



การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเชียงราย ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG

AN ASSESSMENT ON GASTRONOMY TOURISM POTENTIAL OF CHIANG RAI PROVINCE BASED ON BCG ECONOMY CONCEPT

เสีี่ยม บุญพัฒน์ และ อรวรรณ บุญพัฒน์

Sa-Ngiam Boonpat and Orawan Boonpat

คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

Faculty of Tourism and Hotel, Chiang Rai Rajabhat University

E-mail: sa-ngiam.boonpat@crru.ac.th, orawan.boonpat@crru.ac.th

Received November 28, 2023; Revised December 10, 2023; Accepted December 28, 2023

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยเรื่องการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเชียงราย ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG. 1) เพื่อประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเชียงราย ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG และ 2) เพื่อศึกษาลักษณะและรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงราย ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบมีโครงสร้าง (Constructed Interview) เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งประกอบด้วยผู้แทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งราชการและเอกชน นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวและด้านอาหารและนักท่องเที่ยว โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ผลการศึกษาพบว่าจังหวัดเชียงรายมีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG ทั้งนี้ด้วยศักยภาพของการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศ การมีทำเลที่ตั้งที่ดี มีความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งประเพณีธรรมชาติ ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ความหลากหลายทางชาติพันธุ์ โดยเฉพาะอัตลักษณ์และความโดดเด่นของรสชาติอาหารพื้นถิ่นแบบดั้งเดิม การเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบและส่วนประกอบในการประกอบอาหารและเครื่องดื่มที่มีชื่อเสียง เช่น ชา กาแฟ ซึ่งกระจายในพื้นที่ต่าง ๆ ของจังหวัดเชียงรายซึ่งสามารถเชื่อมโยงเป็นเส้นทางท่องเที่ยว มีร้านอาหารพื้นถิ่นกระจายตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในด้านลักษณะและรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารพบว่าการจัดการท่องเที่ยวโดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนในท้องถิ่นได้แก่การท่องเที่ยวชุมชน การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นลักษณะและรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจแบบ BCG ที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงราย

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงอาหาร, เศรษฐกิจบีซีจี, ศักยภาพการท่องเที่ยว, การประเมินศักยภาพ



Abstract

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

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

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและได้รับความสนใจ อาหารและวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ รูปแบบและวิธีการปรุงอาหาร วัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงและประกอบอาหาร วิธีการรับประทานอาหาร เป็นสิ่งที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมของผู้คนในท้องถิ่นนั้นและกลายเป็นอัตลักษณ์ที่ส่งต่อกันจากคนรุ่นสู่รุ่นและ



ถ่ายทอดสู่โลกภายนอกชุมชนและสังคมส่งผลให้เรื่องอาหารการกินไม่ใช่เรื่องในชีวิตประจำวันของครอบครัว ชุมชน และ สังคมหนึ่ง ๆ แต่เป็นมิติเชิงวัฒนธรรมที่มีการสื่อสารในลักษณะข้ามวัฒนธรรมส่งผลให้เกิดความสนใจในการเดินทางของคนเพื่อไปค้นหาและสัมผัสประสบการณ์ใหม่โดยเฉพาะประสบการณ์เกี่ยวกับอาหาร อาทิ วัฒนธรรมการรับประทานอาหารของชุมชนในภาคเหนือของประเทศไทยซึ่งมีวัฒนธรรมด้านอาหารการกินในลักษณะการกินพร้อมกันทั้งครอบครัว โดยตักอาหารใส่ถ้วยแล้ววางบน “โกกข้าว” หรือขันโตกซึ่งลักษณะคล้ายกับโต๊ะกลมเล็กทำด้วยไม้แปรรูปทรงกลม มีขาสูงเพื่อวางถ้วยอาหารต่าง ๆ และช่วยให้ตักอาหารกินได้สะดวกโดยไม่ต้องก้มเพราะนั่งกับพื้นล้อมวงหรือล้อม “โกก” ข้าวหนึ่งหรือข้าวเหนียวจัดใส่กล่อ่งข้าวไว้ ขณะที่บางบ้านจะวางถ้วยที่ใส่อาหารในกระด้งแทนเพราะไม่มี “โกกข้าว” อาหารเป็นอาหารที่ใช้เครื่องปรุงที่หาได้ในท้องถิ่น ปรุงได้ง่าย รสชาติอร่อย เป็นอาหารที่ทำกินกันในครอบครัว รสชาติแตกต่างกันตามพื้นที่และการปรับเปลี่ยนวิธีการปรุงและส่วนประกอบในการปรุงซึ่งทำให้น้ำตาและรสชาติต่างจากอาหารที่คุ้นเคย ไม่จำเจ มีประโยชน์และมีคุณค่าทางโภชนาการ (ศรีสมร คงพันธุ์, 2565) สำหรับจังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ โดยได้รับการจัดอันดับเป็นเมืองท่องเที่ยวเมืองรองอันดับหนึ่งของประเทศในปี พ.ศ. 2564 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2565) และได้รับการจัดอันดับเป็น 1 ใน 10 จุดหมายปลายทางที่เป็นที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุดของนักท่องเที่ยวชาวไทย (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566) ซึ่งปัจจัยสำคัญที่ทำให้ได้รับความนิยมได้แก่ความอุดมสมบูรณ์และความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งประเภทธรรมชาติ ศิลปะและวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตและอัตลักษณ์เฉพาะของชุมชนและกลุ่มชาติพันธุ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความโดดเด่นและมีชื่อเสียงด้านอาหารและเครื่องดื่มทั้งอาหารพื้นเมืองที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะและการเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบในการประกอบอาหาร เช่น ผัก ผลไม้ เมล็ดกาแฟและชาที่มีรสชาติขึ้นชื่อระดับโลก โดยรูปแบบหลักของการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวคือการเยี่ยมชมความสวยงามของทัศนียภาพภูมิประเทศ การนมัสการและเยี่ยมชมสถานที่สำคัญด้านศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม โดยที่รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นได้แก่การท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสประสบการณ์ที่เกี่ยวกับวิถีชีวิต วัฒนธรรมโดยเฉพาะวัฒนธรรมเกี่ยวกับอาหารการกินที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น ลาบ ข้าวซอย น้ำเงี้ยว ข้าวแรมพิน แกงฮังเล แคบหมู ใส่อั่ว น้ำพริกหนุ่ม น้ำพริกตาแดง แกงกระด้าง ข้าวหนุกงา และการไปเยือนแหล่งผลิตวัตถุดิบในการประกอบอาหารและเครื่องดื่ม เช่น แปงปลูกกาแฟ ชา ผัก และ ผลไม้เมืองหนาวบนยอดดอยต่าง ๆ เช่น ดอยช้าง ดอยปางขอน ดอยแม่มอย ดอยตุง ดอยแม่สลอง ดอยาวี ซึ่งทั้งอาหารและแหล่งผลิตวัตถุดิบประกอบอาหารเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับวัฒนธรรมของชุมชนและประชาชนในพื้นที่ ซึ่งเป็นมากกว่าเรื่องของวิถีชีวิตประจำวันของครอบครัว ชุมชน และ สังคมหนึ่ง ๆ แต่เป็นการสะท้อนให้เห็นถึงมิติเชิงวัฒนธรรมที่จะกลายเป็นศักยภาพใหม่ที่โดดเด่นของจังหวัดเชียงรายและส่งผลต่อการเกิดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ของจังหวัดเชียงราย จึงทำให้เกิดคำถามเชิงท้าทายว่ามติดังกล่าวจะเป็นปัจจัยที่จะทำให้จังหวัดเชียงรายสามารถพัฒนาไปสู่การเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารภายใต้แนวคิด BCG ได้หรือไม่



