



บทบาทของวัตถุดิบอาหารท้องถิ่นในชุมชนชาติพันธุ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว
เชิงอาหาร: กรณีศึกษาชุมชนชาติพันธุ์ไตหย่า บ้านน้ำบ่อขาว
ตำบลห้วยไคร้ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย

เสเจียม บุญพัฒน์

อรรวรรณ บุญพัฒน์

มัลลิตา ชูติระกะ

โปรแกรมวิชา การโรงแรม

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

(งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนการทำวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย)

กิตติกรรมประกาศ

การดำเนินการวิจัยเรื่องบทบาทของวัตถุดิบอาหารท้องถิ่นในชุมชนชาติพันธุ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร: กรณีศึกษาชุมชนชาติพันธุ์ไต่หย่า บ้านน้ำบ่อขาว ตำบลห้วยไคร้ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงรายของคณะผู้วิจัย สามารถดำเนินการได้สำเร็จตามเป้าหมายและกรอบเวลาในการดำเนินการ เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลายส่วน โดยเฉพาะชุมชนชาติพันธุ์ไต่หย่า บ้านน้ำบ่อขาว ตำบลห้วยไคร้ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงรายที่ให้ความอนุเคราะห์ทั้งสถานที่ ข้อมูลต่อคณะผู้วิจัยอย่างอบอุ่นในทุกครั้งที่มีการลงพื้นที่ ขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่ง ขอขอบคุณผู้นำชุมชน ผู้เชี่ยวชาญ และกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลต่อคณะผู้วิจัยอย่างยิ่ง การให้ความอนุเคราะห์และสละเวลาในการให้ข้อมูลทั้งในการสัมภาษณ์และการประชุมกลุ่มย่อย รวมถึงการแนะนำแหล่งค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมจากทุกท่าน เป็นความประทับใจที่คณะผู้วิจัยซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง ขอขอบคุณทีมบุคลากรจากสถาบันวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายที่ให้คำแนะนำและข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อคณะผู้วิจัยในการจัดทำเอกสารต่าง ๆ และขอขอบคุณคณะกรรมการกองทุนเพื่อการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายที่ให้การสนับสนุนทุนในการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ ขอขอบคุณทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

ประโยชน์จากงานวิจัยนี้ คณะผู้วิจัยขอมอบให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องดังระบุข้างต้นเพื่อเป็นการขอบคุณอีกครั้งหนึ่งและหวังว่ารายงานการวิจัยจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจตามสมควร

เสงี่ยม บุญพัฒน์

อรรรรณ บุญพัฒน์

มัลลิตา ชูติระกะ

24 พฤศจิกายน 2568

ชื่อเรื่อง: บทบาทของวัตถุดิบอาหารท้องถิ่นในชุมชนชาติพันธุ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร:
กรณีศึกษาชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่า บ้านน้ำบ่อขาว ตำบลห้วยไคร้ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย

ชื่อผู้วิจัย: นายเสงี่ยม บุญพัฒน์ นางอรรณณ บุญพัฒน์ และนางสาวมัลลิตา ชูตระกูล

สาขาวิชา: สาขาวิชาการโรงแรม คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยประจำปีงบประมาณ: 2568

ระยะเวลาที่ดำเนินการวิจัยปี: มกราคม 2568 – มกราคม 2569

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยเรื่องบทบาทของวัตถุดิบอาหารท้องถิ่นในชุมชนชาติพันธุ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร: กรณีศึกษาชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่า บ้านน้ำบ่อขาว ตำบลห้วยไคร้ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย 1) เพื่อศึกษาลักษณะเฉพาะของวัตถุดิบการประกอบอาหารของชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่า 2) เพื่อหาความสัมพันธ์ของการใช้วัตถุดิบการประกอบอาหารในชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่ากับโอกาสในการทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่า และ 3) เพื่อวิเคราะห์บทบาทและแนวทางการใช้วัตถุดิบในการประกอบอาหารของชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่าในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่า ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและเชื่อถือได้มากที่สุด โดยทำการทบทวนวรรณกรรม การสนทนากลุ่ม (Focus group) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบมีโครงสร้าง (Constructed Interview) เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งประกอบด้วยผู้สูงอายุในชุมชนที่มีอายุตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป สมาชิกกลุ่มแม่บ้าน ผู้นำชุมชน ผู้รู้ชาวไทหย่า นักวิชาการด้านอาหารพื้นถิ่น และนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ผลการศึกษาพบว่าวัตถุดิบการประกอบอาหารของชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่าเป็นวัตถุดิบที่ปลูกและผลิตในชุมชนเป็นหลักใช้โดยเฉพาะประเภทผักและเครื่องเทศปรุงรสต่าง ๆ ซึ่งใช้เป็นทั้งวัตถุดิบในการประกอบอาหารและสมุนไพร รวมทั้งเนื้อสัตว์ที่ผลิตและจัดหาได้ในชุมชน และด้วยเอกลักษณ์ของวัตถุดิบและรสชาติอาหารที่มีลักษณะเฉพาะและผูกโยงกับเรื่องเล่าที่เป็นที่มาจะทำให้มีโอกาสที่จะส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารชาติพันธุ์ไทหย่าในชุมชน โดยเฉพาะการนำเสนอขั้นตอนการนำวัตถุดิบในการประกอบอาหารมาจัดเป็นกิจกรรมสอนการทำอาหารชาติพันธุ์ (Cooking Class) และการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (Experiential Tourism) การออกแบบและการนำเสนออาหาร การจัดสำรับอาหารและแปรรูปอาหารในรูปแบบที่ทันสมัยสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว จะเป็นแนวทางสำคัญที่จะทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงอาหารชาติพันธุ์ไทหย่า

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงอาหาร วัตถุดิบอาหารท้องถิ่น อาหารท้องถิ่นกลุ่มชาติพันธุ์ไทหย่า กลุ่มชาติพันธุ์ไทหย่า

Research Title: The Role of Local Food Ingredients in Ethnic Communities in Promoting Food Tourism: A Case Study of the Dai Ya Ethnic Community in Ban Nam Bo Khao, Huay Krai Subdistrict, Mae Sai District, Chiang Rai Province

Author: Sa-Ngiam Boonpat, Orawan Boonpat and Munlita Chootiraka

Major Field: Hotel Program, Faculty of Tourism and Hotel

Academic Year: January 2025- January 2026

Abstract

This research, titled *“The Role of Local Food Ingredients in Ethnic Communities in Promoting Food Tourism: A Case Study of the Tai Ya Ethnic Community in Ban Nam Bo Khao, Huai Khrai Subdistrict, Mae Sai District, Chiang Rai Province,”* investigates how local food resources can drive food tourism in the Dai Ya ethnic community. The objectives are: (1) to explore the unique characteristics of local ingredients used in Tai Ya cuisine, (2) to examine the relationship between these ingredients and opportunities for food tourism, and (3) to analyze strategies for leveraging local food ingredients to promote tourism.

A qualitative approach was employed, with data gathered through literature review, focus group discussions, and structured in-depth interviews. Participants included community elders, women’s group members, local leaders, Dai Ya cultural experts, and scholars in local food and tourism, selected via purposive sampling.

Findings reveal that the Tai Ya community primarily uses locally sourced ingredients—especially herbs, vegetables, and meats—that reflect both culinary and medicinal traditions. The distinct flavors and cultural stories behind these ingredients offer strong potential for food tourism development. Promising strategies include food preparation demonstrations, cooking classes, experiential tourism activities, and modernized presentation of traditional dishes to align with tourist preferences.

Keywords: Food Tourism/Gastronomy Tourism, Local ingredients, Local food of Dai Ya ethnic group, Dai Ya Ethnic Group

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อ	ข
Abstract	ค
สารบัญ	ง
สารบัญภาพ	ช
 บทที่ 1 บทนำ	 1
ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
การนำไปใช้ประโยชน์	5
 บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	 6
แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยว	6
แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	8
แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	10
แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	13
บริบทชุมชนพื้นที่ทำการศึกษา	18
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	20
กรอบแนวคิด	23
 บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	 24
การกำหนดประชากรและขนาดของกลุ่มตัวอย่าง	24
ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง	25
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	25
วิธีหาคุนภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	26

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การเก็บรวบรวมข้อมูล	26
การวิเคราะห์ข้อมูล	26
บทที่ 4 ผลการวิจัย	28
ข้อมูลพื้นฐานจากการสัมภาษณ์สมาชิกชุมชนชาติพันธุ์ไต่หย่า	29
ลักษณะเฉพาะของวัตถุดิบอาหารชาติพันธุ์ไต่หย่า	29
ลักษณะการใช้วัตถุดิบอาหารท้องถิ่นชาติพันธุ์ไต่หย่า	30
ความสัมพันธ์ของวัตถุดิบอาหารท้องถิ่นกับโอกาสการเกิดกิจกรรม	
การท่องเที่ยว	31
ข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักวิชาการอาหารพื้นถิ่นและนักวิชาการ	
ด้านการท่องเที่ยว	32
ลักษณะเฉพาะและเอกลักษณ์ของวัตถุดิบอาหารไต่หย่า	32
ความสัมพันธ์ของวัตถุดิบประกอบอาหารกับวัฒนธรรมและ	
วิถีชีวิตของชุมชน	32
การส่งเสริมให้มีการนำวัตถุดิบประกอบอาหารชาติพันธุ์ไต่หย่า	
ไปสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ชุมชน	32
ศักยภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนชาติพันธุ์ไต่หย่า	33
ข้อมูลจากการประชุมกลุ่มย่อย	34
ลักษณะของวัตถุดิบประกอบอาหารชาติพันธุ์ไต่หย่า	34
การส่งเสริมวัตถุดิบและอาหารชาติพันธุ์ไต่หย่า	34
การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนชาติพันธุ์ไต่หย่า	35
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ	45
สรุปผลการวิจัย	45
อภิปรายผล	49
ข้อเสนอแนะ	55
บรรณานุกรม	57

สารบัญ (ต่อ)

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก	รูปภาพวัตถุดิบและการเตรียมวัตถุดิบประกอบอาหารชาติพันธุ์ไทหย่า สำหรับการสาธิตอาหาร	63
-----------	--	----

ประวัติผู้วิจัย

74

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	23
2	วัตถุดิบอาหารชาติพันธุ์ไต้หวัน	36
3	ตัวอย่างสำหรับอาหารเพื่อนำเสนอนักท่องเที่ยว	36
4	การทดสอบอาหารโดยผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารชาติพันธุ์และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว (1)	37
5	การทดสอบอาหารโดยผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารชาติพันธุ์และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว (2)	37
6	การประชุมกลุ่มย่อยแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารชาติพันธุ์ไต้หวัน	38
7	บรรยากาศการถ่ายภาพประกอบของใช้ที่สะท้อนอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ไต้หวัน (บางรายการ)	38
8	สำหรับอาหาร/รายการอาหาร (Menu) อาหารชาติพันธุ์ไต้หวัน	39
9	มันอะลู เมนูอาหารเรียกน้ำย่อย (ทำจากมันฝรั่งพื้นเมืองหรือใช้มันฝรั่ง (Potatoes) ต้ม หรือนึ่งสุกนำมาบด (Mash) ปั่นเป็นก้อนชุบเกล็ดขนมปังทอดไฟอ่อน ๆ รสชาติคล้ายเฟรนช์ฟรายด์	39
10	ผักกาดน้อยยำขิง หรือ ผักกาดหมีขิง 1 ใน 2 เมนูอาหารประเภทสลัด (ผักกาดพันธุ์พื้นเมืองย่างกับขิงสด ใส่เกลือ มะนาว พริกขี้หนู) รสชาติเปรี้ยว	40
11	ยำวุ้นเส้น หรือ ยำวุ้นเส้นโบราณ 1 ใน 2 เมนูอาหารประเภทสลัด (ยำแครอท ขิง วุ้นเส้น หมูสามชั้น)	40
12	หมูปากมัน-วาซาบิ 1 ใน 3 เมนูอาหารจานหลัก (หมูสามชั้นนึ่งหรือต้ม ใช้กระเทียมตำละเอียด เป็นน้ำจิ้ม มีกลิ่นฉุนลักษณะคล้ายการใช้วาซาบิในการรับประทานอาหารญี่ปุ่น)	41
13	คั่วแฮมหมู 1 ใน 3 ในเมนูอาหารจานหลัก (เนื้อหมูติดมันคั่วกับผักกาดดองและพริกขี้หนู)	41
14	หูลู่ส้มขมไก่ 1 ใน 3 ในเมนูอาหารจานหลัก (เครื่องในไก่ต้มสุกคลุกกับหอมแดง ขิง และผักพื้นเมือง)	42
15	ซุปลีรฟคู่กับเมนูอาหารจานหลัก (น้ำซุปลีมันฝรั่ง)	42
16	ข้าวหมกมัน 1 ใน 2 เมนูของหวาน (Dessert) (แบ่งข้าวเหนียวหนึ่งใส่ไส้หมูห่อใบตองกล้วย)	43
17	ข้าวเหนียวล่อม 1 ใน 2 เมนูของหวาน (Dessert) (แบ่งข้าวเหนียวตำละเอียด ปั่นเป็นก้อนนึ่ง ไม่ใส่ไส้ ราดด้วยน้ำอ้อย)	43
18	โมเดล (Model) ลักษณะเฉพาะวัตถุดิบอาหารชาติพันธุ์ไต้หวัน	44
19	ชาลาไต้หวัน (ชาออร์แกนิก สำหรับทำเครื่องดื่มชาร้อน ดื่มระหว่างรับประทานอาหารและหลังอาหารเพื่อลดความมันของอาหารและช่วยระบบย่อยอาหาร)	49

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
20 องค์ประกอบในการส่งเสริมและพัฒนากาท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่า บ้านน้ำบ่อขาว ตำบลห้วยไคร้ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย	54
21 มันฝรั่ง วัตถุดิบสำหรับทำ “มันอะลู”	63
22 มันฝรั่งหั่นเป็นชิ้นก่อนต้มเพื่ออบ	63
23 มันฝรั่งสดสำหรับทอดเป็นมันอะลู	64
24 หอมแดง วัตถุดิบ/ส่วนประกอบสำคัญในการทำเมนูหลู้ส้มขมิ้นไก่ (อาหารจานหลัก)	64
25 ขิงสด วัตถุดิบ/ส่วนประกอบสำคัญในการทำอาหารชาติพันธุ์ไทหย่า	65
26 ผักฮ้วนหมู วัตถุดิบ/ส่วนประกอบสำคัญของเมนูสลัดผักพื้นเมือง (ลักษณะคล้ายผักเชียงดา)	65
27 หมูสามชั้น วัตถุดิบ/ส่วนประกอบสำคัญของเมนูหมูปาดมัน (อาหารจานหลัก)	66
28 ผักกาดดอง วัตถุดิบ/ส่วนประกอบสำคัญของเมนูคั่วแห้งหมู (อาหารจานหลัก)	66
29 ผักกวยช่าย วัตถุดิบ/ส่วนประกอบสำคัญของเมนูหลู้ส้มขมิ้นไก่ (อาหารจานหลัก)	67
30 กระเทียมบดละเอียด วัตถุดิบ/ส่วนประกอบสำคัญทำน้ำจิ้มสำหรับหมูปาดมัน	67
31 แครอท หนึ่งในวัตถุดิบ/ส่วนประกอบสำคัญของเมนูยำวุ้นเส้น	68
32 เครื่องเทศสำคัญในการประกอบอาหารชาติพันธุ์ไทหย่า (โป๊ยกั๊ก, ลูกชะโก้ว, อบเชย)	68
33 เครื่องในไก่ วัตถุดิบ/ส่วนประกอบสำคัญของเมนูหลู้ส้มขมิ้นไก่	69
34 ผักกาดน้อย วัตถุดิบ/ส่วนประกอบสำคัญของเมนูผักกาดน้อยยำขิง	69
35 บรรยากาศการอธิบายและสาธิตการปรุงอาหารชาติพันธุ์ไทหย่า (1)	70
36 บรรยากาศการอธิบายและสาธิตการปรุงอาหารชาติพันธุ์ไทหย่า (2)	70
37 บรรยากาศการอธิบายและสาธิตการปรุงอาหารชาติพันธุ์ไทหย่า (3)	71
38 บรรยากาศการอธิบายและสาธิตการปรุงอาหารชาติพันธุ์ไทหย่า (4)	71
39 บรรยากาศการอธิบายและสาธิตการปรุงอาหารชาติพันธุ์ไทหย่า (5)	72
40 บรรยากาศการอธิบายและสาธิตการปรุงอาหารชาติพันธุ์ไทหย่า (6)	73
41 บรรยากาศการอธิบายและสาธิตการปรุงอาหารชาติพันธุ์ไทหย่า (7)	73

บทที่ 1

บทนำ

การท่องเที่ยว เป็นที่ยอมรับในฐานะของอุตสาหกรรมที่มีบทบาทและความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของพื้นที่ต่าง ๆ กล่าวเฉพาะในส่วนของประเทศไทย การท่องเที่ยวกลายเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศมาอย่างต่อเนื่องมากกว่า 3 ทศวรรษ ส่งผลการขยายตัวและการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศที่ไม่จำกัดเฉพาะในกรุงเทพมหานครและจังหวัดหรือเมืองหลัก ๆ ของประเทศ แต่มีการกระจายการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ ก่อให้เกิดการจ้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อม การลงทุนและพัฒนาในส่วนของโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทั้งนี้ จากตัวเลขบัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยว (Tourism Satellite Account: TSA) พบว่าในปี พ.ศ. 2562 ก่อนการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อโคโรนาไวรัส (COVID-19) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศด้านการท่องเที่ยว หรือ Tourism Gross Domestic Product (TGDP) สูงถึง 3,005,552 ล้านบาท หรือเท่ากับสัดส่วนร้อยละ 17.79 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2566) โดยประเทศไทย ได้รับการยอมรับว่าเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมมากที่สุดของโลก 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 “อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Affluent Tourism, Medical and Wellness Tourism) โดยอีก 4 อุตสาหกรรมเป้าหมายในกลุ่ม First S-Curve ประกอบด้วยอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ

อุตสาหกรรมเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ และ อุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร ขณะที่ในกลุ่มอุตสาหกรรมในกลุ่ม New S-Curve ประกอบด้วยอุตสาหกรรมหุ่นยนต์ อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์ อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ อุตสาหกรรมดิจิทัล และ อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร และต่อมาได้เพิ่มเติมอีก 2 อุตสาหกรรม ประกอบด้วยอุตสาหกรรมการจัดการศึกษา และอุตสาหกรรมป้องกันประเทศ รวมเป็น 12 อุตสาหกรรมเป้าหมาย นอกจากนั้นในแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ซึ่งมีการกำหนดหมวดหมู่การพัฒนาประเทศจำนวน 13 หมวดหมู่โดยการท่องเที่ยวเป็นหมวดหมู่การพัฒนาลำดับที่ 2 โดยมีจุดเน้นให้เป็น “อุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน” โดยการให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในรูปแบบที่เน้นการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ (Quality Tourism) ภายใต้งานนำเสนอการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-tourism) การท่องเที่ยวชุมชน (Community-based Tourism: CBT) การท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มสนใจ (Niche Tourism/Special Interest Tourism) การท่องเที่ยวแบบ BCG (BCG Tourism) ซึ่งเป็นแนวคิดบนพื้นฐานของ Bio Economy คือ เศรษฐกิจชีวภาพ Circular Economy คือ เศรษฐกิจหมุนเวียน และ Green Economy คือ เศรษฐกิจสีเขียว โดยการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะนำไปสู่ความยั่งยืนที่เกิดขึ้นพร้อมกับความมั่นคงทางสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมควบคู่กัน เกิดความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ความหลากหลายทางชีวภาพและทางวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตและอัตลักษณ์เฉพาะของชุมชน ภูมิปัญญาพื้นบ้านในแต่ละพื้นที่ ซึ่งการเป็นสังคมเกษตรกรรม และความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรทางธรรมชาติของประเทศไทย เป็นต้นทุนที่เข้มแข็งสำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ ซึ่งจะสามารถนำไปต่อยอดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพได้ และการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism or Gastronomy Tourism)

