ของจังหวัดเชียงราย หรือการได้พบกับผู้ริเริ่มเมนูหรือรายการอาหารนั้น ๆ

(3) กิจกรรมที่ดำเนินการต้องให้ความสำคัญกับ
ความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่สนใจด้านอาหารมากกว่าการดำเนินการสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป

(4) กิจกรรมที่ดำเนินการควรให้มีความทันสมัยเพื่อให้
สอดคล้องกับวิถีชีวิต (lifestyle) ของนักท่องเที่ยวและผสมผสานเอกลักษณ์ที่ดั้งเดิมไว้ด้วยกัน

(5) กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ดำเนินการจะต้องเป็นมิตร
กับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จำกัดผลกระทบด้านลบให้น้อยที่สุด

(6) จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ให้นักท่องเที่ยว
ได้มีโอกาสได้ทดลองทำอาหาร เลือกวัตถุดิบและส่วนประกอบในการปรุงอาหารด้วยตนเอง การพาไป
นักท่องเที่ยวไปยังแหล่งผลิตหรือเพาะปลูกวัตถุดิบหรือส่วนประกอบ (ingredients) อาหารชนิดนั้น ๆ

(7) จัดกิจกรรมการเรียนรู้การทำอาหาร (Cooking Class)
ให้เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์จริง
ในฐานะผู้ทำอาหาร

(8) ควรจัดกิจกรรมเทศกาลอาหารหมุนเวียนไปตาม
แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่มีอาหารและเครื่องมือที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะในพื้นที่เพื่อกระจายโอกาสการมี
รายได้ของคนในชุมชน

(9) จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยให้
นักท่องเที่ยวไปพักหรืออยู่ค้างคืนในชุมชนหรือกับประชาชนหรือกับผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตหรือทำธุรกิจ
ร้านอาหารหรือภัตตาคาร หรือ คาเฟ่ (Café) เพื่อให้เรียนรู้และสัมผัสประสบการณ์จริง

(10) จัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้การนำของ
เหลือจากการประกอบอาหารมาหมุนเวียนใช้ในรูปแบบอื่น ๆ อีกครั้ง เช่น การนำไปใช้ทำปุ๋ย หรือการบำบัด
น้ำเสียเพื่อนำไปเป็นน้ำสำหรับรดน้ำผัก

จากข้อมูลที่น่าเสนอในตอนต้นซึ่งจำแนกตามกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มและวัตถุประสงค์การวิจัย
ทั้ง 2 ข้อ ซึ่งประกอบด้วย (1) เพื่อประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเชียงรายภายใต้
แนวคิดเศรษฐกิจสีเขียว และ (2) เพื่อศึกษาลักษณะและรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เหมาะสมกับ
จังหวัดเชียงราย โดยข้อมูลที่น่าเสนอข้างต้นเป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม

และนำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหาและแยกตามประเด็นการศึกษาทั้งสิ้น 3 ประเด็นหลัก โดยผู้วิจัยได้นำเสนอแยกตามกลุ่มตัวอย่างซึ่งจะเห็นว่าข้อมูลที่แม้จะนำเสนอแยกตามกลุ่มตัวอย่างแต่ข้อมูลที่ได้มีลักษณะในทิศทางเดียวกันแม้ว่าข้อมูลบางส่วนจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวอาจจะมีลักษณะที่ไม่ได้ให้เป็นข้อมูลที่ลึกมากเมื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่เป็นในจังหวัดเชียงราย (บุคคลจากหน่วยงานราชการ หน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวและนักวิชาการด้านอาหาร) ทั้งนี้ เหตุผลหลัก ๆ เพราะนักท่องเที่ยวเป็นคนนอกพื้นที่จังหวัดเชียงราย ข้อมูลที่เฉพาะเจาะจงบางอย่างจึงไม่ทราบ ข้อมูลที่ทราบเป็นข้อมูลเฉพาะส่วนที่มีการเผยแพร่และสามารถสืบค้นผ่านช่องทางสาธารณะทั่วไป

ดังนั้น เพื่อเป็นการนำเสนอข้อมูลผลการศึกษาในภาพรวม ผู้วิจัยได้ทำการนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา (การสัมภาษณ์เชิงลึก) ซึ่งได้นำเสนอแยกตามกลุ่มตัวอย่างในส่วนแรกมานำเสนอในลักษณะการบูรณาการข้อมูลสองส่วนร่วมกันเพื่อสะท้อนถึงความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 ที่เน้นการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเชียงรายภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสีเขียว โดยมีข้อมูลที่นำเสนอที่ได้จากการศึกษาซึ่งสะท้อนถึงศักยภาพในการเป็นเมืองท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย ซึ่งสามารถพัฒนาและส่งเสริมการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงอาหารภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสีเขียว ดังนี้

1. มีทำเลที่ตั้งที่มีพรมแดนติดกับประเทศเพื่อนบ้านในฐานะเมืองชายแดนสามแผ่นดิน (ไทย ลาว และ เมียนมาร์) และการเชื่อมกับประเทศจีนผ่านพรมแดนทางน้ำ (แม่น้ำโขง) และถนน R3A และ R3B และรถไฟความเร็วสูงจีน-ลาว-ไทย ซึ่งทำให้เป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง

2. เป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบและส่วนประกอบสำคัญในการประกอบอาหาร ทั้งอาหารท้องถิ่นและอาหารทั่วไปที่มีคุณภาพสูงและราคาไม่แพง

3. มีลักษณะภูมิประเทศที่สวยงาม เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งในด้านการมีทัศนียภาพที่สวยงามและการเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบและส่วนประกอบสำคัญในการประกอบอาหารและเครื่องดื่ม เช่น ดอยแม่สลองในฐานะแหล่งปลูกชาและส้มที่มีชื่อ ดอยช้างและดอยวาวี ซึ่งเป็นแหล่งปลูกชาและกาแฟที่ขึ้นชื่อเป็นที่ยอมรับระดับโลก ดอยตุงที่ตั้งโครงการพัฒนาดอยตุงและพระตำหนักดอยตุง วัดพระธาตุดอยตุง ดอยผาหมี/ดอยผาฮี้ซึ่งเป็นทั้งแหล่งปลูกกาแฟ ที่พักแรมแบบโฮมสเตย์และร้านกาแฟที่มีชื่อเสียง ผาตั้งและภูชี้ฟ้าที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวชมทะเลหมอกที่สวยงาม ปางขอนและแม่มอญ ซึ่งนอกจากเป็นแหล่งปลูกกาแฟมีชื่อยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวชมความงามของดอกไม้ (นางพญาเสือโคร่งที่ปางขอน และดอกไฮเดรนเยียที่แม่มอญ) ทัศนียภาพที่สวยงามริมน้ำโขงที่อำเภอเชียงแสนและอำเภอเชียงของ

4. มีภูมิอากาศที่เย็นสบาย โดยเฉพาะบนดอยสูงทั้งดอยแม่สลอง ดอยตุง ดอยช้าง ดอยวาวี ผาตั้ง ภูชี้ฟ้า เป็นต้น

5. มีแหล่งท่องเที่ยวประเภทศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรมกระจายในพื้นที่ต่าง ๆ ของจังหวัด มี วัดเก่า เมืองเก่าที่มีชื่อเสียง เช่น วัดพระแก้ว วัดพระสิงห์ วัดพระธาตุดอยตุง วัดพระธาตุจอมกิตติ วัดพระธาตุผาเงา วัดพระธาตุจอมสั๊ก วัดที่ออกแบบและก่อสร้างด้วยสถาปัตยกรรมและศิลปะที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะเช่น วัดร่องขุน วัดร่องเสือเต้น วัดห้วยปลากั้ง ไร่เชิญตะวัน มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เช่น เมืองโบราณเชียงแสน เมืองโบราณเวียงกาหลง มีสถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์เช่น พิพิธภัณฑ์บ้านดำ บ้านศิลปินเชียงราย

6. มีวัฒนธรรมชาติพันธุ์ โดยเชียงรายเป็นสถานที่ที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ อยู่อาศัยมากกว่า 10 กลุ่มโดยแต่ละกลุ่มมีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะทั้งการแต่งกาย ประเพณีและการละเล่น อาหาร การทำเกษตร

7. มีอาหารและผลไม้ที่สะท้อนความเห็นเอกลักษณ์เฉพาะ ทั้งอาหารพื้นเมืองของคนเมือง (พื้นราบ) และอาหารของกลุ่มชาติพันธุ์ ผลไม้ขึ้นชื่อ อาทิ สับปะรดนางแล สับปะรดภูแล ลำไย ลิ้นจี่ ส้ม ส้มโอ

8. มีร้านอาหารและภัตตาคารอาหารท้องถิ่น อาหารพื้นเมืองกระจายกันอยู่ในพื้นที่ต่าง ๆ ทั้งในตัวเมืองและอำเภอต่าง ๆ โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยว เป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดเชียงรายแล้วจะต้องหาโอกาสไปสัมผัสประสบการณ์รับประทานอาหารให้ได้สักครั้ง

9. มีคาเฟ่ (Café) จำหน่ายเครื่องดื่ม ขนม เบเกอรี่ที่มีชื่อเสียง ตกแต่งสวยงามกระจายตามแหล่งท่องเที่ยว เช่น ไร่ชาฉุยฟง ดอยช้าง ไร่บุญรอด (สิงห์ปาร์ค) ดอยตุง ผาฮี้ ปางขอน แม่มอญ และในตัวเมือง เช่น ร้านชีวิตธรรมดา ร้านเมลอินยัวร์เมาท์ (Melt in Your Mouth)