ซึ่งการหาคำตอบในเรื่องดังกล่าวได้อย่างชัดเจนและรวดเร็วจะเป็นการเพิ่มโอกาสให้จังหวัดเชียงรายสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวให้เติบโตและส่งผลต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจของจังหวัดภายใต้ยุทธศาสตร์และนโยบายของรัฐบาลที่กำหนดให้จังหวัดเชียงรายเป็น “เขตเศรษฐกิจพิเศษเชียงราย” ซึ่งมีจุดเน้นสำคัญ 3 ด้าน ประกอบด้วย (1) การเป็นศูนย์กลางการค้าชายแดนในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง (2) การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงและกลุ่มประเทศอาเซียน และ (3) การเป็นศูนย์กลางด้านการเกษตรเพื่อพัฒนาให้เป็นเมืองเกษตรกรรมรองรับตลาดอาหารสุขภาพ

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัย จึงสนใจที่จะดำเนินการศึกษาเพื่อประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) ของจังหวัดเชียงรายภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG เพื่อหาคำตอบว่า (1) จะสามารถดำเนินการได้หรือไม่ (2) ลักษณะ รูปแบบและวิธีการที่เหมาะสมควรเป็นลักษณะใดหรืออย่างไร ซึ่งผลการวิจัยจะสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ และทิศทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG ของจังหวัดเชียงรายของหน่วยงานราชการและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเชียงรายภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG
2. เพื่อศึกษาลักษณะและรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงราย

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพและการประเมินศักยภาพ

ศักยภาพ เป็นคำที่อาจสื่อความหมายได้หลากหลาย ทั้งนี้ความหมายตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน อธิบายว่า “ศักยภาพ” หมายถึง ภาวะแฝง อำนาจหรือคุณสมบัติที่มีแฝงอยู่ในสิ่งต่าง ๆ อาจทำให้พัฒนาหรือให้ปรากฏเป็นสิ่งที่ประจักษ์ได้ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2558) สำหรับศักยภาพทางการท่องเที่ยว ดร.ชนี เอมพันธ์ (2549) อธิบายว่าหมายถึงความพร้อมของทรัพยากรตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการ รวมถึงสภาพแวดล้อมที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์หรือเอื้อประโยชน์ในด้านการท่องเที่ยว ทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวในสถานที่นั้น ๆ ทั้งนี้ ในการท่องเที่ยวปัจจัยที่สะท้อนถึงศักยภาพของสถานที่ที่จะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวมี 5 ปัจจัย (เสงี่ยม บุญพัฒน์, 2564) ประกอบด้วย (1) สิ่งดึงดูดใจ (Attractiveness) ซึ่งได้แก่ลักษณะเฉพาะของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ไม่ซ้ำใครและไม่สามารถทำเลียนแบบได้ (2) ความสะดวกสบายในการเดินทางเข้าถึง (Accessibility) รวมถึงความปลอดภัยมีรูปแบบที่สามารถเลือกได้หลากหลาย (3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ต่าง ๆ สำหรับนำท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหาร บริการรักษาความปลอดภัย สถานบริการต่าง ๆ (4) ที่พัก (Accommodation) และ (5) กิจกรรมต่าง ๆ (Activities) ดังนั้น ในส่วนการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยว อาจกล่าวได้ว่าเป็นกระบวนการประเมินความความพร้อมและขีดความสามารถของปัจจัยและองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง เช่น ทรัพยากรและสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงบริการต่าง ๆ ที่จะเอื้อต่อ



การดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยวและกำหนดรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับสถานที่นั้น ๆ

