

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG

GASTRONOMY TOURISM DEVELOPMENT BASED ON BCG ECONOMIC CONCEPT

ดารณี อาจหาญ¹ และเกดศิริ เจริญวิศาล^{2*}
Daranee Artharn¹ and Kaedsiri Jaroenwisan^{2*}

Received : 13 September 2021

Revised : 10 May 2022

Accepted : 18 May 2022

บทคัดย่อ

ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG ของรัฐบาล พ.ศ. 2564 - 2569 โดยมุ่งเน้นกลุ่มการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นเป้าหมายในการพัฒนาเศรษฐกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน เพื่อการกระจายรายได้ไปสู่พื้นที่ชุมชนอย่างทั่วถึง และลดความเหลื่อมล้ำที่เกิดจากการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพด้านทุนทรัพยากรที่เหมาะสมต่อแนวทางการพัฒนา และมีบริบทขององค์ประกอบที่สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจ BCG คือ ระบบเกษตร ซึ่งเป็นจุดกำเนิดของแหล่งอาหาร เรื่องราวที่มาของอาหาร รวบรวมมรดกภูมิปัญญาทางอาหาร สามารถนำมาต่อยอดสู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ดังนั้น บทความวิชาการนี้ เป็นการทบทวนเอกสารและงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบและกลไกเพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG พบว่า กลไกการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ควรมีองค์ประกอบหลัก 2 ส่วน คือ “AGFEC” ได้แก่ A-Agriculture (การเกษตร) G-Gastronomic (วัฒนธรรมอาหารการกิน) F-Food Safety (อาหารปลอดภัย) E-Experience (คุณค่าทางประสบการณ์ที่ได้สัมผัส) C-Creative Entrepreneur (ผู้ประกอบการสร้างสรรค์) และองค์ประกอบร่วม 4 ด้าน ได้แก่ ศักยภาพพื้นที่ ความมั่นคงทางอาหาร การเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทาน และปัจจัยสนับสนุน ทั้งนี้ยังพบว่า การยกระดับห่วงโซ่คุณค่าไปพร้อมกันทั้งคลัสเตอร์การท่องเที่ยวระดับเมืองและคลัสเตอร์การท่องเที่ยวระดับชุมชน ด้วยการสร้างเครือข่ายดำเนินงานร่วมกันด้วยแนวทางการสร้างความมั่นคงทางอาหารให้ประเทศ พร้อมกับการสร้างความมั่นคงให้กับทรัพยากรฐานการผลิตที่ยั่งยืน

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ความมั่นคงทางอาหาร เศรษฐกิจสร้างสรรค์
โมเดลเศรษฐกิจ BCG

¹ภาควิชาการจัดการโรงแรม คณะมนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

²สาขาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

¹Hotel Department, School of Humanities and Tourism Management Bangkok University

²Tourism, Hotel and Event Management, Faculty of Management Science, Silpakorn University

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

ABSTRACT

Strategies for driving the country's development under the government's BCG economic model 2021 - 2026 focus on tourism and creative economy as their goal for sustainable economic development. They also aim to distribute income to communities thoroughly and reduce the idiosyncrasies caused by the concentration of tourists in popular tourist destinations. Gastronomy tourism is part of the tourism industry. It has the resource capital potential suitable for the development approaches and has a context of elements consistent with the BCG economic concept. Farming systems are the origin of food sources, and story of food collects food wisdom heritages that can be further developed into creative industries. Therefore, this academic paper would like to explore on a review of relevant literature regarding the elements and mechanisms for suggesting guidelines for the development of gastronomy tourism based on BCG economic concept. This paper found that the mechanisms to drive gastronomy tourism should have two main elements. The first element is AGFEC including Agriculture, Gastronomic, Food Safety, Experience, and Creative Entrepreneur. Another element is the four common components including area potential, food security, supply chain links, and supporting factors. The article also found that upgrading the value chain should go hand-in-hand with both urban tourism clusters and community tourism clusters. It should be done by creating a network of operations together with the approaches to food security for the country while ensuring the stability of resources on a sustainable production base.

Keywords: Gastronomy Tourism, Food Security, Creative Economy, BCG Economic Model

บทนำ

การท่องเที่ยวของไทยเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจรายได้และการจ้างงานให้แก่ประชาชนในประเทศอย่างต่อเนื่อง ด้วยศักยภาพทางด้านการเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรมอาหารไทยที่มีชื่อเสียงระดับโลก ส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงได้ถูกนำมาเป็นยุทธศาสตร์ในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารร่วมกับการขับเคลื่อนการพัฒนากรรมวิธีการผลิตของภาคการเกษตร เน้นสร้างประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสบรรยากาศและวัฒนธรรมท้องถิ่นแบบเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและเน้นอาหารเพื่อสุขภาพ (อัฒนาถ ยกขุน และคณะ, 2563) แต่นโยบายกระตุ้นการท่องเที่ยวเน้นเป้าหมายเชิงปริมาณรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยว จึงเกิดการส่งเสริมการพัฒนาแบบทุนนิยมในแหล่งท่องเที่ยวมีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็วเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากซึ่งไม่สอดคล้องกับขีดความสามารถในการรองรับได้

ของแหล่งท่องเที่ยว จนเข้าสู่ภาวะการท่องเที่ยวเกินขนาด (Over Tourism) ส่งผลกระทบต่อ
ชนบทธรรมนิยมและวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น การรุกรานความเป็นส่วนตัวและการเบียดบังพื้นที่สาธารณะ
และบริการสาธารณะของชุมชน การสูญเสียเอกลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่น และปัญหามลพิษต่าง ๆ
ที่เพิ่มขึ้นจากกิจกรรมทางท่องเที่ยว รวมถึงปัญหาทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม
เนื่องจากเกินขีดความสามารถในการบริหารจัดการ

จากปัญหาการท่องเที่ยวแบบกระจุกตัวและเกินขนาด ยังส่งผลกระทบในหลาย ๆ ด้าน
ภายในประเทศ ยกตัวอย่างเช่น 1) ด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจที่สูงขึ้นในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว
ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวล้นหลามเข้าไปเป็นจำนวนมาก แต่ในขณะที่ประชากรในท้องถิ่นยังประกอบ
อาชีพทางการเกษตรที่มีรายได้ต่ำกว่าค่าครองชีพพื้นฐาน 2) ด้านสังคมและวัฒนธรรม ก่อให้เกิดการ
เปลี่ยนแปลงทางค่านิยมการประกอบอาหารแบบดั้งเดิมของท้องถิ่นสู่การเบี่ยงเบนวัฒนธรรมอาหาร
เพื่อเป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาเยือน และ 3) ด้านสิ่งแวดล้อม เกิดภาวะขยะและสิ่งปฏิกูลปริมาณ
เพิ่มขึ้นจากการบริโภคที่สูงในแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนั้นยังก่อให้เกิดมลพิษทางอากาศ ปริมาณน้ำ
เสียสูงขึ้นจากธุรกิจทางการท่องเที่ยวและบริการ เป็นต้น (ฐาปนีย์ เกียรติไพบูลย์, 2564)