10. มีผลิตภัณฑ์ฯ กาแฟที่ขึ้นชื่อระดับโลก เช่น กาแฟดอยช้าง กาแฟปางขอน กาแฟดอยตุง เป็นสินค้าที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว

11. มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและแหล่งท่องเที่ยวชุมชนและธรรมชาติ รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง เช่น ไร่บุญรอดหรือสิงห์ปาร์ค หมู่บ้านช้างรวมมิตร หมู่บ้านการท่องเที่ยวชุมชนบ้านแซว อำเภอเชียงแสน

12. มีเส้นทางการคมนาคมขนส่งที่สะดวกสบายในการเดินทางทั้งเครื่องบิน เช่น จาก

กรุงเทพมหานคร หาดใหญ่ ภูเก็ต และเที่ยวบินแบบเช่าเหมาลำจากไต้หวัน ฮองกง เกาหลีใต้ เวียดนาม จีน และการก่อสร้างทางรถไฟส่วนต่อขยายจากสถานีเด่นชัย – เชียงราย – เชียงของ ซึ่งเมื่อแล้วเสร็จจะมีผลต่อการเติบโตและขยายตัวของการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายอย่างมาก เส้นทางการคมนาคมทางถนนทั้งจากส่วนกลางและจังหวัดที่มีเขตติดต่อมีความสะดวกสบาย รวมทั้งเส้นทางคมนาคมขนส่งทางถนนจากตัวจังหวัดไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ และระหว่างแหล่งท่องเที่ยว

13. มีสถานที่พักแรมที่มีความสะดวกสบายและความหลากหลายทั้งด้านรูปแบบ และอัตราค่าบริการกระจายกันอยู่ในพื้นที่ต่าง ๆ ของจังหวัดเชียงราย

14. มีชุมชนที่มีความเป็นเอกลักษณ์ทั้งวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ อาหารการกิน ประเพณีวัฒนธรรม ดำรงชีวิตในลักษณะที่เน้นความพอเพียงและการเกษตรเป็นหลัก

15. มีลักษณะของการเป็นเมืองเกษตรกรรม ประชาชนส่วนใหญ่มีอาชีพด้านการเกษตร ยังไม่มีอุตสาหกรรมขนาดใหญ่หรือโรงงานอุตสาหกรรมที่จะส่งผลกระทบต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและชุมชน

16. จังหวัดเชียงรายการเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบในการนำมาเป็นส่วนประกอบที่สำคัญในการประกอบอาหาร เช่น มีแหล่งปลูกพืช ผัก ผลไม้ ทั้งพื้นที่ปลูกของชาวบ้านทั่วไปและของผู้ประกอบการกิ่งอุตสาหกรรมในพื้นที่ กลุ่มเกษตรกรที่รวมกลุ่มกันในรูปสหกรณ์ และโครงการหลวง

17. มีชุมชนที่เป็นทั้งแหล่งผลิตวัตถุดิบที่เป็นส่วนประกอบในการประกอบอาหารและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชาวบ้านในชุมชนเป็นผู้ดำเนินการเอง เช่น หมู่บ้านการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ที่กระจายตัวในอำเภอต่าง ๆ ของจังหวัดเชียงราย เช่น อำเภอป่าแดด อำเภอเชียงแสน อำเภอเมือง อำเภอแม่จัน อำเภอแม่สาย อำเภอแม่สรวย อำเภอเวียงป่าเป้า อำเภอพาน อำเภอเชียงของ อำเภอเทิง เป็นต้น

18. มีชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดำเนินการในลักษณะวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยว เช่น ทัวร์ช้างบ้านรวมมิตร ตำบลแม่ยาว อำเภอเมือง และโฮมสเตย์บ้านแซว ตำบลบ้านแซว อำเภอเชียงแสน บ้านผาฮี้ อำเภอแม่สาย บ้านดอยช้าง อำเภอแม่สรวย

19. มีแหล่งปลูกพืชเศรษฐกิจที่เป็นองค์ประกอบสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้แก่ชาและกาแฟที่มีชื่อเสียง เช่น บ้านปางขอน บ้านแม่ม่อน ไร่ชาดอยแม่สลอง ไร่ชาสุริยพชาไทย ไร่ชาอุยพง ไร่บุญรอด (สิงห์ปาร์ค)

20. มีสถานที่ส่งเสริมการปลูกและพัฒนาสายพันธุ์พืชผักเมืองหนาว เช่น โครงการพัฒนาดอยตุง โครงการจันกะผักและโครงการชาน้ำมันแม่สาย

21. มีการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการส่งเสริมอาหาร ของกิน เครื่องดื่ม และผลิตภัณฑ์พื้นบ้านที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตลอดทั้งปี เช่น งานมหกรรมอาหาร งานเทศกาลชาและกาแฟ งานมหกรรมชาติพันธุ์และอาหารพื้นเมือง งานชิมชาและชมดอกซากุระบาน งานฟาร์มเฟสติวัล (Farm Festival)

22. เมืองครีและหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งหน่วยงานราชการ สถาบันการศึกษา องค์กรเอกชน ดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจบีซีจี (BCG) ทั้งต่อชุมชนและผู้ประกอบการและผู้ดำเนินธุรกิจด้านการท่องเที่ยว

นอกจากมิติด้านศักยภาพทางการท่องเที่ยวที่สะท้อนถึงศักยภาพในการส่งเสริมและพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารแล้ว จากการศึกษาพบว่าแนวคิดเศรษฐกิจบีซีจี เป็นแนวคิดที่กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มมีความรู้ความเข้าใจในทิศทางที่สอดคล้องกับคำอธิบายเกี่ยวกับหลักการของแนวคิด บีซีจี ดังอธิบายในบทที่ 2

(<https://tatacademy.com/th/publish/articles/2393645f-50aa-43e5-930b-1b0f538e1402>)

ทั้งนี้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ สะท้อนและเชื่อมโยงไปสู่โอกาสที่จะทำการส่งเสริมและพัฒนการท่องเที่ยว

เชิงอาหารของจังหวัดเชียงรายให้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพได้ โดยกลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจป๊อปปูล่า ในลักษณะดังต่อไปนี้

1. เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจแบบที่ให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด และการทำธุรกิจที่ลดของเสียหรือให้มีของเสียน้อยที่สุดเท่าที่เป็นไปได้
2. เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับการนำทรัพยากรที่ใช้ไปแล้วกลับมาใช้ในลักษณะหมุนเวียนในรูปแบบใหม่ เช่น การนำวัสดุที่เหลือจากการประกอบอาหารหรือเศษอาหารกลับมาใช้ประโยชน์
3. เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับการนำนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการกระบวนการดำเนินการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผลลัพธ์และลดผลกระทบเชิงลบ
4. เป็นแนวคิดที่เน้นการมีส่วนร่วมทั้งในเชิงกระบวนการดำเนินการและผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น การมีส่วนร่วมในการคิด การวางแผน การตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการได้รับผลประโยชน์เช่น ค่าจ้าง รายได้ ความพึงพอใจจากการลดผลกระทบที่อาจมีต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
5. เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับคน ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ชุมชน และธุรกิจ อย่างเท่าเทียม เพื่อให้เกิดความยั่งยืน

สำหรับในส่วนของวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 2 “ลักษณะและรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงราย” ข้อมูลจากที่ได้จากการสัมภาษณ์ สรุปได้ดังนี้

1. ในด้านของกิจกรรม ควรมีลักษณะ ดังนี้
 - (1.1) ควรเป็นกิจกรรมที่มีการออกแบบให้สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะ (characteristics) ของชุมชนโดยหลีกเลี่ยงการดัดแปลงให้มากที่สุด
 - (1.2) กิจกรรมที่จัดขึ้นต้องให้ความสำคัญกับการเคารพต่อความเป็นลักษณะที่ดั้งเดิม (authentic & traditional way) ของชุมชนหรือของต้นฉบับ
 - (1.3) กิจกรรมที่ดำเนินการต้องให้ความสำคัญกับกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน ชุมชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในลักษณะที่ทั่วถึง เท่าเทียม และเป็นไปด้วยความสมัครใจและเต็มใจ
 - (1.4) การนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้ในการดำเนินการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว จะต้องไม่เป็นลักษณะที่จะนำไปสู่การทำลายหรือทดแทนคุณค่าดั้งเดิมหรือภูมิปัญญาดั้งเดิม
 - (1.5) กิจกรรมที่จะดำเนินการจะต้องเป็นมิตรและให้ความเคารพต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ไม่ส่งผลกระทบด้านลบ หรือจำกัดผลกระทบด้านลบให้น้อยที่สุด
 - (1.6) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ดำเนินการจะต้องเป็นไปในลักษณะการให้คุณค่ากับภูมิปัญญาและคุณค่าของอาหารมากกว่าเน้นการแข่งขันเชิงธุรกิจ

(1.7) กิจกรรมที่จะดำเนินการจะต้องเน้นความสำคัญของความยั่งยืนของชุมชน ประชาชนธรรมชาติ นักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการ

(1.8) กิจกรรมที่จะดำเนินการ ต้องให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสได้ทดลองทำอาหาร เลือกวัตถุดิบและส่วนประกอบในการปรุงอาหารด้วยตนเอง การพานักท่องเที่ยวไปยังแหล่งผลิตหรือเพาะปลูกวัตถุดิบหรือส่วนประกอบ (ingredients) อาหารชนิดนั้น ๆ

2. ในด้านของรูปแบบที่จะดำเนินการ ควรเป็นกิจกรรมที่มีรูปแบบอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังนี้

(2.1) กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเรียนการทำอาหาร (Cooking Class) ให้เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์จริงในฐานะผู้ทำอาหาร

(2.2) กิจกรรมงานเทศกาลอาหาร (Food Festival) โดยหมุนเวียนจัดไปตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่มีอาหารและเครื่องดื่มที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัดเชียงรายในพื้นที่เพื่อกระจายโอกาสการมีรายได้ของคนในชุมชน

(2.3) กิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชน โดยให้นักท่องเที่ยวไปพักหรืออยู่ค้างคืนในชุมชนหรือกับประชาชนหรือกับผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตหรือทำธุรกิจร้านอาหารหรือภัตตาคาร หรือ คาเฟ่ (Café) เพื่อให้เรียนรู้และสัมผัสประสบการณ์จริง การนำของเหลือจากการประกอบอาหารมาหมุนเวียนใช้ในรูปแบบอื่น ๆ อีกครั้ง เช่น การนำไปใช้ทำปุ๋ย หรือการบำบัดน้ำเสียเพื่อนำไปเป็นน้ำสำหรับรดน้ำผัก

(2.4) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยให้นักท่องเที่ยวไปใช้ชีวิตกับเกษตรกรในพื้นที่เพาะปลูกหรือเลี้ยงสัตว์ที่เป็นวัตถุดิบและส่วนประกอบในการประกอบอาหาร เพื่อให้ได้มีโอกาสได้เรียนรู้วิธีการเพาะปลูก การทำปศุสัตว์ การหมุนเวียนใช้ทรัพยากร

(2.5) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมในการใช้ชีวิตท่ามกลางธรรมชาติ มีโอกาสได้สัมผัสความเป็นธรรมชาติ “ธรรมชาติบำบัด” ได้เรียนรู้การถอดบทเรียนการใช้ชีวิตในแบบวิถีชาวบ้าน



แผนภาพที่ 4 โมเดล (Model) บริบทและศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเชียงราย



ภาพที่ 4.1 ตัวอย่างการจัดงานมหกรรมชาติพันธุ์และงานอาหารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร
ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือเขต 2 (เชียงราย)



ภาพที่ 4.2 ตัวอย่างกิจกรรมการจัดงานอาหารและของดีท้องถิ่น (ภาคของกินน้ำกก)
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 4.3 ตัวอย่างอาหารพื้นเมือง (พื้นถิ่น) ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของเชียงราย (ข้าวปุกงาบน้ำอ้อย)
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 4.4 ตัวอย่างคาเฟ่ (Café) จำหน่ายเครื่องดื่ม เบเกอรี่และอาหารที่นักท่องเที่ยวนิยมไปใช้บริการ (Check in) (ร้านกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย)

ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 4.5 ตัวอย่างอาหารและเครื่องดื่มที่จำหน่ายในคาเฟ่ (Café) ที่นักท่องเที่ยวนิยมไปใช้บริการ (Check in) (ร้านกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย) โดยใช้วัตถุบในท้องถิ่นเป็นส่วนประกอบ
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 4.6 ตัวอย่างอาหารและเครื่องดื่มที่จำหน่ายในคาเฟ่ (Café) ที่นักท่องเที่ยวนิยมไปใช้บริการ (Check in) (ร้านหอมด่วน อำเภอเมือง) โดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นเป็นส่วนประกอบ
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 4.7 แปลงปลูกชา สิงห์ปาร์ค (1) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจำหน่ายอาหาร เครื่องดื่มที่เป็นที่นิยม โดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นเป็นส่วนประกอบ

ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 4.8 แปลงปลูกชา สิงห์ปาร์ค (2) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจำหน่ายอาหาร เครื่องดื่มที่เป็นที่นิยม โดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นเป็นส่วนประกอบ

ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 4.9 คาเฟ่ (Café) (1) ร้านจำหน่ายอาหาร เครื่องดื่มในบริเวณสิงห์ปาร์ค และการจัดกิจกรรมจำหน่ายอาหาร และเครื่องดื่มเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นเป็นส่วนประกอบ
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 4.10 คาเฟ่ (Café) (2) ร้านจำหน่ายอาหาร เครื่องดื่มในบริเวณสิงห์ปาร์ค และการจัดกิจกรรมจำหน่ายอาหาร และเครื่องดื่มเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นเป็นส่วนประกอบ
ที่มา: ผู้วิจัย

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเชียงรายภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจบีซีจี (BCG) มีวัตถุประสงค์สำคัญ 2 ประการ ประกอบด้วย (1) เพื่อประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเชียงรายภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจบีซีจี และ (2) เพื่อศึกษาลักษณะและรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงราย โดยในบทที่ 5 นี้จะเป็นการนำเสนอสรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลที่ได้ และการให้ข้อเสนอแนะทั้งในส่วนของการข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อผู้เกี่ยวข้องนำไปใช้ในการดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจบีซีจี และข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการทำการศึกษาวิจัยในอนาคต โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

สรุปผลการวิจัย

ในการดำเนินการทำวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลพื้นฐานจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิต่าง ๆ ทั้งเอกสารทางวิชาการ รายงานการวิจัย บทความวิจัย เอกสาร ตำรา ข้อมูลที่เผยแพร่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์รูปแบบต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ (website) เป็นต้น และรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิโดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่กำหนดสำหรับการวิจัย โดยข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างนำมาวิเคราะห์เรียงเชิงเนื้อหา (Content Analysis) ตามประเด็นการสัมภาษณ์ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

(1) วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1: เพื่อประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเชียงรายภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจบีซีจี

ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่าง สะท้อนว่าจังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพในการส่งเสริมและพัฒนาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอาหารภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจบีซีจี ซึ่งในส่วนจังหวัดเชียงราย ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. เป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบและส่วนประกอบสำคัญในการประกอบอาหาร ทั้งอาหารท้องถิ่นและอาหารทั่วไปที่มีคุณภาพสูงและราคาไม่แพง

2. มีลักษณะภูมิประเทศที่สวยงาม เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งในด้านการมีทัศนียภาพที่สวยงามและการเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบและส่วนประกอบสำคัญในการประกอบอาหารและเครื่องดื่ม เช่น ดอยแม่สลองในฐานะแหล่งปลูกชาและส้มที่มีชื่อ ดอยช้างและดอยวาวีซึ่งเป็นแหล่งปลูกชาและกาแฟที่ขึ้นชื่อเป็นที่ยอมรับระดับโลก ดอยตุงที่ตั้งโครงการพัฒนาดอยตุงและพระตำหนักดอยตุง วัดพระธาตุดอยตุง ดอยผาหมี/ดอยผาฮี้ซึ่งเป็นทั้งแหล่งปลูกกาแฟ ที่พักแรมแบบ

โฮมสเตย์และร้านอาหารที่มีชื่อเสียง ผาตั้งและภูชี้ฟ้าที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวชมทะเลหมอกที่สวยงาม ปางขอน และแม่มอญ ซึ่งนอกจากเป็นแหล่งปลูกกาแฟมีชื่อยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวชมความงามของดอกไม้ (นางพญาเสือโคร่งที่ปางขอน และดอกไฮเดรนเยียที่แม่มอญ) ทศนียภาพที่สวยงามริมน้ำโขงที่อำเภอเชียงแสนและอำเภอเชียงของ

3. มีวัฒนธรรมชาติพันธุ์ที่หลากหลาย โดยเชียงรายเป็นสถานที่ที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ อยู่อาศัยมากกว่า 10 กลุ่มโดยแต่ละกลุ่มมีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะทั้งในด้านอาหาร การแต่งกาย ประเพณี และการละเล่น

4. มีอาหารและผลไม้ที่สะท้อนความเห็นเอกลักษณ์เฉพาะ ทั้งอาหารพื้นเมืองของคนเมือง (พื้นราบ) และอาหารของกลุ่มชาติพันธุ์ ผลไม้ขึ้นชื่อ อาทิ สับปะรดนางแล สับปะรดภูแล ลำไย ลิ้นจี่ ส้ม ส้มโอ

5. มีร้านอาหารและภัตตาคารอาหารท้องถิ่น อาหารพื้นเมืองกระจายกันอยู่ในพื้นที่ต่าง ๆ ทั้งในตัวเมืองและอำเภอต่าง ๆ โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยว เป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายแล้วจะต้องหาโอกาสไปสัมผัสประสบการณ์รับประทานอาหารให้ได้สักครั้ง

6. มีคาเฟ่ (Café) จำหน่ายเครื่องดื่ม ขนม เบเกอรี่ที่มีชื่อเสียง ตกแต่งสวยงามกระจายตามแหล่งท่องเที่ยว เช่น ไร่ชาอู๋หลง ดอยช้าง ไร่บุญรอด (สิงห์ปาร์ค) ดอยตุง ผาฮี้ ปางขอน แม่มอญ และในตัวเมือง เช่น ร้านชีวิตธรรมดา ร้านเมลอินยัวร์เมาท์ (Melt in Your Mouth)

