



การศึกษาแนวทางการจัดหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร สู่การยกระดับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนไทยสู่ความยั่งยืน*

A STUDY ON THE CATEGORIZATION OF GASTRONOMY TOURISM PRODUCTS FOR ENHANCING SUSTAINABLE COMMUNITY-BASED GASTRONOMY TOURISM IN THAILAND

รัชดา มงคลโรจน์สกุล, นนทวรรณ ส่งเสริม, ชยานิส วังษ์พันธุ์, ดารณี อาจหาญ*, พิศร เจนวาณิชยานนท์

Ratchada Mongkolrojsakul, Nonthawan Songserm, Chayanisa Wongphan, Daranee Artharn*, Pisorn Janvanichyanont

คณะมนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ปทุมธานี ประเทศไทย

School of Humanities and Tourism Management, Bangkok University, Pathum Thani, Thailand

*Corresponding author E-mail: daranee.a@bu.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนในประเทศไทย และวิเคราะห์การจัดหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อพัฒนาฐานข้อมูลที่มีโครงสร้างและส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืน เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษาข้อมูลเอกสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไทย โดยอาศัยความหลากหลายของวัตถุดิบท้องถิ่นและมรดกวัฒนธรรมอาหารเพื่อสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างแก่ผู้มาเยือน และการจัดหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์เชิงอาหารอย่างเป็นระบบตามคุณลักษณะเชิงประสบการณ์และผลกระทบด้านความยั่งยืน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้ประกอบการใน 11 ชุมชนที่มีศักยภาพจาก 5 ภูมิภาคของประเทศไทย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก แบบสนทนากลุ่ม และแบบสังเกตการณ์ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม การสังเกตการณ์ขณะจัดกิจกรรมเชิงอาหาร วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนในประเทศไทยประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร สามารถจำแนกออกเป็น 4 หมวดหมู่ ได้แก่ 1) เส้นทางวัตถุดิบ เน้นการเรียนรู้ที่มาและกระบวนการการผลิตวัตถุดิบ 2) การรับรู้รสชาติอาหารแห่งถิ่น เน้นประสบการณ์การรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสทั้งห้า 3) ประสบการณ์ร่วมสร้างสรรค์อาหาร เน้นการมีส่วนร่วมในการปรุงและสร้างสรรค์อาหาร และ 4) วัฒนธรรมสัมพันธ์ผ่านอาหาร เน้นการใช้อาหารเป็นสื่อถ่ายทอดวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ท้องถิ่น การจัดหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์อย่างมีระบบนี้สนับสนุนแนวคิด “การขับเคลื่อนอุปสงค์ด้วยการพัฒนาอุปทาน” สามารถนำไปสู่การวางกลยุทธ์ทางการตลาด พัฒนาฐานข้อมูล และเชื่อมโยงอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวกับทรัพยากรของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งเสริมผลให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

คำสำคัญ: การจัดหมวดหมู่, ผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหาร, การท่องเที่ยวเชิงอาหารชุมชน, ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร, ความยั่งยืน

Abstract

This study aims to investigate community-based gastronomy tourism products in Thailand and analyze and systematically categorize gastronomy tourism products to develop a structured database that fosters sustainable development. Employing a qualitative methodology, the study reviewed documentary sources on gastronomy tourism as a critical driver of Thailand's tourism economy, capitalizing on diversity of local ingredients and culinary heritage to delivery distinctive visitor experiences and sought to establish a classification framework based on experiential attributes and sustainability impacts. Key informants comprised operator from 11 strategically selected communities across five regions of Thailand. Data were collected via in-depth interviews, focus-group discussions, and participant observation during gastronomic events, and were analyzed using thematic content analysis. Findings indicate that community gastronomy tourism experiences in Thailand can be classified into four principal categories: 1) Ingredient Journey, emphasizing learning about ingredients origins and production process; 2) Local Menu Food Sensory, focusing on multisensory engagement through the five senses; 3) Culinary Co-creation, involving active tourist participation in cooking and creative food preparation; and 4) Gastroconnect, which uses food as a medium to convey local culture and identity. This systematic categorization supports the concept of “driving demand through supply development,” enabling more effective marketing strategies, database enhancement and efficient alignment of tourist demand with community resources, thereby promoting sustainable development across economic, social, and cultural dimensions.

Keywords: Taxonomy, Gastronomy Tourism Product, Community-based Gastronomy Tourism, Gastronomy Tourism Experiences, Sustainability

บทนำ

ในยุคที่การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจโลก การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) ได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้นในฐานะรูปแบบการท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นผ่านอาหาร ซึ่งไม่เพียงแต่เป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว แต่ยังช่วยส่งเสริมวัฒนธรรมและเศรษฐกิจในระดับชุมชนและประเทศ (United Nations World Tourism Organization, 2019); (Razpotnik, V. N. & Komac, B., 2021) จากรายงานของ Global Culinary Tourism Market 2022 - 2027 ระบุว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารมีอัตราการเติบโตเฉลี่ย



ร้อยละ 17.45 ต่อปี และคาดว่าภายในปี ค.ศ. 2027 จะมีมูลค่าทางเศรษฐกิจสูงถึง 1,796.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งชี้ให้เห็นถึงศักยภาพอันมหาศาลของการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ในเวทีโลก (Research and Markets, 2022)

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่มีศักยภาพสูงด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ด้วยความหลากหลายของวัฒนธรรมอาหารในแต่ละภูมิภาค อาหารไทยจึงไม่เพียงแต่แสดงถึงเอกลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่น แต่ยังมีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจ ส่งเสริมการกระจายรายได้สู่ชุมชน และดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) โดยพบว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่า 1 ใน 3 จะถูกใช้จ่ายไปกับเรื่องของอาหาร ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยคิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 20 ของรายได้การท่องเที่ยวทั้งหมด (บัณฑิต อเนกพูนสุข, 2560) ด้วยเหตุนี้หลายประเทศรวมถึงประเทศไทยจึงให้ความสำคัญกับการนำอาหารมาเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการท่องเที่ยว (Chaigasem, T. & Jecan, M., 2021) นอกจากนี้ การศึกษาเกี่ยวกับความสนใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อรูปแบบของร้านอาหารไทย เช่น ร้านอาหารริมทาง ร้านอาหารพื้นเมือง ร้านอาหารไทยระดับไฮเอนด์ ตลอดจนร้านคาเฟ่และเครื่องดื่มสไตล์ไทย ข้อมูลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติเริ่มให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของประเทศไทยในลักษณะต่าง ๆ เพิ่มขึ้น (ธนากรกรงไทย, 2567) อย่างไรก็ตาม แม้ประเทศไทยจะมีศักยภาพสูงด้านอาหาร การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทยยังคงเผชิญกับข้อจำกัดด้านการจัดการข้อมูลและการบูรณาการทรัพยากรในชุมชน ทำให้ประเทศไทยไม่สามารถสร้างการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่ (กองกลยุทธ์การตลาด, 2566) ดังนั้น การพัฒนาฐานข้อมูลเพื่อจัดหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงเป็นสิ่งจำเป็น

การศึกษาที่ผ่านมา พบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่เน้นที่การส่งเสริมเศรษฐกิจและการกระจายรายได้ผ่านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร แต่ขาดการจัดหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างเป็นระบบ ตลอดจนแนวคิดในการบูรณาการความเชื่อมโยงกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีส่วนเกี่ยวข้องแบบองค์รวม (Baum, T., 2019); (Ellis, A. et al., 2019); (Okumus, B. et al., 2018) ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการสร้างฐานข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้น การมีฐานข้อมูลที่มีโครงสร้างชัดเจนจะช่วยผลักดันการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารในลักษณะ “การขับเคลื่อนอุปสงค์ด้วยการพัฒนาอุปทาน” (Shape Supply Drive Demand) อันจะนำไปสู่การตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในระดับสากลได้ดียิ่งขึ้น การศึกษาในครั้งนี้จึงมุ่งเน้นการจัดหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งเป็นหนึ่งในกระบวนการที่จะนำไปสู่การพัฒนาฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนไทยให้มีระบบ โดยใช้แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism) และแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เป็นฐานในการวางโครงสร้างข้อมูล เพื่อส่งเสริมให้เกิดแนวทางในการพัฒนาชุมชนที่ชัดเจนและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งแนวคิดดังกล่าวได้ถูกนำมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน (Carvalho, M. et al., 2021); (Duxbury, N. et al., 2020); (Sosa, M. et al., 2021)