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีความสำคัญต่อความยั่งยืนของชุมชนเพราะเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่จะส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยก่อให้เกิดการจ้างงานในท้องถิ่น และเป็นการอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตดั้งเดิมของคนในท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงอาหารมีคุณค่ามากกว่าแค่การเดินทางเพื่อไปตักกินอาหารจานเด็ดหรือเมนูดังตามแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่เป็นโอกาสที่จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวได้เติมเต็มประสบการณ์และสัมผัสกิจกรรมท่องเที่ยวอันหลากหลายที่เกี่ยวข้องเนื่องมาจากอาหารและสร้างประโยชน์เชิงเศรษฐกิจต่อชุมชน National Geographic Thailand (2566) ระบุปัจจัยที่จะทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงอาหารประกอบด้วย (1) แหล่งกำเนิดอาหาร เช่น แผลงผัก สวนผลไม้ บ้านไร่ หรือท้องถิ่น ในแนวทางเกษตรปลอดภัย (2) คุณค่าของเรื่องราวเบื้องหลังที่ทำให้คุณค่าของอาหารแต่ละจานโดดเด่นและเป็นที่จดจำ (3) อุตสาหกรรมที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อการนำเสนออาหาร (4) ความมุ่งมั่นในการผลักดันไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนบนฐานของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และส่งเสริมเรื่องราวท้องถิ่น ให้อาหารเป็นสัญลักษณ์ของพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของพื้นที่ที่จะพัฒนาสู่การเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร ขององค์การยูเนสโก (UNESCO Creative Cities Network: UCCN) ซึ่งประกอบด้วย (1) มีอาหารที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของพื้นที่ (2) มีชุมชน ร้านอาหาร ภัตตาคารที่นำเสนออาหารพื้นที่ (3) มีการใช้วัตถุดิบ และส่วนประกอบอาหารที่หาได้ในพื้นที่ (4) อาหารของท้องถิ่นมีบทบาทในธุรกิจอาหารของท้องถิ่น (5) การนำเสนอรายการอาหารที่กลมกลืนและสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและเน้นความยั่งยืนของพื้นที่ และ (6) ให้ความสำคัญกับคุณค่าทางโภชนาการของอาหาร การอนุรักษ์และส่งเสริมอาหารท้องถิ่นการใส่ใจต่อความหลากหลายทางชีวภาพ การให้การศึกษาเกี่ยวกับอาหาร (Maria and Graziella, 2020) ปัจจุบันเทคโนโลยีสมัยใหม่มีบทบาทในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เช่น นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว เส้นทางท่องเที่ยวเพื่อชิมอาหาร แหล่งผลิตอาหารที่เป็นต้นฉบับ ร้านอาหาร การแนะนำเมนูและแนะนำท้องถิ่นได้สะดวกสบาย National Geographic Thailand (2566) อธิบายว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นกระบวนการส่งผ่านวัฒนธรรมด้านการกิน การนำเสนอเรื่องราวบนจานอาหารทั้งในส่วนของการจัดจาน รูปลักษณ์อาหาร รสชาติอาหารเป็นปัจจัยที่วัฒนธรรมของท้องถิ่น อาหารเป็นเครื่องมือการเรียนรู้และดึงดูดนักท่องเที่ยวรวมทั้งช่วยสร้างและพัฒนาความยั่งยืนในชุมชนและท้องถิ่น อาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นรูปแบบของกิจกรรมที่จะส่งผลต่อการดำเนินกิจกรรมการผลิตวัตถุดิบในทางเกษตร กิจกรรมการแปรรูปอาหารและการนำเสนอต่อผู้บริโภคในลักษณะของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ซึ่งสอดคล้องกับ The Unilever Food Solutions (2566) ซึ่งระบุว่าการศึกษาเชิงอาหารเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสในการได้สัมผัสและเรียนรู้วัฒนธรรมของท้องถิ่น ขณะที่ Harrington และคณะ (2010) เน้นว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นกิจกรรมที่มีศักยภาพในการสร้างความยั่งยืนและความมั่นคง



ของระบบอาหารและวงจรชีวิตของการท่องเที่ยวท้องถิ่น ซึ่งคล้ายกับ J.A. Folgado-Fernandez และคณะ (2019) ที่ระบุว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารจะช่วยสร้างความยั่งยืนให้แก่จุดหมายปลายทาง การท่องเที่ยวและช่วยส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น ภัทรพร พันธูรี (2558) ระบุว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากการชิมอาหาร การรับประทานอาหาร การปรุงอาหาร ขณะที่ณัฐกานต์ พุกสรนันท์และคณะ (2560) ระบุว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมและสร้างมูลค่าเพิ่มสำหรับวัตถุดิบในการประกอบอาหารในท้องถิ่นและส่งผลดีเศรษฐกิจชุมชนและระดับความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของคนในชุมชน ขณะที่ Mitchell Hall et al. (2003) อธิบายว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือนแหล่งผลิตและจัดจำหน่ายอาหารโดยมีเป้าหมายเพื่อสัมผัสประสบการณ์การชิมและรับประทานอาหาร อาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ให้ผู้ประกอบการใหม่แก่นักท่องเที่ยวผ่านการรับประทานอาหาร เรียนรู้การปรุงอาหาร สัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นและเป็นเครื่องมือในการสร้างเศรษฐกิจชุมชนและท้องถิ่นและช่วยยกระดับชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนท้องถิ่นให้มีมาตรฐานที่ดีขึ้น