ดังจะเห็นได้ว่า ผลจากการขาดเสถียรภาพในเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและ
การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนผลลัพธ์เชิงลบที่ปรากฏภาพชัดเจน ทำให้รัฐบาลดำเนินการ
เปลี่ยนแปลงแนวคิดกระบวนการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยมุ่งกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่น
อย่างทั่วถึง ลดความเหลื่อมล้ำจากการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม
เน้นการเติบโตภาคการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สร้างความตระหนักรู้การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า
มีการสร้างมูลค่าเพิ่มห่วงโซ่อุตสาหกรรม และคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม
ภายใต้ยุทธศาสตร์โมเดลเศรษฐกิจ BCG (Bio-Circular-Green Economy Model) (สำนักงานพัฒนา
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2563)

จากประเด็นต่าง ๆ ที่ได้กล่าวข้างต้น นโยบายเศรษฐกิจ BCG ที่รัฐบาลนำมาเป็นกรอบ
การพัฒนาและแก้ปัญหาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ประเทศเผชิญที่สอดคล้องกับวาระความร่วมมือ
ทางเศรษฐกิจเอเชียแปซิฟิกที่ต้องการผลักดันการส่งเสริมการค้าการลงทุนอย่างเสรี การเติบโต
ทางเศรษฐกิจครอบคลุมยั่งยืน ความมั่นคงทางอาหารและการเกษตร สุขภาพที่ดี (Well-being)
ทำให้ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตทางกลุ่มอุตสาหกรรมในกรอบเศรษฐกิจ BCG เห็นถึงโอกาสการพัฒนาศักยภาพ
ในการยกระดับมูลค่าการท่องเที่ยวอาหาร ด้วยจุดเด่นของความเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มอุตสาหกรรม
อาหารและการเกษตร (Food and Agriculture) ซึ่งเป็นต้นน้ำ กับกลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Tourism and Creative Economy) ซึ่งเป็นปลายน้ำในคลัสเตอร์
การท่องเที่ยวอาหาร อย่างไรก็ตาม แม้ว่าแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร
ในยุทธศาสตร์ประเทศจะมีความเป็นไปได้ในโอกาสในแง่การใช้ทุนทรัพยากรทางการเกษตร
การกระจายรายได้สู่การท่องเที่ยวชุมชน แต่ก็ยังมีข้อจำกัดในการขาดเครื่องมือหรือกลไก
กระบวนการพัฒนาในมิติการเชื่อมโยงกลุ่มอุตสาหกรรมต้นน้ำของอาหารกับการสร้างเขตพื้นที่
การท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานและการวางระบบเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้เกิดผลสัมฤทธิ์
ที่มีความชัดเจนตามแผนเศรษฐกิจ BCG

ดังนั้น บทความวิชาการนี้มีเป้าหมายนำไปสู่การทบทวนเอกสารและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับประเด็นดังกล่าวข้างต้น เพื่อเสนอกลไกการบูรณาการห่วงโซ่มูลค่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารมาเป็นตัวขับเคลื่อนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภายใต้ยุทธศาสตร์แผนพัฒนาเศรษฐกิจแบบ BCG สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมุ่งเน้นความสมดุลระหว่างมิติทั้งสามด้าน คือ การเติบโตทางเศรษฐกิจ (Economic Growth) ความครอบคลุมทางสังคม (Social Inclusion) และการคุ้มครองสิ่งแวดล้อม (Environmental Protection) ดังนั้น จึงศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ที่นำมาสู่การประยุกต์เป็นองค์ประกอบของกลไกการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างเป็นรูปธรรม ดังต่อไปนี้

โมเดลเศรษฐกิจ BCG สู่การพัฒนาที่ยั่งยืนกับการท่องเที่ยว

เศรษฐกิจ BCG เป็นการพัฒนา 3 มิติแบบองค์รวม ได้แก่ เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรชีวภาพ หรือผลผลิตทางการเกษตรต่อยอดพัฒนาความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมให้เป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) คำนี้การหมุนเวียนนำกลับมาใช้ประโยชน์ของทรัพยากรให้คุ้มค่า โดยทั้ง 2 เศรษฐกิจจะอยู่ภายใต้เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) เป็นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2563) โดยเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ของประเทศในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ BCG มีด้วยกัน 4 ข้อ ดังนี้ (1) การจัดสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์ของทรัพยากรและความหลากหลายทางชีวภาพ (2) การใช้จุดแข็งทางอัตลักษณ์และศักยภาพของพื้นที่ ความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยี ยกกระดับมูลค่าในห่วงโซ่การผลิตและบริการให้สูงขึ้น เพื่อพัฒนาชุมชนและเศรษฐกิจฐานราก (3) การใช้องค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม ช่วยยกระดับอุตสาหกรรม (4) สร้างความสามารถในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก

ดังนั้น การบูรณาการแนวคิดภาคการท่องเที่ยวซึ่งเป็นหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ BCG ด้วยเป้าหมายการเพิ่มรายได้การท่องเที่ยวเมืองรองจากกิจการในท้องถิ่นไม่ว่าจะเป็น ที่พัก อาหาร สมุนไพร และสินค้าคุณภาพจากท้องถิ่น การจ้างงานในชุมชนเพิ่มขึ้นผ่านกิจกรรมท่องเที่ยว สนับสนุนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาพื้นที่อย่างเป็นระบบ ส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวได้รับมาตรฐานความยั่งยืนระดับสากล (ฐาปนีย์ เกียรติไพบูลย์, 2564) นอกจากนั้นสำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (2561) มีข้อเสนอแนะการพัฒนาคลัสเตอร์ท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการพัฒนาควบคู่ไปกับการยกระดับเชิงพื้นที่ตามศักยภาพแต่ละภูมิภาค อาทิ เศรษฐกิจภาคเหนือ (NEC) เน้นการพัฒนาระบบเกษตรปลอดภัยมูลค่าสูง ส่งเสริมการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรเป็นผลิตภัณฑ์อาหารครบวงจร และต่อยอดเศรษฐกิจด้วยทุนทางวัฒนธรรมล้านนา (Creative Lanna) เศรษฐกิจภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (NEEC) เน้นแก้ปัญหาสุขภาพของประชาชนในพื้นที่ การผลิตสัตว์เศรษฐกิจชนิดใหม่ เช่น โคอีลันนาควิว และการหมุนเวียนใช้วัสดุเศษเหลือภาคการเกษตร เพาะเลี้ยงแมลงที่รับประทานได้ พร้อมกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมริมฝั่งโขง เศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) พัฒนาผลผลิตทางการเกษตรโดยเฉพาะกลุ่มไม้ผลต่อยอดสู่อุตสาหกรรมอนาคต การหมุนเวียนใช้ทรัพยากรน้ำให้เกิดประโยชน์สูงสุดร่วมกับพื้นที่เศรษฐกิจอุตสาหกรรมภาคตะวันออก และเศรษฐกิจภาคใต้ (SEC)

