



รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

แนวทางการสอดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ห่วงโซ่อาหารเพื่อเพิ่มคุณค่า
และมูลค่าการท่องเที่ยว

Local Wisdoms and Value Creation: Art of Sustainable Food Tourism
and Climate-friendly Approach

โดย ผศ. ดร.จุฑามาศ วิศาลสิงห์ และคณะ
บริษัท เพอร์เฟคลิงค์ คอนซัลติ้ง กรู๊ป จำกัด

พฤศจิกายน 2559

เลขที่สัญญา RDG5850097

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

แนวทางการสวดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ห่วงโซ่อาหารเพื่อเพิ่มคุณค่า
และมูลค่าการท่องเที่ยว

Local Wisdoms and Value Creation: Art of Sustainable Food Tourism
and Climate-friendly Approach

คณะผู้วิจัย

ผศ. ดร.จุฑามาศ วิศาลสิงห์
ณัฐธกานต์ พฤษทรัพย์สรนันท์
ดร. ภารดี ยโสธรศรีกุล

สังกัด

บริษัท เพอร์เฟคลิงค์ คอนซัลติ้ง กรุ๊ป จำกัด
มหาวิทยาลัยบูรพา
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ชุดโครงการ แผนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว
โดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

Mechanisms for Tourism with Thainess: a Multi-Stakeholder
Participation and Community based Approach

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)
และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
(ความเห็นในรายงานฉบับนี้เป็นของผู้วิจัย วช. สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยนี้จัดทำขึ้นเพื่อค้นหาแนวทางการสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการท่องเที่ยวโดยการสอดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยหยิบยกศิลปะอาหารไทยเป็นตัวอย่างในการทำให้เห็นการขับเคลื่อนวิถีไทยอย่างชัดเจน โดยมุ่งหวังให้ผู้ร่วมงานวิจัยไปใช้ประโยชน์สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงในระดับชุมชน ถึงระดับนโยบาย และสร้างกระบวนการทศน์ในการท่องเที่ยวใหม่ที่คำนึงถึงรากเหง้าของวัฒนธรรมและวิถีชุมชนอย่างแท้จริง

คณะนักวิจัยขอแสดงความซาบซึ้งแก่ผู้มีส่วนร่วมในการศึกษาครั้งนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเหล่าผู้กล้าที่ยืนหยัดในการทำงานการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่การศึกษา ซึ่งมีความตั้งใจในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยด้วยจิตสำนึกของความเป็นคนไทย รักบ้านเกิด และทำเพื่อลูกหลานเยาวชนไทยในอนาคต คณะนักวิจัยได้รับแรงบันดาลใจอย่างยิ่งที่ส่งผลออกมาเป็นพลังอันแรงกล้าในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ให้ออกมาเป็นรูปธรรมจับต้องได้ และขอขอบพระคุณศิลปินและเยาวชนที่ร่วมแสดงศักยภาพอย่างเต็มที่กับโครงการวิจัยนี้ พิสูจน์ให้เห็นว่าความเป็นไทยสามารถไปไกลได้ และไปต่อในอนาคต

คณะนักวิจัยเชื่อมั่นว่าโครงการวิจัยนี้จะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ และสามารถเชื่อมต่อได้กับผู้ใช้ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม ขอขอบคุณสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ที่สนับสนุนโครงการวิจัยนี้ให้เกิดขึ้นจริง

การท่องเที่ยวก้าวไกล หัวใจอยู่ที่ความร่วมมือ
ความเป็นไทยจะไปไกล ได้แค่ไหน กับ เสน่ห์ กิน ถิ่นไทย
คณะนักวิจัย

2559

บทสรุปผู้บริหาร

ในปัจจุบัน การท่องเที่ยววิถีไทยจัดเป็นนโยบายสำคัญในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวระดับชาติเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ โดยการชูเอกลักษณ์และความโดดเด่นในความเป็นไทยให้เป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อตอบสนองต่อแนวโน้มความต้องการของนักท่องเที่ยวโลกที่เชื่อว่าความเป็นของแท้ในความเป็นท้องถิ่น ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการเรียนรู้สิ่งใหม่ อย่างไรก็ตาม วิธีการในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวบนฐานรากของชุมชนท้องถิ่นนั้นยังขาดแนวทางที่ชัดเจนและจับต้องได้ โครงการวิจัยชิ้นนี้จึงมุ่งหวังเพื่อค้นหาแนวทางดังกล่าว เพื่อสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการท่องเที่ยว โดยเริ่มต้นจากการศึกษาเรื่องศิลปะอาหารไทยและห่วงโซ่อุปทานอาหารเป็นตัวอย่างในการศึกษาวิจัย

โครงการวิจัยนี้ริเริ่มจากฐานแนวคิดด้วยเรื่องวิถีไทย ความเป็นไทย ที่หมายถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ในชีวิตของคนไทย และเชื่อมโยงด้วยมิติแห่งช่วงเวลา อดีต ปัจจุบัน และอนาคต จึงไม่อาจสามารถสร้างกรอบจำกัดความของความเป็นไทยแบบดั้งเดิมที่ปราศจากวิวัฒนาการที่ร่วมสมัยได้ โครงการวิจัยนี้จึงดำเนินการศึกษาโดยมีโจทย์ในการสืบค้น คือ ธรรมชาติ ชีวิต และศิลปะ เป็นตัวตั้งเพื่อเปิดกรอบความคิดให้คำนึงถึงวิถีชีวิตอย่างเปิดกว้าง นอกจากนี้เรื่องอาหาร จัดเป็นตัวอย่างในการศึกษาห่วงโซ่อุปทานที่ดี สามารถเชื่อมโยงได้ตั้งแต่กลุ่มเกษตรกร ผู้ผลิต ผู้ประกอบการแปรรูปร้านอาหารต่าง ๆ จนถึงปลายทางที่มีการนำเสนอต่อนักท่องเที่ยว

โครงการวิจัยนี้เป็นแบบกรณีศึกษาเชิงพื้นที่ ดำเนินการโดยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative) โดยเน้นการศึกษา วิเคราะห์ผลที่เกิดจริงจากการทดลองทำโดยกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) และจากการเข้าใจสถานการณ์และโอกาสในพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยว โดยรวบรวมข้อมูลจากปราชญ์และผู้รู้เกี่ยวกับวิถีไทยและวิถีชุมชนที่ครอบคลุมทุกมิติ เช่น สังคม วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ศิลปะนำมาประกอบกับการระดมความคิดเห็นจากผู้ประกอบการทางอาหารในพื้นที่นั้น ๆ เกษตรกรท้องถิ่น นักปราชญ์ชุมชนหน่วยงานราชการหรือสมาคมทางเกษตร และการท่องเที่ยวในระดับตำบล อำเภอ จังหวัด และคนกลางด้านสินค้าเกษตรกรรม ซึ่งนำมาสร้างกรอบแนวทางการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานอาหารเพื่อสร้างสรรค์อาหารและศิลปะ ที่สามารถนำเสนอให้เกิดคุณค่าและมูลค่าเพิ่มได้

โครงการวิจัยนี้ตอบโจทย์การนำไปใช้ประโยชน์ได้ในหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นมิติเชิงนโยบาย เชิงวิชาการ เชิงการพัฒนาสังคม และเชิงพาณิชย์ เนื่องจากการเน้นความเชื่อมโยงในการทำงานร่วมกันตลอดห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งประกอบด้วยภาคส่วนที่เกี่ยวข้องโดยตรงในระดับนโยบาย ระดับท้องถิ่น และผู้ประกอบการธุรกิจ รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยอ้อมที่อาจไม่ได้อยู่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยตรง ผลการศึกษาสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาชุมชนในกรอบแนวคิดของความยั่งยืนได้ทุกมิติ โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ รวมถึงการศึกษาแบบบูรณาการในการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีไทย และการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร การสืบทอดสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม การแก้ไขปัญหายากจนและลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม และการสร้างเอกลักษณ์และข้อได้เปรียบทางการแข่งขันในเชิงธุรกิจ เพื่อเพิ่มมูลค่าและคุณภาพของสินค้าและบริการท่องเที่ยวอีกด้วย

ผลการวิจัยนำเสนอ ข้อค้นพบเป็นรูปแบบ (Model) แนวทางการสอดประสานวิถีไทยเพื่อเพิ่มมูลค่าและคุณค่า จากฐานรากสู่สากล โดยการออกแบบวิถีไทยให้ไปไกล ร่วมสมัยและทันสมัย ด้วยแนวทางการสืบค้น ร้อยเรียงและออกแบบ (Content-Concept-Design) ผ่านต้นแบบอาหาร

ท้องถิ่นนำเสนอในรูปแบบ Artisan Kitchen ตามแนวคิด Community Based Design เพื่อให้เกิดการเพิ่มมูลค่าจากต้นทางจนปลายทาง

ร่วมสร้างยูนิควิตี้ ต้นแบบ ในการสืบสานวิถีไทยและสร้างสรรค์นวัตกรรมด้วยศิลปพื้นบ้าน ในการนำเสนอเรื่องราว ตามแนวคิด “เสน่ห์ กิน ถิ่น ไทย” ทดลองทำและนำเสนอต้นแบบการแสดงผลศิลปะไทย ในการสื่อความหมายอาหารไทยและเรื่องราววัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ท้องถิ่น เสนอแนะต้นแบบตัวอย่างการออกแบบเส้นทางและรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงศิลปะและอาหาร (Gastronomic trail)

การท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร (Gastronomy tourism) ได้มีการกล่าวถึงมรดกของท้องถิ่น (Local Heritage) ที่สามารถนำมาใช้เป็นกรอบความคิดในการรวบรวมเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตคนไทย และศึกษาคุณค่าและความหมายของสถานที่ (Sense of Place) ของแต่ละพื้นที่ การศึกษา โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก คือ ชีวิต ธรรมชาติ และศิลปะ วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ไม่หยุดนิ่ง เพราะวัฒนธรรมจะเปลี่ยนแปลงไปตามกระบวนการต่างๆ ที่เข้ามากระทบการที่วัฒนธรรมจะเปลี่ยนแปลงไปในด้านใดก็ย่อมขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมของสังคมนั้นๆ ว่าได้เปิดรับสิ่งแปลกใหม่ที่เข้ามากระทบได้มากน้อยเพียงไร หรือจะปิดกั้นไม่ยอมรับเลยแล้วปล่อยให้วัฒนธรรมเปลี่ยนแปลงไปเองอย่างช้าๆ ในกรอบที่ขีดกั้นไว้ ซึ่งการจำกัดขอบเขตของการเปลี่ยนแปลงนั้นอาจออกกฎหรือการจำกัดด้วยข้อห้ามก็ได้ วัฒนธรรมยังหมายถึง ผลผลิตและสิ่งของด้วย วัฒนธรรมเป็นเรื่องที่กว้างลึก ครอบคลุมวิถีชีวิต บรรทัดฐาน คุณค่า จารีตประเพณี ความเชื่อระบบความคิดของสังคมมนุษย์ ดังนั้น การวิเคราะห์เรื่องวัฒนธรรม จึงจำต้องมุ่งไปในรายละเอียดทุกแง่มุม และต้องมองวัฒนธรรมแบบองค์รวม ทั้งนี้โดยไม่ลืมที่จะดูสิ่งแวดล้อมในสถานะและสถานการณ์ของ ช่วงนั้นๆ ว่ามีผลกระทบต่อวัฒนธรรมมากน้อยเพียงใด และทำให้วัฒนธรรมนั้นๆ แปรเปลี่ยนไปในรูปใดทั้งนี้เพราะการจะเรียนรู้เพื่อให้เข้าใจสังคมหนึ่งๆ อย่างถ่องแท้ นั้น วัฒนธรรมเป็นสิ่งสำคัญมาก ดังที่ Boas แห่งมหาวิทยาลัยโคลัมเบีย ผู้วางรากฐานมานุษยวิทยาวัฒนธรรมได้ให้ความสำคัญทางด้านวัฒนธรรมไว้ โดยสามารถสรุปเป็นกรอบคิดเรื่องวิถีไทยจำเป็นต้องครอบคลุม 3 มิติหลักที่กล่าวมา คือ ชีวิต ธรรมชาติ และศิลปะ

การศึกษาต่าง ๆ ค้นพบว่ากระบวนการการขับเคลื่อนการนำอัตลักษณ์ตามแบบวิถีไทยมา สอดประสานในอาหารไม่ว่าจะเป็นประกอบอาหารแบบดั้งเดิมโดยชุมชน หรือการสร้างสรรค์การ นำเสนออาหารในรูปแบบใหม่ ล้วนแล้วแต่มีแนวทางที่สอดคล้องกัน 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. การสืบค้น (Content)

การศึกษาเรื่องราวต่าง ๆ ที่เป็นอัตลักษณ์ตามแบบวิถีไทยที่โดดเด่นของพื้นที่ โดยใช้กรอบความคิดในการศึกษาคุณค่าและความหมายของสถานที่ (Sense of Place) ภายใต้ 3 กลุ่มความคิดหลัก ได้แก่ ธรรมชาติ ชีวิต และศิลปะ จากการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม พบว่า การสืบค้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1) การสืบค้นโดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักของพื้นที่ (Inside-out)

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ที่สามารถเปิดวงพูดคุยหรืออภิปรายเรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ ซึ่งผู้เข้าร่วมอาจมีความเชี่ยวชาญหรือความรู้ที่แตกต่างกันออกไป ทำให้ข้อมูลเกิดการตรวจสอบซึ่งกันและกัน และเป็นที่ยอมรับของคนในพื้นที่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่อาจประกอบด้วย คนท้องถิ่น หรือผู้มีหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่ เป็นต้น

2) การสืบค้นโดยกลุ่มบุคคลภายนอกพื้นที่ (Outside-in)

บุคคลภายนอกของพื้นที่ หมายถึง ผู้ที่ไม่มีความเกี่ยวข้องใดในพื้นที่ หรือมีความรู้เกี่ยวกับพื้นที่อย่างจำกัด อาจประกอบด้วย นักวิจัย นักออกแบบ ศิลปิน เชฟ หรือเยาวชน เป็นต้น บุคคลภายนอกของพื้นที่ที่สามารถสืบค้นเรื่องราวต่างๆ ในพื้นที่โดยการศึกษาข้อมูลในระดับทุติยภูมิ (Secondary data) การสัมผัสบรรยากาศของพื้นที่ และการสอบถามข้อมูล หรือสัมภาษณ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักของพื้นที่อย่างเปิดกว้าง

3) การสืบค้นแบบผสมผสาน (Mixed)

การสืบค้นแบบผสมผสานเป็นวิธีที่ใช้สำหรับการมีส่วนร่วมอย่างเต็มรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่โดยตรงและโดยอ้อม และบุคคลภายนอกพื้นที่ที่มีความเชี่ยวชาญในศาสตร์และศิลป์แขนงต่าง ๆ การสืบค้นแบบผสมผสานมีข้อดีคือ การแลกเปลี่ยน เพิ่มพูน และเติมเต็มประสบการณ์ที่คนท้องถิ่นหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่อาจจะยังมีอยู่อย่างจำกัดอยู่ และเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกพื้นที่ได้ศึกษาคุณค่าและความหมายของสถานที่กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่ไปพร้อมกัน

2. การร้อยเรียง (Concept)

หลังจากการสืบค้นเรื่องราวต่าง ๆ ที่เป็นอัตลักษณ์ตามแบบวิถีไทยของพื้นที่แล้ว การร้อยเรียงถือเป็นกระบวนการที่สำคัญในการสร้างกลุ่มของเรื่องราวที่มีความโดดเด่นที่สามารถต่อยอดไปเป็นการนำเสนออัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังมีความเชื่อมโยงกับเรื่องราวของพื้นที่อย่างเป็นระบบ จากการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมพบว่า การร้อยเรียงสามารถทำได้ 2 วิธี ดังนี้

1) การร้อยเรียงเรื่องราวที่ถูกเน้นย้ำ (Repeated)

เรื่องราวที่ถูกเน้นย้ำจากการสืบค้น สามารถเป็นเรื่องราวที่โดดเด่นของพื้นที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องราวที่ถูกเน้นย้ำบ่อยครั้ง อาจเป็นเรื่องราวที่มีความสำคัญต่อพื้นที่นั้น ๆ ได้

2) การร้อยเรียงเพื่อเชื่อมโยงเรื่องราวต่าง ๆ (Related)

เรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ได้จากการสืบค้น อาจมีรายละเอียดจำนวนมาก หรือมีความหลากหลาย ซึ่งสามารถจัดกลุ่มความเชื่อมโยงของเรื่องราวต่าง ๆ ที่มีจุดร่วมหรือมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

3. การออกแบบ (Design)

การออกแบบถือเป็นขั้นตอนสุดท้ายของการสอดประสานวิถีไทยในการท่องเที่ยว โดยการนำแนวคิดที่ได้จากการสืบค้นและร้อยเรียงมาสื่อความหมายให้มีชีวิต (Living interpretation) การออกแบบการนำเสนอถือเป็นกระบวนการในการสร้างสรรค์หรือแสดงออกทางศิลปะ เพื่อเพิ่มมูลค่าเรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ให้เป็นประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สามารถจับต้องได้ จากการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมพบว่า การออกแบบที่มีคุณภาพจำเป็นต้องมีคุณลักษณะอย่างน้อย 3 ประการ ดังนี้

1) เรื่องราว (Stories) หมายถึง มีเรื่องราวที่น่าสนใจแก่ผู้รับสารโดยการร้อยเรียง

2) อรรถรส (Senses) หมายถึง เป็นรูปธรรมจับต้องได้โดยการวิเคราะห์ประสาทสัมผัส (Sensory analysis) ไม่ว่าจะเป็นการมองเห็น (Seeing) การดมกลิ่น (Smelling) การได้ยิน (Hearing) การสัมผัส (Touching) และการลิ้มรส (Tasting)

3) สีสลา (Sophistication) หมายถึง ความมีชั้นเชิงในการสื่อความหมายและนำเสนอ รู้จังหวะ รู้วิธีที่เหมาะสมในการสร้างความน่าสนใจให้กับสิ่งที่นำเสนอ การขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มี “ชุมชน” เป็นตัวตั้ง ทำโดยชุมชน เพื่อประโยชน์ชุมชน สิ่งที่สำคัญ คือ จินตนาการในเรื่องใกล้ตัวที่อาจเป็นความเคยชินในวิถีชีวิตของชุมชน จำเป็นต้องได้รับการสร้างแรงบันดาลใจ เรียนรู้ที่จะจินตนาการให้เกิดกระบวนการคิดอย่างสร้างสรรค์ ก่อให้เกิดช่องทางแห่งโอกาสในการพัฒนาชุมชนโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ โดยการสนับสนุนในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

1. การสนับสนุนการวิจัย

- ส่งเสริมการวิจัยในชุมชนโดยใช้กระบวนการออกแบบบนรากฐานของชุมชน (Tourism – Community-based Design) อันประกอบด้วย สืบค้น ร้อยเรียง และออกแบบ เพื่อเก็บรวบรวมและสร้างองค์ความรู้ในอัตลักษณ์พื้นที่
- สร้างพิพิธภัณฑ์ตำบล เพื่อรวบรวมเรื่องราวของธรรมชาติ ชีวิต และศิลปะในพื้นที่ โดยถอดความรู้จากคนรุ่นเก่า สืบสานสู่คนรุ่นใหม่
- จัดตั้งกองทุนการวิจัยในเรื่องศิลปวัฒนธรรมในท้องถิ่นหรือชุมชน

2. การพัฒนาสินค้าและบริการ

- ส่งเสริมการขยายผลแนวทางการสอดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยการออกแบบบนรากฐานของชุมชน (Tourism – Community-based Design) สู่ภาคส่วนอื่น ๆ เช่น การออกแบบผ้าพื้นเมือง การแปรรูปอาหาร การออกแบบโรงแรมหรือที่พักแรม อุทยานธรรมชาติสร้างสรรค์
- สนับสนุนแนวคิดวิถีไทยสู่ธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง (SMEs) เพื่อส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนและกิจการเพื่อสังคม
- ส่งเสริมการฝึกอบรมมัคคุเทศก์และนักสื่อความหมายท้องถิ่นให้มีทักษะอย่างมืออาชีพและมีคุณภาพสูง สื่อความหมายให้มีชีวิต สร้างความเข้าใจและความรู้สึกร่วมกับนักท่องเที่ยวได้ โดยออกแบบประสบการณ์นักท่องเที่ยว (Visitor Experience Management) โดยใช้กระบวนการออกแบบบนรากฐานของชุมชน (Tourism – Community-based Design) ในฝั่งของนักท่องเที่ยว
- ส่งเสริมการสื่อสารทางการตลาด โดยใช้เรื่องราวรากฐานของชุมชนในการสร้างความเข้าถึงและลดช่องว่างระหว่างนักท่องเที่ยวและคนท้องถิ่น

3. การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

- สนับสนุนนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาอย่างครบวงจร ซึ่งครอบคลุมการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม อนุรักษ์และสืบ

ทอดสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมของชุมชน รวมถึงวิถีเกษตรอันเป็นกระดูกสันหลังของชาติ

4. การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร

- ชูเรื่องอาหารไทยที่เป็นมากกว่าอาหารโดยการนำเสนอความเป็นศาสตร์และศิลป์ที่ร้อยเรียงอัตลักษณ์และวิถีชุมชนที่หลากหลาย ทั้งทางประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรมและชีวิตความเป็นอยู่ ที่ทำให้ภาคต่างๆ แตกต่างจากที่อื่นๆ
- ประกาศจุดยืนในประชาคมอาเซียนเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ (Quality Destination) ในการให้ความสำคัญกับการพัฒนาเพิ่มคุณค่าและมูลค่าในอาหารท้องถิ่นเพื่อการสร้างความยั่งยืนให้กับภาคส่วนต่าง ๆ ตลอดห่วงโซ่อุปทาน (Culinary Supply Chain & Supply Engagement) นำเสนอความเป็น Destination of Gastronomy
- สร้างชุดความรู้ Gastronomic Tourism Toolbox ตามกระบวนการออกแบบบนรากฐานของชุมชน (Community-based Design) เพื่อสร้างกลไกการพัฒนาสันถวไมตรีแห่งอาหาร (Gastro-diplomacy) และขยายผลในภาคต่าง ๆ
- จัดกิจกรรมส่งเสริมแนวคิดศิลปะอาหาร (Art of Food) เช่น Food Talk, Dinner Forum, Event เป็นต้น เพื่อสร้างพื้นที่ในการสร้างสรรค์ศิลปะอาหารในพื้นที่ต้นแบบ

บทคัดย่อ

โครงการวิจัยนี้มุ่งหวังเพื่อค้นหาแนวทางในการสวดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่น และความเชื่อมโยงระหว่างภาคการเกษตร ความหมายของพื้นที่ (Sense of Place) การจับคู่ศิลปะอาหารด้วยศาสตร์และศิลปะการแสดง และการนำเสนออาหารเพื่อเป็นตัวอย่างในการออกแบบประสบการณ์ให้เข้าถึงเรื่องราว ประสาทสัมผัส และลีลาที่น่าสนใจ นอกจากการเพิ่มมูลค่าในแหล่งท่องเที่ยวแล้ว อาหารไทยยังสามารถเพิ่มคุณค่าของอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่สามารถแสดงออกผ่านศิลปะบนจานอาหารได้ การสืบค้นเกิดจากรอบแนวคิด 3 เสาหลักของวิถีไทย ความเป็นไทย คือ ธรรมชาติ ชีวิต และศิลปะ ซึ่งถือเป็นกรอบแนวคิดวิจัยในการศึกษากรณีศึกษาใน 3 พื้นที่ แบ่งตามเกณฑ์ของการเข้ามาซึ่งทุนนิยม และระดับการพัฒนาการท่องเที่ยว อันได้แก่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม และชุมชนบ้านไร่กองขิง จังหวัดเชียงใหม่ โครงการวิจัยนี้ค้นพบกระบวนการออกแบบบนฐานรากของชุมชน (Community-based Design) ซึ่งประกอบด้วย การสืบค้น (Content) ร้อยเรียง (Concept) และออกแบบ (Design) เป็นแนวทางเชิงยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนวิถีไทยและสวดประสานในสินค้าและบริการท่องเที่ยว

คำสำคัญ: ศิลปะอาหาร, การท่องเที่ยวโดยชุมชน, การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, การท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร, สันถัมภ์แห่งอาหาร, การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

Abstract

This research aims to explore the linkages between agriculture, senses of place and how to create a pairing of food and local performing arts. Senses, stories and sophistication were all integrated into one plate. Thai food not only can increase the value of a destination, but also increase the value of local identity which could be expressed through art of food. A range of experts were consulted to formulate the 3 pillars of Thainess (Nature, Life and Art). This conceptual framework was used as an experiment tool to elicit how the three elements could be conceptualized within 3 selected areas. Using case study research approach, three selected areas (Chiangmai, Samuthsongkram and Baan Rai Gong Khing), representing 3 scales of tourism development and capitalism, were examined. The Community-based Design (CBD) framework comprising of content, concept and design, was discovered as guiding principles, offering strategies how Thai culture (Thainess) could be conceptualised and embedded into tourism.

Keywords: Art of Food, Community-based Tourism, Creative Tourism, Gastronomic Tourism, Gastro-diplomacy, Sustainable Tourism Development

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	ง
บทคัดย่อ	ฉ
Abstract.....	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญ และที่มาของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย.....	2
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน (Sustainable Development of Community-based Tourism)	6
ห่วงโซ่อุปทานอาหาร (Food Supply Chain).....	17
การท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร (Gastronomic Tourism)	19
กรอบแนวคิดการวิจัย	28
แผนภาพที่ 17 กรอบการวิจัย	29
บทที่ 3 การดำเนินการวิจัย	30
ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง.....	30
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	31
การเก็บรวบรวมข้อมูล	35
การวิเคราะห์ข้อมูล	38
บทที่ 4 ผลการศึกษา หรือ ผลการวิจัย	39
การศึกษาเรื่องอัตลักษณ์ต่าง ๆ ตามแบบวิถีไทยที่โดดเด่นในพื้นที่.....	39
การศึกษาเรื่องแนวทางการสวดประสานวิถีไทยในการท่องเที่ยว.....	45
การศึกษาเรื่องแนวทางการเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่น	49
การศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานอาหาร	78
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	91

สรุป อภิปรายผล.....	91
ข้อเสนอแนะ	94
บรรณานุกรม.....	97
ภาคผนวก.....	101

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 ตารางการเปรียบเทียบการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการพัฒนายั่งยืน	16
ตารางที่ 2 เกณฑ์การคัดเลือกพื้นที่การศึกษา	31
ตารางที่ 3 พื้นที่และอาชีพทางการเกษตรของจังหวัดสมุทรสงคราม (งานยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด, 2555)	42
ตารางที่ 4 ข้อมูลพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดสมุทรสงคราม	42
ตารางที่ 5 แนวคิดในการร้อยเรียง (Concept) ของสำหรับอาหารพื้นเมืองของชุมชนบ้านไร่กองขิง ..	52
ตารางที่ 6 การออกแบบการนำเสนอเชิงศิลปะการแสดงเกี่ยวกับสำหรับอาหารพื้นเมือง ของชุมชนบ้านไร่กองขิง.....	53
ตารางที่ 7 ผลการสืบค้นสำหรับอาหารพื้นเมืองของชุมชนบ้านไร่กองขิง	56
ตารางที่ 8 แนวคิดในการร้อยเรียง (Concept) ของน้ำตาลมะพร้าว.....	60
ตารางที่ 9 การออกแบบการนำเสนอเชิงศิลปะการแสดงเกี่ยวกับน้ำตาลมะพร้าว.....	62
ตารางที่ 10 ผลการสืบค้นเมนูกล้วยลอยตาล.....	65
ตารางที่ 11 แนวคิดในการร้อยเรียง (Concept) ของแกงโฮะ	69
ตารางที่ 12 การออกแบบการนำเสนอเชิงศิลปะการแสดงเกี่ยวกับแกงโฮะและเมืองเชียงใหม่	70
ตารางที่ 13 ผลการสืบค้นเมนูแกงโฮะแบบดั้งเดิม	73
ตารางที่ 14 ตัวอย่างการนำเสนอการจับคู่ศิลปะและอาหารของ 3 พื้นที่การศึกษา	77
ตารางที่ 15 มิติของประโยชน์จากโครงการวิจัย.....	95

สารบัญแผนภาพ

	หน้า
แผนภาพที่ 1 หัวเรื่องงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
แผนภาพที่ 2 แนวคิด 3C Model โดยองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	7
แผนภาพที่ 3 การบรรลุผลของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	9
แผนภาพที่ 4 ผู้ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	10
แผนภาพที่ 5 องค์ประกอบหลัก 5 ด้านของการพัฒนาชุมชน	14
แผนภาพที่ 6 แนวทางการจัดการของแต่ละด้านในการพัฒนาชุมชน	15
แผนภาพที่ 7 หลักการจัดการด้านอาหาร 3Ps.....	18
แผนภาพที่ 8 องค์ประกอบของอาหารไทยในฐานะประสบการณ์การท่องเที่ยว	20
แผนภาพที่ 9 กลุ่มความเคลื่อนไหวสโลว์ฟู้ด (Slow Food Movement).....	21
แผนภาพที่ 10 กลุ่มชิตต้าสโลว์ (Cittaslow).....	22
แผนภาพที่ 11 รางวัล European Region of Gastronomy	22
แผนภาพที่ 12 ความเชื่อมโยงของอุตสาหกรรมเกษตรและการท่องเที่ยว (European Region of Gastronomy)	22
แผนภาพที่ 13 การสร้างมูลค่าจากอาหารสู่ประสบการณ์การท่องเที่ยว (Richards, 2003).....	23
แผนภาพที่ 14 รูปแบบความร่วมมือของภาคการเกษตรและการท่องเที่ยว (Hjalager & Johansen, 2013).....	24
แผนภาพที่ 15 มิติ 5 ด้านของแรงจูงใจในการเลือกรับประทานอาหารเพื่อการท่องเที่ยว	26
แผนภาพที่ 16 ตัวอย่างองค์ประกอบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร (Correia et al., 2008).....	27
แผนภาพที่ 17 กรอบการวิจัย.....	29
แผนภาพที่ 18 กรอบแนวคิดเรื่องวิถีไทย.....	32
แผนภาพที่ 19 แบบสังเกตการณ์ Group Dynamics ระหว่างการระดมความคิดเห็น	33
แผนภาพที่ 20 เครื่องมือการร้อยเรียงเรื่องราว (Story hooks).....	33
แผนภาพที่ 21 กฎการระดมสมอง (Brainstorming).....	34
แผนภาพที่ 22 วิธีการใช้กลุ่มคำสร้างสรรค์.....	35
แผนภาพที่ 23 การประมวลผลข้อมูลเชิงคุณภาพ.....	37
แผนภาพที่ 24 กระบวนการ Nominal Group Technique	37
แผนภาพที่ 25 อัตลักษณ์ตามแบบวิถีไทยที่โดดเด่นของชุมชนบ้านไร่กองขิง จังหวัดเชียงใหม่	41
แผนภาพที่ 26 อัตลักษณ์ตามแบบวิถีไทยที่โดดเด่นของจังหวัดสมุทรสงคราม (เมืองแม่กลอง)	43

แผนภาพที่ 27 อัตลักษณ์ตามแบบวิถีไทยที่โดดเด่นของอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (เมืองเชียงใหม่)	45
แผนภาพที่ 28 แนวทางการสอดประสานวิถีไทยในการท่องเที่ยว	45
แผนภาพที่ 29 แนวทางการสอดประสานวิถีไทยสู่การท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร	Error! Bookmark not defined.
แผนภาพที่ 30 ห่วงโซ่อุปทานอาหารในพื้นที่ชุมชนบ้านไร่กองขิง จังหวัดเชียงใหม่	84
แผนภาพที่ 31 ห่วงโซ่อุปทานของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการทำน้ำตาลมะพร้าวและการท่องเที่ยวโดยชุมชน	82
แผนภาพที่ 32 ห่วงโซ่อุปทานอาหารในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	86
แผนภาพที่ 33 การสร้างเครือข่ายการทำงานในแบบ Accelerating team	89
แผนภาพที่ 34 รูปแบบการทำงานร่วมกันเพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทย	90
แผนภาพที่ 35 แนวทางการสอดประสานวิถีไทย	91
แผนภาพที่ 36 สรุปแนวทางการสอดประสานวิถีไทยผ่านการจับคู่ศิลปะและอาหาร	93
แผนภาพที่ 37 แนวคิดการขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชนด้วยการท่องเที่ยว	94

สารบัญรูปภาพ

	หน้า
รูปภาพที่ 1 เมนูอาหารท้องถิ่นของชุมชนบ้านไร่กองขิง จังหวัดเชียงใหม่.....	51
รูปภาพที่ 2 ภาพประกอบการออกแบบการร่ำรำเพื่อนำเสนอเรื่องราวของชุมชนบ้านไร่กองขิง	54
รูปภาพที่ 3 ถุงทองน้ำปู.....	56
รูปภาพที่ 4 ตูนมะพร้าว.....	57
รูปภาพที่ 5 รังจิ้งจอกขอสจู้สีกะปิรากลากเข้มข้น	58
รูปภาพที่ 6 ซุปคอนซูเม่จิ้งจอกผสมกะหล่ำปลี.....	59
รูปภาพที่ 7 ภาพประกอบการออกแบบการร่ำรำเพื่อนำเสนอขั้นตอนการผลิตน้ำตาลมะพร้าว	63
รูปภาพที่ 8 ภาพประกอบการทำกล้วยลอยตาลในพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม	67
รูปภาพที่ 9 ไอศกรีมกล้วยลอยตาลรสชาตน้ำตาลมะพร้าว.....	68
รูปภาพที่ 10 ภาพประกอบการออกแบบการร่ำรำเพื่อนำเสนอเรื่องราวของแกงโฮะและเมืองเชียงใหม่.....	71
รูปภาพที่ 11 ภาพประกอบการทำแกงโฮะแบบดั้งเดิมในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	75
รูปภาพที่ 12 แกงโฮะหลอดโลก (แกงโฮะอินเตอร์).....	75
รูปภาพที่ 13 ชันโตกคานาเป้.....	76
รูปภาพที่ 14 ผลการระดมความคิดเห็น (Brainstorming) เกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนบ้านไร่กองขิง .	79
รูปภาพที่ 15 การแบ่งกลุ่มการทำงานในห่วงโซ่อุปทานของชุมชนบ้านไร่กองขิง จังหวัดเชียงใหม่	80
รูปภาพที่ 16 การพัฒนาผู้ผลิตในห่วงโซ่อุปทานอาหารของชุมชนบ้านไร่กองขิง จังหวัดเชียงใหม่	81
รูปภาพที่ 17 อาหารว่างของชุมชนบ้านไร่กองขิง.....	82
รูปภาพที่ 18 โปรแกรมการท่องเที่ยว Organic Farming Trail & Cooking Makeover โดยมหาวิทยาลัยแม่โจ้.....	88
รูปภาพที่ 19 การเปรียบเทียบการออกแบบการนำเสนอเมนูอาหารข้าวยาตามแบบดั้งเดิม (Traditional food) และอาหารอาร์ตีสัน (Artisan food)	89

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญ และที่มาของปัญหา

ภายใต้แนวคิดของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สามารถสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ไทยนำสู่การเพิ่มมูลค่าและสร้างคุณค่า งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งที่จะศึกษาเพื่อหาแนวทางพัฒนาการสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าห่วงโซ่อุปทานอาหารในชุมชนให้สามารถสอดคล้องกับความเป็นไทยได้อย่างสร้างสรรค์อย่างมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยที่จะช่วยสร้างให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความเป็นเอกลักษณ์โดยค้นหาอัตลักษณ์ความเป็นวิถี นำเสนอให้มีศิลปะ และมีผลเชิงพาณิชย์ในการต่อยอดอาหารไทยที่สามารถร้อยเรียงเรื่องราว วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ การละเล่น ประเพณี โดยให้เห็นและสัมผัสได้ผ่านอาหารท้องถิ่นไทย การคิดค้นสร้างสรรค์นี้จำเป็นต้องอาศัยกลุ่มคนหลากหลายในชุมชนร่วมคิด ร่วมออกแบบตามแนวทางวิถีความเป็นอยู่ของสังคมนั้นๆ โดยชุมชน และเพื่อชุมชน

คณะผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาด้วยการทดลองทำจริงในการหาต้นแบบการสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ไทย โครงการต้นแบบนี้เน้นที่เรื่องการร้อยเรียงสืบค้นห่วงโซ่อุปทานของอาหารที่จะนำมาเป็นส่วนหนึ่งของสินค้าทางการท่องเที่ยวได้ เนื่องจากในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนี้ อาหารถือเป็นเรื่องสำคัญเรื่องหนึ่งในอุตสาหกรรมนี้ ทุกการเดินทางนักท่องเที่ยวใช้จ่ายสำหรับเรื่องอาหารเป็นสัดส่วนที่มากเป็นอันดับหนึ่งในสามเสมอ เป็นรองจากค่าที่พักและการใช้จ่ายใช้สอยเพื่อซื้อสินค้าอื่นๆ อีกทั้งกระแสของการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารมีอัตราเติบโตสูงมากยิ่งขึ้นเนื่องจากการปรับตัวของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแนวทางเลือกใหม่ที่เพิ่มมากยิ่งขึ้นในโลกยุคสังคมโลกาภิวัตน์นี้ การจัดการห่วงโซ่อุปทานยังเป็นองค์ประกอบสำคัญในการส่งเสริมให้เกิดการจัดการอย่างยั่งยืน เมื่อสามารถลดปริมาณของเสีย และจัดการให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ความครอบคลุมทุกมิติที่จะนำไปสู่การจัดการอย่างยั่งยืนนี้ สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาตามกรอบการพัฒนาขององค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) เรื่องการบริโภคที่ยั่งยืน (Sustainable Consumption) จากการประชุม UNWTO ว่าด้วยเรื่องของอาหารและการท่องเที่ยวล่าสุดได้ข้อสรุปคือ อาหารคือส่วนประกอบสำคัญที่จะนำเสนอคู่ไปกับความสวยงามของภูมิทัศน์ แหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์

“Pairing gastronomy: Work is needed to position food tourism in the front lines of a destinations’ strategy. All destinations have a “gastro” potential, but it is important to have food tourism products and offer to make a destination more attractive because it is a holistic experience. Food tourism is to be paired with the ingredients of landscape, culture and history”. (UNWTO World Forum on Food Tourism, 2015)

งานวิจัยนี้ได้มุ่งเน้นที่การสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร ตามข้อสรุปงานวิจัยเรื่อง “ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร” ได้มีข้อเสนอแนะในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร และนำไปสู่การกำหนดแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารสำหรับพื้นที่ในเขตจังหวัดภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก ภาคใต้ และกรุงเทพมหานคร ไปแล้วนั้น งานวิจัยนี้นำอาหารไทยมาเพิ่มมูลค่าและสร้างคุณค่าโดยการคิดค้นวิธี รูปแบบ ในการนำเรื่องราวประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม สังคม ประเพณีมาสืบค้นอาหารและทดลองสร้างสรรค์ให้มีการนำเสนอผ่านศิลปะของท้องถิ่น โดยประสานเรื่องการค้นคว้าวัตถุดิบในท้องถิ่นที่

สามารถเชื่อมต่อมูลค่าให้กับภาคการเกษตรได้ (Local Sourcing) ตามแนวคิดการจัดการอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ปัจจุบันพบเสมอว่าห่วงโซ่อาหารในบางพื้นที่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมาก เช่น การเปลี่ยนจากอาชีพที่เป็นเกษตรกรในชุมชน เปลี่ยนมาทำธุรกิจอื่นๆ ที่มีรายได้มากกว่ามาทดแทนการทำเกษตร ในบางชุมชนหรือพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวมีการนำเข้าวัตถุดิบจากแหล่งที่ไกลกว่าทดแทนการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น จึงยังทำให้เกิดปัญหาในห่วงโซ่อุปทานอาหาร ดังนั้น โครงการวิจัยย่อยนี้จึงมีขึ้นเพื่อสร้างแนวทางซึ่งจะนำมาเป็นเครื่องมือที่สำคัญยิ่งในการสนับสนุนเกษตรกรท้องถิ่น ส่งเสริมให้เกิดคุณค่าจากเรื่องราววัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่สามารถถ่ายทอดมาในเรื่องราวของอาหาร ศิลปะในการนำเสนออาหารอย่างสร้างสรรค์ โดยนักวางแผน ผู้รับผิดชอบเชิงนโยบายและนักวางแผนการตลาดจากภาคเอกชน เช่น โรงแรม ร้านอาหาร เป็นต้น ซึ่งจักนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวและเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้การท่องเที่ยวท้องถิ่นให้ยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ต่าง ๆ (เช่น การละเล่น ประเพณี ศิลปะการแสดง) ตามแบบวิถีไทยที่โดดเด่นในพื้นที่
2. เพื่อศึกษากระบวนการการขับเคลื่อนการนำอัตลักษณ์ตามแบบวิถีไทยมาสู่ตลาดประสาธน์ในเรื่องอาหาร
3. เพื่อวิเคราะห์หาแนวทางพัฒนาห่วงโซ่อุปทานอาหารในพื้นที่
4. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์หาแนวทางการเพิ่มมูลค่าของอาหารจากแบบวิถีไทยในท้องถิ่น
5. เพื่อศึกษาวัตถุดิบท้องถิ่นที่สามารถนำมาประยุกต์และนำเสนอเพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างคุณค่าให้อาหารท้องถิ่นได้
6. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์หาแนวทางการนำเสนออาหารตามแบบวิถีไทยที่สอดคล้องประสาธน์ศิลปะและนวัตกรรมความคิดสร้างสรรค์ให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