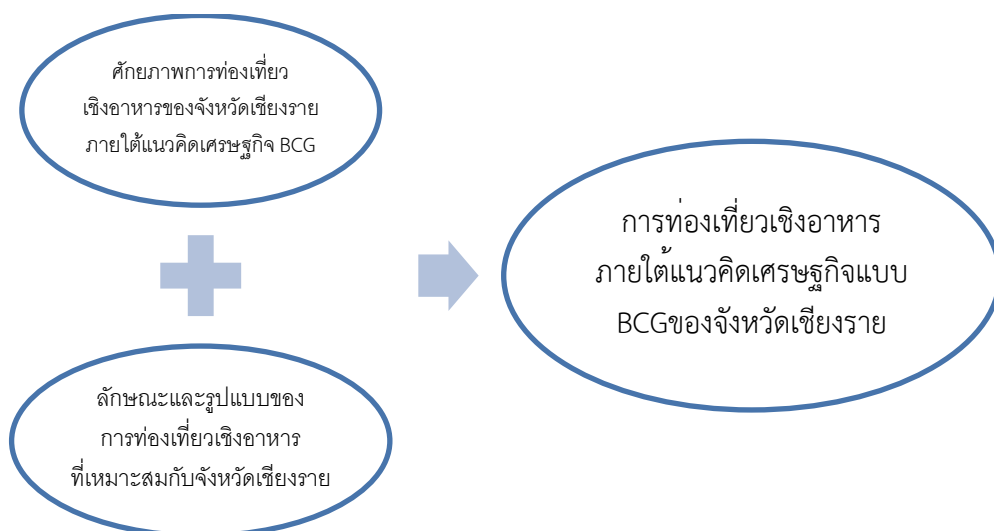
แนวคิดเศรษฐกิจ BCG และการท่องเที่ยว BCG (BCG Economic and BCG Tourism)

เป็นที่ยอมรับทั่วไปว่าการเปลี่ยนแปลงของธรรมชาติที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและรุนแรงกลายเป็นปัจจัยผลักดันให้เกิดการตระหนักถึงความสำคัญในการรักษาและหวงแหนธรรมชาติ นำไปสู่การตั้งคำถามว่าจะช่วยกันปกป้องและรักษาธรรมชาติให้มีความยั่งยืนได้อย่างไร องค์การสหประชาชาติได้ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้และได้กำหนดเป็นเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals–SDGs) เพื่อการมีโลกที่ดีขึ้นภายในปี 2030 ขณะที่ในประเทศไทย คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบโมเดลเศรษฐกิจ BCG (Bio-Circular-Green Economy) เป็นแนวทางส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อลดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในปี 2564 ซึ่งประกอบด้วย (1) เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio-Economy) คือ การนำองค์ความรู้ วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีมาพัฒนาต่อยอดต้นทุนความหลากหลายทางชีวภาพเพื่อสร้างมูลค่าและความมั่นคงทางเศรษฐกิจ (2) เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) คือ การหมุนเวียนปัจจัยการผลิตเพื่อลดความเสื่อมโทรมของทรัพยากร มลพิษและของเสียภายใต้แนวคิดการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด (3) เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) คือ การพัฒนาเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคมและรักษาสิ่งแวดล้อมอย่าง ‘สมดุล’ โดยแนวคิด BCG Economy ถูกนำมาประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยวภายใต้ชื่อ BCG Tourism ซึ่งเป็นแนวคิดที่ต้องการให้เกิดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ทั้งนี้ TAT Academy (2566) อธิบายว่าแนวคิด BCG Tourism เป็นการนำองค์ความรู้และเทคโนโลยีมาประยุกต์กับการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนมากขึ้น โดยรูปแบบของการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแนวคิดแบบ BCG Tourism อาทิ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) การท่องเที่ยววิถีชุมชน (Local Tourism / Community-based Tourism) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) การท่องเที่ยววิถีเกษตร (Agro-Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ทั้งนี้ภายใต้แนวคิด BCG Tourism การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism)

เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความชัดเจนในการให้ความสำคัญกับความยั่งยืนและความเข้มแข็งของสังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจของชุมชน (Jose Antonio, et al., 2019) เทคโนโลยีเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารและถ่ายทอดข้อมูลเรื่องราวเกี่ยวกับอาหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Marzia Ingrassia, et al., 2022) G. Mehul (2019) ระบุว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารมีบทบาทและความสำคัญในการเป็นปัจจัยส่งเสริมการเติบโตของการท่องเที่ยวโดยรวมและกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชนของแหล่งท่องเที่ยว ขณะเดียวกัน A.Balderas-Cejudol, et al. (2019) ระบุว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารทำให้ผู้จัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการสื่อสารเกี่ยวกับคุณค่าและเรื่องราวของอาหารต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังเฉพาะของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มได้ชัดเจน นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงอาหารทำให้วัตถุดิบและส่วนประกอบอาหาร (ingredient) กลายเป็นสิ่งที่สะท้อนและถ่ายทอดวัฒนธรรมการประกอบอาหารของคนในชุมชน (Yener Ogan and Muhabet Celik, 2023) การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นเครื่องมือสำคัญในการเชื่อมโยงระหว่างสถานที่ ผลิต คน และชุมชน ทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนเมืองและชนบท (Maria and Graziella, 2020) อาหารท้องถิ่นเป็นเครื่องมือถ่ายทอดให้เห็นความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่โดดเด่นซึ่งเปรียบเหมือนมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนและเป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและทำให้นักท่องเที่ยวเพิ่มจำนวนวันพักมากขึ้นส่งผลให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้นต่อชุมชน (Amare, et al., 2021)

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิด/ทฤษฎีจากการทบทวนวรรณกรรมและนำวิเคราะห์ประเด็นคำถามการวิจัยสองประเด็นได้แก่ “จังหวัดเชียงรายมีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจแบบ BCG หรือไม่” และ “ลักษณะและรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงรายเป็นอย่างไร” และนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยและออกแบบวิธีดำเนินการวิจัย ได้ดังนี้