ในส่วนของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism or Gastronomy Tourism) เป็นหนึ่งในรูปแบบการท่องเที่ยวที่สำคัญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวระดับโลก เป็นรูปแบบและกิจกรรมที่เกี่ยวกับอิทธิพลจากประเพณีการทำอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น เอกสารนี้สำรวจบทบาทของวัตถุดิบท้องถิ่นในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยเฉพาะในชุมชนชาติพันธุ์ที่ประเพณี รูปแบบและวิธีการในการประกอบอาหารรวมทั้งการใช้วัตถุดิบในการประกอบอาหารที่มีลักษณะเฉพาะ ทั้งนี้การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ได้ถูกผลักดันโดยรัฐบาลไทยภายใต้นโยบาย “ครัวไทย ครัวโลก” และนโยบายการส่งเสริมการใช้อำนาจละมุน หรือ Soft Power ในการสร้างศักยภาพทางเศรษฐกิจ เสถียรภาพ และรายได้ทางเศรษฐกิจโดยใช้อาหารไทยเป็นหนึ่งใน 5 ปัจจัยที่เป็นอำนาจละมุน (Soft Power) ซึ่งเมนูอาหารไทยหลากหลายเมนูถูกจัดอันดับให้เป็นอาหารที่มีรสชาติถูกปากผู้คนทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นต้มยำกุ้ง ผัดไทย แกงเขียวหวาน แกงมัสมั่น ส้มตำ น้ำตกหมู ข้าวซอย ส่วนหนึ่งได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวไทยที่ขยายตัว ทำให้คนต่างชาติรู้จักอาหารไทยจากประสบการณ์ที่ได้ลิ้มลอง นอกจากนี้ อาหารไทยยังเต็มไปด้วย

ส่วนประกอบที่มีคุณค่าทางโภชนาการ และหนึ่งในรายการอาหารไทยที่เป็นที่นิยมคือ “ต้มยำกุ้ง” หรือ Tom Yum Kung ได้ถูกนำเสนอองค์การยูเนสโก (UNESCO) ในฐานะมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของมนุษยชาติประจำปี 2564 อาจกล่าวได้ว่า อาหารและวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ รูปแบบและวิธีการปรุงอาหาร วัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงและประกอบอาหาร วิธีการรับประทานอาหาร เป็นสิ่งที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมของผู้คนในท้องถิ่นนั้น และสิ่งนี้ได้กลายเป็นเอกลักษณ์และเสน่ห์ที่ส่งต่อกันจากคนรุ่นสู่รุ่นและถ่ายทอดออกมาสู่ช่างนอกชุมชนและสังคม ทำให้เกิดการรับทราบหรือได้ยิน (to hear) ส่งผลให้เกิดความต้องการอยากให้เห็น (to see) อยากจะค้นหา (to explore) อยากจะสัมผัส (to experience) อยากจะเรียนรู้ (to learn) และเมื่อได้สัมผัสและเรียนรู้แล้วทำให้เกิดเป็นความทรงจำ (to remember) และเกิดการถ่ายทอดต่อในลักษณะของเรื่องเล่า (story telling) ในหลากหลายรูปแบบที่มีพัฒนาการและสร้างสรรค์ขึ้น (create and develop) จนทำให้เรื่องอาหารการกิน ไม่ใช่เรื่องในชีวิตประจำวันของคนรอบครัว ชุมชน และสังคมหนึ่ง ๆ แต่กลายเป็นมิติเชิงวัฒนธรรมที่ส่งผลให้เกิดสิ่งที่เป็นการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมและภูมิภาคและกลายเป็นปัจจัยดึงดูดใจให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ด้วยเหตุที่การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism or Gastronomy Tourism) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวระดับโลก ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับอิทธิพลจากทั้งในส่วนของรสชาติอาหาร รูปแบบและวิธีการประกอบอาหาร การเลือกใช้วัตถุดิบในการประกอบอาหาร โดยเฉพาะความเชื่อมโยงเชิงวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของท้องถิ่นกับอาหารซึ่งได้กลายเป็นประเพณีและวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญของชุมชนโดยเฉพาะชุมชนที่มีอัตลักษณ์เฉพาะ เช่น ชุมชนชาติพันธุ์จนนำไปสู่การเกิดกิจกรรมการท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาบทบาทของวัตถุดิบอาหารท้องถิ่นในชุมชนชาติพันธุ์ไทย่า บ้านน้ำบ่อขาว ตำบลห้วยไคร้ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชน ซึ่งการศึกษานี้จะทำให้ทราบถึง (1) ลักษณะเฉพาะของวัตถุดิบการประกอบอาหารของชุมชนชาติพันธุ์ไทย่า (2) บทบาทของวัตถุดิบในการประกอบอาหารของชุมชนชาติพันธุ์ไทย่าต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว และ (3) รูปแบบในการนำบทบาทของวัตถุดิบในการประกอบอาหารของชุมชนชาติพันธุ์ไทย่าไปประยุกต์ใช้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยการใช้วัตถุดิบการประกอบอาหารของชุมชนชาติพันธุ์อื่น ๆ ในจังหวัดเชียงราย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

วัตถุประสงค์ในการดำเนินการวิจัยนี้ จำแนกเป็น 3 ประเด็นหลัก ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะเฉพาะของวิถีพฤติกรรมการประกอบอาหารของชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่า
2. เพื่อหาความสัมพันธ์ของการใช้วิถีพฤติกรรมการประกอบอาหารในชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่า กับโอกาสในการทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่า
3. เพื่อวิเคราะห์บทบาทและแนวทางการใช้วิถีพฤติกรรมการประกอบอาหารของชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่าในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่า

ขอบเขตของการวิจัย

ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของทำวิจัยในครั้งนี้นี้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านพื้นที่

ชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่าบ้านน้ำบ่อขาว ตำบลห้วยไคร้ อำเภอมะนัง จังหวัดเชียงราย

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาบทบาทของวิถีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่าว่ามีความสัมพันธ์กับการเกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนไทหย่าในลักษณะใด และมีบทบาทในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนอย่างไรบ้าง โดยการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่เป็นผู้สูงอายุ ผู้นำชุมชน กลุ่มชมรมแม่บ้านไทหย่า และผู้รู้ที่เป็นชาวไทหย่าซึ่งมีถิ่นที่อยู่ถาวรในชุมชนบ้านน้ำบ่อขาว ตำบลห้วยไคร้ อำเภอมะนัง จังหวัดเชียงราย

3. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ทำการศึกษาแบ่งเป็นกลุ่ม ดังนี้

- 3.1 กลุ่มผู้รู้ ได้แก่ ปราชญ์ท้องถิ่นไทหย่า นักวิชาการด้านอาหาร นักวิชาการด้าน

การท่องเที่ยว และผู้สูงอายุในชุมชนไทหย่า

- 3.2 กลุ่มผู้ปฏิบัติ ได้แก่ สมาชิกชมรมแม่บ้าน และผู้นำชุมชน

- 3.3 กลุ่มผู้ให้การสนับสนุน ได้แก่ ตัวแทนหน่วยงานราชการ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ทั้งนี้ ในส่วนของคุณสมบัติและวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง นักวิจัยจะดำเนินการโดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง โดยเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลโดยพิจารณาผู้ที่เป็นผู้มีความเชี่ยวชาญเฉพาะ (พิจารณาจากอายุและประสบการณ์)

- 3.4 ขอบเขตด้านเวลาในการทำวิจัย

ใช้เวลาในการทำการศึกษาวิจัย 12 เดือน

4. ขอบเขตด้านพื้นที่

จังหวัดเชียงราย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ประโยชน์ต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ได้แก่

มีข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับวัตถุดิบอาหารท้องถิ่นชาติพันธุ์ไทหยาและแนวทางการนำไปใช้เพื่อพัฒนาและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารชาติพันธุ์ไทหยาและอาหารชาติพันธุ์อื่น ๆ ในจังหวัดเชียงราย
2. ประโยชน์ต่อชุมชนชาติพันธุ์ไทหยา บ้านบ่อน้ำขาว ตำบลห้วยไคร้ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย ได้แก่
 - 2.1 มีข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับวัตถุดิบอาหารท้องถิ่นชาติพันธุ์ไทหยาที่เป็นระบบ
 - 2.2 ได้แนวทางและรูปแบบในการใช้วัตถุดิบอาหารท้องถิ่นชาติพันธุ์ไทหยาเพื่อดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชน
 - 2.3 ประโยชน์ด้านวิชาการ การดำเนินธุรกิจ และหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่
 - (1) มีข้อมูลและองค์ความรู้วัตถุดิบอาหารท้องถิ่นชาติพันธุ์ไทหยาที่เป็นระบบ และชัดเจนซึ่งสามารถนำไปพัฒนาและต่อยอดในการกำหนดแผน นโยบายและยุทธศาสตร์ในการพัฒนาและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เพื่อยกระดับมูลค่าทางเศรษฐกิจทั้งระดับชุมชนและระดับจังหวัด
 - (2) มีข้อมูลและองค์ความรู้วัตถุดิบอาหารท้องถิ่นชาติพันธุ์ไทหยาที่นักวิจัย นักวิชาการสามารถนำไปใช้ประกอบการดำเนินการวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ใหม่และหรือสร้างนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อต่อยอดความก้าวหน้าทางวิชาการและการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ส่วนประกอบอาหารท้องถิ่นชาติพันธุ์ไทหยา

การนำไปใช้ประโยชน์

สามารถใช้เป็นแนวทางในการประยุกต์ใช้เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนชาติพันธุ์อื่น ๆ ในจังหวัดเชียงราย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญของโลกและได้รับการประเมินว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนาในภูมิภาคต่างๆของโลก การท่องเที่ยวมีบทบาทเป็นแหล่งรายได้อันดับหนึ่งเหนือธุรกิจหรืออุตสาหกรรมอื่นๆ โดยทั่วไปซึ่งทำให้ได้รับการยอมรับว่าเป็นเครื่องจักรขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ (Economic Engine) ที่สำคัญ ทั้งนี้การท่องเที่ยวได้รับการพิจารณาและยอมรับในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้ (เสงี่ยม บุญพัฒน์, 2566)

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

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

3) การท่องเที่ยวได้รับการยอมรับในฐานะเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาประเทศ (Development tools) เช่น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการบริหารนักท่องเที่ยว (ถนน ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ สนามบิน เป็นต้น) ส่งผลการเกิดการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่น (ในประเทศนั้นๆ) ก่อให้เกิดการขยายตัวของการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องนานาชนิด

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

การท่องเที่ยว ได้รับการยอมรับว่าเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สำคัญของโลก และเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ อย่างมาก โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนาในภูมิภาคต่าง ๆ ของโลกซึ่งการท่องเที่ยวมีบทบาทเป็นแหล่งรายได้อันดับหนึ่งเหนือธุรกิจหรืออุตสาหกรรมอื่น ๆ หรือถูกเปรียบเทียบกับลักษณะเป็นเครื่องยนต์ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ (Economic Engine)

ความหมายของการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว อาจสามารถอธิบายได้หลากหลายนิยามแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์การนำไปใช้ เบิร์นและโฮลเดน (Burns and Holden อ้างในเสงี่ยม บุญพัฒน์, 2566) ระบุว่าโดยทั่วไป การอธิบายความหมายของการท่องเที่ยวจะขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญ 3 ประการ คือ วัตถุประสงค์ การเดินทาง เวลา และ สถานการณ์

เมทีสันและวอลล์ (Mathieson and Wall อ้างในเสงี่ยม บุญพัฒน์, 2566) อธิบายว่าการท่องเที่ยวหมายถึงการเดินทางชั่วคราวของบุคคลจากถิ่นที่อยู่ประจำของตนไปยังจุดหมายปลายทางอื่น มีการทำกิจกรรมระหว่างการพักค้างคืน ณ จุดหมายปลายทางและการใช้สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

ขณะที่ องค์การท่องเที่ยวโลก (เสงี่ยม บุญพัฒน์, 2566) อธิบายว่าการท่องเที่ยวคือกิจกรรมการเดินทางของคนไปยังสถานที่ที่ไม่ใช่ที่อยู่ประจำ โดยใช้เวลาไม่เกินหนึ่งปีต่อเนื่องกัน และมีการทำกิจกรรมในสถานที่ที่เดินทางไป โดยอาจจะเป็นกิจกรรมการพักผ่อน หรือธุรกิจ

วีฟเวอร์ และ อ็อปเพอร์แมน (Weaver and Opperman อ้างในเสงี่ยม บุญพัฒน์, 2566) อธิบายว่าการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มีความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและนักธุรกิจซึ่งเป็นผู้จัดหาสินค้าและบริการ รัฐบาล ชุมชนที่เป็นเจ้าบ้าน สถานศึกษา องค์กรเอกชนต่าง ๆ การคมนาคมขนส่ง ในการบริหารจัดการต้อนรับนักท่องเที่ยว

จากแนวคิดข้างต้น อาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวจัดเป็นกลุ่มของกิจกรรมของมนุษย์ที่สะท้อนปฏิสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างกันของกลุ่มคนในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งและในสถานที่ที่ไม่ใช่ที่อยู่ประจำหรือไม่ใช่ที่ทำงาน โดยแต่ละคนอาจจะมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันได้ ทั้งนี้ สอดคล้องกับนิยามของการท่องเที่ยวที่อธิบายโดยองค์การท่องเที่ยวโลก ซึ่งอธิบายใน 3 ลักษณะ ประกอบด้วย

1. เป็นกิจกรรมการเดินทางชั่วคราวจากถิ่นที่อยู่ประจำไปยังสถานที่อื่นที่ไม่ใช่ถิ่นที่อยู่ประจำหรือที่ทำงาน โดยใช้เวลาไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมงต่อเนื่องกันไม่เกิน 1 ปี และมีการพักค้างคืน
2. การเดินทางนั้น ๆ เป็นไปโดยความสมัครใจของผู้เดินทางหรือนักท่องเที่ยวเอง
3. การเดินทางนั้น ๆ ต้องไม่ใช่เพื่อการไปหารายได้หรือไม่ก่อให้เกิดรายได้ จากการทำกิจกรรมนั้น ๆ ณ เวลาที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวนั้น ๆ

ความสำคัญของการท่องเที่ยว

ความสำคัญของการท่องเที่ยวสามารถจำแนกได้เป็นด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ความสำคัญด้านเศรษฐกิจ โดยความสำคัญต่อเศรษฐกิจหรือด้านเศรษฐกิจนั้น เป็นความสำคัญที่สามารถสัมผัสได้อย่างชัดเจนมากที่สุดของการท่องเที่ยว โดยเฉพาะรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศซึ่งช่วยลดอัตราการขาดดุลการค้า ดุลการชำระเงิน ดุลบริการให้แก่ประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวได้ด้วย
2. ความสำคัญด้านการจ้างงาน ทั้งการจ้างงานทางตรง ส่งผลให้ประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ส่งเสริมเศรษฐกิจของชุมชนให้มีความเข้มแข็ง
3. ความสำคัญด้านสังคมและวัฒนธรรม โดยการท่องเที่ยวมีบทบาทและความสำคัญในการทำให้เกิดการรื้อฟื้นศิลปะและวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชน มีการรณรงค์ส่งเสริมให้ตระหนักในการอนุรักษ์ และนำเสนอในลักษณะที่เป็นมรดกของชุมชน และเผยแพร่ไปสู่สังคมภายนอก
4. ความสำคัญในด้านสิ่งแวดล้อม โดยการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นความสำนึกของนักท่องเที่ยวให้ตระหนักและเห็นความสำคัญของธรรมชาติ ให้ท่องเที่ยวอย่างเป็นมิตรกับธรรมชาติ

แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นการส่งผ่านวัฒนธรรมการกิน ถือเป็นเครื่องมือของการพัฒนาระบบอาหารท้องถิ่นของภูมิภาคและโลกอย่างยั่งยืน ซึ่งมีความสำคัญต่ออนาคตของมนุษยชาติ เพราะพฤติกรรมการทางอาหารจะนำไปสู่การแสวงหาทางออกใหม่ให้กับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยทำให้เกิดการจ้างงานในท้องถิ่น และยังเป็นการอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมประเพณี ทั้งนี้ องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอาหารประกอบด้วย

1. Farming System การเดินทางเริ่มต้นจากแหล่งกำเนิดอาหาร แปงผัก สวนผลไม้ บ้านไร่ หรือท้องนา ในแนวทางเกษตรปลอดภัย สร้างความตระหนักถึงความสำคัญของอาหารต่อสุขภาพและการกินดีมีสุข
2. Story of Food คุณค่าของเรื่องราวเบื้องหลังที่ทำให้คุณค่าของอาหารแต่ละจานโดดเด่นและเป็นที่จดจำ อาหารหนึ่งจานรวบรวมเรื่องราวมรดกภูมิปัญญา ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมการกิน วิธีการนำเสนออาหาร ล้วนแต่เป็นการสร้างสรรค์ความดีมาให้เกิดการลิ้มรสอาหาร อาหารจึงเป็นมากกว่าอาหารเสมอ
3. Creative Industries อุตสาหกรรมที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นทุนมีส่วนเข้ามาเกี่ยวข้องกับอาหารได้ทั้งสิ้น เพราะการนำเสนออาหารเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่สะท้อนวิถีชีวิต รสนิยม และทิศทางของ

อาหารตามยุคสมัย นับตั้งแต่ภาชนะที่ใส่อาหาร ไปจนถึงนวัตกรรมด้านอาหาร รางวัลด้านอาหาร ดนตรี การแสดง วรรณกรรม ที่ล้วนสามารถทำให้อรรถรสของอาหารเป็นได้มากกว่าอิมพ์ทอง แต่สร้างสรรค์ให้อิมพ์มอง อิมพ์ตา และอิมพ์ใจ

4. Sustainable Tourism ผลักดันการพัฒนาอย่างยั่งยืนบนฐานของการท่องเที่ยว อนุรักษ์ ส่งเสริมเรื่องราวท้องถิ่น ส่งเสริมการใช้วัตถุดิบท้องถิ่น เพื่อสร้างโอกาสให้เกิดความคงอยู่ของความหลากหลายทางชีวภาพ การจัดการเศษอาหารเหลือทิ้ง คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม การปกป้องมรดกทางอาหารของท้องถิ่น ให้อาหารเป็นสัญลักษณ์ของพื้นที่ เปิดประสบการณ์ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้งและยั่งยืนแก่ผู้มาเยือน (<https://ngthai.com/news-activity/20864/gastronomy/>, เข้าดูเมื่อ 9 มีนาคม 2566)

Harrington, Robert J. and Micheal C. Ottencher (2010) ได้อธิบายว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพอย่างยิ่งในการสร้างความยั่งยืนและความมั่นคงของระบบอาหารของท้องถิ่นรวมทั้งต่อความมั่นคงของวงจรชีวิตของการท่องเที่ยวในท้องถิ่นการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ช่วยสร้างความยั่งยืนให้แก่จุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวและช่วยในการส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นและส่งผลต่อการให้ความสำคัญกับองค์ประกอบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องไปพร้อม ๆ กันด้วย (J.A. Folgado-Fernandez et al, 2019)

สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้อธิบายรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ที่เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวเป็น 5 รูปแบบ ดังนี้ (<https://www.bangkokbanksme.com/en/food-tourism-lifestyle>, เข้าดูเมื่อ 9 มีนาคม 2566)

1. การเดินทางไปแวะชิมหรือสัมผัสประสบการณ์รับประทานอาหาร ณ สถานที่ผลิตหรือจำหน่ายอาหารที่มีชื่อเสียงในแหล่งท่องเที่ยว
2. การเดินทางไปร่วมกิจกรรมเทศกาลอาหาร
3. การเข้าร่วมเรียนการทำอาหาร (Cooking Class)
4. การเดินทางไปพักหรือใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ (Homestay)
5. การเดินทางร่วมกิจกรรมในลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agricultural Tourism)

Mitchell Hall et al. (2003) อธิบายว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือนแหล่งผลิตและจัดจำหน่ายอาหารทั้งสถานที่ที่เป็นต้นกำเนิดและแหล่งจัดจำหน่ายโดยมีเป้าหมายสำคัญคือเพื่อไปสัมผัสประสบการณ์การชิมและรับประทานอาหาร

จากที่ระบุข้างต้น อาจกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่นอกจากให้ประสบการณ์ใหม่แก่นักท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมการชิมและการรับประทานอาหาร การเรียนรู้การปรุงอาหาร การสัมผัสวัฒนธรรมของท้องถิ่นผ่านกระบวนการผลิตและบริการอาหารของท้องถิ่นและวิถีชีวิตของคนใน

ท้องถิ่นแล้ว การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างเศรษฐกิจชุมชนและท้องถิ่นและช่วยยกระดับชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนท้องถิ่นให้มีมาตรฐานที่ดีขึ้นได้ด้วย

แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

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

1) การท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความสำคัญ กับประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี โดยยึดหลักที่ว่าต้องอนุรักษ์ทรัพยากร ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ให้ดีที่สุดเพื่อสามารถสืบต่อถึงอนุชนรุ่นหลัง

2) การท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนทั้งเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยยึดหลักที่ว่าด้วยการไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือกระทบน้อยที่สุด

3) การท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้คงไว้ซึ่งวิถีชีวิตของท้องถิ่นในแง่สังคมและวัฒนธรรม โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว ที่ต้องการศึกษาความแตกต่างทางด้านสังคมและวัฒนธรรมอันหลากหลาย

4) การท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความรู้ แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ทั้งนักท่องเที่ยว ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวและประชาชน ในท้องถิ่น โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยว พร้อมทั้งมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

5) การท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ชุมชนท้องถิ่น มีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์ โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวและได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว อันจะเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น

