

บทคัดย่อ

ชุดโครงการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์องค์ประกอบที่เอื้อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อาหารจากพืชพื้นถิ่นล้านนา พัฒนารูปแบบการใช้ทรัพยากรในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยว และจัดทำแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวฯ แบ่งกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติจำนวน 12 คน และ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาการท่องเที่ยวจำนวน 30 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์แก่นสาระ และการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการศึกษาพบ พืชพื้นถิ่นใน 3 ระดับภูมิโนเวศจำนวน 190 ชนิด และพืชอัตลักษณ์จำนวน 21 ชนิด บุคลากรที่มีศักยภาพรวมทั้ง 3 พื้นที่จำนวน 65 คนแบ่งเป็นกลุ่มนักสื่อความหมายพืชพื้นถิ่น 33 คน และกลุ่มผู้ปรุงอาหารจากพืชพื้นถิ่นจำนวน 32 คน ได้รับการพัฒนาศักยภาพด้านการสื่อความหมายพืชพื้นถิ่น และการปรุงอาหารที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน สามารถถ่ายทอดเรื่องราวของอาหารได้ ด้านการตลาดพบนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษด้านสุขภาพ กลุ่มเชิงนิเวศ และเซฟรูนใหม่และ กลุ่มบริษัทนำเที่ยวด้านอาหาร ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวต้องการคือ ภูมิปัญญาการกินแบบดั้งเดิมของชุมชน โดยเรียนรู้ผ่านกิจกรรม การปรุงอาหาร การปลูก การเก็บเกี่ยว และการชิม โดยสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้แก่กลุ่มเป้าหมายคนไทย และอีเมลล์สำหรับชาวต่างชาติซึ่งเป็นการสร้างประสบการณ์ในขั้นก่อนการเดินทาง ประสบการณ์ระหว่างการเดินทางนั้นบุคลากรในการให้บริการนับเป็นปัจจัยสำคัญ ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงในด้านการประกอบอาหาร สามารถดึงดูดใจให้มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากยิ่งขึ้น สภาพแวดล้อมและบรรยากาศที่ดี และการสร้างประสบการณ์ให้รับรู้ถึงประสาทสัมผัสทั้ง 5 เป็นอีกองค์ประกอบที่สำคัญ เมื่อนักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจแล้ว จะเกิดการบอกต่อความประทับใจผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทั้งภาพและเสียง เช่น เฟสบุ๊ก ยูทูบ เพื่อให้เกิดการบอกต่อ และกลับมาเที่ยวซ้ำ

แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยว ได้แก่ การเชิญชวนกลุ่มเซฟรูนใหม่ให้เข้ามาเรียนรู้แหล่งวัตถุดิบ และภูมิปัญญาการกินในชุมชนเพื่อเผยแพร่องค์ความรู้เรื่องพืชพื้นถิ่น การยกระดับพืชพื้นถิ่นให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง การพัฒนากระบวนการให้บริการ ความรู้และทักษะในการให้บริการของชุมชน และการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนให้มีประสิทธิภาพ การศึกษาพืชพื้นถิ่นในเชิงลึกเพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าพืชพื้นถิ่นล้านนาของนักวิจัย การสนับสนุนเชิงนโยบายในระดับประเทศ และการเชื่อมโยงงานวิจัยกับผู้ประกอบการ เพื่อขยายผลไปสู่กลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์, อาหารพื้นถิ่น, พืชพื้นถิ่นล้านนา

Abstract

This research aims to synthesize elements that contribute to the experience of Lanna local plant based gastronomic tourism, to develop a resource utilization model to create the tourism experience, and to create guidelines for tourism development. The sample groups include 12 Thai and foreigner tourists and 30 stakeholders, selected by using purposive sampling method. The data were analyzed by the thematic analysis and the content analysis approach.

The results revealed 190 types of local plants in 3 ecological areas, 20 identity plants, 65 potential local personnel (33 plant interpreters and 32 cooks of local plants). The market research revealed the special interest tourists in health, eco-tourists, new generation chefs and the specialized food tour companies. The experience that travelers expected is the traditional eating wisdom. Tourists preferred learning through cooking activities, planting, harvesting and tasting. For pre-trip experience, such activities can be communicated through social media to the Thai groups, and through email for foreigners. For during-trip experience, personnel in service are important factors. The clear and systematic process is also important. For the Thai tourists, the use of celebrities or trendy food can attract more participants. Good atmosphere, local identity and the 5 senses experiences are other crucial elements. When tourists are impressed by the experience, they express their impression through social media such as Facebook and YouTube, so as to tell people to revisit the communities.

The suggested guidelines include the creation of awareness and public relations to specific groups of tourists, inviting new generation chefs to learn local wisdom in the community to disseminate knowledge to the wider society, increasing knowledge about edible plants, the promotion of in-depth study of plants, development of the menus from local plants, development of local personnel potentials in providing food services and plants interpretation, development of management in the tourism groups, the communication to research users such as tour companies, and the encouragement by policy support from provincial governments, agencies and related network partners.

Keywords: Experiential tourism, local food, Lanna local plant