ขอบเขตของการวิจัย

โครงการวิจัยนี้เป็นแบบกรณีศึกษาเชิงพื้นที่ โดยเน้นการศึกษา วิเคราะห์ผลที่เกิดจริงจากการทดลองทำ (experiment) และจากการเข้าใจสถานการณ์และโอกาสในพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยว โดยรวบรวมข้อมูลจากปราชญ์และผู้รู้เกี่ยวกับวิถีไทยและวิถีชุมชนที่ครอบคลุมทุกมิติ เช่น สังคม วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ศิลปะ นำมาประกอบกับการระดมความคิดเห็นจากผู้ประกอบการทางอาหารในพื้นที่นั้น ๆ เกษตรกรท้องถิ่น นักปราชญ์ชุมชนหน่วยงานราชการหรือสมาคมทางการเกษตรและการท่องเที่ยวในระดับตำบล อำเภอ จังหวัด และคนกลางด้านสินค้าเกษตรกรรม ซึ่งนำมาสร้างกรอบแนวทางการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานอาหารเพื่อสร้างสรรค์อาหารและศิลปะ ที่สามารถนำเสนอให้เกิดคุณค่าและมูลค่าเพิ่มได้ โดยมีกำหนดระยะเวลาภายใน 12 เดือนในการลงพื้นที่ ศึกษา เก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล จนกระทั่งรวบรวมรูปแบบรายงานการวิจัย

พื้นที่ที่ทำการศึกษาคัดเลือกจากเกณฑ์การคัดเลือกพื้นที่ ประกอบด้วย 3 พื้นที่ ได้แก่ 1) ชุมชนบ้านไร่ กองซิง หมู่บ้านกองซิง ตำบลหนองควาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ 2) อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม และ 3) อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

การออกค้นหาอาหาร (Food Foraging) มีที่มาจากศาสตร์ทางด้านนิเวศวิทยาเชิงพฤติกรรมในเรื่องของการออกหาอาหารหรือล่าเหยื่อของสัตว์เพื่อความอยู่รอดและการสืบพันธุ์ (Danchin et al., 2008) ซึ่งสามารถนิยามในเชิงมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ได้ว่า การกระทำเพื่อค้นหาและรวบรวมหรือเก็บเกี่ยวอาหารป่า ซึ่งสามารถเกี่ยวโยงกับกิจกรรมการไต่เขา (Hiking) เพื่อไปเก็บวัตถุดิบต่าง ๆ ในท้องถิ่นเพื่อการประกอบอาหาร โดยส่วนใหญ่วัตถุดิบที่ได้มักจะเกิดขึ้นตามธรรมชาติหรือถูกปลูกขึ้นโดยปราศจากการเพาะปลูก กิจกรรมการออกค้นหาอาหารโดยทั่วไปอาจหมายรวมถึง การออกหาเห็ด ซึ่งจำเป็นต้องใช้ทักษะและความรู้ทางด้านพฤกษศาสตร์และโภชนาการเพื่อระบุคุณลักษณะของเห็ดชนิดต่าง ๆ เป็นต้น (Watson, 2015)

อาหารอาร์ตีสัน (Artisan Food) หมายถึง อาหารที่ถูกผลิตขึ้นโดยวิธีการที่ไม่ใช่ในเชิงอุตสาหกรรมรสชาติและกระบวนการการประกอบอาหารจะพัฒนาโดยวิถีธรรมชาติและใช้เวลามากกว่าการผลิตอาหารจำนวนมาก (Mass production) ที่ใช้ระยะเวลาสั้น อาหารอาร์ตีสันให้ความสำคัญกับวัตถุดิบที่นำมาประกอบอาหาร รวมถึงแหล่งที่มา คุณค่าทางโภชนาการ ศิลปะการประดิษฐ์อาหาร และการคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมจากการผลิตอาหารอีกด้วย (The School of Artisan Food, 2015) นอกจากนี้อาหารอาร์ตีสันยังรวมถึงอาหารที่ผลิตออกมามีจำนวนน้อย โดยช่างฝีมือในการประกอบอาหาร (von Biel, 2011) ซึ่งมีความแตกต่างกับอาหารฟิวชั่น หรือการประกอบอาหารแบบฟิวชั่น (Fusion food/cooking) ซึ่งหมายถึง ศิลปะการประกอบอาหารที่พัฒนามาจากการผสมผสานสองวัฒนธรรม และนำมาสร้างสรรค์เมนูอาหารใหม่โดยเน้นรสชาติใหม่ที่แตกต่างจากรสชาติต้นตำรับ ยกตัวอย่างเช่น อาหารฟิวชั่นที่ผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมตะวันตกและตะวันออกเข้าด้วยกัน เช่น ฝรั่งเศสลาว ปลาตอลีหัดเครื่องเทศล้านนา ลาบปลาแซลมอน เป็นต้น (บุรพารัศมี, 2556)

การท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร (Gastronomic Tourism) หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นประสบการณ์เกี่ยวกับมรดกของท้องถิ่น (Local heritage) ผ่านการเรียนรู้โดยใช้อาหารท้องถิ่นเป็นสื่อกลาง (Kesimoglu, 2015) ในขณะที่นิยามศัพท์ที่ใกล้เคียงกันแต่อาจมีความแตกต่างกันจึงได้อธิบายไว้ด้วยกัน คือ การท่องเที่ยวเชิงครัวอาหาร (Culinary Tourism) หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการเสาะหาประสบการณ์การรับประทานอาหารและดื่มเครื่องดื่มในรูปแบบที่แตกต่างจากชีวิตประจำวัน ซึ่งจัดเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural tourism) ที่แสดงออกผ่านอาหาร และมีความเกี่ยวโยงกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro-tourism) (Wolf, 2006) และการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food tourism) หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อค้นหาประสบการณ์การรับประทานอาหารและเครื่องดื่มที่แตกต่าง ไม่ว่าจะเป็นจุดหมายปลายทางระยะใกล้หรือไกล (World Food Travel Association, 2015)

การจับคู่อาหาร (Pairing Gastronomy) หมายถึง วิธีการในการระบุว่าอาหารชนิดใดเข้ากันได้ด้วยการที่มีองค์ประกอบทางรสชาติสอดคล้องกัน โดยใช้การทดลองทางวิทยาศาสตร์ เช่น การแยก/ระบุ/วัดจำนวนขององค์ประกอบทางเคมีในสารละลาย (High-performance Liquid Chromatography: HPLC) และในก๊าซ (Gas Chromatography: GC) และอื่น ๆ ในการวิเคราะห์อาหารและค้นหาองค์ประกอบทางเคมีที่คู่ของอาหารมีร่วมกัน ยกตัวอย่างเช่น การจับคู่ไวน์และอาหาร (Wine and food matching) หมายถึงกระบวนการในการจับคู่ระหว่างอาหารกับไวน์เพื่อเพิ่มพูนรสชาติในการรับประทานอาหาร โดยคำนึงถึงปัจจัยของอาหารที่มีผลต่อองค์ประกอบต่าง ๆ ของไวน์ เช่น ปริมาณน้ำตาล ระดับความเป็นกรด ปริมาณแอลกอฮอล์ ปริมาณแทนนิน (Tannins) เป็นต้น

เชฟอาร์ตีสัน (Artisan Chef) หมายถึง พ่อครัวที่สร้างสรรค์อาหารอาร์ตีสัน (Artisan food) อาหารที่ผลิตจากวัตถุดิบในท้องถิ่น ปลอดภัย และมีขั้นตอนวิธีการประกอบอาหารแบบดั้งเดิมให้ออกมาเป็นอาหารรูปแบบใหม่ที่มีสีสันของอาหารและรสชาติในแบบฉบับของตนเอง

ศิลปะอาหาร (Art of Food) หมายถึง ศิลปะการนำเสนอมิติเชิงสุนทรีย์ของอาหารผ่านทัศนศิลป์ (Visual art) รูปแบบต่างๆ เช่น ภาพวาด ภาพถ่าย คลิปวิดีโอ ศิลปะของอาหารมีมุมมองต่ออาหารในฐานะผลงานทางศิลปะรูปแบบใหม่ (food is the new art) ไม่ได้แตกต่างจากศิลปะภาพถ่ายแฟชั่น หรือภาพวาดทิวทัศน์อันสวยงาม (Sharma 2015) ศิลปะของอาหารยังหมายถึงความถึงการทำให้การกินอาหารเป็นประสบการณ์เชิงผัสสะ (eating is a sensuous experience) ที่ไม่ได้จำกัดอยู่แค่ประสบการณ์ด้านรสชาติอาหารเพียงอย่างเดียว หากขยายสู่การผสมผสานประสบการณ์เชิงผัสสะอันหลากหลายอื่นๆ ของการกินอาหารร่วมด้วย เช่น ความสวยงามการตกแต่งอาหาร กลิ่นของอาหาร บรรยากาศขณะกินอาหาร และศิลปะการแสดงการประกอบอาหารของพ่อครัว

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ใช้กับชุมชนอื่นๆ เพื่อขยายผลให้สามารถเข้าใจถึงกระบวนการคิดสร้างสรรค์ จากวิถีชีวิตสู่การออกแบบอาหาร โดยการที่สามารถสร้างและนำเมนูมาใช้เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวจากเดิมก่อนการทำวิจัยอย่างน้อย 1 เมนู ในแต่ละพื้นที่ที่ร่วมวิจัย
2. เชิงวิชาการ นำเสนองานและแลกเปลี่ยนตลอดการทำงานวิจัยใช้รูปแบบการดำเนินงานวิจัยที่สร้างเครือข่ายผู้เชี่ยวชาญที่เชื่อมต่อกับทีมงานวิจัยระดับสากล
3. เครือข่ายการทำงานในพื้นที่ใช้เครื่องมือ สุนทรียสาธก หรือ Appreciative Inquiry (AI) จากผลการศึกษาในการสร้างสรรค์วิถีไทยในเรื่องอื่นๆ
4. เชิงพาณิชย์ นำผลการศึกษาที่ประยุกต์ใช้จริงจากกรอบทฤษฎีการมีส่วนร่วมและการสร้างสรรค์ สู่การเพิ่มมูลค่าที่นำไปใช้ได้ในกลุ่มโรงแรมขนาดเล็กที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้การท่องเที่ยวได้ตามแบบวิถีไทย
5. เชิงสังคม ใช้ผลการสร้างกลุ่มเยาวชนต้นแบบ ส่งเสริมให้เห็นการสืบค้นรากและวิถีไทย เพื่อรณรงค์การมีส่วนร่วมให้กว้างขวางขึ้น

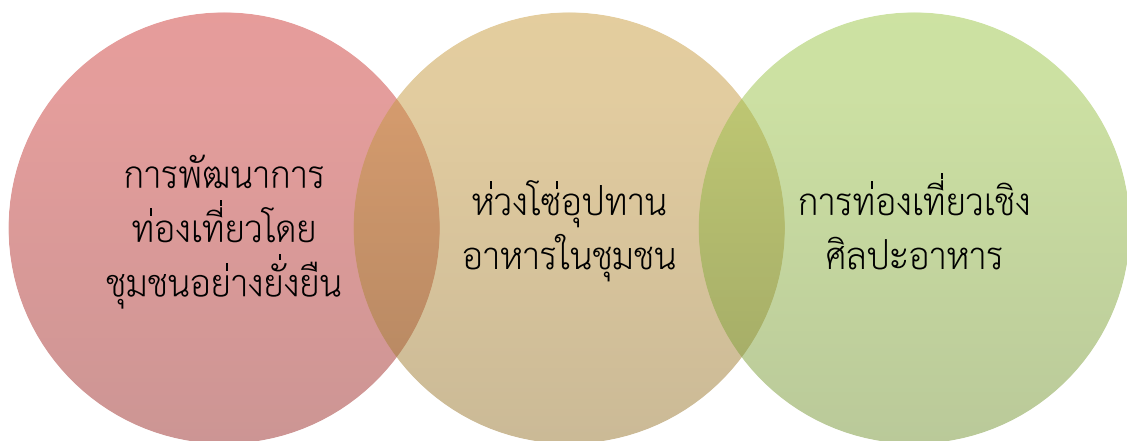
บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎี ได้มีการนำแนวคิดของหลักการจัดการทางด้านอาหารมาวิเคราะห์ทั้งกระบวนการในการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารในท้องถิ่น โดยเริ่มจากกระบวนการหาวัตถุดิบ การจัดซื้อ การผลิตอาหาร จนถึงการนำเสนอของอาหารงานนั้นๆ

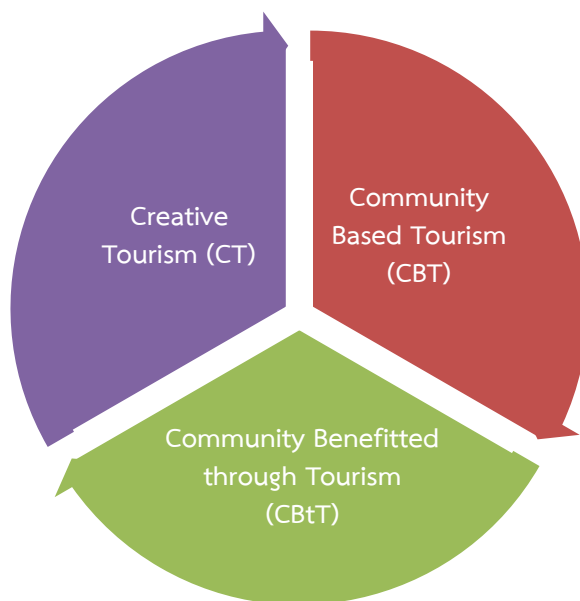
การสอดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ห่วงโซ่อาหารเพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าการท่องเที่ยว จัดเป็นแนวทางในการสร้างการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งคำนึงถึงการอนุรักษ์และต่อยอดศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน การรักษาสິงแวดล้อม และการพัฒนาเศรษฐกิจไปพร้อม ๆ กัน งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการวิจัยย่อยนี้จึงสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ดังแผนภาพที่ 1 ต่อไปนี้



แผนภาพที่ 1 หัวเรื่องงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน (Sustainable Development of Community-based Tourism)

ในประเทศไทย แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสามารถกล่าวอ้างถึง 3C Model ขององค์การพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) ดังแผนภาพที่ 2 ที่อธิบายถึงการท่องเที่ยวโดยชุมชนซึ่งถือเป็นฐานของกลไกการจัดการ (Management Mechanism) เพื่อเป็นพื้นที่ให้ชุมชนสามารถสร้างกลไกของตนเอง และนำเอาหลักการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาเสริมเติมแต่งทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่า (Value Creation) ให้เป็นผลิตภัณฑ์หรือประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวนี้ไม่ว่าจะเป็นในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ก็สามารถขยายผลและกระจายไปในวงกว้างได้อีกด้วย (Supply Chain Management)



แผนภาพที่ 2 แนวคิด 3C Model โดยองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มาจากแนวทางการพัฒนาแบบยั่งยืน เน้นความสมดุลระหว่างการพัฒนากับการอนุรักษ์ ในการประชุม Globe'90 ณ ประเทศแคนาดา ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่าเป็น “การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และผู้เป็นเจ้าของทรัพยากรท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและสงวนรักษาโอกาสต่าง ๆ ของอนุชนรุ่นหลัง การท่องเที่ยวรูปแบบนี้มีความหมายถึง การจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคมและความงามทางสุนทรียภาพ ในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และระบบนิเวศ” นอกจากนี้ยังหมายความรวมถึง 1) การท่องเที่ยวทุกรูปแบบที่มีการพัฒนา และการจัดการอย่างมีระบบที่จะให้มรดกทางธรรมชาติและวัฒนธรรมจื่งยั่งยืนอยู่ตลอดไป 2) รูปแบบการท่องเที่ยวที่ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรมได้อย่างต่อเนื่องยาวนาน โดยไม่ก่อให้เกิดความเสียหายและเสื่อมโทรมต่อสิ่งแวดล้อม 3) การท่องเที่ยวที่ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมทุกรูปแบบ ไม่ว่าจุดหมายปลายทางจะเป็นที่ใด จะเป็นกลุ่มใหญ่หรือกลุ่มเล็กทั้งในเมืองและชนบท

ซึ่งจากความหมายดังกล่าวพอสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน คือ การท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม สามารถเอื้อประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สังคม และรักษาทรัพยากรสิ่งแวดล้อมให้ดำรงอยู่ตลอดไป การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน จึงเป็นการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่มีการจัดการที่ดี มีการจัดรูปแบบกิจกรรมและขนาดที่เหมาะสม รมณ์ตระวังต่อการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดปัญหาและผลกระทบน้อยที่สุด โดยมุ่งเน้นให้ความสำคัญในการสร้างจิตสำนึกประสานความเข้าใจกับนักท่องเที่ยวมากกว่าให้ความพึงพอใจอย่างไม่มีขอบเขตแก่นักท่องเที่ยว (ทิพวรรณ, 2554)

แนวคิดและหลักการของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

กลุ่มคนในสังคมสมัยใหม่ให้ความสนใจ และให้ความสำคัญกับทรัพยากรสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เพราะเชื่อว่าสิ่งแวดล้อมเป็นประเด็นปัญหาสาธารณะ ที่โลกกำลังเผชิญอยู่ และนับวันจะทวีความรุนแรงขึ้น ส่งผลให้มีการรณรงค์เพื่อสร้างจิตสำนึกทางสิ่งแวดล้อมแพร่ขยายไปทั่วทุกภูมิภาคของโลก อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวซึ่งใช้ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมเป็นองค์ประกอบหลัก ถูกกล่าวหาว่ามีส่วนทำลายสภาพแวดล้อมด้วยทางหนึ่ง การท่องเที่ยวมวลชน (Mass Tourism) การเดินทางของคนจำนวนมากหรือคนกลุ่มใหญ่ ได้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม จึงได้มีการพิจารณาศึกษาหาแนวทางสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยว ในทิศทางที่สามารถประสานผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจสังคม รวมทั้งสร้างความสมดุลให้เกิดขึ้นระหว่างการท่องเที่ยว และการใช้ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมสามารถดำรงอยู่อย่างยั่งยืน อำนวยประโยชน์ต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ตลอดไป นำไปสู่แนวคิดของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) (ทิพวรรณ, 2554)

ในการประชุมนานาชาติด้านสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาที่ยั่งยืน ที่เรียกว่า Globe 90' Conference ที่เมืองแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา เมื่อเดือนมีนาคม 2533 ได้ให้หลักการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนพอสรุปได้ว่า

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะต้องสามารถบรรลุผลสำเร็จในทางเศรษฐกิจ สังคม และการดำรงความงดงามของสิ่งแวดล้อม ขณะเดียวกันต้องรักษาและบูรณาการทางวัฒนธรรมและกระบวนการทางระบบนิเวศ โดยกำหนดหลักการพื้นฐานและกรอบแนวทางปฏิบัติสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ได้ดังนี้

หลักการพื้นฐานการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

1) การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน (Using Resource Sustainably) เป็นการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมอย่างพอดีเท่าที่จำเป็นและประหยัด เพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรให้มีการใช้ยาวนานขึ้น

2) การลดการบริโภคและไม่ทำให้เกิดของเสียเกินความจำเป็น (Reducing Over-Consumption and Waste) เป็นการลดการบริโภคที่มากเกินไป และลดของเสีย เพื่อช่วยลดค่าใช้จ่ายในการทำบำรุงรักษาสีงแวดล้อมที่ถูกทำลายในระยะยาว และเป็นการเพิ่มคุณภาพของการท่องเที่ยวด้วย

3) การรักษาความหลากหลาย (Maintaining Diversity) เป็นการรักษาความหลากหลายของธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในระยะยาวและช่วยขยายฐานของการท่องเที่ยวด้วย

4) การรวมการพัฒนาการท่องเที่ยวเข้าอยู่ในการวางแผน (Integrating Tourism into Planning) เป็นการรวมการพัฒนาการท่องเที่ยวเข้ากับแผนพัฒนาแห่งชาติ และแผนพัฒนาท้องถิ่น อีกทั้งมีการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม (Environmental Impact Assessment: EIA) เพื่อช่วยขยายศักยภาพการท่องเที่ยวในระยะยาว

5) การสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น (Supporting Local Economics) เป็นการรองรับเศรษฐกิจของท้องถิ่น โดยพิจารณาควบคู่ไปกับด้านราคา และคุณค่าของสิ่งแวดล้อม ซึ่งไม่เพียงแต่จะช่วยให้เกิดการประหยัด แต่ยังป้องกันการทำลายสิ่งแวดล้อมด้วย

6) การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (Involving Local Communities) เป็นการให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ ซึ่งไม่เพียงแต่สร้างผลประโยชน์ตอบแทนให้แก่ประชาชนในท้องถิ่นและสิ่งแวดล้อมโดยรวม แต่ยังช่วยยกระดับคุณภาพการจัดการการท่องเที่ยวด้วย

7) การปรึกษาหารือกับผู้เกี่ยวข้องกับรัฐบาล (Consulting Stakeholders and the Public) เป็นการปรึกษาหารือกันอย่างสม่ำเสมอระหว่างรัฐบาล ผู้ประกอบการ รวมทั้งร่วมแก้ปัญหาและลดข้อขัดแย้งในผลประโยชน์

8) การฝึกอบรมบุคลากร (Training Staff) เป็นการฝึกอบรมบุคลากรท้องถิ่นทุกระดับทุกระดับ ให้มีความรู้เกี่ยวกับแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืน ซึ่งจะช่วยยกระดับของการบริการท่องเที่ยว

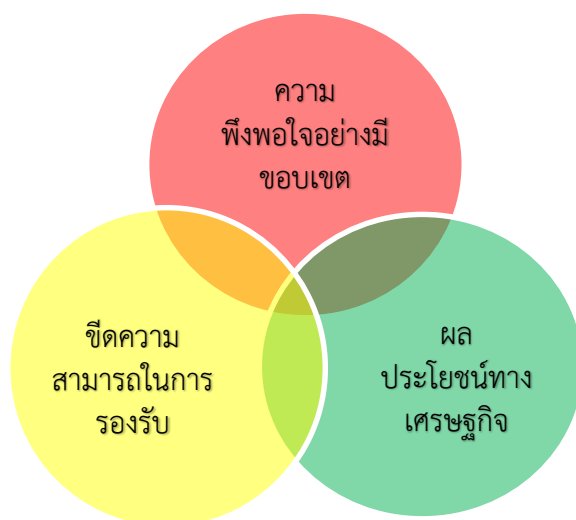
9) การตอบสนองการตลาดท่องเที่ยว (Marketing Tourism Responsibly) เป็นการเตรียมข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวอย่างพร้อมมูล เพื่อเผยแพร่ไปยังนักท่องเที่ยวให้เข้าใจและเคารพในสิ่งแวดล้อมธรรมชาติและวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งยังช่วยยกระดับความพอใจของนักท่องเที่ยวด้วย

10) การวิจัยอย่างมีประสิทธิภาพ (Undertaking Research) เป็นการวิจัยและติดตามตรวจสอบอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อช่วยในการแก้ไขปัญหา และเพิ่มผลประโยชน์ (ทิพวรรณ, 2554)

บทบาทของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เป็นประเด็นสำคัญสำหรับการท่องเที่ยวทุกระดับ ทั้งระดับโลก หรือนานาชาติ ประเทศ ภูมิภาคและท้องถิ่น รวมทั้งนักท่องเที่ยวชุมชนที่เป็นผู้ให้การรองรับหรือต้อนรับ และผู้ประกอบการท่องเที่ยว การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเน้นให้เห็นว่า เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่เชื่อมโยงกันอย่างแนบแน่น และเป็นสาเหตุหลักของปัญหาสิ่งแวดล้อม

ความสามารถในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน คือ การทำให้บรรลุถึงความต้องการระหว่างความพึงพอใจอย่างมีขอบเขตของนักท่องเที่ยว ความสามารถในการรองรับ และผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ดังแผนภาพที่ 3 การบรรลุผลของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งกลไกขับเคลื่อนที่สำคัญประกอบด้วย ภาครัฐ องค์กรอิสระ ธุรกิจเอกชน และนักท่องเที่ยว ดังปรากฏในแผนภาพที่ 4



แผนภาพที่ 3 การบรรลุผลของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน



แผนภาพที่ 4 ผู้ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ในการประชุม Globe 90' Conference มีการเสนอบทบาทของผู้ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนี้

1. บทบาทของรัฐบาลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยว มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ในด้านการสร้างรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ การสร้างงาน การกระจายรายได้ และนำความเจริญไปสู่ท้องถิ่น แต่ได้ก่อให้เกิดผลกระทบ สร้างความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม ภาครัฐจึงต้องมีบทบาทในการรักษาผลประโยชน์ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม รักษาสภาพแวดล้อมธรรมชาติและวัฒนธรรมของประเทศ (ทิพวรรณ, 2554) ดังนี้

1.1 ทำการศึกษาถึงผลกระทบของการท่องเที่ยว ที่มีผลต่อสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ

1.2 ให้การสนับสนุน และช่วยเหลือหน่วยงานราชการระดับท้องถิ่นในการสร้างกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยว (Tourism Development Strategies) ของตนให้สอดคล้องกับการอนุรักษ์

1.3 พัฒนามาตรฐาน และกฎข้อบังคับต่าง ๆ ในการประเมินผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนตรวจสอบโครงการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ

1.4 ให้ความสำคัญกับการศึกษา และปลูกฝังความสำนึกของคนในชาติต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

1.5 ให้ความสำคัญในเรื่องของ “ขีดความสามารถในการรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยว” (Tourism Development Carrying Capacity) ในแต่ละพื้นที่ ทั้งนี้จะต้องมีระบบตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอ และมีมาตรการในการปรับเปลี่ยนเพื่อให้เหมาะสมกับแต่ละพื้นที่

1.6 มีมาตรการในการควบคุมนักท่องเที่ยว ให้มีจำที่เหมาะสมในพื้นที่ที่มีความเปราะบางทางธรรมชาติและวัฒนธรรม เช่น พื้นที่เกาะ หรือหมู่บ้านชาวเขา เป็นต้น

1.7 จัดตั้งคณะกรรมการให้คำปรึกษาทางด้านการท่องเที่ยว (Tourism Advisory Board) ประกอบด้วยบุคคลจากหลาย ๆ ฝ่าย เช่น ประชาชน ผู้ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ผู้แทนจากภาครัฐ องค์กรอิสระ ฯลฯ

1.8 ทำการปฏิรูประบบหน่วยงานของรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง ถึงแนวคิดของการพัฒนาแบบยั่งยืน (Sustainable Development) โดยเฉพาะกรมและกระทรวงที่เกี่ยวข้องในการประสานงานและร่วมมือกันอย่างใกล้ชิด เพื่อความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

1.9 ผลักดันให้การท่องเที่ยวเป็นหัวข้อหนึ่งในการประชุมเพื่อการวางแผนสำคัญ ๆ ที่จะมียกเกี่ยวกับเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมโดยรวม

2. บทบาทขององค์กรอิสระในการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

องค์กรอิสระหรือ NGOs จะมีบทบาทมากในประเทศที่กำลังพัฒนาโดยเฉพาะบทบาทที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสิ่งแวดล้อม ทั้งด้านธรรมชาติและสังคม องค์กรอิสระอาจเป็นเสมือนผู้พิทักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นที่ปรึกษาทางด้านข้อมูล กฎหมาย วิชาการ รวมทั้งปกป้องผลประโยชน์ให้กับชุมชน ดังนั้นในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว องค์กรอิสระจึงควรมีบทบาท (ทิพวรรณ, 2554) ดังนี้

2.1 ควรร่วมในคณะกรรมการที่ปรึกษาทางการท่องเที่ยว (Tourism Advisory Board) ในทุก ๆ ระดับ และควรมีบทบาทในการเสนอแผนพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งนี้รวมถึงเรื่องการใช้ที่ดินและการมีส่วนร่วมในการประเมินผลระดับภูมิภาค และระดับท้องถิ่น

2.2 ควรแสวงหาความร่วมมือจากคนในท้องถิ่น เพื่อสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และคัดค้านการพัฒนาที่อาจมีผลเสียต่อทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น

2.3 ควรร่วมมือกับคนท้องถิ่นทำการศึกษาวิจัย และรวบรวมข้อมูล เพื่อส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

2.4 ควรแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็น กับหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในประเด็นเกี่ยวกับสินค้าทางการท่องเที่ยว และวิธีการดำเนินงานที่เหมาะสม

2.5 ควรสนับสนุนการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและควรหาโอกาสแสดงความคิดเห็นต่อปัญหา และอุปสรรคที่อาจจะขัดขวางการพัฒนาดังกล่าว โดยเฉพาะในหัวข้อเกี่ยวกับ

- ผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ที่มีต่อวัฒนธรรมท้องถิ่น และสภาพแวดล้อม
- การมีส่วนร่วมในการพัฒนาของกลุ่ม NGOs และประชาชนท้องถิ่น
- ผลกระทบจากอุตสาหกรรมด้านต่าง ๆ ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
- ระดับความร่วมมือในการพัฒนาจากภาครัฐบาล และภายในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อความสำเร็จในการพัฒนา

3. บทบาทของธุรกิจเอกชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

ภาคเอกชนในส่วนของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว เป็นผู้ดำเนินการนำการท่องเที่ยวไปสู่ท้องถิ่น จึงควรมีบทบาทในการส่งเสริมและพัฒนการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (ทิพวรรณ, 2554) ดังนี้

3.1 การลดมลพิษจากกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การลดปริมาณยาฆ่าแมลงที่ใช้ในสนามกอล์ฟ การควบคุมการปล่อยของเสียสู่แหล่งน้ำสาธารณะ ฯลฯ นอกจากนี้ควรให้การสนับสนุนโครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเท่าที่จะทำได้

3.2 ลดการปล่อยของเสีย ซึ่งอาจทำได้โดยขบวนการนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycling) หรือโดยการติดตั้งเครื่องบำบัดน้ำเสียที่มีประสิทธิภาพ และมีการตรวจสอบการใช้งานอย่างสม่ำเสมอ

3.3 นำเอาวิธีการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพมาประยุกต์ใช้ เช่น ส่งเสริมการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานจากลม ฯลฯ

3.4 ลดกิจกรรมที่เสี่ยงต่อการทำลายสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ เช่น การก่อสร้างใกล้ป่า ชายเลน ชายหาด เขตอาศัยของสัตว์ป่า เขตโบราณวัตถุสถาน ฯลฯ

3.5 นำการตลาดแบบ “Green Marketing” มาใช้ เช่น ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลอดจนการให้คำแนะนำการปฏิบัติของนักท่องเที่ยวเพื่อลดผลกระทบที่อาจมีต่อสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมของท้องถิ่น

4. บทบาทของนักท่องเที่ยวในการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

นักท่องเที่ยวคือคนต่างถิ่นที่เดินทางเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ โดยอาจจัดการเดินทางเอง หรือใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว เป็นผู้ที่มีบทบาทในการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นในขณะเดียวกันอาจเป็นผู้ทำลายทรัพยากรสภาพแวดล้อมของท้องถิ่นนักท่องเที่ยว ควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (ทิพวรรณ, 2554) ดังนี้

4.1 เลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวที่แสดงให้เห็นถึงความสำนึก และความรับผิดชอบต่อสังคม

4.2 ศึกษาข้อมูลล่วงหน้าเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง เช่น ประวัติศาสตร์ สภาพแวดล้อมโดยทั่วไป ขนบธรรมเนียมประเพณีของคนในท้องถิ่น

4.3 ท่องเที่ยวอย่างมีสำนึกต่อสิ่งแวดล้อม และระมัดระวังพฤติกรรมที่อาจมีผลเสียต่อวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่นนั้น ๆ

4.4 งดการซื้อสินค้าหรือบริการที่ทำลายสภาพทางนิเวศวิทยา และวัฒนธรรมของชุมชนนั้น ๆ เช่น ปะการัง สัตว์น้ำ พันธุ์ไม้ต่าง ๆ หรือโบราณวัตถุ

4.5 ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบ และข้อแนะนำของแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด

4.6 ให้ความร่วมมือในกิจกรรมเกี่ยวกับการอนุรักษ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยี่ยมชมเยือน

หลักการของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การกำหนดหลักการนี้เป็นไปเพื่อให้เห็นจุดยืนของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน ได้แก่

1. ชุมชนเป็นเจ้าของ
2. ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจและกำหนดทิศทาง
3. ส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง
4. ยกระดับคุณภาพชีวิต

5. มีความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม
6. คงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น
7. ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม
8. เคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่างและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์
9. เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนท้องถิ่น
10. มีการกระจายรายได้สู่สาธารณประโยชน์ของชุมชน

การที่จะให้ชุมชนดำเนินการท่องเที่ยวตามหลักการดังกล่าวข้างต้น มีความจำเป็นที่จะต้องเตรียมความพร้อมและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันก็ต้องรณรงค์กับคนในสังคมให้เห็นความแตกต่างของการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการท่องเที่ยวทั่วไป กระตุ้นให้เห็นความสำคัญและการเป็นนักท่องเที่ยวแบบ CBT ให้มากขึ้นเพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจต่อบทบาทของชุมชนท้องถิ่นในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสืบสานวัฒนธรรมดั้งเดิม (พิมพ์ระวี, 2553)

องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

1. ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม
 - ชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์
 - มีวิถีการผลิตที่พึ่งพาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน
 - ชุมชนมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น
2. องค์กรชุมชน
 - ชุมชนมีระดับสังคมที่เข้าใจกัน
 - มีปราชญ์ หรือผู้มีความรู้ และทักษะในเรื่องต่างๆ ที่หลากหลาย
 - ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของและเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา
3. การจัดการ
 - มีกฎ-กติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว
 - มีองค์กรหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการท่องเที่ยวและสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับชุมชนโดยรวมได้
 - มีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม
 - มีกองทุนของชุมชนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน
4. การเรียนรู้
 - ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างการเรียนรู้ และความเข้าใจวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง
 - มีระบบการจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน
 - สร้างจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมทั้งในส่วนของชาวบ้านและผู้มาเยือน (พิมพ์ระวี, 2553)

การท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการพัฒนาชุมชน

เจตนารมณ์ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ การใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องวิเคราะห์สถานการณ์ของชุมชนที่ชุมชนกำลังเผชิญอยู่ เพื่อที่จะเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชน และมองการพัฒนาอย่างเป็นองค์รวม โดยให้ความสำคัญต่อการพัฒนาสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และการเมือง ดังแสดงในแผนภาพที่ 5 องค์ประกอบหลัก 5 ด้านของการพัฒนาชุมชน (พิมพ์ระวี, 2553)



แผนภาพที่ 5 องค์ประกอบหลัก 5 ด้านของการพัฒนาชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการพัฒนาชุมชนในอนาคตและปัจจุบัน

การท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาชุมชนอย่างเป็นองค์รวม ดังแผนภาพที่ 6 ที่ชุมชนเป็นศูนย์กลางทั้งในด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมือง และด้านสิ่งแวดล้อม เนื่องจากทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ชุมชนใช้เป็นฐานในการผลิตเป็นทรัพยากรเดียวกัน วัฒนธรรมและสังคมเป็นตัวขับเคลื่อนเรื่องจิตวิญญาณของชุมชนในการสร้างความสัมพันธ์กันภายในชุมชนและการสัมพันธ์กับภายนอก ควรจะเชื่อมโยงให้เห็นการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนอย่างเป็นองค์รวม และเห็นแนวทางการใช้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนได้ (พิมพ์ระวี, 2553)



แผนภาพที่ 6 แนวทางการจัดการของแต่ละด้านในการพัฒนาชุมชน

การเปรียบเทียบการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการพัฒนาอย่างเป็นองค์รวม

การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน หากมองว่าการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนต้องไปในทิศทางเดียวกัน ดังนั้นในแต่ละมิติของการท่องเที่ยวควรจะเข้าไปส่งเสริมความเข้มแข็งให้กับการพัฒนาชุมชน การเปรียบเทียบการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชน จึงเปรียบเสมือนการสร้างการเปรียบเทียบและสร้างตัวชี้วัดของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยมีกรอบของการพัฒนาชุมชนเป็นแนวทาง ดังตารางแสดงการเปรียบเทียบการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน ตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตารางการเปรียบเทียบการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน

มิติการพัฒนา	การพัฒนาอย่างยั่งยืน	การท่องเที่ยวโดยชุมชน
ด้านเศรษฐกิจ	-มีรายได้จากการผลิต -มีการพัฒนาเศรษฐกิจที่หลากหลาย -เศรษฐกิจที่พึ่งตนเอง	-เกิดกองทุนพัฒนาชุมชน -สร้างงานในชุมชน -สร้างรายได้ให้กับชาวบ้าน
ด้านสังคม	-คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา -ดำรงความยุติธรรมในสังคม -มีคุณภาพชีวิตที่ดี -มีองค์กรชุมชน	-ชุมชนมีการพัฒนาคุณภาพชีวิต -ชาวบ้านมีความภาคภูมิใจในตนเอง -เกิดการแบ่งบทบาทชาย/หญิงในการทำงาน -เกิดองค์กรชาวบ้านในการจัดการ
วัฒนธรรม	-ชาวบ้านมีการศึกษา -เกิดการรับรู้และถ่ายทอดทางวัฒนธรรม -มีการอนุรักษ์ทางวัฒนธรรม	-มีความเคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่าง -สร้างการแลกเปลี่ยน-เรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน -เป็นการพัฒนาที่เติบโตจากรากฐานของตนเอง
สิ่งแวดล้อม	-ชุมชนมีสิทธิในการจัดการทรัพยากร -มีระบบการดูแลสิ่งแวดล้อม -ชุมชนเกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ	-พิจารณาขีดความสามารถในการรองรับ -มีระบบการจัดการของเสีย -มีการสร้างสำนึกการอนุรักษ์
การเมือง	-ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา -การพัฒนาจากความต้องการของประชาชน -ชุมชนมีความเป็นประชาธิปไตย	-ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว -สามารถต่อรองผลประโยชน์กับภายนอกได้ -ชุมชนมีสิทธิในการจัดการการท่องเที่ยว

ห่วงโซ่อุปทานอาหาร (Food Supply Chain)

ส่วนที่สำคัญของห่วงโซ่มูลค่าทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวเนื่องประกอบด้วยนักท่องเที่ยว ห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งหลายนั่นเอง โดยสามารถแบ่งออกเป็น 4 ภาคส่วนย่อยหลัก ดังนี้ ด้านที่พัก อาหารการกิน การเดินทางท่องเที่ยว และของฝากของที่ระลึก โดยในด้านอาหารการกิน รวมถึงร้านอาหาร พ่อค้าคนกลาง เกษตรกร (Sofield, 2011)

ห่วงโซ่อุปทานอาหารเป็นปัจจัยที่สำคัญในการมองเห็นภาพรวมของกระบวนการทั้งหมดตั้งแต่การผลิต ลำเลียง แปรรูป และนำเสนออาหารสู่ผู้บริโภค ดังนั้นหากต้องการบรรลุถึงความยั่งยืนในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จำเป็นต้องสืบเสาะที่มาของปัญหาที่เกิดขึ้นให้ลงไปสู่ต้นตอหรือแหล่งกำเนิด ยกตัวอย่างเช่น ในปัจจุบันปัญหาทางด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการขนส่งบรรจุภัณฑ์อาหารข้ามโลกเป็นสิ่งที่มนุษยชาติมีความกังวลมาก นักวิจัยต่าง ๆ ต่างแนะนำว่าการจัดซื้อวัตถุดิบจากในท้องถิ่นจะช่วยให้การปล่อยปริมาณคาร์บอนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวลดลงเป็นจำนวนมาก ซึ่งช่วยลดผลกระทบจากภาวะเรือนกระจกได้ (Boniface, 2003; Hall et al., 2003; Sonnino & Griggs-Trevarthen, 2013) อย่างไรก็ตามความมั่นใจต่อวัตถุดิบจากท้องถิ่นก็เป็นอีกเรื่องหนึ่ง ที่ก่อให้เกิดการขาดการกระจายรายได้ลงสู่ชุมชน Berno (2011) กล่าวว่าการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นจึงจำเป็นต้องส่งเสริมการเกษตรของชุมชนให้เข้มแข็ง เพื่อกระตุ้นให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จัดซื้อวัตถุดิบจากท้องถิ่น ซึ่งนอกจากจะช่วยลดปัญหาสิ่งแวดล้อมแล้ว ยังช่วยเชื่อมโยงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่ท้องถิ่นได้อีกด้วย ก่อให้เกิดการป้องกันการรั่วไหลของเงิน และสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่ชุมชนต่อไป Vasileska และ Reckoska (2010) กล่าวเสริมว่าการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานของการผลิตอาหารอย่างยั่งยืน จำเป็นต้องคำนึงถึงมาตรการทางเศรษฐศาสตร์การเมืองที่จะก่อให้เกิดการกระจายรายได้และการกำหนดราคาที่เป็นธรรมในอุตสาหกรรมเกษตร อุตสาหกรรมอาหาร และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ในขณะเดียวกันในฝั่งของผู้บริโภค ด้วยอัตรากำลังซื้อของนักท่องเที่ยวที่เติบโตในปัจจุบัน ทำให้นักท่องเที่ยวมองหาคุณภาพที่ดีขึ้นในการบริโภคอาหาร การทำการตลาดของอาหารเพื่อตอบสนองต่อแนวโน้มที่เกิดขึ้นนี้จึงจำเป็นต้องเชื่อมโยงกระบวนการการผลิตอาหารจากผู้ผลิตสู่ผู้บริโภค หรือจากแปลงเกษตรกรรม สู่โต๊ะอาหาร (from the farm to the fork) (Vasileska & Reckoska, 2010)

โดยทั่วไป ห่วงโซ่อุปทานอาหารกระแสหลักมักจะถูกครอบงำโดยองค์กรเอกชนขนาดใหญ่ที่มีโครงสร้างขนาดใหญ่ มีกำลังการผลิตสูง และขับเคลื่อนด้วยกำไรทางเศรษฐกิจ แต่อาจส่งผลกระทบต่อเชิงลบในทางสังคมและสิ่งแวดล้อม Cleveland et al. (2014) ได้อธิบายระบบอาหารทางเลือกเพื่อท้องถิ่นว่าเป็นยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาห่วงโซ่อุปทานอาหารอย่างยั่งยืนขึ้นได้ หากคำนึงถึงเป้าหมายทางสังคมและสิ่งแวดล้อม ควบคู่ไปกับเป้าหมายทางเศรษฐกิจ รวมถึงพัฒนาห่วงโซ่อุปทานที่เข้าถึงเกษตรกรรายย่อยมากขึ้น โดยกระตุ้นการจัดซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรในท้องถิ่น และเชื่อมโยงผู้ผลิตและผู้บริโภครายย่อยในท้องถิ่นให้เข้าถึงกันได้ด้วยการสานสัมพันธ์กับตัวกลางในการจัดซื้อและจำหน่ายผลิตภัณฑ์รายใหญ่