7. มีผลิตภัณฑ์ชา กาแฟที่ขึ้นชื่อระดับโลก เช่น กาแฟดอยช้าง กาแฟปางขอน กาแฟดอยตุง เป็นสินค้าที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว

8. มีชุมชนที่มีความเป็นเอกลักษณ์ทั้งวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ อาหารการกิน ประเพณี วัฒนธรรม ดำรงชีวิตในลักษณะที่เน้นความพอเพียงและทำการเกษตรเป็นหลัก

9. มีลักษณะของการเป็นเมืองเกษตรกรรม ประชาชนส่วนใหญ่มีอาชีพด้านการเกษตร ยังไม่มีอุตสาหกรรมขนาดใหญ่หรือโรงงานอุตสาหกรรมที่จะส่งผลกระทบต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและชุมชน

10. จังหวัดเชียงรายการเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบในการนำมาเป็นส่วนประกอบที่สำคัญใน

การประกอบอาหาร เช่น มีแหล่งปลูกพืช ผัก ผลไม้ ทั้งพื้นที่ปลูกของชาวบ้านทั่วไปและของผู้ประกอบการกึ่งอุตสาหกรรมในพื้นที่ กลุ่มเกษตรกรที่รวมกลุ่มกันในรูปสหกรณ์ และโครงการหลวง

11. มีชุมชนที่เป็นทั้งแหล่งผลิตวัตถุดิบที่เป็นส่วนประกอบในการประกอบอาหารและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชาวบ้านในชุมชนเป็นผู้ดำเนินการเอง เช่น หมู่บ้านการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ที่กระจายตัวในอำเภอต่าง ๆ ของจังหวัดเชียงราย เช่น อำเภอป่าแดด อำเภอเชียงแสน อำเภอเมือง อำเภอแม่จัน อำเภอแม่สาย อำเภอแม่สรวย อำเภอเวียงป่าเป้า อำเภอพาน อำเภอเชียงของ อำเภอเทิง เป็นต้น

12. มีแหล่งปลูกพืชเศรษฐกิจที่เป็นองค์ประกอบสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนากองท้องเกี่ยวเชิงอาหารได้แก่ชาและกาแฟที่มีชื่อเสียง เช่น บ้านปางขอน บ้านแม่มอญ ไร่ชาดอยแม่สลอง ไร่ชาสุริยพชาไทย ไร่ชาอุยพง ไร่บุญรอด (สิงห์ปาร์ค)

13. มีสถานที่ส่งเสริมการปลูกและพัฒนาสายพันธุ์พืชผักเมืองหนาว เช่น โครงการพัฒนาดอยตุง โครงการจันกะผักและโครงการชาน้ำมันแม่สาย

14. มีการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการส่งเสริมอาหาร ของกิน เครื่องดื่ม และผลิตภัณฑ์พื้นบ้านที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตลอดทั้งปี เช่น งานมหกรรมอาหาร งานเทศกาลชาและกาแฟ งานมหกรรมชาติพันธุ์และอาหารพื้นเมือง งานชิมชาและชมดอกซากุระบาน งานฟาร์มเฟสตีวัล

15. เมืองค์กรและหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งหน่วยงานราชการ สถาบันการศึกษา องค์กรเอกชน ดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจบีซีจี (BCG) ทั้งต่อชุมชนและผู้ประกอบการและผู้ดำเนินธุรกิจด้านการท่องเที่ยว

ข้อมูลลักษณะเชิงศักยภาพของจังหวัดเชียงรายข้างต้น มีลักษณะที่สอดคล้องกับลักษณะของเมืองที่มีศักยภาพเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารขององค์การยูเนสโก (UNESCO Creative Cities Network: UCCN) (Maria and Graziella, 2020:3) ซึ่งมีลักษณะดังนี้

1. มีอาหารที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของพื้นที่
2. มีชุมชน ร้านอาหาร ภัตตาคารที่นำเสนออาหารพื้นที่ (พื้นถิ่น) จำนวนมาก
3. มีการใช้วัตถุดิบและส่วนประกอบปรุงอาหารที่เป็นสิ่งที่หาได้ในพื้นที่
4. อาหารของท้องถิ่นมีบทบาทในธุรกิจอาหารของท้องถิ่น
5. ให้ความสำคัญกับการนำเสนอรายการอาหารที่กลมกลืนและสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและเน้นความยั่งยืนของพื้นที่

6. ให้ความสำคัญกับคุณค่าทางโภชนาการของอาหารท้องถิ่น การอนุรักษ์และส่งเสริมอาหารท้องถิ่น การใส่ใจต่อความหลากหลายทางชีวภาพ การให้การศึกษาเกี่ยวกับอาหาร

นอกจากลักษณะเชิงศักยภาพของเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารขององค์การยูเนสโกแล้ว จังหวัดเชียงราย ยังมีลักษณะเชิงศักยภาพในการส่งเสริมและพัฒนาให้เป็นเมืองการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่สอดคล้องกับการศึกษาของสุปรียา ภูผาลาและคนอื่นๆ (2565) ซึ่งอธิบายลักษณะของชุมชนที่จะทำการส่งเสริมและพัฒนากองท้องเกี่ยวเชิงอาหารไว้ในการวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชนประเทศไทย ว่าจะต้องมีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ (1) มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) (2) กิจกรรมที่จัดต้องสัมพันธ์กับภูมิปัญญาและมรดกทางอาหาร (3) มีผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และ (4) มีประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ในด้านแนวคิดเศรษฐกิจ BCG จากการศึกษาพบว่าหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายและนักท่องเที่ยว มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจ BCG ในลักษณะของแนวคิดที่เน้นการรักษาสมดุลและการอยู่ร่วมกันระหว่างคน ชุมชน ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และธุรกิจ เป็นแนวคิดที่จะส่งผลกระทบต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมน้อย เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับคนและชุมชนในพื้นที่การท่องเที่ยวมีส่วนในการจัดการและกำหนดวิธีการดำเนินธุรกิจ ขณะเดียวกันก็เข้าใจว่าเป็นแนวคิดที่ผู้ประกอบการธุรกิจจะเน้นความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยการให้ความเอาใจใส่กับการทำธุรกิจที่เน้นชีวภาพ การหมุนเวียนใช้ทรัพยากรที่ใช้แล้วนำกลับมาใช้ใหม่ในรูปแบบต่าง ๆ รวมทั้งการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อมกลับมาใช้เพื่อเป้าหมายของการทำธุรกิจให้เป็นธุรกิจสีเขียว ธุรกิจที่เน้นการรักษาสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ

(2) วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2: เพื่อศึกษาลักษณะและรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงราย

จากการศึกษาในส่วนของลักษณะและรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงราย สามารถสรุปได้ดังนี้

1.1 ในด้านของกิจกรรม ควรมีลักษณะ ดังนี้

(1) ควรเป็นกิจกรรมที่มีการออกแบบให้สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะ (characteristics) ของชุมชนโดยหลีกเลี่ยงการดัดแปลงให้มาก ต้องให้ความสำคัญกับการเคารพต่อความเป็นลักษณะที่ดั้งเดิม (authentic & traditional way) ของชุมชนหรือของต้นฉบับ

(2) กิจกรรมที่ดำเนินการต้องให้ความสำคัญกับกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน ชุมชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในลักษณะที่ทั่วถึง เท่าเทียม และเป็นไปโดยความสมัครใจและเต็มใจ การนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้ในการดำเนินการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว จะต้องไม่เป็นลักษณะที่จะนำไปสู่การทำลายหรือทดแทนคุณค่าดั้งเดิมหรือภูมิปัญญาดั้งเดิม

(3) กิจกรรมที่จะดำเนินการจะต้องเป็นมิตรและให้ความเคารพต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ไม่ส่งผลกระทบด้านลบ หรือจำกัดผลกระทบด้านลบให้น้อยที่สุด และเป็นกิจกรรมที่ตระหนักในคุณค่าของภูมิปัญญาและคุณค่าของอาหารมากกว่าเน้นการแข่งขันเชิงธุรกิจ

(4) กิจกรรมที่จะดำเนินการจะต้องเน้นความสำคัญของความยั่งยืนของชุมชน ประชาชน ธรรมชาติ นักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการ

(5) เป็นกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสได้รับประสบการณ์

1.2 ในด้านของรูปแบบการท่องเที่ยว ควรเป็นรูปแบบ ดังนี้

(1) การท่องเที่ยวเพื่อเรียนการทำอาหาร (Cooking Class) ให้เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์จริงในฐานะผู้ทำอาหาร

(2) งานเทศกาลอาหาร (Food Festival) โดยหมุนเวียนจัดไปตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่มีอาหารและเครื่องดื่มที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัดเชียงรายในพื้นที่เพื่อกระจายโอกาสการมีรายได้ของคนในชุมชน

(3) การท่องเที่ยวชุมชน (Community-based Tourism) โดยให้นักท่องเที่ยวไปพักหรืออยู่ค้างคืนในชุมชนหรือกับประชาชนหรือกับผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตหรือทำธุรกิจร้านอาหารหรือภัตตาคาร หรือ คาเฟ่ (Café) เพื่อให้เรียนรู้และสัมผัสประสบการณ์จริง การนำของเหลือจากการประกอบอาหารมาหมุนเวียนใช้ในรูปแบบอื่น ๆ อีกครั้ง เช่นการนำไปใช้ทำปุ๋ย หรือการบำบัดน้ำเสียเพื่อนำไปเป็นน้ำสำหรับรดน้ำผัก