6) การท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการตลาดของการบริการท่องเที่ยวครบตามเกณฑ์แห่งการอนุรักษ์อย่างแท้จริง โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ธุรกิจท่องเที่ยวเน้นในเรื่องอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

7) การท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ เพิ่มคุณค่าของประสบการณ์ที่ได้รับ ทำให้ต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก โดยยึดหลักที่ว่าต้องมีกิจกรรมท่องเที่ยวตรงตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

8) การท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึง ชีตความสามารถรองรับของพื้นที่ และความสะอาดของพื้นที่ โดยยึดหลักที่ว่าต้องไม่เกินขีดความสามารถรองรับของพื้นที่ในทุก ๆ ด้าน และต้องดูแลรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวอยู่เสมอ

9) การท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว โดยยึดหลักที่ว่าต้องป้องกันรักษาความปลอดภัย แก่นักท่องเที่ยวอย่างเข้มงวด เพื่อให้นักท่องเที่ยวอบอุ่นใจ

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแม้จะมีความหลากหลายแต่ก็ให้ความสำคัญในเรื่องการเรียนรู้ การสร้างจิตสำนึก และเคารพต่อวัฒนธรรมที่แตกต่าง รวมถึงการส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และประเพณี

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ผู้อื่นและย้อนกลับมามองตัวเองอย่างเข้าใจในสรรพสิ่งของโลกที่ไม่สามารถแยกตัวออกจากกันได้ การต้องพึ่งพาอาศัยกันและกัน องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญจึงประกอบด้วย

1. องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น 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 เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม โดยมีการศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อมและระบบนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมให้แก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

3. องค์ประกอบด้านธุรกิจท่องเที่ยวเป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้บริการทางการท่องเที่ยวโดยผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และได้ผลตอบแทนในกำไรสู่ธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมศึกษา อีกทั้งช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

4. องค์ประกอบด้านการตลาดท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการตลาดท่องเที่ยวคุณภาพ โดยแสวงหานักท่องเที่ยวคุณภาพให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อให้นักท่องเที่ยวคุณภาพได้รับรู้และได้ประสบการณ์จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างพึงพอใจ อีกทั้งช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

5. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เป็นการตลาดท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยให้ชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้น มีส่วนร่วมในการพัฒนาหรือการจัดการการท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบ และได้รับผลประโยชน์ตอบแทนเพื่อกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น

6. องค์ประกอบด้านการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยว ที่ต้องคำนึงถึงการปลูกฝังจิตสำนึกที่ถูกต้องทางการท่องเที่ยวแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย โดยมีการให้ความรู้และสื่อความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ทุกฝ่ายเกิดความรักความหวงแหนทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้แก่ การชมโบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีของท้องถิ่นต่างๆ เพื่อได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน รวมทั้งการศึกษาความเชื่อ พิธีกรรมต่าง ๆ เพิ่มขึ้น ในขณะเดียวกัน ปลูกฝังจิตสำนึกในการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม โดยชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสามารถแบ่งได้ 5 ประเภท (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) ดังนี้

1) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยว โดยได้รับความรู้และความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดีในท้องถิ่นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยที่ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

2) การท่องเที่ยวงานวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานศิลปวัฒนธรรมประเพณีต่าง ๆ ที่ชาวบ้าน ในท้องถิ่นนั้น ๆ จัดขึ้น เพื่อให้ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียศิลป์ และศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพพิธีกรรมต่างๆ อีกทั้งได้รับความรู้ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

3) การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชนบท (Rural Tourism / Village Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษ โดดเด่น เพื่อให้ได้รับความเพลิดเพลิน ได้ความรู้ ด้ผลงานสร้างสรรค์ และภูมิปัญญาพื้นบ้าน อีกทั้งมี ความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

4) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาหรือแข่งขันการกีฬา โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบของการจัดรายการกีฬาตามเส้นทางที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมกีฬาได้สนุกสนานเพลิดเพลินกับการออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาหรือการแข่งขันกีฬา ในขณะเดียวกันก็ได้ไปยังแหล่งท่องเที่ยวตามเส้นทางรายการกีฬา ทำให้ได้รับความรู้ความเข้าใจและประสบการณ์ ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่า

5) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม (Cultural Health Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยมีกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพหรือฟื้นฟูสุขภาพทางวัฒนธรรม เช่น การนวดตัว นวดฝ่าเท้า การอบสมุนไพร การประคบสมุนไพร การฝึก กายบริหาร การฝึกสมาธิ เป็นต้น เพื่อเสริมสร้างสุขภาพและคุณภาพชีวิตของนักท่องเที่ยวบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายให้ความสำคัญในการรักษาสีงแวดล้อม การให้บริการทางการท่องเที่ยวโดยผู้ประกอบการท่องเที่ยว คำนึงถึงการตลาดท่องเที่ยวคุณภาพ การมีส่วนร่วมของชุมชน และเป็นการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกที่ดีต่อผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยว

แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวในปัจจุบันเป็นการท่องเที่ยวที่ยังเน้นเชิงปริมาณ จึงส่งผลกระทบในด้านต่างๆ ในวงกว้าง ทั้งด้านสังคม วัฒนธรรม ประเพณี และสิ่งแวดล้อม การนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ๆ จึงเกิดขึ้น เพื่อแก้ปัญหาที่อาจจะลุกลามในอนาคต

1) ความหมายของการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์

การจัดการประชุมนานาชาติเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ถูกจัดขึ้นเพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมเพื่อจัดการการท่องเที่ยวในทิศทางที่ยั่งยืน จากการประชุมครั้งแรกเรื่องการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ขององค์การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ระหว่างวันที่ 25 – 27 ตุลาคม

2549 ที่เมืองซานตาเฟ มลรัฐนิวเม็กซิโก ประเทศสหรัฐอเมริกา ได้กำหนดคำนิยามของ “Creative Tourism” หรือ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ว่า คือการท่องเที่ยวที่นำไปสู่ประสบการณ์ที่แท้จริงและมีการเชื่อมโยงด้วยการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในงานศิลปะ มรดก หรือคุณลักษณะพิเศษของสถานที่ และยังทำให้เกิดการเชื่อมสัมพันธ์กับผู้อยู่อาศัยในพื้นที่ซึ่งเป็นผู้สร้างสรรค์วัฒนธรรมที่ยังมีชีวิตนั้นขึ้นมา

องค์กรยูเนสโก (2549) ได้ให้คำนิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาชุมชนนั้นๆ เกิดความยั่งยืน โดยมีการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตในชุมชน ในเชิงการเรียนรู้และการทดลองให้ได้มาซึ่งประสบการณ์ที่เป็นอยู่จริงในชุมชน นอกจากนั้นชุมชนจะต้องสามารถใช้ในการจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการรักษาความสมดุลระหว่างการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวภายในชุมชนและผลประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับ ทั้งในรูปที่เป็นผลประโยชน์ตอบแทน อิงตามระบอบทุนนิยมและความยั่งยืนของการพัฒนาชุมชน

นอกจากนี้ยังหมายถึง การจัดให้เกิดกิจกรรมต่างๆ โดยเน้นการเรียนรู้จากการศึกษาประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน ตลอดจนการมีส่วนร่วมและปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ จะเน้นความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้คนในชุมชนนั้นๆ โดยมีเป้าหมายว่านักท่องเที่ยวในลักษณะของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์จะเป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่เป็นเพียงแค่นักท่องเที่ยว (Tourist) แต่จะเป็นสมาชิกของชุมชนที่ได้มีโอกาสไปใช้ชีวิตร่วมกัน (Citizen of Community)

นาฬิกอติภัต แสงสนิท (2552) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์หรือ Creative Tourism ไว้ว่า คือ การพัฒนาการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นความได้เปรียบด้วยการสร้างมูลค่า (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 แหล่งท่องเที่ยวชุมชนจะกลายเป็นแหล่งเรียนรู้ของสังคม เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเครือข่าย และกลายเป็นพลังในการสร้างฐานความรู้สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและสร้างสรรค์ การนำเอาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นไปที่การสร้างสมดุลใน 3 ส่วน คือ ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งหากเน้นเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเกินไปก็อาจทำให้เสียสมดุล เช่น หากมุ่งเน้นจำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ ก็จะทำให้ละเลยการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมและทำให้เสน่ห์ของชุมชนหายไป หรือหากมุ่งเน้นอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมหรือศิลปวัฒนธรรมมากเกินไปจนไม่ปรับตัว เพื่อเปิดรับการท่องเที่ยว ชุมชนก็จะขาดรายได้ เป็นต้น การพัฒนาการท่องเที่ยวจึงต้องคำนึงถึง 3 ส่วนนี้เพื่อให้เกิดความสมดุลและพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน

สำหรับประเทศไทยนั้นเป็นประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งด้านศิลปวัฒนธรรม ศิลปหัตถกรรม แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เป็นต้น หากนักท่องเที่ยวเที่ยวหันมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กันมากขึ้นแล้ว เชื่อว่าจะทำให้เกิดความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของเรา อีกทั้งคนในชุมชนก็ยังเกิดสำนึกรักในเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ที่ตนเองมีอยู่ หากนักท่องเที่ยวและเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกรักด้านดีร่วมกันเช่น นี้แล้ว ก็จะทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวมีความยั่งยืนได้อย่างที่ตั้งใจ

มูทริกา พฤชาพงษ์ (2552) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การท่องเที่ยววิถีชีวิตที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับการใช้ชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องวิถีการอยู่อาศัย การประกอบอาชีพ อาหารการกิน ศิลปหัตถกรรม และอื่นๆ ที่สะท้อนให้เห็นถึงเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของชุมชนและผู้คนเจ้าของพื้นที่ โดยมุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวมีปฏิสัมพันธ์กับคนในพื้นที่ ผ่านการพูดคุยสนทนา และผ่านกิจกรรมทดลองปฏิบัติต่างๆ เช่น ทดลองทำอาหาร ทดลองทำศิลปหัตถกรรม หรือทดลองใช้ชีวิตตามอย่างผู้คนในชุมชน หรือการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ซึ่งจะทำให้เข้าใจในวัฒนธรรมอันมีเอกลักษณ์ของผู้คนและสถานที่นั้นๆ ผ่านประสบการณ์ตรง เรียกว่าเป็นเวทีการเรียนรู้แบบมีชีวิตนั่นเอง

องค์การบริหารพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (2554) กล่าวว่า การจัดการการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมจะเอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์อย่างชัดเจน และเป็นกระบวนการสำคัญในการก่อเกิดจิตสำนึกร่วมกันในการรักษาสมดุลของระบบนิเวศในชุมชน ทั้งจากการร่วมคิด ร่วมทำ สร้างกระบวนการกลุ่ม เมื่อมีการจัดการอย่างเป็นระบบและประสบความสำเร็จแล้ว ยังสามารถขยายผลไปในพื้นที่ข้างเคียงและพื้นที่อื่นๆ ได้ แหล่งท่องเที่ยวและชุมชนจะเป็นแหล่งเรียนรู้ของสังคม แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเครือข่าย จนกลายเป็นพลังในการสร้างฐานความรู้สำหรับการ พัฒนาอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน

ดังนั้นอาจจะกล่าวได้ว่า "การท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีรากฐานจากชุมชนสร้างสรรค์ และต้องใช้ทุนทางสังคมต่าง ๆ เพื่อสร้างการท่องเที่ยวสร้างสรรค์"

จากทั้งหมดที่กล่าวมา ทำให้เห็นได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่ที่น่าสนใจ เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อหารูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับชุมชนของตนเอง โดยมีเอกลักษณ์และวัฒนธรรมชุมชนเป็นต้นทุน รูปแบบการจัดการทำโดยชุมชน และเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่คนในชุมชนจริง ๆ

2) กระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น จำเป็นต้องอาศัยกระบวนการอย่างเป็นขั้นตอน เพื่อให้ปรากฏผลลัพท์อย่างเป็นรูปธรรม ในสถานะที่ทุนนิยมท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์แทรกซึมอยู่ในมิติของการดำเนินธุรกิจจึงไม่สามารถหลีกเลี่ยงการนำแนวคิดทางการตลาดมาประยุกต์ใช้ แต่ทั้งนี้ การพัฒนาดังกล่าว ต้องอยู่บนพื้นฐานของการพัฒนาอย่างยั่งยืน กระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ ดังนี้ (ภุริวัจน์ เดชอ่วม, 2553)

1. การค้นหาอัตลักษณ์และทำความเข้าใจคุณค่าของวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อาศัยทุนทางวัฒนธรรมเป็นตัวขับเคลื่อน ดังนั้นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาการท่องเที่ยวจึงเป็นการค้นหาอัตลักษณ์หรือการเรียนรู้ตนเอง ซึ่งครอบคลุมถึงฐานทรัพยากรทางวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นวิถีชีวิต ศิลปะ ประเพณี ภูมิปัญญา ความหลากหลายทางธรรมชาติ เพื่อก่อให้เกิดความตระหนักและความภาคภูมิใจในคุณค่าของวัฒนธรรม เปรียบเสมือนกับการสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งของสังคมให้มีจุดยืนที่มั่นคง สามารถเชื่อมโยงกับการพัฒนาในมิติต่างๆ ได้อย่างกลมกลืน ตัวอย่างเช่น วัฒนธรรมการกินของชาวญี่ปุ่นที่ให้ความสำคัญกับฤดูกาลและความกลมกลืน โดยชาวญี่ปุ่นมีความเชื่อว่าการกินตามฤดูกาลจะส่งผลดีต่อสุขภาพ รวมไปถึงการกินที่สื่อถึงจิตวิญญาณ การเคารพธรรมชาติผ่านความคิดที่ว่า “อย่าทำลายรสชาติของวัตถุดิบ” ทำให้เกิดเป็นอาหารญี่ปุ่นที่มีความสด นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับการจัดแต่งหน้าตาของอาหารด้วยความเชื่อที่ว่า ประสบการณ์ที่ได้รับจากการลิ้มรสจากอาหารไม่ใช่เพียงกลิ่นและรสชาติเท่านั้น ทำให้อาหารญี่ปุ่นเป็นที่ยอมรับของคนทั้งโลกว่ามีมูลค่าเพิ่มสูง ในขณะเดียวกันก็สามารถสร้างประสบการณ์ในการกินที่แปลกใหม่ได้อย่างครบถ้วน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อเดินทางไปท่องเที่ยวที่ประเทศญี่ปุ่น คงไม่มีนักท่องเที่ยวคนใดพลาดโอกาสการลิ้มลองอาหารญี่ปุ่นแบบดั้งเดิมได้

2. การหาความโดดเด่นและความแตกต่าง เป็นการนำมาซึ่งการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ไม่สามารถจะลอกเลียนแบบได้ ถึงแม้ว่าการท่องเที่ยวจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีสิ่งใดมาทดแทนกันได้อย่างสมบูรณ์ก็ตามที แต่ก็มีข้อเสียตรงที่สามารถลอกเลียนแบบกันได้ เช่น รายการนำเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวประเภทตลาดน้ำหรือตลาดบกที่สร้างขึ้นใหม่ เป็นต้น นอกจากนี้ การรักษาเอกลักษณ์เฉพาะตัวให้คงอยู่อย่างยั่งยืนก็

เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยว เช่น การรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวเมืองหลวงพระบางในประเทศลาว ท่ามกลางการเจริญเติบโตของสิ่งปลูกสร้างที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว กลายเป็นเสน่ห์ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเที่ยวชมในรอบระยะเวลา 5 ปี (พ.ศ. 2548 - 2553) ไม่ต่ำกว่า 1 ล้านคน สามารถสร้างรายได้ไม่ต่ำกว่า 296 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และได้รับการยกย่องให้เป็น 1 ใน 10 สถานที่ยอดนิยมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

3. การสร้างเสริมคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เป็นการเพิ่มองค์ประกอบที่มีส่วนมีคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ต่างๆ เพื่อกระตุ้นความรู้สึกของผู้ซื้อถึงมูลค่าที่เพิ่มขึ้น รวมไปถึงการลดต้นทุนการผลิต การลงทุนขององค์กรลงด้วย โดยการเสริมคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยอาจใช้กระบวนการออกแบบมาช่วยเสริมอย่างครบวงจร ตั้งแต่การออกแบบแนวคิดของธุรกิจ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การออกแบบบริการ รวมไปถึงการออกแบบประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวพึงจะได้รับ เช่น งานศิลปะ หัตถกรรมไทยแขนงต่างๆ ซึ่งเป็นมรดกทางภูมิปัญญาดั้งเดิมของไทย และได้รับการพัฒนาให้เป็นสินค้าที่ระลึก หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ถ้าหากจำหน่ายให้นักท่องเที่ยวแบบมุงชวยเพียงอย่างเดียว อาจทำให้นักท่องเที่ยวต่อราคา เนื่องจากไม่เห็นมิติของคุณค่า ดังนั้น จึงควรมีการจัดนำเที่ยวในหมู่บ้านที่เป็นแหล่งผลิตสินค้านั้นๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสชมการสาธิต ทดลองสินค้าอย่างมีส่วนร่วมและนำไปสู่ความเข้าใจถึงความปราณีตละเอียดอ่อนในการสร้างสรรค์ผลงานที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นนั้นๆ

4. การหยั่งรู้ความต้องการที่แท้จริงของตลาด การสร้างความเข้าใจที่แท้จริงของลูกค้า และเป็นการหาคำตอบว่าลูกค้าต้องการอะไร เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง เช่น ถูฝุ่นเป็นฤดูที่ได้รับความนิยมในการท่องเที่ยวน้อย หากค้นหาความต้องการของนักท่องเที่ยวบางกลุ่มอย่างละเอียดจะพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตะวันออกกลางชื่นชอบการพักผ่อนและธรรมชาติในฤดูฝน สถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมคือ เมืองพัทยา จังหวัดภูเก็ต จังหวัดเชียงใหม่ เกาะ สมุย อำเภอสัตหีบ และยังมีนิยมนำมาใช้บริการสปาและการบริการดูแลสุขภาพในโรงพยาบาลที่ทันสมัยในกรุงเทพฯ เนื่องจากให้ความไว้วางใจในมาตรฐานและความเชี่ยวชาญทางการแพทย์ของโรงพยาบาลในประเทศไทย นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีกำลังซื้อสูง ซึ่งปกติจะพักในโรงแรมระดับ 4 ดาว และเดินทางมาเป็นครอบครัว ดังนั้น หากสามารถพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายในช่วงฤดูฝนสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้โดยเฉพาะได้ ก็จะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

5. การปรับเปลี่ยนกลวิธีในการพัฒนาตลาด ปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงจากการขายผลิตภัณฑ์แบบมวลชนมาสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความเฉพาะเจาะจงมากขึ้น เป็นการตลาดที่มุ่งขายคุณค่า เมื่อนำแนวคิดนี้มาใช้ ก็เป็นการเชื่อมคุณค่าของความดั้งเดิมและความเป็นตัวตนเข้ากับคามทันสมัยได้อย่าง

กลมกลืนและก่อให้เกิดคุณค่าที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ เช่น ฟาร์มโชคชัยซึ่งพัฒนาไปสู่ธุรกิจทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยมีแนวคิดทางการตลาดที่มุ่งเน้นการเป็นผู้สร้างตลาด ด้วยการเป็นผู้กำหนดกระแสความต้องการใหม่ รวมไปถึงการกระตุ้นตลาดด้วยการเผยแพร่ความรู้ทางด้านเกษตรผ่านช่องทางต่างๆ ตลอดจนก้าวสู่ความเป็นผู้นำตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีชื่อเสียงในประเทศไทยและกลายเป็นต้นแบบในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้กับแหล่งเกษตรกรรมในรูปแบบอื่นๆ เช่น สวนเกษตร วนเกษตรและสวนสมุนไพรจังหวัดต่างๆ เป็นต้น

กระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นอาศัยแนวคิดทางการตลาดเป็นปลายทางแห่งความสำเร็จ นอกเหนือจากทฤษฎีทางการตลาดที่เป็นที่ยอมรับแล้วนั้น สิ่งที่ขาดไม่ได้เลยคือการสอดแทรกความคิดสร้างสรรค์ตลอดกระบวนการพัฒนา สิ่งที่ยังเป็นอุปสรรคในประเทศไทยนั้นคือกระบวนการทำงานที่ยังแยกส่วนไม่มีการบูรณาการกันทุกภาคส่วน จึงทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยยังไม่สามารถนำข้อได้เปรียบจากการแข่งขันมาสร้างประโยชน์ให้กับประเทศได้อย่างเต็มที่