ดังนั้นการศึกษาห่วงโซ่อุปทานอาหารจึงมีส่วนช่วยในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่คำนึงถึงผู้ผลิต ผู้แปรรูป ผู้บริโภค และภาคส่วนที่เกี่ยวข้องที่จะสามารถรับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม เนื่องจากการศึกษาห่วงโซ่อุปทานอาหารเป็นแนวทางการจัดการอุปสงค์และอุปทานตั้งแต่ต้นจนจบ Nilsson et al. (2010) เสริมว่าการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานของการผลิตอาหารอย่างยั่งยืนมีส่วนช่วยแก้ปัญหาของการพัฒนาชุมชนได้ โดยการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับผู้บริโภคซึ่งเป็นนักท่องเที่ยว ทำให้เกษตรกรอยู่ได้อย่างยั่งยืนทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม ทั้งนี้ ในงานวิจัยนี้ได้ประยุกต์ใช้หลักการจัดการด้านอาหาร 3Ps โดยแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนซึ่งครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการการจัดซื้อ การหาวัตถุดิบ การผลิต จนถึงการนำเสนออาหาร ดังแผนภาพที่ 7



แผนภาพที่ 7 หลักการจัดการด้านอาหาร 3Ps

Fredicksen (2008) ชี้ให้เห็นว่าอุตสาหกรรมอาหารได้เจริญเติบโตอย่างรวดเร็วจากระดับท้องถิ่นสู่ระดับโลก แต่ขาดระบบที่ได้มาตรฐานในการเก็บและแลกเปลี่ยนข้อมูลตลอดห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่แหล่งผลิตสู่มือผู้บริโภค การสืบเรื่องราวถึงแหล่งที่มาของวัตถุดิบต่าง ๆ ในอาหารทำให้เข้าใจถึงสุขอนามัยของอาหาร (Vasileska & Reckoska, 2010) ทั้งนี้ Fredicksen (2008) ได้แนะนำให้ใช้วิธีการสืบมาตรฐานของอาหาร (Food traceability solutions) ในตลอดห่วงโซ่อุปทานอาหารที่ปรับใช้และเชื่อมโยงทุกภาคส่วนเข้าด้วยกัน ตั้งแต่เกษตรกร ผู้จัดซื้อ ผู้กระจาย ผู้ผลิต และผู้ขาย ดังต่อไปนี้

การรับรองผลิตภัณฑ์อาหาร

(Food product authentication)

- รับรองผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์และอาหารเพื่อความยั่งยืนสำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่มีศักยภาพสูงและเติบโตสูง

การปฏิบัติตามข้อบังคับ

(Regulatory compliance)

- บันทึกข้อมูลเกี่ยวกับข้อบังคับสำหรับเกษตรกรและผู้ผลิตเพื่อที่จะจำหน่ายออกสู่ตลาดระดับสูง

การแยกตัวออกจากประเด็นปัญหาของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

(Isolation of local product issues)

- แยกตัวออกจากประเด็นเกี่ยวกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และผลิตภัณฑ์ที่ได้รับผลกระทบจากโรคระบาด เพื่อที่จะหลีกเลี่ยงการกำหนดโทษห้ามการส่งออกแบบเหมารวม

การกำหนดกลุ่มการผลิตอาหาร

(Food product batches)

- สืบสาวกลุ่มการผลิตอาหารที่มีวัตถุดิบที่ได้รับผลกระทบเพื่อง่ายต่อการควบคุมในการเรียกคืนสินค้า

ในปัจจุบัน เทคโนโลยีสามารถช่วยสร้างระบบการเก็บและแลกเปลี่ยนข้อมูลภายในห่วงโซ่อุปทานอาหารได้ โดยการสร้างระบบเดียวที่ดำเนินคู่ขนานไปกับห่วงโซ่อุปทานเพื่อไม่ให้เกิดความยากลำบากในการถ่ายโอนข้อมูลและต้นทุนที่เกินความจำเป็น เช่น เกษตรกรสามารถลงบันทึกเปิดระบบผ่านเว็บไซต์อย่างง่ายเพื่อป้อนข้อมูลที่ต้องการเกี่ยวกับวัตถุดิบได้ เป็นต้น (Fredicksen, 2008)

การท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร (Gastronomic Tourism)

อาหารและการท่องเที่ยว (Food and Tourism)

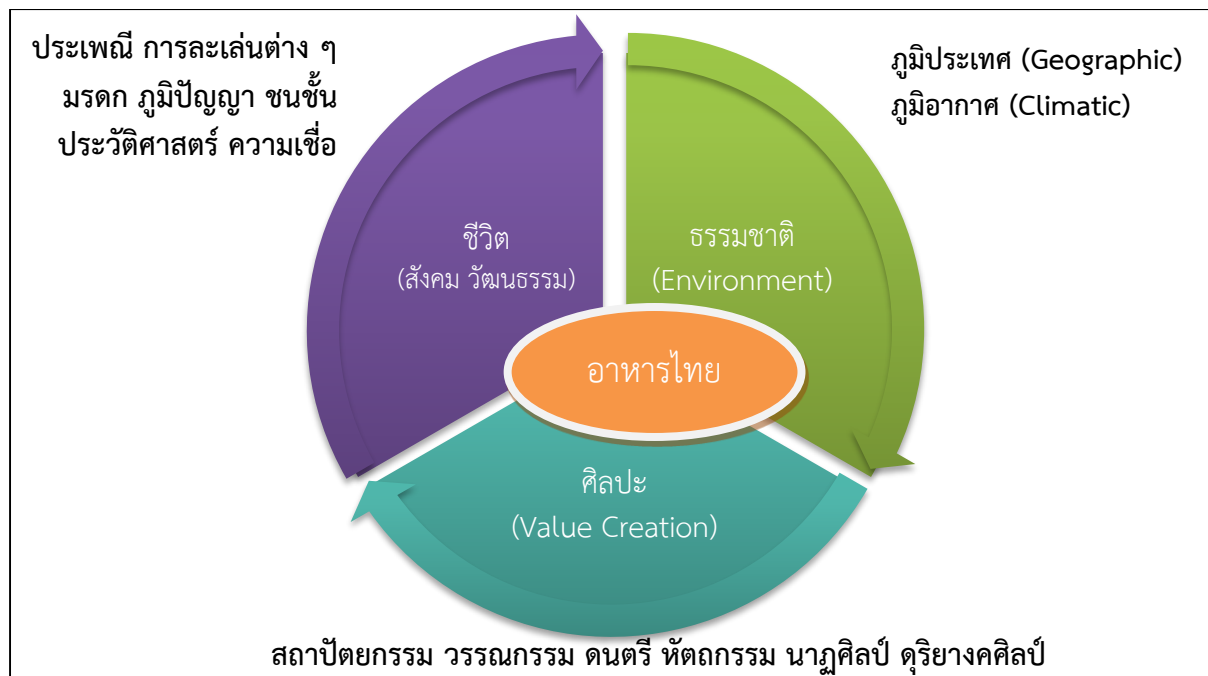
อาหารและการท่องเที่ยวเป็นสองสิ่งที่ไม่สามารถที่จะแยกออกจากกันได้ ไม่ว่าจะด้วยความจำเป็นใน ความอยู่รอด หรือจะเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สร้างเป็นจุดขายของจุดหมายปลายทางได้เช่นกัน (Chen, 2013) การรับประทานอาหารถือเป็นหนึ่งในกิจกรรมหลักที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเงินและเวลา มากที่สุดประมาณ 1 ใน 3 ของการใช้จ่ายเงินทั้งหมดสำหรับการเดินทาง (Harrington & Ottenbacher, 2010; Chen 2013) จากสถิติต่าง ๆ พบว่านักท่องเที่ยวเกินกว่า 30% ที่มองหาอาหารการกินดี ๆ รับประทานอาหาร ระหว่างการท่องเที่ยว และกว่า 85% ของนักท่องเที่ยวที่มีฐานะมั่งคั่งต้องการได้รับประสบการณ์จากการ รับประทานอาหารในร้านอาหารที่แปลกใหม่ ซึ่งถือเป็นความต้องการมากที่สุดอันดับหนึ่งของทุกกิจกรรม ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีฐานะมั่งคั่ง (Miller & Washington, 2014) แสดงให้เห็นถึงโอกาสในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์อาหารให้เป็นโอกาสในการประชาสัมพันธ์จุดหมายปลายทางที่จะสามารถบรรจุเป็นยุทธศาสตร์ใน การพัฒนาการท่องเที่ยวในหลายพื้นที่ (Harrington & Ottenbacher, 2010) รวมถึงใช้เป็นตัวช่วยในการทำ การตลาดและประชาสัมพันธ์ หรือการสร้างแบรนด์สำหรับจุดหมายปลายทาง และขยายฤดูกาลท่องเที่ยวให้ไม่ กระจุกตัวได้อีกด้วย (Chen, 2013)

การท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร เป็นปรากฏการณ์ที่เกิดจากการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวใหม่ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ไขว่คว้ามองหาประสบการณ์ที่แตกต่างมากขึ้น ซึ่งเกิดจาก แนวคิดที่ว่าอาหารประจำท้องถิ่นเป็นหนึ่งในส่วนประกอบที่สำคัญมากที่สุดในการสร้างประสบการณ์การ ท่องเที่ยวที่มีคุณภาพได้ (Herrera et al., 2012; Chen, 2013) นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น ผ่านการเยี่ยมชมสถานที่หรือเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับอาหาร เช่น แหล่งผลิตอาหาร เทศกาลอาหาร งานแสดงอาหาร ตลาดการเกษตร งานแสดงการประกอบอาหาร กิจกรรมชิมอาหาร เป็นต้น (Hall et al., 2003)

คุณค่าของอาหารเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อสุขภาพของผู้บริโภคเป็นอันดับแรก โดย Santich (1996) ได้ กล่าวว่าแนวคิดเกี่ยวกับอาหารต่อสุขภาพของผู้บริโภคโดยครอบคลุมนั้นจำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ ครอบคลุมตั้งแต่ วิธีการผลิต การดูแล การจัดเก็บ การขนส่ง การแปรรูป การปรุงและตกแต่ง วิธีการ รับประทาน สารอาหาร การย่อยอาหาร ผลกระทบต่อร่างกาย ตัวเลือกอาหาร และขนบธรรมเนียมประเพณี ในการรับประทานอาหาร

นอกจากคุณค่าทางโภชนาการแล้ว การศึกษาองค์ประกอบของอาหารในฐานะที่เป็นศูนย์กลางของ ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สามารถบอกเล่าเรื่องราวทางสังคมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของมนุษย์ สามารถครอบคลุมถึงสังคมวิทยา ภูมิศาสตร์ เกษตรกรรม การท่องเที่ยว การจัดการ เศรษฐศาสตร์การเมือง นโยบาย ประวัติศาสตร์ จิตวิทยา การสื่อสาร สถาปัตยกรรม และปรัชญา จึงกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงศิลปะ อาหารเป็นแนวคิดแบบสหวิทยาการที่สามารถเชื่อมโยงศาสตร์ต่าง ๆ เข้าด้วยกัน สะท้อนความรู้ทางวัฒนธรรม ต่าง ๆ ผ่านการบริโภคอาหาร และไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัว (Kesimoglu, 2015) หากอาหารท้องถิ่นจะสามารถ บอกเล่าเรื่องราวต่าง ๆ เหล่านี้แก่นักท่องเที่ยวได้ในแต่ละงาน นักท่องเที่ยวก็จะสามารถสัมผัสถึงประสบการณ์ การรับประทานอาหารที่ตราตรึงใจ ได้เรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมการกิน ได้มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างรับประทานอาหาร ด้วยความรื่นรมย์ ก่อให้เกิดความสุขกายสุขใจได้ (Richards, 2003) ดังนั้นเมื่อนำศิลปะอาหารมาเชื่อมโยงกับ การท่องเที่ยว จึงเป็นการออกแบบประสบการณ์ที่กว้างกว่าการรับรู้รสชาติของอาหาร ที่สามารถสะท้อนการ เชื่อมโยงเรื่องราวต่าง ๆ ในท้องถิ่น ถ่ายทอดเป็นประสบการณ์การบริโภคได้ (Kesimogku, 2015)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร (Richards, 2003; Harrington, 2005; Kesimogku, 2015) ในงานวิจัยนี้ได้สรุปกรอบความคิดที่เปิดกว้างในการรวบรวมเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตคนไทย และสามารถปรับใช้เป็นแนวทางในการศึกษาองค์ประกอบของอาหารท้องถิ่นที่จะสามารถออกแบบเป็นประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวได้ โดยแบ่งออกมาเป็น 3 กลุ่มหลัก ดังแผนภาพที่ 8



แผนภาพที่ 8 องค์ประกอบของอาหารไทยในฐานะประสบการณ์การท่องเที่ยว

ปัจจัยหรือเรื่องราวต่าง ๆ ดังกล่าว ประกอบกับวิวัฒนาการต่าง ๆ ทางสังคมและวัฒนธรรม หรือความเปลี่ยนแปลงตามธรรมชาติ ผสมผสานวัตถุดิบและเทคนิคการประกอบอาหาร แสดงออกมาเป็นอัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น (Gastronomic identity) เช่น รสชาติที่โดดเด่น รูปลักษณ์ของอาหาร องค์ประกอบของอาหารบนจานหรือบนโต๊ะอาหาร วิธีหรือมารยาทในการรับประทานอาหาร และตำราอาหาร เป็นต้น (Harrington, 2005)

สถานการณ์ความเคลื่อนไหวของอาหารโลก (Global trends on food)

ในยุคโลกาภิวัตน์ในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังประเทศต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น ทำให้มีการนำพาวัฒนธรรมการรับประทานอาหารไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น วัฒนธรรมการกินอาหารจานด่วน (Fast Food) จึงได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายทั่วโลก ก่อให้เกิดปรากฏการณ์แมคโดนัลด์ (McDonaldization) ที่นักท่องเที่ยวสามารถมองหาเฟรนช์ไฟรส์ทานได้ทั่วทุกมุมโลก (Ritzer, 1993) ปรากฏการณ์แมคโดนัลด์ก่อให้เกิดวัฒนธรรมการรับประทานอาหารที่เป็นมาตรฐาน สามารถคาดการณ์ได้ และราคาถูก อย่างไรก็ตามก็ก่อให้เกิดความกังวลในเรื่องสุขภาพและธรรมชาติของวัตถุดิบ และความเป็นเอกลักษณ์ในวัฒนธรรมการรับประทานอาหารของท้องถิ่นที่จะเลือนหายไป (Richards, 2003) ในทางสังคมวิทยา Castells (1996) ได้อธิบายว่าปรากฏการณ์แฉกเช่นดังกล่าวที่ก่อให้เกิดภาวะทางสังคมหรือปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์ในชีวิตประจำวันที่สอดคล้องกันข้ามพรมแดน หรือเรียกว่าเป็นพื้นที่ว่างแห่งการไหลเวียน (Space of Flows) ซึ่งเกิดขึ้นจากการเคลื่อนที่อย่างพลวัตของสิ่งต่าง ๆ ในสังคม เช่น การเดินทางของมนุษย์ หรือการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น ทั้งนี้

นอกจากการไหลเวียนทางสังคมวิทยาที่เกิดขึ้น Van Oers (2013) ยังอธิบายด้วยว่าภาวะการแข่งขันทางธุรกิจ ในอุตสาหกรรมบริการอาหารมีส่วนทำให้เกิดแนวโน้มที่จะลดต้นทุน ผลิตอาหารจำนวนมากต่อครั้ง และขาย ในราคาต่ำ เพื่อความอยู่รอดทางธุรกิจ

ในทางตรงกันข้ามกับแนวโน้มที่บีบบังคับให้โลกแคบลง หรือมีความคล้ายคลึงที่เป็นหนึ่งเดียวกัน มากขึ้นในสังคมโลกาภิวัตน์ในปัจจุบัน ก็มักจะมีการตอบโต้ด้วยกระแสอีกมุมหนึ่งที่มุ่งเน้นการดำเนินชีวิตที่มี คุณภาพ ด้วยการให้ความสำคัญกับรายละเอียดปลีกย่อยของการดำเนินชีวิต หลีกหนีจากความกลมกลืนที่ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมไปในทิศทางเดียวกันอย่างรวดเร็วและเร่งรีบ หันมาใส่ใจคุณภาพชีวิตที่มี ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นมากกว่าตามกระแสของโลกที่เปลี่ยนไปกันมากขึ้น Castells (1996) เรียกภาวะทางสังคมดังกล่าวว่าพื้นที่ว่างแห่งสถานที่ (Space of Places) ซึ่งถูกจำกัดด้วยพรมแดน ขอบเขต ทางภูมิศาสตร์ต่าง ๆ ด้วยภูมิทัศน์ของอาหารการกินที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดการถกเถียงกันอย่าง กว้างขวางและชัดเจน ระหว่างแนวคิดโลกาภิวัตน์ (Globalization) ที่มองว่ามาตรฐานของอาหารการกินที่เป็น หนึ่งเดียวกันสร้างความสะดวกสบาย ปลอดภัย และคาดการณ์ได้ กับแนวคิดการปรับให้เข้ากับท้องถิ่น (Localization) ที่มองว่าการสร้างมาตรฐานเดียวกันดังกล่าวเป็นลักษณะนิสัยในการรับประทานอาหารที่ไม่เป็น ธรรมชาติและไม่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ และทำให้ความรู้สึกถึงถิ่นที่จางหายไป (Vasileska & Reckoska, 2010) งานวิจัยพบว่าผู้บริโภคจำนวนมากให้ความสำคัญกับการสร้างนวัตกรรมในธุรกิจอาหาร เนื่องจากมี ความกังวลในเรื่องสิ่งแวดล้อม ความยั่งยืน และสุขภาพมากขึ้น (Van Oers, 2013)



แผนภาพที่ 9 กลุ่มความเคลื่อนไหวสโลว์ฟู้ด (Slow Food Movement)

นอกจากนี้ยังมีการเคลื่อนไหวของกลุ่มสโลว์ฟู้ด (Slow Food Movement) ซึ่งมีการใช้รูปภาพประจำ กลุ่มตามแผนภาพที่ 9 การเคลื่อนไหวดังกล่าวก่อให้เกิดแนวโน้มของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในปัจจุบันที่ ต้องการหลีกหนีจากวิถีชีวิตที่เร่งรีบและน่าเบื่อหน่ายจากยุคสมัยของโลกาภิวัตน์ แต่มองหาถึงความแตกต่าง ความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ที่คงไว้ซึ่งความเป็นของแท้ด้วยภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และวิถี ชีวิตในจังหวะที่เหมาะสม มองหาอาหารท้องถิ่นที่ดีต่อสุขภาพมากกว่าอาหารจานด่วนที่แพร่หลายไปทั่วโลก (Paul, 2014) การเคลื่อนไหวของกลุ่มสโลว์ฟู้ดเน้นวิธีการเชิงปฏิบัติที่จะลดผลกระทบจากความเร่งรีบในสังคม ต่อชีวิตประจำวันด้วยการบริโภคอาหารที่คำนึงถึงวัฒนธรรม อัตลักษณ์ สุนทรียภาพ และสิ่งแวดล้อม ซึ่ง ก่อให้เกิดคุณค่าทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและความหลากหลายทางชีวภาพของท้องถิ่น และ เครือข่ายที่เชื่อมโยงผู้ผลิตและผู้บริโภคในท้องถิ่นเข้าด้วยกัน (Nilsson et al., 2011)

ภารกิจของสโลว์ฟู้ดเริ่มจากกระแสต่อต้านภาวะการถดถอยของวัฒนธรรมการกินในยุคโลกาภิวัตน์ โดยส่งเสริมวัฒนธรรมในการรับประทานอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ ปกป้องความหลากหลายทางชีวภาพใน อาหาร และกระบวนการในการผลิตอาหารที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ใส่ใจในสุขอนามัย ความเป็นธรรมชาติ และปลอดภัยของอาหาร (Petrini & Padovani, 2006) อย่างไรก็ตาม Vaseliska และ Recoska (2010) กล่าวเพิ่มเติมว่าภารกิจของสโลว์ฟู้ดไม่ได้เป็นการย้อนกลับไปสู่วันวานที่ดีเท่านั้น แต่เป็นการสนับสนุนความ

รื่นรมย์ในการรับประทานอาหารอย่างไม่เร่งรีบ มีสุขภาพที่ดีจากการรับประทานอาหาร และเก็บเกี่ยวความอัมเอนที่ได้อรรถาธิบายสิ่งแวดล้อมและสังคมไปในเวลาเดียวกัน



แผนภาพที่ 10 กลุ่มซิตต้าสโลว์ (Cittaslow)

สืบเนื่องจากปรัชญาการทำงานของกลุ่มซิตต้าสโลว์ (Cittaslow) ตามแผนภาพที่ 10 ได้ก่อตั้งขึ้นเพื่อเป็นองค์กรเครือข่ายที่ทำงานร่วมกับรัฐบาลท้องถิ่น มุ่งเน้นที่จะพัฒนาเมืองขนาดเล็กให้เป็นจุดหมายปลายทางที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยว โดยการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับคนท้องถิ่น และลดผลกระทบเชิงลบจากการผนวกรวมที่เกิดขึ้นจากโลกาภิวัตน์ โครงการซิตต้าสโลว์ใช้การท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารเป็นหนึ่งในเครื่องมือในการพัฒนาท้องถิ่น นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นการออกแบบทิวทัศน์ให้คงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของเมือง การอนุรักษ์และพัฒนาสถาปัตยกรรม มรดกวัฒนธรรม และองค์ประกอบพื้นเมืองต่าง ๆ ของเมือง เช่น การจราจร งานเทศกาล (Nilsson et al., 2010)



แผนภาพที่ 11 รางวัล European Region of Gastronomy

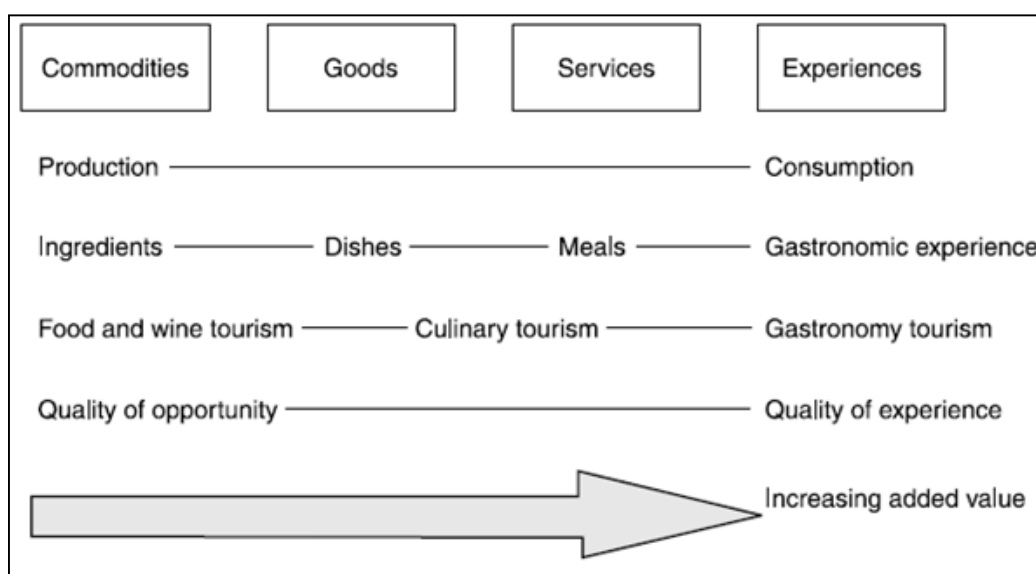
ในทวีปยุโรป ได้มีการจัดตั้งองค์กรที่ให้รางวัลในด้านคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นภายใต้ชื่อว่า ‘European Region of Gastronomy’ (n.d.) ตามแผนภาพที่ 11 ที่เชิดชูแนวคิดในการสร้างคุณภาพชีวิต 3 ประการ ได้แก่ วัฒนธรรมอาหารที่โดดเด่น สุขภาพที่ดีขึ้นของมนุษย์และความยั่งยืน และนวัตกรรมและศิลปะในอาหาร แนวคิดดังกล่าวสามารถทำได้โดยหลักของการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารที่เชื่อมโยงอุตสาหกรรมเกษตรและการท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน



แผนภาพที่ 12 ความเชื่อมโยงของอุตสาหกรรมเกษตรและการท่องเที่ยว (European Region of Gastronomy)

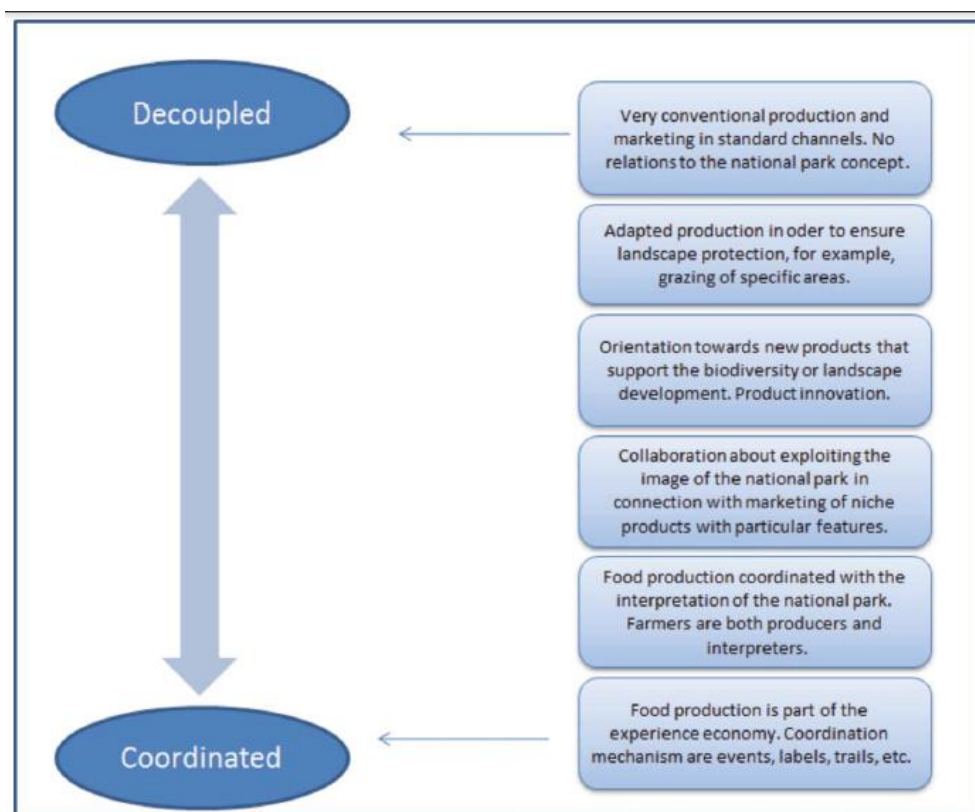
การสร้างมูลค่าในอาหารโดยการท่องเที่ยว (Value creation on food by tourism)

อาหารท้องถิ่นจัดเป็นสื่อในการบอกเล่าเรื่องราวต่าง ๆ ที่เป็นความรู้พื้นเมือง (Indigenous Knowledge) ที่สร้างประสบการณ์และความรู้สึกในถิ่นที่ (Sense of Place) ที่เป็นเอกลักษณ์แก่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาแวะเวียนได้ ซึ่งองค์การยูเนสโกได้จัดศิลปะของอาหารท้องถิ่นให้สามารถยกระดับเป็นมรดกทางวัฒนธรรมแห่งมนุษยชาติที่ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangible Cultural Heritage of Humanity) ในขณะเดียวกัน อาหารท้องถิ่นก็สามารถที่จะเป็นเครื่องมือสำคัญในการกำหนดภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทาง และการสร้างมูลค่าแก่ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวได้ (Chen, 2013) ดังแผนภาพที่ 12



แผนภาพที่ 13 การสร้างมูลค่าจากอาหารสู่ประสบการณ์การท่องเที่ยว (Richards, 2003)

มรดกทางวัฒนธรรมที่ไม่สามารถจับต้องได้จำเป็นต้องอาศัยการสร้างมูลค่าโดยการออกแบบประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวสามารถซึมซับความรู้สึกในถิ่นที่และเรียนรู้ที่มาที่ไปของอาหารท้องถิ่น Richards (2003) แสดงให้เห็นถึงเส้นทางการเชื่อมโยงจากอุตสาหกรรมอาหาร สู่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ จากแหล่งผลิตวัตถุดิบทางการเกษตร สู่นักท่องเที่ยวที่ได้รับประสบการณ์จากการรับประทานอาหาร ผ่านการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่จัดสรรไว้ (Richards, 2003) ดังแผนภาพที่ 13 นอกจากเรื่องราวที่บอกเล่าผ่านอาหารแล้ว ศิลปะอาหารถือว่ามีบทบาทสำคัญในการสร้างอัตลักษณ์ที่แตกต่างและโดดเด่นของสังคมในปัจจุบันได้อีกด้วย (Vasileska & Reckoska, 2010) ยกตัวอย่างเช่น กลุ่มชาติพันธุ์หรือกลุ่มศาสนิกชนต่าง ๆ สามารถสื่อถึงอัตลักษณ์ของตนเองตามมานประเพณีและความเชื่อผ่านอาหารและวิธีการรับประทานอาหาร (Harrington & Ottenbacher, 2010) เกษตรกรสามารถเป็นเจ้าบ้านในการต้อนรับนักท่องเที่ยว และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมในวิถีชีวิตของเกษตรกร เรียนรู้และทำความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการผลิตอาหารและวิถีเกษตรกร ด้วยการพูดคุยโต้ตอบกับเกษตรกร ซึ่งเป็นการสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้นักท่องเที่ยวได้ (Holm et al., 2013) ผู้ประกอบการในแต่ละท้องถิ่นจึงสามารถที่จะนำเรื่องราวต่าง ๆ ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตนเองมาเพิ่มมูลค่าให้กับอาหารได้ การท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารจึงเรียกได้ว่าเป็นการบริโภควัฒนธรรมในรูปแบบใหม่ที่มุ่งเน้นคุณค่าทางวัฒนธรรมประเพณีและประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตที่มีสุขภาพดี ความเป็นของแท้ และความยั่งยืน (Gaztelumendi, 2012)



แผนภาพที่ 14 รูปแบบความร่วมมือของภาคการเกษตรและการท่องเที่ยว (Hjalager & Johansen, 2013)

อย่างไรก็ตาม การเพิ่มมูลค่าที่มีประสิทธิภาพไม่ได้พึ่งพาแต่เพียงทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นแต่เพียงอย่างเดียว จากแผนภาพที่ 14 Hjalager และ Johansen (2013) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่าการสร้างประสบการณ์ที่สามารถเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลผลิตทางการเกษตรหรืออาหารได้ จำเป็นต้องประสานความร่วมมือกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้องด้วย Hjalager และ Johansen (2013) แสดงให้เห็นถึงระดับของการร่วมมือและเกี่ยวเนื่องกันของภาคการผลิตอาหารและภาคการท่องเที่ยวที่จะสามารถสร้างประสบการณ์ออกเป็นกิจกรรมต่าง ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวได้ แต่สิ่งที่ต้องคำนึงถึงคือการบริหารจัดการการไหลเวียนของนักท่องเที่ยวให้ไม่สร้างผลกระทบให้กับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

การสร้างมูลค่าในอาหารท้องถิ่น ไม่ใช่เพียงแค่การให้บริการอาหารในร้านอาหารเพียงอย่างเดียว แต่รวมถึงการจัดฉากประสบการณ์ (Staging experience) โดยคำนึงถึงเรื่องราวต่าง ๆ ของอาหารท้องถิ่น ผ่านบรรยากาศ การนำเสนอ การตกแต่งจานอาหาร และการแสดง เป็นต้น (Richards, 2003) การจัดฉากประสบการณ์จำเป็นต้องจัดวางบรรยากาศโดยรอบเพื่อ ‘เล่าเรื่องราว’ ในแต่ละจุดสัมผัสของนักท่องเที่ยว เช่น ทางเข้า บริเวณเตรียมอาหาร ห้องน้ำ เป็นต้น (Holm et al., 2013)

งานวิจัยทางการท่องเที่ยวเปิดเผยว่านักท่องเที่ยวมีความนิยมที่จะร่วมกิจกรรมที่สามารถสืบเรื่องราวของอาหารท้องถิ่นที่รับประทานกันมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการฟังเรื่องเล่าเกี่ยวกับการเกษตรและประวัติศาสตร์ของอาหาร ซึ่งหมายความว่านักท่องเที่ยวจำนวนมากขึ้นไม่ได้ต้องการรับประทานอาหารเพียงเพื่อสนองต่อความต้องการทางกายภาพเพียงอย่างเดียว แต่ยังต้องการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมและเรียนรู้เพื่อเติมเต็มทั้งร่างกายและจิตใจไปด้วยกัน (Hjalager & Johansen, 2013) Fredicksen (2008) กล่าวว่าธุรกิจสามารถสร้างรายได้มากขึ้นและลดต้นทุนได้โดยการสืบมาตรฐานของผลิตภัณฑ์อาหาร (Food

traceability) ที่จะช่วยสร้างความแตกต่างแก่สินค้า อำนวยช่องทางในการเข้าสู่ตลาด เกิดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน และสร้างความเชื่อถือให้แก่ผู้บริโภคได้ในอีกทางหนึ่ง Wright และ McCrea (2007) ยืนยันว่าผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ที่ประสบความสำเร็จคือผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคโดยการอธิบายเรื่องราวเกี่ยวกับแหล่งที่มาของวัตถุดิบและเบื้องหลังการผลิตที่มีคุณค่าในการบอกเล่า

ตลาดนักท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร (Gastronomic tourist market)

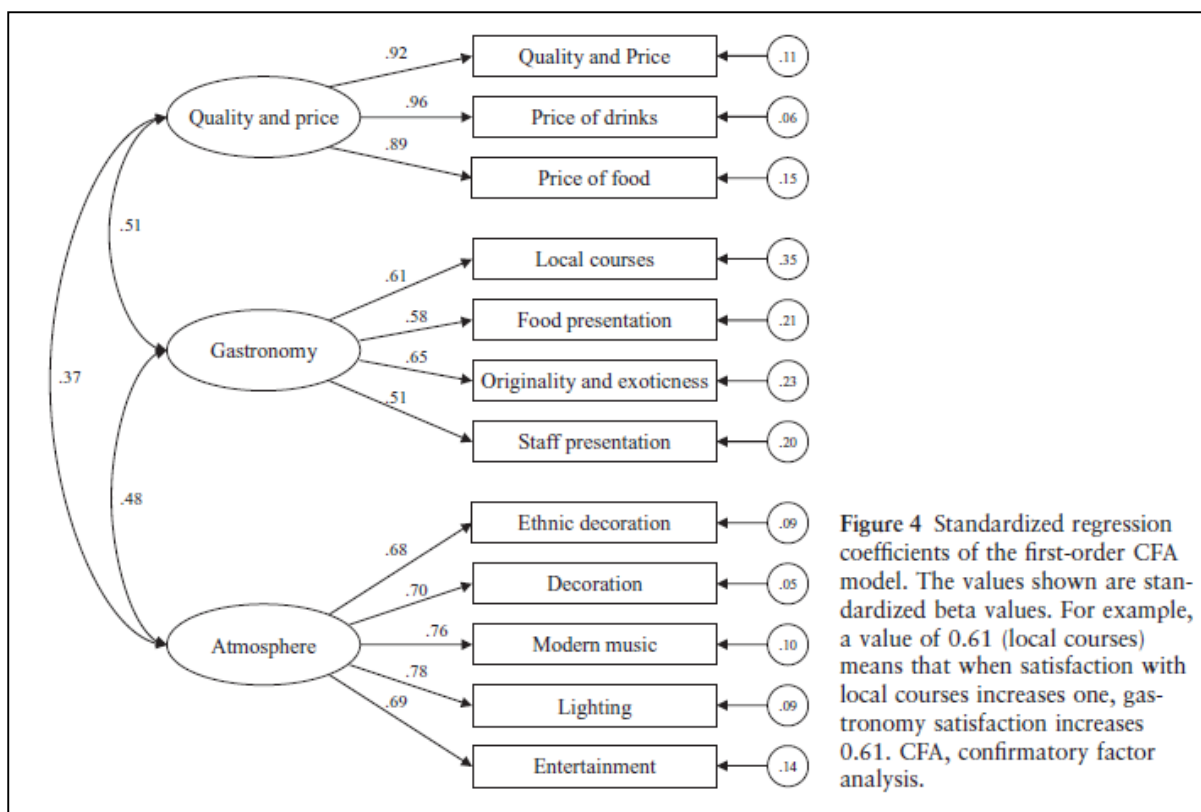
โดยทั่วไป นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังจุดหมายปลายทางเพื่อการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารเป็นจุดประสงค์หลัก หรือเดินทางมาด้วยจุดประสงค์อื่น ๆ แต่เข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับศิลปะอาหาร มักค้นหาความเป็นของแท้ของสถานที่ต่าง ๆ ผ่านอาหารเป็นสื่อกลาง โดยจะคำนึงถึงแหล่งที่มาของอาหาร มองเห็นคุณค่าของการรับประทานอาหารว่าเป็นการคบหาสมาคม การใช้ชีวิตร่วมกันกับผู้อื่น เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ สิ่งที่ทำนายในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร คือ การเปลี่ยนสภาพคุณลักษณะต่าง ๆ ในเขตแดนของพื้นที่ให้กลายเป็นภูมิทัศน์ทางอาหาร ซึ่งเป็นวิวัฒนาการทางวัฒนธรรมที่ต่อเนื่องผ่านนวัตกรรมในการพัฒนาสินค้าและบริการ และการสื่อความหมายโดยคำนึงถึงห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นจนจบ (Gaztelumendi, 2012)

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังจุดหมายปลายทางและเข้าร่วมกิจกรรมการรับประทานอาหารเป็นจุดประสงค์หลักหรือรอง อาจมีแรงจูงใจในระดับที่แตกต่างกันออกไป (Harrington & Ottenbacher, 2010) ยกตัวอย่างเช่น การผนวกการรับประทานอาหารเข้ากับการท่องเที่ยวเริ่มตั้งแต่ในระดับที่เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของนักท่องเที่ยวที่จำเป็นต้องรับประทานอาหารเพื่อความอยู่รอด จนถึงความต้องการที่จะได้รับประสบการณ์แปลกใหม่ผ่านการรับประทานอาหาร ซึ่งการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารระหว่างการท่องเที่ยวสามารถได้รับแรงจูงใจต่าง ๆ ได้แก่ ปัจจัยทางกายภาพ วัฒนธรรม ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และทางสถานภาพทางสังคมและเกียรติภูมิ (McIntosh et al., 1995) นอกจากนี้ Boniface (2003) ได้ค้นพบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เลือกรับประทานอาหารเพื่อการท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็น 5 มิติ คือ 1) แรงจูงใจด้านความกังวลใจ 2) แรงจูงใจด้านการแสดงออกถึงตัวตน 3) แรงจูงใจด้านความสงสัยและใฝ่รู้ 4) แรงจูงใจด้านการสืบค้นจากรากฐาน 5) แรงจูงใจด้านความรื่นรมย์ ดังแสดงในแผนภาพที่ 15

ความกังวลใจ (Anxiety)	• ความต้องการรับประทานอาหารพื้นเมืองหรืออาหารที่คุ้นเคยในอดีตระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อหลีกเลี่ยงชีวิตประจำวันที่ก่อให้เกิดความเบื่อหน่ายและกังวลใจ
การแสดงออกถึงตัวตน (Self-expression)	• ความต้องการในการแสดงความแตกต่าง ความโดดเด่น ความร่ำรวย และความเป็นตัวตน
ความสงสัยและใฝ่รู้ (Curiosity)	• ความต้องการที่จะหาความรู้และค้นพบอะไรใหม่ ๆ เพื่อแบ่งบอกถึงการศึกษาและภาษาที่ดีกว่าผู้อื่น
การสืบค้นจากรากฐาน (Grounded)	• ความต้องการที่จะดื่มด่ำกับรากเหง้าของอาหารในชนบทที่ซึ่งสามารถศึกษาวิธีการในการผลิตอาหาร
ความรื่นรมย์ (Pleasurable Experience)	• ความต้องการที่จะเติมเต็มความสุขทางความรู้สึกและสัมผัส และประสบการณ์ในการรับประทานอาหาร

แผนภาพที่ 15 มิติ 5 ด้านของแรงจูงใจในการเลือกรับประทานอาหารเพื่อการท่องเที่ยว

การประเมินหรือชี้วัดประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารสามารถทำได้โดยคำนึงถึงคุณลักษณะต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคอาหารและการบริการในจุดหมายปลายทาง รวมถึงการซื้อสินค้าและวัตถุดิบเกี่ยวกับอาหารกลับสู่ภูมิลำเนาจัดเป็นการประเมินประสิทธิภาพของประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารได้เช่นกัน (Herrera et al., 2012) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหารส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นปัจจัยทางด้านความหลากหลายของอาหารและคุณภาพของอาหาร ซึ่งอาจจะสะท้อนรายละเอียดได้เพียงไม่กี่มิติของอาหาร แต่การศึกษาความพึงพอใจในประสบการณ์ในการรับประทานอาหารจะช่วยตอบโจทย์การพัฒนาการท่องเที่ยวได้หลายมิติมากขึ้น (Correia et al., 2008) ดังภาพที่ 16 องค์ประกอบหลักไม่ได้มีเพียงอาหาร คุณภาพและราคา หากรวมถึงบรรยากาศ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์การท่องเที่ยว



แผนภาพที่ 16 ตัวอย่างองค์ประกอบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร (Correia et al., 2008)