ส่งเสริมการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ การแปรรูปผลผลิตเป็นอาหารที่มีมูลค่าสูง ส่งเสริมการท่องเที่ยวปักษ์ใต้ยุคใหม่ และส่งเสริมพื้นที่สร้างสรรค์เชิงพหุวัฒนธรรม การจัดการขยะพลาสติกครบวงจรในแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล และหมู่เกาะ

อย่างไรก็ตามแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืนนั้น ต้องพัฒนา 3 ด้าน ได้แก่ (1) ยกระดับมาตรฐาน (Standardize) การท่องเที่ยวตลอดห่วงโซ่อุตสาหกรรม ตั้งแต่กิจกรรมการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ แรงงานและแหล่งท่องเที่ยว โดยการต่อยอดจาก มาตรฐานหลัก 3 เรื่อง คือ มาตรฐาน Amazing Thailand Safety and Health Administration (SHA), มาตรฐาน Thailand Tourism Standard (TTS) และมาตรฐาน Global Sustainable Tourism Criteria (GSTC) (2) พัฒนาการเชื่อมโยง (Connectivity) การเดินทางด้วยระบบขนส่ง สาธารณะที่สะดวก สะอาด ปลอดภัย รวมถึงการเชื่อมโยงการเดินทางจากแหล่งท่องเที่ยวหลัก 5 จังหวัด คือ กรุงเทพมหานคร ชลบุรี ภูเก็ต กระบี่ และเชียงใหม่ ไปสู่แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองหรือ ชุมชนได้อย่างสะดวก นอกจากนี้ยังรวมถึงพัฒนาการเชื่อมโยงของระบบ Digital Platform ด้วย และ (3) ระบบจัดการที่ยั่งยืน (Sustainability) บริหารจำนวนนักท่องเที่ยวสอดคล้องกับความสามารถ ในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว ระบบติดตามผลกระทบทางการท่องเที่ยว รักษาและฟื้นฟูทรัพยากร ธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมของไทย สร้างมูลค่าและคุณค่าความเป็นไทยด้วยการนำอัตลักษณ์ มาพัฒนาสินค้าและบริการ (TAT Academy, 2564)

แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอาหารกับการพัฒนาเศรษฐกิจระดับท้องถิ่น

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) เป็นการผสมผสานทรัพยากร การท่องเที่ยวกับทรัพยากรการเกษตรในพื้นที่ โดยการนำเอกลักษณ์เฉพาะของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม รวมเป็นประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวผ่านการลิ้มรสอาหารเฉพาะพื้นที่ เรียนรู้ กระบวนการผลิตอาหาร และการลงมือทำอาหาร Hall & Sharples (2003) ให้ความหมายว่า แรงจูงใจที่ส่งผลให้เกิดการเดินทางเพื่อหาประสบการณ์อาหารจากแหล่งผลิตวัตถุดิบทั้งทางตรง และทางอ้อม เช่น เทศกาลอาหารเฉพาะท้องถิ่น ชิมอาหารจากร้านอาหารท้องถิ่นที่มีความโดดเด่น ของวัตถุดิบ การเข้าร่วมกิจกรรมเรียนรู้ผลผลิตทางการเกษตร และการแปรรูปอาหารให้เป็นสินค้า ของที่ระลึกเกี่ยวกับอาหาร อาทิเช่น เครื่องเทศ เครื่องปรุง ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป ผลไม้ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมที่เกี่ยวกับอาหารจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวที่ให้นิยามแตกต่างกันออกไปตามบริบทของประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวสัมผัส อันได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ศาสตร์ การประกอบอาหาร (Culinary Tourism), การท่องเที่ยวเพื่อชิมอาหารและเครื่องดื่มชั้นเลิศ (Gourmet Tourism) และการท่องเที่ยววัฒนธรรมวิถีการกินอาหาร (Gastronomic Tourism) (Ellis et al., 2019; Horng & Tsai, 2012) บริบทของการท่องเที่ยวอาหารจึงเป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากระบบ การผลิตอาหารและวัฒนธรรมของพื้นที่ ซึ่งการท่องเที่ยวอาหารสามารถเชื่อมโยงวัฒนธรรมท้องถิ่น ทางตรงผ่านการกระบวนการผลิตและการบริโภคอาหารเชิงวัฒนธรรม ถือเป็นการเพิ่มมูลค่าของ โครงสร้างย่อยของระบบเศรษฐกิจนำไปสู่การจ้างงานในหน่วยผลิตย่อยที่มีความเกี่ยวข้อง เช่น ผู้ประกอบการอาหาร ผู้แปรรูปผลิตภัณฑ์อาหาร และผู้ออกแบบอาหาร (Rinaldi, 2017) ความโดดเด่น

ของแหล่งผลิตอาหารที่มีความหลากหลายสร้างแรงดึงดูดในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง (high-value tourists) สำหรับการยอมจ่ายเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตามข้อมูลของ The World Food Travel Association (2019) ทางด้านปัจจัยในการตัดสินใจเกิดจากความต้องการเติมเต็มประสบการณ์การรับประทาน ค้นหาความเป็นรากเหง้าของอาหารในท้องถิ่น ค้นหาความแปลกใหม่ของวัฒนธรรมวิถีการกิน ดังนั้นความเชื่อมโยงประสบการณ์ทางวัฒนธรรมอาหารร่วมกับการท่องเที่ยวเปรียบเสมือนการสนับสนุนเศรษฐกิจระดับท้องถิ่น (Scarpato, 2000) ด้วยเหตุผลประการที่หนึ่ง แหล่งผลิตอาหารทางการเกษตรมีความสอดคล้องกับระบบนิเวศของชุมชน ประการที่สอง ความสามารถในการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมในกระบวนการผลิตและการบริโภคอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น และประการที่สาม การท่องเที่ยวช่วยเพิ่มรายได้ให้กับท้องถิ่น เกิดอาชีพใหม่ให้แก่คนในชุมชน เช่น ไกด์ท้องถิ่น ผู้ให้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร นักปรุงอาหารท้องถิ่น ผู้ผลิตวัตถุดิบและแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร และธุรกิจบริการอื่น ๆ เป็นต้น