(4) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยให้นักท่องเที่ยวไปใช้ชีวิตกับเกษตรกรในพื้นที่เพาะปลูกหรือเลี้ยงสัตว์ที่เป็นวัตถุดิบและส่วนประกอบในการประกอบอาหาร เพื่อให้ได้มีโอกาสได้เรียนรู้วิธีการเพาะปลูก การทำปศุสัตว์ การหมุนเวียนใช้ทรัพยากร

(5) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมในการใช้ชีวิตท่ามกลางธรรมชาติ มีโอกาสได้สัมผัสความเป็นธรรมชาติ “ธรรมชาติบำบัด” ได้เรียนรู้การถอดบทเรียนการใช้ชีวิตในแบบวิถีชาวบ้านในชุมชนและพื้นที่ต่าง ๆ ควบคู่กับการสัมผัสประสบการณ์การรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ

จากผลการศึกษาทั้งในส่วนของลักษณะและรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงราย มีลักษณะที่สอดคล้องกับการศึกษาของ Wondirad, A. et al. (2021) ซึ่งทำการศึกษาเรื่อง Culinary tourism as a driver of regional economic development and socio-cultural revitalization: Evidence from Amhara National Regional State, Ethiopia ซึ่งพบว่าลักษณะและรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารจะต้องให้มีลักษณะที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์และมรดกของชุมชน นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้และมีประสบการณ์จากการได้สัมผัสลักษณะเฉพาะของชุมชน การท่องเที่ยวเชิงอาหารจะเป็นเครื่องมือในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวและทำให้เกิดการเพิ่มจำนวนวันพักเพื่อให้สามารถทำกิจกรรมหรือร่วมกิจกรรมกับชุมชนได้ครบถ้วน

อภิปรายผล

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมแพร่หลายทั้งในระดับโลก ระดับภูมิภาคและระดับประเทศ ในประเทศไทย การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นหนึ่งในรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วเนื่องจากประเทศไทยมีอาหารที่มีความเป็นเอกลักษณ์ทั้งในด้านรสชาติและหน้าตาของอาหาร อาหารไทยหลายรายการถูกจัดอันดับเป็นอาหารยอดนิยมระดับโลกเช่น ผัดไทย ต้มยำกุ้ง แกงเขียวหวาน ต้มข่าไก่ เป็นต้น

สิ่งที่ต้องพิจารณาในการดำเนินการส่งเสริมและพัฒนากองท้องเที่ยวในลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้แก่แนวคิดในการกำหนดรูปแบบและลักษณะที่จะดำเนินการ ซึ่งจากการศึกษามีข้อค้นพบสำคัญที่จะนำไปสู่การพิจารณาและวิเคราะห์เพื่อกำหนดว่า “อะไรคือรูปแบบที่เหมาะสม” ในการดำเนินการการท่องเที่ยวเชิงอาหารภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสีเขียว ในจังหวัดเชียงราย

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับลักษณะดั้งเดิมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ (Unique and Autentic) ซึ่งสอดคล้องกับ Wondirad, A. et al. (2021) ที่มองว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กันระหว่างอาหารที่นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวและสร้างประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวอาหารที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัสในการท่องเที่ยวสร้างผลดีต่อนักท่องเที่ยวและประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ ขณะที่ประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวได้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์และเอกลักษณ์ตลอดจนวัฒนธรรม วิถีชีวิตของชุมชนสู่โลกภายนอกและส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของชุมชน นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงอาหารตามหลักการและแนวคิดเศรษฐกิจสีเขียว จะต้องดำเนินการโดยการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งสอดคล้องกับสุปรียา ภูผาลา และคณะ (2565) ที่เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ชุมชนและประชาชนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการคิดและวางแผน กำหนดรูปแบบกิจกรรม และมีส่วนร่วมทั้งในด้านคุณค่าทางด้านเศรษฐกิจ คุณค่าทางด้านสิ่งแวดล้อม คุณค่าทางด้านสังคมและชุมชน คุณค่าทางด้านวัฒนธรรมคุณค่าด้านจิตวิญญาณ คุณค่าด้านสุนทรียภาพ โดยคุณค่าร่วมเหล่านี้จะส่งผลให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจสีเขียวที่เน้นความยั่งยืนของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมภายใต้การมีส่วนร่วมของชุมชน ประชาชน และผู้ประกอบการ และในลักษณะเดียวกันกับสุปรียา ภูผาลา และคณะ (2565) Wondirad, A. et al. (2021) มีความเห็นในทิศทางเดียวกันการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อำนาจในการตัดสินใจควรเป็นของประชาชนในพื้นที่ (empowerment) การถ่ายทอดและนำเสนออาหารท้องถิ่นต้องแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเปรียบเหมือนเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน และเป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว เป็นการช่วยสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกของชุมชน ส่งเสริมให้เกิดความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีส่วนช่วยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยรวมและการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม ทั้งนี้ เมื่อไม่ดำเนินการเฉพาะในลักษณะให้เป็นเพียงกิจกรรมที่นำเสนอขายเฉพาะอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับ Ingrassia, M. et al. (2022) และ G. Mehul Krishan Kumar (2019) โดยจะต้องดำเนินการให้การท่องเที่ยวเชิงอาหารถูกใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาดในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของท้องถิ่น คุณค่าทางโภชนาการของอาหาร

การส่งเสริมการขายวัตถุดิบและส่วนประกอบของอาหารเพื่อเป็นการส่งเสริมรายได้ให้แก่ผู้ผลิตวัตถุดิบและส่วนประกอบอาหารที่เป็นคนในท้องถิ่น ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงอาหารจะเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมการตลาดและขยายตัวของการท่องเที่ยวโดยรวมของพื้นที่นั้น ๆ นอกจากนั้น การท่องเที่ยวเชิงอาหารยังเป็นรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนและประชาชนในชุมชน สอดคล้องกับ Antonio, J, Folgao-Fernandez., et al. (2019) ที่เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารจะเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีส่วนส่งเสริมและสนับสนุนการประกอบอาชีพทางการเกษตรที่ผลิตวัตถุดิบและส่วนประกอบในการประกอบอาหาร อาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนและความเข้มแข็งของสังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจของชุมชน สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจปีชี้นอกเหนือไปจากการสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวเท่านั้น

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร นอกจากจะเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ทั้งประสบการณ์จากการได้สัมผัสอาหารที่มีรูปลักษณ์และรสชาติดั้งเดิมซึ่งแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรม สถานที่ วิธีการประกอบอาหารและวัตถุดิบในการประกอบอาหาร ทั้งนี้ การจัดกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ตรงในฐานะคนทำอาหาร เช่น การจัด Cooking class สำหรับนักท่องเที่ยว โดยให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมตั้งแต่การเลือกวัตถุดิบ การไปดูหรือสำรวจกรรมวิธีการผลิตและหรือจัดเตรียมวัตถุดิบต่าง ๆ การได้ลงมือปรุงอาหาร จัดตกแต่งอาหารและการบริการ (เสิร์ฟ) อาหารด้วยตนเอง จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดประสบการณ์ใหม่ ชื่นชอบวัฒนธรรม สอดคล้องกับสุปรียา ภูผาลาและคนอื่นๆ (2565) ที่เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารจะทำให้นักท่องเที่ยวตระหนักในคุณค่าด้านสุนทรียทางอาหารและจิตวิญญาณและคุณค่าของวัฒนธรรมชุมชนที่ถ่ายทอดผ่านอาหารที่ตนได้มีประสบการณ์

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำเป็นต้องมีการนำนวัตกรรมหรือกรรมวิธีสมัยใหม่มาเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายได้หลากหลายและทั่วถึง Ingrassia, M. et al. (2022) อธิบายว่าเทคโนโลยีที่ทันสมัย จะช่วยในการสื่อสารที่รวดเร็วและทันสมัยสำหรับเป็นเครื่องมือทางการตลาดสำหรับการสื่อสารและส่งเสริมคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงอาหารไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยว นอกจากนั้น การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ โดยการนำเสนอรายการอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวที่รักสุขภาพหรือให้ความสำคัญกับการเลือกรับประทานเฉพาะอาหารที่ส่งผลดีต่อสุขภาพ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มสูงอายุ (A.Balderas-Cejudol., et al, 2019) ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่ระมัดระวังในการเลือกรับประทานอาหารและมีข้อจำกัดในเรื่องการเลือกรับประทานอาหาร ซึ่งจะทำให้การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นมากกว่าการตอบสนองความคาดหวังในเรื่องการได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ จากการรับประทานอาหารของนักท่องเที่ยวแต่ตอบสนองในด้านสุขภาพด้วย

ในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การกำหนดนโยบายและการวางแผนที่ดีและเหมาะสมของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ ภายใต

เงื่อนไขกรอบเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารขององค์การยูเนสโก (UNESCO Creative Cities Network, 2016) ได้มีข้อกำหนดชัดเจนว่าแผนและนโยบายในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่พัฒนาขึ้นอย่างดีและเป็นระบบ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร นอกจากการมีนโยบายและแผนที่ถูกพัฒนาขึ้นอย่างดีแล้ว การกำหนดรูปแบบและวิธีการดำเนินการให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของแต่ละพื้นที่ถือเป็นอีกปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพราะวิธีการหรือรูปแบบที่ใช้ได้กับสถานที่หนึ่งอาจจะไม่เหมาะสมกับสถานที่อีกแห่งหนึ่ง (Forleo, M,B. & Benedetto, G., 2020)