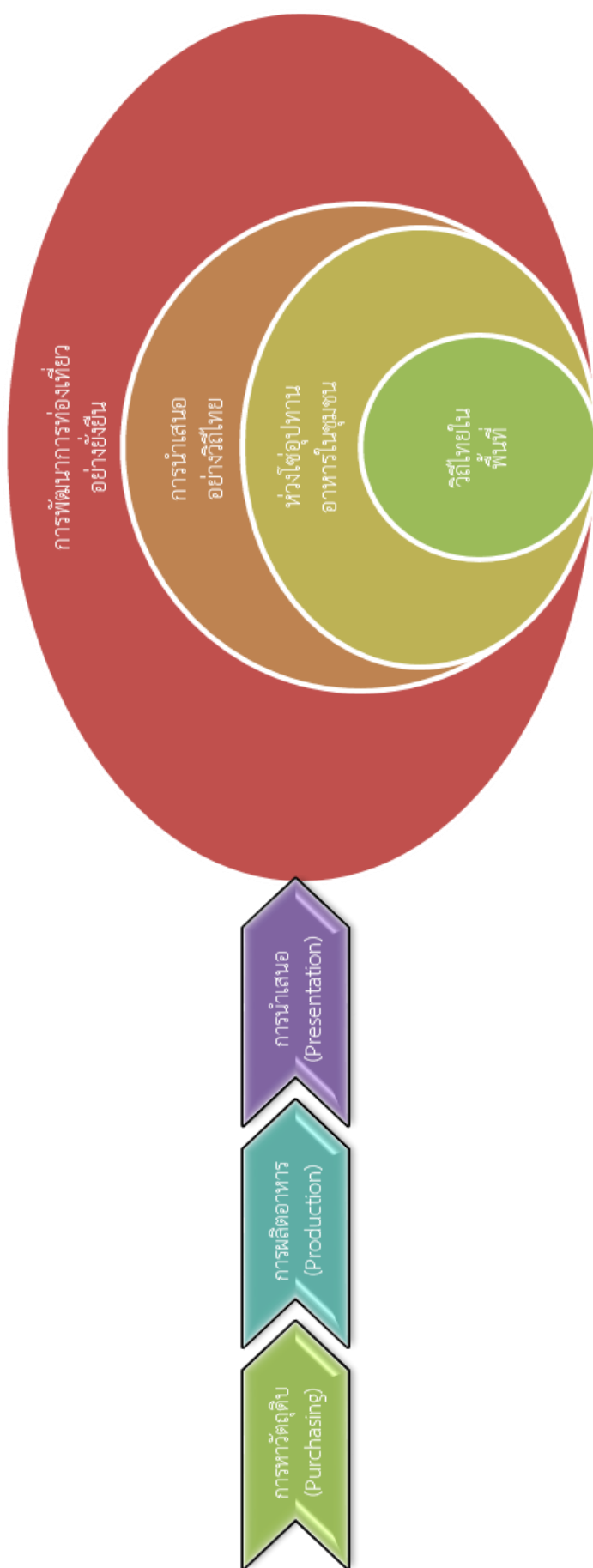
กล่าวโดยสรุป Gaztelumendi (2012) ชี้ให้เห็นถึงโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารให้เกิดประสิทธิภาพ โดยจำเป็นต้องสร้างกลไกในการสร้างความร่วมมือระหว่างภาคการท่องเที่ยวและภาคอุตสาหกรรมอาหาร (เช่น ผู้ผลิต ร้านอาหาร ตลาด เป็นต้น) หรือเชื่อมโยงทุกภาคส่วนในห่วงโซ่อาหาร ซึ่งสามารถจัดทำเป็นแนวทางในการพัฒนาที่คำนึงถึงคุณค่าของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ความยั่งยืน คุณภาพของสินค้าและบริการ และการปกป้องผู้บริโภค รวมถึงสื่อสารทางการตลาดและประชาสัมพันธ์ โดยสร้างภาพลักษณ์และตราสินค้าของจุดหมายปลายทางผ่านอาหาร และพัฒนาเชฟเป็นนักสื่อความหมาย พัฒนาภาคธุรกิจอาหารที่สามารถอธิบายข้อมูลต่าง ๆ อย่างมีอาชีพและน่าเชื่อถือ จัดงานอีเวนต์ต่าง ๆ และใช้สื่อออนไลน์ในการทำประชาสัมพันธ์

กรอบแนวคิดการวิจัย

โครงการวิจัยนี้มุ่งเน้นการวิเคราะห์ระบุหากรอบแนวทางความเชื่อมโยงเพื่อสอดประสานวิถีไทย และความเป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่หรือท้องถิ่นโดยสามารถหาวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นมาออกแบบสร้างสรรค์อาหารเพื่อการท่องเที่ยวได้ โดยมีกรอบแนวคิดของการวิจัย คือ กระบวนการ 3Ps ซึ่งประกอบด้วย การหาวัตถุดิบ (Purchasing) การผลิตอาหาร (Production) และการนำเสนอ (Presentation) เพื่อให้เกิดการสอดประสานวิถีไทยและนำสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

สมมติฐาน สามารถหาแนวทางการสอดประสานวิถีไทยและความเป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่หรือท้องถิ่นโดยสามารถหาวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นมาออกแบบสร้างสรรค์อาหารเพื่อการท่องเที่ยวได้

กรอบแนวคิดของการวิจัย ในการศึกษครั้งนี้ จึงใช้กระบวนการ 3Ps ซึ่งประกอบด้วย การหาวัตถุดิบ (Purchasing) การผลิตอาหาร (Production) และการนำเสนอ (Presentation) เพื่อให้เกิดการสอดประสานวิถีไทยและนำสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังแสดงในแผนภาพที่ 17



แผนภาพที่ 17 กรอบการวิจัย

บทที่ 3 การดำเนินการวิจัย

โครงการวิจัยภายใต้แผนงานวิจัย “แผนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” ชุดที่สอง หัวข้อ “แนวทางการสวดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ห่วงโซ่อาหารเพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าการท่องเที่ยว” เพื่อหาแนวทางการเชื่อมโยงให้สวดประสานวิถีไทยและความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นให้สามารถหาวัตถุดิบที่มีในพื้นที่ออกมาออกแบบสร้างสรรค์อาหารเพื่อการท่องเที่ยวได้ โดยมีการกำหนดการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาเชิงคุณภาพมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการค้นหาคำตอบจากการมีส่วนร่วมที่จะทำให้เกิดการเพิ่มมูลค่าจากหลากหลายมิติ โดยมีได้ให้ความสำคัญกับจำนวนหรือความเป็นตัวแทนของกลุ่มเป้าหมาย (Representatives of the Population) ที่จะศึกษาแต่อย่างไร โดยธรรมชาติของการศึกษาเชิงคุณภาพมุ่งหวังที่เนื้อหาเป็นสำคัญ ดังนั้นการกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นการกำหนดตามความเกี่ยวข้องกับเนื้อหาและความเป็นผู้รู้ในเรื่องที่กำหนด วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นการเลือกตัวอย่างที่มีการกำหนดจุดมุ่งหมายหรือเจตนาในการเลือกตัวอย่างไว้อย่างเฉพาะเจาะจง ในกรณีนี้คือ เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเรื่องการท่องเที่ยว โดยมีมิติครอบคลุมดังต่อไปนี้

1. กลุ่มที่หนึ่ง ภาครัฐ เข้าใจโครงสร้างการจัดการในพื้นที่ มีส่วนเชิงนโยบายและมีส่วนในการพัฒนาสินค้าและบริการ
2. กลุ่มที่สอง ภาคเอกชน เข้าใจโครงสร้างงานด้านการตลาด การบริหาร และการจัดการสินค้าและบริการการท่องเที่ยว (เช่น โรงแรม ร้านอาหาร พ่อครัว แม่ครัว ทั้งไทยและต่างประเทศ)
3. กลุ่มที่สาม ภาคประชาชน สังคม และ สิ่งแวดล้อม ผู้นำชุมชนที่เข้าใจวิถีชีวิต ธรรมชาติ และ ราคาสินค้าตามแบบวิถีท้องถิ่นนั้นๆ
4. กลุ่มที่สี่ เยาวชนที่มีอายุระหว่าง 15-25 ปี มีประวัติดี จิตอาสา มีภาวะความเป็นผู้นำ
5. กลุ่มที่ห้า ผู้รู้เรื่องอาหารและวัตถุดิบในท้องถิ่น
6. กลุ่มที่หก กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย จำนวนอย่างน้อย 10 คนต่อพื้นที่

การคัดเลือกพื้นที่การศึกษาเพื่อให้เห็นผลเชิงเปรียบเทียบจำนวน 3 พื้นที่หลักโดยพิจารณา เลือกพื้นที่ที่มีโครงสร้างการบริหารจัดการครบมิติ มีคุณลักษณะทางกายภาพและวัฒนธรรมที่แตกต่างกันเพื่อการศึกษาเชิงเปรียบเทียบ โดยคัดเลือกพื้นที่ 3 พื้นที่ตามคุณลักษณะดังนี้

พื้นที่ที่ 1 เป็นพื้นที่พิเศษที่มีโครงสร้างการจัดการและการประสานงานอย่างบูรณาการที่ชัดเจน มีการร่วมมือของภาครัฐและภาคเอกชนเป็นพื้นที่พิเศษเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเลือกเป็นพื้นที่ของชุมชนบ้านไร่กองขิง ตำบลหนองควาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ในการศึกษา

พื้นที่ที่ 2 เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวที่กำลังเติบโตแต่ยังไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักที่ยอมรับในระดับนานาชาติ โดยเลือกเป็นพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม ในการศึกษา

พื้นที่ที่ 3 เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวที่เจริญแล้วและเป็นที่รู้จักและยอมรับในระดับนานาชาติ โดยเลือกพื้นที่เป็นอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในการทำการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในโครงการวิจัยนี้ มีรายละเอียดดังนี้

1. เกณฑ์การคัดเลือกพื้นที่

ตารางที่ 2 เกณฑ์การคัดเลือกพื้นที่การศึกษา

พื้นที่ 1	พื้นที่ 2	พื้นที่ 3
การพัฒนาการท่องเที่ยวอยู่ในระดับนานาชาติ (International tourist destination)	การพัฒนาการท่องเที่ยวอยู่ในระดับชุมชนและเชื่อมโยงกับพื้นที่ 1	การพัฒนาการท่องเที่ยวอยู่ในระดับประเทศ (Domestic tourist destination)
มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างมีนัยสำคัญ	ได้รับการพัฒนาศักยภาพ (กำหนดเป็นพื้นที่พิเศษ)	มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญ
การท่องเที่ยวบนฐานทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย	มีฐานทรัพยากรทางการเกษตรที่พร้อม (ต้นทุนทางวัตถุดิบ)	การท่องเที่ยวบนฐานทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย และความพร้อมทางการเกษตร (ต้นทุนทางวัตถุดิบ)
การท่องเที่ยวบนฐานทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย	มีฐานทรัพยากรทางการเกษตรที่พร้อม (ต้นทุนทางวัตถุดิบ)	การท่องเที่ยวบนฐานทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย และความพร้อมทางการเกษตร (ต้นทุนทางวัตถุดิบ)
การเข้าถึง (การเดินทาง)	การเข้าถึง (การเดินทาง)	การเข้าถึง (การเดินทาง)
ความสอดคล้องกับนโยบายของพื้นที่	ความสอดคล้องกับนโยบายของพื้นที่	ความสอดคล้องกับนโยบายของพื้นที่
ความพร้อมของภาคีเครือข่ายที่ให้ความร่วมมือในการศึกษา	ความพร้อมของภาคีเครือข่ายที่ให้ความร่วมมือในการศึกษา	ความพร้อมของภาคีเครือข่ายที่ให้ความร่วมมือในการศึกษา
พื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มนี้ คือ อ. เมือง จังหวัดเชียงใหม่	พื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มนี้ คือ ชุมชนบ้านไร่กองขิง หมู่บ้านกองขิง ตำบลหนองควาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่	พื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มนี้ คือ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม

2. กรอบแนวคิดเรื่องวิถีไทย



แผนภาพที่ 18 กรอบแนวคิดเรื่องวิถีไทย

จากแผนภาพที่ 18 การมองวิถีไทยผ่านแกนสามเสาหลักนี้ จะสามารถเห็นการเชื่อมต่อของวัฒนธรรมไทยที่มีความเฉพาะตามวิถีพื้นถิ่น การดำรงชีวิตจะขึ้นอยู่กับธรรมชาติที่คนท้องถิ่นต้องอยู่ร่วมกันได้ในสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติที่มี ที่เป็นการปรับตัวให้เข้ากับธรรมชาติจึงเป็นเรื่องราวของชีวิตความเป็นอยู่ที่มีและดำรงมา ดังตัวอย่างบ้านเรือนในรูปทรงที่ออกแบบให้เข้ากับลักษณะภูมิอากาศ ภูมิประเทศ การแต่งกายที่สะท้อนถึงสภาพความเป็นอยู่ของแต่ละท้องถิ่น ศิลปะที่มีในแต่ละท้องถิ่นจึงเป็นการแสดงออกให้เห็นถึง วิถีชีวิต และธรรมชาติที่คนอยู่กับธรรมชาติได้อย่างลงตัว ความหลากหลายทางชีวภาพ และความหลากหลายทางวัฒนธรรมจึงเกิดขึ้นจากความเข้าใจความหลากหลายที่มีใน ธรรมชาติ วิถีชีวิต และหลากหลายทางศิลปะเป็นการแสดงออกให้เห็นเรื่องราวเหล่านั้น กรอบแนวคิดนี้เป็นแกนหลักในการคิดเรื่อง การขับเคลื่อนวิถีไทย โดยกำหนดให้นิยามคำว่า วิถีไทย คือการสืบค้น เรื่องราว จากแกนหลักสามเสา

ดังนั้น ในโครงการวิจัยนี้จึงได้นำกรอบแนวคิดเรื่องวิถีไทยดังกล่าวมาใช้เป็นเครื่องมือในการสืบค้นเรื่องราวเพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของพื้นที่การศึกษา

3. แบบแนวทางการระดมความคิดเห็นอย่างมีส่วนร่วม (AI & 8D Model) ประกอบด้วยคำถามและ Flow การระดมความคิดเห็น

- อะไรที่ทำได้ดีอยู่แล้ว และอยากจะนำมาต่อยอด
- อะไรคือเอกลักษณ์ ความภูมิใจของคนในพื้นที่
- คำถามเชิงบวก ใช้ถามโดยครอบคลุม

4. แบบสังเกตการณ์ Group dynamics ระหว่างการระดมความคิดเห็น



OBSERVATION CAPTURE

ลงรายละเอียด
ถึงสิ่งที่ได้สังเกตมา

**TOOL TEMPLATE 04
OBSERVATION CAPTURE**

ลงรายละเอียดถึงสิ่งที่ได้สังเกตมา

บรรยายถึงบุคคลหรือสถานการณ์ที่ได้ไปสังเกตการณ์มา

คุณได้ทำ ได้เห็น หรือได้ยินอะไรมาบ้าง และรู้สึกอย่างไร
(รวมไปถึงคำพูดจากผู้ถูกสัมภาษณ์)

มีอะไรที่ทำให้คุณประหลาดใจหรือไม่

คุณพบเจอปัญหาอะไรมาบ้างและมีไอเดียใหม่ๆ อะไรบ้าง

แผนภาพที่ 19 แบบสังเกตการณ์ Group Dynamics ระหว่างการระดมความคิดเห็น

5. เครื่องมือการร้อยเรียงเรื่องราว (Story hooks) ประกอบการนำเสนอเรื่องราวของอาหาร



STORY HOOKS

ร้อยเรียงเป็นเรื่องราว

**TOOL TEMPLATE 07
STORY HOOKS**

ร้อยเรียงเป็นเรื่องราว

คุณไปพบใครมา ระดับอายุ สถานที่ อาชีพ และอื่นๆ

เราได้อยู่กับเรื่องอะไรมาบ้าง

ผู้ให้สัมภาษณ์ใส่ใจเรื่องอะไรเป็นพิเศษ

อะไรคือแรงจูงใจหรือความกับข้องใจที่สร้างความสนใจให้แก่ผู้ให้สัมภาษณ์

มีประเด็นใดโดดเด่นน่าจดจำหรือทำให้คุณประหลาดใจบ้าง

ถ้อยคำพูดที่แสดงถึงความคิดเห็นของเขา

ได้แนวคิดอะไรใหม่ๆ บ้างจากเรื่องราวที่เขาเล่า

แผนภาพที่ 20 เครื่องมือการร้อยเรียงเรื่องราว (Story hooks)

6. เครื่องมือการระดมความคิดเห็น (Brainstorming)

01 Generating Ideas : ระดมแนวคิดที่หลากหลาย

หลังจากระบุปัญหาและโอกาสแล้ว ก็จะเข้าสู่การสร้างสรรคแนวคิดใหม่ๆ ที่สามารถแก้ไขปัญหานั้นได้ตั้งแต่แรกได้ โดยจะต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้า พฤติกรรมของลูกค้า แรงจูงใจของพนักงาน หรือแม้แต่ความต้องการและความเป็นไปได้ขององค์กร

02 Clustering & Developing Ideas : จัดกลุ่มความคิด

หลังจากได้แนวคิดที่หลากหลาย การจัดกลุ่มแนวคิดที่กระจุกกระจายเหล่านั้นให้เป็นหมวดหมู่ จะช่วยให้เห็นแนวคิดหลักได้ชัดเจนขึ้น อาจก่อให้เกิดการสร้างสรรคแนวคิดใหม่ๆ ที่ไม่เคยคาดคิดมาก่อน หรือเกิดแนวคิดใหม่ๆ จากการรวมหลายๆ แนวคิดเข้าด้วยกัน นอกจากนี้การจัดกลุ่มความคิดยังเป็นการพัฒนาแนวคิดโดยอัตโนมัติ เพื่อสร้างสรรคงานบริการที่ดีที่สุดอีกด้วย

03 Selecting the Idea : เลือกแนวคิดที่ใช้

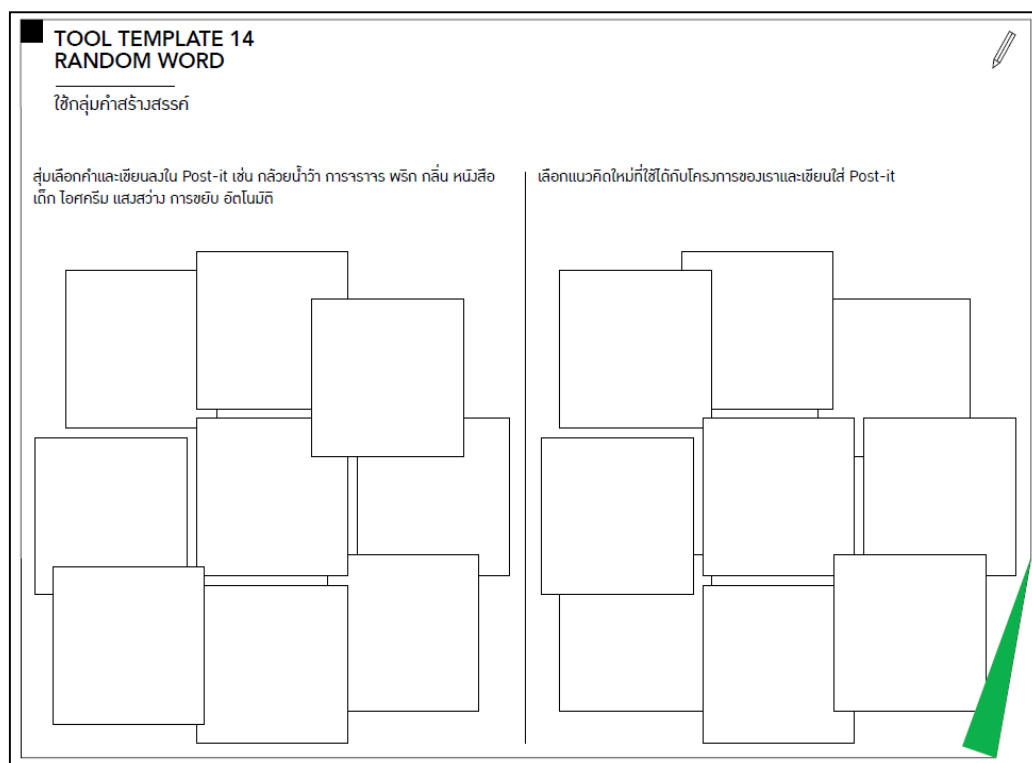
แนวคิดที่หลากหลายบางแนวคิดนั้น อาจเป็นแนวคิดที่ดีแต่ทำไม่ได้จริง หรือเป็นแนวคิดที่ไม่สามารถแก้ปัญหาได้ตรงจุดนัก ดังนั้นการคัดเลือกแนวคิดที่ดีที่สุด จึงควรพิจารณาจากความเป็นไปได้ และความสามารถในการแก้ปัญหาได้ตรงจุดและรอบด้าน (Holistic) โดยคำนึงถึงบริบทของงานบริการนั้นๆ

กฎการระดมสมอง



- | | |
|---|--|
| ✓ มุ่งสร้างแนวคิดจากหัวข้อเท่านั้น | ✗ อย่าตัดสินหรือวิจารณ์ความคิดที่ผู้อื่นนำเสนอ |
| ✓ กระตุ้นให้เกิดการเสนอแนวคิดที่หลากหลายและแปลกใหม่ | ✗ อย่าแย้งกันเสนอความคิด |
| ✓ ต่อยอดแนวคิดหนึ่งไปสู่อีกแนวคิดหนึ่ง | |
| ✓ ลองใช้รูปภาพนำเสนอพร้อมข้อความ | |
| ✓ เน้นปริมาณมากๆ | |

แผนภาพที่ 21 กฎการระดมสมอง (Brainstorming)



แผนภาพที่ 22 วิธีการใช้กลุ่มคำสร้างสรรค์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

โครงการวิจัยนี้ดำเนินการวิจัยโดยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative) เพื่อศึกษาห่วงโซ่อาหาร (ธรรมชาติ ชีวิตและศิลปะ) คิดค้นต้นแบบในการสอดประสานให้เกิดมูลค่าและคุณค่าสำหรับการท่องเที่ยววิถีไทยจากฐานทรัพยากรและภูมิปัญญาชุมชน ทั้งนี้ จะใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) ซึ่งจะเปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัย เพื่อค้นหาคำตอบร่วมกัน มุ่งให้ได้รับข้อมูลเชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่าง จากการเข้าไปสัมผัสกับข้อมูลหรือปรากฏการณ์โดยตรง โดยมีการใช้เครื่องมือวิจัย ประกอบด้วย การศึกษาข้อมูลเอกสาร (Documentary Research) การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม (Participation Observation) ระดมสมองกลุ่มใหญ่ (Brainstorming) และกลุ่มย่อย (Focus Group) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) อันมีเหตุผลและวิธีการศึกษาวิจัยโดยสรุปดังต่อไปนี้

การศึกษาระยะที่ 1 การสังเคราะห์เอกสารงานวิจัยที่ผ่านมา ก่อนการลงพื้นที่ คณะศึกษานำวรรณกรรมที่ทบทวนและเอกสารงานวิจัยที่ผ่านมามาสืบค้น และจัดสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการใช้ออกแบบเครื่องมือสำหรับงานวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์งานวิจัย โดยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลเอกสาร ทั้งที่เป็นแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีห่วงโซ่อาหารในชุมชน และการเชื่อมโยงสินค้าเกษตรกรรมกับการท่องเที่ยว ในมิติการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และสร้างความยั่งยืนในชุมชน เพื่อชุมชน

ขั้นตอนที่ 2 สร้างกรอบแนวคิดการวิจัย เป็นการต่อยอดกลุ่มเฉพาะ (Stakeholder Specific) จากการออกแบบ Stakeholder Matrix ที่ได้จากการผลการศึกษาจากโครงการวิจัยย่อยที่ 1 ที่จะนำมาเป็นกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูล โดยกำหนด ตามความเกี่ยวข้องและความรอบรู้ในเนื้อหาเฉพาะด้านต่อไป

ขั้นตอนที่ 3 ออกแบบเครื่องมือสำหรับงานวิจัย เพื่อให้ได้ความสมบูรณ์ครบถ้วนของเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดเครื่องมือ วิธีการดำเนินการและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยจะใช้การจัดระดมความคิดเห็น และการสังเกตอย่างมีส่วนร่วม (Participation Observation) เพื่อหาวิธีดั้งเดิมในด้านการเตรียม ปูรง ตกแต่งอาหารในชุมชนเพื่อนำมาเชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยวและความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการติดตามสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และ Focus Group โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เพื่อสืบค้น ต้นน้ำ ปลายน้ำ ห่วงโซ่อาหารของชุมชน

การศึกษาระยะที่ 2 การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการลงพื้นที่ โดยการจัดกิจกรรมระดมสมอง และกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์เพื่อทดลองใช้ (Experiment) ตามเครื่องมืองานวิจัยที่ได้ออกแบบ เพื่อให้ได้รูปแบบและวิธีการที่เหมาะสมในการสร้างความร่วมมือของชุมชนในกระบวนการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีไทย ที่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 4 กิจกรรมระดมสมอง จัดประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมประชุมได้พูดคุย แลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์ในเรื่องวัฒนธรรมและวิถีชุมชน รวมทั้ง การบูรณาการกับการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่า

การศึกษาระยะที่ 3 การนำแนวคิดมาทดลองทำและติดตามประเมินผลกระบวนการและแนวทางต่างๆ (Cooking simulation and Gastronomic Design) โดยรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการระดมสมองเพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะกระบวนการในการนำไปสู่การมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงของชุมชนจากการพัฒนาให้เกิดมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมที่จะช่วยออกแบบการสื่อความหมายภูมิปัญญาท้องถิ่นสำหรับการท่องเที่ยววิถีไทย ที่ถ่ายทอดผ่านศิลปะในอาหาร พร้อมนำเสนอให้กับนักท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้องตามแนวคิด Pairing Gastronomy โดยการค้นหากลุ่มธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กที่สามารถนำแนวคิดไปเพิ่มมูลค่างานบริการได้ทันที

ขั้นตอนที่ 5 ติดตามสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อยืนยันความถูกต้องสมบูรณ์ในทุกประเด็นที่ได้จากการสังเกตแบบมีส่วนร่วมในระหว่างการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ โดยมีประเด็นคำถามการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีไทยอย่างมีส่วนร่วม เพื่อศึกษากระบวนการเพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มมูลค่าวิถีไทย (ต้นแบบการคิดเรื่องอาหาร) โดยติดตามจากกลุ่มผู้มีส่วนร่วมคิด ร่วมออกแบบ และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์อาหาร

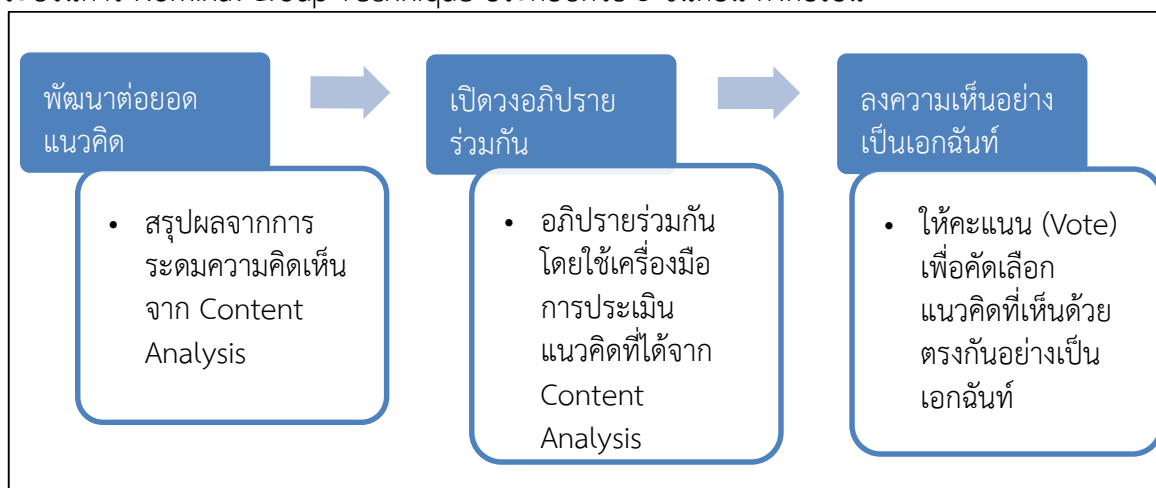
การศึกษาระยะที่ 4 การสรุป สังเคราะห์ผลและการจัดทำรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ หลังจากการลงพื้นที่และการจัดกิจกรรมในพื้นที่ที่เลือกศึกษา คณะศึกษานำผลการศึกษาที่ได้ตามวัตถุประสงค์มาสรุป วิเคราะห์ สังเคราะห์ผล และจัดทำรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการวิจัยแล้วเสร็จในระดับ 100% โดยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 6 ประมวลผลข้อมูลเชิงคุณภาพ เป็นขั้นตอนที่จำเป็นต้องดำเนินการเป็นคู่ขนานไปพร้อมกับกระบวนการเก็บข้อมูล เช่น ข้อมูลที่ได้จากการระดมสมอง และการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตระหว่างกิจกรรมที่ได้จัดขึ้น จะผ่านกระบวนการวิเคราะห์ประเด็นเนื้อหา (Content Analysis) โดยการนับคำซ้ำ ๆ ในผลที่ได้ เพื่อหาแก่นเรื่อง (Themes) ที่ผู้ถูกสัมภาษณ์กล่าวถึงเกี่ยวกับการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าของการท่องเที่ยววิถีไทยอย่างมีส่วนร่วม ตัวแปรที่ได้ในแต่ละขั้นตอนจะนำไปต่อยอดเพื่อสร้างทฤษฎีและแนวคิดที่ชัดเจน โดยกระบวนการดังกล่าวจะเกิดขึ้นเป็นวงจรในลักษณะขั้นตอน ดังต่อไปนี้



แผนภาพที่ 23 การประมวลผลข้อมูลเชิงคุณภาพ

กระบวนการ Nominal Group Technique ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้



แผนภาพที่ 24 กระบวนการ Nominal Group Technique

ขั้นตอนที่ 7 จัดรายงานฉบับสมบูรณ์ สรุปผลงานวิจัยและเผยแพร่ นำผลการศึกษาค้นคว้า รวบรวมและเรียบเรียงรายงานฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำเสนอผลงานวิจัยในระดับประเทศ และนำไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นทางการต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การประมวลผลข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการระดมความคิดเห็นและการสัมภาษณ์ จะใช้การจับประเด็นด้วยการหาประเด็นที่พบ เรียกว่า Content analysis คำ ถือเป็นหน่วยเล็กที่สุดของสภาพของข้อมูล และการนับคำซ้ำ ๆ ในผลที่ได้โดยการหาแก่นเรื่อง (Themes) ซึ่งการทำ Content Analysis นั้นเป็นการวิจัยที่หาความสำคัญไม่ใช่เฉพาะแต่ Manifest content แต่เพียงเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึง Latent content ด้วย การวิเคราะห์ทั้งสองแบบ

Manifest content คือ ข้อความที่เป็นรูปธรรมเห็นได้ชัดเจนเป็นไปตามคำที่ปรากฏ และใช้การวิเคราะห์โดยนัยหรือการตีความหมายที่เรียกว่า Latent content คือ ความหมายโดยนัย เช่น คนไทยใจดี (Kind) ใจดีอย่างไร เป็นต้น ดังนั้นการวิเคราะห์นี้จึงต้องมีการกำหนดรหัส (Coding) โดยแผนการกำหนดรหัสของการทำ Content Analysis นั้นแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอนหลัก ๆ คือ การออกแบบตารางลงรหัส (Designing a coding schedule) และการออกแบบวิธีการลงรหัส (Designing a coding manual) โดยนำการทบทวนเอกสารวิจัยที่ผ่านช่วยเป็นแนวทางในการออกแบบการลงรหัสนี้ เพื่อหาคำหลักหรือแก่นเรื่องที่นักทอ้งเที่ยวและผู้ถูกสัมภาษณ์กล่าวถึงการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าของการท่องเที่ยววิถีไทย และการสร้างสรรค์อาหารไทยอย่างมีส่วนร่วม

อะไรที่ควรจะนำมาพิจารณาในการลงรหัสคำหรือแก่นเรื่องสำหรับงานวิจัยนี้

1. Word เป็นองค์ประกอบหรือหน่วยที่เล็กที่สุดในการวิเคราะห์เนื้อหา โดยทั่วไปจะใช้ในการหาความถี่ของคำหรือหัวข้อ
2. Themes เป็นหน่วยในการพิจารณาที่มีประโยชน์มากกว่า มีรูปแบบที่ง่ายที่สุด Themes คือรูปแบบประโยคที่ง่าย ๆ
3. Characters เป็นสิ่งสำคัญในการวิเคราะห์ซึ่งผู้วิจัยต้องนับจำนวนครั้งของสถานที่ กิจกรรมหรือภาพต่าง ๆ ที่ถูกกล่าวถึงมากกว่าที่จะสนใจในจำนวน Word หรือ Themes
4. Concepts จะเกี่ยวข้องกับการจัดกลุ่มของคำที่ประกอบเป็นกลุ่มความคิด ของตัวแปรต่าง ๆ ในสมมุติฐานการวิจัย

แล้วจึงนำบทสัมภาษณ์มาเก็บและวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม Nvivo เพื่อสร้างความเที่ยงตรงในการถอดรหัสคำตอบและได้กรอบแนวทางในการพัฒนาชุมชน ซึ่งจะนำมาซึ่งคำตอบที่แท้จริงในงานวิจัย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากพื้นที่การศึกษาเชิงเปรียบเทียบ 3 แห่ง ซึ่งเป็นตัวอย่างในการเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวโดยการสอดประสานวิถีไทยในการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร เพื่อยืนยันความน่าเชื่อถือของผลการศึกษาที่สามารถสังเคราะห์ออกมาเป็นแนวทางการสอดประสานวิถีไทยในการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร ไม่ว่าจะเป็นพื้นที่ใดก็ตาม ก็สามารถนำแนวทางดังกล่าวไปใช้ในการสอดประสานวิถีไทยได้

บทที่ 4

ผลการศึกษา หรือ ผลการวิจัย

โครงการวิจัยนี้มีเป้าหมายในการพัฒนาแนวทางการเพิ่มมูลค่าและสร้างคุณค่าโดยการคิดค้นวิธีรูปแบบ ในการนำเรื่องราวประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม สังคม ประเพณีมาสืบค้นอาหารและทดลองสร้างสรรค์ให้มีการนำเสนอผ่านศิลปะของท้องถิ่น โดยประสานเรื่องการค้นหาวัตถุศิลป์ในท้องถิ่นที่สามารถเชื่อมต่อกับมูลค่าให้กับภาคการเกษตรได้ (Local Sourcing) ตามแนวคิดการจัดการอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จากการดำเนินการวิจัยได้มีผลการศึกษา ดังนี้

การศึกษาเรื่องอัตลักษณ์ต่าง ๆ ตามแบบวิถีไทยที่โดดเด่นในพื้นที่

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร ได้มีการกล่าวถึงมรดกของท้องถิ่น (Local Heritage) ที่สามารถนำมาใช้เป็นกรอบความคิดในการรวบรวมเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับวิถีชีวิตคนไทย และศึกษาคุณค่าและความหมายของสถานที่ (Sense of Place) ของแต่ละพื้นที่การศึกษา โดยในการศึกษานี้ได้นำกรอบแนวคิดเรื่องวิถีไทย (ธรรมชาติ ชีวิต และศิลปะ) มาใช้เป็นเครื่องมือในการสืบค้นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นในพื้นที่

การศึกษาเรื่องอัตลักษณ์ต่าง ๆ ตามแบบวิถีไทยที่โดดเด่นในพื้นที่ได้หีบยกกรอบแนวคิดเรื่องวิถีไทย อันประกอบด้วย ธรรมชาติ ชีวิต และศิลปะ มาใช้เป็นเครื่องมือในการสืบค้นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นในพื้นที่การศึกษา เพื่อเป็นข้อมูลในการเพิ่มมูลค่าสู่การท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร โดยมีผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 พื้นที่การศึกษา ดังนี้

อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชนบ้านไร่กองขิง

จากการระดมความคิดเห็น (Brainstorming) กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักของชุมชนบ้านไร่กองขิง ค้นพบว่าอัตลักษณ์ที่โดดเด่นเป็นอย่างมากของชุมชนบ้านไร่กองขิง คือ สุขอนามัยของคนในชุมชน นำมาซึ่งความกินดีอยู่ดีของคนในชุมชนบ้านไร่กองขิง

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health tourism) ถือเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวหลักของชุมชนบ้านไร่กองขิง ซึ่งได้ถูกพัฒนามาจากยุทธศาสตร์การพัฒนาชุมชน โดยยึดเรื่องของสุขอนามัยและความกินดีอยู่ดีของคนในชุมชนเป็นที่ตั้ง ในปัจจุบันชุมชนบ้านไร่กองขิงนำเสนอสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อาทิ อาหารเพื่อสุขภาพ นวดแผนไทย การย่ำข่า สมุนไพรพื้นบ้าน เกษตรอินทรีย์ และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพรพื้นบ้าน เช่น สมุนไพรอบ ลูกประคบ น้ำมันตะไคร้หอม สบู่เหลวสมุนไพร ชาสมุนไพร ยาต้มสมุนไพร เป็นต้น

ความสำเร็จของชุมชนบ้านไร่กองขิงในปัจจุบันเกิดขึ้นจากการขับเคลื่อนโดยผู้นำชุมชนที่แข็งแกร่งและเป็นที่ยอมรับของคนในชุมชน โดยเริ่มต้นจากการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ในชุมชน ได้แก่ ปัญหาพฤติกรรม การดูแลสุขภาพของคนในชุมชน ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่ไม่ถูกสุขลักษณะ ปัญหาเกี่ยวกับโรคเรื้อรังของผู้สูงอายุในชุมชน ปัญหานี้สินนอกระบบของชุมชน และปัญหาที่ดินทำกิน

ชุมชนบ้านไร่กองขิงมีวิสัยทัศน์ว่า “สร้างเสริมสุขภาพ ส่งเสริมสวัสดิการ สร้างสรรค์พัฒนา รู้คุณค่า การออมทรัพย์ วิถีชีวิตปรับสู่เศรษฐกิจพอเพียง” และมีการวางแผนยุทธศาสตร์และโครงการต่าง ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาในชุมชนอย่างชัดเจน โดยแบ่งคณะทำงานออกเป็นกลุ่มต่าง ๆ ดังนี้

1) กลุ่มออมทรัพย์พัฒนาบ้านไร่กองขิง จัดตั้งขึ้นเพื่อแก้ปัญหาเรื่องของเศรษฐกิจของชุมชน โดยคนในชุมชนออมเงินของตนเองและสร้างกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อต่อยอดเงินออม เช่น กิจกรรมรวมซื้อ กิจกรรมเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ เมื่อมีรายได้ทางชุมชนได้นำรายได้มาพัฒนาชุมชนในด้านต่าง ๆ เช่น สวัสดิการชุมชน ส่งเสริมศักยภาพคนในชุมชน อบรมอาชีพ เป็นต้น

2) กลุ่มรักษากันเกิดผู้พิทักษ์สิ่งแวดล้อม จัดตั้งขึ้นเพื่อแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมในชุมชนและสืบสานวัฒนธรรมล้านนาให้เป็นที่รู้จักแก่คนรุ่นหลัง โดยทางผู้นำชุมชนได้ชักชวนให้เยาวชนในชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลสิ่งแวดล้อมของชุมชน และสร้างกิจกรรมเก็บขยะในชุมชนขึ้น เพื่อปลูกจิตสำนึกในการรักษาบ้านเกิด (กิจกรรมไปไม้แลกไข่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม) กิจกรรมต่อมาเป็นกิจกรรมสืบสานวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีล้านนา โดยการฝึกสอนให้ความรู้เกี่ยวกับการแสดงตลกของสะบัดชัย ฟ้อนดาบ การรำยรำ ล้านนา เพื่อจัดแสดงให้นักท่องเที่ยวได้ชมและเป็นการสืบทอดแก่เยาวชนให้รู้ถึงวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีล้านนาอีกด้วย

3) กลุ่มเกษตรยามว่างอาหารปลอดภัย จัดตั้งขึ้นเพื่อแก้ปัญหาเรื่องสุขภาพของคนในชุมชน โดยผู้นำชุมชนใช้ความรู้จากโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริส่งเสริมให้คนในชุมชนทำเกษตรปลอดภัย เพื่อใช้รับประทานเองและแบ่งปันในชุมชนเพื่อสุขอนามัยที่ดีของคนในชุมชน (ปลูกที่กิน กินที่ปลูก)

4) กลุ่มแปรรูปสมุนไพร โดยผู้นำชุมชนได้สร้างศูนย์บริการเพื่อสุขภาพเพื่อเป็นสถานที่ในการออกกำลังกายของคนในชุมชน และเป็นการส่งเสริมให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้จากการนำสมุนไพรมาแปรรูป และการให้บริการนวด อบ ประคบสมุนไพร

กล่าวโดยสรุปคือ ชุมชนบ้านไร่กองขิงมีเรื่องราวของการพัฒนาชุมชนที่โดดเด่น ซึ่งมีผู้นำชุมชนเป็นศูนย์รวมของการสร้างสรรค์โครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่คนในชุมชน ผู้นำชุมชนได้มีการประยุกต์ใช้หลักการตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง โดยมุ่งเน้นคนในชุมชนที่จะสามารถพึ่งพาตนเองได้เป็นหลักบนพื้นฐานของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชนบ้านไร่กองขิง ผลักดันให้คนในชุมชนใช้พื้นที่ของตนเองในการทำการเกษตรปลอดภัย ปลูกพืชและสมุนไพรตามฤดูกาล รวมถึงผลักดันให้มีการสืบทอดศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นจากคนรุ่นเก่าสู่เยาวชนคนรุ่นใหม่



แผนภาพที่ 26 อัตลักษณ์ตามแบบวิถีไทยที่โดดเด่นของชุมชนบ้านไร่กองซิง จังหวัดเชียงใหม่

อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของจังหวัดสมุทรสงคราม (เมืองแม่กลอง)