บริบทชุมชนพื้นที่ทำการศึกษา

กลุ่มชาติพันธุ์ไทหย่า (Dai Ya) คือชาวไทยอีกกลุ่มหนึ่งที่อยู่ในกลุ่มชาติพันธุ์ไต (ไต) ในประเทศจีน โดยถิ่นที่อยู่ดั้งเดิมได้แก่ตำบลโหมซาเจียง อำเภอซินผิง จังหวัดยูนนาน มณฑลยูนนาน บริเวณทางตอนบนของแม่น้ำแดง โดยในประเทศจีนจะเรียกชาวไทหย่าว่า “ฮวาเย่ไต” ซึ่งหมายถึงชาวไตที่มีผ้าที่มีลวดลายหลากสีสันใช้เป็นผ้าคาดเอวในกลุ่มผู้หญิงชาวไต ทั้งนี้กลุ่มชาติพันธุ์ไทหย่าบางส่วนได้อพยพย้ายถิ่นฐานออกนอกเขตโหมซาเจียงไปตั้งหลักแหล่งในพื้นที่เมืองสิบสองปันนาในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน และบางส่วนอพยพลงมาทางใต้เข้าสู่ภาคเหนือของประเทศไทยในช่วงประมาณ พ.ศ. 2470 โดยเดินทางเข้ามาประเทศไทยพร้อมกับคณะมิชชันนารีจากสิบสองปันนาผ่านประเทศเมียนมาร์และเข้าสู่จังหวัดเชียงรายของประเทศไทย กลุ่มชาติพันธุ์ไทหย่า มีลักษณะด้านวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกับวัฒนธรรมไทยหลายด้าน อาทิ ภาษาซึ่งมีคำที่คล้ายกันทั้งการออกเสียงและความหมาย วัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะที่โดดเด่นของกลุ่มชาติพันธุ์ไทหย่าได้แก่ วัฒนธรรมการแต่งกายที่มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ การนำพืชผลที่ได้จากการเพาะปลูกมาประดิษฐ์เป็นสิ่งประดิษฐ์และของใช้ที่สวยงามและมีประโยชน์ใช้สอยที่คุ้มค่า เช่น การเป็นผู้นำต้นกกมาจากถิ่นที่อยู่เดิมมาเพาะปลูกและนำมาเป็นวัตถุดิบในการทอเสื่อและทำสิ่งประดิษฐ์ต่าง ๆ จนเป็นที่นิยมแพร่หลายในจังหวัดเชียงราย วัฒนธรรมด้านอาหารเป็นอีกหนึ่งอัตลักษณ์ที่มีลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์ไทหย่า รสชาติอาหาร รูปลักษณ์ของอาหาร กรรมวิธีในการประกอบอาหารที่เป็นเอกลักษณ์สะท้อนถึงคุณค่าทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์เฉพาะของชุมชนที่เชื่อมโยงและสัมพันธ์กันกับภูมิปัญญาซึ่งสามารถนำไปต่อยอดเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนผ่านการส่งเสริมให้เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวสร้างสรรค์

ในปัจจุบันชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่าในเชียงรายมีด้วยกันหลายชุมชน ทั้งนี้ ชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่าบ้านน้ำบ่อขาว (ชื่อหมู่บ้านตั้งตามลักษณะภูมิประเทศที่เป็นที่ตั้งของหมู่บ้านซึ่งมีลำน้ำไหลผ่านโดยเป็นลำน้ำที่มีน้ำที่ใสสะอาดจึงนำลักษณะของความใสและสะอาดของน้ำมาตั้งเป็นชื่อหมู่บ้าน “ใส=ขาว”) เป็นชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่าที่มีขนาดใหญ่ที่สุด มีความเข้มแข็งในการอนุรักษ์ สืบเสริม และแสดงออกและจัดกิจกรรมสะท้อนวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของตนเองสม่ำเสมอ และรวมตัวกันดำเนินกิจกรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์และวัฒนธรรม ชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่าบ้านน้ำบ่อขาวมีจำนวนประชากรรวม 353 คน แยกเป็นเพศชาย จำนวน 157 คน และเพศหญิง จำนวน 196 คน นับถือศาสนาคริสต์นิกายโปรเตสแตนต์ โดยมีคริสตจักรนัทธิธรรม เป็นศูนย์กลางในการทำพิธีกรรมทางศาสนา ประชุมและพบปะของสมาชิกในชุมชน ลักษณะของชุมชนเน้นการอยู่อาศัยด้วยการพึ่งพาอาศัยแบบญาติมิตร เน้นความรักและสามัคคี และความเชื่อ ความศรัทธาในหลักคำสอนของพระผู้เป็นเจ้าเป็นหลักในการดำเนินชีวิตของสมาชิก ทั้งนี้ โอกาสและเวลาที่สมาชิกในชุมชนทำกิจกรรมร่วมกันจะเป็นวันสำคัญทางศาสนา เช่น วันถวายขอบพระคุณพระเจ้า ช่วงต้นเดือนกุมภาพันธ์ วันอีสเตอร์ วันขอพรในการเพาะปลูก วันคริสต์มาส วันสงกรานต์ และและวันปีใหม่ (เลห์ลาตรีเอกานุกูล, 2568) สำหรับอาชีพและแหล่งที่มาของรายได้ของสมาชิกในชุมชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเนื่องจากทำเลที่ตั้งของชุมชนมีความเหมาะสมในการทำเกษตร อาทิ การทำนา การทำนากรร รวมถึงการรับจ้างทำงานต่าง ๆ ในท้องถิ่น และการทำงานในบริษัทห้างร้านในตัวเมือง รวมไปถึงมีการรวมกลุ่มสมาชิกในชุมชนเป็นกลุ่มอาชีพเพื่อทำสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นจำหน่าย ในด้านการแต่งกาย สมาชิกชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่าจะมีลักษณะและรูปแบบการแต่งกายที่แตกต่างจากกลุ่มชาติพันธุ์อื่น ๆ โดยเฉพาะเครื่องแต่งกายของผู้หญิง จะมีความพิถีพิถันและการประดับตกแต่งลวดลายและสีสันที่สวยงาม เช่น การสวมทับผ้าถุง (ผ้าซิ่น) สองผืนซ้อนกันและสวมเสื้อสองตัว เป็นต้น ด้านอาหารการกิน ชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่าจะเลือกใช้วัตถุดิบในการประกอบอาหาร วิธีการประกอบอาหารและการถนอมอาหารที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงของกาลเวลาและยุคสมัย ส่งผลให้ชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่าได้รับเอาวัฒนธรรมร่วมสมัยมาผสมกลมกลืนกับวัฒนธรรมดั้งเดิมและมีการเคลื่อนย้ายถิ่นที่อยู่ของสมาชิกในชุมชนบางส่วนเข้าไปอยู่ในเขตพื้นที่อื่น ๆ เป็นความท้าทายต่อการดำรงลักษณะวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของชุมชน ซึ่งการนำเสนอสิ่งเหล่านี้โดยการบูรณาการกับกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่สัมพันธ์กับวัฒนธรรมและความเป็นอยู่ตลอดจนการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน อาจจะไปสู่สร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน และการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในพื้นที่ใกล้เคียง เช่น พระตำหนักดอยตุง วัดพระธาตุดอยตุง ถ้ำหลวง ขุนน้ำนางนอน ตลาดชายแดนแม่สาย เป็นต้น ดังนั้น การศึกษานี้ จึงมีเป้าหมายเพื่อศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบและลักษณะการใช้วัตถุดิบการประกอบอาหารของชุมชนซึ่งเป็นภูมิปัญญาของชุมชนที่สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทในการส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งนอกจากจะทำให้สามารถเชื่อมโยงกับการสร้างประโยชน์ด้านเศรษฐกิจชุมชนที่จะ

เกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยว ยังจะเป็นแนวทางที่จะทำให้เกิดการอนุรักษ์และสืบทอดวัฒนธรรมของชุมชนให้คงอยู่และได้รับความสนใจและใส่ใจจากสมาชิกของชุมชนที่เป็นคนรุ่นใหม่

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุปรียา ภูผาลาและคณะ (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) กระบวนการสร้างคุณค่าที่ส่งมอบให้กับนักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับความเดิมแท้ของอาหารท้องถิ่น และ 3) กระบวนการสร้างคุณค่าให้อาหารส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกิดการรับรู้และเข้าใจคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้และยอมรับวัฒนธรรมท้องถิ่น และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว และรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชน จากองค์ประกอบและกระบวนการสร้างคุณค่าร่วมระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในบริบทของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทำให้เกิดคุณค่าร่วม 6 คุณค่า ได้แก่ คุณค่าทางด้านเศรษฐกิจ คุณค่าทางด้านสิ่งแวดล้อม คุณค่าทางด้านสังคมและชุมชน คุณค่าทางด้านวัฒนธรรม คุณค่าด้านจิตวิญญาณ และคุณค่าด้านสุนทรียภาพ คุณค่าร่วมเหล่านี้ส่งผลให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

เสถียร บัญพัฒน์ และ อรรณพ บุญพัฒน์ (2566) ทำการศึกษาเรื่องการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเชียงรายภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG ผลการศึกษาพบว่าจังหวัดเชียงรายมีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นอย่างมากเนื่องจากมีความพร้อมของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการดำเนินการ ทั้งเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบในการประกอบอาหาร มีอาหารที่มีความเป็นเอกลักษณ์เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของประชาชน

A.Balderas-Cejudol, I. Patterson and G.W. Leeson (2019) ทำการศึกษาเรื่อง Senior Foodies: A developing niche market in gastronomic tourism โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยผลการศึกษาพบว่าผู้สูงอายุเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีเวลาที่สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้มากขึ้นและมีกำลังซื้อสูง ผู้ประกอบการหรือผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารเกี่ยวกับคุณค่า เรื่องราวของอาหารต่าง ๆ ให้ชัดเจนมากกว่าการเป็นอาหารเพราะนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุบางส่วนอาจชื่นชอบการได้รับประทานอาหารแปลกใหม่เพื่อเป็นประสบการณ์ใหม่ ขณะเดียวกันมีนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุอีกกลุ่มที่มีความกังวลเรื่องการรับประทานอาหารที่ไม่คุ้นเคยและบางส่วนเป็นผู้รักสุขภาพและควบคุมน้ำหนัก อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจำนวนมาก

เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวจำนวนมากและชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างมากเนื่องจากเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้สัมผัสถึงวัฒนธรรมของชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวผ่านอาหาร ผู้ศึกษาให้ข้อเสนอแนะว่าผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารควรให้ความสำคัญกับสิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังจากการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อจะได้นำเสนอสินค้าและบริการได้ตรงกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว

Amare Wondirad., 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) 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 โดยผลจากการศึกษาการใช้อาหารพื้นถิ่นและวัตถุดิบในพื้นที่เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งสะท้อนว่าอาหารท้องถิ่นที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่ชัดเจนทั้งในด้านรสชาติ หน้าตา และใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นในการประกอบอาหารจะเป็นปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชน

Jose Antonio Folgao-Fernandez, Ana Maria Campon-Cerro and Jose Manue Hernandez-Mogollon (2019) ทำการศึกษาเรื่อง Potential of olive oil tourism in promoting local quality food products: A case study of the region of Extremadura, Spain โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวน้ำมันมะกอกของนักท่องเที่ยวซึ่งผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวมีความประทับใจกับประสบการณ์ที่ได้รับจากการได้รับประทานอาหารเมนูต่าง ๆ ที่ใช้น้ำมันมะกอกเป็นส่วนผสม ธรรมเนียมและวิธีการในการปลูกและเก็บเกี่ยวการนำผลมะกอกมาผลิตน้ำมันมะกอก การศึกษานี้ยังพบว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารในเส้นทางท่องเที่ยว น้ำมันมะกอกมีส่วนส่งเสริมเศรษฐกิจของชุมชนและจะสร้างความยั่งยืนให้แก่ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืน ความเข้มแข็งของสังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจของชุมชน

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

Nicobar หรือไม่ ผลการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีบทบาทและความสำคัญในการเป็นปัจจัยส่งเสริมการเติบโตของการท่องเที่ยวของเกาะ Nicobar เนื่องจากเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของเกาะ Nicobar และยังมีบทบาทสำคัญในการเป็นเครื่องมือในการกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชนอีกด้วย

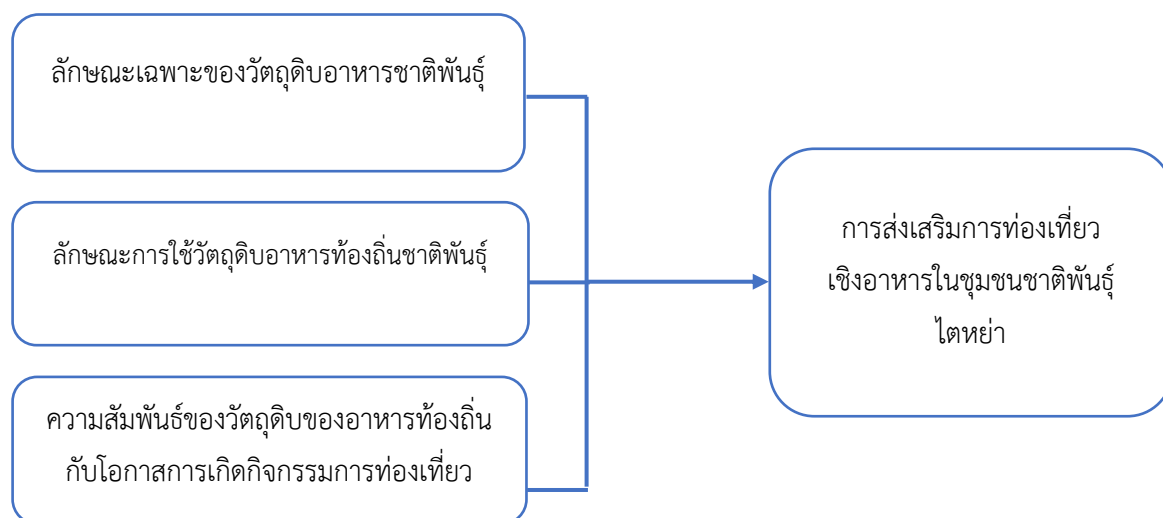
Maria Bonaventura Forleo and Graziella Benedetto (2020) ทำการศึกษาเรื่อง Creative Cities of Gastronomy: Towards relationship between city and countryside โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารจะสามารถจุดประกายให้เกิดการพัฒนาด้านการเกษตรและระบบของท้องถิ่นได้หรือไม่ หรือจะสามารถเป็นแนวทางใหม่ในการพัฒนาเมืองตามแนวคิดเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกได้หรือไม่ ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาชนบทและชุมชนในชนเมืองด้วยการท่องเที่ยวเชิงอาหารจำเป็นต้องมีการกำหนดแนวทางและขอบเขตที่ชัดเจนระหว่างส่วนของชุมชนในชนบทและชุมชนในเมือง โดยเฉพาะการกำหนดความเชื่อมโยงระหว่างสองพื้นที่ ผลิตภัณฑ์ คน และสถานที่ โดยการให้ความสำคัญกับทั้งความใหม่ (new) และความสมดุล (Balance) ของความสัมพันธ์ระหว่างสองพื้นที่

Marzia Ingrassia, Claudio Bellia, Chiara Giurdanella, Pietro Columba and Stefania Chironi (2022) ทำการศึกษาเรื่อง Digital Influencers, Food and Tourism – A New Model of Open Innovation of Businesses in the Ho.Re.Ca. Sector โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทางเลือกช่องทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการส่งเสริมการขายสินค้าและบริการด้านอาหารและการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า การใช้วิธีการสื่อสารและถ่ายทอดข้อมูล (เรื่องราว) ที่มีลักษณะของการใช้นวัตกรรมใหม่ ๆ เป็นเครื่องมือจะมีผลต่อการสื่อสารและถ่ายทอดเรื่องราวเกี่ยวกับอาหารและการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สูงขึ้น

Yener Ogan and Muhabet Celik (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) ไม่ได้เป็นเพียงวัตถุดิบที่ใช้เป็นส่วนผสมในการประกอบอาหารแต่มีส่วนที่สะท้อนหรือถ่ายทอดให้เห็นถึงวัฒนธรรมการประกอบอาหารของคนตุรกีและควรนำมาใช้เป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของตุรกี

กรอบแนวคิด

การศึกษาแนวคิดและทฤษฎีจากการทบทวนวรรณกรรม สามารถและกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง บทบาทของวัตถุดิบอาหารท้องถิ่นในชุมชนชาติพันธุ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร: กรณีศึกษาชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่า บ้านน้ำบ่อขาว ตำบลห้วยไคร้ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและเชื่อถือได้มากที่สุด โดยทำการทบทวนวรรณกรรม การสนทนากลุ่ม (Focus group) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Constructed Interview) และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจง (Purposive Sampling) (ชาย โพธิสิตา, 2564) โดยมีรายละเอียดของขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย ดังต่อไปนี้

1) ระยะที่ 1

ดำเนินการสำรวจพื้นที่ศึกษา เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงกายภาพ ข้อมูลทางด้านสังคม วัฒนธรรม และธรรมชาติของพื้นที่ ศักยภาพและความพร้อมของวัตถุดิบอาหารท้องถิ่นในชุมชนชาติพันธุ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร: กรณีศึกษาชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่า บ้านน้ำบ่อขาว ตำบลห้วยไคร้ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย

2) ระยะที่ 2

สัมภาษณ์ และสนทนากลุ่มย่อย เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก และนำมาวิเคราะห์บทบาท แนวทางการใช้วัตถุดิบในการประกอบอาหารของชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่า ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารชาติพันธุ์ไทหย่า จังหวัดเชียงราย

3) ระยะที่ 3

การทดลองทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารตามรูปแบบที่ได้วิเคราะห์ในระยะที่ 2 เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริง

การกำหนดประชากรและขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่มย่อย โดยกำหนดประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการวิเคราะห์เป็น 6 กลุ่ม ได้แก่

ประชากรที่ทำการศึกษา แบ่งเป็น

1. ผู้สูงอายุในชุมชน ที่มีอายุตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป
2. สมาชิกกลุ่มแม่บ้าน

3. ผู้นำชุมชน
4. ผู้รู้ชาวไทหย่า
5. นักวิชาการด้านอาหารพื้นถิ่น
6. นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีเจาะจง จำนวน 35 คน โดยจำนวนแต่ละกลุ่มและคุณสมบัติดังต่อไปนี้

1. ผู้สูงอายุในชุมชนที่มีอายุตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป จำนวน 5 คน (เป็นผู้ที่มีความรู้เรื่องอาหารไทหย่า สามารถทำอาหารไทหย่าได้ สุขภาพแข็งแรง และสามารถสื่อสารภาษาไทยได้เข้าใจ)
2. สมาชิกกลุ่มแม่บ้าน จำนวน 10 คน (ต้องเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านไทหย่า มีความรู้เรื่องอาหารไทหย่า และสามารถทำอาหารไทหย่าได้)
3. ผู้นำชุมชน (ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน สมาชิก อบต. หรือ เทศบาล) จำนวน 5 คน (เป็นผู้นำชุมชน ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน สมาชิก อบต. หรือ เทศบาล ในพื้นที่บ้านน้ำบ่อขาว ตำบลห้วยไคร้ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย)
4. ผู้รู้ (ปราชญ์) ในหมู่บ้าน จำนวน 5 คน (ผู้รู้หรือปราชญ์ในพื้นที่หมู่บ้านที่มีความรู้เรื่องอาหารไทหย่า ที่มีสุขภาพแข็งแรง และสื่อสารภาษาไทยได้)
5. นักวิชาการด้านอาหารพื้นถิ่น จำนวน 5 คน (นักวิชาการด้านอาหารพื้นถิ่น มีความรู้เรื่องอาหารพื้นถิ่น ทำวิจัยหรืองานบริการวิชาการในเรื่องอาหารพื้นถิ่นหรือด้านอาหาร มีประสบการณ์ในการทำงานอย่างน้อย 5 ปี)
6. นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว จำนวน 5 คน (นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว มีความรู้เรื่องการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีประสบการณ์ในการทำงานอย่างน้อย 5 ปี)

โดยปกติจะใช้ 30 ตัวอย่าง เพื่อให้มีความเพียงพอและและความอึดตัวของข้อมูลในการนำไปค้นหาแนวทางหรือข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้การเลือกกลุ่มตัวอย่างทั้ง 6 กลุ่ม ได้มาจากการลงพื้นที่เพื่อสอบถามความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องก่อนจะดำเนินการวิจัย ทำให้ได้ข้อมูลและจำนวนในการศึกษาครั้งนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ได้แก่

1) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบมีโครงสร้าง (Constructed Interview) กลุ่มตัวอย่าง โดยการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างซึ่งกำหนดคำถามในการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้าด้วยคำถามปลายเปิด (Open-end Questions) เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างได้เสนอความคิดเห็นอย่างเต็มที่ต่อประเด็นคำถามเกี่ยวกับหัวข้อและวัตถุประสงค์การวิจัย

2) การสนทนากลุ่มย่อย (Focus group) เพื่อสรุปประเด็นข้อมูลในภาพรวมจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล (Key Informant) ตามวัตถุประสงค์การวิจัย

วิธีหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์ (In-depth Interview)