จากสภาพปัญหาและความสำคัญดังกล่าว จึงสนใจในการทำวิจัย เรื่อง การศึกษาแนวทางการจัดหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารสู่การยกระดับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนไทยสู่ความยั่งยืน เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารและวิเคราะห์การจัดหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนในประเทศไทยให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสในการแข่งขันการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทยในเวทีนานาชาติ เนื่องจากการจัดหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารจะช่วยสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาเชิงนโยบาย

ของประเทศ ส่งเสริมความร่วมมือในห่วงโซ่การท่องเที่ยว และช่วยกำหนดการวางกลยุทธ์ทางการตลาด อันจะนำไปสู่การสร้างเชื่อมโยงระหว่างอุปสงค์และอุปทานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการได้มากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนในประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์และจัดหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนในประเทศไทยให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้ มีวิธีดำเนินการวิจัย ตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

รูปแบบการวิจัย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีเป้าหมายเพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนในประเทศไทย และจัดหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อการพัฒนารฐานข้อมูลให้มีโครงสร้างชัดเจน อันจะนำไปสู่การพัฒนาต่อยอดการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ การดำเนินงานวิจัยจะครอบคลุมทั้งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ โดยมีกระบวนการในการดำเนินงาน

ประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทยและผู้ประกอบการชุมชนที่มีประสบการณ์ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ในด้านที่เกี่ยวข้อง จำนวน 10 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้ที่มีประสบการณ์ทำงานในด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารไม่น้อยกว่า 5 ปี มีความรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์อาหารไทยและการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน และเป็นสมาชิกหรือมีบทบาทในองค์กรหรือสมาคมที่เกี่ยวข้อง เช่น สมาคมวัฒนธรรมอาหารไทย เป็นต้น สำหรับการเลือกผู้ประกอบการชุมชนเพื่อการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จะเลือกจากผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนที่มีความสามารถในการให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารในเขตพื้นที่ของตน และเป็นผู้ประกอบการที่มีส่วนร่วมในโครงการพัฒนาชุมชน เช่น โครงการ OTOP นวัตกรรม หรือโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนของกรมพัฒนาชุมชน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบคำถามสำหรับการสนทนากลุ่ม (Focus Group) และแบบสังเกตการณ์ ซึ่งพัฒนาขึ้นจากการศึกษาวรรณกรรมและผลการวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิ จากนั้นจึงดำเนินการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือด้วยเทคนิคสามเส้าจากการใช้แหล่งข้อมูลที่หลากหลายในการรวบรวมข้อมูล (Data Triangulation) เช่น ข้อมูลจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ผู้ประกอบการในชุมชนต่างภูมิภาค และข้อมูลเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจากการตรวจสอบ พบว่าเมื่อนำข้อมูลจากแต่ละแหล่งมาเปรียบเทียบสามารถสะท้อนประเด็นเดียวกันในบริบทที่แตกต่างกันได้ ส่งผลให้เครื่องมือที่ใช้มีความน่าเชื่อถือในการเก็บข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้ดำเนินการเก็บข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ระยะหลัก ได้แก่ 1) การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากแหล่งต่าง ๆ เช่น รายงานของกรมพัฒนาชุมชน โครงการ OTOP นวัตกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา และ 2) การเก็บข้อมูลภาคสนามจากการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญ



และผู้ประกอบการชุมชนในพื้นที่ 11 ชุมชน ครอบคลุม 5 ภูมิภาคของประเทศไทย รวมถึงกรุงเทพมหานคร โดยพิจารณาตามเกณฑ์ คือ 1) เป็นชุมชนที่อยู่ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวตามประกาศคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ 2) เป็นชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่โดดเด่น และมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 2 ปี และ 3) เป็นชุมชนต้นแบบในด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารจากหน่วยงานภาครัฐหรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง ซึ่งทุกครั้งที่ดำเนินการเก็บข้อมูลจะมีการบันทึกเทปสำหรับการสนทนาทุกครั้ง

การวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อได้ข้อมูลจากเอกสาร การสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึกจะนำมาวิเคราะห์ร่วมกันโดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อสังเคราะห์แนวทางในการจัดหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร และพัฒนาฐานข้อมูลให้สอดคล้องกับเป้าหมายด้านความยั่งยืน

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์เอกสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนในประเทศ พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ชุมชนได้จัดขึ้นสำหรับนักท่องเที่ยวสามารถสร้างประสบการณ์เชิงลึกแก่ผู้มาเยือนนั้นมีหลายรูปแบบผ่านการเรียนรู้ที่มาและกระบวนการผลิตวัตถุดิบ การรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสทั้งห้า การมีส่วนร่วมในการปรุงอาหารและการใช้อาหารเป็นสื่อถ่ายทอดวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของชุมชน

นอกจากนี้ ผลการวิจัยภาคสนามด้วยการสนทนากลุ่มกับผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการใน 11 ชุมชนจาก 5 ภูมิภาค และสังเกตการณ์ในกิจกรรมเชิงอาหาร แสดงให้เห็นว่า ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย มีทั้งรูปแบบกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับวัตถุดิบ กระบวนการผลิต และประวัติความเป็นมา กิจกรรมที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้มีส่วนร่วมด้วยการลงมือปฏิบัติ กิจกรรมที่สร้างความสนุกสนานและความเพลิดเพลิน กิจกรรมการนำเสนออาหารเพื่อสุขภาพและการใช้ชีวิตที่สมดุล และกิจกรรมการสร้างเชื่อมโยงระหว่างนักท่องเที่ยวกับวิถีชีวิตผ่านวัฒนธรรมท้องถิ่น แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนในประเทศไทย ตามคุณค่าและประสบการณ์

คุณค่าและประสบการณ์	ลักษณะ	ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร	พื้นที่ตัวอย่าง
การเรียนรู้และการศึกษา	การให้ความรู้เกี่ยวกับวัตถุดิบ กระบวนการผลิต และประวัติความเป็นมา	การทัวร์ฟาร์มและการสาธิตการปรุงอาหาร	ฟาร์มมั่งคุด, จิมมีฟาร์ม
ประสบการณ์ลงมือทำ	การมีส่วนร่วมในการปรุงอาหาร หรือการเก็บเกี่ยววัตถุดิบ	เวิร์กช็อปการทำอาหาร, การเก็บผักและผลไม้	การทำกาแฟมะพร้าว ชุมชนตะเคียนเตี้ย, การเก็บผักอินทรีย์ที่จิมมีฟาร์ม
ความเพลิดเพลินและความบันเทิง	กิจกรรมที่สร้างความสนุกสนานและความเพลิดเพลิน	เทศกาลอาหาร, ตลาดอาหาร	Chiang Mai Food Festival, ตลาดจริงใจ
สุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี	การนำเสนออาหารเพื่อสุขภาพและการใช้ชีวิตที่สมดุล	การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพผ่านอาหาร	การทำยาต้มและสมุนไพรไทยตามธาตุเจ้าเรือน



ตารางที่ 1 แสดงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนในประเทศไทย ตามคุณค่าและประสบการณ์ (ต่อ)

คุณค่าและประสบการณ์	ลักษณะ	ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร	พื้นที่ตัวอย่าง
ความผูกพันกับท้องถิ่น และวัฒนธรรม	การสร้างเชื่อมโยงระหว่าง นักท่องเที่ยวกับวิถีชีวิต และวัฒนธรรมท้องถิ่น	การท่องเที่ยวโดยชุมชน, การพักโฮมสเตย์และ ทานอาหารกับชาวบ้าน	การท่องเที่ยว โดยชุมชนบางปะกง จังหวัด ฉะเชิงเทรา