ดังนั้น การผลักดันการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้บรรลุตามเป้าหมายการพัฒนาเศรษฐกิจระดับท้องถิ่นนั้น ควรมีการใช้ต้นทุนของแหล่งอาหารที่เข้มแข็ง มีความเหมาะสมทางภาพชีวภาพ ภาพลักษณ์ของความเป็นท้องถิ่น สร้างตราสินค้าในแต่ละภูมิภาค คนในชุมชนมีส่วนเกี่ยวข้อง ผู้ผลิตอาหารและการท่องเที่ยวสร้างประโยชน์ร่วมกันด้วยความสอดคล้องกับนโยบายภาครัฐ (Yeoman & McMahon-Beattie, 2016) ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับแนวคิดของ Hall & Goßling (2016) ที่เห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารควรมีการกำหนดบทบาทกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร และอุตสาหกรรมเกษตรเป็นตัวขับเคลื่อนกิจกรรมการท่องเที่ยว แต่นโยบายขับเคลื่อนเพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวอาหารนั้นยังไม่มีแนวคิดการบูรณาการเชื่อมโยงกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีส่วนเกี่ยวข้องแบบองค์รวม (Baum, 2019; Ellis et al., 2019; Getz et al., 2014; Okumus et al., 2018; Yeoman & McMahon-Beattie, 2016)

ระบบอาหารและการเกษตรที่ยั่งยืน

แนวคิดความมั่นคงระบบอาหาร องค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) เห็นถึงความสำคัญ เพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนอาหารจากกระบวนการผลิต และการเข้าถึงอาหารที่ดีต่อสุขภาพ เพราะปัญหาโภชนาการจะยังผลมีต่อรายจ่ายงบประมาณสาธารณสุขของประเทศตามมา ซึ่งความมั่นคงทางอาหารของประเทศไทยก็มีแนวคิดที่สอดคล้องกับ นันทกานต์ จันทร์อ่อน (2557) ได้อธิบายไว้ว่า ความมั่นคงทางอาหารนำไปสู่ความเชื่อมโยงในประเด็นอื่น ๆ ทางสังคมด้วย เช่น การเข้าถึงอาหาร การผลิตอาหารให้ได้ปริมาณสม่ำเสมอ ความปลอดภัยทางอาหาร ความมั่นคงทางอาหารของชุมชน ทั้งยังรวมไปถึงบริบทแวดล้อมที่เกี่ยวกับทางสังคม ลดปัญหาความยากจน สร้างการพึ่งพาตนเองของชุมชนได้อีกด้วย ดังนั้นการสร้างระบบอาหารที่มั่นคง เป็นการช่วยปิดความเปราะบางของความเหลื่อมล้ำในระบบการผลิตอาหาร ลดการขาดแคลนเรื่องอาหารในอนาคต ควรให้ความสำคัญในการนำระบบนิเวศมาเชื่อมโยงเข้ากับการเกษตร เน้นวิธีการผลิตแบบเกษตรอินทรีย์ สร้างความสมดุลจากความร่วมมือในหลากหลายหน่วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอาหาร จากต้นทางผู้ผลิต ขั้นตอนการผลิต กระบวนการแปรรูป การขนส่ง สถานที่จำหน่าย และปลายทางสู่ผู้บริโภค ตามลำดับ การสร้างความมั่นคงทางอาหารที่ทาง Food and Agricultural Organization

of the United Nations: FAQ & INRAE (2020) เสนอแนวทางไว้ 5 ด้าน ได้แก่ (1) การเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยและมีคุณค่าทางโภชนาการ (2) การปรับเปลี่ยนวิถีการบริโภคเพื่อความยั่งยืน (3) การส่งเสริมระบบการผลิตที่เพียงพอเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (4) การส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของภาคและการกระจายความเท่าเทียม (5) การสร้างความยืดหยุ่นปรับตัวได้ในทุกวิกฤตเพื่อลดผลกระทบในด้านต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับรากฐานสำคัญในเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable development goals : SDGs) ขององค์กร The Global Sustainable Tourism Council (2019) ที่ได้ให้ความสำคัญของระบบอาหารที่ยั่งยืนนั้นต้องมาจากการสร้างมูลค่าเชิงบวกพร้อมกันทั้ง 3 มิติ คือ ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ ความยั่งยืนทางสังคม และความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม

ซึ่งเสกสรร พาป้อง (2560) ได้อธิบายระบบอาหารที่ยั่งยืน 3 มิติ ดังนี้ (1) มิติทางเศรษฐกิจ กิจกรรมที่ดำเนินการงานในระบบอาหารในเชิงพาณิชย์ควรสร้างประโยชน์หรือเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม กล่าวคือ ค่าแรงสำหรับคนงาน ภาษีสำหรับรัฐบาล ผลกำไรสำหรับองค์กร และการปรับปรุงแหล่งอาหารสำหรับผู้บริโภค (2) มิติทางสังคม ความเท่าเทียมในการกระจายมูลค่าทางเศรษฐกิจ และจำเป็นต้องมีส่วนร่วมเพื่อความก้าวหน้าของผลลัพธ์ทางสังคม-วัฒนธรรม เช่น โภชนาการและสุขภาพ ประเพณี สภาพแรงงาน และสวัสดิภาพสัตว์ และ (3) มิติด้านสิ่งแวดล้อม แสดงให้เห็นถึงการผลิตอาหารที่ดีต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ คำนึงถึงความหลากหลายทางชีวภาพเชิงบวก ลดการปล่อยก๊าซคาร์บอน การสูญเสียอาหารและขยะ และสารพิษ

สำหรับการพัฒนาศักยภาพและเสริมความมั่นคงอาหารในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก ฉันทานนท์ วรรณเขจร (2564) เลขาธิการสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (สศก.) กล่าวในการประชุมเชิงปฏิบัติการ APEC Policy Partnership on Food Security Roadmap Intersessional Webinar เสนอแนวทางพัฒนายโยบายการเกษตร ด้วยการปรับปรุงระบบความมั่นคงอาหารและโภชนาการ สนับสนุนวิถีการดำรงชีวิตในชุมชน มีการเปลี่ยนแปลงระบบอาหารให้มีความสมดุลทั้งมิติสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม รวมถึงให้ความสำคัญการประสานงานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ระหว่างกลุ่มการเกษตรและกลุ่มอาหาร ด้วยการทำงานร่วมกันของภาครัฐและเอกชนและสถาบันการศึกษา ในการจัดหาโครงสร้างพื้นฐานและการถ่ายทอดเทคโนโลยีขั้นสูงที่มีนวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของเกษตรกรรายย่อยระดับชุมชน

คลัสเตอร์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism Cluster)