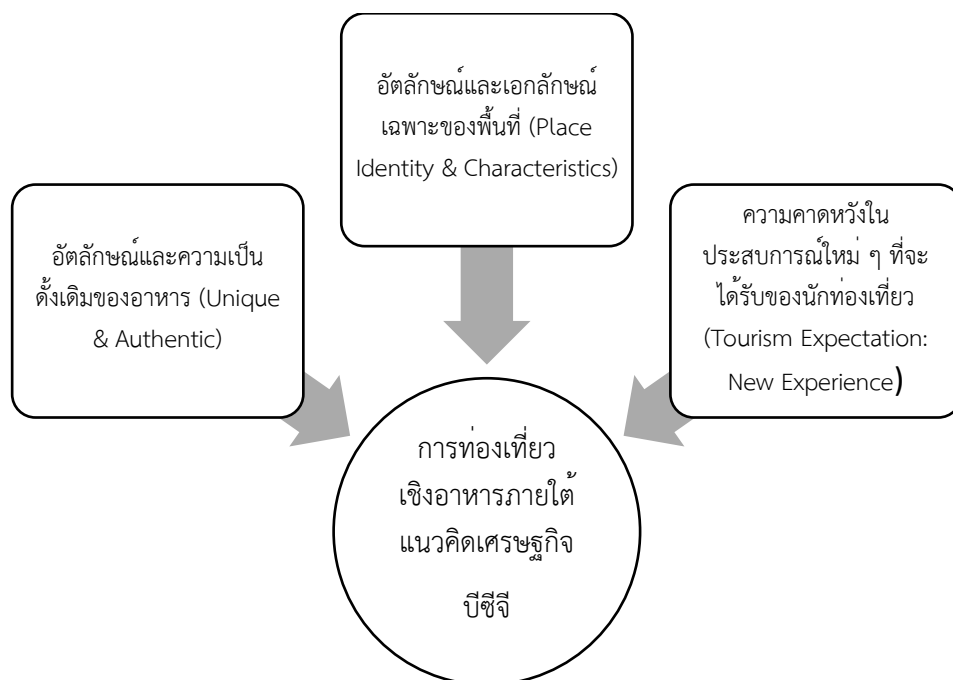
การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ควรดำเนินการในลักษณะของการมีห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) โดยเชื่อมโยงทั้งส่วนของผู้ผลิตวัตถุดิบและส่วนประกอบในการประกอบอาหาร ซึ่งในนี้อาจจะรวมถึงเกษตรกร หรือประชาชนในชุมชนต่าง ๆ หรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบธุรกิจร้านอาหาร คาเฟ่ (Café) โรงแรม ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว เพื่อให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและจะนำไปสู่การสร้างวงจรคุณค่า (Value Chain) ทั้งในด้านเศรษฐกิจและวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Wondirad, A. et al, 2021)

ในส่วนของรูปแบบที่เหมาะสมของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร อาจจะอยู่ในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งที่มีความสัมพันธ์กับอาหารและวิถีชีวิตท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะและเชื่อมโยงกับเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ สัมพันธ์กับวัฒนธรรมและการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนในชุมชน นำไปสู่การหมุนเวียนทางเศรษฐกิจและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและการสร้างวงจรคุณค่า (Value Chain) (Wondirad, A. et al, 2021) สร้างประโยชน์และคุณค่าทั้งทางด้านเศรษฐกิจและความยั่งยืนต่อชุมชนและคุณค่าในเชิงสุนทรียของอาหารแก่นักท่องเที่ยวจากการที่มีโอกาสได้สัมผัสและคลุกคลีและเป็นประสบการณ์แปลกใหม่เช่นประสบการณ์จากห้องเรียนอาหารหรือ Cooking Class (สุปรียา ภูผาลา และคนอื่นๆ, 2565) ก่อให้เกิดเศรษฐกิจในชุมชน เช่น ด้านการเกษตร การผลิตวัตถุดิบและส่วนประกอบสำหรับการปรุงอาหาร (Campon-Cerro, M. and Hernandez-Mogollon, J, M., 2019) สอดคล้องกับ Boonpat O., et al. (2023) ที่สะท้อนว่าอาหารท้องถิ่นที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่ชัดเจนทั้งในด้านรสชาติ หน้าตา และใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นในการประกอบอาหารจะเป็นปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชนและส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของท้องถิ่น นอกจากนั้น ต้องมีการกำหนดแผนและนโยบายที่ดีด้วยเพราะภายใต้การกำหนดนโยบายและการวางแผนที่ดีและเหมาะสมกับแต่ละสถานที่จะทำให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินการท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่ (UNESCO Creative Cities Network, 2016) ทั้งนี้ แผนและนโยบายของพื้นที่หนึ่งหรือรูปแบบที่ใช้ได้ผลเป็นอย่างดีกับสถานที่หนึ่งอาจจะไม่เหมาะสมกับอีกสถานที่หนึ่ง (Forleo, M,B. & Benedetto, G., 2020)

นอกจากนั้นการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เช่น ความสนใจของนักท่องเที่ยวในการเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรม อาทิ การเข้าร่วมชั้นเรียนการทำอาหาร (Cooking Class) ซึ่งในเรื่องดังกล่าว เสี่ยม บุญพัฒน์ และ คนอื่นๆ (2564) ระบุว่า การจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวไม่มีส่วนร่วมในกิจกรรมจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาในสถานที่ท่องเที่ยวในช่วงเวลาสั้น ๆ ปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่จะมีจำนวนน้อย

อาจกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีส่วนคล้ายกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) การท่องเที่ยวชุมชน (Community-base Tourism) โดยมีลักษณะเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับบทบาทของชุมชนและประชาชนในชุมชน เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นความเป็นมิตรกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เคารพวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชุมชน หลีกเลี่ยงหรือจำกัดผลกระทบเชิงลบ ขณะเดียวกันเน้นการสร้าง ความมั่งคั่งและผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจและสังคมต่อชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจสีเขียว ที่ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจแบบชีวภาพที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ เศรษฐกิจหมุนเวียน โดยให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรแบบหมุนเวียนเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและผลประโยชน์และผลกระทบและผลกระทบตลอดจนของเสียต่าง ๆ โดยการนำกลับมาใช้ใหม่ในรูปแบบที่แตกต่างและการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ในลักษณะการเพิ่มมูลค่าไม่ใช่มาทดแทนหรือทำลาย และให้ความสำคัญกับการทำธุรกิจสีเขียว รักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจสีเขียว คือการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งการมีส่วนร่วมในการคิด วางแผน และ การเข้าถึงผลประโยชน์อย่างเท่าเทียม

การท่องเที่ยวเชิงอาหารภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสีเขียว ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ของปัจจัยสำคัญ 3 ประการคือ (1) อัตลักษณ์และความเป็นดั้งเดิมของอาหาร (2) อัตลักษณ์และเอกลักษณ์เฉพาะของพื้นที่การท่องเที่ยว และ (3) ความคาดหวังในประสบการณ์ใหม่ที่จะได้รับของนักท่องเที่ยว ดังแสดงในแผนภาพที่ 5.1



แผนภาพ 5.1 โมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจปชีจี

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย เรื่อง การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเชียงราย ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจปชีจี จำแนกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย (Policy Recommendation) สำหรับหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย มีดังนี้

1.1 ควรมีการจัดทำแผนและนโยบายในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจปชีจีอย่างเป็นระบบและต่อเนื่องในลักษณะแผนระยะสั้น ระยะกลาง และ ระยะยาว และจัดทำแผนการดำเนินงาน แผนงบประมาณรองรับเพื่อให้สามารถปฏิบัติได้จริง

1.2 ควรให้ความสำคัญกับการกำหนดรูปแบบและวิธีการดำเนินการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจปชีจี ให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของแต่ละพื้นที่ เพราะวิธีการหรือรูปแบบที่ใช้ได้กับสถานที่หนึ่งอาจจะไม่เหมาะสมกับสถานที่อีกแห่งหนึ่ง

1.3 มีการถอดบทเรียนเพื่อให้เป็นต้นแบบที่ดีในการถ่ายทอดเป็นบทเรียนสำหรับการนำไปประยุกต์ใช้ในชุมชนอื่น ๆ ในจังหวัดเชียงราย

1.4 จัดหรือกำหนดกลุ่มคลัสเตอร์ (Cluster) พื้นที่ที่มีอาหารที่มีลักษณะและเอกลักษณ์คล้ายกันเพื่อส่งเสริมการจัดกิจกรรมในลักษณะเป็นแพ็คเกจ (Package) และเป็นเส้นทางท่องเที่ยว (Route) เชิงอาหารที่เชื่อมโยงกัน

1.5 กำหนดปฏิทินจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารตลอดทั้งปี (Yearly Calendar)

1.6 ประชาสัมพันธ์ที่เน้นคุณค่าและคุณภาพของอาหารและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์มากกว่าการให้ความสำคัญกับปริมาณนักท่องเที่ยว