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนในประเทศไทย ตามคุณค่าและประสบการณ์ พื้นที่ตัวอย่างประเภทฟาร์มในประเทศไทย มีการจัดกิจกรรมเยี่ยมชมและเรียนรู้วิถีชีวิต เช่น กิจกรรมเรียนรู้วิธีการปลูกผักสลัด การผสมดิน เรียนรู้วิธีการเก็บผัก กิจกรรมการทำผ้าหมัดย้อมจากใบมะม่วง การให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต กระบวนการผลิต รวมถึงประวัติความเป็นมาด้านการผลิตของพื้นที่ สะท้อนให้เห็นถึงกิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับการสำรวจต้นกำเนิดของวิถีชีวิต การพาไปรู้จักวิถีชีวิตท้องถิ่น การเข้าใจกระบวนการผลิตวิถีชีวิตโดยการมีส่วนร่วมในการปรุงอาหารหรือการเก็บเกี่ยววิถีชีวิต และเมื่อดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่ามีชุมชนบางส่วนในประเทศไทยที่สามารถสร้างความยั่งยืนในระบบวิถีชีวิตผ่านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ด้วย เช่น ชุมชนบ้านปาง อำเภอดง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีการส่งเสริมกาแฟอาราบิก้าในฐานะสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ซึ่งไม่เพียงสะท้อนถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่นแต่ยังเชื่อมโยงกับกระบวนการส่งเสริมความยั่งยืนทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรม

นอกจากนี้ ยังพบว่า มีชุมชนในประเทศไทยจำนวนมากที่มีกิจกรรมการพาชิมอาหารเพื่อสร้างการรับรู้ด้วยประสาทสัมผัสที่หลากหลาย รวมถึงมีกิจกรรมการเตรียมวิถีชีวิตในการประกอบอาหาร การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในกิจกรรมการปรุงอาหาร การตกแต่งอาหารเพื่อนำเสนอความสวยงามและความมีเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่น ตลอดจนการสัมผัสบรรยากาศที่เกี่ยวข้องกับการทานอาหาร ซึ่งจะก่อให้เกิดความเพลิดเพลินหรือความสุขในระหว่างการรับประทานอาหารด้วย เช่น กิจกรรม “กินลม ชมวัง” ที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้ลิ้มรสอาหารไทยโบราณในบรรยากาศริมแม่น้ำเจ้าพระยา พร้อมเพลิดเพลินกับการแสดงศิลปวัฒนธรรมและดนตรีไทยที่สร้างความกลมกลืนระหว่างอาหารและศิลปะท้องถิ่น หรือกิจกรรม “มื้อค่ำในนา” ของชุมชนบ้านแหลม จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้มีส่วนร่วมในการเตรียมสำหรับอาหารได้แบบพื้นบ้าน รับประทานอาหารท่ามกลางทุ่งนา พร้อมการตกแต่งโต๊ะอาหารที่สะท้อนเอกลักษณ์วัฒนธรรมเกษตรกรรมของภาคใต้ กิจกรรมเหล่านี้ไม่เพียงตอบโจทย์ด้านความเพลิดเพลิน แต่ยังเชื่อมโยงกับคุณค่าทางวัฒนธรรม ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับพื้นที่ และการใช้ประสาทสัมผัสอย่างรอบด้านในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ยั่งยืน

ในส่วนของกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมด้วยการลงมือปฏิบัตินั้น พบว่า มีชุมชนในประเทศไทยจัดกิจกรรมในลักษณะดังกล่าวหลากหลายรูปแบบ ซึ่งสามารถจำแนกออกได้เป็น 3 ลักษณะสำคัญ ได้แก่ 1) กิจกรรมที่สร้างความเพลิดเพลินและสนุกสนาน เช่น กิจกรรม “ตลาดจริงใจ” ในหลายจังหวัดของภาคเหนือ เป็นตัวอย่างที่ชัดเจนของการสร้างพื้นที่พบปะระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชน ซึ่งไม่เพียงสร้างสีสันให้กับกิจกรรมท่องเที่ยว แต่ยังเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวัฒนธรรมอาหารผ่านเสียงหัวเราะ การแสดงศิลปะพื้นบ้าน และความเพลิดเพลินจากดนตรี การละเล่น และของกินที่หลากหลาย กิจกรรมประเภทนี้จึงมีบทบาทสำคัญในการสร้างความทรงจำในเชิงบวกและส่งเสริม

การกลับมาเยือนซ้ำในอนาคต 2) กิจกรรมการนำเสนออาหารเพื่อสุขภาพและการใช้ชีวิตอย่างสมดุล เช่น ชุมชนบ้านหนองพลับ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ หรือชุมชนในภาคเหนือที่มีการใช้พืชผักพื้นบ้าน หรือสมุนไพรในการปรุงอาหารและพัฒนาเป็น “เมนูสุขภาพ” ซึ่งไม่เพียงรสชาติอร่อย แต่ยังมีคุณประโยชน์ต่อร่างกายควบคู่ไปด้วย ดังนั้น จะเห็นได้ว่ากิจกรรมเหล่านี้ไม่เพียงสะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่น แต่ยังตอบสนองกระแส “การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ” ที่กำลังเติบโตทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ และ 3) กิจกรรมที่สร้างความเชื่อมโยงระหว่างนักท่องเที่ยวกับวิถีชีวิตผ่านวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น ชุมชนบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา หรือชุมชนบ้านทุ่งเหยี่ง จังหวัดกระบี่ ได้เปิดบ้านต้อนรับนักท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมโฮมสเตย์ การทานอาหารร่วมกับเจ้าบ้าน การร่วมเตรียมอาหารประจำครอบครัว การได้เรียนรู้วิธีจับปลา เก็บผักจากสวนหลังบ้าน หรือแม้กระทั่งร่วมแสดงการเล่นพื้นบ้านที่มีอาหารเป็นส่วนประกอบ ช่วยให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเป็น “ส่วนหนึ่ง” ของพื้นที่ และก่อให้เกิดความเข้าใจที่ลึกซึ้งในวิถีชีวิตของคนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

เมื่อพิจารณาสรุปจากข้อมูลทั้งหมดแล้วกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนไทยสามารถจำแนกออกได้หลากหลายรูปแบบ ซึ่งครอบคลุมประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับทั้งด้านการเรียนรู้ การสัมผัส และการมีส่วนร่วมเชิงลึก โดยเฉพาะกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับวัตถุดิบและภูมิปัญญาท้องถิ่น การชิมอาหารและตกแต่งจาน การร่วมประกอบอาหาร ตลอดจนการได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมวิถีชีวิตและกิจกรรมสร้างสรรค์ร่วมกับชุมชน นอกจากนี้ ยังมีกิจกรรมที่เน้นความสนุกสนาน เช่น เทศกาลอาหาร การแสดงวัฒนธรรมในตลาดชุมชน กิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพ เช่น การทำอาหารจากสมุนไพร หรือการขงเครื่องต้มเพื่อสุขภาพ รวมถึงกิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้านผ่านวิถีชีวิตจริง เช่น การพักโฮมสเตย์ หรือการร่วมพิธีกรรมในครอบครัว ทั้งหมดนี้สะท้อนให้เห็นว่า “การท่องเที่ยวเชิงอาหาร” ไม่เพียงเป็นประสบการณ์การบริโภคอาหาร แต่ยังเป็นกระบวนการเรียนรู้ วัฒนธรรม และการมีส่วนร่วมที่ลึกซึ้ง ซึ่งสามารถต่อยอดไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของชุมชนในมิติทั้งเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมได้อย่างแท้จริง

ผลการวิเคราะห์และจัดหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนในประเทศไทยเพื่อพัฒนาฐานข้อมูลที่มีโครงสร้างและสร้างความอย่างยั่งยืน พบว่า รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เกิดขึ้นในประเทศไทยที่ส่งเสริมประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยวได้นั้น งานวิจัยนี้สามารถจัดหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารได้ 4 หมวดหมู่หลัก ประกอบด้วย หมวดหมู่เส้นทางวัตถุดิบ (Ingredient Journey) หมวดหมู่การรับรู้รสชาติอาหารแห่งถิ่น (Local Menu Food Sensory) หมวดหมู่ประสบการณ์ร่วมสร้างสรรค์อาหาร (Culinary Co-creation) และหมวดหมู่วัฒนธรรมสัมพันธ์ผ่านอาหาร (Gastroconnect) โดยมีรายละเอียดที่เกิดจากการวิเคราะห์ข้อมูลในการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึก ดังนี้

1. เส้นทางวัตถุดิบ พื้นฐานของความยั่งยืนเชิงนิเวศและวัฒนธรรมอาหาร เส้นทางวัตถุดิบเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เชื่อมโยงวัตถุดิบกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมเรียนรู้เกี่ยวกับต้นทางของอาหาร เช่น การเยี่ยมชมแหล่งผลิต การเก็บเกี่ยว และการหาอาหารจากธรรมชาติ กิจกรรมเหล่านี้ช่วยให้ผู้มาเยือนได้สัมผัสกระบวนการผลิตอย่างลึกซึ้ง เกิดความเข้าใจในบริบทสิ่งแวดล้อม เคารพภูมิปัญญาท้องถิ่น และตระหนักถึงความสำคัญของการบริโภคอย่างยั่งยืน