อาหารเป็นสัญลักษณ์สะท้อนคุณค่าทางมรดกวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่นที่สืบทอดต่อกันมา ตั้งแต่กระบวนการผลิตอาหาร ขั้นตอนการเก็บรักษา การแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหาร และการปรุงอาหาร ดังนั้น อาหารจึงมีหน้าที่หลักทางการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสนับสนุนการบริโภคแก่คนในท้องถิ่นและผู้มาเยือน และอาหารเป็นมรดกทางเอกลักษณ์วัฒนธรรมการกินอยู่ของท้องถิ่นหรือเผ่าพันธุ์ต่าง ๆ (Quan & Wang, 2004) ดังนั้น กิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนการชิมอาหารท้องถิ่นจึงได้รับความนิยม และนักท่องเที่ยวคุณภาพสูงให้ความสำคัญใช้จ่ายเพื่อเติมเต็มประสบการณ์การรับประทานอาหาร (Dining Experience) (ชญานิน วังซ้าย, 2557) การท่องเที่ยวอาหารยังมีส่วนร่วมในการสร้าง

อาชีพให้กับท้องถิ่นจากการใช้อาหารเป็นตัวนำกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เช่น ตลาดชุมชน เทศกาลอาหารการกิน ร้านอาหารท้องถิ่น (Smith & Xiao, 2008) การเยี่ยมชมฟาร์ม ร้านจำหน่ายผลผลิตทางอาหาร นิทรรศการทางการเกษตร (Lin et al., 2011) นอกจากนั้นอาหารยังเป็นเครื่องมือทางการตลาดเพื่อใช้ในการโปรโมทอัตลักษณ์ของแต่ละภูมิภาคเป็นจุดหมายปลายทางที่ผู้คนปรารถนาในการเดินทางมาสัมผัสประสบการณ์ทางอาหารถึงท้องถิ่นนั้น ๆ

จากความสำคัญด้านอาหารและการท่องเที่ยวที่กล่าวมาข้างต้น ยุทธศาสตร์แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารร่วมไปกับการพัฒนาการผลิตของภาคการเกษตร มุ่งเน้นประสบการณ์ที่ได้สัมผัสบรรยากาศและวัฒนธรรมท้องถิ่นแบบ Authentic Local Tourism และการท่องเที่ยวอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมทั้งอาหารเพื่อสุขภาพอีกด้วย (ชัยนันต์ ไชยเสน, 2562) อาจกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวอาหารเป็นการเชื่อมโยง 3 หน่วยธุรกิจเข้าด้วยกัน ได้แก่ (1) หน่วยธุรกิจภาคการเกษตร แหล่งผลิตวัตถุดิบตามระบบนิเวศของท้องถิ่น (2) หน่วยธุรกิจบริการอาหาร เป็นการใช้เทคนิคการปรุงสูตรอาหารจากเชฟในการชูวัตถุดิบให้โดดเด่น (Smith & Xiao, 2008) และ (3) หน่วยธุรกิจการท่องเที่ยว หรือนักการตลาดการท่องเที่ยว สร้างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว นำมาสู่แนวคิดของ Andersson, Mossverg & Therkelsen (2017) ที่เสนอรวมหน่วยธุรกิจที่มีบทบาทในการสนับสนุนการท่องเที่ยวอาหาร เป็นคลัสเตอร์หน่วยธุรกิจของการท่องเที่ยวอาหารทั้งหมดเข้าด้วยกัน ทั้งกิจการที่ดำเนินธุรกิจบริการอาหารในชุมชนเมืองและกิจการด้านการผลิตทางการเกษตรในส่วนภูมิภาค โดยเป้าหมายเพื่อ (1) ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจทางด้านอาหาร (2) ส่งเสริมชีพพลายเออร์จากท้องถิ่น (3) สนับสนุนการสร้างแบรนด์อาหารของชาติ (4) ขยายตลาดธุรกิจอาหารให้กว้างขึ้น (5) สร้างเครือข่ายในห่วงโซ่มูลค่า (6) พัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

การสร้างมูลค่าทางด้านอาหารต้องการความร่วมมือประสานกันทั้งระบบคลัสเตอร์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อสร้างความเข้มแข็งที่ตอบสนองความคาดหวังนักท่องเที่ยวที่เรียกร้องประสบการณ์แปลกใหม่ โดยสิ่งเหล่านี้ต้องอยู่บนรากฐานของเอกลักษณ์เฉพาะและวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นที่ไปเยือน และสนับสนุนการใช้ทรัพยากรของท้องถิ่นแบบไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการท่องเที่ยวอาหาร

การพัฒนาการท่องเที่ยวผ่านระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ ภูมิปัญญา และความคิดสร้างสรรค์เชื่อมโยงกับทุนทางปัญญา และความหลากหลายทางวัฒนธรรม สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการรูปแบบใหม่ทางการท่องเที่ยว ที่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเช่น การสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวผ่านการการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงศิลปะและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นต้น (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2564) ซึ่งมาจากแนวคิดของ Howkins (2001) ที่อธิบายถึง การสร้างมูลค่าสินค้าหรือบริการที่เกิดจากความคิดของมนุษย์ จินตนาการ ภูมิปัญญา สังคม วัฒนธรรม

ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ใช้ “อาหาร” เป็นองค์ประกอบสร้างประสบการณ์และความเพลิดเพลินจากการเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่าง

จากท้องถิ่นที่ของนักท่องเที่ยว การนำอาหารและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับอาหารเป็นปัจจัยในการผลักดันการท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลงจากท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เข้าสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ที่เน้นการท่องเที่ยวค้นหาประสบการณ์ตามสภาพความเป็นจริงของสถานที่เพื่อเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในงานศิลปะ ภูมิปัญญา หรือวัฒนธรรมในท้องถิ่น และเกิดความสัมพันธ์กับผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ซึ่งเป็นฐานของผู้สร้างสรรค์วัฒนธรรมที่ยังมีชีวิตอยู่ โดยใช้อาหารเป็นตัวดึงดูดสำคัญด้วยการเพิ่มพูนประสิทธิภาพความสร้างสรรค์ในการผลิตสินค้า (Creative Product) ให้สามารถเข้าถึงความเป็นเอกลักษณ์วิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่นสู่รูปแบบธุรกิจเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่น