(1) ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์เสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาที่ต้องการสัมภาษณ์ และทำการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ

(2) นำแบบสัมภาษณ์ไปทดลองใช้ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงแบบสัมภาษณ์ให้ถูกต้องสมบูรณ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งตามลักษณะของข้อมูลดังนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มและการสนทนากลุ่มย่อย

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ รายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์ บทความวิชาการและหนังสือที่เกี่ยวข้องในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 5 ส่วน ดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม ด้วยวิธีการดังต่อไปนี้

1. ทำการวิเคราะห์รายกลุ่มจากคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ โดยจัดกลุ่มประเด็นสำคัญของคำถามแต่ละตอนที่ใช้ในการสัมภาษณ์ โดยแบ่งข้อมูลเป็นกลุ่มแล้วนำมาตีความสังเคราะห์และวิเคราะห์ด้วยหลักการและเหตุผล สร้างข้อสรุปแบบอุปนัย อภิปรายข้อเท็จจริงตามที่ค้นพบตามสภาพการและประเด็นสำคัญตามประเด็นที่ทำการศึกษา

2. ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และสรุปสาระสำคัญตามขอบเขตเนื้อหาที่กำหนด

3. ทำการวิเคราะห์ข้อมูลการสนทนากลุ่ม สรุปประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการสัมภาษณ์ เพื่อตรวจสอบข้อมูลที่มีความเหมือนและต่างกัน

4. ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลทั้งหมดตามประเด็นสำคัญของการวิจัยและวัตถุประสงค์การวิจัย
5. นำข้อมูลที่ตรวจสอบและจัดระบบข้อมูลทั้งหมดแล้วมาทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ตามวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (ไชย โพธิ์สิตา, 2564)

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “บทบาทของวัตถุดิบอาหารท้องถิ่นในชุมชนชาติพันธุ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร: กรณีศึกษาชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่า บ้านน้ำบ่อขาว ตำบลห้วยไคร้ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย” เป็นงานวิจัยที่ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องลึกซึ้ง และเชื่อถือได้ โดยดำเนินการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับการเก็บข้อมูลภาคสนามผ่านการสนทนากลุ่ม (Focus Group) และการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง (Constructed In-depth Interview) กับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ตามรายละเอียดในบทที่ 3 ข้อมูลที่ได้จะถูกนำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) จากนั้นจัดเรียงอย่างเป็นระบบและนำเสนอผลการวิจัยตามลำดับขั้นตอนที่วางไว้

การเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นทั่วโลก และได้กลายเป็นรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ทั้งจากนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นฝั่งอุปสงค์ (Demand Side) และจากผู้ประกอบการในทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน รวมถึงชุมชนท้องถิ่นซึ่งเป็นฝั่งอุปทาน (Supply Side) การขยายตัวของการท่องเที่ยวเชิงอาหารส่งผลให้ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเกิดการพัฒนาและเติบโตในหลายมิติ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

ในมิติของการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงอาหารถือเป็นรูปแบบ (Model) ที่ถูกนำมาใช้เพื่อต่อยอดและเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยว ทั้งในระดับมหภาค (Macro) เช่น ระดับประเทศและระดับภูมิภาค และในระดับจุลภาค (Micro) เช่น ระดับชุมชนและท้องถิ่นในภูมิภาคต่าง ๆ ปัจจัยเหล่านี้ทำให้การท่องเที่ยวเชิงอาหารมีบทบาทสำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งในระดับโลกและในประเทศไทย

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่มีชื่อเสียงระดับนานาชาติด้านอาหาร ด้วยเอกลักษณ์รสชาติและวัฒนธรรมการกินที่โดดเด่น หลายเมนูอาหารไทยได้รับการจัดอันดับให้เป็นที่ยอดนิยมของนักท่องเที่ยวและนักชิมจากทั่วโลก แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทยได้ขยายตัวสู่ภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศ รวมถึงจังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวสำคัญของประเทศ

การท่องเที่ยวเชิงอาหารไม่เพียงมอบประสบการณ์ใหม่ที่น่าประทับใจแก่ผู้มาเยือน แต่ยังมีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน โดยเฉพาะชุมชนชาติพันธุ์ จังหวัดเชียงรายเป็นที่ตั้งของกลุ่มชาติพันธุ์หลากหลายที่มีเอกลักษณ์ทางวิถีชีวิตและวัฒนธรรม รวมทั้งวัฒนธรรมด้านอาหารซึ่งมีศักยภาพสูงในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่า บ้านน้ำบ่อขาว ตำบลห้วยไคร้ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย เป็นหนึ่งในกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย ซึ่งมีความพร้อมและศักยภาพที่จะพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารที่สำคัญได้ในอนาคต

ผลการศึกษา

จากการศึกษาสามารถนำเสนอผลตามกรอบประเด็นการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ทั้ง 3 ข้อ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะเฉพาะของวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารของชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่า
2. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้วัตถุดิบอาหารในชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่ากับโอกาสในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร
3. เพื่อวิเคราะห์บทบาทและกำหนดแนวทางการใช้วัตถุดิบอาหารของชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่าในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานจากการสัมภาษณ์สมาชิกในชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่า

(วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาลักษณะเฉพาะของวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารของชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่า)

การเก็บข้อมูลดำเนินการกับผู้ให้ข้อมูลหลักในชุมชน ได้แก่ ผู้สูงอายุ สมาชิกกลุ่มแม่บ้าน ผู้นำชุมชน และผู้รู้ชาวไทหย่า โดยได้ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับลักษณะเฉพาะของวัตถุดิบอาหารท้องถิ่น ดังนี้

1. ลักษณะเฉพาะของวัตถุดิบอาหารชาติพันธุ์ไทหย่า

1.1 ประเภทผักและพืช

ผักที่ใช้ในการประกอบอาหารของชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่า มีความคล้ายคลึงกับผักพื้นเมืองที่นิยมในภาคเหนือทั่วไป เช่น ผักขึ้นฉ่าย ผักกูด ผักแป้น ผักขม ผักฮ้วนหมู ผักแว่น ผักกาดปิ่น ผักกาดเขียวปลี ผักไผ่ พริก ขิง พริกไทย ผักคาวตอง สะระแหน่ (หรือหอมต่วน) มันอาลู (มันฝรั่ง) ผักบัวซุน หรือผักโอซุน (ผักกาดตัน) ดอกงิ้วสด ผักหนาม ผักกูด ผักกุ่ม และยอดถั่วลิสงเตา (ยอดถั่วน้อย) เป็นต้น วัตถุดิบที่ถือว่าสำคัญอย่างยิ่งและเป็นเอกลักษณ์ของอาหารไทหย่าคือ **ขิง** รวมทั้ง **ชาไทหย่า** ซึ่งมีบทบาทสำคัญทั้งในด้านรสชาติและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหาร

1.2 ประเภทเนื้อสัตว์

วัตถุดิบเนื้อสัตว์ที่ใช้ในการประกอบอาหารในฐานะวัตถุดิบหลักของชุมชน ได้แก่

เนื้อวัว เนื้อหมู ปลา ไก่ เป็ด และห่าน อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันเนื้อห่านไม่ปรากฏการนำมาใช้ประกอบอาหาร เนื่องจากไม่มีการเลี้ยงเพราะมีข้อจำกัดในการเลี้ยง โดยเฉพาะพื้นที่ไม่เอื้อต่อการเพาะเลี้ยง (ในอดีตเคยมีการบริโภคเนื้อสุนัข แต่ปัจจุบันได้เลิกไปแล้ว)

1.3 ประเภทเครื่องปรุงและเครื่องเทศ

เครื่องปรุงรสและเครื่องเทศหลักที่ใช้ประกอบอาหาร ได้แก่ เกลือ ซีอิ๊ว ขิง พริก ผงชูรส น้ำปลา และน้ำตาล โดย ขิง ยังคงเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ขาดไม่ได้ในอาหารไตหย่า เนื่องจากมีบทบาททั้งในการปรุงรสและเสริมกลิ่นหอมเฉพาะตัว

2. ลักษณะการใช้วัตถุดิบอาหารท้องถิ่นชาติพันธุ์ไตหย่า

2.1 การใช้เป็นส่วนประกอบในการปรุงอาหาร

จากการศึกษา พบว่าวัตถุดิบอาหารของชุมชนชาติพันธุ์ไตหย่า ถูกนำมาใช้เป็นส่วนประกอบในการปรุงอาหารทั้งในรูปแบบวัตถุดิบสดและวัตถุดิบแปรรูป โดยเฉพาะในกรณีที่สามารถเพาะปลูกหรือเพาะเลี้ยงได้ในปริมาณมากตามฤดูกาล อาหารขึ้นชื่อและเป็นที่นิยมของชุมชน ได้แก่

- อาหารว่าง เช่น *มันอะลู่* หรือ *มันอาลู่* (มันฝรั่งทอดคล้ายเฟรนช์ฟรายส์)
- อาหารเรียกน้ำย่อย เช่น *ย่าฝักกาดน้อยไล่ชิง* และ *ย่าวู้ซุน* (ย่าฝักพื้นเมือง)
- อาหารจานหลัก เช่น *หมูปากม้น* (หมูสามชั้นเสิร์ฟพร้อมกระเทียมสับละเอียดคล้ายวาซาบิในอาหารญี่ปุ่น) *คั่วแห้งหมู* (หรือคั่วแฮม) *หลู่ลัม* และ *ชมไก่* (เครื่องในไก่คลุกกับผักดอง)
- อาหารหวาน เช่น *ข้าวแหวลกล้อม* (แป้งข้าวเหนียวตำปั้นเป็นก้อนขนาดเล็ก เทาไข่นกกระทา นำนานี้ โรยด้วยน้ำอ้อย) และ *ข้าวหมกมัน* (แป้งข้าวเหนียว ห่อใบตองนึ่งใส่ไส้คล้ายข้าวต้มมัด)
- เครื่องดื่มเอกลักษณ์ เช่น *ชาลาไตหย่า* ที่ทำจากใบชาไตหย่า

2.2 การแปรรูปและการเก็บรักษา

นอกจากการนำวัตถุดิบประกอบอาหารมาบริโภคสด (สำหรับวัตถุดิบประกอบอาหารบางชนิด) สมาชิกในชุมชนยังนิยมแปรรูปผลผลิตเพื่อยืดอายุการเก็บรักษาและใช้ประกอบอาหารได้ในเวลานานขึ้น บางชนิดสามารถนำมาใช้ในการประกอบอาหารได้ตลอดปี โดยวิธีการแปรรูปที่มีการดำเนินการ ได้แก่ การดอง การหมัก การตากแห้ง และการรมควัน ซึ่งเป็นวิธีการที่คล้ายกับการถนอมอาหารในชุมชนท้องถิ่นทั่วไป

3. ความสัมพันธ์ของวัตถุดิบอาหารท้องถิ่นกับโอกาสในการเกิดกิจกรรมการท่องเที่ยว

(วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้วัตถุดิบอาหารในชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่ากับโอกาสในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร)

3.1 วัตถุดิบอาหารท้องถิ่นชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่า

ข้อมูลจากการวิจัยชี้ให้เห็นว่าวัตถุดิบอาหารของชุมชนมีเอกลักษณ์ชัดเจน ทั้งในด้านรสชาติ กระบวนการปรุง และความหมายทางวัฒนธรรม ตัวอย่างเช่น รสชาติอาหารที่ค่อนข้างจืด เผ็ดน้อย และมีความมัน (เช่น เมนูหมูสามชั้น) สะท้อนถึงถิ่นฐานดั้งเดิมในตอนใต้ของประเทศจีนที่มีภูมิอากาศหนาวเย็น การใช้จึงเป็นส่วนประกอบหลักในเกือบทุกเมนูอาหารจานหลัก ช่วยเพิ่มความเผ็ดร้อนเพื่อคลายความหนาวเย็น นอกจากนี้ รูปแบบการรับประทานอาหารที่จัดเป็นชุดและร่วมวงรับประทานกันทั้งครอบครัว พร้อมบรรยากาศการสนทนาและการแต่งกายด้วยชุดประจำเผ่า ล้วนเป็นประสบการณ์ที่มีเอกลักษณ์และสามารถนำมาใช้เป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้เป็นอย่างดี

3.2 ความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตและวัฒนธรรม

กระบวนการผลิต จัดหา และใช้วัตถุดิบอาหารของชุมชนไทหย่าเชื่อมโยงอย่างแนบแน่นกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรม พืชผักบางชนิดเพาะปลูกเฉพาะในพื้นที่และมีความหมายเชิงอัตลักษณ์ ไม่สามารถพบได้ในที่อื่น นอกจากนี้ ในโอกาสที่สมาชิกไทหย่าซึ่งพำนักอยู่นอกพื้นที่เดินทางกลับมาร่วมงานประเพณีหรือการพบปะ พวกเขา มักร้องขอให้จัดเตรียมอาหารไทหย่าที่ใช้วัตถุดิบจากชุมชน เนื่องจากไม่สามารถหารับประทานได้ในพื้นที่อื่น

3.3 การเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นพ้องว่าวัตถุดิบอาหารของชุมชนมีความโดดเด่นและแตกต่างจากพื้นที่ใกล้เคียง ทั้งรูปลักษณ์และรสชาติ จึงสามารถพัฒนาเป็นจุดขายในการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สนใจลิ้มลองอาหารแปลกใหม่ ความพิเศษนี้ไม่เพียงสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอาหาร แต่ยังสามารถนำไปต่อยอดเป็นกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักวิชาการด้านอาหารพื้นถิ่นและนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว (วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อวิเคราะห์บทบาทและกำหนดแนวทางการใช้วัตถุดิบอาหารของชุมชนชาติพันธุ์ ไทหย่าในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร)

1. ลักษณะเฉพาะและเอกลักษณ์ของวัตถุดิบอาหารไทหย่า

จากการศึกษาพบว่า วัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารของชาติพันธุ์ไทหย่ามีลักษณะโดดเด่นดังนี้

- 1.1 มีความเชื่อมโยงอย่างลึกซึ้งกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของท้องถิ่น
- 1.2 มีการสืบทอดองค์ความรู้และวิธีการจัดหาวัตถุดิบจากรุ่นสู่รุ่น ทั้งการเพาะปลูกและการเพาะเลี้ยงภายในชุมชน โดยพึ่งพาการจัดการจากภายนอกเท่าที่จำเป็น ซึ่งอาจเกิดจากข้อจำกัดด้านพื้นที่เพาะปลูก ภูมิอากาศ และฤดูกาล รวมถึงการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตที่มีความเป็นสมัยใหม่มากขึ้น
- 1.3 มีความสัมพันธ์กับภูมิปัญญาท้องถิ่น ทั้งในด้านการใช้เป็นส่วนประกอบอาหารและการใช้ประโยชน์เป็นสมุนไพรเพื่อสุขภาพ

2. ความสัมพันธ์ของวัตถุดิบประกอบอาหารกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน

ผลการศึกษาพบว่าวัตถุดิบประกอบอาหารมีความสัมพันธ์อย่างแนบแน่นกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชนในหลายมิติ เช่น

- 2.1 การแปรรูปวัตถุดิบเพื่อใช้ประกอบอาหารในช่วงนอกฤดูกาลผลิต
- 2.2 การแปรรูปเพื่อผลิตเป็นสินค้าดูแลสุขภาพ
- 2.3 การใช้วัตถุดิบเพื่อรักษารสชาติดั้งเดิมของอาหาร
- 2.4 กระบวนการประกอบอาหารของชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่ามีความเรียบง่ายแต่พิถีพิถันในทุกขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นการต้ม ผัด แกง หรือทอด โดยเน้นความละเอียดละไม ในวิธีการปรุง

3. การส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัตถุดิบอาหารชาติพันธุ์ไทหย่า

แนวทางที่ชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่าสามารถนำวัตถุดิบอาหารมาสร้างมูลค่าเพิ่ม มีดังนี้

- 3.1 แปรรูปวัตถุดิบเพื่อจำหน่ายนอกชุมชน เช่น แปรรูปมันอาลู่ (อาลู่/อาลั่ว) เป็นเส้นแช่แข็ง (Frozen) คล้ายมันฝรั่งทอด หรือทำแม่พิมพ์ขึ้นรูปเป็นสัตว์ต่าง ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจ และนำไปประกอบอาหาร เช่น ทอดจำหน่าย
- 3.2 จัดกิจกรรมเรียนทำอาหารชาติพันธุ์ไทหย่า (Cooking Class) ร่วมกับตัวแทนหรือบริษัทนำเที่ยว

- 3.3 จัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ (Homestay) เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิต
ชมการแสดงพื้นบ้าน และลิ้มรสอาหารชาติพันธุ์ไทหย่า เป็นการท่องเที่ยว
เชิงประสบการณ์ (Experiential Tourism)
- 3.4 นำเสนอและจำหน่ายอาหารในงานเทศกาลต่าง ๆ เช่น เทศกาลชาติพันธุ์หรือเทศกาล
อาหารที่จัดโดยภาครัฐและเอกชน
- 3.5 ปรับปรุงรูปแบบการนำเสนออาหาร ภาชนะ และบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัย สะอาด
และถูกสุขลักษณะ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม
- 3.6 เพิ่มเรื่องเล่า (Storytelling) ประกอบเมนูอาหาร เพื่อสร้างความน่าสนใจ เช่น
ความสัมพันธ์ของวัตถุดิบกับประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ไทหย่า เหตุผลที่อาหารมีรสจัด
การใช้คาร์โบไฮเดรตเป็นหลัก การนิยมใช้หมุสามชั้น หรือการใช้ขิงเป็นส่วนประกอบ
สำคัญ
- 3.7 คัดเลือกวัตถุดิบให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น งดใช้เครื่องในสัตว์ในเมนู
สำหรับนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่ไม่นิยมบริโภค

4. ศักยภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่า

จากการศึกษา พบว่า ชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่า บ้านน้ำบ่อขาว ตำบลห้วยไคร้ อำเภอแม่สาย
จังหวัดเชียงราย มีศักยภาพสูงในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชน อันเนื่องมาจาก
ปัจจัยสำคัญดังต่อไปนี้

- 4.1 เป็นแหล่งผลิตทั้งการเพาะปลูกและเพาะเลี้ยงวัตถุดิบสำคัญสำหรับการประกอบอาหาร
ชาติพันธุ์ไทหย่า
- 4.2 สมาชิกในชุมชนมีการรวมกลุ่มเพื่อทำกิจกรรมร่วมกันอย่างเข้มแข็งและมีความสามัคคี
- 4.3 ภายในชุมชนมีผู้รู้และผู้สืบทอดภูมิปัญญาการปรุงอาหารชาติพันธุ์ไทหย่าอยู่เป็นจำนวน
มาก
- 4.4 สมาชิกในชุมชนมีประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมสาธิตการประกอบอาหารเพื่อต้อนรับ
คณะศึกษาดูงาน เช่น การจัดเลี้ยงคณะจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่างจังหวัด หรือ
การนำเสนออาหารในงานเทศกาลอาหารที่หน่วยงานราชการในจังหวัดเชียงรายจัดขึ้น
- 4.5 วิถีชีวิตและวัฒนธรรมอื่น ๆ ที่มีเอกลักษณ์ เช่น การแต่งกาย การทอผ้า ภาษาพูด
การแสดงและการละเล่น สามารถบูรณาการเข้ากับการนำเสนออาหารชาติพันธุ์ใน
รูปแบบแพ็คเกจ (Package) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) และ
การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (Experiential Tourism)

- 4.6 ทำเลที่ตั้งของชุมชนอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดเชียงราย เช่น พระตำหนักดอยตุง วัดพระธาตุดอยตุง และอยู่ในเส้นทางสู่ด่านพรมแดนแม่สาย รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงอื่น ๆ อีกหลายแห่ง เส้นทางคมนาคมสะดวกเอื้อต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้แวะเยี่ยมชมโดยไม่ต้องใช้เวลาเดินทางมาก

ส่วนที่ 3 ข้อมูลจากการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group)

(วัตถุประสงค์ทั้ง 3 ข้อ 1) เพื่อศึกษาลักษณะเฉพาะของวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารของชุมชนชาติพันธุ์ไทหยา 2) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้วัตถุดิบอาหารในชุมชนชาติพันธุ์ไทหยากับโอกาสในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และ 3) เพื่อวิเคราะห์บทบาทและกำหนดแนวทางการใช้วัตถุดิบอาหารของชุมชนชาติพันธุ์ไทหยาในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร)

จากการประชุมกลุ่มย่อย ข้อมูลที่ได้สามารถจำแนกออกเป็นด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ลักษณะของวัตถุดิบประกอบอาหารชาติพันธุ์ไทหยา