แนวคิดของเส้นทางวัตถุดิบสะท้อนได้จาก “ชุมชนตะเคียนเตี้ย จังหวัดชลบุรี ที่อนุรักษ์พันธุ์กะเพราท้องถิ่น และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวร่วมเก็บใบกะเพราและปรุงอาหารกับชุมชน รวมถึงการพัฒนา “ตะกร้าชุดต้มยำ”

ซึ่งบรรจุวัตถุดิบท้องถิ่นพร้อมเรื่องราวของแต่ละชนิด” แสดงให้เห็นถึงการแปรรูปวัตถุดิบให้กลายเป็นของฝากเชิงวัฒนธรรมที่มีคุณค่า ทั้งยังสามารถเชื่อมโยงกับแนวทางพัฒนาเชิงโครงสร้าง เช่น การจัดทำฐานข้อมูลวัตถุดิบท้องถิ่น และการส่งเสริมวัตถุดิบ GI เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการสนทนากลุ่ม ยังพบว่า เส้นทางวัตถุดิบยังเป็นหมวดหมู่ที่สามารถเชื่อมโยงกับ “กลุ่มคนรุ่นใหม่” ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากคนไทยรุ่นใหม่จำนวนมากมีแนวคิดที่จะเริ่มกลับบ้านไปทำการเกษตร หรือเปิดคาเฟ่แบบผสมผสานกับแนวคิดเกษตรกรรมท้องถิ่น เช่น ร้านอาหารในย่านอารีย์ที่มีการหมักชาคอมบูชะเอง โดยมีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติจริง (Workshop) เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์การหมักชาด้วยตนเอง ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวสามารถยกระดับวัตถุดิบธรรมดาให้กลายเป็น “ประสบการณ์” ที่มีคุณค่าได้

ดังนั้น “เส้นทางวัตถุดิบ” จึงไม่ได้เป็นเพียงกิจกรรมเสริมของการท่องเที่ยวเชิงอาหารเท่านั้น หากแต่เป็น “โครงสร้างเชิงความคิด” ที่สามารถใช้ในการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว วางแผนเชิงกลยุทธ์ในการจัดการฐานทรัพยากร และพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมได้อย่างยั่งยืน เนื่องจากการจัดกิจกรรมในหมวดหมู่นี้สามารถเอื้อต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ยั่งยืนได้ โดยสามารถบูรณาการกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals: SDGs) เช่น เป้าหมายที่ 12 ว่าด้วยการบริโภคและการผลิตอย่างยั่งยืน และเป้าหมายที่ 15 ว่าด้วยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน เพราะฉะนั้นการนำเส้นทางวัตถุดิบมาเชื่อมโยงกับแนวคิดเหล่านี้จึงเป็นกลไกสำคัญในการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้เป็นเครื่องมือสร้างสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

2. การรับรู้รสชาติอาหารถิ่น การรับรู้รสชาติอาหารแห่งถิ่นถูกจัดให้เป็นหมวดหมู่หนึ่งของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มุ่งสร้างประสบการณ์การกินแบบรอบด้าน ทั้งในแง่รสชาติ บรรยากาศ และวัฒนธรรม โดยกิจกรรมสามารถเกิดขึ้นได้หลากหลายสถานที่ ตั้งแต่ร้านอาหารไปจนถึงใต้ถุนบ้านหรือตลาดพื้นเมือง ตัวอย่างที่โดดเด่น คือ กิจกรรมรับประทานขันโตกพร้อมการพ้อนแบบพื้นเมืองในภาคเหนือ หรือการสัมผัสกลิ่น เสียง และรสชาติในตลาดเยาวราช ล้วนสร้าง “บรรยากาศ” ที่ทำให้อาหารกลายเป็นประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้

จากการวิเคราะห์ข้อมูลชี้ให้เห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับ “แนวคิดเมนูอาหารเชิงเรื่องราวเล่าที่ผสมผสานเรื่องราว วัฒนธรรม และฤดูกาลลงในแต่ละจาน เช่น แกงบอนในงานศพภาคเหนือ หรือแกงเลียงที่นิยมปรุงในฤดูฝนเพื่อบำรุงร่างกาย รวมถึงกิจกรรมกลางแจ้ง เช่น การจัดโต๊ะอาหารในทุ่งนา หรือปิ้งปลากระบอกไม้ไผ่ริมลำธาร ซึ่งแนวคิดดังกล่าวจะช่วยเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวกับธรรมชาติ วัตถุดิบ และวิถีชีวิตท้องถิ่นได้อย่างลึกซึ้ง” เพราะฉะนั้นในหมวดหมู่การรับรู้รสชาติอาหารถิ่นจึงถือได้ว่าเป็นมากกว่าการลิ้มรสอาหาร แต่ยังหมายถึงการเข้าใจวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านการได้ยิน ได้กลิ่น ได้เห็น และได้สัมผัส ซึ่งเมื่อถูกออกแบบอย่างมีศิลปะ ย่อมสามารถยกระดับการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้กลายเป็นประสบการณ์เชิงวัฒนธรรมอย่างแท้จริง อีกทั้งยังเป็นแนวทางที่จะช่วยส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นและสร้างคุณค่าให้กับสิ่งที่มีอยู่เดิมได้อย่างยั่งยืน

3. ประสบการณ์ร่วมสร้างสรรคอาหาร การมีส่วนร่วมเพื่อความยั่งยืนทางสังคมและเศรษฐกิจ ประสบการณ์ร่วมสร้างสรรคอาหารถูกจัดเป็นหนึ่งในหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่สะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มของรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในปัจจุบันที่เปลี่ยนผ่านจากรูปแบบการบริโภค (Passive Consumption) ไปสู่การมีส่วนร่วมอย่างลึกซึ้ง (Active Participation) โดยนักท่องเที่ยวไม่เพียงแต่อยู่ในฐานะของ “ผู้รับประสบการณ์”



แต่ยังกลายเป็น “ผู้สร้าง” หรือ “ผู้ร่วมเรียนรู้” ผ่านการมีปฏิสัมพันธ์กับคนในพื้นที่อย่างแท้จริง ลักษณะเด่นของประสบการณ์ในหมวดนี้ คือ การออกแบบกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ ลงมือทำ และแบ่งปันกระบวนการสร้างอาหารร่วมกับเจ้าของพื้นที่ ซึ่งมีมิติเชิงวัฒนธรรมและสังคมที่ลึกซึ้งทั้งในเรื่องของภูมิปัญญาอาหาร ความเชื่อดั้งเดิม ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างคนต่างวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในครัวขนาดย่อมซึ่งแวดล้อมไปด้วยเรื่องเล่าและรอยยิ้ม

ตัวอย่างกิจกรรมในหมวดนี้ที่พบจากการสนทนากลุ่ม “การเรียนรู้ทำน้ำพริกสูตรโบราณกับคุณยายในชุมชนภาคเหนือ ซึ่งไม่ใช่เพียงแค่การตำพริก แต่คือ การสืบทอดเรื่องเล่าเกี่ยวกับสมุนไพรท้องถิ่น การเข้าร่วมเวิร์กช็อปขนมไทยที่ใช้แม่พิมพ์ไม้โบราณ ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับพิธีกรรมตามฤดูกาล เช่น ขนมสามเกลอ ขนมหน้านวล หรือแม้แต่การหมักชาคอมบูชา Kombucha โดยเชฟรุ่นใหม่ที่กลับมาเปิดคาเฟ่ในบ้านเกิด และใช้วัตถุดิบในชุมชน เช่น น้ำผึ้งดอกลำไยจากเกษตรกร”

อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่ให้ความสนใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวในหมวดนี้มีหลากหลายกลุ่ม ได้แก่ เชฟมืออาชีพ นักเรียน กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ ตลอดจนกลุ่มคนเมืองที่มีความต้องการ “เชื่อมต่อ (Reconnect)” กับรากเหง้าอาหารของตนเองอีกครั้ง ซึ่งผู้ร่วมสนทนากลุ่มชี้ว่า “กลุ่มคนเหล่านี้มองหา “ความหมาย (Meaning)” ในประสบการณ์มากกว่าการบริโภคทั่วไป พวกเขาจึงต้องการเข้าใจวัฒนธรรม เข้าใจที่มาของวัตถุดิบ และเข้าใจความเชื่อที่ฝังอยู่ในจานอาหารที่ตนเองปรุง ดังนั้น กิจกรรมที่จะตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายนี้ได้จึงจำเป็นต้องเป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์”