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าภาคการท่องเที่ยวเป็นแรงสนับสนุนที่มีศักยภาพของการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในส่วนของกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industry) มรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติที่ต้องพึ่งพากระบวนการความคิดสร้างสรรค์ (Creative Ecology) เป็นสิ่งสำคัญในการช่วยพัฒนาส่งเสริมเศรษฐกิจ ดังนั้น TAT Review Magazine (2011) จึงมีแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งมีสาระสำคัญ คือ (1) การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ควบคู่ไปกับการเพิ่มคุณค่าให้กับทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่มีอยู่ให้มีการสร้างสรรค์เกิดขึ้นบนพื้นฐานองค์ความรู้และนวัตกรรมเกิดขึ้นตลอดห่วงโซ่การผลิต (2) การกำหนดนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศจำเป็นต้องมีหน่วยงานรับผิดชอบหลักในการขับเคลื่อนการพัฒนาระดับปฏิบัติการและมีการบูรณาการการดำเนินงานหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน (3) การปรับโครงสร้างการผลิตและบริการโดยผนวกความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมเข้าสู่ทุกขั้นตอนของห่วงโซ่การผลิตเข้ามาดำเนินการให้ครอบคลุมทั้งระบบเศรษฐกิจ และเชื่อมโยงไปสู่หน่วยธุรกิจภาคการเกษตร ภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการ บนพื้นฐานของวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Creative and Green Economy)

ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงอาหารนับเป็นตัวแปรที่สำคัญของแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ด้วยความพร้อมด้านโครงสร้างห่วงโซ่การท่องเที่ยวเชิงอาหารและทรัพยากรทางการเกษตรที่หลากหลาย และทุนทางภูมิปัญญาและวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น แต่ต้องมีการเข้าใจวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่นอย่างลึกซึ้ง รวมถึงมีการแลกเปลี่ยนวิธีคิดทางธุรกิจเข้าไปประสานเชื่อมวัฒนธรรมอย่างสนิทแนบเพื่อส่งเสริมการสร้างผลผลิตที่มีความคิดสร้างสรรค์ที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นมาผนวกเข้ากับนวัตกรรมในการสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าสูง (High Touch) นำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจระดับภูมิภาคภายใต้กรอบกระบวนการทัศน์ของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อภิปรายและข้อเสนอแนะ

จากการสังเคราะห์แนวคิดที่เกี่ยวข้องในส่วนต่าง ๆ ทำให้ได้ข้อสรุปเกี่ยวกับกลไกในการขับเคลื่อนกลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยวภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG กลุ่มท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วย “การท่องเที่ยวเชิงอาหาร” ซึ่งจะใช้การยกระดับห่วงโซ่มูลค่าของกลุ่มการเกษตรที่เป็นแหล่งผลิตอาหาร (ต้นน้ำ) ส่งผ่านมรดกทางวัฒนธรรมอาหารของวิถีการกินอยู่ของพื้นที่

(กลางน้ำ) และการอนุรักษ์อัตลักษณ์ด้านอาหารด้วยการสนับสนุนจากกิจกรรมสร้างสรรค์ (ปลายน้ำ) ก่อให้เกิดการเศรษฐกิจกระจายสู่ท้องถิ่น ควรประกอบด้วย 2 องค์ประกอบสำคัญ คือ 1) องค์ประกอบโมเดล “AGFEC” และ 2) องค์ประกอบสนับสนุนร่วม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. องค์ประกอบโมเดล “AGFEC” ซึ่งเป็นองค์ประกอบหลักเพื่อสนับสนุนการสร้างห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอาหาร สามารถอธิบายรายละเอียด “AGFEC” ดังนี้

A-Agriculture (การเกษตร) ปรับโครงสร้างวิธีการผลิตแบบครบวงจรเพิ่มประสิทธิภาพของการเกษตรให้สูงขึ้น ยกระดับผลผลิตทางการเกษตรให้มีคุณภาพและความปลอดภัย และสร้างมาตรฐานของสินค้าให้มีตามคุณภาพและรักษาเสถียรภาพของสินค้าเกษตร รวมไปถึงการพัฒนาการผลิตอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าอาหารไทย

G-Gastronomic (วัฒนธรรมอาหารการกิน) เอกลักษณ์อาหารตามพื้นที่ กระบวนการแปรรูปวัตถุดิบอาหารและเครื่องเทศสมุนไพรส่งต่อเป็นวัฒนธรรมอาหารพื้นถิ่น วิธีการกินบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของคนในท้องถิ่น

F-Food Safety (อาหารปลอดภัย) มาตรฐานอาหารที่มีคุณภาพและปลอดภัย พัฒนาจุดแข็งทางด้านอาหารไทยด้านประโยชน์ต่อสุขภาพ การพัฒนาสารประกอบมูลค่าสูง (Functional Ingredient) หรืออาหารฟังก์ชัน อาทิ เพิ่มภูมิคุ้มกันโรค บำรุงสมอง ลดความเสี่ยงของระบบต่าง ๆ ภายในร่างกาย เป็นต้น ภาวะเทียบกำกับดูแลคุ้มครองผู้บริโภคและผู้ประกอบการบริการอาหาร

E-Experience (คุณค่าทางประสบการณ์ที่ได้สัมผัส) สร้างประสบการณ์กับนักท่องเที่ยวผ่าน “อาหารไทย” เป็นแรงดึงดูดความน่าสนใจของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวด้านอาหารเฉพาะกลุ่ม ทั้งคุณค่าในอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่ดำรงอยู่และประสบการณ์ที่ตราตรึง

C-Creative Entrepreneur (ผู้ประกอบการสร้างสรรค์) สนับสนุนผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบการในกลุ่มต่าง ๆ ที่อยู่ในห่วงโซ่การผลิต เช่น กลุ่มสตาร์ทอัพ กลุ่มผู้ประกอบการเชิงนวัตกรรม กลุ่มสมาร์ตฟาร์มเมอร์ กลุ่มผู้ให้บริการมูลค่าสูง และกลุ่มผู้ประกอบการสร้างสรรค์ เป็นต้น เข้ามามีบทบาทการออกแบบรูปแบบกิจกรรมสร้างสรรค์เป็นการเพิ่มมูลค่าในการท่องเที่ยวอาหาร

นอกจากองค์ประกอบโมเดล “AGFEC” ข้างต้นแล้วนั้น เพื่อให้เป้าหมายของการดำเนินงานเศรษฐกิจ BCG ให้สัมฤทธิ์ผลในภาพรวมต้องคำนึงถึงปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนอื่น ๆ ในกลไกการพัฒนาการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ขับเคลื่อนได้อย่างมีประสิทธิภาพควรมี 4 องค์ประกอบร่วม

2. องค์ประกอบสนับสนุนร่วม เป็นองค์ประกอบสนับสนุนที่เชื่อมโยงการพัฒนาการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เกิดความยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่

องค์ประกอบที่หนึ่ง : ศักยภาพพื้นที่ ความพร้อมหรือบริบทแวดล้อมของพื้นที่ทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ซึ่งสามารถนำมาดำเนินการเพิ่มมูลค่าเชิงพื้นที่ที่มีแนวโน้มที่จะบรรลุเป้าหมาย