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเชียงรายภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและเชื่อถือได้มากที่สุด โดยทำการทบทวนวรรณกรรม และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Constructed Interview) เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น (Nonprobability sampling) ซึ่งใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) จากนั้นใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลแบบสะดวกหรือบังเอิญ (Convenient or Accidental sampling) (ชาย โพธิ์สีตา, 2564) โดยการในส่วนนี้นักท่องเที่ยวเลือกนักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายอย่างน้อย 1 ครั้งจำนวนไม่เกิน 2 เท่าของกลุ่มตัวแทนหน่วยงานขณะที่ตัวแทนจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและมีบทบาทส่งเสริมแนวคิดเศรษฐกิจ BCG จำนวน 10 คน ตัวแทนจากผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 14 คน ตัวแทนนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวและด้านอาหารอย่างละ 1 คนเลือกโดยใช้เกณฑ์การพิจารณาจากผู้ที่มีประสบการณ์ทำงาน 10 ปีหน่วยงานละ 1 คน โดยคำถามในแบบสัมภาษณ์ประกอบด้วยส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับบริบทด้านการท่องเที่ยวทั่วไปของจังหวัดเชียงราย ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจ BCG ในจังหวัดเชียงราย และส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยและองค์ประกอบเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเชียงรายและรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยทำการหาคุณภาพเครื่องมือการวิจัยโดยนำแบบสัมภาษณ์ที่จัดทำขึ้นเสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาที่ต้องการสัมภาษณ์ และทำการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ จากนั้นนำแบบสัมภาษณ์ไปทดลองใช้ในพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงให้ถูกต้องสมบูรณ์ ในขั้นตอนของการรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่ม ขณะที่ข้อมูลทุติยภูมิรวบรวมจากเอกสารทางวิชาการ รายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์ บทความวิชาการและหนังสือที่เกี่ยวข้องในการวิจัย จากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และสรุปสาระสำคัญตามขอบเขตเนื้อหาที่กำหนด (Content Analysis) ตามวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 (เพื่อประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเชียงรายภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG) โดยจากการประเมินปัจจัยและองค์ประกอบเชิงศักยภาพทางการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย (Five A's ตามระบุในหัวข้อการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง) จากคำถามการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พบว่าจังหวัดเชียงรายมีศักยภาพที่จะพัฒนาและส่งเสริมเป็น



จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG เนื่องจากเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบและส่วนประกอบสำคัญในการประกอบอาหารและเครื่องดื่ม เช่น ดอยแม่สลอง ดอยช้าง ดอยวาวี ดอยตุง ดอยผาหมี/ผาฮี้ ดอยแม่ม่อน ดอยปางขอน ดอยผาตั้ง ดอยภูชี้ฟ้า ในฐานะแหล่งปลูกกาแฟ ชา ส้ม ผัก ผลไม้และดอกไม้เมืองหนาวและมีที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ ร้านอาหารและร้านกาแฟที่มีชื่อเสียง รวมทั้งมีวัฒนธรรมชาติพันธุ์ที่หลากหลายมากกว่า 10 กลุ่มซึ่งแต่ละกลุ่มมีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะทั้งในด้านอาหาร การแต่งกาย ประเพณีและการละเล่น นอกจากนี้ยังมีอาหารพื้นเมืองและอาหารของกลุ่มชาติพันธุ์ที่จำหน่ายทั้งในภัตตาคารและร้านอาหารมาตรฐานสำหรับนักท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ มีการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการส่งเสริมอาหารเครื่องดื่ม และผลิตภัณฑ์พื้นบ้านที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตลอดทั้งปี เช่น งานมหกรรมอาหารงานเทศกาลชา กาแฟและชมดอกไม้เมืองหนาว งานมหกรรมชาติพันธุ์และอาหารพื้นเมือง งานฟาร์มเฟสติวัล (Farm Festival) และเมืองครีและหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งหน่วยงานราชการ สถาบันการศึกษาองค์กรเอกชน ดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจบีซีจี (BCG) และ BCG Tourism ทั้งต่อชุมชนและผู้ประกอบการและผู้ดำเนินธุรกิจด้านการท่องเที่ยว

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 (เพื่อศึกษาลักษณะและรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงราย) พบว่าลักษณะและรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงราย ควรเป็นลักษณะ (1) ที่มีการออกแบบให้สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะ (Characteristics) ของชุมชน (2) ให้ความสำคัญกับความเป็นลักษณะดั้งเดิม (Authentic & Traditional Ways) ของชุมชนหรือของต้นฉบับ (3) ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของประชาชน ชุมชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียใน (4) นำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้ได้แต่ต้องไม่ทำลายคุณค่าหรือภูมิปัญญาดั้งเดิม (5) เป็นมิตรกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและคุณค่าของภูมิปัญญาและคุณค่าของอาหารมากกว่าเน้นการแข่งขันเชิงธุรกิจ (6) เน้นความยั่งยืนของชุมชนและธรรมชาติ (7) สร้างประสบการณ์ใหม่ให้นักท่องเที่ยว ขณะที่ในด้านรูปแบบควรเป็นรูปแบบ (1) การเรียนการทำอาหาร (Cooking Class) (2) การจัดเทศกาลอาหาร (Food Festival) (3) การท่องเที่ยวชุมชน (Community-based Tourism) (4) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (5) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

อภิปรายผล

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและได้รับความนิยมในปัจจุบันทั้งในระดับโลก ระดับภูมิภาคและระดับประเทศหลาย ๆ ประเทศ เช่นเดียวกับในประเทศไทยซึ่งมีอาหารที่มีความเป็นเอกลักษณ์ทั้งรสชาติและหน้าตา อาหารไทยหลายรายการถูกจัดอันดับเป็นอาหารยอดนิยมระดับโลกเช่น ผัดไทย ต้มยำกุ้ง แกงเขียวหวาน ต้มข่าไก่ ข้อค้นพบสำคัญจากการวิจัยนี้คือจังหวัดเชียงรายมีศักยภาพในการส่งเสริมให้เป็นจุดหมายปลายทางสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร



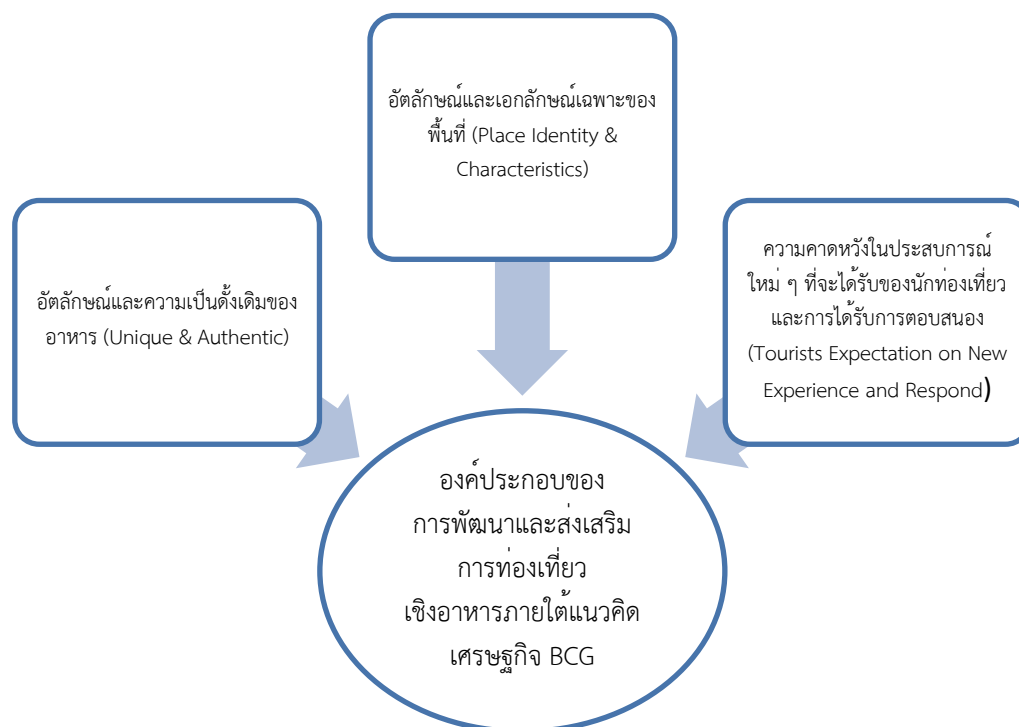
ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ต้องตระหนักและให้ความสำคัญในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารคือความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นต้นตำรับดั้งเดิมและอัตลักษณ์เฉพาะ (Unique and Authentic) ของอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับ Amare และคณะ (2021) ที่ระบุว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นซึ่งสะท้อนอัตลักษณ์และวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังจะได้สัมผัสเพื่อเป็นประสบการณ์ใหม่ ขณะที่คนในท้องถิ่นจะได้เผยแพร่และประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่เป็นอัตลักษณ์ของตนสู่โลกภายนอกผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารซึ่งทำให้เกิดการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาเยี่ยมชมและใช้เวลาในชุมชนเพิ่มขึ้นส่งผลให้เศรษฐกิจของชุมชนดีขึ้นและยั่งยืน สอดคล้องกับการศึกษาของ Boonpat และคณะ (2023) ที่สะท้อนว่าอาหารท้องถิ่นที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่ชัดเจนทั้งในด้านรสชาติ หน้าตา และใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นในการประกอบอาหารจะเป็นปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชน นอกจากนี้ ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเชียงรายจะต้องดำเนินการโดยเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ โดยเฉพาะการคิดและวางแผนซึ่งสอดคล้องกับสุปรียา ภูผาลา และคณะ (2565) ที่ระบุว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารจะต้องเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนโดยเฉพาะการตัดสินใจของคนในพื้นที่ในการกำหนดรูปแบบกิจกรรมและการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม จิตวิญญาณ และสุนทรียภาพร่วมกับนักท่องเที่ยว คล้ายกับ Amare และคณะ (2021) ซึ่งระบุว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารจำเป็นต้องให้ประชาชนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ทั้งนี้ การมีส่วนร่วม ไม่ได้หมายถึงเฉพาะในส่วนของสมาชิกในชุมชน ยังรวมถึงการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว ในกิจกรรมที่ดำเนินการด้วยซึ่งในเรื่องดังกล่าว เสงี่ยม บุญพัฒน์ และคณะ (2564) ระบุว่าการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวไม่มีส่วนร่วมในกิจกรรมจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาในสถานที่ท่องเที่ยวในช่วงเวลาสั้น ๆ ปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่จะมีจำนวนน้อย นอกจากนี้ จังหวัดเชียงรายยังสามารถใช้การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นเครื่องมือช่วยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยรวมของจังหวัดได้ด้วย สอดคล้องกับ Marzia และคณะ (2022) และ G. Mehul (2019) ที่ระบุว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นเครื่องมือทางการตลาดในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ทางอาหารของท้องถิ่นเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ผู้ผลิตวัตถุดิบและส่วนประกอบอาหารที่เป็นคนในท้องถิ่นและส่งผลต่อการเติบโตและขยายตัวของกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมของพื้นที่นั้น ๆ และส่งผลต่อการเติบโตของเศรษฐกิจชุมชนและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนและคนในชุมชนในลักษณะของห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) (Jose Antonio, et al., 2019) ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG การท่องเที่ยวเชิงอาหารจะเป็นเครื่องมือที่จะทำให้การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายมีความอย่างยั่งยืน เพราะเป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญและใส่ใจต่อธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และการมีส่วนร่วมของชุมชนและนักท่องเที่ยวที่สนใจประสบการณ์ที่แปลกใหม่จากการได้สัมผัสอาหารที่มีรูปลักษณ์และรสชาติดั้งเดิม