ด้วยเหตุนี้ ประสบการณ์ร่วมสร้างสรรค์อาหารจึงมิได้เป็นเพียงกิจกรรมเสริมในการท่องเที่ยวเท่านั้น หากแต่สามารถพัฒนาเป็นแกนหลักในการออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารในบริบทใหม่ โดยอาศัยความสัมพันธ์และการเรียนรู้ร่วมกัน ซึ่งจะเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนสู่ความยั่งยืน ทั้งในมิติทางเศรษฐกิจผ่านการกระจายรายได้ในชุมชน มิติทางสังคมผ่านการสร้างความรู้สึกร่วมและการยอมรับในความหลากหลายทางวัฒนธรรม และมิติทางวัฒนธรรมผ่านการสืบสานและต่อยอดคุณค่าทางอาหารร่วมสมัยอย่างมีความหมาย

4. วัฒนธรรมสัมพันธ์ผ่านอาหาร จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มเห็นพ้องว่า ความสำคัญของหมวดนี้ควรเน้นไปที่อาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ซึ่งไม่ได้หมายถึงเพียงเมนูท้องถิ่นที่ปรุงในชีวิตประจำวันเท่านั้น หากแต่เป็นเมนูที่มีประวัติความเป็นมา มีเรื่องราวเฉพาะ หรือมีความเชื่อมโยงกับบุคคลต้นแบบในชุมชน เช่น “ขนมดอกมะพร้าว” ซึ่งเพิ่งได้รับรางวัลด้านการออกแบบเมนูร่วมสมัยจากองค์การมาตรฐานด้านวัฒนธรรม จึงถือเป็นตัวอย่างของอาหารที่กลายเป็นสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของพื้นที่นั้น ทั้งนี้ ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มได้เสนอให้จำแนก “เอกลักษณ์ของอาหาร” ออกเป็น 2 มิติ ได้แก่

4.1 อาหารที่เป็นผลผลิตจากการสืบทอดตำรับโบราณ (The Lost Recipe) ซึ่งอาจมีการปรุงเฉพาะในช่วงเทศกาล เช่น ข้าวเหนียวมูลในพิธีบายศรี หรือข้าวต้มมัดในเทศกาลออกพรรษา ซึ่งสะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างอาหารกับจิตวิญญาณ

4.2 อาหารหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้รับการสร้างสรรค์จากชุมชน แล้วได้รับการยอมรับในระดับกว้าง เช่น เมนูที่ได้รับรางวัลในเวทีสาธารณะ หรือเป็นที่รู้จักในสื่อกระแสหลัก

นอกจากนี้ ความตั้งใจเดินทางไปลิ้มลองอาหารอาจส่งผลมาจากแรงจูงใจจากบุคคลต้นแบบที่เป็นเสมือน “ตัวแทน (Ambassador) ด้านอาหาร” ของชุมชนนั้น เช่น เชฟท้องถิ่นที่มีชื่อเสียง หรือเจ้าบ้านที่ใช้ครัวเป็นพื้นที่เล่าเรื่องและแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ซึ่งถือเป็น “จุดหมายปลายทางของวัฒนธรรมผ่านอาหาร” ที่มีมิติทางอารมณ์และจิตวิญญาณสูง นอกเหนือไปจากนั้น ข้อเสนอสำคัญที่ได้จากการสนทนากลุ่ม คือ การพัฒนาแนวคิด “Dinner With Story” หรือ “Edible Exhibition” ซึ่งเป็นกิจกรรมการผสมผสานนิทรรศการทางประวัติศาสตร์เข้ากับการเสิร์ฟอาหารแบบมีเรื่องเล่า โดยผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่เพียงแต่จะได้สัมผัสรสชาติอาหารเท่านั้น แต่ยังได้รับรู้ถึงที่มา ความเชื่อ และวัฒนธรรมเบื้องหลังเมนูนั้น ๆ เช่น การจัดดินเนอร์ได้แสงเทียนพร้อมฟังเรื่องราวของเมนูที่ใช้ในพิธีแต่งงานล้านนา หรือการจัดนิทรรศการอาหารที่นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสกลิ่น รส และภาพของอาหารในบริบททางวัฒนธรรมที่แท้จริง อีกทั้ง หมวณนี้ยังมีศักยภาพในการต่อยอดเป็น นโยบายด้านมานุษยภาพ (Soft Power) ของประเทศ เช่น การจัดเทศกาลอาหารในช่วงเทศกาลวัฒนธรรมท้องถิ่น อาทิ งานแห่เทียนพรรษา งานบั้งไฟ หรือเทศกาลกินเจ โดยใช้อาหารเป็น “สื่อกลาง” ในการสื่อสารอัตลักษณ์และความเชื่อของชุมชนท้องถิ่นไปยังนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างประเทศ

ดังนั้น วัฒนธรรมสัมพันธ์ผ่านอาหารจึงถูกจัดเป็นหนึ่งในหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มุ่งเน้นให้เห็นถึงการใช้อาหารเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดเรื่องราว ประวัติศาสตร์ ประเพณี และความเชื่อของชุมชนท้องถิ่น โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างประสบการณ์และความทรงจำที่มีคุณค่าในเชิงวัฒนธรรมให้แก่นักท่องเที่ยว ไม่ใช่เพียงแค่การรับประทานอาหาร หากแต่เป็นการสัมผัสกับวิถีชีวิต ความเชื่อ และรากเหง้าทางวัฒนธรรมของชุมชนผ่านจานอาหาร

การจัดจำแนกผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารตามลักษณะประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับเพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน จึงไม่เพียงช่วยสร้างฐานข้อมูลที่มีโครงสร้างชัดเจนสำหรับการวางแผนพัฒนาในระดับพื้นที่และระดับชาติ แต่ยังสามารถเป็น “ต้นแบบ” สำหรับการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเฉพาะทาง (Thematic Food Trails) การพัฒนาแพลตฟอร์มกลางสำหรับเชื่อมโยงระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ประกอบการ และเป็นเครื่องมือในการยกระดับนโยบายด้านอาหาร การท่องเที่ยว และวัฒนธรรมของประเทศไทยในระยะยาวได้ แสดงได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงการจัดหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารกับแนวทางพัฒนาสู่ความยั่งยืน

ประเภท/หมวดหมู่ผลิตภัณฑ์	ลักษณะสำคัญ	กิจกรรมตัวอย่าง	มิติเชิงความยั่งยืนที่เกี่ยวข้อง	แนวทางการพัฒนา
การท่องเที่ยวเชิงอาหาร				
1. เส้นทางวัตถุดิบ (Ingredient Journey)	เน้นกิจกรรมการสร้างประสบการณ์ที่จะก่อให้เกิดการเรียนรู้ตั้งแต่ต้นทางของวัตถุดิบ ไปจนถึงการบริโภค สัมผัสภูมิปัญญาท้องถิ่น และระบบนิเวศ	ปลูกผัก/เก็บเห็ด/ทำตะกร้าชุด ต้มยำ/เรียนรู้สมุนไพร GI	สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ (เชื่อมโยง SDGs เป้าหมายที่ 12 และ 15)	พัฒนาเป็นฐานข้อมูล GI/ส่งเสริมการตลาดแบบ Creative Supply/เส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตร
2. การรับรู้รสชาติท้องถิ่น (Local Menu Food Sensory)	เน้นกิจกรรมการสร้างประสบการณ์รับรู้โดยใช้ประสาทสัมผัสทั้งห้าในการสัมผัสอาหารเพื่อให้	การทำอาหารแบบขันโตก, โต๊ะกลางทุ่ง, ชิมอาหารใน	วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม สังคม	พัฒนาเส้นทางอาหารเชิงประสาทสัมผัส/เชื่อมโยงกับแนวคิด Mindful



ตารางที่ 2 แสดงการจัดหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารกับแนวทางพัฒนาสู่ความยั่งยืน (ต่อ)