องค์ประกอบที่สอง : ความมั่นคงทางอาหาร สนับสนุนการผลิตและบริโภคที่ยั่งยืน การเข้าถึงอาหารที่เพียงพอและมีคุณค่าทางโภชนาการตลอดทั้งปี รักษาเสถียรภาพของการใช้ทรัพยากรบนพื้นฐานความหลากหลายพร้อมปกป้องสิ่งแวดล้อม อนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ

องค์ประกอบที่สาม : การเชื่อมโยงในห่วงโซ่เพื่อสร้างมูลค่าการท่องเที่ยวเชิงอาหาร บูรณาการทำงานร่วมกันภายในคลัสเตอร์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เกิดความร่วมมือในสนับสนุนระหว่างกลุ่มผู้ให้บริการมูลค่าสูง (High Value Service Providers) และกลุ่มผู้ประกอบการสร้างสรรค์ (Creative Entrepreneur) สร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์หรือรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยดึงจุดเด่นแต่ละท้องถิ่นที่อัตลักษณ์สร้างคุณค่าใหม่ (Value Creation) ตลอดห่วงโซ่ของผลิตภัณฑ์

องค์ประกอบที่สี่ : ปัจจัยสนับสนุน เป็นองค์ประกอบเอื้อให้เกิดความสำเร็จ ได้แก่ นโยบายภาครัฐบาลที่สนับสนุนภาคธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม และธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องให้ครบวงจร การบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพทั้งระบบด้วยเทคโนโลยีเชื่อมต่อข้อมูล บูรณาการองค์ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงยกระดับมาตรฐานด้านสุขอนามัยเพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นในการผลิตและบริการให้เป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน

ตามข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอาหารยั่งยืน โดยมีกลไก 2 ส่วนในการขับเคลื่อน คือ องค์ประกอบหลัก “AGFEC” และ 4 องค์ประกอบร่วม ดังนั้นนำมาสู่กระบวนการสร้างสรรค์รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารด้วยการบูรณาการเครือข่ายการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ดังรายละเอียดขั้นตอน ต่อไปนี้

1. ประเมินความพร้อม ศึกษาความเป็นไปได้ทางศักยภาพของพื้นที่ทั้งความพร้อมของแหล่งวัตถุดิบอาหารที่สอดคล้องกับเอกลักษณ์ของพื้นที่ และความพร้อมในการนำมาพัฒนาต่อยอดเชิงกิจกรรมสร้างสรรค์ทางการท่องเที่ยว

2. วางแผนการใช้ทรัพยากร จัดสรรการใช้ทรัพยากรที่เป็นอัตลักษณ์ในการนำมาใช้เป็นจุดเด่นของรูปแบบการท่องเที่ยวอาหาร ซึ่งต้องให้ความสำคัญกับการดำรงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและไม่ทำลายสภาพแวดล้อมหรือเปลี่ยนแปลงสภาพสังคมแบบดั้งเดิม

3. การมีส่วนร่วม การสร้างเครือข่ายในการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้มีส่วนสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยว อันได้แก่ ฟาร์มหรือแหล่งผลิตอาหาร ผู้ประกอบการแปรรูปอาหาร ชุมชนผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ประกอบการท่องเที่ยว หน่วยงานสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน เป็นต้น ซึ่งต้องมีแนวคิดเห็นชอบไปในทิศทางเดียวกัน

4. การผลิตสร้างมูลค่า การสร้างสรรค์รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้เกิดการรับรู้เชิงคุณค่าผ่านประสบการณ์ นับเป็นการสร้างมูลค่าให้กับทรัพยากรของการท่องเที่ยวเชิงอาหารซึ่งเป็นเครื่องมือที่ถ่ายทอดทั้งคุณประโยชน์ทางคุณค่าสารอาหาร และประโยชน์ทางความรู้ภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม

5. การตลาด การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวรูปแบบสร้างสรรค์จะกระตุ้นให้เกิดการโน้มน้าวใจในการมาสัมผัสประสบการณ์การท่องเที่ยว

ดังนั้น สามารถอธิบายแนวทางการพัฒนากลไกการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG แสดงตามแผนภาพที่ปรากฏ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แผนภาพกลไกการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารภายใต้ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจ BCG

สรุปได้ว่ากลไกการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารต้องยกระดับห่วงโซ่คุณค่าทั้งคลัสเตอร์การท่องเที่ยวระดับเมืองและระดับชุมชน ด้วยการสร้างเครือข่ายการดำเนินงาน สร้างมูลค่าเพิ่มจากรากฐานทุนทางวัฒนธรรมอาหารขยายตลาดใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการผู้บริโภคที่มีความหลากหลายของแต่ละกลุ่มความชอบ สร้างมาตรฐานอาหารคุณภาพ อาหารสุขภาพและความปลอดภัยทั้งระดับท้องถิ่นและระดับนานาชาติเพื่อนำมาสู่การสร้างภาพลักษณ์ทางการตลาดการท่องเที่ยวไทยเป็นเป้าหมายจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวอาหารอันดับต้น ๆ ของโลก

บทสรุป

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารยั่งยืนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG ด้วยองค์ประกอบหลัก “AGFEC” ประกอบด้วยองค์ประกอบย่อย ได้แก่ A-Agriculture (การเกษตร) G-Gastronomic (วัฒนธรรมอาหารการกิน) F-Food Safety (อาหารปลอดภัย) E-Experience (คุณค่าทางประสบการณ์ที่ได้สัมผัส) C-Creative Entrepreneur (ผู้ประกอบการสร้างสรรค์) และองค์ประกอบร่วมสนับสนุนการกลไกการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็น 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ศักยภาพพื้นที่ ความมั่นคงทางอาหาร การเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทาน และปัจจัยสนับสนุน ซึ่งต้องนำไปสู่แผนปฏิบัติการเชิงนโยบายจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการประเมินความพร้อมภาพรวมของพื้นที่วางแผนการใช้ทรัพยากรให้เหมาะสมกับทุนทางพื้นที่ เกิดความร่วมมือแบบองค์รวมทั้งคลัสเตอร์ธุรกิจ