จากการระดมความคิดเห็น (Brainstorming) กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักของพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม หรือที่นิยมเรียกกันว่า เมืองแม่กลอง ค้นพบว่าอัตลักษณ์ที่โดดเด่นเป็นอย่างมากของจังหวัดสมุทรสงคราม คือ วิถีชีวิตชาวสวนบนพื้นฐานของความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติของพื้นที่ และการทำน้ำตาลมะพร้าวซึ่งเป็นผลผลิตเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งสามารถสะท้อนเชื่อมโยงให้เห็นถึงวิถีชีวิตชาวสวนที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดสมุทรสงครามได้อีกด้วย

จากการระดมความคิดเห็น (Brainstorming) พบว่า ชาวจังหวัดสมุทรสงครามดำรงชีวิตอยู่กับสายน้ำ ประกอบอาชีพเป็นชาวสวนโดยส่วนใหญ่ มีการทำสวนผลไม้ในบริเวณน้ำจืด (บริเวณต้นแม่น้ำ) ทำน้ำตาลในบริเวณน้ำกร่อย (บริเวณที่น้ำจืดและน้ำเค็มมาบรรจบกัน) และทำการประมงและนาเกลือในบริเวณน้ำเค็ม (บริเวณปากแม่น้ำออกสู่ทะเลอ่าวไทย) ชาวจังหวัดสมุทรสงครามในอดีตใช้วิธีการสังเกตพระจันทร์ข้างขึ้นข้างแรม เพื่อประเมินเวลาของน้ำขึ้นน้ำลง ซึ่งส่งผลกระทบต่อการบริหารจัดการน้ำในครัวเรือน โดยเฉพาะในการใช้สอยน้ำจืด (นิสา คงศรี, 2558)

ประชากรของจังหวัดสมุทรสงครามส่วนใหญ่ร้อยละ 70 ประกอบอาชีพเกษตรกรรมและกสิกรรม ได้แก่ การทำสวนมะพร้าว การทำสวนผลไม้ ลิ้นจี่ ส้มโอ กล้วย พืชผักต่าง ๆ ในเขตอำเภออัมพวาจะมีพื้นที่เพาะปลูกมากที่สุด รองลงมาคือ อำเภอบางคนที และอำเภอเมืองสมุทรสงคราม พืชที่เป็นทรัพยากรทางการเกษตรที่สำคัญ ได้แก่ มะพร้าว ลิ้นจี่ ส้มโอ มีการทำประมงและทำนาบ้างเล็กน้อย (งานยุทธศาสตร์การ

พัฒนาจังหวัด, 2555) จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่ามะพร้าวจัดเป็นผลผลิตทางการเกษตรที่มีความโดดเด่นมากที่สุดของจังหวัดสมุทรสงคราม

ตารางที่ 3 พื้นที่และอาชีพทางการเกษตรของจังหวัดสมุทรสงคราม (งานยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด, 2555)

อำเภอ	พื้นที่		จำนวนครัวเรือน					จำนวนแรงงานภาคการเกษตร (คน)
	ทั้งหมด (ไร่)	ปลูกพืช (ไร่)	ทั้งหมด	เกษตร	ผู้ปลูกส้มโอ	ผู้ปลูกลิ้นจี่	ผู้ปลูกมะพร้าว	
เมือง	105,407	60,888	24,757	6,021	201	11	3,634	9,803
อัมพวา	106,352	34,489	12,801	6,043	2,029	1,505	3,620	19,691
บางคนที	48,559	39,608	9,134	3,442	1,143	1,273	2,359	5,974
รวมทั้งจังหวัด	260,318	134,985	46,697	15,506	3,373	2,789	9,613	35,468

ตารางที่ 4 ข้อมูลพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดสมุทรสงคราม

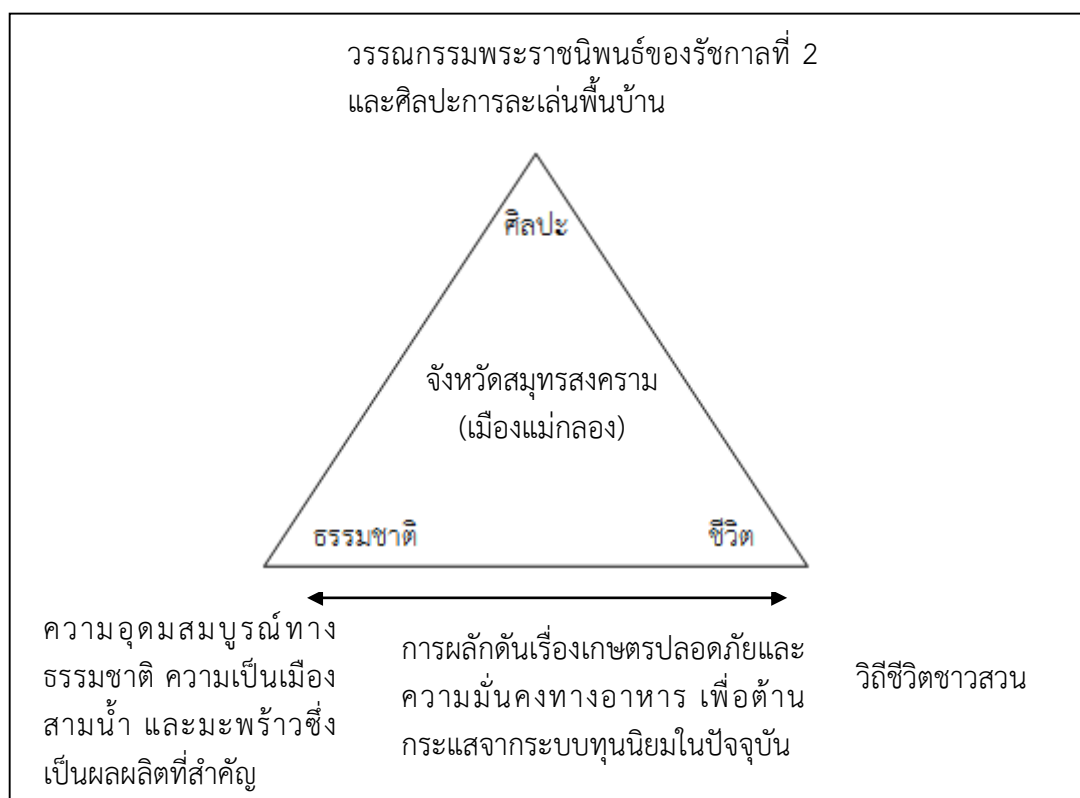
ข้อมูลพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ										
รายการ	ชนิดพืช									
	ข้าว		มะพร้าว			ลิ้นจี่	มะม่วง	ส้มโอ	กล้วยน้ำว้า	พืชผัก
	นาปี	นาปรัง	ตาล	ผล	อ่อน					
เมืองฯ (ไร่)	๐	๐	๑๐,๓๓๓	๑๖,๖๖๔	๑,๔๗๑	๒๔	๐	๖๒๔	๖๕๓	๖
อัมพวา (ไร่)	๒,๔๒๓	๒,๘๖๓	๒,๑๔๘	๑๖,๒๑๓	๔๐๘	๓,๖๗๘	๓๕	๕,๙๔๕	๕๑๔	๓๒๒
บางคนที (ไร่)	๓	๐	๓,๒๖๕	๑๖,๐๓๓	๓,๒๔๔	๔,๓๓๐	๔๔๔	๕,๘๗๓	๒,๖๔๔	๒๒๔
พื้นที่ปลูก (ไร่)	๒,๔๒๖	๒,๘๕๖	๑๕,๗๔๖	๔๘,๙๑๐	๕,๑๕๔	๘,๐๓๒	๔๗๔	๑๒,๔๗๗	๓,๘๖๖	๕๕๒
ผลผลิตเฉลี่ย (กก./ไร่)	๗๕๐	๘๐๐	๘๐๐	๑,๐๐๐	๑,๖๐๐	๑,๖๗๐	๖๐๐	๑,๒๕๑	๑,๙๐๐	-
ราคา (บาท/กก.)	๑๒	๘	๒๕	๑๓.๓๕	๕	๖๐	๑๕	๒๓	๓.๐๐	-
มูลค่าผลผลิต (ล้านบาท)	๒๖.๓๓	๑๘.๒๘	๓๑๕.๗๓	๖๕๒.๗๕	๘๑.๒๗	๘๐๕.๘๓	๔.๓๑	๓๕๙.๕๘	๒๒.๐๔	-

ที่มา : สำนักงานเกษตรจังหวัดสมุทรสงคราม ข้อมูล ณ สิงหาคม ๒๕๕๕
หมายเหตุ : พื้นที่ปลูกมะพร้าวรวม ๖๙,๘๖๕ ไร่

มะพร้าว เป็นพืชเศรษฐกิจของจังหวัดสมุทรสงครามตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ชาวจังหวัดสมุทรสงครามสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นในการทำน้ำตาลมะพร้าวจากรุ่นสู่รุ่น เป็นอาชีพที่สามารถเลี้ยงดูครอบครัวอย่างอยู่เย็นเป็นสุข แต่ในสภาพปัจจุบันการทำอาชีพน้ำตาลมะพร้าวของชาวจังหวัดสมุทรสงครามกำลังจะสูญหาย เพราะการสร้างบ้านแปงเมืองท่องเที่ยวทำให้พื้นที่สวนมะพร้าวกลายเป็นสถานที่ต่าง ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว คนรุ่นใหม่ไม่สนใจที่จะสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น คนรุ่นเก่าที่ยึดมั่นในวัฒนธรรมอาชีพเดิม

กำลังหมดเร็วแรงและวิตกกังวลถึงอนาคตของน้ำตาลมะพร้าวที่กำลังกลายเป็นน้ำตาลผสมและน้ำตาลหลอม เพราะมีความต้องการในตลาดกระแสหลักซึ่งมีผู้บริโภคจำนวนมาก ทำให้การผลิตน้ำตาลมะพร้าวแท้ลดน้อยลง

กล่าวโดยสรุปคือ จังหวัดสมุทรสงครามมีเรื่องราวของวิถีชีวิตชาวสวนและธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ เป็นเรื่องราวที่โดดเด่นของพื้นที่ ถึงแม้ว่าระบบทุนนิยมในปัจจุบันทำให้โครงสร้างของห่วงโซ่อุปทานทางการเกษตรและอาหารของจังหวัดสมุทรสงครามเปลี่ยนแปลงไป เรื่องราวของวิถีชีวิตชาวสวนที่กำลังพัฒนาให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืน ยังสามารถตอบสนองต่อแนวโน้มของโลกในปัจจุบันที่มีความต้องการในการผลักดันเรื่องการผลิตและอาหารปลอดภัยมากขึ้น ดังนั้นจังหวัดสมุทรสงครามจึงมีความท้าทายในการดำเนินกระแสนของระบบทุนนิยมเพื่อผลักดันการพัฒนาการเกษตรที่ปลอดภัยและความมั่นคงทางอาหารอีกด้วย



แผนภาพที่ 26 อัตลักษณ์ตามแบบวิถีไทยที่โดดเด่นของจังหวัดสมุทรสงคราม (เมืองแม่กลอง)

อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

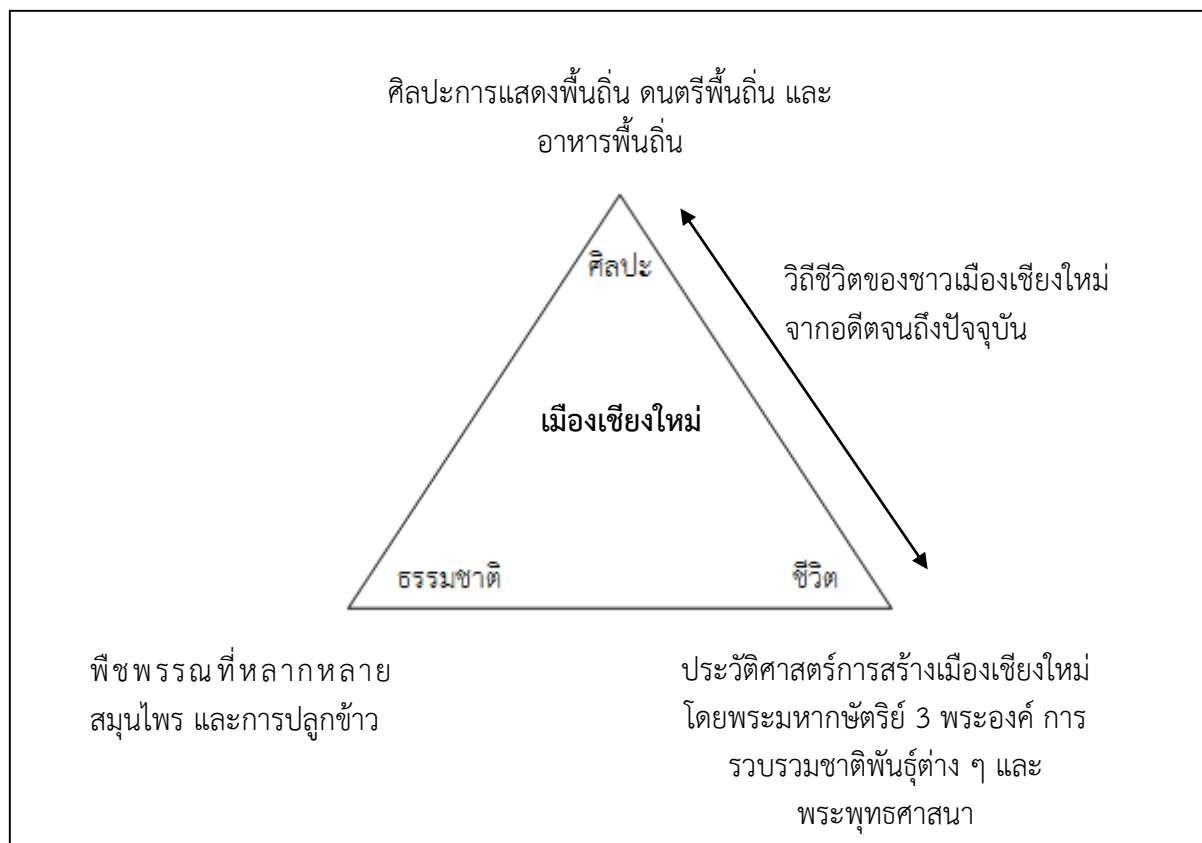
จากการระดมความคิดเห็น (Brainstorming) กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักของอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ค้นพบว่าอัตลักษณ์ที่โดดเด่นเป็นอย่างมากของอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ คือ คุณลักษณะของความสามัคคีและความโอบอ้อมอารีของคนท้องถิ่น ซึ่งสะท้อนให้เห็นผ่านเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ศาสนา และศิลปวัฒนธรรมของพื้นที่

เมืองเชียงใหม่ ถือเป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานเคียงคู่กับเมืองสุโขทัยตามประวัติศาสตร์ของราชอาณาจักรไทย มีชื่อปรากฏในตำนานว่า “นพบุรีศรีนครพิงค์เชียงใหม่” สร้างขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 1839 โดยพญามังรายเป็นผู้ทรงสร้าง ด้วยความร่วมมือของ 2 พระสหาย ได้แก่ พญาร่วง (พ่อขุนรามคำแหง) และพญาเจ้าเมือง ในอดีตเมืองเชียงใหม่มีฐานะเป็นเมืองหลวงแห่งราชอาณาจักรนครรัฐอิสระชื่อ “อาณาจักรล้านนา”

ซึ่งปกครองโดยกษัตริย์แห่งราชวงศ์มังรายนับตั้งแต่สร้างเมือง กระทั่งในปี พ.ศ. 2101 เชียงใหม่ได้เสียเมืองให้แก่พระเจ้าบุเรงนองแห่งพม่า และอยู่ภายใต้การปกครองของพม่ามานานกว่า 200 ปี จนถึงในรัชสมัยของสมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรี หรือสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ได้ทำสงครามเพื่อขับไล่พม่าออกจากเมืองเชียงใหม่และเชียงใหม่ได้สำเร็จ ด้วยการนำทัพของเจ้ากาวิละและพระยาจำบ้าน จึงได้เมืองเชียงใหม่กลับมาปกครองได้สำเร็จ จากนั้นพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ สถาปนาเจ้ากาวิละขึ้นเป็นพระยาวิชิตปราการ เพื่อเป็นเจ้าเมืองเชียงใหม่ ซึ่งในขณะนั้นเมืองเชียงใหม่ยังคงเป็นเมืองร้างที่ไร้ผู้คน พระยาวิชิตปราการจึงต้องนำไพร่พลไปพักอยู่ในที่เมืองเวสุคามกว่า 20 ปี ซึ่งในระหว่างนั้นก็ได้ออกกวาดต้อนผู้คนจากที่ต่าง ๆ มาสะสมไว้ที่เมืองเวสุคามเพื่อรอฟื้นฟูเมืองเชียงใหม่หลังจากถูกพม่าปกครองมานาน ยุคนี้เรียกว่ายุค “เก็บผักใส่ซ้า เก็บข้าใส่เมือง” เมื่อพระยาวิชิตปราการสะสมกำลังพลและพลเมืองพอที่จะดูแลเมืองเชียงใหม่ได้แล้วก็ได้ยatraเข้าเมืองเชียงใหม่เมื่อปี พ.ศ. 2334 และฟื้นฟูเมืองเชียงใหม่ให้เป็นศูนย์กลางของอาณาจักรล้านนาอีกครั้งหนึ่ง โดยขนานนามเมืองเชียงใหม่ในเวลานั้นว่า “เมืองรัตนดิษฐ์อาณานิคมบุรี” เมื่อปี พ.ศ. 2343 สุดท้ายพระยาวิชิตปราการได้รับการสถาปนาขึ้นเป็นพระเจ้าเชียงใหม่โดยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช มีพระนามว่าพระบรมราชาธิบดี ให้ปกครองดินแดนล้านนาทั้ง 57 หัวเมืองในปี พ.ศ. 2345

พระพุทธศาสนาจัดเป็นอีกเรื่องราวหนึ่งที่เป็นอัตลักษณ์อันโดดเด่นของเมืองเชียงใหม่ เนื่องจากพระพุทธศาสนาสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของชาวเมืองเชียงใหม่ที่มีความผูกพันกับพระพุทธศาสนาจากอดีตจวบจนถึงในปัจจุบัน ข้อมูลจากสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่ (2558) ได้กล่าวไว้ว่า พญามังรายได้รับเอาพระพุทธศาสนานิกายลังกาวงศ์เข้ามาเผยแพร่ในอาณาจักรล้านนา ทำให้พระภิกษุสงฆ์ในอาณาจักรล้านนาสนใจศึกษาพระพุทธศาสนาเป็นอย่างมาก อีกทั้งในรัชสมัยของพระเจ้าติโลกราช กษัตริย์องค์ที่ 9 ของอาณาจักรล้านนาได้ผูกสัมพันธ์ไมตรีกับสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถแห่งกรุงศรีอยุธยา และมีการสังคายนาพระไตรปิฎกขึ้นเป็นครั้งแรกในประเทศไทย

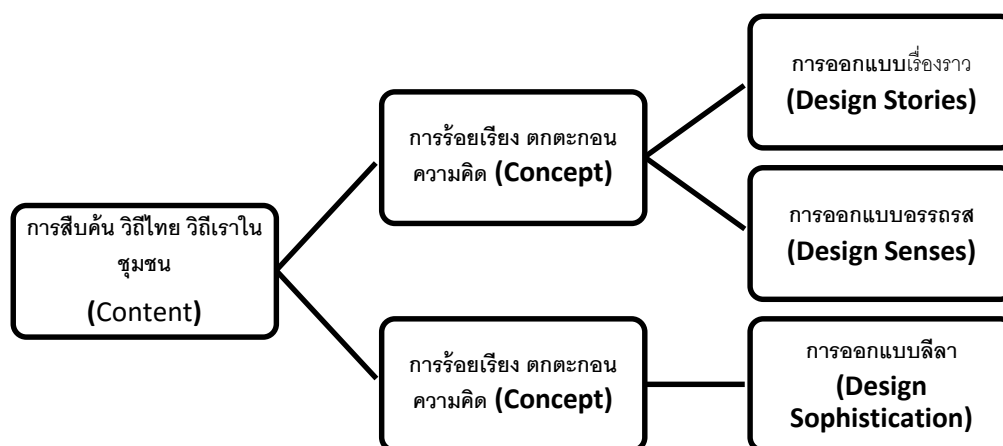
ในอาณาจักรล้านนาประกอบด้วยคนจากหลากหลายชาติพันธุ์ แต่ก็สามารถอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขได้บนพื้นฐานของความเชื่อในพระพุทธศาสนาเดียวกัน นอกจากนี้พระพุทธศาสนายังเป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวบ้าน ชาวบ้านมักจะร่วมกันประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ ทางพระพุทธศาสนา เช่น การทำบุญ การถวายภัตตาหาร หลังจากเสร็จพิธีกรรมต่าง ๆ ก็มักจะแบ่งปันอาหารที่ชาวบ้านได้นำมาทำบุญกันรับประทานในแต่ละบ้าน



แผนภาพที่ 27 อัตลักษณ์ตามแบบวิถีไทยที่โดดเด่นของอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (เชียงใหม่)

การศึกษาเรื่องแนวทางการสอดประสานวิถีไทยในการท่องเที่ยว

จากการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม (Participant observation) กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่การศึกษาต่าง ๆ ค้นพบว่ากระบวนการการขับเคลื่อนการนำอัตลักษณ์ตามแบบวิถีไทยมาสอดประสานในอาหารไม่ว่าจะเป็นการประกอบอาหารแบบดั้งเดิมโดยชุมชน หรือการสร้างสรรค์การนำเสนออาหารในรูปแบบใหม่ ล้วนแล้วแต่มีแนวทางที่สอดคล้องกัน 3 ขั้นตอน ดังนี้



แผนภาพที่ 28 แนวทางการสอดประสานวิถีไทยในการท่องเที่ยว

1. การสืบค้น (Content)

การศึกษาเรื่องราวต่าง ๆ ที่เป็นอัตลักษณ์ตามแบบวิถีไทยที่โดดเด่นของพื้นที่ โดยใช้กรอบความคิดในการศึกษาคุณค่าและความหมายของสถานที่ (Sense of Place) ภายใต้ 3 กลุ่มความคิดหลัก ได้แก่ ธรรมชาติ ชีวิต และศิลปะ จากการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมพบว่า การสืบค้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1) การสืบค้นโดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักของพื้นที่ (Inside-out)

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ที่สามารถเปิดวงพูดคุยหรืออภิปรายเรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ ซึ่งผู้เข้าร่วมอาจมีความเชี่ยวชาญหรือความรู้ที่แตกต่างกันออกไป ทำให้ข้อมูลเกิดการตรวจสอบซึ่งกันและกัน และเป็นที่ยอมรับของคนในพื้นที่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่อาจประกอบด้วย คนท้องถิ่น หรือผู้มีหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่ เป็นต้น

2) การสืบค้นโดยกลุ่มบุคคลภายนอกพื้นที่ (Outside-in)

บุคคลภายนอกของพื้นที่ หมายถึง ผู้ที่ไม่มีความเกี่ยวข้องใดในพื้นที่ หรือมีความรู้เกี่ยวกับพื้นที่อย่างจำกัด อาจประกอบด้วย นักวิจัย นักออกแบบ ศิลปิน เชฟ หรือเยาวชน เป็นต้น บุคคลภายนอกของพื้นที่สามารถสืบค้นเรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่โดยการศึกษาข้อมูลในระดับทุติยภูมิ (Secondary data) การสัมภาษณ์บุคคลในพื้นที่ และการสอบถามข้อมูล หรือสัมภาษณ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักของพื้นที่อย่างเปิดกว้าง

3) การสืบค้นแบบผสมผสาน (Mixed)

การสืบค้นแบบผสมผสานเป็นวิธีที่ใช้สำหรับการมีส่วนร่วมอย่างเต็มรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่โดยตรงและโดยอ้อม และบุคคลภายนอกพื้นที่ที่มีความเชี่ยวชาญในศาสตร์และศิลป์แขนงต่าง ๆ การสืบค้นแบบผสมผสานมีข้อดีคือ การแลกเปลี่ยน เพิ่มพูน และเติมเต็มประสบการณ์ที่คนท้องถิ่นหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่อาจจะยังมีอยู่อย่างจำกัดอยู่ และเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกพื้นที่ได้ศึกษาคุณค่าและความหมายของสถานที่กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่ไปพร้อมกัน

2. การร้อยเรียง (Concept)

หลังจากการสืบค้นเรื่องราวต่าง ๆ ที่เป็นอัตลักษณ์ตามแบบวิถีไทยของพื้นที่แล้ว การร้อยเรียงถือเป็นกระบวนการที่สำคัญในการสร้างกลุ่มของเรื่องราวที่มีความโดดเด่นที่สามารถต่อยอดไปเป็นการนำเสนออัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังมีความเชื่อมโยงกับเรื่องราวของพื้นที่อย่างเป็นระบบ จากการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมพบว่า การร้อยเรียงสามารถทำได้ 2 วิธี ดังนี้

1) การร้อยเรียงเรื่องราวที่ถูกเน้นย้ำ (Repeated)

เรื่องราวที่ถูกเน้นย้ำจากการสืบค้น สามารถเป็นเรื่องราวที่โดดเด่นของพื้นที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องราวที่ถูกเน้นย้ำบ่อยครั้ง อาจเป็นเรื่องราวที่มีความสำคัญต่อพื้นที่นั้น ๆ ได้

2) การร้อยเรียงเพื่อเชื่อมโยงเรื่องราวต่าง ๆ (Related)

เรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ได้จากการสืบค้น อาจมีรายละเอียดจำนวนมากหรือมีความหลากหลาย ซึ่งสามารถจัดกลุ่มความเชื่อมโยงของเรื่องราวต่าง ๆ ที่มีจุดร่วมหรือมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

3. การออกแบบ (Design)

การออกแบบถือเป็นขั้นตอนสุดท้ายของการสอดประสานวิถีไทยในการท่องเที่ยว โดยการนำแนวคิดที่ได้จากการสืบค้นและร้อยเรียงมาสื่อความหมายให้มีชีวิต (Living interpretation) การออกแบบการนำเสนอถือเป็นกระบวนการในการสร้างสรรค์หรือแสดงออกทางศิลปะ เพื่อเพิ่มมูลค่าเรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ให้เป็น

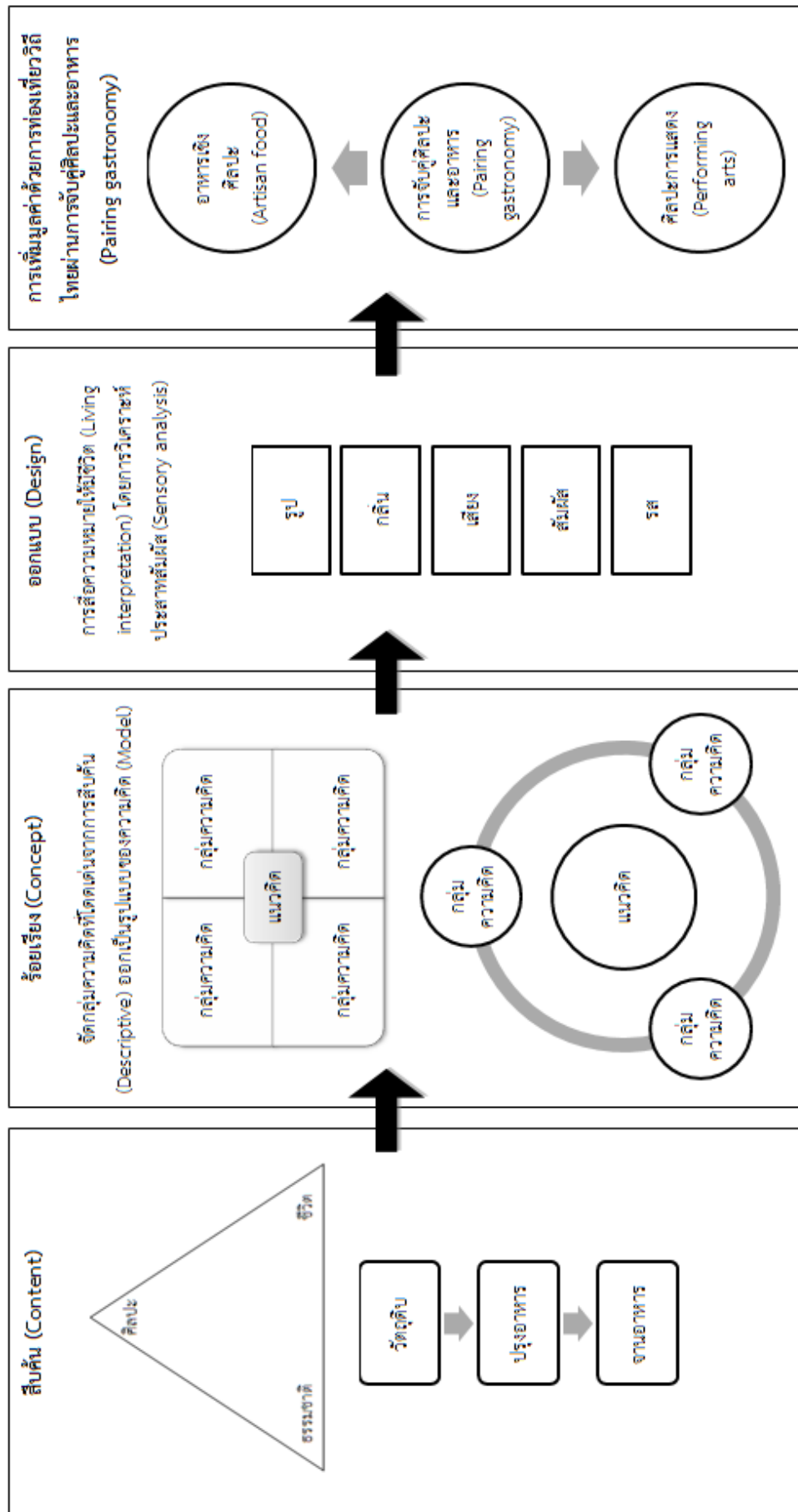
ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สามารถจับต้องได้ จากการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมพบว่า การออกแบบที่มีคุณภาพจำเป็นต้องมีคุณลักษณะอย่างน้อย 3 ประการ ดังนี้

4) เรื่องราว (Stories) หมายถึง มีเรื่องราวที่น่าสนใจแก่ผู้รับสารโดยการร้อยเรียง

5) อรรถรส (Senses) หมายถึง เป็นรูปธรรมจับต้องได้โดยการวิเคราะห์ประสาทสัมผัส (Sensory analysis) ไม่ว่าจะเป็นการมองเห็น (Seeing) การดมกลิ่น (Smelling) การได้ยิน (Hearing) การสัมผัส (Touching) และการลิ้มรส (Tasting)

6) สีสลา (Sophistication) หมายถึง ความมีชั้นเชิงในการสื่อความหมายและนำเสนอ รู้ จักหว่า รู้วิธีที่เหมาะสมในการสร้างความน่าสนใจให้กับสิ่งที่นำเสนอ

โครงการวิจัยนี้มุ่งเน้นการจับคู่ศิลปะกับอาหาร (Pairing gastronomy) เป็นตัวอย่างในการสอดประสานวิถีไทยในการท่องเที่ยวให้มีชีวิตและสัมผัสได้ ซึ่งมีข้อค้นพบแนวทางการสอดประสานตามแผนภาพที่



แผนภาพที่ 29 แนวทางการสอดประสานวิถีไทยสู่การท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร

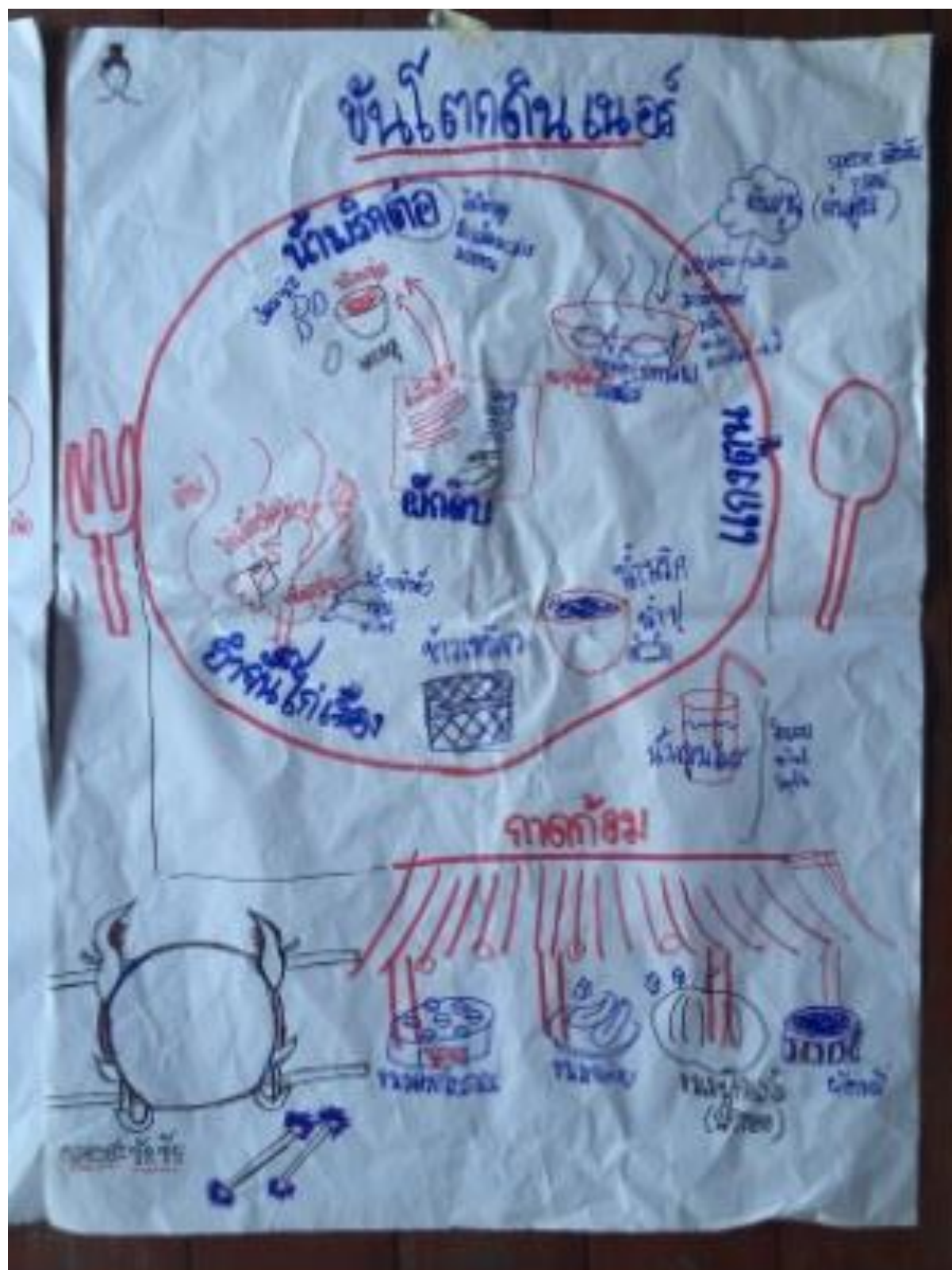
การศึกษาเรื่องแนวทางการเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่น

แนวคิดเรื่องการเพิ่มมูลค่าโดยหลักการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน จัดเป็นแนวทางในการต่อยอดผลิตภัณฑ์และประสบการณ์การท่องเที่ยวให้เกิดการเรียนรู้ เกิดความตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม สังคม และสิ่งแวดล้อม บนฐานทรัพยากรที่เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวมีอยู่ โครงการวิจัยนี้ได้ยกหนึ่งตัวอย่างในการศึกษาเพื่อแสดงให้เห็นแนวทางการเพิ่มมูลค่าดังกล่าวให้เห็นเป็นรูปธรรม คือ อาหารท้องถิ่น ซึ่งสามารถพัฒนาให้เกิดคุณค่าและมูลค่าที่สามารถนำเสนอต่อนักท่องเที่ยวได้อย่างน่าดึงดูดใจ

จากการศึกษาแนวทางการสอดประสานวิถีไทยในการท่องเที่ยวพบว่า การสืบค้นเรื่องราวหรืออัตลักษณ์ของท้องถิ่นที่โดดเด่นตามแบบวิถีไทยสามารถใช้แนวคิดในเรื่องของธรรมชาติ ชีวิต และศิลปะได้ โดยการหยิบยกผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นในชุมชนเป็นสื่อในการเพิ่มมูลค่าและนำเสนอ ในการศึกษาครั้งนี้ได้หยิบยกอาหารท้องถิ่นเป็นตัวอย่างการทดลองเพื่อแสดงให้เห็นถึงแนวทางในการเพิ่มมูลค่าใน 3 พื้นที่การศึกษา ดังนี้

การเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นในพื้นที่ชุมชนบ้านไร่ทองขิง จังหวัดเชียงใหม่

จากการระดมความคิดเห็น (Brainstorming) เรื่องอาหารท้องถิ่นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักของชุมชนบ้านไร่ทองขิงพบว่า อาหารท้องถิ่นที่โดดเด่นคือ สรรบอาหารพื้นเมืองตามฤดูกาลที่ได้มาจากการนำผลผลิตในครัวเรือนของชุมชนบ้านไร่ทองขิงมาเป็นวัตถุดิบในการประกอบอาหาร จากการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม (Participatory observation) พบว่าสรรบอาหารพื้นเมืองที่ชุมชนบ้านไร่ทองขิงนำเสนอมีหลากหลาย ดังนี้





รูปภาพที่ 1 เมนูอาหารท้องถิ่นของชุมชนบ้านไร่กองขิง จังหวัดเชียงใหม่

1. น้ำพริกต่อ พร้อมผักดิบเคี้ยว
2. ยำจิ้นไก่เมือง
3. แกงตุ๋นปลาช่อน
4. น้ำพริกน้ำปู
5. แคนหมู
6. ผัดขนมเส้น (ผัดหมี่เส้นขนมจีน)

เมนูอาหารท้องถิ่นที่น่าเสนอแก่นักท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านไร่กองขิงขึ้นอยู่กับฤดูกาลหรือช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมชุมชนบ้านไร่กองขิง แม่หลวงสุพรรณ อินทะชัย (คำกล่าวจากการระดมความคิดเห็น , 2558) กล่าวว่า “อาหารตามฤดูกาลเป็นความฉลาดทางธรรมชาติ ธรรมชาติได้ให้ของขวัญเรามาเพื่อดูแลสุขภาพ” ซึ่งสามารถแสดงให้เห็นถึงความหมายโดยนัยยะที่มีต่อชีวิตของคนในชุมชนบ้านไร่กองขิงว่า คนใน

ชุมชนบ้านไร่กองขิงมีวิถีชีวิตบนฐานของทรัพยากรธรรมชาติรอบข้าง จากการสำรวจพื้นที่พบว่า บ้านแต่ละหลังของชุมชนบ้านไร่กองขิงจะมีการปลูกพืชผักสวนครัวและเลี้ยงสัตว์ในครัวเรือน เพื่อการประกอบอาหารและการค้า ซึ่งถือเป็นการผลักดันของผู้นำชุมชนภายใต้โครงการ “ปลูกที่กิน กินที่ปลูก” โดยน้อมนำแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ มาใช้ในการพัฒนาชุมชน

จากการเก็บข้อมูลในพื้นที่ชุมชนบ้านไร่กองขิง จังหวัดเชียงใหม่ ร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่เยาวชน และเชฟอาร์ตชีฟ พบว่าเรื่องราวของสำหรับอาหารพื้นเมืองสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มแนวความคิด ได้แก่ การผลักดันการใช้ที่ดินสำหรับการปลูกพืชผักสวนครัวและเลี้ยงสัตว์ สุขอนามัยของคนในชุมชน และวิถีชีวิตตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง แนวคิดในการร้อยเรียง (Concept) เพื่อการแสดงและการประกอบอาหารอาร์ตชีฟมีความสอดคล้องกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 5 แนวคิดในการร้อยเรียง (Concept) ของสำหรับอาหารพื้นเมืองของชุมชนบ้านไร่กองขิง

เรื่องราวของสำหรับอาหาร พื้นเมือง (Content)	แนวคิดในการร้อยเรียง (Concept)	
	เยาวชนนาฏศิลป์ (Performing arts)	เชฟอาร์ตชีฟ (Artisan chef)
วัตถุดิบจากพืชผักสวนครัวและการ เลี้ยงสัตว์ในท้องถิ่น	- การผลักดันโดยผู้นำชุมชนเกี่ยวกับการใช้ที่ดินสำหรับการปลูกพืชผักสวนครัวและเลี้ยงสัตว์ - วิถีชีวิตตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง	- การใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่น (Local sourcing)
ความหลากหลายของอาหาร		
อาหารเพื่อสุขภาพ (ปลอดสารพิษ)	- การแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับสุขอนามัยของคนในชุมชนโดยผู้นำชุมชน	- การใช้วัตถุดิบปลอดสารพิษ (Organic)
อาหารตามฤดูกาล	- วิถีชีวิตตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง	- การใช้วัตถุดิบที่หาได้ตามฤดูกาล (Seasonal)

จากแนวคิดในการร้อยเรียง (Concept) เรื่องราวของสำหรับอาหารในเชิงศิลปะการแสดงและศิลปะการประกอบอาหารอาร์ตชีฟ สามารถแสดงให้เห็นถึงแนวทางในการออกแบบการนำเสนอ (Design) เพื่อเพิ่มมูลค่าแก่อาหารท้องถิ่นได้อย่างชัดเจน โดยมีข้อสังเกตว่าการนำเสนอเพื่อศิลปะการแสดงมีรายละเอียดในการออกแบบการนำเสนอที่มุ่งเน้นในเรื่องของการพัฒนาชุมชนโดยผู้นำชุมชนที่แข็งแกร่งและมีความสามารถ และความอุดมสมบูรณ์ของผลผลิตทางการเกษตรในครัวเรือนของชุมชนบ้านไร่กองขิง ในขณะที่ศิลปะการประกอบอาหารอาร์ตชีฟได้ต่อยอดสำหรับอาหารพื้นเมืองโดยการออกแบบเมนูอาหารสร้างสรรค์โดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นเป็นส่วนประกอบหลัก (Local sourcing) อาทิ พืชผักสวนครัวและเนื้อสัตว์ของท้องถิ่น โดยมีรายละเอียดการออกแบบการนำเสนอโดยการจับคู่ศิลปะกับอาหาร (Pairing gastronomy) ดังนี้