- 1.1 วัตถุดิบมีลักษณะเฉพาะและเป็นเอกลักษณ์ เชื่อมโยงกับภูมิปัญญาชุมชน ศิลปะ และวัฒนธรรมความเป็นอยู่
- 1.2 ควรส่งเสริมการผลิตวัตถุดิบเพื่อจำหน่ายให้แก่ชุมชนชาติพันธุ์ไทหยาอื่น ๆ นอกพื้นที่
- 1.3 ควรมีแนวทางการแปรรูปหรือเพิ่มผลผลิต เพื่อให้มีวัตถุดิบเพียงพอตลอดทั้งปี โดยเฉพาะในกรณีที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อรองรับเมนูอาหารได้ครบถ้วนตลอดฤดูกาล
- 1.4 ควรจัดทำฐานข้อมูลวัตถุดิบและกรรมวิธีการปรุงอาหารชาติพันธุ์ไทหยาอย่างเป็นระบบ เพื่อเป็นแหล่งอ้างอิงและใช้ในการถ่ายทอดความรู้สู่คนรุ่นหลัง ลดความเสี่ยงต่อการสูญหายของข้อมูลอันเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าสูง

2. การส่งเสริมวัตถุดิบและอาหารชาติพันธุ์ไทหยา

- 2.1 แปรรูปวัตถุดิบให้มีรูปลักษณ์ทันสมัย เช่น อาหารแช่แข็ง เพื่อความสะดวกและขยายโอกาสจำหน่าย
- 2.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามและดึงดูดความสนใจ
- 2.3 จัดจำหน่ายผ่านช่องทางที่เข้าถึงง่าย เช่น ร้านค้าในชุมชน หรือช่องทางออนไลน์
- 2.4 จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และคู่มือการปรุงอาหารบนบรรจุภัณฑ์หรือผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อสร้างการรับรู้ในวงกว้าง
- 2.5 จัดอบรมและถ่ายทอดความรู้ด้านการผลิตและการปรุงอาหารแก่เยาวชนในชุมชน เพื่อสร้างความภาคภูมิใจและสืบสานมรดกทางวัฒนธรรม

- 2.6 จัดกิจกรรมเผยแพร่วัฒนธรรมอาหารในงานมหกรรมอาหารและงานวัฒนธรรมของท้องถิ่น
- 2.7 ดัดแปลงเมนูอาหารให้เหมาะสมสำหรับผู้บริโภคทั่วไปและเก็บรักษาได้นาน

3. การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่า

- 3.1 นำเสนอข้อมูลวัตถุดิบและอาหารผ่านสื่อออนไลน์ ควบคู่กับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลชุมชน
- 3.2 จัดทำภาพและข้อมูลเมนูอาหารให้น่าสนใจ พร้อมรายละเอียดวัตถุดิบ วิธีปรุง และข้อมูลโภชนาการ โดยเน้นภาพลักษณ์อาหารเพื่อสุขภาพและความปลอดภัย
- 3.3 ร่วมมือกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและบริษัทนำเที่ยว จัดเทศกาลอาหารท้องถิ่นอย่างสม่ำเสมอ พร้อมกิจกรรมเชิงประสบการณ์ เช่น เก็บวัตถุดิบ ทดลองปรุงอาหาร และชมวิถีชีวิตชุมชน
- 3.4 พัฒนาเมนูอาหารให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ
- 3.5 สร้างเครือข่ายกับแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงเพื่อจัดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism Route)
- 3.6 จัดอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการต้อนรับและบริการนักท่องเที่ยว
- 3.7 จัดเตรียมสถานที่และมาตรฐานการให้บริการในชุมชน
- 3.8 จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นของที่ระลึกเพื่อสร้างรายได้เสริม
- 3.9 จัดบริการโฮมสเตย์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิตชุมชน
- 3.10 แต่งตั้งตัวแทนชุมชนเป็นศูนย์กลางประสานงานกับนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการนำเที่ยว
- 3.11 ใช้เรื่องเล่าประกอบการนำเสนอวัตถุดิบและอาหาร เพื่อถ่ายทอดความเป็นมาของวิถีชีวิตและวัฒนธรรมไทหย่าในรูปแบบ Storytelling



ภาพที่ 2 วัตถุดิบอาหารชาติพันธุ์ไตหย่า (เครื่องปรุงรสหลัก: เกลือ พริก กระเทียม ขิง งา)

(รูปภาพวัตถุดิบประกอบอาหารชาติพันธุ์ไตหย่านำเสนอในภาคผนวก)

ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 3 ตัวอย่างสำหรับอาหารเพื่อนำเสนอนักท่องเที่ยว

ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 4 การทดสอบอาหารโดยผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารชาติพันธุ์และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว (1)
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 5 การทดสอบอาหารโดยผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารชาติพันธุ์และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว (2)
ที่มา: ผู้วิจัย

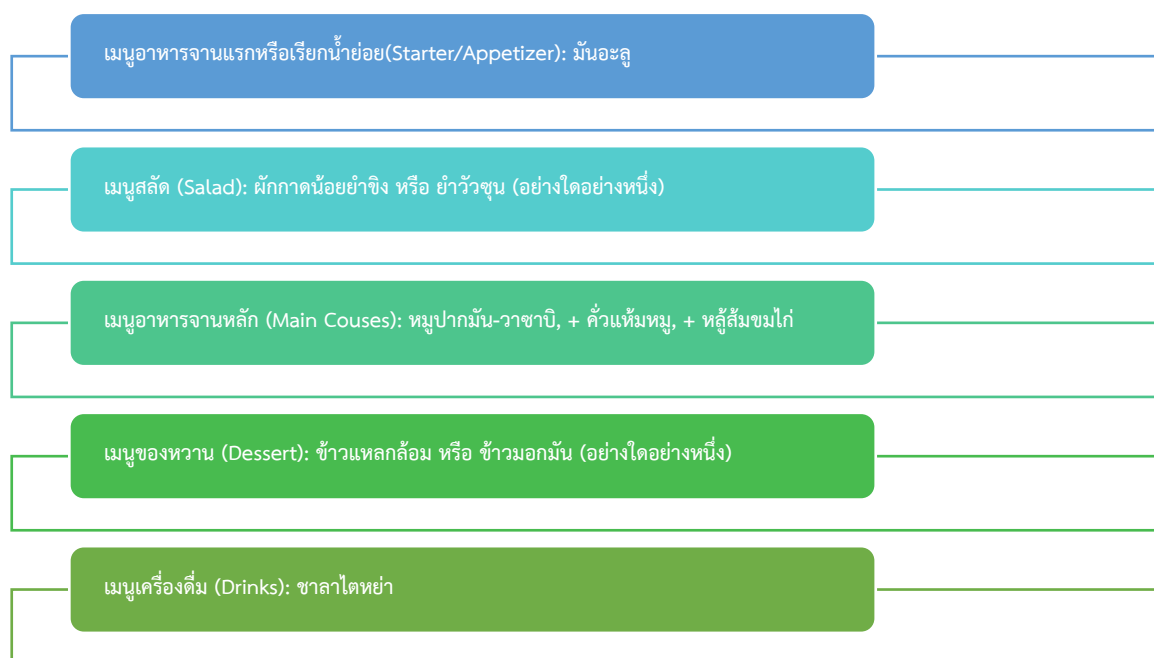


ภาพที่ 6 การประชุมกลุ่มย่อยแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารชาติพันธุ์ไต่หย่า
(รูปภาพการประชุมกลุ่มย่อยเพิ่มเติมนำเสนอในภาคผนวก)

ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 7 บรรยากาศการถ่ายภาพประกอบของใช้ที่สะท้อนอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ไต่หย่า (บางรายการ)
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 8 สำหรับอาหาร/รายการอาหาร (Menu) อาหารชาติพันธุ์ไ้หย่า



ภาพที่ 9 มันอะลู เมนูอาหารเรียกน้ำย่อย (ทำจากมันฝรั่งพื้นเมืองหรือใช้มันฝรั่ง (Potatoes) ต้มหรือนึ่งสุกนำมาบด (Mash) ปั้นเป็นก้อนชุบเกล็ดขนมปังทอดไฟอ่อน ๆ รสชาติคล้ายเฟรนช์ฟรายด์

ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 10 ผักกาดน้อยยำขิง หรือ ผักกาดหมีขิง 1 ใน 2 เมนูอาหารประเภทสลัด
(ผักกาดพันธุ์พื้นเมืองยากับขิงสด ใส่เกลือ มะนาว พริกขี้หนู) รสชาติเปรี้ยว
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 11 ยำวุ้นเส้น หรือ ยำวุ้นเส้นโบราณ 1 ใน 2 เมนูอาหารประเภทสลัด
(ยำแครอท ขิง วุ้นเส้น หมูสามชั้น)
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 12 หมูแปดมัน-วาซาบิ 1 ใน 3 เมนูอาหารจานหลัก (หมูสามชั้นนึ่งหรือต้ม ใช้กระเทียม
ตำละเอียดเป็นน้ำจิ้ม มีกลิ่นฉุนในลักษณะคล้ายการใช้วาซาบิกับอาหารญี่ปุ่น)
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 13 คั่วแฮมหมู (คั่วแห้งหมู) 1 ใน 3 ในเมนูอาหารจานหลัก
(เนื้อหมูติดมันคั่วกับผักกาดทองและพริกชี้หนู)
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 14 หลั้ส้มขมไก่ 1 ใน 3 ในเมนูอาหารจานหลัก
(เครื่องในไก่ต้มสุกคลุกกับหอมแดง ขิง และผักพื้นเมือง)

ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 15 ซุปเสิร์ฟคู่กับเมนูอาหารจานหลัก (น้ำซุปมันฝรั่ง)

ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 16 ข้าวมอกมัน 1 ใน 2 เมนูของหวาน (Dessert)
(แบ่งข้าวเหนียวหนึ่งใส่ไส้หมูห่อใบตองกล้วย)

ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 17 ข้าวแหลกล้อม 1 ใน 2 เมนูของหวาน (Dessert)
(แบ่งข้าวเหนียวตำละเอียด ปั้นเป็นก้อนหนึ่งไม่ใส่ไส้ ราดด้วยน้ำอ้อย)

ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 18 ชาลาไธหย่า

(ชาออร์แกนิก สำหรับทำเครื่องดื่มชาร้อน ดื่มระหว่างรับประทานอาหารและหลังอาหาร
เพื่อลดความมันของอาหารและช่วยระบบย่อยอาหาร)

ที่มา: ผู้วิจัย

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง บทบาทของวัตถุดิบอาหารท้องถิ่นในชุมชนชาติพันธุ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร: กรณีศึกษาชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่า บ้านน้ำบ่อขาว ตำบลห้วยไคร้ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินการวิจัยที่สำคัญ 3 ประการ ประกอบด้วย (1) เพื่อศึกษาลักษณะเฉพาะของวัตถุดิบการประกอบอาหารของชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่า (2) เพื่อหาความสัมพันธ์ของการใช้วัตถุดิบการประกอบอาหารในชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่ากับโอกาสในการทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่า และ (3) เพื่อวิเคราะห์บทบาทและแนวทางการใช้วัตถุดิบในการประกอบอาหารของชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่าในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่า โดยในบทที่ 5 นี้จะเป็นการนำเสนอสรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลที่ได้ และการให้ข้อเสนอแนะทั้งในส่วนของการข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อผู้เกี่ยวข้องนำไปใช้ในการดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารชาติพันธุ์ 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: เพื่อศึกษาลักษณะเฉพาะของวัตถุดิบการประกอบอาหารของชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่า
 - (1) วัตถุดิบประกอบอาหารชาติพันธุ์ไทหย่าส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบที่ผลิตและจัดหาได้ภายในชุมชนบ้านน้ำบ่อขาว ตำบลห้วยไคร้ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย
 - (2) วัตถุดิบประกอบอาหารสามารถจำแนกเป็นประเภทต่าง ๆ ได้แก่ พืช ผัก เนื้อสัตว์ เครื่องเทศและเครื่องปรุงรส
 - (3) ขิงถือเป็นวัตถุดิบหลักที่ใช้เป็นส่วนผสมในอาหารชาติพันธุ์ไทหย่าหลากหลายเมนูมากที่สุด

- (4) กรรมวิธีการปรุงอาหารชาติพันธุ์ไทหย่ามีทั้งการต้ม ผัด แกง และทอด โดยเน้นความเรียบง่ายแต่พิถีพิถันในทุกขั้นตอน
 - (5) รสชาติอาหารชาติพันธุ์ไทหย่ามีลักษณะจัด ไม่เผ็ด และไม่เปรี้ยว
 - (6) เครื่องดื่มที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ คือ ชาไต่หย่า ซึ่งเป็นชาที่ปลูกเฉพาะในชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่า
 - (7) วัตถุดิบประกอบอาหารบางชนิดมีลักษณะเฉพาะตามฤดูกาล และไม่สามารถแปรรูปหรือเก็บรักษาได้นาน
2. ในส่วนของวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2: เพื่อหาความสัมพันธ์ของการใช้วัตถุดิบประกอบอาหารในชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่ากับโอกาสในการทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่า และวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3: เพื่อวิเคราะห์บทบาทและแนวทางการใช้วัตถุดิบในการประกอบอาหารของชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่าในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่า เป็นส่วนที่สัมพันธ์กัน ผู้วิจัยจึงสรุปผลการวิจัยในลักษณะบูรณาการข้อมูลและนำเสนอเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

ก. บทบาทของวัตถุดิบประกอบอาหารชาติพันธุ์ไทหย่า

- (1) วัตถุดิบประกอบอาหารชาติพันธุ์ไทหย่าเป็นตัวแทนสะท้อนทั้งอัตลักษณ์และภูมิปัญญาของชุมชนผ่านเรื่องเล่าและประวัติความเป็นมาของการตั้งถิ่นฐาน
- (2) ความสัมพันธ์ในการพึ่งพาอาศัยกันในการผลิตและจัดหาวัตถุดิบในชุมชนสะท้อนวัฒนธรรมการเกื้อกูลและความสามัคคีของสมาชิกในชุมชน
- (3) กระบวนการปรุงอาหารที่ทำร่วมกันหลายคนจนเสร็จพร้อมรับประทานสะท้อนวิถีชีวิตที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมและการทำงานเป็นทีม
- (4) วัตถุดิบประกอบอาหารยังเป็นอัตลักษณ์ที่บ่งบอกความเป็นชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่า บ้านน้ำบ่อขาวผ่านเมนูอาหารต่าง ๆ
- (5) เอกลักษณ์และรสชาติที่เฉพาะตัวของอาหารจากการใช้วัตถุดิบท้องถิ่นเป็นปัจจัยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวสนใจมาลิ้มลอง และเป็นโอกาสส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชน

ข. ศักยภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารชาติพันธุ์ไทหย่าในชุมชนบ้านน้ำบ่อขาว ตำบลห้วยไคร้ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย

- (1) เป็นชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่าที่มีสมาชิกอาศัยอยู่ร่วมกันมากที่สุดในพื้นที่
- (2) ชุมชนรักษาและดำรงวิถีชีวิต วัฒนธรรม ภูมิปัญญา เอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ของ

กลุ่มชาติพันธุ์ไทหยาอย่างเข้มแข็ง พร้อมมีการจัดกิจกรรมเผยแพร่วัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง

- (3) มีวัดอุทิศประกอบอาหารชาติพันธุ์ไทหยาที่ครบถ้วนและพร้อมใช้งานมากที่สุดในพื้นที่
- (4) มีผู้รู้และผู้เข้าใจกรรมวิธีการใช้วัดอุทิศและการปรุงอาหารอย่างลึกซึ้งจำนวนมาก
- (5) สมาชิกชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ อย่างแข็งขัน รักและสามัคคีกัน
อย่างเหนียวแน่น
- (6) ชุมชนตั้งอยู่ในทำเลยุทธศาสตร์ที่เหมาะสม โดยมีสถานที่ท่องเที่ยวและชุมชน
ชาติพันธุ์อื่น ๆ ล้อมรอบ สามารถพัฒนาและเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวร่วมกัน
ในรูปแบบเครือข่าย (Food Tourism Route and Network)
- (7) มีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เข้มแข็ง และให้การสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน
อย่างต่อเนื่อง
- (8) ชุมชนมีการบริหารจัดการแบบประชาธิปไตย มีการประชุมหารือร่วมกันอย่างโปร่งใส
เพื่อกำหนดแนวทางและตัดสินใจดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ
- (9) ชุมชนมีประสบการณ์ในการจัดและเข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรม เช่น การจัด
อาหารต้อนรับนักท่องเที่ยว การเข้าร่วมงานมหกรรมอาหาร และเทศกาลอาหาร
ท้องถิ่นประจำปี

ค. ลักษณะการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารชาติพันธุ์ไทหยา

- (1) การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในชุมชนสำหรับนักท่องเที่ยว
- (2) การร่วมมือกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น อบต. หรือเทศบาลตำบล จัดกิจกรรม
เทศกาลอาหารหรือมหกรรมอาหารท้องถิ่น โดยร่วมกับตัวแทนนำเที่ยวหรือบริษัท
นำเที่ยว เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร อาจจัดเป็นประจำเดือนละ 1-2 ครั้ง
โดยมีกิจกรรมเที่ยวชมชุมชน การแสดงวัฒนธรรม การมีส่วนร่วมในการเก็บและ
เตรียมวัตถุดิบ รวมถึงการทดลองทำอาหารในรูปแบบที่สร้างประสบการณ์ให้
นักท่องเที่ยว (Experiential Tourism)
- (3) การนำเสนอข้อมูลวัตถุดิบประกอบอาหารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พร้อมเผยแพร่
ข้อมูลชุมชนอย่างกว้างขวาง
- (4) การจัดทำข้อมูลและภาพถ่ายอาหารชาติพันธุ์ไทหยาให้ดูน่ารับประทาน พร้อม
รายละเอียดวัตถุดิบ กรรมวิธีการปรุง และข้อมูลโภชนาการ โดยเน้นภาพลักษณ์

อาหารเพื่อสุขภาพและความสะอาด ผ่านสื่อออนไลน์และช่องทางอื่น ๆ เช่น หน่วยงานราชการหรือเอกชนในท้องถิ่น

- (5) การออกแบบและพัฒนาเมนูอาหารให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ
- (6) การร่วมกับตัวแทนนำเที่ยวหรือบริษัทนำเที่ยวจัดกิจกรรมเรียนรู้การทำอาหารชาติพันธุ์ไทหย่าแบบครบวงจร (Cooking Class) ตั้งแต่การจัดหาเตรียมวัตถุดิบ การปรุงอาหาร ไปจนถึงการรับประทานอาหารที่นักท่องเที่ยวเป็นผู้ปรุงเอง
- (7) การสร้างเครือข่ายร่วมกับชุมชนชาติพันธุ์อื่น ๆ และแหล่งท่องเที่ยวเอกชน เพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism Route) รองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจอาหารโดยเฉพาะ
- (8) การจัดฝึกอบรมพัฒนาศักยภาพสมาชิกชุมชนให้พร้อมในการต้อนรับและบริการนักท่องเที่ยว
- (9) การเตรียมสถานที่ต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างมีมาตรฐาน โดยยังคงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ไทหย่า
- (10) การนำเสนอผลิตภัณฑ์ชุมชนอื่น ๆ เช่น สินค้าที่ระลึก เพื่อเป็นปัจจัยเสริมในการสร้างรายได้แก่ชุมชน
- (11) การแต่งตั้งตัวแทนชุมชนเป็นศูนย์กลางประสานงานและให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว รวมถึงตัวแทนนำเที่ยวและบริษัทนำเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร



ภาพที่ 19 โมเดล (Model) ลักษณะเฉพาะวัตถุดิบอาหารชาติพันธุ์ไตหย่า

อภิปรายผล

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมแพร่หลายทั้งในระดับโลก ระดับภูมิภาคและระดับประเทศ ในประเทศไทย การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของผู้คนในชุมชน ซึ่งกระจายกันอยู่ในแต่ละพื้นที่โดยเฉพาะในภูมิภาคชนบท เช่นเดียวกับชุมชนชาติพันธุ์ไตหย่า บ้านน้ำบ่อขาว ตำบลห้วยไคร้ อำเภอมะนัง จังหวัดเชียงราย ด้วยเอกลักษณ์เฉพาะทั้งในส่วนของการเป็นชุมชนชาติพันธุ์ วัตถุดิบการประกอบอาหาร วิธีการประกอบอาหารและรวมทั้งรสชาติของอาหาร ส่งผลให้เป็นศักยภาพที่จะนำไปสู่การสนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชน ซึ่งจะส่งผลต่อการยกระดับ

เศรษฐกิจชุมชน ขณะเดียวกัน จะเป็นช่องทางในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์วิถีชีวิตของชุมชนซึ่งมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะให้เป็นที่รู้จักและเป็นส่วนหนึ่งของเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำคัญในระบบนิเวศการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่จะสร้างความประทับใจและประสบการณ์ใหม่สำหรับนักท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตาม ปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาการรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชน โดยเฉพาะชุมชนที่สมาชิกมีวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์และมีความต้องการคงความเป็นส่วนตัวของชุมชน และไม่ต้องการให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะมวลชน (Mass Tourist Destination) จำเป็นที่ผู้เกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ต้องพิจารณาสิ่งที่เรียกว่า “ความเหมาะสม” ของรูปแบบและกิจกรรมที่จะดำเนินการร่วมกันและต้องได้เป็นฉันทามติร่วมกันก่อนดำเนินการ (Mutual Consent) เพื่อหลีกเลี่ยงการขัดแย้งระหว่างประชาชนในพื้นที่ (Host) และนักท่องเที่ยว (Guest) และผู้ประกอบการ (Business Sector)