ประเภท/หมวดหมู่ ผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร	ลักษณะสำคัญ	กิจกรรมตัวอย่าง	มิติเชิงความยั่งยืน ที่เกี่ยวข้อง	แนวทางการพัฒนา
3. ประสบการณ์ร่วม สร้างสรรค์อาหาร (Culinary Co- Creation)	เกิดประสบการณ์ทาง	ร้านริมทาง เช่น		Eating และการใช้
	อารมณ์และความทรงจำ	เยาวราช-นิมมานฯ		วัดถุดิบตามฤดูกาล
	เน้นกิจกรรมการสร้าง	ทำขนมไทย/	สังคม วัฒนธรรม	พัฒนาเป็นหลักสูตร
	ประสบการณ์ที่เปิด	เวิร์กช็อปน้ำพริก/		ระยะสั้น/กิจกรรม
	โอกาสให้นักท่องเที่ยว	หมัก คอมบูชา		อาสาสมัครอาหาร/
	ร่วมเรียนรู้และประกอบ	(Kombucha)/		แพลตฟอร์มสำหรับ
	อาหารด้วยตนเอง	กิจกรรม		กลุ่มเฉพาะทาง
4. วัฒนธรรมสัมพันธ์ผ่าน อาหาร (Gastroconnect)	จนก่อให้เกิดการ	แม่สอนลูก		
	แลกเปลี่ยนวัฒนธรรม			
	เน้นกิจกรรมการสร้าง	Dinner with	วัฒนธรรม Soft Power	ผลักดันนโยบาย
	ประสบการณ์ที่ใช้อาหาร	Story/Edible	ความยั่งยืน	Soft Power/
	เป็นเครื่องมือในการถ่าย	Exhibition/		จัดเทศกาลอาหาร
	ทอดเรื่องราว ความเชื่อ	ข้าวแช่/ขนม		เชิงวัฒนธรรม/เสริม
	และอัตลักษณ์ของชุมชน	ดอกมะพร้าว		ตัวชี้วัดความยั่งยืน

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า การจัดหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทยสามารถจำแนกออกเป็นสี่หมวดหลักที่สะท้อนการออกแบบ “ประสบการณ์” ของนักท่องเที่ยวอย่างครบถ้วน โดยแต่ละประเภทการท่องเที่ยวจะมีจุดเน้น ฟังก์ชัน และมิติความยั่งยืนที่แตกต่างกันเพื่อรองรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาดและชุมชนอย่างยั่งยืน

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนในประเทศไทย ชี้ให้เห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารสามารถสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวได้ โดยเริ่มต้นจากเส้นทางแหล่งกำเนิดอาหารไปจนถึงการรับประทานอาหารมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์เมนูอาหาร และการเพิ่มคุณค่าของอาหารให้มีความยั่งยืนและน่าจดจำ ซึ่งประสบการณ์ดังกล่าวอาจเกิดได้จากการเรียนรู้ การรับรู้ การลงมือปฏิบัติ และการแลกเปลี่ยนมุมมองความคิดเห็น แสดงให้เห็นกรอบของกิจกรรมและประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และสะท้อนให้เห็นถึงพัฒนาการของการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนในประเทศไทย ซึ่งก้าวข้ามขอบเขตของการบริโภคอาหารท้องถิ่นในฐานะสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ไปสู่การออกแบบ “ประสบการณ์เชิงความหมาย” ที่หลากหลายและลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น โดยประสบการณ์เหล่านี้แฝงอยู่ในกระบวนการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมท้องถิ่น อัตลักษณ์ทางอาหาร ภูมิปัญญาชาวบ้าน และการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำของกระบวนการผลิตอาหาร ก่อให้เกิด

การเรียนรู้ในหลายมิติ ทั้งด้านวัฒนธรรม สังคม และเศรษฐกิจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง “วัฒนธรรมอาหาร การกิน” ที่มองว่าอาหารมิใช่เพียงปัจจัยสี่เพื่อการดำรงชีวิต แต่คือ เครื่องมือในการถ่ายทอดความรู้ ความเชื่อ และ รากเหง้าทางสังคมของชุมชน (ปัญญา พงขมานะวงศ์ และคณะ, 2562)

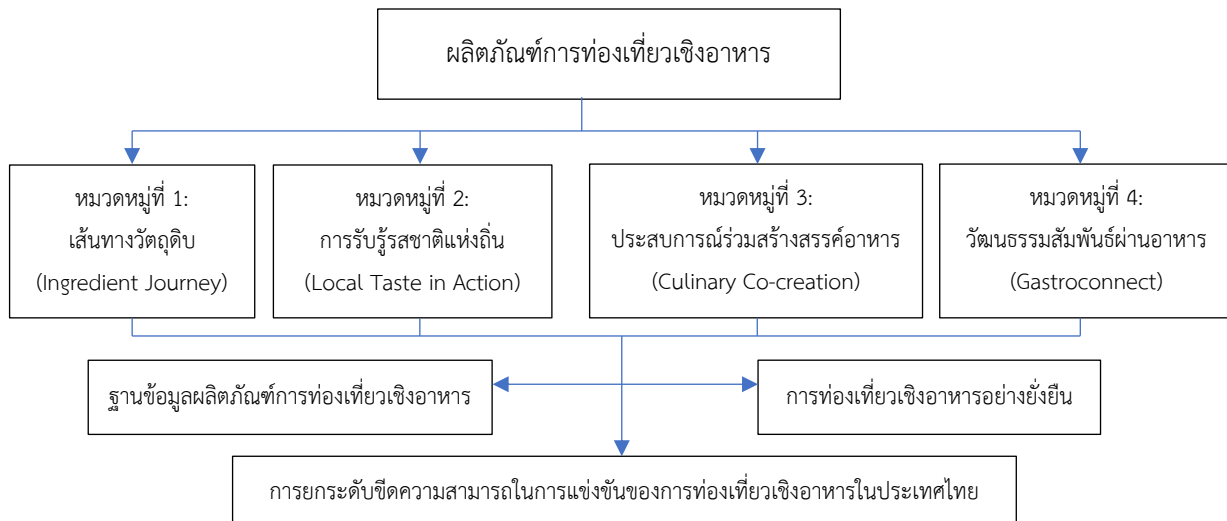
ผลการวิเคราะห์และการจัดหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนในประเทศไทยให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน จำแนกได้ 4 หมวดหมู่หลัก ตามลักษณะของประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ ประกอบด้วย 1) เส้นทางวัตถุดิบ 2) การรับรู้รสชาติแห่งถิ่น 3) ประสบการณ์ร่วมสร้างสรรค์อาหาร และ 4) วัฒนธรรมสัมพันธ์ผ่านอาหาร ซึ่งการจัดหมวดหมู่ดังกล่าวเป็นการสังเคราะห์แนวทางใหม่ในการพัฒนา “ฐานข้อมูลเชิงประสบการณ์” ที่สะท้อนถึงคุณลักษณะเฉพาะของแต่ละกิจกรรม และสามารถตอบสนองต่อแนวโน้มของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ที่แสวงหาประสบการณ์เชิงจิตวิญญาณและคุณค่าทางสังคม มากกว่าการเสพสื่อวัตถุเพียงอย่างเดียว สำหรับหมวดหมู่ เส้นทางวัตถุดิบเป็นหมวดหมู่ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับวัตถุดิบ ตั้งแต่ การปลูก การเก็บเกี่ยว การแปรรูป ไปจนถึงการบริโภคหรือจัดจำหน่าย ซึ่งสามารถเชื่อมโยงกับแนวคิด “การบริโภค อย่างรู้คิด” (Mindful Consumption) ที่เน้นความเข้าใจต่อที่มาและความหมายของอาหาร (Samaddar, K. & Mondal, S., 2024) โดยเฉพาะเมื่อวัตถุดิบนั้นมาจากภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การเรียนรู้วัตถุดิบ GI การปลูกผักโบราณ หรือการจัดทำตะกร้าอาหารพื้นถิ่นเพื่อใช้ในครัวเรือนและเป็นของฝาก ทั้งนี้ ยังสามารถขยายผลไปสู่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรสู่ความยั่งยืนที่สอดคล้องกับ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยเฉพาะเป้าหมายที่ 12 ว่าด้วยการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน และเป้าหมายที่ 15 ว่าด้วยการอนุรักษ์ระบบนิเวศบนบกและความหลากหลายทางชีวภาพ ดังนั้น หมวดหมู่นี้จึงเหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับการพัฒนาเป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเชิงเรียนรู้ โดยเฉพาะในกลุ่ม ตลาดที่สนใจเรื่องสุขภาพ วิถีอินทรีย์ และการบริโภคอย่างรู้คิด ในส่วนของหมวดหมู่ “การรับรู้รสชาติแห่งถิ่น” เป็นหมวดหมู่ที่สะท้อนให้เห็นว่า การกินอาหารท้องถิ่นในพื้นที่จริง มิใช่เพียงการลิ้มรส แต่เป็นการสัมผัสบรรยากาศ กลิ่น เสียง สี และบรรยากาศที่รายล้อมจานอาหาร ทั้งนี้ กิจกรรมที่มีในชุมชนของประเทศไทย เช่น กิจกรรมรับประทานอาหารแบบขันโตกในภาคเหนือ หรือการนั่งกินข้าวใต้ถุนบ้านในภาคอีสาน ได้รับการกล่าวถึงว่าเป็น “ประสบการณ์ องค์กรร่วม” ที่นำพานักท่องเที่ยวเข้าสู่โลกของวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างไม่เป็นทางการ และก่อให้เกิดความประทับใจ เชิงอารมณ์ อีกทั้งการออกแบบเมนูที่สอดคล้องกับฤดูกาล พิธีกรรม หรือวาระเฉพาะ ยังช่วยตอกย้ำความสัมพันธ์ ระหว่างอาหารกับความทรงจำ ซึ่งเป็นหัวใจของการสร้างประสบการณ์เชิงวัฒนธรรมในระยะยาวได้ (นิชมน ภมร และพัชร ดันติวิภาวิน, 2563) ดังนั้น หมวดหมู่นี้จึงเหมาะสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสประสบการณ์เชิง วัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง โดยสามารถใช้เป็นจุดขายหลักในเทศกาลอาหารท้องถิ่นหรือเส้นทางวัฒนธรรมประจำภูมิภาค นอกจากนี้ ในหมวดหมู่ “ประสบการณ์ร่วมสร้างสรรค์อาหาร” ถือเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบใหม่ที่มีความสอดคล้องกับแนวโน้มของการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนผ่านบทบาทของผู้บริโภคไปสู่ผู้มีส่วนร่วม (Transformative Tourism) โดยเฉพาะในกลุ่มเป้าหมายเฉพาะทาง เช่น เชฟ นักเรียน นักศึกษาด้านอาหาร หรือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มี แรงจูงใจในการเรียนรู้เชิงวัฒนธรรม (GlobalData, 2022) ซึ่งกิจกรรมการมีส่วนร่วมในลักษณะดังกล่าวไม่เพียงแต่จะ ช่วยเพิ่มพูนทักษะเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้าง “ความผูกพัน” และ “ความเข้าใจร่วม” ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน อีกทั้งยังสามารถนำไปสู่การพัฒนาเป็นหลักสูตรระยะสั้น หรือกิจกรรมอาสาสมัครด้านอาหารที่เสริมสร้างความยั่งยืน เชิงสังคมและเศรษฐกิจให้กับชุมชนได้โดยตรง สำหรับหมวดหมู่ “วัฒนธรรมสัมพันธ์ผ่านอาหาร” เป็นหมวดหมู่ที่มีมิติเชิง