ตารางที่ 6 การออกแบบการนำเสนอเชิงศิลปะการแสดงเกี่ยวกับสำหรับอาหารพื้นเมือง
ของชุมชนบ้านไร่กองขิง

แนวคิดในการร้อยเรียง (Concept)	การออกแบบการนำเสนอเชิงศิลปะการแสดง (Performing arts design)	
	การรำยรำ (Dance)	การขับร้องและดนตรี (Music)
การพัฒนาชุมชนโดยผู้นำชุมชน เป็นแกนนำ	การฟ้อนรำ	การขับเสภาและการพากษ์
สุขอนามัยของคนในชุมชน	การฟ้อนรำ	ไม่ค้นพบ
วิถีชีวิตตามแนวพระราชดำริ เศรษฐกิจพอเพียง	การฟ้อนรำ	ไม่ค้นพบ

จากการระดมความคิดเห็นในกลุ่มเยาวชนนักศึกษาด้านนาฏศิลป์พบว่า ศิลปะการแสดงที่ใช้ในการนำเสนอเรื่องราวของชุมชนบ้านไร่กองขิง ประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก ได้แก่ ภาพ (การรำยรำ) และเสียง (การขับร้องและดนตรี) ซึ่งใช้รูปแบบของการพากษ์ การขับเสภา การเล่นดนตรี และการฟ้อนรำ เพื่อประกอบการนำเสนอเรื่องราวของชุมชนบ้านไร่กองขิง การดำเนินการนำเสนอโดยส่วนใหญ่สามารถอธิบายได้จากภาพด้วยการฟ้อนรำ ในขณะที่เรื่องราวการพัฒนาชุมชนจำเป็นต้องใช้การขับเสภาและการพากษ์ช่วยเสริมให้ได้เนื้อหาที่ครบถ้วนมากขึ้น

รูปภาพที่ 2 ภาพประกอบการออกแบบการร่ายรำเพื่อนำเสนอเรื่องราวของชุมชนบ้านไร่กองซิง

เรื่องราวของ ชุมชนบ้านไร่กอง ซิงที่น่าสนใจใน การนำเสนอ	ภาพประกอบจากการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูล	ภาพประกอบการร่ายรำ
เกริ่นนำ เรื่องราวของ ชุมชนบ้านไร่ กองซิง		
เล่าประวัติของ ชุมชนบ้านไร่ กองซิง		
การจัดตั้งกลุ่ม ออมทรัพย์ และ รวมตัวกันใน หมู่บ้าน		
การชักชวนคน ในหมู่บ้าน มาร่วมกัน ทำงาน		
การปลูกพืชผัก สวนครัว		

เรื่องราวของ ชุมชนบ้านไร่กอง ชิงที่น่าสนใจใน การนำเสนอ	ภาพประกอบจากการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูล	ภาพประกอบการรำรำ
การปลูกผัก ปลอดสารพิษ พืชผักสวนครัว รั้วกินได้		
เรื่องราวของ ผู้นำชุมชนที่ เข้มแข็ง		
การประกอบ อาหารพื้นเมือง จากสมุนไพรที่ ได้จากใน ท้องถิ่น		
ขันโตกอาหาร พื้นเมืองของ ชุมชนบ้านไร่ กองชิง		

จากการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม (Participatory observation) ร่วมกับเชฟอาร์ตี่ชั้นพบว่า เชฟได้นำแนวคิดที่ได้จากการร้อยเรียงเกี่ยวกับวัตถุดิบที่หาได้จากท้องถิ่น (Local sourcing) และออกแบบการนำเสนออาหารสร้างสรรค์โดยต่อยอดเมนูอาหารท้องถิ่นให้มีรูปลักษณะที่น่าสนใจและรสชาติที่อ่อนโยนสำหรับนักท่องเที่ยวในวงกว้างมากขึ้นด้วยกรรมวิธีการประกอบอาหารรูปแบบใหม่ และนำเสนอสำหรับอาหารพื้นเมืองแบบสร้างสรรค์ผ่านเมนูอาหารเรียกน้ำย่อย (Appetizer) และซุพ (Soup) โดยศึกษาจากเมนูอาหารท้องถิ่นแบบดั้งเดิม (Traditional food) ที่นำเสนอแก่นักท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านไร่กองชิงด้วยกระบวนการการสืบค้นเมนูอาหารท้องถิ่น (Content) ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่ วัตถุดิบ วิธีการปรุงอาหาร และการนำเสนอจานอาหาร โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 7 ผลการสืบค้นสำหรับอาหารพื้นเมืองของชุมชนบ้านไร่กองขิง

วัตถุดิบ	วิธีการปรุงอาหาร	การนำเสนอจานอาหาร
ได้ศึกษาวัตถุดิบของท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น ตูน น้ำพริก น้ำปู๋ หน่อไม้ ไก่เมือง และปลาช่อน	ได้ศึกษาวิธีการปรุงแบบอาหารพื้นเมืองแบบดั้งเดิม อาทิ การยำ การตำน้ำพริก การต้ม การหมัก เป็นต้น	ชุมชนบ้านไร่กองขิงได้นำเสนอสำหรับอาหารพื้นเมืองเป็น “ขันโตกดินเนอร์” ซึ่งจัดเป็นการนำเสนอเพื่อให้เกิดรตินักท่องเที่ยวในแบบฉบับของล้านนา เป็นแนวคิดเพื่อต่อยอดในการนำเสนอของเชฟอาร์ตีสัน

สำหรับอาหารพื้นเมืองต่าง ๆ ของชุมชนบ้านไร่กองขิงมีความหลากหลายขึ้นอยู่กับวัตถุดิบตามฤดูกาล โดยเชฟอาร์ตีสันได้คัดเลือกเมนูอาหารที่โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ ดังนี้ ยำจิ้นไก่เมือง แกงตูนปลาช่อน และน้ำพริกน้ำปู๋ และเน้นการออกแบบการนำเสนอวัตถุดิบท้องถิ่นตามฤดูกาลดังกล่าวผ่านนวัตกรรมการประกอบอาหาร โดยส่วนใหญ่เป็นการเน้นการประยุกต์วิธีการประกอบอาหารในระดับนานาชาติในเมนูอาหารพื้นเมืองของชุมชนบ้านไร่กองขิง เพื่อนำเสนอในรูปแบบ



รูปภาพที่ 3 ถุงทองน้ำปู๋



รูปภาพที่ 4 ตู๋นเทมปุระ



รูปภาพที่ 5 รังจิ้นไก่ซอสจู้สัไก่พริก لابเข้มข้น



รูปภาพที่ 6 ซุปคอนซูเม่จีนสัสมกปลาหิมะ

การเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม (เมืองแม่กลอง)

จากการระดมความคิดเห็น (Brainstorming) เรื่องอาหารท้องถิ่นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักของจังหวัดสมุทรสงครามพบว่า อาหารท้องถิ่นที่โดดเด่นคือ น้ำตาลมะพร้าว ซึ่งเป็นวัตถุดิบในการประกอบอาหารได้อย่างหลากหลาย เนื่องจากน้ำตาลมะพร้าวเป็นผลผลิตทางการเกษตรขั้นต้นทำให้มีความเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับวิถีทางการเกษตรของจังหวัดสมุทรสงคราม

วิถีทางการเกษตรของชาวจังหวัดสมุทรสงคราม ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำสวนผลไม้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสวนมะพร้าว เนื่องจากคุณลักษณะทางภูมิประเทศและภูมิอากาศของจังหวัดสมุทรสงครามที่เอื้ออำนวย จากการระดมความคิดเห็นร่วมกับผู้ประกอบการผลิตน้ำตาลมะพร้าวพบว่า การเก็บเกี่ยวน้ำตาลมะพร้าวมักจะเก็บเกี่ยวจากต้นมะพร้าวพันธุ์เตี้ยเพื่อความสะดวกและปลอดภัยในการขึ้นปาดงวงตาล ซึ่งจะขึ้นปาดงวงตาลได้ 3 เวลา ได้แก่ 2.00 นาฬิกา 6.00 นาฬิกา และ 15.00 นาฬิกา โดยปรกติการขึ้นปาดงวงตาลในเวลา 4.00 นาฬิกา และจะต้องเสร็จสิ้นไม่เกิน 7.00 นาฬิกา เนื่องด้วยการขึ้นปาดงวงตาลจำเป็นต้องทำให้

เสร็จก่อนดวงอาทิตย์ขึ้น เนื่องจากน้ำตาลมะพร้าวเป็นน้ำตาลกลูโคสที่มีความไวต่อแสง หากน้ำตาลมะพร้าวโดนแสงจะทำให้เกิดจุลินทรีย์ซึ่งแบ่งตัวได้ในอุณหภูมิที่อุ่น โดยรายละเอียดกระบวนการการทำน้ำตาลมะพร้าวมีขั้นตอนต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ขึ้นปาดตาลโดยเลือกวงตาลที่ยังอ่อน ปาดหน้าวงตาลเพื่อเปิดท่อน้ำตาลทุกวัน และรัดวงให้เป็นเปลาะเพื่อป้องกันวงตาลแตก
2. ใส่เปลือกไม้พะยอมเพียงเล็กน้อยลงไปในกระบอกล้างไม้ไผ่ก่อนการรองน้ำตาล ไม้พะยอมเป็นสารกันบูดโดยธรรมชาติ สูญสลายเมื่อสัมผัสความร้อน
3. ใช้กระบอกล้างไม้ไผ่รองน้ำตาลจากวงตาล และปิดหน้าวงตาลด้วยผ้าบางแทนการใช้สารเคมีโรยหน้าวงตาล เพื่อป้องกันผึ้งและแมลงมาเกาะกินน้ำตาล
4. รวมน้ำตาลลงกระทะ โดยเทน้ำตาลจากกระบอกล้างไม้ไผ่ผ่านกระชอนที่หุ้มผ้าขาวบาง เพื่อกรองไม้พะยอมและสิ่งเจือปน กระบอกล้างไม้ไผ่ต้องลวกล้างด้วยน้ำเดือดทุกครั้งหลังการใช้รองน้ำตาล
5. ใช้กบครอบกระทะเพื่อป้องกันน้ำตาลล้นในขณะที่ใช้ความร้อนสูง
6. เคี่ยวน้ำตาลเพื่อไล่น้ำจนเหลือเฉพาะเนื้อน้ำตาล
การเคี่ยว คือการไล่น้ำออกด้วยการทำให้น้ำตาลเดือดและระเหยน้ำออกไป
7. ปั่นน้ำตาลและใช้เหล็กกระแทกน้ำตาลเพื่อให้น้ำตาลแข็งตัว
8. หยอดน้ำตาลลงบนถ้วยตะไลที่ปูด้วยผ้าขาวบาง
9. รอให้น้ำตาลเย็นและแข็งตัว จากนั้นจึงใส่ในบรรจุภัณฑ์

จากการเก็บข้อมูลในพื้นที่จังหวัดสมุทรสงครามร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่ เยาวชนและเชฟอาร์ตีสัน พบว่าเรื่องราวของน้ำตาลมะพร้าวสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มแนวความคิด ได้แก่ วัตถุดิบทางการเกษตร กระบวนการผลิตน้ำตาลมะพร้าว และเมนูอาหารท้องถิ่น แนวคิดในการร้อยเรียง (Concept) เพื่อการแสดงและการประกอบอาหารอาร์ตีสันมีความสอดคล้องกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 8 แนวคิดในการร้อยเรียง (Concept) ของน้ำตาลมะพร้าว

เรื่องราวของน้ำตาลมะพร้าว (Content)	แนวคิดในการร้อยเรียง (Concept)	
	เยาวชนนาฏศิลป์ (Performing arts)	เชฟอาร์ตีสัน (Artisan chef)
วัตถุดิบทางการเกษตร	- เกษตรอินทรีย์ - วิถีชีวิตของชาวสวน - ความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติของเมืองสามน้ำ (น้ำจืด น้ำเค็ม น้ำกร่อย)	- อาหารอินทรีย์ - การใช้น้ำตาลมะพร้าวบริสุทธิ์สำหรับการประกอบอาหาร
กระบวนการผลิตน้ำตาลมะพร้าว	- การใช้กระบอกล้างไม้ไผ่เป็นสัญลักษณ์ - ขั้นตอนการทำน้ำตาลมะพร้าว 3 ขั้นตอนที่สำคัญ ได้แก่ การขึ้นตาล การเคี่ยว	

เรื่องราวของน้ำตาลมะพร้าว (Content)	แนวคิดในการร้อยเรียง (Concept)	
	เยาวชนนาฏศิลป์ (Performing arts)	เชฟอาร์ตชีฟ (Artisan chef)
	ตาล และการหยอดตาล	
เมนูอาหารท้องถิ่น	- คุณประโยชน์ทางโภชนาการ	- กล้วยลอยตาล - รสชาติหวานหอมของน้ำตาล

จากแนวคิดในการร้อยเรียง (Concept) เรื่องราวของน้ำตาลมะพร้าวในเชิงศิลปะการแสดงและศิลปะการประกอบอาหารอาร์ตชีฟ สามารถแสดงให้เห็นถึงแนวทางในการออกแบบการนำเสนอ (Design) เพื่อเพิ่มมูลค่าแก่อาหารท้องถิ่นได้อย่างชัดเจน โดยมีข้อสังเกตว่าการนำเสนอเพื่อศิลปะการแสดงมีรายละเอียดในการออกแบบการนำเสนอที่มุ่งเน้นเรื่องราวของธรรมชาติและวิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวสวนมะพร้าวในจังหวัดสมุทรสงคราม ในขณะที่ศิลปะการประกอบอาหารอาร์ตชีฟได้ต่อยอดน้ำตาลมะพร้าวโดยการออกแบบเมนูอาหารสร้างสรรค์โดยใช้น้ำตาลมะพร้าวบริสุทธิ์เป็นส่วนประกอบหลัก โดยมีรายละเอียดการออกแบบการนำเสนอโดยการจับคู่ศิลปะกับอาหาร (Pairing gastronomy) ดังนี้

ตารางที่ 9 การออกแบบการนำเสนอเชิงศิลปะการแสดงเกี่ยวกับน้ำตาลมะพร้าว

แนวคิดในการร้อยเรียง (Concept)	การออกแบบการนำเสนอเชิงศิลปะการแสดง (Performing arts design)	
	การรำยรำ (Dance)	การขับร้องและดนตรี (Music)
คุณค่าทางโภชนาการ	ไม่ค้นพบ	การขับเสภา
ความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ ของเมืองสามน้ำ	ไม่ค้นพบ	การพากษ์
กระบวนการผลิตน้ำตาลมะพร้าว	การรำโทนโดยมุ่งเน้นขั้นตอนการผลิตน้ำตาลมะพร้าวที่สำคัญ ดังนี้ - การขึ้นตาล - การปาดตาล - การจุดเตาเพื่อเตรียมเคี้ยวตาล - การเคี้ยวตาล - การกระแทกตาล - การหยอดน้ำตาล	การขับร้องและดนตรี ประกอบการรำโทน
วิถีชีวิตชาวสวน	การรำโทนโดยนำเสนอการใช้ชีวิตในสวนมะพร้าว และการเก็บเกี่ยวน้ำตาลมะพร้าวตามฤดูกาล	การขับร้องและดนตรี ประกอบการรำโทน

จากการระดมความคิดเห็นในกลุ่มเยาวชนนักศึกษาด้านนาฏศิลป์พบว่า ศิลปะการแสดงที่ใช้ในการนำเสนอเรื่องราวของน้ำตาลมะพร้าวประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก ได้แก่ ภาพ (การรำยรำ) และเสียง (การขับร้องและดนตรี) ซึ่งใช้รูปแบบของการพากษ์ การขับเสภา การขับร้องและเล่นดนตรี และการรำโทน เพื่อประกอบการนำเสนอเรื่องราวของน้ำตาลมะพร้าว รวมถึงวิถีชีวิตของชาวสวนมะพร้าวที่ใช้ชีวิตอยู่ในสวนและเก็บเกี่ยวผลผลิตเวียนตามฤดูกาล

รูปภาพที่ 7 ภาพประกอบการออกแบบการร่ายรำเพื่อนำเสนอขั้นตอนการผลิตน้ำตาลมะพร้าว

ภาพจากการลงพื้นที่	ภาพรูปแบบการแสดง
เข้าสวนมะพร้าว เพื่อไปขึ้นตาล (ขึ้นต้นมะพร้าว) 	
การขึ้นตาลเพื่อเก็บและปาดตาลเปลี่ยนกระบอก 	
การจุดเตาเพื่อเคี่ยวตาล 	
การจุดเตาเพื่อเคี่ยวตาล 	

ภาพจากการลงพื้นที่	ภาพรูปแบบการแสดง
เคียวตาล 	
กระแทกตาล 	
การหยอดน้ำตาล 	
คนขึ้นตาลอยู่คู่กับสวนมะพร้าว 	กลับมาสู่การเริ่มต้น(ขึ้นตาล) 

จากการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม (Participatory observation) ร่วมกับเชฟอาร์ตีสันพบว่า เชฟได้นำแนวคิดที่ได้จากการร้อยเรียงเกี่ยวกับคุณลักษณะของน้ำตาลมะพร้าวในเชิงศิลปะการประกอบอาหาร มาสร้างสรรค์เมนูอาหารใหม่โดยต่อยอดจากเมนูอาหารท้องถิ่นที่ได้ค้นพบในการลงพื้นที่เก็บข้อมูลในจังหวัดสมุทรสงคราม เชฟอาร์ตีสันได้ออกแบบการนำเสนอรสชาติความหอมหวานของน้ำตาลมะพร้าวที่เป็นเอกลักษณ์ผ่านเมนูของหวาน (Dessert) โดยศึกษาส่วนประกอบและวิธีการในการทำกล้วยลอยตาลแบบดั้งเดิมด้วยกระบวนการสืบค้นเมนูอาหารท้องถิ่น (Content) ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่ วัตถุดิบ วิธีการปรุงอาหาร และการนำเสนอบนจานอาหาร โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 10 ผลการสืบค้นเมนูกล้วยลอยตาล

วัตถุดิบ	วิธีการปรุงอาหาร	การนำเสนอบนจานอาหาร
กล้วยน้ำว้ากระดังงา หรือกล้วยหักมุกกระดังงา (กล้วยกระดังงา หมายถึง กล้วยถึงสุกกึ่งดิบ หรือกล้วยที่กำลังจะสุก)	นำกล้วยน้ำว้ากระดังงา ปอกเปลือกออก แช่น้ำ และรูดยางออก ก่อนนำลงไปแช่ในระหว่างการเคี่ยวตาล ใช้เวลาประมาณ 30-60 นาที สามารถใช้กล้วยหักมุกแทนได้ แต่ไม่สามารถใช้กล้วยไข่ได้ นอกจากนี้ยังสามารถใช้มะละกอดิบแช่น้ำอุ่นหรือมะเฟืองสุกหั่นบาง แช่น้ำอุ่น ตากแดดให้แห้ง และแช่ในน้ำตาลเคี่ยวด้วยท้องมะพร้าวที่มีเส้นใย ประมาณ 5 นาที	กล้วยลอยตาลมักถูกนำเสนอเป็นเมนูของหวาน (Dessert) หรืออาหารว่าง (Snack)





รูปภาพที่ 8 ภาพประกอบการทำกล้วยลอยตาลในพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม

กล้วยลอยตาลแบบดั้งเดิมได้ถูกสร้างสรรค์การนำเสนอใหม่โดยเชฟอาร์ติชัน โดยใช้น้ำตาลมะพร้าวจากพื้นที่จังหวัดสมุทรสงครามเป็นส่วนประกอบหลัก จากการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม (Participatory observation) พบว่ากล้วยลอยตาลสามารถถูกออกแบบให้มีลักษณะร่วมสมัยมากขึ้นโดยการนำน้ำตาลมะพร้าวบริสุทธิ์มาแปรรูปเป็นซอสน้ำตาลมะพร้าวราดลงบนกล้วยกระด้างและไอศกรีมโฮมเมด รวมถึงการนำน้ำตาลมะพร้าวบริสุทธิ์มาดเป็นเกล็ดขนาดเล็กเพื่อโรยตกแต่งจานอาหารให้สวยงาม ดูน่ารับประทานยิ่งขึ้น และยังทำให้นักท่องเที่ยวสามารถลิ้มรสน้ำตาลมะพร้าวบริสุทธิ์แบบดั้งเดิมได้อีกด้วย



รูปภาพที่ 9 ไอศกรีมกล้วยลอยตาลราดซอสน้ำตาลมะพร้าว

การเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

จากการระดมความคิดเห็น (Brainstorming) เรื่องอาหารท้องถิ่นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักของอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่พบว่า อาหารท้องถิ่นที่โดดเด่นคือ แกงโฮะ ซึ่งเป็นอาหารท้องถิ่นของล้านนาที่เป็นเอกลักษณ์ สามารถสื่อถึงวิถีชีวิตและศิลปวัฒนธรรมของคนเมืองล้านนาที่มีความเกี่ยวข้องกับการรวมชาติพันธุ์ ความสามัคคี ความโอบอ้อมอารี ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ และพระพุทธศาสนาในจิตวิญญาณของคนล้านนา จากการเก็บข้อมูลพบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เล็งเห็นว่าจังหวัดเชียงใหม่สามารถเป็นตัวแทนในการนำเสนอความเป็นล้านนาในภาพใหญ่ได้อย่างดี

นอกจากนี้จากการระดมความคิดเห็นพบว่า ความเป็นล้านนา หมายความว่า วัฒนธรรมในภาพใหญ่ที่หล่อหลอมวัฒนธรรมของชาติพันธุ์โดยรอบ อาทิ เชียงตุง เชียงของ เชียงรุ้ง เชียงของ ไทยลื้อ ไทยใหญ่ ไทยญวน และเมืองเชียงใหม่ เข้าด้วยกัน ดังคำกล่าวขานนามในรัชสมัยของพระเจ้ากาวิละที่ได้ทรงสร้างเมืองเชียงใหม่ขึ้นอีกครั้งหลังจากถูกพม่ายึดครองกว่า 200 ปีว่า “เก็บผักใส่ซ้า เก็บข้าใส่เมือง” ซึ่งแสดงถึงความสามัคคีของผู้คนที่มีความหลากหลาย โดยมีพื้นฐานความเชื่อในพระพุทธศาสนาที่สอนให้ชาวล้านนารู้จักการเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่แก่ผู้อื่นจนกลายเป็นลักษณะนิสัยที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวล้านนา นอกจากนี้แกงโฮะมักจะเป็นอาหารที่เกิดจากการนำอาหารต่าง ๆ ที่ชาวบ้านนำมาถวายเป็นพุทธบูชาาร่วมกันประกอบเป็นอาหารจานเดียวกัน และแจกจ่ายให้ทุกคนหลังจากเสร็จสิ้นงานบุญในวัดอีกด้วย

จากการเก็บข้อมูลในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่เยาวชน และเชฟอาร์ตีสัน พบว่าเรื่องราวของน้ำตาลมะพร้าวสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มแนวความคิด ได้แก่ ประวัติศาสตร์ การรวมชาติพันธุ์ และพระพุทธศาสนา แนวคิดในการร้อยเรียง (Concept) เพื่อการแสดงและการประกอบอาหารอาร์ตีสันมีความสอดคล้องกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 11 แนวคิดในการร้อยเรียง (Concept) ของแกงโฮะ

เรื่องราวของแกงโฮะ (Content)	แนวคิดในการร้อยเรียง (Concept)	
	เยาวชนนาฏศิลป์ (Performing arts)	เชฟอาร์ตีสัน (Artisan chef)
ความหลากหลายของวัตถุดิบ		- การผสมผสานทางวัฒนธรรม
วิธีการประกอบอาหาร	- ประวัติศาสตร์การสร้างเมืองเชียงใหม่ - การรวบรวมชาติพันธุ์ต่าง ๆ - การผสมผสานทางวัฒนธรรม	- ส่วนประกอบของวัตถุดิบที่สำคัญ อาทิ ผักดอง หมูสามชั้น สมุนไพร รุนเส้น - การใช้วัตถุดิบท้องถิ่น (Local Sourcing)
วัตถุประสงค์การประกอบอาหาร	- ประเพณีทางพุทธศาสนา - ความสามัคคีและสามัคคี - ความโอบอ้อมอารีและเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่	- ความสัมพันธ์และสามัคคี - ความโอบอ้อมอารีและเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่

จากแนวคิดในการร้อยเรียง (Concept) เรื่องราวของแกงโฮะในเชิงศิลปะการแสดงและศิลปะการประกอบอาหารอาร์ตีสัน สามารถแสดงให้เห็นถึงแนวทางในการออกแบบการนำเสนอ (Design) เพื่อเพิ่มมูลค่าแกงอาหารท้องถิ่นได้อย่างชัดเจน โดยมีข้อสังเกตว่าการนำเสนอเพื่อศิลปะการแสดงมีรายละเอียดในการ

ออกแบบการนำเสนอที่มุ่งเน้นเรื่องราวของประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตของชาวล้านนา เรื่องราวของประเพณีในพระพุทธศาสนาซึ่งสะท้อนอุปนิสัยของชาวล้านนาได้อีกด้วย ในขณะที่ศิลปะการประกอบอาหารอาร์ตชั้นได้ศึกษาวัตถุดิบที่นำมาประกอบอาหารเป็นแกงโฮะ โดยวิเคราะห์จากส่วนประกอบหลักของวัตถุดิบต่าง ๆ และเรื่องราวของการผสมผสานวัฒนธรรม ความสามัคคี เป็นเรื่องราวที่โดดเด่นและน่าสนใจในการนำเสนอ โดยมีรายละเอียดการออกแบบการนำเสนอโดยการจับคู่ศิลปะกับอาหาร (Pairing gastronomy) ดังนี้

ตารางที่ 12 การออกแบบการนำเสนอเชิงศิลปะการแสดงเกี่ยวกับแกงโฮะและเมืองเชียงใหม่

แนวคิดในการร้อยเรียง (Concept)	การออกแบบการนำเสนอเชิงศิลปะการแสดง (Performing arts design)	
	การรำยรำ (Dance)	การขับร้องและดนตรี (Music)
ประวัติศาสตร์ของเมืองเชียงใหม่	การพ้อนรำเกี่ยวกับเหตุการณ์สำคัญทางประวัติศาสตร์ต่าง ๆ ดังนี้ - การสร้างเมืองครั้งที่ 1 โดยพญามังราย พญาร่วง และพญางำเมือง - การสร้างเมืองครั้งที่ 2 โดยพระเจ้ากาวิละ - การดำรงถึงความเป็นล้านนาจวบจนถึงปัจจุบัน	การรำย
การรวมชาติพันธุ์ต่าง ๆ สะท้อนความสามัคคี	การพ้อนรำพื้นบ้านของชาติพันธุ์ต่าง ๆ และความสามัคคีในความหลากหลายของชาติพันธุ์	การพากษ์
ประเพณีในพระพุทธศาสนา	การพ้อนรำเกี่ยวกับประเพณีการแห่ก๋วยสลากเพื่อถวายเป็นพุทธบูชา	การขับร้องและดนตรี

จากการระดมความคิดเห็นในกลุ่มเยาวชนนักศึกษาด้านนาฏศิลป์พบว่า ศิลปะการแสดงที่ใช้ในการนำเสนอเรื่องราวของแกงโฮะประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก ได้แก่ ภาพ (การรำยรำ) และเสียง (การขับร้องและดนตรี) ซึ่งใช้รูปแบบของการรำย การพากษ์ การขับร้องและเล่นดนตรี เพื่อประกอบการนำเสนอเรื่องราวของแกงโฮะ รวมถึงประวัติศาสตร์ ชาติพันธุ์ และพระพุทธศาสนา

รูปภาพที่ 10 ภาพประกอบการออกแบบการร่ายรำเพื่อนำเสนอเรื่องราวของแกงโฮะและเมืองเชียงใหม่

เรื่องราวของ แกงโฮะและ เมืองเชียงใหม่ที่ น่าสนใจในการ นำเสนอ	ภาพประกอบจากการลงพื้นที่เพื่อเก็บ ข้อมูล	ภาพประกอบการร่ายรำ
ประวัติศาสตร์ ของเมือง เชียงใหม่		
ประเพณีการทำ ก๋วยสลาก		
การเตรียมตัวไป วัด เช่น การ แต่งตัว รวบรวม ผม ปักปิ่น หม สไบ และนุ่ง ผ้าซิ่น		
ขบวนพ็อน แห่ก๋วยสลาก ไปถวายเป็นพุทธ บูชา		
ความ หลากหลายของ ชาติพันธุ์สื่อผ่าน ส่วนประกอบที่ หลากหลายของ แกงโฮะ		

เรื่องราวของ แกงโหะและ เมืองเชียงใหม่ที่ น่าสนใจในการ นำเสนอ	ภาพประกอบจากการลงพื้นที่เพื่อเก็บ ข้อมูล	ภาพประกอบการร่ายรำ
ขั้นตอนการทำ แกงโหะ		
การรวบรวมชาติ พันธุ์เป็น ความหมายของ แกงโหะ		
การดำรงไว้ซึ่ง ความเป็นล้านนา จวบจนถึง ปัจจุบัน		

จากการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม (Participatory observation) ร่วมกับเชฟอาร์ตี่ชั้นพบว่า เชฟได้นำแนวคิดที่ได้จากการรื้อเรียงเกี่ยวกับแกงโหะในเชิงศิลปะการประกอบอาหาร มาสร้างสรรค์เมนูอาหารใหม่โดยต่อยอดจากแกงโหะแบบดั้งเดิมที่ได้ค้นพบในการลงพื้นที่เก็บข้อมูลในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เชฟอาร์ตี่ชั้นได้ออกแบบการนำเสนอความเป็นแกงโหะในรูปแบบใหม่ที่ยังคงไว้ซึ่งกลิ่นและรสชาติแบบดั้งเดิม และแนวคิดเรื่องการผสมผสานวัฒนธรรมที่หลากหลาย โดยศึกษาแกงโหะด้วยกระบวนการสืบค้นอาหารท้องถิ่น (Content) ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่ วัตถุวิ วิธีการปรุงอาหาร และการนำเสนอบนจานอาหาร โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 13 ผลการสืบค้นเมนูแกงโสะแบบดั้งเดิม

วัตถุดิบ	วิธีการปรุงอาหาร	การนำเสนอบนจานอาหาร
แกงโสะมีความเป็นนานาชาติ คือ แกงฮังเลเป็นคนไทยใหญ่ จอ ผักกาดคนเมือง แกงพะเนียง ลาบ คั่วมะเขือ แกงเผ็ดเป็นของฮะกััน เต็มเครื่องรุง ใส่วุ้นเส้น เอามาผัด รวมกัน ปรุงรสตามที่ชอบ	- ตั้งกระทะใส่น้ำมัน รอน้ำมันร้อน ใส่หัวหอมและกระเทียมเจียวให้เหลืองและหอม - ใส่แกงฮังเล ต่อด้วยพะเนียง (มีส่วนผสมของกะทิ จะทำให้อร่อย) หน่อไม้ดอง - ใส่ตะไคร้ซอย พริกขี้หนู คั่วให้ร้อนแล้วใส่ผัก - ใส่แกงบ่อเชือ รอร้อน - ใส่วุ้นเส้นเป็นขั้นตอนสุดท้าย (ดูคน้ำ) รอน้ำแห้งหมาด คั่วจนแห้ง - รับประทานคู่กับแคบหมู	แกงโสะได้รับการนำเสนอโดยชุมชนบนขามใบตองแบบเรียบง่าย







รูปภาพที่ 11 ภาพประกอบการทำแกงโสะแบบดั้งเดิมในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

แกงโสะแบบดั้งเดิมได้ถูกสร้างสรรค์การนำเสนอใหม่โดยเชฟอาร์ตีสัน โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ ส่วนประกอบของวัตถุดิบบนพื้นฐานของกลิ่นและรสชาติที่สอดคล้องกัน (Sensory analysis) ภายใต้แนวคิด การผสมผสานทางวัฒนธรรมที่มีความหลากหลาย จากการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม (Participatory observation) พบว่าแกงโสะสามารถถูกออกแบบให้มีลักษณะร่วมสมัยมากขึ้นโดยการนำเสนอเรื่องราวที่เป็น ปัจจุบันและอนาคตเกี่ยวกับการผสมผสานวัฒนธรรมของโลกจากเชื้อชาติที่หลากหลายในยุคปัจจุบัน (Globalization) จากการออกแบบ เชฟอาร์ตีสันได้ใช้เส้นผัดไข่และหน่อไม้จากเมืองเชียงใหม่ ขาหมูน้ำแดง จากประเทศจีน กิมจิจากประเทศเกาหลี แกงกะหรี่จากประเทศญี่ปุ่น และสมุนไพรมากจากประเทศอิตาลี มา สร้างสรรค์แกงโสะในรูปแบบใหม่ที่คงไว้ซึ่งกลิ่นและรสชาติเดิมได้อย่างครบถ้วน เมนูแกงโสะที่ได้รับการ ออกแบบใหม่โดยเชฟอาร์ตีสันดังกล่าวได้รับการตอบรับจากนักท่องเที่ยวที่มีความคิดสร้างสรรค์ต่อยอดจากแกง โสะแบบดั้งเดิมได้เป็นอย่างดี



รูปภาพที่ 12 แกงโสะหลุดโลก (แกงโสะอินเตอร์)

กล่าวโดยสรุปคือ เรื่องราวที่เป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นตามแบบวิถีไทยของแต่ละท้องถิ่น สามารถใช้แนวคิดเรื่องธรรมชาติ ชีวิต และศิลปะเป็นโจทย์ในการเปิดการระดมความคิดเห็น (Brainstorming) เพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่มีอิสระและเปิดกว้างในการแลกเปลี่ยนข้อมูล เนื่องด้วยเรื่องราวในแต่ละพื้นที่มีความหลากหลาย วิธีการสืบค้นเรื่องราว (Content) เพื่อให้ได้มาซึ่งกลุ่มของเรื่องราวที่จะสามารถร้อยเรียงเป็นแนวคิด (Concept) ได้จึงจำเป็นต้องใช้วิธีการแบบ Nominal Group Technique เพื่อลงความเห็นอย่างเป็นเอกฉันท์ว่าเรื่องราวที่เป็นอัตลักษณ์ใดที่โดดเด่นในพื้นที่ที่มีความน่าสนใจในการบอกต่อ และสามารถสื่อความหมายของวิถีไทยตามโจทย์ของธรรมชาติ ชีวิต และศิลปะได้ชัดเจนที่สุด

จากการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม (Participatory observation) พบว่าการร้อยเรียงแนวคิด (Concept) เพื่อการออกแบบการนำเสนอ (Design) สามารถนำเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากวงระดมความคิดเห็นมาร้อยเรียงให้เกิดเป็นแนวคิดในการนำเสนอได้ ลักษณะการร้อยเรียงและออกแบบที่ค้นพบจากการจับคู่ศิลปะกับอาหาร (Pairing gastronomy) พบว่าศิลปะการแสดง (Performing arts) และศิลปะการประกอบอาหารอาร์ตีสัน (Artisan cooking) มีวิธีการร้อยเรียงที่ไปในทิศทางเดียวกันหรือมีแนวคิด (Concept) ที่เหมือนกันได้ แต่มุ่งเน้นการนำวัตถุหรือเรื่องราว (Object) ในการนำเสนอที่แตกต่างกันออกไป คือ ศิลปะการแสดงสามารถนำเสนอเรื่องราวในลักษณะของภาพและเสียงเป็นหลัก ในขณะที่อาหารอาร์ตีสันสามารถนำเสนอเรื่องราวในลักษณะของภาพและรสชาติเป็นหลักผ่านอาหาร ซึ่งสามารถสร้างเป็นประสบการณ์การท่องเที่ยวให้เข้าใจวิถีไทยอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น

วิธีการออกแบบการนำเสนอ (Design) สามารถปรับระดับได้ตามขนาดของงาน จำนวนนักท่องเที่ยว อุปกรณ์ประกอบการนำเสนอ และทักษะของนักสื่อความหมายได้ จากการศึกษาครั้งนี้ได้มีการทดลองการนำเสนอกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่ต่าง ๆ และกลุ่มนักท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยการจัดอาหารใน 2 รูปแบบ คือ อาหารในรูปแบบสมบูรณ์เพื่อให้เห็นเป็นตัวอย่าง และอาหารในรูปแบบของขันโตกคานาเป้เพื่อการชิมลิ้มลองของผู้เข้าร่วมการทดลองการนำเสนอ ตามรูปภาพที่ 41 โดยแบ่งขั้นตอนการนำเสนอตามหลักสากล คือ อาหารเรียกน้ำย่อย (Appetizer) ซุป (Soup) อาหารจานหลัก (Main dish) และของหวาน (Dessert) ตามตารางที่ 14



รูปภาพที่ 13 ขันโตกคานาเป้

ตารางที่ 14 ตัวอย่างการนำเสนอการจับคู่ศิลปะและอาหารของ 3 พื้นที่การศึกษา

ศิลปะการประกอบอาหารอาร์ต ชั้น (Artisan cooking)	อาหารท้องถิ่นแบบดั้งเดิม (Traditional food)	ศิลปะการแสดง (Performing arts)
อาหารเรียกน้ำย่อย (Appetizer)		
		
		
		
ซูป (Soup)		
		

ศิลปะการประกอบอาหารอาร์ต ชั้น (Artisan cooking)	อาหารท้องถิ่นแบบดั้งเดิม (Traditional food)	ศิลปะการแสดง (Performing arts)
อาหารจานหลัก (Main dish)		
		
ของหวาน (Dessert)		
		

การศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานอาหาร

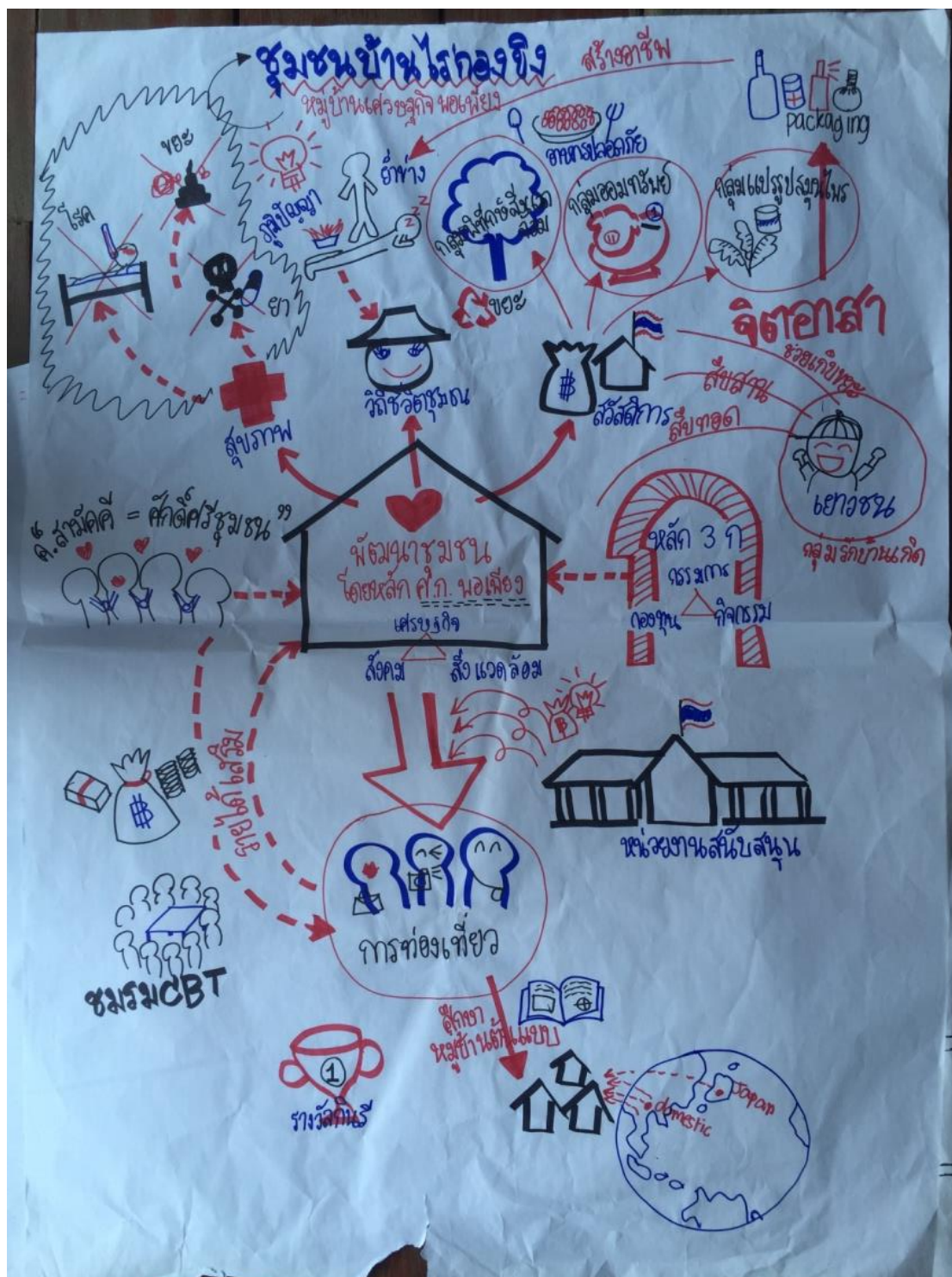
หนึ่งในความท้าทายของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือ การพัฒนาห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain development) ให้ครอบคลุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งทางตรงและทางอ้อมในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เนื่องด้วยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีขนาดใหญ่ที่มีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมต่าง ๆ อย่างหลากหลาย (Multidisciplinary industry) การท่องเที่ยวจึงสามารถเป็นกลไกที่สามารถพัฒนาห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ผู้ผลิต ผู้ลำเลียง ผู้แปรรูป และผู้จำหน่าย หรือตั้งแต่ต้นทาง (ผู้ผลิต) ถึงปลายทาง (ผู้บริโภค) ได้