(Unique) อีกปัจจัยที่จะส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัด เชียงรายคือการมีนโยบายและแผนที่เหมาะสม องค์การยูเนสโก (UNESCO Creative Cities Network, 2016) ระบุว่าแผนและนโยบายในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เหมาะสมเป็นปัจจัย ที่มีผลต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ทั้งนี้ สิ่งที่ต้องตระหนักคือนโยบายและแผนใน การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ได้ผลในพื้นที่หนึ่งอาจใช้ไม่ได้กับอีกพื้นที่หนึ่งเสมอไป ดังนั้น การกำหนดนโยบายและแผนจำเป็นต้องให้มีลักษณะเฉพาะที่สอดคล้องกับแต่ละพื้นที่ นอกจากนี้ ในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดเชียงรายควรนำแนวคิดเรื่องห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) มาประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงทั้งส่วนของผู้ผลิตวัตถุดิบและส่วนประกอบใน การประกอบอาหารซึ่งรวมถึงเกษตรกรหรือคนในชุมชนต่าง ๆ หรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบธุรกิจ ร้านอาหาร คาเฟ่ (Café) โรงแรม ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวให้เข้ามามีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดการหมุนเวียน ทางเศรษฐกิจและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและจะนำไปสู่การสร้างวงจรคุณค่า (Value Chain) ทั้งในด้าน เศรษฐกิจและวัฒนธรรม สำหรับจังหวัดเชียงรายนอกจากกิจกรรมการท่องเที่ยวภายใต้แนวคิด BCG Tourism ที่มีการดำเนินการในปัจจุบัน เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการท่องเที่ยวชุมชน กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารจะเป็นรูปแบบของ BCG Tourism ที่จะมี บทบาทสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยรวมของจังหวัดและเป็นเครื่องมือในการนำเสนอ เอกลักษณ์และอัตลักษณ์ด้านอาหารและวัฒนธรรมของจังหวัดเชียงรายโดยเชื่อมโยงความสัมพันธ์ ระหว่างสถานที่ (ชุมชน) คน (คนในพื้นที่และนักท่องเที่ยว) และความคาดหวังที่จะได้รับประสบการณ์ ใหม่ของนักท่องเที่ยวในลักษณะของห่วงโซ่อุปทาน

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการสังเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยนี้ พบว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบหรือปัจจัยสำคัญ 3 ประการ ประกอบด้วย (1) อัตลักษณ์และความเป็นดั้งเดิมของอาหาร (2) อัตลักษณ์และเอกลักษณ์เฉพาะของ พื้นที่การท่องเที่ยว และ (3) ความคาดหวังในประสบการณ์ใหม่ที่จะได้รับของนักท่องเที่ยว โดยทั้ง 3 องค์ประกอบ หรือปัจจัยสำคัญนี้เป็นสิ่งที่มีความสำคัญที่หน่วยงานจะต้องพิจารณาในกระบวนการ ประเมินประกอบที่การดำเนินการพัฒนาและส่งเสริมการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ดังแสดงในแผนภาพที่ 2



แผนภาพที่ 2 แสดงโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG

สรุป

บทความวิจัยนี้ นำเสนอเนื้อหาเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยทั้งสองข้อ โดยวัตถุประสงค์ข้อที่ (1) เพื่อประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเชียงรายภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG ซึ่งข้อค้นพบจากการวิจัยสะท้อนว่าจังหวัดเชียงรายมีศักยภาพที่จะพัฒนาและส่งเสริมเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG ได้ และวัตถุประสงค์ข้อที่ (2) เพื่อศึกษาลักษณะและรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงราย ข้อค้นพบจากการวิจัยสะท้อนว่ารูปแบบและลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เหมาะสมกับเชียงรายได้แก่การท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงและสัมพันธ์กับวิถีชีวิตชุมชนและวัฒนธรรมด้านอาหาร อาทิ การท่องเที่ยวชุมชน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยนี้มี 2 ส่วน ๆ แรกเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย (Policy Recommendation) เพื่อหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายนำไปใช้ ได้แก่ (1) ควรมีการกำหนดนโยบายและแผนการพัฒนาและส่งเสริม



การท่องเที่ยวเชิงอาหารภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG ของจังหวัดเชียงรายที่ชัดเจน (ระยะสั้น กลาง ยาว) (2) กำหนดรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG ให้มีความเหมาะสมกับลักษณะเฉพาะของแต่ละพื้นที่เนื่องจากรูปแบบที่ใช้ได้กับพื้นที่หนึ่งอาจจะไม่เหมาะสมกับอีกพื้นที่ (3) มีการถอดบทเรียนเพื่อเป็นต้นแบบในการการประยุกต์ใช้ในชุมชนอื่น ๆ ข้อเสนอแนะส่วนที่สองเป็นข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัยในอนาคต ได้แก่ (1) การวิจัยเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยแยกสำหรับนักท่องเที่ยวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และ (2) การวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบกิจกรรมสำหรับการจัดประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). สถิติการท่องเที่ยว. สืบค้น 27 มีนาคม 2566. จาก https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=411.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2565). การท่องเที่ยวเมืองรอง. สืบค้น 27 มีนาคม 2566. จาก <https://www.tat.or.th/th>.
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2566). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ.
- ชาย โพธิ์สีดา. (2564). การวิจัยเชิงคุณภาพ. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพมหานคร: บริษัท อัมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).
- ณัฐกานต์ พุกษ์สรนันท์, จุฑามาศ วิศาลสิงห์, และฐานกาญจน์ วงศ์วิศิษฐ์ศิลป์. (2561). แนวทางการสอดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ห่วงโซ่อาหาร เพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าการท่องเที่ยว. วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, 10(2), 169-182.
- ดรรชนี เอ็มพันธ์. (2549). หลักนันทนาการและการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ภัทรพร พันธุ์. (2558). การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยผ่านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย. JOURNAL OF SOUTHERN TECHNOLOGY, 8(2), 27-38
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2558). พจนานุกรมศัพท์ศึกษาศาสตร์ร่วมสมัย. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานราชบัณฑิตยสถาน.
- ศรีสมร คงพันธ์. (2565). ของกินแม่อยู่ ข้างวง ข้างดอน ข้างแลง อาหารเหนือลำ (อร่อย) ทุกมื้อ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ ส.ส.ส..
- สถาบันอาหารไทย. (2566). Soft power อาหารไทย เดินอย่างไรให้ได้ประโยชน์. สืบค้น 27 มีนาคม 2566. จาก https://fic.nfi.or.th/hot_issue_detail.php?smid=2611.