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัยต่อเนื่อง มีดังนี้

เพื่อเป็นการต่อยอดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงอาหารกับแนวคิดเศรษฐกิจปชีจี ให้เกิดผลในการสร้างเศรษฐกิจที่เข้มแข็งในชุมชน ประเด็นที่นักวิจัยอาจทำการศึกษาต่อเนื่อง เช่น

2.1 การวิจัยเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยแยกสำหรับนักท่องเที่ยวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

2.2 การวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบกิจกรรมสำหรับการจัดประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566) สถิติการท่องเที่ยว. สืบค้น 27 มีนาคม 2566
จาก https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=411
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2565) การท่องเที่ยวเมืองรอง สืบค้น 27 มีนาคม 2566
จาก <https://www.tat.or.th/th>
- การท่องเที่ยวเชิงอาหาร. สืบค้น 9 มีนาคม 2566
จาก <https://www.bangkokbanksme.com/en/food-tourism-lifestyle>,
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (2566). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3.
ชาย โพธิ์สิตา. (2564). การวิจัยเชิงคุณภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: บริษัท อัมรินทร์พริ้นติ้ง
แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).
- ญาดา ขอบทำดี. (2562). รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก. วารสาร
วิทยาลัยดุสิตธานี. 13(2).
- ณัฐกานต์ พฤกษ์สรนันท์ จุฑามาศ วิศาลสิงห์ และฐานกาญจน์ วงศ์วิเศษศิลป์. (2561). แนวทาง
การสอดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ห่วงโซ่อุปทาน เพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่า
การท่องเที่ยว. วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
ลำปาง. 10(2).
- ณัฐอร เบญจปฐมรงค์และชุติกา เกียรติเรืองไกร. BOT Magazine. สืบค้น 27 มีนาคม 2566 จาก
https://www.bot.or.th/Thai/BOTMagazine/Pages/25650392TheKnowledge_Travel.aspx
- ทิพย์สิริ กาญจนवासีและศิริชัย กาญจนवासี. (2564). วิจัยวิทยานิพนธ์. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด
พิมพ์ทันใจ.
- นาฬิกาอดิศักดิ์ แสงสนิท (2552). สืบค้น 27 มีนาคม 2566 จาก
<http://www3.dasta.or.th/th/knowledge/knowledge-research>
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พยอม ธรรมบุตร. (2549). เอกสารประกอบการสอนเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ :
สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- พรรณี สอนเพลง และคณะ. (2559). สืบค้น 9 มีนาคม 2566 จาก
https://asean.psu.ac.th/Data/tourism/topic/17/Gastronomy_Tourism_TH2559.pdf,
- ภัทรพร พันธุ์. (2558). การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยผ่านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวใน
ประเทศไทย. JOURNAL OF SOUTHERN TECHNOLOGY, 8(2), 27-38.

- ภัทริยา พัวพงศกร (2564). สืบค้น 10 มิถุนายน 2566 จาก
<https://www.ryt9.com/s/prg/2378126>
- ภูริวัจน์ เดชอ้อม. (2553). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ “กระบวนทัศน์ใหม่ในการเสริมสร้างพลวัต
 การแข่งขัน สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย”. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- มุทริกา พงกษาพงษ์ (2552). สืบค้น 28 มีนาคม 2566 จาก
<https://so02.tcithaijo.org/index.php/jitt/article/view/255618>
- รัฐบาลไทย. 2565. ข่าวนายกรัฐมนตรี. สืบค้น 27 มีนาคม 2566 จาก
<https://www.thaigov.go.th/news/contents/details/58059>, เข้าดูเมื่อ.
- วารกรณ์ สามโกเศศ. (2562). เรื่องเล่า ช่วยการท่องเที่ยว. สืบค้น 27 มีนาคม 2566 จาก
<https://thaipublica.org/2019/12/varakorn-312/>
- วิมลรัตน์ บุญศรีรัตน์. (2561). แนวทางการจัดการมาตรฐานอาหารเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต.
 วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ. กรุงเทพฯ:
 คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ศรีสมร คงพันธุ์. (2555). เรื่องเล่ากับข้าวไทย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ ส.ส.ส.
- ศรีสมร คงพันธุ์. (2565). ของกินแม่อยู่ ขาวงาย ขาวตอน ขาวแลง อาหารเหนือลำ (อ้อย) ทุกมือ.
 กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ ส.ส.ส.
- สถาบันอาหาร. (2565). Soft power อาหารไทย เดินอย่างไรให้ได้ประโยชน์. สืบค้น 27 มีนาคม 2566
 จาก https://fic.nfi.or.th/hot_issue_detail.php?smid=2611
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย. (2563). สถิตินักท่องเที่ยวเชียงราย 2562. สืบค้น
 27 มีนาคม 2566 จาก https://chiangrai.mots.go.th/graph_views.php?graph_id=25
- เสงี่ยม บุญพัฒน์. (2564). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว. สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัย
 ราชภัฏเชียงราย.
- เสงี่ยม บุญพัฒน์. (2554). อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. สำนักวิชาการท่องเที่ยว : มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- เสงี่ยม บุญพัฒน์ ขวัญฤทัย ครองยุติ อรวรรณ บุญพัฒน์ และ ญาณัท ศิริสาร. (2564). การประเมิน
 ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่องานเทศกาลชิมชา ชากุระงาม วัฒนธรรมชน
 เผ่าและกาแฟดอยแม่สลอง ครั้งที่ 24 จังหวัดเชียงราย. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัย
 ราชภัฏเชียงราย. 4(3). 115-131.
- สุปรียา ภูมาลาและจรรุวรรณ แดงบุปผา. (2565). การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชนใน
 ประเทศไทย. วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ. 8(1). 286-304.
- องค์กรยูเนสโก (2549). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์. สืบค้น 28 มีนาคม 2566 จาก
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000159811>

- องค์การบริหารพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (2566). สืบค้น 28 มีนาคม 2566 จาก <https://www.dasta.or.th/th/article/732>
- อรรวรรณ บุญพัฒน์ และ คณะ. (2565). การสร้างสรรค์อาหารพื้นถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยชุมชนบ้านหนองอ้อ อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย อาหารไทย. (2565). สืบค้น 28 มีนาคม 2566 จาก <https://www.mcot.net/view/9bxGfE7w>
- A. Balderas-Cejudo., I.Patterson and G.W.Leeson. (2019). Senior Foodies: A developing niche market in gastronomic tourism. *International Journal of Gastronomy and Food Science*. (<https://doi.org/10.1016/j.jdmn.2019.100152>)
- Amare Wondirad., Yihalem Kebete and Ying Li. (2021). Culinary tourism as a driver of regional economic development and socio-cultural revitalization: Evidence from Amhara National Regional State, Ethiopia. *Journal of Destination Marketing & Management*. (<https://doi.org/10.1016/j.jdmn.2020.100482>)
- Bertan, S. (2020). Impact of restaurants in the development of gastronomic tourism. *International Journal of Gastronomy and Food Science*. (<https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2020.100232>)
- Boonpat O., Boonpat S., Srithong P., Chuminthachak S., Yolthasart S., Utchaya N., and Saokham M. (Forth Coming 2023). Creating Local Food for Health Tourism by Ban Nong O community, Mae Chan District, Chiang Rai Province. *Kasetsart Journal of Social Sciences*. Year. 44(4): 1229–1238. <https://doi.org/10.34044/j.kjss.2023.44.4.27>
- G. Mehul Krishna Kumar. (2019). Gastronomic tourism - A way of supplementing tourism in the Andaman & Nicobar Islands. *International Journal of Gastronomy and Food Science*. (<https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2019.100139>)
- Harrington, R. J., & Ottenbacher, M. C. (2010). Culinary tourism - A case study of the gastronomic capital. *Journal of Culinary Science & Technology*, 8(1), 14-32.
- Folgado-Fernandez, J, A. Campon-Cerro, A, M. & Hernandez-Mogollon, J, M. (2019). Potential of olive oil tourism in promotin local quality food products: A case study of the region of Extremadura, Spain. *Heliyon*.

- (<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02653>)
- Forleo, M, B. & Benedetto, G. (2020). Creative Cities of Gastronomy Towards relationship: between city and countryside. *International Journal of Gastronomy and Food Science*. (<https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2020.100247>)
- Ingrassia, M., Bellia, C., Giurdanella, C., Columba, P. & Chironi, S. (2022). Digital Influencers, Food and Tourism – A New Model of Open Innovation for Businesses in the Ho.Re.Ca.Sector. *Journal of Open Innovation Technology, Market, and Complexity*. (<https://doi.org/10.3390/joitmc.8010050>)
- Hall, M., Cl, Sharples, L., Mitchel, R., Macionis, N., Cambourne, B., (2003). Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets. Elsevier Ltd, Burligton, USA.
- Boonpat, O. et al. (2023). Creating local food for health tourism by Ban Nong O Community, Mae Chan District, Chiang Rai Province. *Kasetsart Journal of Social Sciences*. Vol. 44(4), 1229-1238.
- Ogan, Y. & Celik, M. (2023). A gastronomic product in Turkish culinary culture: A sesearch on Yozgat Canak cheese. *International Journal of Gastronomy and Food Science*. (<https://doi.org/10.1016/h,uhgfs.2022.100650>)
- Perullo, N. (2016). Taste as experience: The philosophy and aesthetics of food. Columbia University Press.
- SUNA, B., & ALVEREZ, M. D. (2019). Gastronomic identity of Gaziantep: perceptions of tourists and residents. *Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR)*, 7(2), 167-187.
- UNESCO Creative Cities Network. (2016). The Creative Cities Network: a global platform for Local endeavor. Retrieved March 24, 2023 from (https://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/pdf/Creative_cities-broucher_en.pdf)
- Yimchan, H. (2021). Story telling คืออะไร? ทำไมนักธุรกิจถึงสนใจ. สืบค้น 20 มีนาคม 2566 จาก <https://www.vlearn.world/knowledge/view/61>
- <http://nscr.nesdc.go.th/ns/> ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี, สืบค้น 28 มีนาคม 2566.