การพัฒนาห่วงโซ่อุปทานอาหาร (Food supply chain development) จัดเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่สามารถเชื่อมโยงกลุ่มเกษตรกร ซึ่งเป็นผู้ผลิตในระดับรากหญ้า (Grassroots) กลุ่มตลาดชุมชน ร้านอาหารท้องถิ่น และขนส่ง ซึ่งเป็นได้ทั้งผู้ค้าคนกลาง (Intermediary) และลำเลียง (Distributor) และกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการ ซึ่งเป็นผู้ที่มีปฏิสัมพันธ์มากที่สุด (Frontliner) กับนักท่องเที่ยวในฐานะผู้บริโภค สิ่งที่สำคัญของการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานอาหาร คือ การจัดการผลประโยชน์ (Community benefitted through tourism : CBtT) ซึ่งมุ่งเน้นกระจายรายได้และการกำหนดราคาอย่างเป็นธรรมแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งทางตรงและทางอ้อมตลอดห่วงโซ่อุปทาน

จากการระดมความคิดเห็น (Brainstorming) และการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม (Participatory observation) พบว่าห่วงโซ่อุปทานอาหารในแต่ละพื้นที่การศึกษามีลักษณะและความท้าทายที่แตกต่างกันออกไปตามบริบทการปฏิบัติการ (Operational context) โดยมีรายละเอียดดังนี้

แนวทางการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานอาหารในพื้นที่ชุมชนบ้านไร่ทองชิง จังหวัดเชียงใหม่

จากการระดมความคิดเห็น (Brainstorming) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) พบว่าชุมชนบ้านไร่ทองชิงมีการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานอาหารที่สามารถเชื่อมโยงผู้ผลิต ผู้ลำเลียง และผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีผู้นำชุมชนที่แข็งแกร่งและมีความสามารถ เริ่มต้นจากการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ด้านสุขอนามัยที่เกิดขึ้นภายในชุมชน ได้แก่ ปัญหาโรคภัยไข้เจ็บ และปัญหาขยะ ผ่านการชักชวนคนในชุมชนตามความสนใจและความถนัด



รูปภาพที่ 14 ผลการระดมความคิดเห็น (Brainstorming) เกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนบ้านไร่ทองชิง

ชุมชนบ้านไร่กองขิงมีการบริหารจัดการผลประโยชน์โดยการสร้างกลุ่มคนในการทำงานด้านต่าง ๆ ได้แก่ กลุ่มออมทรัพย์พัฒนาบ้านไร่กองขิง กลุ่มรักษ้ำบ้านเกิด กลุ่มสมุนไพร กลุ่มเกษตรยามว่างอาหารปลอดภัย กลุ่มจักสาน กลุ่มดนตรีพื้นเมือง กลุ่มผู้สูงอายุ และกลุ่มฌาปนกิจ ซึ่งสามารถสังเกตได้ว่าการพัฒนาชุมชนของชุมชนบ้านไร่กองขิงมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาทุนทางสังคมเพื่อเอื้อต่อการดำรงชีวิตที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ (Self sufficiency economy)



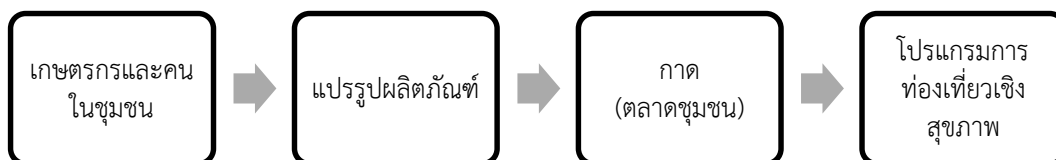
รูปภาพที่ 15 การแบ่งกลุ่มการทำงานในห่วงโซ่อุปทานของชุมชนบ้านไร่กองขิง จังหวัดเชียงใหม่

จากการพัฒนาชุมชนดังกล่าว อาหารพื้นเมืองเพื่อสุขภาพจัดเป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่โดดเด่นของชุมชนบ้านไร่กองขิง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเริ่มต้นจากการผลักดันให้คนในชุมชนเป็นเกษตรกร สามารถเพาะปลูกพืชผักสวนครัวและเลี้ยงสัตว์ในที่ดินของตนเอง (Local land utilization) ด้วยการส่งเสริมการทำเกษตรอินทรีย์และสมุนไพร การจัดทำสวนเกษตรอินทรีย์และเพาะเลี้ยงสัตว์ ผ่านกิจกรรม “ปลูกที่กิน กินที่ปลูก” ตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ



รูปภาพที่ 16 การพัฒนาผู้ผลิตในห่วงโซ่อุปทานอาหารของชุมชนบ้านไร่กองขิง จังหวัดเชียงใหม่

วัตถุดิบทางการเกษตรที่ได้จากเกษตรกรและคนในชุมชน นอกจากจะนำไปจำหน่ายเพื่อการค้าในภาค (ตลาดชุมชน) แล้ว ยังสามารถนำไปพัฒนาและแปรรูปเป็นสินค้าและบริการต่าง ๆ ที่สามารถเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวซึ่งเป็นปลายทางได้ ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่แปรรูปจากผลผลิตทางการเกษตรมุ่งเน้นเพื่อสุขภาพ อาทิ ยาต้มสมุนไพร ผลิตภัณฑ์น้ำผึ้ง ลูกประคบสมุนไพร ชาอัญชัน สมุนไพรอบ น้ำมันตะไคร้หอม สบู่เหลวสมุนไพร รวมถึงอาหาร เครื่องดื่ม และขนมพื้นบ้าน ที่มีส่วนประกอบหลักเป็นวัตถุดิบที่เก็บเกี่ยวได้ในชุมชน (Local sourcing and purchasing)



แผนภาพที่ 30 ห่วงโซ่อุปทานอาหารในพื้นที่ชุมชนบ้านไร่กองขิง จังหวัดเชียงใหม่

จากข้อมูลในการระดมความคิดเห็น (Brainstorming) และการสัมภาษณ์เชิงลึกดังกล่าว (In-depth interview) สังเกตได้ว่า อาหาร เครื่องดื่ม และขนมพื้นบ้านที่นำเสนอแก่นักท่องเที่ยวสามารถเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิต ผู้ล่าเสียง ผู้จำหน่าย และผู้บริโภคได้อย่างครอบคลุม



รูปภาพที่ 17 อาหารว่างของชุมชนบ้านไร่กองขิง

จากรูปภาพที่ 47 อาหารว่างของชุมชนบ้านไร่กองขิง เป็นตัวอย่างของอาหารในปลายทางที่สามารถแสดงให้เห็นถึงห่วงโซ่อุปทานได้อย่างชัดเจน ซึ่งการนำเสนออาหารอย่างมีมูลค่าจำเป็นต้องคำนึงถึงส่วนประกอบต่าง ๆ ที่เป็นรายละเอียดของการนำเสนอ ดังนี้

1. ขนมและเครื่องดื่มสมุนไพร ใช้วัตถุดิบที่ได้จากในชุมชนเป็นส่วนประกอบในการทำขนม ซึ่งเป็นผลผลิตจากการเกษตรอินทรีย์ ปลอดภัยไร้พิษ
2. ดอกโอบเตย ใช้วัตถุดิบโอบเตยภายในชุมชน และเพิ่มมูลค่าด้วยการส่งเสริมให้มีกลุ่มจักสานในชุมชน เพื่อสร้างรายได้และอาชีพในการปักดอกโอบเตยเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวและประกอบการนำเสนออาหาร

3. ภาชนะอาหาร ได้แก่ หม้อดินเผาสำหรับใส่เครื่องต้ม และถาดอาหารจักสาน ซึ่งผลิตจากวัตถุดิบ และภูมิปัญญาของคนในชุมชน

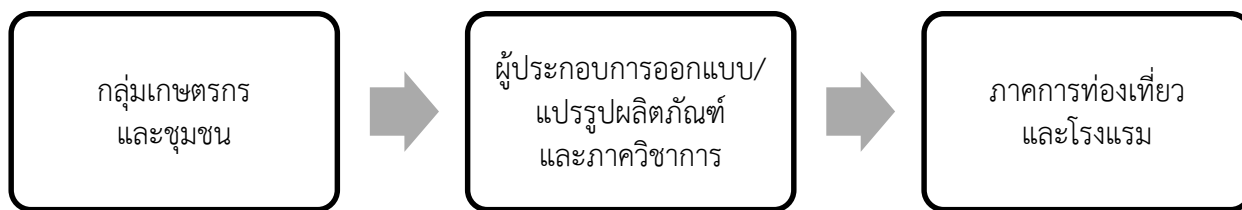
แนวทางการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานอาหารในพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม

จากการระดมความคิดเห็น (Brainstorming) และสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ค้นพบว่า ในปัจจุบันวิถีชีวิตการทำน้ำตาลมะพร้าวของชาวจังหวัดสมุทรสงครามเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากเมื่อเทียบกับในอดีต ในอดีตการทำน้ำตาลมะพร้าวเป็นธุรกิจในระดับครอบครัว ซึ่งสมาชิกครอบครัวต่างช่วยกันทำงาน แต่ในปัจจุบัน โลกาภิวัตน์ส่งผลให้โครงสร้างครอบครัวในปัจจุบันเปลี่ยนไป คนวัยแรงงานไม่ได้พำนักอาศัยอยู่ในพื้นที่ จำเป็นต้องเดินทางไปทำงานต่างถิ่นเพื่อหารายได้มาจุนเจือครอบครัว จึงทำให้ชาวจังหวัดสมุทรสงครามเริ่มหันมาให้ความสำคัญกับระบบทุนนิยมมากขึ้น เพื่อลดขั้นตอนในการทำน้ำตาลมะพร้าวทั้งกระบวนการด้วยตนเอง

ในปัจจุบัน น้ำตาลมะพร้าวที่วางจำหน่ายในตลาดส่วนใหญ่เป็นน้ำตาลผสมที่ใส่สารกันบูด มีเพียงร้อยละ 3 ถึง 5 เท่านั้นที่เป็นน้ำตาลมะพร้าวบริสุทธิ์ เกษตรกรโดยส่วนใหญ่ขึ้นปาดงวงตาล ใส่สารกันบูด และส่งเข้าโรงหลอมน้ำตาลทันที (เพียงขั้นตอนการเก็บเกี่ยวน้ำตาลมะพร้าว) โดยไม่ได้คำนึงถึงผู้บริโภคปลายทางว่าจะได้รับประทานน้ำตาลที่มีสารเคมี โดยให้เหตุผลว่าการผลิตน้ำตาลมะพร้าวทั้งกระบวนการด้วยตนเองมีความเป็นไปได้ยาก เนื่องจากขาดแรงงาน และไม่เป็นที่ต้องการของตลาดกระแสหลัก น้ำตาลมะพร้าวผสมวางจำหน่ายโดยทั่วไป

อย่างไรก็ตาม พบว่ามีการสร้างเครือข่ายการทำงานร่วมกันที่แยกตัวออกจากโครงสร้างการบริหารจัดการโดยโครงสร้างองค์กร (Hierarchy structure) มารวมกลุ่มกันด้วยการมีค่านิยมร่วมกัน (Creative shared value) ที่มีการพูดคุยกันอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นวัตถุประสงค์เป็นตัวตั้ง (Objective-based) คือการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนโดยการแก้ปัญหาการเกษตรและอาหารที่เกิดจากการพัฒนาเชิงอุตสาหกรรมในยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) และเพิ่มจำนวนกลุ่มเกษตรกรที่ยังคงไว้ซึ่งกระบวนการผลิตน้ำตาลมะพร้าวบริสุทธิ์ โดยมีการบริหารจัดการแรงงาน (Labour Management) เป็นระบบกลุ่ม โดยสามารถแบ่งหน้าที่รับผิดชอบเป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มคนขึ้นตาล กลุ่มคนเคียวตาล กลุ่มคนหาฟืน และเจ้าของที่ดิน และใช้วิธีการกระจายรายได้ตามสัดส่วนของการทำงาน ผลผลิตน้ำตาลมะพร้าวบริสุทธิ์จัดเป็นสินค้าที่มีความต้องการในกลุ่มตลาดผู้บริโภคที่มีคุณภาพ มีวางจำหน่ายในกลุ่มสินค้าระดับคุณภาพสูงในห้างสรรพสินค้าระดับสูง และซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ

ดังนั้นการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานอาหารในบริบทของพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งจัดเป็นบริบทที่มีการเปลี่ยนแปลงในเชิงอุตสาหกรรม (Industrialization) และส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจในพื้นที่ จำเป็นต้องใช้เครือข่ายการทำงานรูปแบบดังกล่าวที่ทำงานในลักษณะด้านกระแส และดึงกลับสู่วิถีชีวิตดั้งเดิมของคนท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการเกษตรและห่วงโซ่อุปทานอาหารปลอดภัย ในปัจจุบันการด้านกระแสและดึงกลับสู่ฐานราก (Localization) เป็นเรื่องที่สำคัญและได้รับความนิยมมากขึ้นในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่แสวงหาความเป็นของแท้มากขึ้น การเพิ่มมูลค่าด้วยการเกษตรและอาหารปลอดภัยจึงเป็นแนวทางในการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานได้ โดยมีรายละเอียดดังนี้



แผนภาพที่ 31 ท่วงโซ่อุปทานของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการทำน้ำตาลมะพร้าวและการท่องเที่ยวโดยชุมชน

1. สนับสนุนคุณประโยชน์ของน้ำตาลมะพร้าวบริสุทธิ์ด้วยวิทยาศาสตร์

ข้อมูลทางวิชาการสามารถช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและความมั่นใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อน้ำตาลมะพร้าวบริสุทธิ์ และใช้ข้อมูลดังกล่าวในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ต่อตลาดผู้บริโภค เพื่อสร้างความรู้ด้านอาหาร (food literacy) ให้เกิดขึ้น

2. ใช้เทคโนโลยีการแปรรูป (Technology optimization) ในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ จากน้ำตาลมะพร้าวบริสุทธิ์

น้ำตาลมะพร้าวบริสุทธิ์หากมีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการแปรรูป จะช่วยให้น้ำตาลมะพร้าวบริสุทธิ์เป็นส่วนผสมของอาหารและเครื่องดื่มต่าง ๆ ได้อย่างหลากหลาย เช่น

- น้ำเชื่อมไซรัป
- คาราเมล
- น้ำตาลผงสำหรับปรุงอาหารและเครื่องดื่ม เช่น ชา กาแฟ น้ำมะนาวโซดา
- ขนมหวาน เช่น กล้วยลอยตาล ขนมปังปัง ขนมหม้อแกง สังขยา ขนมตาล ไอศกรีม
- น้ำสลัด เป็นต้น

3. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน (Packaging design)

บรรจุภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานจำเป็นต้องสะอาด ปลอดภัย และสามารถเก็บรักษาลักษณะที่ได้นาน (โดยไม่พึ่งสารเคมี) ซึ่งอาจจำเป็นต้องใช้ความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาช่วยออกแบบด้วย นอกจากนี้ ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ก็ส่งผลต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภคด้วยเช่นกัน

4. เพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์ (Integrated marketing communication)

ในปัจจุบัน การสื่อสารสามารถเกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ การเพิ่มช่องทางทางการสื่อสารจะสามารถช่วยให้เข้าถึงตลาดผู้บริโภคที่ต้องการมากขึ้น

5. เชื่อมโยงกับภาคการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (Responsible tourism)

สร้างกิจกรรมการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อสร้างเสริมประสบการณ์ที่ประทับใจ จัดงานอีเว้นท์หรือเทศกาลที่ช่วยประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลมะพร้าวบริสุทธิ์ได้ และสร้างพันธกิจกับกลุ่มโรงแรมและร้านอาหารต่าง ๆ เพื่อจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมท่องเที่ยว

จากการระดมความคิดเห็นพบว่า ภาคส่วนต่าง ๆ เล็งเห็นถึงความสำคัญในการสร้างการรับรู้แก่นักท่องเที่ยว โดยเริ่มจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งมีความเชื่อและใส่ใจว่าอาหารปลอดภัยและความยั่งยืนของชุมชนเป็นที่ตั้ง หรือ “เสพและรู้สึก” และ “ชิมซั๊บและซาบซึ้ง” ให้เกิดกระแส

ความเคลื่อนไหวจากกลุ่มเล็ก ๆ ก่อน และเริ่มสร้างกระแสตลาดในวงกว้างอย่างค่อยเป็นค่อยไป ภาคส่วนต่าง ๆ สามารถมีส่วนร่วมในการสื่อสารทางการตลาดได้หลากหลายรูปแบบ ได้แก่

1. เทศกาลน้ำตาลมะพร้าว (Palm sugar festival)

จังหวัดสมุทรสงครามสามารถจัดเทศกาลน้ำตาลมะพร้าวได้ในฤดูกาลน้ำตาลมะพร้าวของทุก ๆ ปี โดยการสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวมาพำนักอาศัยในสวนมะพร้าว เรียนรู้ภูมิปัญญาและวิถีชีวิตท้องถิ่น และบริโภคอาหารปลอดภัยที่ผลิตจากน้ำตาลมะพร้าวบริสุทธิ์ ได้มีการเปรียบเทียบเทศกาลระดับโลก เช่น เทศกาลเก็บเห็ดทรัฟเฟิล (Truffle festival) และเทศกาลเบียร์อ็อกโทเบอร์เฟสต์ (Oktoberfest) ในประเทศเยอรมนี เป็นต้น

2. นิทรรศการเคลื่อนที่มีชีวิต (Mobile live exhibition)

การสร้างการตระหนักรู้ของผู้บริโภค โดยเฉพาะผู้บริโภคที่ชุมชนเมือง เป็นสิ่งที่ท้าทายของการประชาสัมพันธ์ให้ตลาดรู้จักน้ำตาลมะพร้าวบริสุทธิ์ นิทรรศการเคลื่อนที่มีชีวิตสามารถช่วยให้เกิดการรับรู้ถึงคุณลักษณะเด่นของน้ำตาลมะพร้าวบริสุทธิ์ที่มีกลิ่นหอมและรสชาติอร่อยผ่านประสาทสัมผัสต่าง ๆ ได้มีการเสนอแนะให้จัดนิทรรศการในความมืด ให้ผู้เข้าร่วมได้สัมผัสน้ำตาลมะพร้าวบริสุทธิ์ด้วยประสาทสัมผัสการดมกลิ่นและลิ้มรส และจัดร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลมะพร้าวบริสุทธิ์ และบุงส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยว

3. พิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ (Learning museum)

นอกฤดูน้ำตาลมะพร้าวในปัจจุบัน กลุ่มเกษตรกรมีความกังวลในการนำเสนอกิจกรรมและจำหน่ายน้ำตาลมะพร้าว ภาคส่วนต่าง ๆ จึงเสนอแนะให้สร้างพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้เพื่อให้ความรู้ในกระบวนการผลิตน้ำตาลมะพร้าวบริสุทธิ์ ภูมิปัญญาและวิถีชีวิตท้องถิ่นของชาวจังหวัดสมุทรสงคราม และระบบนิเวศของจังหวัดสมุทรสงครามอย่างครบวงจรและสร้างสรรค์

4. พันธมิตรกับผู้ประกอบการท่องเที่ยวและโรงแรม (Tourism and hotel practitioners)

กิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้กระบวนการผลิตน้ำตาลมะพร้าวบริสุทธิ์ ภูมิปัญญาและวิถีชีวิตท้องถิ่นในการประกอบอาชีพผลิตน้ำตาลมะพร้าว สามารถประชาสัมพันธ์ผ่านกิจการเพื่อสังคม (social enterprise) ในรูปแบบของบริษัทนำเที่ยวที่นำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชน และมีฐานลูกค้าที่มีความเชื่อและความสนใจในการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบอยู่แล้ว นอกจากนี้ยังสามารถประชาสัมพันธ์ผ่านกลุ่มโรงแรมขนาดเล็ก ซึ่งเป็นที่พักแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เช่นกัน

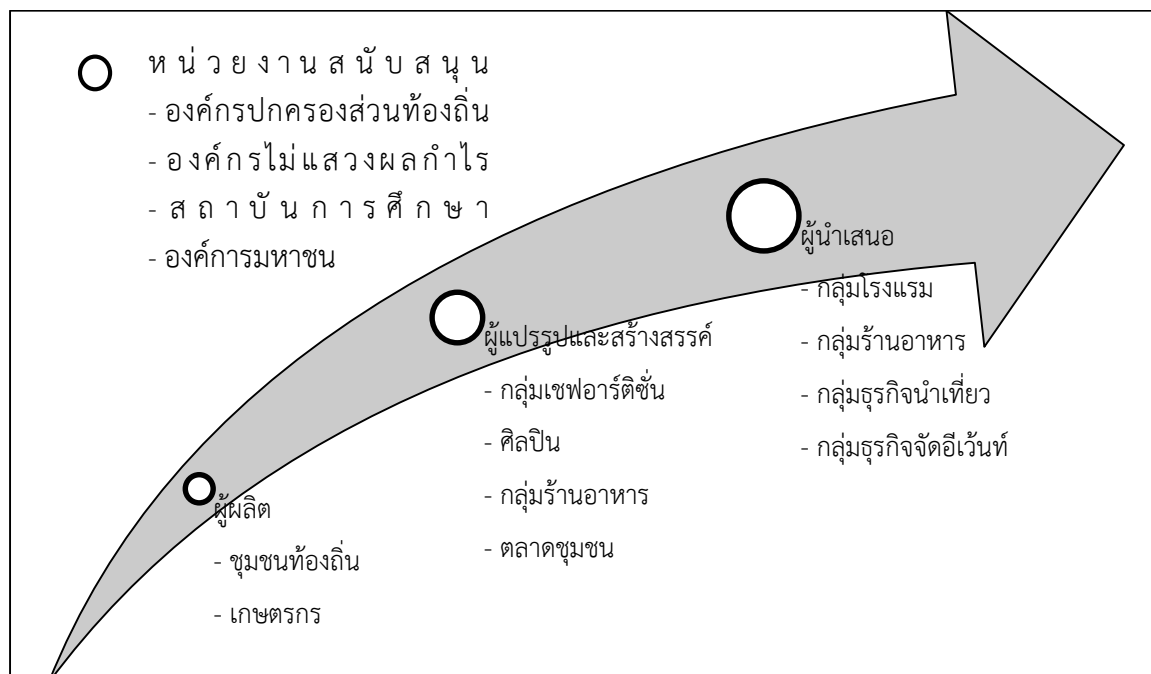
5. แอปพลิเคชันจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Mobile applications)

ช่องทางการสื่อสารออนไลน์จัดเป็นอีกวิธีที่จำเป็นต้องใช้เพื่อตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงของโลกยุคดิจิทัล เนื่องด้วยความสามารถในการเข้าถึงได้ทั้งผู้ประกอบการ (B2B) และผู้บริโภค (Household consumers) โดยตรงที่สามารถสร้างความเชื่อมโยงของเกษตรกรและผู้ประกอบการและผู้บริโภคได้มากขึ้น และความสะดวกสบายในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลมะพร้าวบริสุทธิ์ และกิจกรรมท่องเที่ยวโดยชุมชนของจังหวัดสมุทรสงคราม

แนวทางการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานอาหารในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

เมืองเชียงใหม่จัดเป็นพื้นที่การศึกษาที่มีขนาดใหญ่ที่สุดและเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวในระดับนานาชาติ มีความเป็นเมืองเศรษฐกิจของภาคเหนือซึ่งมีการพัฒนาในเชิงอุตสาหกรรมในระดับสูง จากการระดมความคิดเห็น (Brainstorming) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ค้นพบว่า การ

บริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอาหารในภาพรวมของเมืองเชียงใหม่มีความกระจายตามหน้าที่ความรับผิดชอบและความชำนาญที่แตกต่างกันออกไป จากการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลพบว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักของการท่องเที่ยวที่ใช้อาหารเป็นหนึ่งในแรงจูงใจดึง (Pull factor) ที่สำคัญ ประกอบด้วยภาคส่วนที่หลากหลาย ซึ่งมีบทบาทหน้าที่ตามโครงสร้างองค์กรที่แตกต่างกันออกไป ยกตัวอย่างเช่น



แผนภาพที่ 32 ห่วงโซ่อุปทานอาหารในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

1. หน่วยงานภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

หน่วยงานภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีการทำงานในเชิงยุทธศาสตร์และนโยบายเชื่อมโยงการสนับสนุนงบประมาณเพื่อพัฒนาจังหวัดจากรัฐบาลกลาง ในปัจจุบันมีแนวคิดในการกระจายนักท่องเที่ยวโดยพยายามผลักดันการพัฒนาเป็นกลุ่ม (Cluster) เมืองเชียงใหม่จัดเป็นพื้นที่ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ซึ่งมุ่งเน้นจุดยืนทางยุทธศาสตร์ (Strategic Positioning) ภายในปี พ.ศ. 2569 ในเรื่องของอารยธรรมล้านนา ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism) อุทยานอาหารภาคเหนือ (Food valley) และการเป็นเมืองศูนย์กลางเศรษฐกิจการค้าการลงทุนเชื่อมโยงกลุ่มประเทศต่าง ๆ (Northern landport)

2. เครือข่ายชุมชนเมืองรักษ์เชียงใหม่

เครือข่ายชุมชนเมืองรักษ์เชียงใหม่จัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2554 เพื่อสร้างเครือข่ายการทำงานระหว่างชุมชนต่าง ๆ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ร่วมกันคือ การชักจูงให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในการสานต่อวัฒนธรรม ประเพณี และภูมิปัญญาล้านนา โดยใช้การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือในการสร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ในปัจจุบันเครือข่ายชุมชนเมืองรักษ์เชียงใหม่ทำงานร่วมกันกับภาคส่วนอื่น ๆ อีกด้วย เช่น สถาบันการศึกษา องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โรงพยาบาล ธุรกิจนำเที่ยว หน่วยงานภาครัฐ เป็นต้น

3. มหาวิทยาลัยแม่โจ้

มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เป็นสถาบันการศึกษาที่มีความเป็นเลิศทางการเกษตรในระดับนานาชาติ และมีบทบาทต่อการพัฒนาการเกษตรและอาหารอย่างชัดเจน สามารถเป็นหนึ่งในตัวอย่างการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานอาหารได้อย่างมีคุณภาพ โดยมีแนวคิดหลักของการพัฒนาระหว่างหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัย คือ “เป็นมหาวิทยาลัยที่สร้างความสมดุล เคารพและเป็นมิตรกับธรรมชาติ รักษาวัฒนธรรมและความดั้งเดิม เพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขและยั่งยืน” ซึ่งมีการกำหนดยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยที่สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล อาทิ การผลิตอาหารคุณภาพ การให้บริการด้านสุขภาพ แหล่งพลังงานสะอาด วัสดุชีวภาพ และการพัฒนาการเกษตร เป็นต้น

มหาวิทยาลัยแม่โจ้มีการปักธง (Flagship) ในระยะเวลา 15 ปี (ภายใน พ.ศ. 2569) สู่การเป็นสังคมเกษตรอินทรีย์ (Organic University) สังคมเชิงนิเวศ (Eco-university) และสังคมสีเขียว (Green University) โดยมุ่งเน้นการกลับคืนสู่การเกษตรแบบธรรมชาติซึ่งไม่ใช่การปฏิเสธรสเคมีหรือเทคโนโลยีโดยสิ้นเชิง แต่หมายถึงการใช้อย่างถูกต้องและรับผิดชอบต่อค่านึงถึงสิ่งแวดล้อมและผู้บริโภค มีการทำงานร่วมกันกับหน่วยงานภาครัฐ ชุมชนท้องถิ่น องค์กรไม่แสวงผลกำไร เกษตรกร สถาบันวิชาการต่าง ๆ รวมถึงการบูรณาการหน่วยงานและคณะต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการเชิงยุทธศาสตร์ การจัดการการท่องเที่ยว การพัฒนาการเกษตร การบริหารธุรกิจ วิทยาศาสตร์ การบริหารธุรกิจ และการสื่อสารทางการตลาด

4. กลุ่มเชฟอาร์ตีสัน (Artisan chef)

ในปัจจุบัน เมืองเชียงใหม่จัดว่าเป็นเมืองหนึ่งของประเทศไทยที่เป็นพื้นที่ในการสร้างสรรค์ผลงานของศิลปินในแขนงต่าง ๆ รวมถึงศิลปะการประกอบอาหารอาร์ตีสัน ซึ่งเริ่มต้นจากการรวมกลุ่มเล็ก ๆ ที่คำนึงถึงการประกอบอาหารปลอดภัย (Food safety) การเลือกสรรวัตถุดิบท้องถิ่น (Local sourcing and purchasing) และการเพิ่มมูลค่าด้วยศิลปะและเรื่องเล่าต่าง ๆ (Value creation) มีการทำงานร่วมกับกลุ่มโรงแรม องค์กรมหาชน เช่น ศูนย์ความรู้ด้านการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ (TCDC) ชุมชนท้องถิ่น และองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร

เนื่องด้วยลักษณะของบริบทในพื้นที่ขนาดใหญ่และการกระจายตัวของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ การพัฒนาห่วงโซ่อุปทานอาหารจึงจำเป็นต้องมีการบูรณาการการทำงานระหว่างหน่วยงาน ผสมผสานกับการทำงานแบบโครงสร้างองค์กรตามบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบหลักและความเชี่ยวชาญในวิทยากรนั้น ๆ จากการระดมความคิดเห็น (Brainstorming) พบว่าการทำงานแบบบูรณาการที่มีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดห่วงโซ่อุปทานอาหาร ยกตัวอย่างเช่น มหาวิทยาลัยแม่โจ้มีการจัดกิจกรรมร่วมกับกลุ่มเกษตรกรจากสถาบันชุมชนเกษตรกรรมยั่งยืน และกลุ่มเชฟอาร์ตีสัน โดยออกแบบเป็นโปรแกรม

การท่องเที่ยวชื่อว่า Organic Farming Trail & Cooking Makeover เพื่อเรียนรู้เส้นทางศึกษาการเกษตรวิถีอินทรีย์ และการสร้างสรรค์รายการอาหารอินทรีย์สดจากการใช้วัตถุดิบในสวน (Wild food foraging) สไตล์ Chef's table ตามรูปภาพที่ 49-50 จัดเป็นตัวอย่างในการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานอาหารโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ



รูปภาพที่ 18 โปรแกรมการท่องเที่ยว Organic Farming Trail & Cooking Makeover
โดยมหาวิทยาลัยแม่โจ้



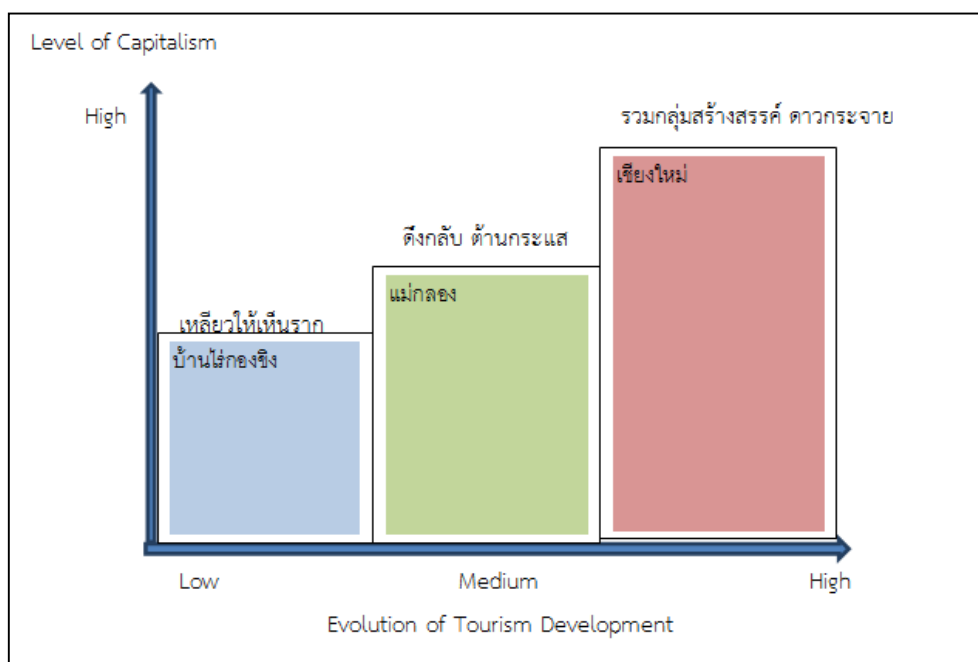
รูปภาพที่ 19 การเปรียบเทียบการออกแบบการนำเสนอเมนูอาหารข้าวยาตามแบบดั้งเดิม (Traditional food) และอาหารอาร์ตชีน (Artisan food)



แผนภาพที่ 33 การสร้างเครือข่ายการทำงานในแบบ Accelerating team

กล่าวโดยสรุปคือ การพัฒนาห่วงโซ่อุปทานอาหารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งทางตรงและทางอ้อมอย่างครอบคลุม สามารถใช้การจัดการการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ เข้าด้วยกันได้ อย่างไรก็ตามจากการระดมความคิดเห็น (Brainstorming) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ค้นพบว่า การผลักดันให้เกิดการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานอาหารได้ไม่ว่าจะเป็นพื้นที่การศึกษาได้ก็ตาม จำเป็นต้องมีการสร้างเครือข่ายการทำงานใหม่ (Accelerating team) โดยมีวัตถุประสงค์และค่านิยมร่วมกัน (Shared objectives and values) และแบ่งหน้าที่กันตามความเชี่ยวชาญและ/หรือความสนใจ ผสมผสานกับการทำงานแบบโครงสร้างองค์กร

(Functional structure) กล่าวคือ ควรมีการรวมตัวโดยอาศัยประเด็นของกิจกรรมหรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นเป้าหมายหลัก ผนวกรวมกับการทำงานเจาะในเชิงพื้นที่เพื่อให้เห็นผลได้และมีการทำงานปรับเปลี่ยนได้ตามบริบทของพื้นที่นั้น ๆ การสร้างเครือข่ายการทำงานดังกล่าวสามารถทำได้ 3 วิธีตามบริบทของพื้นที่ ดังนี้



แผนภาพที่ 34 รูปแบบการทำงานร่วมกันเพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทย

1. การเหลียวให้เห็นราก

ในพื้นที่ที่มีการพัฒนาการท่องเที่ยวและกระแสนิยมในระดับต่ำ มีข้อได้เปรียบในเชิงขอบเขตพื้นที่ในการบริหารจัดการ และความใกล้ชิดของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก อย่างไรก็ตามการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานแบบเหลียวให้เห็นราก คือการเริ่มต้นพัฒนาจากฐานราก (Grassroots) กล่าวคือ กลุ่มเกษตรกรในพื้นที่ ให้มีความมั่นคงในการดำรงชีวิตและอยู่รอดในสภาพเศรษฐกิจและสังคม และการใช้ผลผลิตในท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าและต่อยอดสู่ผู้บริโภค (Local sourcing and purchasing)

2. การดั่งกลับ ด้านกระแส

ในพื้นที่ที่มีการพัฒนาการท่องเที่ยวและกระแสนิยมในระดับกลาง มีความท้าทายของกระแสนิยมที่กำลังเติบโตและก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง การพัฒนาห่วงโซ่อุปทานอาหารจึงจำเป็นต้องคำนึงถึงและควบคุมผลกระทบที่เกิดจากการพัฒนาแบบโลกาภิวัตน์ (Globalization) ที่อาจเกิดขึ้นได้

3. การรวมกลุ่มสร้างสรรค์

ในพื้นที่ที่มีการพัฒนาการท่องเที่ยวและทุนนิยมในระดับสูง มีความท้าทายในเรื่องของขอบเขตที่มีขนาดใหญ่ และข้อได้เปรียบคือมีการพัฒนาวิทยาการต่าง ๆ ที่หลากหลาย ซึ่งการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีการสร้างเครือข่ายการทำงานที่เชื่อมโยงหน่วยงานต่าง ๆ แบ่งปันประสบการณ์และบทเรียน รวมถึงการแบ่งหน้าที่ในการพัฒนาในขั้นตอนต่าง ๆ ของห่วงโซ่อุปทานตามความชำนาญและหน้าที่รับผิดชอบ

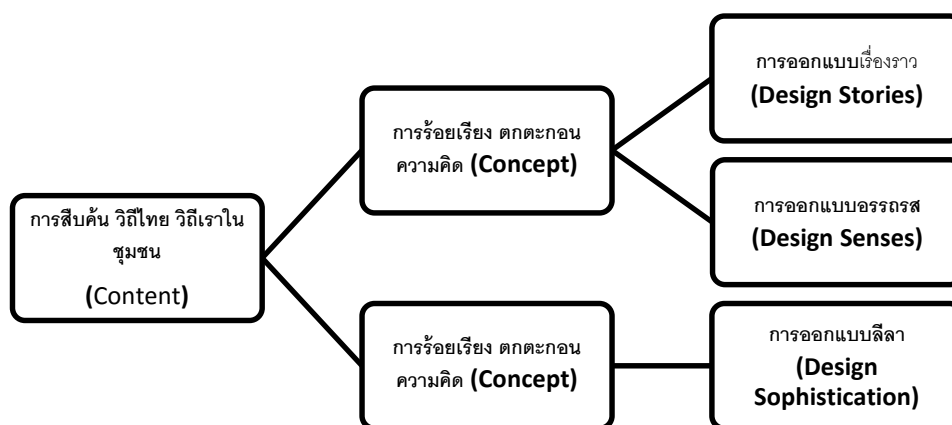
บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุป อภิปรายผล

โครงการวิจัยนี้มุ่งเน้นการวิเคราะห์ห้ระบุหากรอบแนวทางการเชื่อมโยงเพื่อสอดประสานวิถีไทยและความเป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่หรือท้องถิ่น โดยสามารถหาวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นมาออกแบบสร้างสรรค์อาหารเพื่อการท่องเที่ยวได้ โดยมีกรอบแนวความคิดของการวิจัย คือ กระบวนการ 3Ps ซึ่งประกอบด้วย การหาวัตถุดิบ (Purchasing) การผลิตอาหาร (Production) และการนำเสนอ (Presentation) เพื่อให้เกิดการสอดประสานวิถีไทยและนำสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

จากผลการศึกษาค้นพบว่า แนวทางการสอดประสานวิถีไทยเพื่อสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าในสินค้าและบริการท่องเที่ยว สามารถทำได้โดยกระบวนการการออกแบบบนรากฐานชุมชน (Community-based Design) ซึ่งประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ตามรูปภาพที่ 53 ได้แก่ การสืบค้น (Content) การร้อยเรียง (Concept) และการออกแบบ (Design) โดยมีรายละเอียดดังนี้



แผนภาพที่ 35 แนวทางการสอดประสานวิถีไทย

1. การสืบค้น วิถีไทย วิถีเราในชุมชน (Content)

ฐานทรัพยากรต่าง ๆ ของชุมชนมีความหลากหลายและเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละพื้นที่ จึงจำเป็นต้องศึกษาเรื่องราวต่าง ๆ เพื่อค้นหาความหมายของสถานที่ (Sense of Place) โดยใช้กรอบแนวคิด 3 เรื่อง คือ ธรรมชาติ (หมายถึง สิ่งแวดล้อม) ชีวิต (หมายถึง สังคมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่) และศิลปะ (หมายถึง การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจด้วยการสร้างสรรค์ศิลปะ) เป็นจุดตั้งต้นในการศึกษาที่สามารถครอบคลุมเรื่องราวต่าง ๆ ในทุกมิติของรากฐานชุมชนได้ นอกเหนือจากการศึกษาข้อมูลเชิงทุติยภูมิ (Secondary Data) ก่อนการสืบค้นจริงแล้ว การเรียนรู้พื้นที่ในทางปฏิบัติสามารถนำกระบวนการการวิจัยเชิงทฤษฎีเข้าไปใช้ได้ ดังนี้

1) การระดมความคิดเห็นและสัมภาษณ์เชิงลึก (Focus Group Discussion and In-depth Interview) การสืบค้นร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ที่สามารถทำได้ 2 รูปแบบ คือ 1) การเปิดวงอภิปรายพูดคุยกัน โดยผนวกความเชี่ยวชาญและความรู้ที่หลากหลายเพื่อยืนยันข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นที่ยอมรับ และ 2) การนำบุคคลภายนอกพื้นที่ที่มีประสบการณ์และความรู้ในการออกแบบมาสืบค้นเรื่องราวในพื้นที่ เพื่อพลิกมุมมองที่แตกต่าง และหลุดออกจากความเคยชินที่คนท้องถิ่นอาจมองข้าม ซึ่ง 2 รูปแบบดังกล่าวสามารถทำได้อย่างผสมผสาน

2) การสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม (Participatory Observation) การสืบค้นเรื่องราวในพื้นที่ที่สามารถทำได้โดยการเข้าไปสัมผัสบรรยากาศ เก็บเกี่ยวประสบการณ์จากการท่องเที่ยวในพื้นที่ การเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่นำเสนอทรัพยากรต่าง ๆ ในพื้นที่ และการทดลองทำจริง (Simulation) เพื่อให้ได้มาซึ่งความรู้ลึก ความเข้าใจ จากประสบการณ์โดยตรง

2. การร้อยเรียง ตกตะกอนความคิด (Concept)

การร้อยเรียงถือเป็นหัวใจสำคัญในการเลือกสรรอัตลักษณ์ของพื้นที่ (Identity) ที่มีความโดดเด่นจากเรื่องราวเกี่ยวกับทรัพยากรต่าง ๆ ในพื้นที่ อัตลักษณ์ของพื้นที่สามารถนำไปต่อยอดในการสร้างแบรนด์ (Branding) ที่ดึงดูดใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสามารถระบุอัตลักษณ์ดังกล่าวโดยการหยิบยกเรื่องราวที่ถูกเน้นย้ำซ้ำ ๆ (Repeated) เนื่องจากเป็นเรื่องที่มีความสำคัญในพื้นที่ ในขณะเดียวกันในพื้นที่ที่พบเรื่องราวจำนวนมากและยากต่อการลำดับความสำคัญ อาจระบุด้วยการหาจุดร่วมที่สามารถเชื่อมโยงเรื่องราวต่าง ๆ ได้ (Related)

3. การออกแบบ สร้างสรรค์ (Design)