นโยบายชัดเจนมากที่สุด โดยแสดงให้เห็นศักยภาพของอาหารไทยในการเป็นสื่อกลางของมานานภาพ (Soft Power) และทูตวัฒนธรรม การใช้อาหารเป็นเครื่องมือถ่ายทอดเรื่องราว ประเพณี และความเชื่อ ผ่านกิจกรรม เช่น การรับประทานอาหารที่มีเรื่องเล่า (Dinner With Story หรือ Edible Exhibition) ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ได้รับการกล่าวถึงในเวทีวิจัยว่า เป็นกิจกรรมที่สามารถนำไปพัฒนาต่อยอดได้ทั้งในเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และในระดับการส่งออกวัฒนธรรมไทยสู่ต่างประเทศ โดยไม่จำเป็นต้องพึ่งพาเพียงการโฆษณาเชิงพาณิชย์ แต่ใช้ “ประสบการณ์จริง” เป็นกลไกในการสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมอย่างลึกซึ้ง (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, 2558)

องค์ความรู้ใหม่

จากผลการวิจัยเรื่องนี้ ได้พบองค์ความรู้ใหม่ เกี่ยวกับการจัดหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนในประเทศไทยอย่างยั่งยืน ตามกรอบประสบการณ์ทั้งสี่มิติ (Ingredient Journey, Local Menu Food Sensory, Culinary Co-creation และ Gastroconnect) งานวิจัยได้นำเสนอองค์ความรู้ใหม่ ที่เน้นการบูรณาการความยั่งยืนในทุกขั้นตอน ตั้งแต่แหล่งผลิตจนถึงการสื่อความหมายทางวัฒนธรรม ภาพที่ 1 จึงสรุปรูปแบบการจำแนกผลิตภัณฑ์เชิงอาหารในประเทศไทยให้ชัดเจนในเชิงระบบ โดยผสมผสานมิติสิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจเข้าด้วยกัน ภายใต้แนวคิด “การขับเคลื่อนอุปสงค์ด้วยการพัฒนาอุปทาน” ซึ่งเป็นกรอบทฤษฎีใหม่และเป็นเครื่องมือสำหรับวางแผนนโยบายและกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืนในบริบทประเทศไทย แสดงได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงการจัดหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนในประเทศไทยอย่างยั่งยืน

การจัดหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนในประเทศไทยให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน มีรายละเอียด ดังนี้

1. เส้นทางวัตถุดิบ (Ingredient Journey) ซึ่งเน้นสร้างความเข้าใจตั้งแต่ต้นทางของวัตถุดิบจนถึงกระบวนการแปรรูปผ่านกิจกรรมเช่น การปลูกผัก การเก็บเห็ด หรือการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับสมุนไพร GI กรอบนี้เชื่อมโยงกับมิติด้านสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ (สอดคล้องกับ SDGs เป้าหมายที่ 12 และ 15) และ



ชี้ให้เห็นแนวทางพัฒนาที่สำคัญ เช่น การสร้างฐานข้อมูล GI และการส่งเสริมการตลาดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Supply) เพื่อขับเคลื่อนเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้เติบโตอย่างยั่งยืน

2. การรับรู้รสชาติแห่งถิ่น (Local Menu Food Sensory) ให้มีความสำคัญกับการกระตุ้นประสาทสัมผัสทั้งห้าผ่านกิจกรรมเช่น ชิมขันโตก การชิมอาหารริมทาง หรือการจัดโต๊ะกลางทุ่ง โดยมีมติเชิงวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และสังคมช่วยยกระดับประสบการณ์ให้มีความลึกซึ้งยิ่งขึ้น แนวทางการพัฒนามุ่งไปที่การออกแบบ “Sensory Trails” และการบูรณาการแนวคิด Mindful Eating ร่วมกับการใช้วัตถุดิบตามฤดูกาล เพื่อสร้างประสบการณ์ที่จดจำและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

3. ประสบการณ์ร่วมสร้างสรรค์อาหาร (Culinary Co-creation) เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการปรุงและสร้างสรรค์อาหารด้วยตนเองผ่านเวิร์กช็อปทำขนมไทย การผลิตน้ำพริก หรือกิจกรรมหมัก Kombucha ซึ่งไม่เพียงแต่เสริมสร้างทักษะเท่านั้น แต่ยังส่งเสริมการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและสร้างความสัมพันธ์เชิงสังคม แนวทางพัฒนาย้ำถึงการจัดอบรมร่วมกับเชฟท้องถิ่น และการพัฒนาหลักสูตร Hands-on Tourism ที่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่ต้องการประสบการณ์เชิงปฏิบัติจริง

4. วัฒนธรรมสัมพันธ์ผ่านอาหาร (Gastroconnect) ใช้อาหารเป็นสื่อเชื่อมโยงเรื่องราว ประเพณี และอัตลักษณ์ท้องถิ่นผ่านนิทรรศการ เทศกาล หรือกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม เช่น เทศกาลแห่เทียนพรรษาและประเพณีกินเจ กรอบนี้เน้นมิติด้านวัฒนธรรมและสังคมพร้อมเสนอแนวทางการจัดเทศกาลอาหารเชิงวัฒนธรรม การสร้างเครือข่าย Festival Trail และแพลตฟอร์มเชื่อมโยงผู้เข้าร่วมกับผู้ประกอบการ เพื่อส่งเสริม Soft Power และกระตุ้นการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจในท้องถิ่น

สรุปและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องนี้ สรุปได้ว่า ผลลัพธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนในประเทศไทย สามารถสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว โดยเริ่มต้นจากเส้นทางแหล่งกำเนิดอาหารไปจนถึงการรับประทานอาหาร การมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์เมนูอาหาร และการเพิ่มคุณค่าของอาหารให้มีความยั่งยืนและน่าจดจำ ก่อให้เกิดการเรียนรู้ การลงมือปฏิบัติ และการแลกเปลี่ยนมุมมองความคิดเห็น และสะท้อนให้เห็นถึงพัฒนาการของการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนในประเทศไทย ซึ่งก้าวข้ามขอบเขตของการบริโภคอาหารท้องถิ่นในฐานะสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ไปสู่การออกแบบ “ประสบการณ์เชิงความหมาย” ที่หลากหลายและลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น ประสบการณ์เหล่านี้แฝงอยู่ในกระบวนการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมท้องถิ่น อัตลักษณ์ทางอาหาร ภูมิปัญญาชาวบ้าน และการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำของกระบวนการผลิตอาหาร ก่อให้เกิดการเรียนรู้ในหลายมิติ ทั้งด้านวัฒนธรรม สังคม และเศรษฐกิจ ผลการวิเคราะห์และการจัดหมวดหมู่ผลลัพธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนในประเทศไทยให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน จำแนกได้ 4 หมวดหมู่ ได้แก่ เส้นทางวัตถุดิบ (Ingredient Journey), การรับรู้รสชาติแห่งถิ่น (Local Menu Food Sensory), ประสบการณ์ร่วมสร้างสรรค์อาหาร (Culinary Co-creation) และวัฒนธรรมสัมพันธ์ผ่านอาหาร (Gastroconnect) เพื่อสะท้อนการเปลี่ยนผ่านจากมุมมอง “สินค้า” สู่การออกแบบ “ประสบการณ์” อย่างเป็นระบบ โดยแต่ละหมวดถูกออกแบบให้สอดคล้องกับมิติความยั่งยืนทั้งด้านสิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ (SDGs เป้าหมายที่ 12, 15 และ 17) ผลการวิจัยนี้

ยังชี้ให้เห็นว่า กิจกรรมในแต่หมวดไม่เพียงกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยวผ่านการมีส่วนร่วมเชิงปฏิบัติและการใช้ประสาทสัมผัส แต่ยังช่วยสร้างมูลค่าให้กับชุมชนท้องถิ่นผ่านการพัฒนาฐานข้อมูล GI การส่งเสริม Creative Supply Chains และการออกแบบเส้นทางชิมเฉพาะ (Thematic Food Trails) นอกจากนี้ ยังช่วยเติมเต็มช่องว่างทางทฤษฎีด้านประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตลอดจนสนับสนุนให้หน่วยงานภาครัฐสามารถกำหนดดัชนีวัดประสิทธิภาพด้านความยั่งยืนเชิงอาหารในบริบทท้องถิ่น (Academic Implications) เพื่อปรับกลยุทธ์เชิงนโยบายได้อย่างเป็นรูปธรรม จึงมีข้อเสนอแนะ ดังนี้ 1) ควรส่งเสริมเทศกาลอาหารเชิงวัฒนธรรม การสร้างฐานข้อมูลกลางระดับชาติเพื่อรวบรวมและจัดหมวดหมู่ตามลักษณะประสบการณ์ การพัฒนาหลักสูตรการประกอบอาหารร่วมกับเชฟท้องถิ่น และแพลตฟอร์มดิจิทัลสำหรับการเล่าเรื่องอาหาร (Food Storytelling) และ 2) ควรขยายองค์ความรู้เชิงทฤษฎีด้านประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อเป็นเครื่องมือเชิงปฏิบัติและพร้อมนำไปใช้จริงในระดับนโยบาย การวางกลยุทธ์การพัฒนาในระยะยาวและสนับสนุนศักยภาพของชุมชนได้อย่างเป็นระบบ

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ไตรมาสที่ 4 ปี 2559. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. เรียกใช้เมื่อ 28 กันยายน 2567 จาก https://www.m-society.go.th/ewtadmin/ewt/mso_web/article_attach/18951/20524.pdf
- กองกลยุทธ์การตลาด. (2566). สถานการณ์การท่องเที่ยวตลาดในประเทศปี 2565. TAT Review Magazine. เรียกใช้เมื่อ 1 ตุลาคม 2567 จาก <https://tatreviewmagazine.com/article/situation2022-domestic/>
- ณิชนน ภมร และพัชรีย์ ตันติวิภาวิน. (2563). การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านวัฒนธรรมอาหารพื้นบ้านภาคเหนือตอนบนของไทย. วารสารวิจัยและพัฒนาระบบสุขภาพ (Rangsit Journal of Global Business and Social Responsibility), 6(2), 87-98.
- ธนาคารกรุงไทย. (2567). Krungthai COMPASS เปิด 6 เทรนด์ท่องเที่ยวยุคใหม่ ดึงดูดนักท่องเที่ยวศักยภาพสูง สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจกว่า 1.35 แสนล้านบาท. เรียกใช้เมื่อ 10 ตุลาคม 2567 จาก <https://krungthai.com/th/krungthai-update/news-detail/2895>
- บัณฑิต อเนกพูนสุข. (2560). Food on the Move. จุลสารวิชาการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 3(1), 8-19.
- ปัญญา พจมานะวงศ์ และคณะ. (2562). บทบาทของวัฒนธรรมอาหารการกินกับการพัฒนาเมืองแห่งอาหารการกินด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์: กรณีของกรุงเทพมหานคร. วารสารสถาบันแปซิฟิก (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 5(2), 420-432.
- สุดแดน วิสุทธิลักษณ์. (2558). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: แนวทางใหม่ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. เรียกใช้เมื่อ 24 กันยายน 2567 จาก <https://socanth.tu.ac.th/wp-content/uploads/2017/08/suddan-2558.pdf>
- Baum, T. (2019). Bridging the gap: making research “Useful” in food, tourism, hospitality and Events. In S. Beeton, & A. Morrison (Eds.), The Study of Food, Tourism, Hospitality and Events: 21st Century Approaches (pp. 157-166). Singapore: Springer.

- Carvalho, M. et al. (2021). Co-creative tourism experiences: A conceptual framework and its application to food & wine tourism. *Tourism Recreation Research*, 48, 668-692. <https://doi.org/10.1080/02508281.2021.1948719>
- Chaigasem, T. & Jecan, M. (2021). A Conceptual Framework of Gastronomy Tourism Development Focusing on Cultural Heritage Values in Maha Sarakham Province. *Journal of Psychology and Education*, 58(1), 5828-5841.
- Duxbury, N. et al. (2020). Creative Tourism Development Models towards Sustainable and Regenerative Tourism. *Sustainability*, 13(1), 2-17.
- Ellis, A. et al. (2019). What is food tourism? *Tourism Management*, 68(2018), 250-263.
- GlobalData. (2022). Gastronomy tourism market trend and analysis of traveller types, key destinations, challenges and opportunities. Retrieved August 21, 2024, from <https://www.globaldata.com/store/report/gastronomy-tourism-trend-analysis/>
- Okumus, B. et al. (2018). Food and gastronomy research in tourism and hospitality: a bibliometric analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 73(2), 64-74.
- Razpotnik, V. N. & Komac, B. (2021). Gastronomy tourism: A brief introduction. *Acta Geographica Slovenica*, 61(1), 95-105.
- Research and Markets. (2022). Global culinary tourism market (2022 to 2027): Industry trends, share, size, growth, opportunity and forecasts. *GlobeNewswire*. Retrieved August 21, 2024, from <https://www.globenewswire.com/news-release/2022/02/02/2377627/28124/en/Global-Culinary-Tourism-Market-2022-to-2027-Industry-Trends-Share-Size-Growth-Opportunity-and-Forecasts.html>
- Samaddar, K. & Mondal, S. (2024). "Priming tourists with traditional gastronomic delicacies: embracing a responsible approach towards sustainable consumption practice". *Consumer Behavior in Tourism and Hospitality*, 19(3), 383-403.
- Sosa, M. et al. (2021). Community-Based Tourism through Food: A Proposal of Sustainable Tourism Indicators for Isolated and Rural Destinations in Mexico. *Sustainability*, 13(12), 6693. <https://doi.org/10.3390/su13126693>
- United Nations World Tourism Organization. (2019). Guidelines for the development of gastronomy tourism. Retrieved August 21, 2024, from <https://www.eunwto.org/doi/book/10.18111/9789284420957>