การท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อบูรณาการองค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม เข้ามาสร้างคุณค่าใหม่ (Value Creation) ตลอดห่วงโซ่ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร สร้างให้เกิดเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) และเศรษฐกิจหมุนเวียน เป็นไปตามแนวทางการพัฒนาประเทศที่มีเป้าหมายความมั่งคั่งทางด้านเศรษฐกิจ มั่นคงทางด้านสังคม และยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2564). **แผนการปฏิบัติการด้านการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG พ.ศ. 2564-2570.** [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก <https://waa.inter.nstda.or.th/stks/pub/bcg/20211228-BCG-Action-Plan-2564-2570.pdf>
- ฉันทานนท์ วรณขจร. (2564). **การประชุมเชิงปฏิบัติการ APEC Policy Partnership on Food Security Roadmap Intersessional Webinar.** [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/940608>. (2564, 16 พฤษภาคม).
- ชยานิน วังชัย. (2557). **Food Will Keep Us Alive.** [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก <http://www.etatjournal.com/web/component/tags/tag/chayanin>. (2564, 16 พฤษภาคม).
- ชัยนันต์ ไชยเสน. (2562). **แนวทางการเพิ่มขีดความสามารถและนวัตกรรมบริการธุรกิจร้านอาหารยุค 4.0 เพื่อส่งเสริมและพัฒนาจังหวัดภูเก็ตเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี.** 13(3), 491-504.
- ประชาคมวิจัยด้านเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียนและเศรษฐกิจสีเขียว. (2561). **สมุดปกขาว BCG in Action การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมของประเทศไทย เพื่อเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียนและเศรษฐกิจสีเขียว.** [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก file:///C:/Users/User/Downloads/BCG_WhitePaper201811051.pdf. (2564, 20 เมษายน).
- นนทกานต์ จันทร์อ่อน. (2557). **ความมั่นคงทางอาหารของประเทศไทย.** [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก http://library.senate.go.th/document/Ext7091/7091777_0002.PDF. (2564, 20 เมษายน).
- เสกสรร พาป้อง. (2560). **ระบบอาหารที่ยั่งยืน.** [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก <https://www.nstda-tiis.or.th/our-rd-activities/sd-data/10yfp-scp/sfs/>. (2564, 19 เมษายน).
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). **สถานการณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติ ม.ค. - มิ.ย. 61.** [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก <https://secretary.mots.go.th/index.php>. (2564, 20 เมษายน).

- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). **รายงานสภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว: Tourism Economic Review**. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก https://www.mots.go.th/download/article/article_20191025094442.pdf. (2564, 20 เมษายน).
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2563). **BCG in Action: สาขาการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์**. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก <https://waa.inter.nstda.or.th/stks/pub/2021/bcg-in-action-tourism-creative-economy.pdf>. (2564, 19 เมษายน).
- อรรถนาถ ยกขุน, ชนกนารถ ราชภักดี และธนีสร พิตรชญารมย์. (2563). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย. **วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย**. 10(1), 60-68.
- TAT Academy. (2564). **การท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG**. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก <https://tatacademy.com/th/publish/article/e64b2554-d206-4e07-8c83-5df6a1f4fe65>
- TAT Review Magazine. (2011). **เศรษฐกิจสร้างสรรค์**. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก <http://www.etatjournal.com/mobile/index.php/menu-read-tat/menu-2011/menu-2011-apr-jun/107-22554-creative-economy?fbclid=IwAR0o-hasyWnaLIM0y8MxKhvplg5bTLbCg9gJWflfRw6wCQtQYdStfrt5q68>. (2564, 17 เมษายน).
- Andersson, D, T., Mossverg, L. & Therkelsen, A. (2017). Food and tourism synergies: perspectives on consumption, production and destination development. **Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism**. 17(1), 1-8. <https://doi.org/10.1080/15022250.2016.1275290>
- Baum, T. (2019). **Bridging the gap: making research ‘useful’ in food, tourism, hospitality and events - the role of research impact**. The Study of Food, Tourism, Hospitality and Events. Springer, Singapore.
- Ellis, A., Park, E., Kim, S. & Yeoman, I. (2019). What is food tourism ?. **Tourism Management**. 68(2018), 250-263.
- FAO & INRAE. (2020). **Enabling sustainable food systems: Innovators’ handbook. Rome**. [Online], Available: <https://doi.org/10.4060/ca9917en>
- Getz, D., Robinson, R., Andersson, T. & Vujicic, S. (2014). **Foodies and Food Tourism**. Goodfellow Publishers. Oxford.
- Hall, C. M. & Goßling, S. (Eds). (2016). **Food Tourism and Regional Development: Networks, Products and Trajectories**. Routledge.
-

- Hall, C. M., & Sharples, L. (2003). **The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste.** In C. M. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis, B. Cambourne (Eds.), *Food tourism around the world: Development, management and markets* (pp. 1–24). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N. & Cambourne, B. (Eds). (2004). **Food Tourism around the World.** Routledge.
- Hornig, J. S. & Tsai, C. T. (2012). Culinary tourism strategic development: an Asia-Pacific perspective. **International Journal of Tourism Research.** 14(1), 40-55.
- Howkins, j. (2001). **The Creative Economy: How People Make Money From Ideas.** Penguin UK.
- Lin, Y-C., Pearson, T. E. & Cai, L.A. (2011). Food as a form of destination identity: a tourism destination brand perspective. **Tourism and Hospitality Research.** 11(1): 30-48.
- Okumus, B., Koseoglu, M. A. & Ma, F. (2018). Food and gastronomy research in tourism and hospitality: a bibliometric analysis. **International Journal of Hospitality Management.** 73(January), 64-74.
- Quan, S., & Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: An Illustration from food experience in tourism. **Tourism Management.** 25(3), 297-305
- Rinaldi, C. (2017). Food and gastronomy for sustainable place development: a multidisciplinary analysis of different theoretical approaches. **Sustainability.** 9(10): 1748.
- Scarpato, R. (2000). **New Global Cuisine: The perspective of postmodern Gastronomy Studies.** Unpublished masters thesis, Royal Melbourne Institute of Technology
- Smith, A. D. (1995). Gastronomy or geology? The role of nationalism in the reconstruction of nations. **Nations and Nationalism.** 1(1): 3-23.
- Smith, S., & Xiao, H. (2008). Culinary tourism supply chains: A preliminary examination. **Journal of Travel Research.** 46(3): 289-299
- The Global Sustainable Tourism Council. (2019). **GSTC Destination Criteria Version 2.0.** [Online], Available: <https://www.gstccouncil.org>
- The World Food Travel Association. (2019). **What is food tourism.** [Online], Available: <https://worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism/>
-

- UNESCO. (2021). **International Year of Creative Economy for Sustainable Development**. [Online], Available:
<https://en.unesco.org/news/international-year-creative-economy-sustainable-development>
- Yeoman, I. (2008). **Tomorrows Tourist: Scenarios and Trends**. Elsvevier, Oxford
- Yeoman, I. (2012). **2050: Tomorrows Tourism**. Channel View. Bristo
- Yeoman, I., McMahon-Beattie, U., Fields, K., Albrecht, J. & Meethan, K. (2015),
The Future of Food Tourism. Channel View Publications. Bristol
- Yeoman, I. & McMahon-Beatte, U. (2016). The future of food tourism. **Journal of Tourism Futures**. 2(1): 95-98.