การออกแบบสินค้าให้บริการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างประสบการณ์ที่เพิ่มมูลค่าบนรากฐานของทรัพยากรชุมชน (Community-based Design) เกิดจากการนำอัตลักษณ์ที่โดดเด่น (Identity) จากการสืบค้นและร้อยเรียงมาสื่อความหมายให้มีชีวิต (Living Interpretation) ซึ่งสามารถสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าได้โดยคำนึงถึง 3 องค์ประกอบ ดังนี้

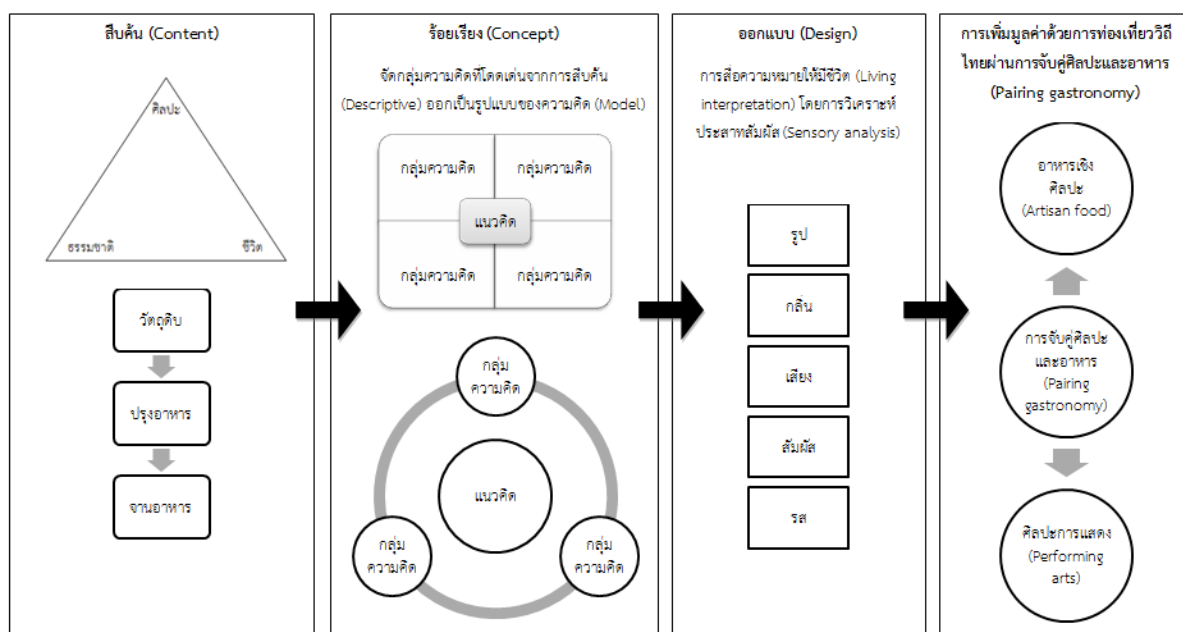
- 1) เรื่องราว (Stories) หมายถึง มีเรื่องราวที่น่าสนใจแก่ผู้รับสารโดยการร้อยเรียง
- 2) อรรถรส (Senses) หมายถึง เป็นรูปธรรมจับต้องได้โดยการวิเคราะห์ประสาทสัมผัส (Sensory analysis) ไม่ว่าจะเป็นการมองเห็น (Seeing) การดมกลิ่น (Smelling) การได้ยิน (Hearing) การสัมผัส (Touching) และการลิ้มรส (Tasting)
- 3) สีสลา (Sophistication) หมายถึง ความมีชั้นเชิงในการสื่อความหมายและนำเสนอ รู้จังหวะ รู้วิธีที่เหมาะสมในการสร้างความน่าสนใจให้กับสิ่งที่นำเสนอ

การสร้างสรรค์ คือ การออกแบบที่ควรทำให้การเล่าเรื่องราวมีชีวิต (Living interpretation) และหากเริ่มจากการสืบค้นที่มาที่ราก การออกแบบคือ การแสดงออกทางศิลปะที่มีเอกลักษณ์ของชุมชนนั้น ๆ โดยต้องอาศัยการวิเคราะห์ประสาทสัมผัสทั้ง 5 โดยสามารถคิดภายใต้กรอบ ภาพและเสียง

โครงการวิจัยนี้ได้แสดงตัวอย่างให้เห็นถึงการนำแนวทางการสอดประสานวิถีไทยนี้ไปใช้โดยใช้อาหารเป็นโจทย์ในการทดลอง (Experiment) เพื่อเป็นกรณีศึกษาในการสอดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่

สินค้าและบริการท่องเที่ยว พบว่าการเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่น สามารถใช้วิธีการสอดประสานเรื่องราวต่าง ๆ ที่เป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของท้องถิ่นได้ โดยการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่อุปทานอาหาร และออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวให้มีชีวิตและเป็นรูปธรรมสัมผัสได้ อาหารจึงไม่จำกัดกรอบเพียงแค่อาหาร แต่เป็นศิลปะในการแสดงออกของธรรมชาติและวิถีชีวิตท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากแผนภาพที่ 36 แสดงให้เห็นถึงความจับต้องได้ (Tangibility) และความสามารถในการนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงปฏิบัติได้จริง (Practicality) ของแนวทางการสอดประสานวิถีไทยสู่สินค้าและบริการท่องเที่ยว ด้วยกระบวนการการออกแบบบนฐานรากของชุมชน (Tourism - Community-based Design) ซึ่งแสดงให้เห็นเป็นตัวอย่างโดยการหยิบยกศิลปะอาหารไทย (Thai Gastronomy) มาเพิ่มมูลค่าด้วยวิถีไทยผ่านการจับคู่ศิลปะการแสดง (Performing Arts) และอาหารเชิงศิลปะ (Artisan Food) เป็นตัวอย่างในการนำเสนอประสบการณ์การรับประทานอาหารที่สร้างความรู้สึก ความเข้าใจในรากของวิถีชุมชน โดยใช้ทรัพยากรท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์ตลอดห่วงโซ่อุปทานอาหาร



แผนภาพที่ 36 สรุปแนวทางการสอดประสานวิถีไทยผ่านการจับคู่ศิลปะและอาหาร
เป็นตัวอย่างการทดลองงานวิจัย

ข้อเสนอแนะ



แผนภาพที่ 37 แนวคิดการขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชนด้วยการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนให้เกิดการกระจายผลประโยชน์ โดยใช้แนวทางการสอดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่น (Tourism – Community-based Design) เพื่อให้แน่ใจว่าทรัพยากรจากระบบเศรษฐกิจฐานราก หรือชุมชนท้องถิ่น ได้นำไปต่อยอด เพิ่มมูลค่า ใช้ประโยชน์ และได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน นอกจากนี้การขับเคลื่อนดังกล่าวยังก่อให้เกิดผลพวงในการพัฒนาชุมชนได้ในหลายมิติ เช่น สุขภาพ การศึกษา ความยั่งยืน เศรษฐกิจฐานราก นวัตกรรม การลดความเหลื่อมล้ำของสังคม และการเปิดกว้างต่อความหลากหลายทางวัฒนธรรม (ดังแผนภาพที่ 37 และตารางที่ 15) และก่อให้เกิดการกระจาย (Distribution) 2 ทางหลัก คือ

1) การกระจายนักท่องเที่ยว (Tourist Distribution) การเพิ่มมูลค่าบนฐานทรัพยากรและวิถีชีวิตของชุมชน ก่อให้เกิดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวหลักสู่แหล่งท่องเที่ยวรองและชุมชนท้องถิ่นอย่างทั่วถึง (Distribution of Place) และการกระจายเวลาการท่องเที่ยว เพิ่มวันพักผ่อน และขยายฤดูกาลการท่องเที่ยว (Distribution of Time) โดยใช้เรื่องราวของธรรมชาติ ชีวิต และศิลปะในห้วงของเวลาที่แตกต่างกันตามฤดูกาลในการออกแบบสินค้าและบริการท่องเที่ยว

2) การกระจายผลประโยชน์กับภาคส่วนและอุตสาหกรรมอื่น ๆ (Distribution to Other Sectors) การออกแบบประสบการณ์ท่องเที่ยวที่คำนึงถึงฐานทรัพยากรชุมชนเป็นตัวตั้ง จะช่วยให้สามารถระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง เช่น ผู้ประกอบการที่พักแรม ผู้ประกอบการ

ขนส่ง ผู้ประกอบการร้านอาหาร มัคคุเทศก์และนักสื่อความหมาย เป็นต้น รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือภาคส่วนที่ไม่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง เช่น เกษตรกร สถาบันการศึกษา วัดวาอาราม ศิลปินท้องถิ่น ผู้ประกอบการดูแลสุขภาพ เป็นต้น โดยใช้อัตลักษณ์ของพื้นที่เป็นตัวกำหนดการออกแบบประสบการณ์ให้เข้าใจถึงรากของวิถีชุมชน

ตารางที่ 15 มิติของประโยชน์จากโครงการวิจัย

เชิงนโยบาย	เชิงวิชาการ	เชิงการพัฒนาสังคม	เชิงพาณิชย์
- การพัฒนาความเป็นดีอยู่ดีของท้องถิ่น - การกระจายรายได้ - การกระจายนักท่องเที่ยว - การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน - การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ - การพัฒนาการเกษตรอินทรีย์ - การลดผลกระทบจากการท่องเที่ยว - การสร้างเครือข่ายการทำงานแบบบูรณาการระหว่างภาครัฐ เอกชน และประชาสังคม	- การศึกษาเรื่องการท่องเที่ยววิถีไทยเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน - การศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวแบบ การท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร - การบูรณาการแบบสหวิทยาการของศาสตร์ต่างๆ เช่น วิทยาศาสตร์ การเกษตร วิทยาศาสตร์การอาหาร ศิลปศาสตร์ มานุษยวิทยา บริหารธุรกิจ การจัดการการท่องเที่ยว เป็นต้น	- การสืบสานศิลปวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น - การสร้างเยาวชนให้มีความสำนึกรักบ้านเกิด - การผนวกรวมความหลากหลายของวัฒนธรรม - การแก้ไขปัญหาความยากจน	- การพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม - การเพิ่มมูลค่าในสินค้าและบริการท้องถิ่น - การสร้างข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขัน - การสร้างงานและรายได้แก่คนท้องถิ่น

การขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มี “ชุมชน” เป็นตัวตั้ง ทำโดยชุมชนเพื่อประโยชน์ชุมชน สิ่งที่สำคัญ คือ จินตนาการในเรื่องใกล้ตัวที่อาจเป็นความเคยชินในวิถีชีวิตของชุมชน จำเป็นต้องได้รับการสร้างแรงบันดาลใจ เรียนรู้ที่จะจินตนาการให้เกิดกระบวนการคิดอย่างสร้างสรรค์ ก่อให้เกิดช่องทางแห่งโอกาสในการพัฒนาชุมชนโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ โดยการสนับสนุนในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

5. การสนับสนุนการวิจัย

- ส่งเสริมการวิจัยในชุมชนโดยใช้กระบวนการออกแบบบนรากฐานของชุมชน (Tourism – Community-based Design) อันประกอบด้วย สืบค้น ร้อยเรียง และออกแบบ เพื่อเก็บรวบรวมและสร้างองค์ความรู้ในอัตลักษณ์พื้นที่
- สร้างพิพิธภัณฑ์ตำบล เพื่อรวบรวมเรื่องราวของธรรมชาติ ชีวิต และศิลปะในพื้นที่ โดยถอดความรู้จากคนรุ่นเก่า สืบสานสู่คนรุ่นใหม่
- จัดตั้งกองทุนการวิจัยในเรื่องศิลปวัฒนธรรมในท้องถิ่นหรือชุมชน

6. การพัฒนาสินค้าและบริการ

- ส่งเสริมการขยายผลแนวทางการสอดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยการออกแบบบนรากฐานของชุมชน (Tourism – Community-based Design) สู่ภาคส่วนอื่น ๆ เช่น การออกแบบผ้าพื้นเมือง การแปรรูปอาหาร การออกแบบโรงแรมหรือที่พักแรม อุทยานธรรมชาติสร้างสรรค์
- สนับสนุนแนวคิดวิถีไทยสู่ธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง (SMEs) เพื่อส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนและกิจการเพื่อสังคม
- ส่งเสริมการฝึกอบรมมัคคุเทศก์และนักสื่อความหมายท้องถิ่นให้มีทักษะอย่างมืออาชีพและมีคุณภาพสูง สื่อความหมายให้มีชีวิต สร้างความเข้าใจและความรู้สึกร่วมกับนักท่องเที่ยวได้ โดยออกแบบประสบการณ์นักท่องเที่ยว (Visitor Experience Management) โดยใช้กระบวนการออกแบบบนรากฐานของชุมชน (Tourism – Community-based Design) ในฝั่งของนักท่องเที่ยว
- ส่งเสริมการสื่อสารทางการตลาด โดยใช้เรื่องราวรากฐานของชุมชนในการสร้างความเข้าถึงและลดช่องว่างระหว่างนักท่องเที่ยวและคนท้องถิ่น

7. การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

- สนับสนุนนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาอย่างครบวงจร ซึ่งครอบคลุมการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม อนุรักษ์และสืบทอดสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมของชุมชน รวมถึงวิถีเกษตรอันเป็นกระดูกสันหลังของชาติ

8. การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร

- ชูเรื่องอาหารไทยที่เป็นมากกว่าอาหารโดยการนำเสนอความเป็นศาสตร์และศิลป์ที่ร้อยเรียงอัตลักษณ์และวิถีชุมชนที่หลากหลาย ทั้งทางประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรมและชีวิตความเป็นอยู่ ที่ทำให้ภาคต่างๆ แตกต่างจากที่อื่นๆ
- ประกาศจุดยืนในประชาคมอาเซียนเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ (Quality Destination) ในการให้ความสำคัญกับการพัฒนาเพิ่มคุณค่าและมูลค่าในอาหารท้องถิ่นเพื่อการสร้างความยั่งยืนให้กับภาคส่วนต่าง ๆ ตลอดห่วงโซ่อุปทาน (Culinary Supply Chain & Supply Engagement) นำเสนอความเป็น Destination of Gastronomy
- สร้างชุดความรู้ Gastronomic Tourism Toolbox ตามกระบวนการออกแบบบนรากฐานของชุมชน (Community-based Design) เพื่อสร้างกลไกการพัฒนาสันถวไมตรีแห่งอาหาร (Gastro-diplomacy) และขยายผลในภาคต่าง ๆ
- จัดกิจกรรมส่งเสริมแนวคิดศิลปะอาหาร (Art of Food) เช่น Food Talk, Dinner Forum, Event เป็นต้น เพื่อสร้างพื้นที่ในการสร้างสรรค์ศิลปะอาหารในพื้นที่ต้นแบบ

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์, ศิริวรรณ เสรีรัตน์, นงลักษณ์ โพธิ์ไพจิตร และจิรัชย์ ศิริศิริรัตน์. (2558). แนวโน้มการสร้างเสริมมูลค่าเพิ่มให้กับอาหารไทยประยุกต์สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. *TAT Review*. 1 (3): 12-17
- ที่ประชุมสหประชาชาติว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (Earth Summit Conference) ที่ริโอ เดอ จาเนโร ประเทศบราซิล มิถุนายน 2535. อ้างใน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. *การวางแผนการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. คณะมนุษยศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 2542.
- ทิพวรรณ พุ่มมณี. (2554). *การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- พะยอม ธรรมบุตร. (ม.ป.ป). “การท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม” *Planning and Managing Ecotourism*. Institute of Ecotourism Srinakharinwirot University.
- พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจย์. (2553). *การท่องเที่ยวชุมชน*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- พจนา สอนศรี. (2546). *คู่มือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน*. กรุงเทพฯ: โครงการเพื่อชีวิตและธรรมชาติ
- ภราเดช พยัฆวิเชียร. (2539). “พัฒนาท่องเที่ยวไทยในทิศทางที่ยั่งยืน” *จุลสารการท่องเที่ยว*. ปีที่ 15 เล่มที่ 12 เมษายน-มิถุนายน.
- บุ ร พ า ร์ ศ มี . (2556). Fusion in style. <http://www.4loadfree.com/neonbookmedia-triplesystems/10/14.pdf> 46-48.
- มธุรส ปรปพไพบรี. (2545). “โฮมสเตย์กับการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” *ธุรกิจท่องเที่ยว : Tourism Business Magazine* ปีที่ 15 ฉบับที่ 3 เดือนมีนาคม 2545. น. 28
- จำไพพรรณ แก้วสุริยะ. (2543). *การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน* (Ecotourism and Sustainable Tourism). เอกสารประกอบการบรรยาย.
- วรรณพร วณิชชานุกร. (2540). *นิเวศท่องเที่ยว : การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์*. สถาบันราชภัฏสวนดุสิต และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ศรีพร สมบุญธรรม. (2536). “การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน : Sustainable Tourism Development” *จุลสารการท่องเที่ยว* ฉบับที่ 12 เล่มที่ 2 เมษายน-มิถุนายน 2536. น.27-30.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2542). *รายงานขั้นสุดท้ายการดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (ม.ป.ป). “คู่มือการท่องเที่ยวที่พาสัมผัสวัฒนธรรมชนบท HomeStay Thailand” เล่ม 2 น.1-6
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา. (2546). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. *เอกสารชุดฝึกอบรมทางไกลหลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน*.

ภาษาอังกฤษ

- Berno, T. (Ed.). (2011). **Sustainability on a plate: Linking agriculture and food in the Fiji Islands tourism industry**. London: Routledge.
- Bhumisiratanavadi, Y. (2012). Developing Thainess capital for a first-impression “Serviceconomics” mind map. *International Journal of Organizational Innovation*, 5(2), 284-314.
- Boniface, P. (2003). **Tasting tourism: Traveling for food and drink**. Burlington: Ashgate.
- Brown, M. (2000). **New spin on dining: Hosting a chef’s table**. *Black Enterprise*, 30(6), 122.
- Caporaso, N., & Formisano, D. (2015). Developments, Applications and Trends of Molecular Gastronomy among Food Scientists and Innovative Chefs. **Food Reviews International** (Forthcoming)
- Castells, M. (1996). **The information age: Economy, society and culture. Volume 1: The rise of the network society**. Oxford: Blackwell.
- Chen, Q. (2013). An investigation of food tourism in Chongqing. *International Journal of Management Cases*, 15(4), 110-121.
- Cleveland, D. A., Müller, N. M., Tranovich, A. C., Mazaroli, D. N., & Hinson, K. (2014). Local food hubs for alternative food systems: a case study from Santa Barbara County, California. *Journal of Rural Studies*, 35, 26-36.
- Correia, A., Moital, M., Ferreira da Costa, C., & Peres, R. (2008). The determinants of gastronomic tourists’ satisfaction: a second-order factor analysis. *Journal of Foodservice*, 19, 164-176.
- Danchin, E., Giraldeau, L., & Cezilly, F. (2008). **Behavioral Ecology**. New York: Oxford University Press.
- Fredriksen, O.-H. (2008). **Starving for food information**. *Food and Drink Technology*, January 2008, 24.
- Gaztelumendi, I. (2012). **Global trends in food tourism**. *UNWTO Global Report on Food Tourism*, 4, 10-15.
- Gössling, S., Garrod, B., Aall, C., Hille, J., & Peeters, P. (2011). Food management in tourism: Reducing tourism’s carbon ‘foodprint’. *Tourism Management*, 32(3), 534-543.
- Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., & Cambourne, B. (2003). **Food tourism around the world: Development, management and markets**. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Harrington, R. J. (2005). Defining gastronomic identity: the impact of environment and culture on prevailing components. *Journal of Culinary Science and Technology*, 4(2/3), 129-152.
- Harrington, R. J., & Ottenbacher, M. C. (2010). Culinary tourism: a case study of the gastronomic capital. *Journal of Culinary Science and Technology*, 8, 14-32.

- Herrera, C. F., Herranz, J. B., & Arilla, J. P. (2012). Gastronomy's importance in the development of tourism destinations in the world. *UNWTO Global Report on Food Tourism*, 4, 6-9.
- Hjalager, A.-M., & Johansen, P. H. (2013). *Food tourism in protected areas – sustainability for producers, the environment and tourism?*. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(3), 417-433.
- Holm, J., Pedersen, L. M. B., & Sørensen, S. (2013). Experiencing organic farms and food by regional tourism innovation. *Acta Agriculturae Scandinavica, Section B – Soil and Plant Science*, 63, 85-93.
- Kesimoglu, A. (2015). A reconceptualization of gastronomy as relational and reflexive. *Hospitality and Society*, 5(1), 71-91.
- McIntosh, R. W., Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. (1995). *Tourism: Principles, practices, philosophies* (7th Ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Miller, R. K., & Washington, K. (2014). *Travel & tourism market research handbook 2015-2016*. Loganville: Richard K. Miller & Associates.
- Nilsson, J. H., Svärd, A.-C., Widarsson, Å., & Wirell, T. (2011). 'Cittáslow' eco-gastronomic heritage as a tool for destination development. *Current Issues in Tourism*, 14(4), 373-386.
- Paul, B. D. (2014). From Slow Food to slow tourism. *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series*, 23(2), 137-144.
- Petrini, K., & Padovani, G. (2006). *Slow food revolution: a new culture for eating and living*. New York: Rizzoli.
- Pruksorranan, T., Wisansing, J. & Berno, T. (2013). The Culinary Tourism Supply Chain and the Reduction of Carbon Footprint: a Case Study of Koh Samui, Thailand. Working Paper. *Proceedings to the CAUTHE 2013 Conference "Tourism and Global Change on the Edge of Something Big"*, Lincoln, New Zealand, 11-14 February 2013.
- Richards, G. (2003). "Gastronomy: An essential ingredient in tourism production and consumption?" In *Tourism and Gastronomy*. London and New York: Routledge.
- Ritzer, G. (1993). *The McDonaldization of Society*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- Santich, B. (1996). *Looking for flavour*. Kent Town: Wakefield Press.
- Sharma, B. (2015). The art of food designing. Health and Lifestyle. Source: <http://timescity.com/blog/art-food-designing>. (Accessed on 31 December 2015)
- Sofield, T., & Li, S. (2011). Tourism governance and sustainable national development in China: a macro-level synthesis. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5), 501-534. doi: 10.1080/09669582.2011.571693
- Sonnino, R., & Griggs-Trevarthen, C. (2013). A resilient social economy? Insights from the community food sector in the UK. *Entrepreneurship and Regional Development*, 25(3-4), 272-292.

- The School of Artisan Food. (2015). What is Artisan Food?. Source :
<http://www.schoolofartisanfood.org/about-us/artisan-food> (Accessed on 30 December 2015)
- Van Oers, P. (2013). From 'mass & fast' to 'small & slow': the development of ecogastronomic tourism. *International Journal of Management Cases*, 15(4), 133-140.
- Vasileska, A., & Reckoska, G. (2010). *Culinary identity as important segment of tourist offer*. Conference Proceedings of Tourism and Hospitality Management 2010 in Marcedonia, 1622-1628.
- Von Biel, V. (2011). 10 Truly Artisanal Foods to Try Now. *Forbes*. Source :
<http://www.forbes.com/sites/victoriavonbiel/2011/10/27/10-truly-artisanal-foods-to-try-now/> (Accessed on 30 December 2015)
- Watson, M. (2015). What is foraging?. About Food. Source :
<http://localfoods.about.com/od/localfoodsglossary/g/Foraging.htm> (Accessed on 30 December 2015)
- Wolf, E. (2006). *Culinary Tourism: the Hidden Harvest*. Kendall/Hunt Publishing.
- World Food Travel Association. (2015). What is food tourism?. Source :
<http://worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism/> (Accessed on 30 December 2015)
- Wright, S., & McCrea, D. (Ed.). (2007). *The handbook of organic and fair trade food marketing*. Singapore: Blackwell Publishing.

ภาคผนวก

เครื่องมือต่าง ๆ ในการทำวิจัย

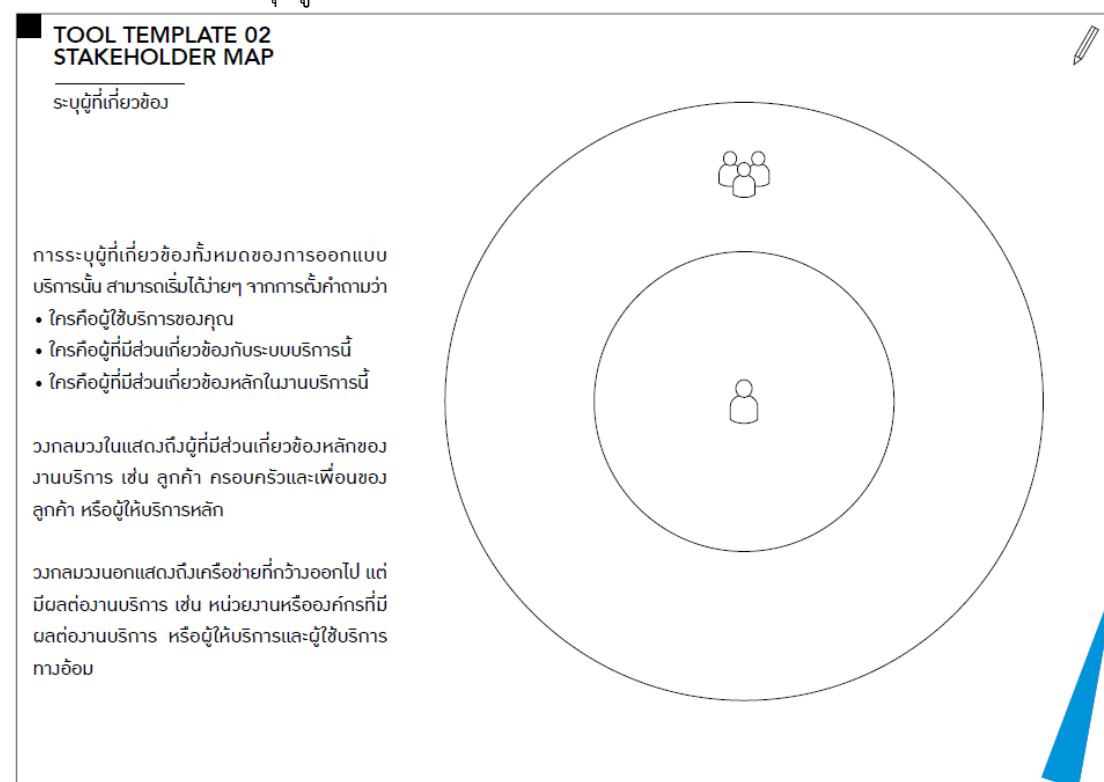
1. แบบ checklist การเลือกพื้นที่ ได้กำหนดคุณสมบัติของพื้นที่และขอข้อเสนอแนะกับกลุ่มภาคีร่วมต่าง ๆ

พื้นที่ 1	พื้นที่ 2	พื้นที่ 3
การพัฒนาการท่องเที่ยวอยู่ในระดับนานาชาติ (International tourist destination)	การพัฒนาการท่องเที่ยวอยู่ในระดับชุมชนและเชื่อมโยงกับพื้นที่ 1	การพัฒนาการท่องเที่ยวอยู่ในระดับประเทศ (Domestic tourist destination)
มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างมีนัยสำคัญ	ได้รับการพัฒนาศักยภาพ (กำหนดเป็นพื้นที่พิเศษ)	มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญ
การท่องเที่ยวบนฐานทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย	มีฐานทรัพยากรทางการเกษตรที่พร้อม (ต้นทุนทางวัตถุดิบ)	การท่องเที่ยวบนฐานทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย และความพร้อมทางการเกษตร (ต้นทุนทางวัตถุดิบ)
การท่องเที่ยวบนฐานทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย	มีฐานทรัพยากรทางการเกษตรที่พร้อม (ต้นทุนทางวัตถุดิบ)	การท่องเที่ยวบนฐานทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย และความพร้อมทางการเกษตร (ต้นทุนทางวัตถุดิบ)
การเข้าถึง (การเดินทาง)	การเข้าถึง (การเดินทาง)	การเข้าถึง (การเดินทาง)
ความสอดคล้องกับนโยบายของพื้นที่	ความสอดคล้องกับนโยบายของพื้นที่	ความสอดคล้องกับนโยบายของพื้นที่
ความพร้อมของภาคีเครือข่ายที่ให้ความร่วมมือในการศึกษา	ความพร้อมของภาคีเครือข่ายที่ให้ความร่วมมือในการศึกษา	ความพร้อมของภาคีเครือข่ายที่ให้ความร่วมมือในการศึกษา
พื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มนี้ คือ อ. เมือง จังหวัดเชียงใหม่	พื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มนี้ คือ ชุมชนบ้านไร่กองขิง หมู่บ้านกองขิง ตำบลหนองควาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่	พื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มนี้ คือ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม

2. แบบกรอบแนวคิดเรื่อง วิถีไทย ความเป็นไทย เพื่อจัดกรอบองค์ประกอบอะไรบ้างที่ควรนำมาพิจารณา



3. แบบการคัดเลือกกลุ่มผู้ร่วมวงระดมความคิดเห็น (stakeholder matrix)



4. แบบแนวทางการระดมความคิดเห็นอย่างมีส่วนร่วม (AI 8D Model) ประกอบด้วยคำถามและ Flow ของการระดมความคิดเห็น

- อะไรที่ได้ดีอยู่แล้ว และอยากจะนำมาต่อยอด
- อะไรคือเอกลักษณ์ ความภูมิใจของคนในพื้นที่
- คำถามเชิงบวก ใช้ถามโดยครอบคลุม

5. แนวคิดและแนวทางการทำ Social Lab

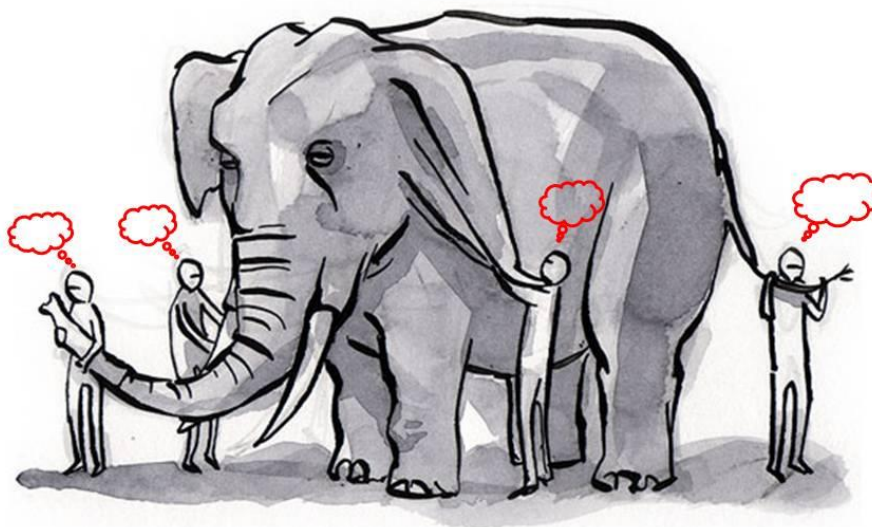
a. กระบวนการพูดการฟัง 4 รูปแบบ



Food Social Lab : 28 Oct 2014

- แนวคิด “ตาบอดคลำช้าง” การเปิดใจรับฟังความคิดเห็นผู้อื่น

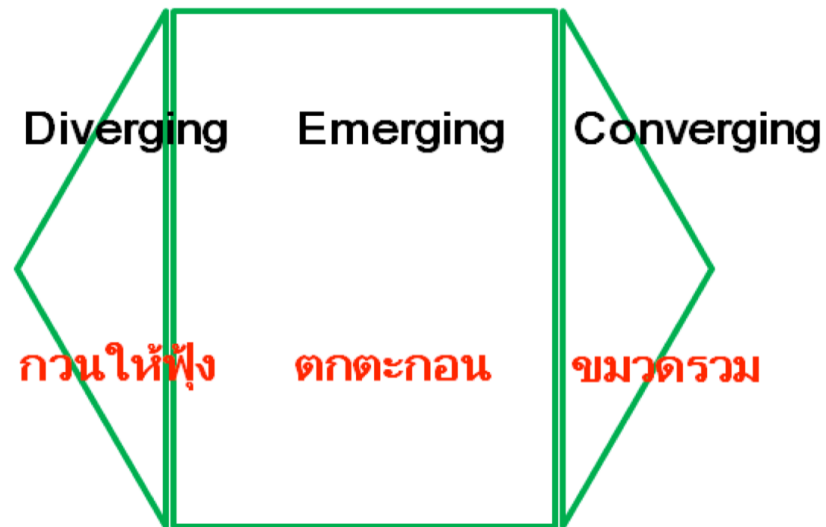
Blind men & an elephant : ตาบอดคลำช้าง



Food Social Lab : 28 Oct 2014

- กระบวนการสร้างสรรค์ (Creative Process) โดยรูปแบบ Double Diamond Model

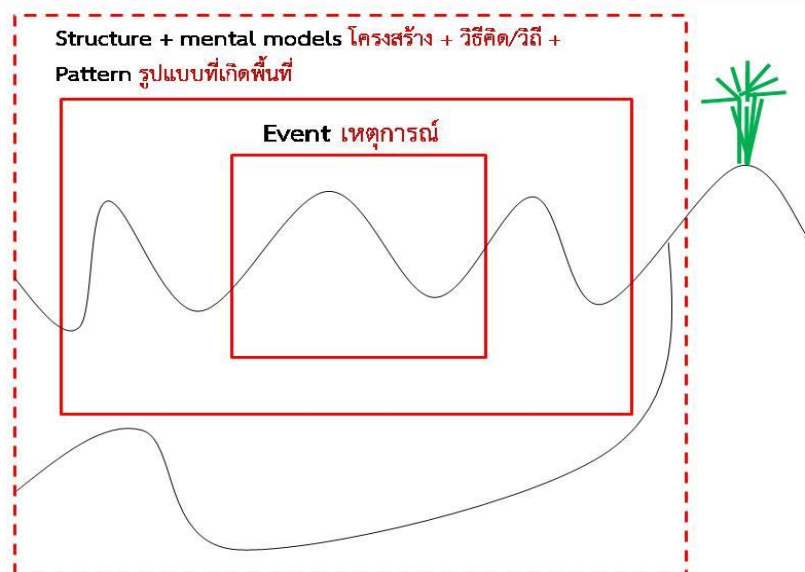
CREATIVE PROCESS : กระบวนการสร้างสรรค์



Food Social Lab : 27 Oct 2014

- กระบวนการคิดอย่างมีระบบ (System Thinking) การมองปัญหาอย่างเป็นระบบ มุ่งเน้นถึงรากเหง้าของปัญหา มิใช่แค่อาการ

Systems Thinking



Food Social Lab : 28 Oct 2014

6. แบบสังเกตการณ์ group dynamics ระหว่างการระดมความคิดเห็น

TOOL TEMPLATE 04 OBSERVATION CAPTURE ลงรายละเอียดถึงสิ่งที่ได้สังเกตมา	มีอะไรที่ทำให้คุณประหลาดใจหรือไม่
บรรยายถึงบุคคลหรือสถานการณ์ที่ได้ไปสังเกตการณ์มา	
คุณได้ทำ ได้เห็น หรือได้ยินอะไรมาบ้าง และรู้สึกอย่างไร (รวมไปถึงคำพูดจากผู้ถูกสัมภาษณ์)	คุณพบเจอปัญหาอะไรบ้างและมีไอเดียใหม่ๆ อะไรบ้าง

7. แบบสอบถามผู้ร่วมวงระดมความคิดเห็น สํารวจความคิดเห็นรูปแบบการระดมความคิดเห็น ประสิทธิภาพสู่การเพิ่มมูลค่า คุณค่า

กำหนดแนวทางการสัมภาษณ์ (Interview Guide) เป็นการเตรียมสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการ โดยระบุสิ่งที่ต้องการรู้จากการสัมภาษณ์ ทั้งกิจกรรม แนวทาง และปัญหาคับข้องใจของผู้ใช้บริการไว้เป็นตัวตั้งต้น เพื่อเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์อย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นตอนการสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 3 ช่วง ดังนี้

Beginning : ช่วงต้น

เป็นการแนะนำตัวเองของผู้สัมภาษณ์ รวมทั้งเกริ่นนำเกี่ยวกับคำถามที่จะใช้ในการสัมภาษณ์

Middle : ช่วงกลาง

ผู้สัมภาษณ์ต้องขุดค้นคำตอบด้วยการถามคำถามที่จะช่วยให้เข้าใจถึงแรงผลักดันที่อยู่เบื้องหลังผู้ให้สัมภาษณ์ ไม่ว่าจะเป็นความหวัง ความกลัว หรือความต้องการต่างๆ

End : ช่วงท้าย

ผู้สัมภาษณ์ต้องลงรายละเอียดเชิงลึกมากขึ้นอีก รวมทั้งขอคำแนะนำจากผู้ให้สัมภาษณ์ในการปรับปรุงการให้บริการ และถามถึงสิ่งที่ผู้ให้บริการต้องการได้รับจากงานบริการด้วย

8. กระบวนการการหาแนวคิดหลัก (Conceptualisation) ในการสร้างสรรค์

Idea Development : ค้นหาแนวคิด

Co-Creation : สร้างสรรค์ร่วมกัน

Conceptualisation : สรุปแนวคิดหลัก

01 **Generating Ideas** : ระดมแนวคิดที่หลากหลาย

หลังจากระบุปัญหาและโอกาสแล้ว ก็จะเข้าสู่การสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ๆ ที่สามารถแก้ไขปัญหานั้นได้ตั้งแต่แรกได้ โดยจะต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้า พฤติกรรมของลูกค้า แรงจูงใจของพนักงาน หรือแม้แต่ความต้องการและความเป็นไปได้ขององค์กร

02 **Clustering & Developing Ideas** : จัดกลุ่มความคิด

หลังจากได้แนวคิดที่หลากหลาย การจัดกลุ่มแนวคิดที่กระจัดกระจายเหล่านั้นให้เป็นหมวดหมู่ จะช่วยให้เห็นแนวคิดหลักได้ชัดเจนขึ้น อาจก่อให้เกิดการสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ๆ ที่ไม่เคยคาดคิดมาก่อน หรือเกิดแนวคิดใหม่ๆ จากการรวบรวมหลายๆ แนวคิดเข้าด้วยกัน นอกจากนี้การจัดกลุ่มความคิดยังเป็นการพัฒนาแนวคิดโดยอัตโนมัติ เพื่อสร้างสรรค์งานบริการที่ดีที่สุดอีกด้วย

03 **Selecting the Idea** : เลือกแนวคิดที่ใช้

แนวคิดที่หลากหลายบางแนวคิดนั้น อาจเป็นแนวคิดที่ดีแต่ทำไม่ได้จริง หรือเป็นแนวคิดที่ไม่สามารถแก้ปัญหาได้ตรงจุดนัก ดังนั้นการคัดเลือกแนวคิดที่ดีที่สุด จึงควรพิจารณาจากความเป็นไปได้ และความสามารถในการแก้ปัญหาได้ตรงจุดและรอบด้าน (Holistic) โดยคำนึงถึงบริบทของงานบริการนั้นๆ

9. แบบคำถามเพื่อการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อติดตามสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง

TOOL TEMPLATE 10

P.O.I.N.T

สัปดาห์ข้อมูล

P

PROBLEMS

ปัญหาที่สังเกตพบ

O

OPPORTUNITIES

โอกาสในการแก้ปัญหา

I

INSIGHTS

ความเข้าใจเชิงลึกที่ได้รับ

N

NEEDS

ความต้องการของผู้ใช้บริการ

T

THEMES

แนวคิดที่เกิดขึ้น

- ประเด็นในการสัมภาษณ์

- เรื่องราวเกี่ยวกับธรรมชาติ ชีวิต และศิลปะ (กรอบแนวคิดวิถีไทย) ของแต่ละพื้นที่
- อาหารท้องถิ่นของแต่ละพื้นที่ และเรื่องราวเกี่ยวกับอาหาร
- การเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานอาหารของแต่ละพื้นที่
- การสร้างสรรค์เพิ่มมูลค่าในผลิตภัณฑ์อาหารของชุมชนที่มีอยู่แล้ว

10. เครื่องมือการระดมสมอง (Brainstorm)

กฎการระดมสมอง



- | | |
|---|--|
| ✓ มุ่งสร้างแนวคิดจากหัวข้อเท่านั้น | ✗ อย่าตัดสินหรือวิจารณ์ความคิดที่ผู้อื่นนำเสนอ |
| ✓ กระตุ้นให้เกิดการเสนอแนวคิดที่หลากหลายและแปลกใหม่ | ✗ อย่าแย้งกันเสนอความคิด |
| ✓ ต่อยอดแนวคิดหนึ่งไปสู่อีกแนวคิดหนึ่ง | |
| ✓ ลองใช้รูปภาพนำเสนอพร้อมข้อความ | |
| ✓ เน้นปริมาณมากๆ | |

TOOL TEMPLATE 14
RANDOM WORD

ใช้กลุ่มคำสร้างสรรค์

สุ่มเลือกคำและเขียนลงใน Post-it เช่น กล้วยน้ำบัว การราราร พริก กลิ่น หมี่สือ เด็ก ไอศกรีม แสงสว่าง การขยับ อัดโนมิติ

เลือกแนวคิดใหม่ที่ได้กับโครงการของเราและเขียนใส่ Post-it

11. เครื่องมือการร้อยเรียงเรื่องราว (Story Hooks) ประกอบการนำเสนอเรื่องราวของอาหาร

TOOL TEMPLATE 07
STORY HOOKS

ร้อยเรียงเป็นเรื่องราว

คุณไปพบใครมา ระบุวัย อายุ สถานที่ อาชีพ และอื่นๆ

เราได้คุยกับเรื่องอะไรบ้าน	ผู้ให้สัมภาษณ์ใส่ใจเรื่องอะไรเป็นพิเศษ	อะไรคือแรงจูงใจหรือความกับข้อเท็จจริงที่สร้างความสนใจให้ผู้ให้สัมภาษณ์
มีประเด็นใดโดดเด่นน่าจดจำหรือทำให้คุณประหลาดใจบ้าง	ถ้อยคำคำพูดที่แสดงถึงความคิดเห็นของเขา	ได้แนวคิดอะไรใหม่ๆ บ้านจากเรื่องราวที่เขาเล่า