- สุปรียา ภูผาลา และจารุวรรณ แดงบุปผา. (2565). การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชนในประเทศไทย. *วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*. 8(1), 286-304.
- เสงี่ยม บุญพัฒน์, ขวัญฤทัย ครองยุติ, อรวรรณ บุญพัฒน์, และญาณัท ศิริสาร. (2564). การประเมินความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่องานเทศกาลชิมชา ชากุระงาม วัฒนธรรมชนเผ่าและกาแฟดอยแม่สลอง ครั้งที่ 24 จังหวัดเชียงราย. *วารสารบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*, 4(3), 115-131.
- เสงี่ยม บุญพัฒน์. (2564). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว*. เชียงราย: สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- A. Balderas-Cejudo., I.Patterson and G.W.Leeson. (2019). Senior Foodies: A developing niche market in gastronomic tourism. *International Journal of Gastronomy and Food Science*. Retrieved October 12, 2022. from <https://doi.org/10.1016/j.jdmn.2019.100152>.
- Amare Wondirad., Yihalem Kebete and Ying Li. (2021). Culinary tourism as a driver of regional economic development and socio-cultural revitalization: Evidence from Amhara National Regional State, Ethiopia. *Journal of Destination Marketing & Management*. Retrieved October 12, 2022, from <https://doi.org/10.1016/j.jdmn.2020.100482>.
- Boonpat O., Boonpat S., Srithong P., Chuminthachak S., Yolthasart S., Utchaya N., and 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.
- for local endeavor*. Retrieved March 24, 2023. from https://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/pdf/Creative_cities-broucher_en.pdf.
- G. Mehul Krishna Kumar. (2019). Gastronomic tourism - A way of supplementing tourism in the Andaman & Nicobar Islands. *International Journal of Gastronomy and Food Science*. Retrieved October 12, 2023. from <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2019.100139>.
- Harrington, R. J., & Ottenbacher, M. C. (2010). Culinary tourism - A case study of the gastronomic capital. *Journal of Culinary Science & Technology*, 8(1), 14-32.
- Jose Antonio Folgado-Fernandez, Ana Maria Campon-Cerro and Jose Manuel Hernandez-Mogollon (2019). Potential of olive oil tourism in promotin local quality food products: A case study of the region of Extremadura, Spain. *Heliyon*. Retrieved October 12, 2023. from <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02653>.



- Maria Bonaventura Forleo and Graziella Benedetto. (2020). Creative Cities of Gastronomy: Towards relationship between city and countryside. *International Journal of Gastronomy and Food Science*. Retrieved October 12, 2023. from <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2020.100247>.
- Marzia Ingrassia., Claudio Bellia., Chiara Giurdanella., Pietro Columba and Stefania Chironi. (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*. Retrieved October 12, 2023. from <https://doi.org/10.3390/joitmc.8010050>.
- Mitchel Hall, Cl, Sharples, L., Mitchel, R., Macionis, N., Cambourne, B., (2003). *Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets*. USA. Burligton: Elsevier Ltd.
- National Geographic Thailand. (2566). *ท่องเที่ยวในเส้นทางสายอาหารและการกินแห่งดินแดนอาเซียนผ่าน การท่องเที่ยวเชิงอาหาร*. สืบค้น 9 มีนาคม 2566. จาก <https://ngthai.Com/news-activity/20864/gastronomy/>.
- TAT Academy. (2566). จาก BCG Model สู่ BCG Tourism *เต็มส่วนผสมความยั่งยืนลงในการท่องเที่ยวอาหาร-ชุมชน-สุขภาพ*. สืบค้น 15 มีนาคม 2566. จาก <https://www.bcg.in.th/data-center/articles/bcg-tourism/>.
- UNESCO Creative Cities Network. (2016). *The Creative Cities Network: a global platform*
- Unilever Food Solution. (2566). *เทรนด์อาหารกำลังมาแรงปี 2022: อาหารเชิงท่องเที่ยว*. Retrieved March 9, 2023. From <https://www.unileverfoodsolutions.co.th/th/chef-inspiration/trendwatch/trend3-gastronomy-tourism.html>.
- UNWTO. (2020). 11 International tourism expected to decline over 70% in 2020, back to levels of 30 years ago. Retrieved March 20, 2023. From <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.7>.
- Yener Ogan and Muhabbet Celik. (2023). A gastronomic product in Turkish culinary culture: A sesearch on Yozgat Canak cheese. *International Journal of Gastronomy and Food Science*. Retrieved March 20, 2023. From <https://doi.org/10.1016/h,uhgfs.2022.100650>.