ดังระบุข้างต้น การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของประชาชนในชุมชนและแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะวิถีชีวิตที่เป็นลักษณะดั้งเดิมและที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ (Unique and Autentic) ซึ่งสอดคล้องกับ Amare Wondirad., et al. (2021) ที่มองว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กันระหว่างอาหารที่ต้องมีความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวและเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่จะสร้างประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว อาจกล่าวได้ว่าการมีโอกาสได้เห็นวัตถุดิบในการประกอบอาหาร การได้สัมผัสรสชาติอาหารของนักท่องเที่ยวจะเป็นการสร้างและให้ประสบการณ์ใหม่ ๆ แก่นักท่องเที่ยว ขณะที่ประชาชนในชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวจะได้เผยแพร่และประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของชุมชนตลอดจนวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชนสู่โลกภายนอก เป็นการสะท้อนคุณค่าและมูลค่าของสมบัติของชุมชน (Treasure) ที่ถูกส่งต่อกับบรรพบุรุษรุ่นสู่รุ่น ซึ่งจะเป็นส่วนหนึ่งของกลไกในการทำให้เกิดความยั่งยืนและการคงอยู่ของวิถีชีวิตและเอกลักษณ์ของชุมชน นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชน ยังเป็นรูปแบบกิจกรรมการพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งสำหรับเศรษฐกิจในท้องถิ่นที่สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจที่ให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว หรือ “บีซีจี” (BCG: Bio Economy, Circular Economy และ Green Economy) ซึ่งเป็นแนวคิดที่เน้นความสมดุลของชุมชนระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยเน้นการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งสอดคล้องกับสุปรียา ภูผาลา และคณะ (2565) ที่เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ชุมชนและประชาชนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการคิดและวางแผน กำหนดรูปแบบกิจกรรม และมีส่วนร่วมทั้งในด้านคุณค่าทางด้านเศรษฐกิจ คุณค่าทางด้านสิ่งแวดล้อม คุณค่าทางด้านสังคมและชุมชน คุณค่าทางด้านวัฒนธรรม คุณค่าด้านจิตวิญญาณ และคุณค่าด้านสุนทรียภาพ โดยคุณค่าร่วมเหล่านี้จะส่งผลให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน

อย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจ BCG ที่เน้นความยั่งยืนของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมภายใต้การมีส่วนร่วมของชุมชน ประชาชน และผู้ประกอบการ และในลักษณะเดียวกันกับสุปรียา ภูผา และคณะ (2565) Amare Wondirad., et al. (2021) มีความเห็นในทิศทางเดียวกันการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อำนาจในการตัดสินใจควรเป็นของประชาชนในพื้นที่ (Empowerment) การถ่ายทอดและนำเสนออาหารท้องถิ่นต้องแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเปรียบเหมือนเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนและเป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว เป็นการช่วยสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกของชุมชน ส่งเสริมให้เกิดความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน

การส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ไม่เพียงทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในชุมชน แต่ยังมีส่วนในการส่งเสริมกิจกรรมอื่น ๆ ในชุมชนที่จะนำไปสู่การยกระดับความเป็นอยู่และการตระหนักถึงคุณค่าของชุมชนในกลุ่มสมาชิกของชุมชน เช่น การส่งเสริมให้เกิดการผลิตวัตถุดิบในการประกอบอาหารของสมาชิกในชุมชน รวมไปถึงการผลิตสินค้าที่ระลึกจากวัตถุดิบในชุมชน การรื้อฟื้นการแสดงหรือการเล่นพื้นถิ่นที่สามารถนำมาบูรณาการเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในลักษณะองค์ประกอบที่นำเสนอไปด้วยกัน (Bundle/Package) ซึ่งจะทำให้การท่องเที่ยวในชุมชนไม่ใช่เพียงการนำเสนอเฉพาะอาหารเท่านั้น สอดคล้องกับ Marzia Ingrassia., et al. (2022) และ G. Mehul Krishan Kumar (2019) ซึ่งเสนอว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารคือเครื่องมือสำคัญทางการตลาดในการการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของท้องถิ่น คุณค่าทางโภชนาการของอาหาร การส่งเสริมการขายวัตถุดิบและส่วนประกอบของอาหารเพื่อเป็นการส่งเสริมรายได้ให้แก่ผู้ผลิตวัตถุดิบและส่วนประกอบอาหารที่เป็นคนในท้องถิ่น ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงอาหารจะเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมการเติบโตและขยายตัวของการท่องเที่ยวโดยรวมของพื้นที่นั้น ๆ นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ยังเป็นรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนและประชาชนในชุมชน ซึ่งเป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับ Jose Antonio Folgao-Fernandez., et al. (2019) ที่เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารจะเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีส่วนส่งเสริมและสนับสนุนการประกอบอาชีพทางการเกษตรกลุ่มที่ผลิตวัตถุดิบและส่วนประกอบในการประกอบอาหาร

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร นอกจากจะเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ทั้งประสบการณ์จากการได้สัมผัสอาหารที่มีรูปลักษณ์และรสชาติดั้งเดิมซึ่งแตกต่างในแต่ละพื้นที่ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรม สถานที่ วิธีการประกอบอาหารและวัตถุดิบในการประกอบอาหาร ทั้งนี้ การจัดกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ตรงในฐานะคนทำอาหาร เช่น การจัด Cooking class สำหรับนักท่องเที่ยว โดยให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมตั้งแต่การเลือกวัตถุดิบ การไปดูแลหรือสำรวจกรรมวิธีการผลิตและหรือจัดเตรียมวัตถุดิบต่าง ๆ การได้ลงมือปรุงอาหาร

จัดตกแต่งอาหารและการบริการ (เสิร์ฟ) อาหารด้วยตนเอง จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดประสบการณ์ใหม่ ชิมชิมวัฒนธรรม สอดคล้องกับสุปรียา ภูผาลาและคณะ (2565) ที่เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารจะทำให้นักท่องเที่ยวตระหนักในคุณค่าด้านสุนทรียทางอาหารและจิตวิญญาณและคุณค่าของวัฒนธรรมชุมชนที่ถ่ายทอดผ่านอาหารที่ตนได้มีประสบการณ์

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำเป็นต้องมีการนำนวัตกรรมหรือกรรมวิธีสมัยใหม่มาเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายได้หลากหลายและทั่วถึง Marzia Ingrassia, et al. (2022) อธิบายว่าเทคโนโลยีที่ทันสมัย จะช่วยในการสื่อสารที่รวดเร็วและทันสมัย สำหรับเป็นเครื่องมือทางการตลาดสำหรับการสื่อสารและส่งเสริมคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงอาหารไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ โดยการนำเสนอรายการอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวที่รักสุขภาพหรือให้ความสำคัญกับการเลือกรับประทานเฉพาะอาหารที่ส่งผลดีต่อสุขภาพ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มสูงอายุ (A.Balderas-Cejudol, et al, 2019) ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่ระมัดระวังในการเลือกรับประทานอาหารและมีข้อจำกัดในเรื่องการเลือกรับประทานอาหารซึ่งจะตอบสนองในด้านความต้องการด้านสุขภาพ นอกจากนี้ การนำวัตถุดิบในการประกอบอาหารมาแปรรูปเพื่อใช้งานและเก็บรักษาระยะยาว และเป็นสินค้าที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวซื้อในลักษณะสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปหรือกึ่งสำเร็จรูปเพื่อนำไปใช้ประกอบอาหารได้เองโดยสะดวก จะเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถส่งเสริมการใช้วัตถุดิบประกอบอาหารของชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งจะทำให้การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นมากกว่าการตอบสนองความคาดหวังในเรื่องการได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ จากการเดินทางมาสัมผัสและมารับประทานอาหารของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว

ในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การกำหนดนโยบายและการวางแผนที่ดีและเหมาะสมของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ ภายใต้เงื่อนไขกรอบเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารขององค์การยูเนสโก (UNESCO Creative Cities Network, 2016) ได้มีข้อกำหนดชัดเจนว่าแผนและนโยบายในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่พัฒนาขึ้นอย่างดีและเป็นระบบ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร นอกจากการมีนโยบายและแผนที่ถูกพัฒนาขึ้นอย่างดีแล้ว การกำหนดรูปแบบและวิธีการดำเนินการให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของแต่ละพื้นที่ถือเป็นอีกปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพราะวิธีการหรือรูปแบบที่ใช้ได้กับสถานที่หนึ่งอาจจะไม่เหมาะสมกับสถานที่อีกแห่งหนึ่ง (Maria Bonaventura Forleo and Graziella Benedetto, 2020)

การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ควรดำเนินการในลักษณะของการมีห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) โดยเชื่อมโยงทั้งส่วนของผู้ผลิตวัตถุดิบและส่วนประกอบในการประกอบอาหาร ซึ่งในที่นี้อาจจะรวมถึงเกษตรกร หรือประชาชนในชุมชนต่าง ๆ หรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบธุรกิจร้านอาหาร

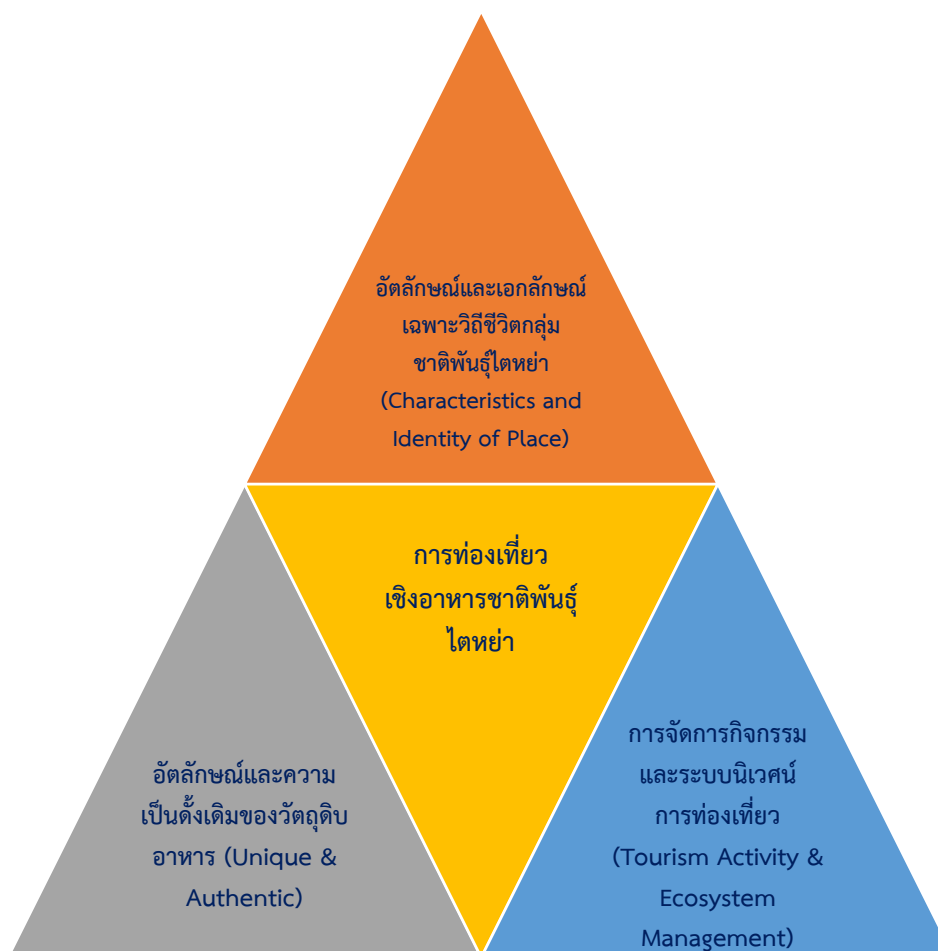
คาเฟ่ (Café) โรงแรม ผู้ประกอบการก็นำเที่ยว เพื่อให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและจะนำไปสู่การสร้างวงจรคุณค่า (Value Chain) ทั้งในด้านเศรษฐกิจและวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Amare Wondirad., et al, 2021)

ในส่วนของรูปแบบที่เหมาะสมของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร อาจจะอยู่ในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งที่มีความสัมพันธ์กับอาหารและวิถีชีวิตท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะและเชื่อมโยงกับเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ สัมพันธ์กับวัฒนธรรมและการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนในชุมชน นำไปสู่การหมุนเวียนทางเศรษฐกิจและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและการสร้างวงจรคุณค่า (Value Chain) (Amare Wondirad., et al, 2021) สร้างประโยชน์และคุณค่าทั้งทางด้านเศรษฐกิจและความยั่งยืนต่อชุมชนและคุณค่าในเชิงสุนทรียของอาหารแก่นักท่องเที่ยวจากการที่มีโอกาสได้สัมผัสและคลุกคลีและเป็นประสบการณ์แปลกใหม่เช่นประสบการณ์จากห้องเรียนอาหารหรือ Cooking Class (สุปรียา ภูผาลา และคณะ, 2565) ก่อให้เกิดเศรษฐกิจในชุมชน เช่น ด้านการเกษตร การผลิตวัตถุดิบและส่วนประกอบสำหรับการปรุงอาหาร (Maria Campon-Cerro and Jose Manue Hernandez-Mogollon, 2019) สอดคล้องกับ Boonpat O., et al. (2023) ที่สะท้อนว่าอาหารท้องถิ่นที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่ชัดเจนทั้งในด้านรสชาติ หน้าตา และใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นในการประกอบอาหารจะเป็นปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชนและส่งผลต่อเศรษฐกิจของท้องถิ่น นอกจากนั้น ต้องมีการกำหนดแผนและนโยบายที่ดีด้วยเพราะภายใต้การกำหนดนโยบายและการวางแผนที่ดีและเหมาะสมกับแต่ละสถานที่จะทำให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินการท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่ (UNESCO Creative Cities Network, 2016) ทั้งนี้ แผนและนโยบายของพื้นที่หนึ่งหรือรูปแบบที่ใช้ได้ผลเป็นอย่างดีกับสถานที่หนึ่งอาจจะไม่เหมาะสมกับอีกสถานที่หนึ่ง (Maria Bonaventura Forleo and Graziella Benedetto, 2020) นอกจากนั้นการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เช่น ความสนใจของนักท่องเที่ยวในการเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรม อาทิ การเข้าร่วมชั้นเรียนการทำอาหาร (Cooking Class) ซึ่งในเรื่องดังกล่าว เสรียม บุญพัฒน์ และ คณะ (2564) ระบุว่า การจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวไม่มีส่วนร่วมในกิจกรรมจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาในสถานที่ท่องเที่ยวในช่วงเวลาสั้น ๆ ปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจะมีจำนวนน้อย

อาจกล่าวได้ว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism/Food Tourism) ผ่านบทบาทของการใช้วัตถุดิบการประกอบอาหารของชุมชน ซึ่งในงานวิจัยนี้เน้นไปที่ชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่า บ้านน้ำบ่อขาว ตำบลห้วยไคร้ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย เป็นการศึกษาที่มุ่งเน้นความสำคัญของตัววัตถุดิบการประกอบอาหารที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตและเอกลักษณ์ของชุมชน ส่งผ่านไปถึงหน้าตาและรสชาติของอาหารที่จะนำเสนอเพื่อส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชน ซึ่งนอกเหนือจากปัจจัยดังกล่าว การศึกษายังพบว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่จะเกิดขึ้นได้ในชุมชน นอกจากความสำคัญ

ดังระบุข้างต้น พบว่าบทบาทและการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชนเป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบและศักยภาพที่สำคัญในการพัฒนาและส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชน การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นเครื่องมือสำคัญในการถ่ายทอด สื่อสาร และประชาสัมพันธ์สิ่งที่เรียกว่าเป็นวิถีชีวิต ตลอดจนภูมิปัญญาของชุมชน เป็นเครื่องมือที่จะช่วยสร้างและยกระดับความเป็นอยู่ทางเศรษฐกิจแก่ชุมชน การสร้างความร่วมมือและนำไปสู่การเป็นชุมชนและสังคมที่มีความเข้มแข็งภายใต้แนวคิดการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งการมีส่วนร่วมในการคิด วางแผน และการเข้าถึงผลประโยชน์อย่างเท่าเทียม

จากการศึกษานี้ ปัจจัยและองค์ประกอบสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่า บ้านน้ำบ่อขาว ตำบลห้วยไคร้ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย นำเสนอได้ดังภาพที่ 20



ภาพที่ 20 โมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยในการส่งเสริมและพัฒนการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะของการวิจัยเรื่อง บทบาทของวัตถุดิบอาหารท้องถิ่นในชุมชนชาติพันธุ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร: กรณีศึกษาชุมชนชาติพันธุ์ไทหย่า บ้านน้ำบ่อขาว ตำบลห้วยไคร้ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย จำแนกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย (Policy Recommendation) สำหรับหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารชาติพันธุ์ไทหย่า บ้านน้ำบ่อขาว ตำบลห้วยไคร้ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย มีดังนี้

- (1) จัดทำเวทีประชาคมชุมชนเพื่อระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปิดพื้นที่ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารชาติพันธุ์ เพื่อสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมและการรับรู้ของสมาชิกในชุมชน ซึ่งจะนำไปสู่ความเข้าใจร่วมกัน และลดหรือจำกัดความเสี่ยงที่อาจเกิดจากการรับรู้ (perception) ที่แตกต่างกันของสมาชิกในชุมชน
- (2) กรณีชุมชนมีความเห็นหรือมติร่วมกันที่จะเปิดพื้นที่ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารชาติพันธุ์ไทหย่า ต้องมีกระบวนการออกแบบและจัดทำแผนในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างเป็นระบบและต่อเนื่องในลักษณะแผนระยะสั้น ระยะกลาง และ ระยะยาว และจัดทำแผนการดำเนินงาน แผนงบประมาณรองรับเพื่อให้สามารถปฏิบัติได้จริง
- (3) กำหนดรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของชุมชน
- (4) ศึกษา เรียนรู้ และถอดบทเรียนการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารจากชุมชนอื่น โดยเฉพาะชุมชนชาติพันธุ์เพื่อเป็นต้นแบบที่ดีในการนำมาประยุกต์ใช้ในชุมชน
- (5) พิจารณาความเป็นไปได้ในการสร้างหรือร่วมเครือข่ายหรือคลัสเตอร์ (Cluster) กับชุมชนอื่น ๆ ในลักษณะเส้นทางหรือการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่สามารถเชื่อมโยงกัน
- (6) การจัดทำปฏิทินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ประจำปีหรือประจำปีเดือน (Monthly or Yearly Calendar)
- (7) ประสานงานกับหน่วยงานราชการ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยว สถาบันอุดมศึกษาเพื่อขอรับการสนับสนุนในส่วนที่เกี่ยวข้อง เช่น งบประมาณ ผู้เชี่ยวชาญ การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัยต่อเนื่อง มีดังนี้

เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพและโอกาสในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารชาติพันธุ์ไทรยา ในลักษณะของเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารชาติพันธุ์ ประเด็นที่นักวิจัยอาจทำการศึกษาต่อเนื่อง เช่น

- 2.1 การศึกษาศักยภาพการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารชาติพันธุ์อื่น ๆ ในจังหวัดเชียงราย เพื่อเชื่อมโยงและจัดทำเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารชาติพันธุ์
- 2.2 การศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยแยกสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
- 2.3 การศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารในฐานะวิสาหกิจชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งต่อเศรษฐกิจชุมชน