<https://apec2022.prd.go.th/revitalize-the-economy-after-covid-19/>, สืบค้น 28 มีนาคม 2566.
<https://ngthai.com/news-activity/20864/gastronomy/>, สืบค้น 9 มีนาคม 2566.
<https://ngthai.com/news-activity/20864/gastronomy/>, สืบค้น 9 มีนาคม 2566.
<https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284403011>, สืบค้น 28 มีนาคม 2566.
<https://www.komchadluek.net/kom-lifestyle/kin-duem/537341>, สืบค้น 13 มีนาคม 2566.
https://www.nesdc.go.th/ewt_news.php?nid=6420&filename=develop_issue,
 สืบค้น 28 มีนาคม 2566.
https://www.nstda.or.th/home/knowledge_post/bcg-in-action-new-sustainable/,
 สืบค้น 28 มีนาคม 2566.
<https://www.sdgmovement.com/intro-to-sdgs/>, สืบค้น 28 มีนาคม 2566.
<https://www.unileverfoodsolutions.co.th/th/chef-inspiration/trendwatch/trend3-gastronomy-tourism.html>, สืบค้น 9 มีนาคม 2566
<https://tatacademy.com/th/publish/articles/2393645f-50aa-43e5-930b-1b0f538e1402>, สืบค้น 15 มีนาคม 2566
<https://www.bcg.in.th/data-center/articles/bcg-tourism/>, สืบค้น 15 มีนาคม 2566
<https://apec2022.prd.go.th/revitalize-the-economy-after-covid-19/>, สืบค้น 15 มีนาคม 2566
https://fic.nfi.or.th/hot_issue_detail.php?smid=2611, สืบค้น 27 มีนาคม 2566
<https://www.mcot.net/view/9bxGfE7w>, สืบค้น 20 มีนาคม 2566
<https://www.buinesseventsthaiand.com/th/press-media/news-press-release/detail/1461-soft-power-the-power-of-creativity-to-build-the-thai-economy>, สืบค้น 15 มีนาคม 2566
<https://www.komchadluek.net/kom-lifestyle/kin-duem/537341>, สืบค้น 15 มีนาคม 2566

ภาคผนวก

ประวัติผู้วิจัย

หัวหน้าโครงการ

- 1 ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) นายเสงี่ยม บุญพัฒน์
ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Mr Sa-Ngiam Boonpat
- 2 ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- 3 หน่วยงานและสถานที่อยู่ ที่อยู่ 80 หมู่ 9 ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 57100
ที่ติดต่อได้สะดวก โทรศัพท์ 053 776088
โทรสาร 053 776088
E-mail: sa-ngiam.boonpat@crru.ac.th
- 4 ประวัติการศึกษา Ph.D. Tourism Management
พบ.ม การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
ศศ.บ.อุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- 5 สาขาวิชาการที่มีความชำนาญ การจัดการการท่องเที่ยว การโรงแรมและการบริการ
พิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
- 6 ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ
 - 6.1 ผู้ร่วมวิจัย: ชื่อโครงการวิจัย
 1. แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยทางน้ำอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนแพเปียกนวัตวิถีลำน้ำแม่สรวย เทศบาลตำบลเวียงสรวย จังหวัดเชียงราย. สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย. (2563)
 2. การประเมินโครงการส่งเสริมและพัฒนาเทศกาลชิมชา ซากุระงาม วัฒนธรรมชนเผ่าและกาแฟดอยแม่สลอง ครั้งที่ 24 ประจำปี พ.ศ.2562 (2562)
 - 6.2 งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว
 1. Boonpat, O. et al. (2023). **Creating local food for health tourism by Ban Nong O Community, Mae Chan District, Chiang Rai Province.** *Kasetsart Journal of Social Sciences*. Vol. 44(4),1229-1238.
 2. Krongyut, k., Boonpat, O., & Boonpat, S. (2021). **The development of community-based tourism based on socio-cultural capital in Chiang Rai Province, Thailand.** *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 24(S6), 1-13.

3. เสี่ยม บัญพัฒน์ ขวัญทัย ครอบงุม อรรณ บัญพัฒน์ ญานท์ ศิริสาร. (2564). การประเมินความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านเทศกาลชิมชา ซากุระงาม วัฒนธรรมชนเผ่าและกาแฟดอยแม่สลอง ครั้งที่ 24 จังหวัดเชียงราย. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 14(3). 115-131.
4. เสี่ยม บัญพัฒน์ และ มนสิชา ซาวคำ. (2565). แนวทางการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายใต้สภาวะวิกฤต. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย. ปีที่ 15 (1). 34-44.

ผู้ร่วมโครงการ

- 1 ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) นางอรรวรรณ บุญพัฒน์
ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Mrs Orawan Boonpat
- 2 ตำแหน่งปัจจุบัน คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- 3 หน่วยงานและสถานที่อยู่ ที่อยู่ 80 หมู่ 9 ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 57100
ที่ติดต่อได้สะดวก โทรศัพท์ 053 776088
โทรสาร 053 776088
E-mail: orawan.boon@crru.ac.th
- 4 ประวัติการศึกษา ปร.ด.การจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยวและบริการ
ศศ.ม.การจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม
ศศ.บ.อุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- 5 สาขาวิชาการที่มีความชำนาญ การจัดการการท่องเที่ยวและการบริการ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
พิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ธุรกิจการบิน
- 6 ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ
- 6.1 หัวหน้าโครงการวิจัย : ชื่อโครงการวิจัย

1. การพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย
สำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย. สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ. (2562)
2. การสร้างอัตลักษณ์ผ้าทอเชิงแสนจังหวัดเชียงรายสู่การเพิ่มมูลค่าสินค้าทางการท่องเที่ยว.
สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย. (2560)

ผู้ร่วมวิจัย: ชื่อโครงการวิจัย

1. ต้นทุนทางสังคมวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนสันโค้งหลวงและชุมชนสันโค้งน้อย
ตำบลรอบเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
(2563)
2. แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยทางน้ำอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนแพเปียกนวัตวิถีลำน้ำ
แม่สรวย เทศบาลตำบลเวียงสรวย จังหวัดเชียงราย. สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏ
เชียงราย. (2563)

3. การประเมินโครงการส่งเสริมและพัฒนาเทศกาลชิมชา ซากุระงาม วัฒนธรรมชนเผ่าและกาแพดอยแม่สลอง ครั้งที่ 24 ประจำปี พ.ศ.2562 (2562)
4. แนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้สอดคล้องกับต้นทุนทางสังคมและวัฒนธรรมบ้านหนองอ้อ จังหวัดเชียงราย (2562)

6.2 งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว

1. Boonpat, O. et al. (2023). **Creating local food for health tourism by Ban Nong O Community, Mae Chan District, Chiang Rai Province.** *Kasetsart Journal of Social Sciences*. Vol. 44(4),1229-1238.
2. Boonpat, O., Yolthasart, S., & Utchaya, N. (2022). **Wellness tourism activity model development to promote tourism market for Thai elderly tourists in Chiang Rai province.** *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 25(2), pp.1-12.
3. นิพล เชื้อเมืองพาน ธนธร วชิรขจร นีออน ศรีสมยง อรรวรรณ บุญพัฒน์ และ วงศ์ระวิทย์ น้อมน้ำทรัพย์. (2563). **ศักยภาพและขีดความสามารถในการรองรับได้ของพื้นที่เชิงการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวพุน้ำร้อนกลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา.** *วารสารศิลปกรรมบูรพา*, 21(2), 168-187.
4. Krongyut, k., Boonpat, O., & Boonpat, S. (2021). **The development of community-based tourism based on socio-cultural capital in Chiang Rai Province, Thailand.** *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 24(S6), 1-13.
5. เสี่ยงม บุญพัฒน์ ขวัญฤทัย ครองยุดิ อรรวรรณ บุญพัฒน์ ญาณัท ศิริสาร. (2564). **การประเมินความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่องานเทศกาลชิมชา ซากุระงาม วัฒนธรรมชนเผ่าและกาแพดอยแม่สลอง ครั้งที่ 24 จังหวัดเชียงราย.** *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*, 14(3). 115-131.
6. ภูวนารถ ศรีทอง มนสิชา ขาวคำ อรรวรรณ บุญพัฒน์ สุรัชณี ยลธะศาสตร์ นกเรศ อุดชะยา และ ศิรินพรรณ ชุ่มอินทจักร. (2564). **การมีส่วนร่วมของชุมชนและทุนทางสังคมต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านหนองอ้อ ตำบลป่าซาง อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย: Proceeding การประชุมระดับชาติครั้งที่ 4 Business Management in the Digital Transformation.** สำนักวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, เชียงราย. 150-156.