บรรณานุกรม

- กรมประชาสัมพันธ์. (2565). *Revitalize the economy after COVID-19*. สื่อบนออนไลน์จาก <https://apec2022.prd.go.th/revitalize-the-economy-after-covid-19/> (เข้าดูเมื่อ 28 มีนาคม 2566)
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). *สถิติการท่องเที่ยว*. สื่อบนออนไลน์. https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=411
- การท่องเที่ยวเชิงอาหาร. (2566). สื่อบนออนไลน์. <https://www.bangkokbanksme.com/en/food-tourism-lifestyle>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2565). *การท่องเที่ยวเมืองรอง*. สื่อบนออนไลน์. <https://www.tat.or.th/th>
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2566). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3*. คมชัดลึก. (2566). *Soft Power: อาหารไทยกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์*. สื่อบนออนไลน์จาก <https://www.komchadluek.net/kom-lifestyle/kin-duem/537341> (เข้าดูเมื่อ 15 มีนาคม 2566)
- ชาย โพธิ์สิตา. (2564). *การวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 9). บริษัท อัมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).
- ญาดา ขอบทำดี. (2562). รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 13(2), [ไม่ระบุหน้า].
- ณัฐกานต์ พฤษสรนันทน์, จุฑามาศ วิศาลสิงห์, & ฐานกาญจน์ วงศ์วิศิษฐ์ศิลป์. (2561). แนวทางการสอดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ห่วงโซ่อาหาร เพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าการท่องเที่ยว. *วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่*, 10(2), [ไม่ระบุหน้า].
- ณัฐอร เบญจปฐมรงค์ & ชุตিকা เกียรติเรืองไกร. (2565). *BOT Magazine*. สื่อบนออนไลน์. https://www.bot.or.th/Thai/BOTMagazine/Pages/25650392TheKnowledge_Travel.aspx
- ทิพย์สิริ กาญจนวาสี & ศิริชัย กาญจนวาสี. (2564). *วิธีวิทยาวิจัย*. ห้างหุ้นส่วนจำกัด พิมพ์ทันใจ.
- นาฬิกาอดิศักดิ์ แสงสนิท. (2552). สื่อบนออนไลน์. <http://www3.dasta.or.th/th/knowledge/knowledge-research>
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- พยอม ธรรมบุตร. (2549). เอกสารประกอบการสอนเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พรณี สวนเพลง และคณะ. (2559). *สื่อออนไลน์*.
https://asean.psu.ac.th/Data/tourism/topic/17/Gastronomy_Tourism_TH2559.pdf
- ภัทรพร พันธุ์. (2558). การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยผ่านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย. *Journal of Southern Technology*, 8(2), 27–38.
- ภัทริยา พัวพงศกร. (2564). *สื่อออนไลน์*. <https://www.ryt9.com/s/prg/2378126>
- ภูริวัจน์ เดชอุ่ม. (2553). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ “กระบวนทัศน์ใหม่ในการเสริมสร้างพลวัติการแข่งขันสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย”. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- มุทริกา พุกษาพงษ์. (2552). *สื่อออนไลน์*.
<https://so02.tcithaijo.org/index.php/jitt/article/view/255618>
- ยัมจันทร์, ห. (2021). *Story telling คืออะไร? ทำไมนักธุรกิจถึงสนใจ*. สืบค้นจาก
<https://www.vlearn.world/knowledge/view/61> (เข้าดูเมื่อ 20 มีนาคม 2566)
- รัฐบาลไทย. (2565). ข่าวนายกรัฐมนตรี. *สื่อออนไลน์*.
<https://www.thaigov.go.th/news/contents/details/58059>
- เลห์ล่า ตรีเอกานุกูล, & จุไรรัตน์ วรรณศิริ. (2554). การผสมกลมกลืนเข้ากับวัฒนธรรมใหม่ การอนุรักษ์ และการสืบทอดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทพ่ายในจังหวัดเชียงราย ประเทศไทย. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ (ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 1(1), [ไม่ระบุหน้า].
- เลห์ล่า ตรีเอกานุกูล. (สัมภาษณ์. 19 พฤศจิกายน 2568)
- วรากรณ์ สามโกเศศ. (2562). เรื่องเล่าช่วยการท่องเที่ยว. *สื่อออนไลน์*.
<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 ข้าวผัด ข้าวทอด ข้าวแฉะ อาหารเหนือลำ (อร่อย) ทุกมื้อ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ ส.ส.ส.
- สถาบันอาหาร. (2565). *Soft power อาหารไทย เติบโตอย่างไรให้ได้ประโยชน์*. *สื่อออนไลน์*
https://fic.nfi.or.th/hot_issue_detail.php?smid=2611

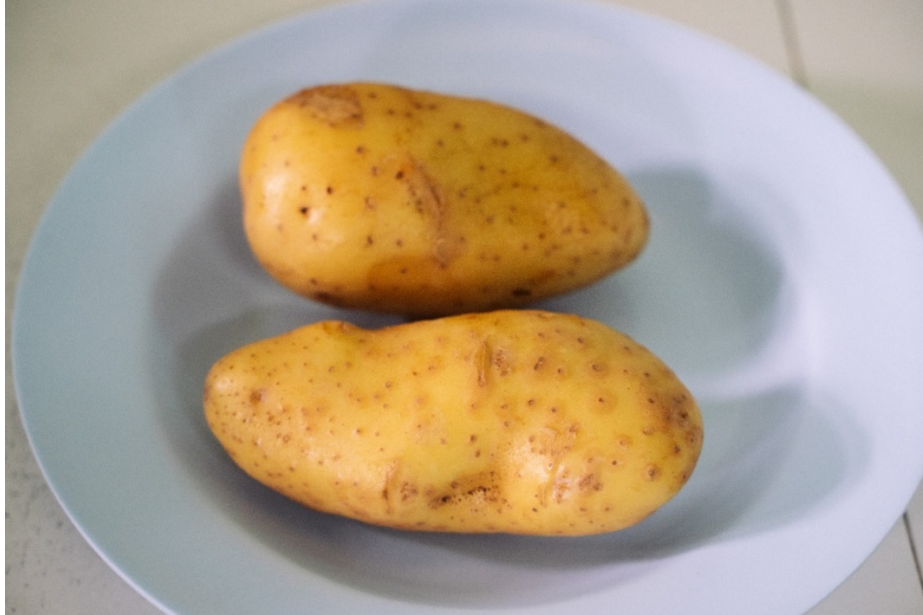
- สถาบันอาหาร. (2565). *Soft power อาหารไทย เติบโตอย่างไรให้ได้ประโยชน์*. สืบออนไลน์จาก https://fic.nfi.or.th/hot_issue_detail.php?smid=2611 (เข้าดูเมื่อ 27 มีนาคม 2566)
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย. (2563). *สถิตินักท่องเที่ยวเชียงราย 2562*. สืบออนไลน์ https://chiangrai.mots.go.th/graph_views.php?graph_id=25
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2566). *BCG in Action: New Sustainable Model*. สืบออนไลน์จาก https://www.nstda.or.th/home/knowledge_post/bcg-in-action-new-sustainable/ (เข้าดูเมื่อ 28 มีนาคม 2566)
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). *พัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์*. สืบออนไลน์จาก https://www.nesdc.go.th/ewt_news.php?nid=6420&filename=develop_issue (เข้าดูเมื่อ 28 มีนาคม 2566)
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (ไม่ระบุปี). *ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี*. สืบออนไลน์จาก <http://nscr.nesdc.go.th/ns/>
- สุปรียา ภูมลา, & จารุวรรณ แดงบุปผา. (2565). การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชนในประเทศไทย. *วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*, 8(1), 286–304.
- เสงี่ยม บุญพัฒน์, & อรรณพ บุญพัฒน์. (2566). การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเชียงรายภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG. *วารสารศิลปศาสตร์ราชชมงคลสุวรรณภูมิ*, 5(3), 679–693.
- เสงี่ยม บุญพัฒน์. (2566). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการโรงแรม*. คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ. (ไม่ระบุปี). *Creative Tourism*. สืบออนไลน์จาก <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284403011> (เข้าดูเมื่อ 28 มีนาคม 2566)
- องค์การบริหารพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2566). สืบออนไลน์. <https://www.dasta.or.th/th/article/732>
- องค์การยูเนสโก. (2549). *การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. สืบออนไลน์ <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000159811>
- อาหารไทย. (2565). *อาหารไทย*. สืบออนไลน์จาก <https://www.mcot.net/view/9bxGfE7w> (เข้าดูเมื่อ 28 มีนาคม 2566)

- Balderas-Cejudo, A., Patterson, I., & Leeson, G. W. (2019). Senior foodies: A developing niche market in gastronomic tourism. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 17, 100152. <https://doi.org/10.1016/j.jdmn.2019.100152>
- BCG Thailand. (2566). *BCG Tourism*. สืบออนไลน์จาก <https://www.bcg.in.th/data-center/articles/bcg-tourism/> (เข้าดูเมื่อ 15 มีนาคม 2566)
- Bertan, S. (2020). Impact of restaurants in the development of gastronomic tourism. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 21, 100232. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2020.100232>
- Boonpat, O., Boonpat, S., Srithong, P., Chuminthachak, S., Yolthasart, S., Utchaya, N., & Saokham, M. (2023). Creating local food for health tourism by Ban Nong O community, Mae Chan District, Chiang Rai Province. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 44(4), 1229–1238. <https://doi.org/10.34044/j.kjss.2023.44.4.27>
- Folgado-Fernández, J. A., Campon-Cerro, A. M., & Hernández-Mogollón, J. M. (2019). Potential of olive oil tourism in promoting 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>
- Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., & Cambourne, B. (2003). *Food tourism around the world: Development, management and markets*. Elsevier.
- 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. <https://wikicomunity.sac.or.th/community/10> (เข้าดูเมื่อ 20 ตุลาคม 2568)
- 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*, 8(1), 50. <https://doi.org/10.3390/joitmc.8010050>

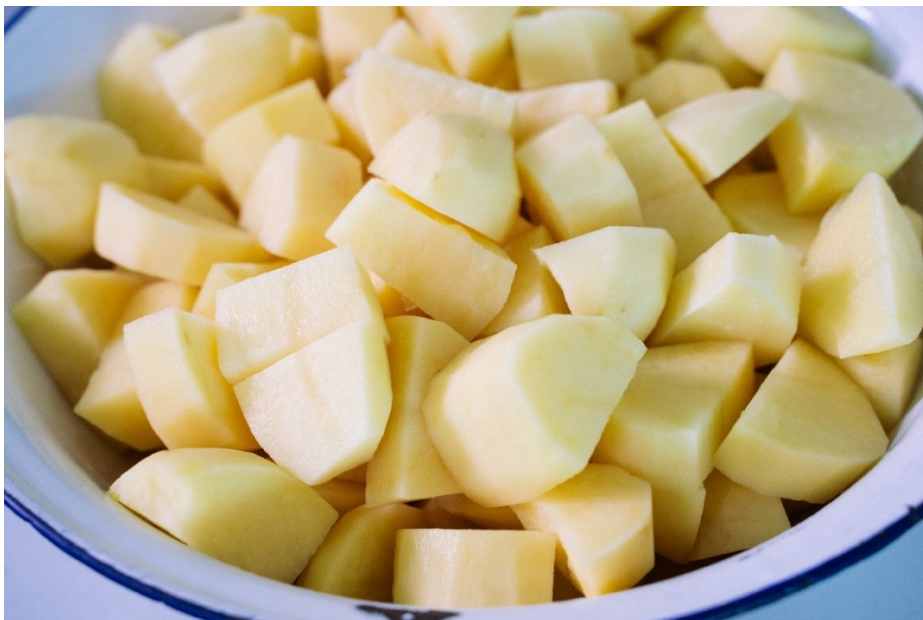
- Kumar, G. M. K. (2019). Gastronomic tourism – A way of supplementing tourism in the Andaman & Nicobar Islands. *International Journal of Gastronomy and Food Science*. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2019.100139>
- MCOT. (2566). *อาหารไทย*. สื่ออนไลน์จาก <https://www.mcot.net/view/9bxGfE7w> (เข้าดูเมื่อ 20 มีนาคม 2566)
- National Geographic Thailand. (2566). *Gastronomy* [ข่าวออนไลน์]. สื่ออนไลน์จาก <https://ngthai.com/news-activity/20864/gastronomy/> (เข้าดูเมื่อ 9 มีนาคม 2566)
- Ogan, Y., & Celik, M. (2023). A gastronomic product in Turkish culinary culture: A research on Yozgat Canak cheese. *International Journal of Gastronomy and Food Science*. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2022.100650>
- Perullo, N. (2016). *Taste as experience: The philosophy and aesthetics of food*. Columbia University Press.
- SDG Move. (2566). *Intro to SDGs*. สื่ออนไลน์จาก <https://www.sdgmove.com/intro-to-sdgs/> (เข้าดูเมื่อ 28 มีนาคม 2566)
- Suna, B., & Alvarez, M. D. (2019). Gastronomic identity of Gaziantep: Perceptions of tourists and residents. *Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR)*, 7(2), 167–187.
- TAT Academy. (2566). *บทความด้านการท่องเที่ยว*. สื่ออนไลน์จาก <https://tatacademy.com/th/publish/articles/2393645f-50aa-43e5-930b-1b0f538e1402> (เข้าดูเมื่อ 15 มีนาคม 2566)
- Thailand Convention and Exhibition Bureau. (2566). *Soft Power: The Power of Creativity to Build the Thai Economy*. สื่ออนไลน์จาก <https://www.businesseventsthailand.com/th/press-media/news-press-release/detail/1461-soft-power-the-power-of-creativity-to-build-the-thai-economy> (เข้าดูเมื่อ 15 มีนาคม 2566)
- Unilever Food Solutions Thailand. (2566). *Gastronomy Tourism Trends*. สื่ออนไลน์จาก <https://www.unileverfoodsolutions.co.th/th/chef-inspiration/trendwatch/trend3-gastronomy-tourism.html> (เข้าดูเมื่อ 9 มีนาคม 2566)

Wondirad, A., Kebete, Y., & Li, Y. (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*, 19, 100482. <https://doi.org/10.1016/j.jdmn.2020.100482>

ภาคผนวก ก รูปภาพวัตถุดิบและการเตรียมวัตถุดิบประกอบอาหาร
ชาติพันธุ์ไทหย่าสำหรับการสาธิตอาหาร



ภาพที่ 21 มันฝรั่ง วัตถุดิบสำหรับทำ “มันอะลู”
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 22 มันฝรั่งหั่นเป็นชิ้นก่อนต้มเพื่ออบ
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 23 มั่นฝรั่งสดสำหรับทอดเป็นมันอะลู
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 24 หอมแดง วัตถุดิบ/ส่วนประกอบสำคัญในการทำเมนูหูลู้ส้มขมไก่ (อาหารจานหลัก)
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 25 ขิงสด วัดถุดิบ/ส่วนประกอบสำคัญในการทำอาหารชาติพันธุ์ไทหย่า
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 26 ผักฮ้วนหมู วัดถุดิบ/ส่วนประกอบสำคัญของเมนูสลัดผักพื้นเมือง (ลักษณะคล้ายผักเชียงดา)
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 27 หมูสามชั้น วัดถุดิบ/ส่วนประกอบสำคัญของเมนูหมูป่าดมัน (อาหารจานหลัก)
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 28 ผักกาดดอง วัดถุดิบ/ส่วนประกอบสำคัญของเมนูคั่วแห้งหมู (อาหารจานหลัก)
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 29 ผักกวยช่าย วัดถุดิบ/ส่วนประกอบสำคัญของเมนูหู้ส้มขมไก่ (อาหารจานหลัก)
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 30 กระเทียมบดละเอียด วัดถุดิบ/ส่วนประกอบสำคัญทำน้ำจิ้มสำหรับหมูป่าดมัน
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 31 แครอท หนึ่งในวัตถุดิบ/ส่วนประกอบสำคัญเมนูยำวุ้น
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 32 เครื่องเทศสำคัญในการประกอบอาหารชาติพันธุ์ไตหย่า (โป๊ยกั๊ก, ลูกชะโก้ว, อบเชย)
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 33 เครื่องในไก่ วัดถุดิบ/ส่วนประกอบสำคัญของเมนูหลู้สมขมไก่
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 34 ผักกาดน้อย วัดถุดิบ/ส่วนประกอบสำคัญของเมนูผักกาดน้อยยำขิง
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 35 บรรยายภาพการอธิบายและสาธิตการปรุงอาหารชาติพันธุ์ไตหย่า (1)
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 36 บรรยายภาพการอธิบายและสาธิตการปรุงอาหารชาติพันธุ์ไตหย่า (2)
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 37 บรรยายภาพการอธิบายและสาธิตการปรุงอาหารชาติพันธุ์ไต่หย่า (3)
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 38 บรรยายภาพการอธิบายและสาธิตการปรุงอาหารชาติพันธุ์ไต่หย่า (4)
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 39 บรรยายภาพการอธิบายและสาธิตการปรุงอาหารชาติพันธุ์ไทหย่า (5)
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 40 บรรยายภาพการอธิบายและสาธิตการปรุงอาหารชาติพันธุ์ไทหย่า (6)
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 41 บรรยายภาพการอธิบายและสาธิตการปรุงอาหารชาติพันธุ์ไทหย่า (7)
ที่มา: ผู้วิจัย

ประวัตินักวิจัย

หัวหน้าโครงการ

- | | | |
|-----|--|---|
| 1 | ชื่อ - นามสกุล | นายเสีี่ยม บุญพัฒน์ |
| 2 | ตำแหน่งปัจจุบัน | อาจารย์คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย |
| 3 | หน่วยงานและสถานที่อยู่
ที่ติดต่อได้สะดวก | ที่อยู่ 80 หมู่ 9 ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 57100
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
พิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) | การจัดการการท่องเที่ยว การโรงแรมและการบริการ
พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว |
| 6 | ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ | |
| 6.1 | ผู้ร่วมวิจัย: ชื่อโครงการวิจัย | |
| | 1. แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยทางน้ำอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนแพเปียกนวัตวิถีลำน้ำ
แม่สรวย เทศบาลตำบลเวียงสรวย จังหวัดเชียงราย. สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏ
เชียงราย. (2563) | |
| | 2. การประเมินโครงการส่งเสริมและพัฒนาเทศกาลชิมชา ชากุระงาม วัฒนธรรมชนเผ่าและกาแฟดอย
แม่สลอง 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. <i>Kasetsart Journal of Social Sciences</i> . 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. <i>Journal of Management Information and Decision Sciences</i> , 24(S6), pp. 1-13. | |

3. เสงี่ยม บุญพัฒน์ ขวัญฤทัย ครองยุติ อรรวรรณ บุญพัฒน์ ญาณัท ศิริสาร. (2564). การประเมินความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ในงานเทศกาลชิมชา ซากุระงาม วัฒนธรรมชนเผ่าและกาแฟดอยแม่สลอง ครั้งที่ 24 จังหวัดเชียงราย. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 14(3). หน้า 115-131.
4. เสงี่ยม บุญพัฒน์ และ มนสิชา ซาวคำ. (2565). แนวทางการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภายใต้สภาวะวิกฤต. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย. ปีที่ 15 (1). 34-44.

ผู้ร่วมโครงการ คนที่ 1

- 1 ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) นางอรรวรรณ บุญพัฒน์
ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Mrs Orawan Boonpat
- 2 ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ประจำคณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ที่อยู่ 80 หมู่ 9 ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 57100
โทรศัพท์ 053 776088
โทรสาร 053 776088
E-mail: orawan.boon@cr.ru.ac.th
- 4 ประวัติการศึกษา ปร.ด.การจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยวและบริการ
ศศ.ม.การจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม
ศศ.บ.อุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- 5 สาขาวิชาการที่มีความชำนาญ การจัดการการท่องเที่ยวและบริการ 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), หน้า 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), pp. 1-13.
5. เสี่ยงม บุญพัฒน์ ขวัญฤทัย ครองยุติ อรรวรรณ บุญพัฒน์ ญาณัท ศิริสาร. (2564). การประเมินความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่องานเทศกาลชิมชา ซากุระงาม วัฒนธรรมชนเผ่าและกาแพดอยแม่สลอง ครั้งที่ 24 จังหวัดเชียงราย. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*, 14(3). หน้า 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.

ผู้ร่วมโครงการ คนที่ 2

- 1 ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) นางสาวมลลิตา ชูติระกะ
ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Miss Munlita Chootiraka
- 2 ตำแหน่งปัจจุบัน รองคณบดี คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- 3 หน่วยงานและสถานที่อยู่ ที่อยู่ 80 หมู่ 9 ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 57100
ที่ติดต่อได้สะดวก โทรศัพท์ 053 776088
โทรสาร 053 776088
E-mail: orawan.boon@ccru.ac.th
- 4 ประวัติการศึกษา ปริญญาตรี (การจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ)
M.Com (Tourism and Hospitality Management)
บัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว
- 5 สาขาวิชาการที่มีความชำนาญ ความเสี่ยงทางการรับรู้ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ
พิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) การพัฒนาจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว
- 6 ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ
- 6.1 หัวหน้าโครงการวิจัย : ชื่อโครงการวิจัย
งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว
 1. การศึกษาภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ กรณีศึกษา อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี (A Study of Wellness Tourism Destination Image: A case study of Koh Samui, Suratthani province)
 2. การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสปาเพื่อสุขภาพของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคใต้สู่ระดับสากล (โครงการย่อยที่ 1) (Quality Development for Spa and Health Tourism in Southern Region Toward International Level)
- 6.2 งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว
 1. การศึกษาภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ กรณีศึกษา อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี (A Study of Wellness Tourism Destination Image: A case study of Koh Samui, Suratthani province)
 2. การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสปาเพื่อสุขภาพของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคใต้สู่ระดับสากล (โครงการย่อยที่ 1) (Quality Development for Spa and Health Tourism in Southern Region Toward International Level)

งานวิจัยที่กำลังทำ

การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และการบริการทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนฐานทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในบริบทของความปกติใหม่หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19 จังหวัดเชียงราย