บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

สถานการณ์ท่องเที่ยวตั้งแต่เดือนมกราคม ถึงกรกฎาคม ปี 2559 มีรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งสิ้น 1.4 ล้านล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 13.95 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมาโดยเป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 0.97 ล้านล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 16.26 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมาและรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทย 0.43 ล้านล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 9.00 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา เฉพาะไตรมาสที่ 2 ปี 2559 มีรายได้รวมจากการท่องเที่ยวทั้งสิ้น 5.72 แสนล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 11.89 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมาโดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีจำนวน 7.55 ล้านคน ขยายตัวร้อยละ 8.23 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา และก่อให้เกิดรายได้ 3.63 แสนล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 13.20 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยนักท่องเที่ยวจีนขยายตัวร้อยละ 13.38 นักท่องเที่ยวภูมิภาคยุโรป ขยายตัวร้อยละ 10.67 และนักท่องเที่ยวอาเซียนขยายตัว 6.34 การท่องเที่ยวภายในประเทศมีจำนวน 37 ล้านคน ขยายตัวร้อยละ 3.00 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา และสร้างรายได้แก่ประเทศ 2.09 แสนล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 8.65 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมาสำหรับสถานการณ์ที่น่าสนใจ เช่น การท่องเที่ยวใน 7 เมืองหลัก (กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ชลบุรี ภูเก็ต กระบี่ สุราษฎร์ธานี และสงขลา) สร้างรายได้ 1.23 แสนล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 5.25 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา

แนวโน้มสถานการณ์ท่องเที่ยว ระหว่างเดือนกรกฎาคมถึงกันยายน ปี 2559 คาดว่ามีรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งสิ้น 0.6 ล้านล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 10 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยเป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 0.4 ล้านล้านบาท และรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทย 0.2 ล้านล้านบาท โดยมีปัจจัยส่งเสริมที่สำคัญ คือ กระแสการท่องเที่ยวตามโครงการ “12 เมือง ต้องห้าม...พลาด” และการเพิ่มวันหยุดพิเศษต่อเนื่องในเดือนกรกฎาคมเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาล และวันหยุดต่อเนื่องในเดือนสิงหาคมนอกจากนี้ จากที่กล่าวมาข้างต้น คาดว่าในช่วง 9 เดือนของปีนี้ภาคการท่องเที่ยวระหว่างประเทศสร้างรายได้ 1.22 ล้านล้านบาท และการท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวไทยสร้างรายได้ 0.63 ล้านล้านบาทรวมรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งสิ้น 1.85

ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 77 ของเป้าหมายรายได้ในปี 2559 และคาดว่าตลอดทั้งปี 2559 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 33 ล้านคน

จากข้อมูลข้างต้น ด้านรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น ทำให้เห็นว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย มีการเติบโตอย่างสม่ำเสมอ และเมื่อทำการสำรวจการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวพบว่า ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา (ปี 2556 – 2558) รายได้จากอาหารและเครื่องดื่มของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 5.74 รัฐบาลจึงได้มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง อาทิ การจัดโครงการ Amazing Thai Taste เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยวภายใต้โครงการประสานพลังประชารัฐ ร่วมกันสร้างภาพลักษณ์ของอาหารและผลไม้ไทยให้เป็นสินค้าเกรดดี ส่งเสริมให้ทานผลไม้ไทยตามฤดูกาล ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการเข้าถึงชุมชนทุกระดับในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยเฉพาะอาหารไทยที่ ผลิตขึ้นจากแหล่งชุมชนรากหญ้า นอกจากนี้ ยังได้กำหนดอาหารไทย 6 ชนิด ที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ผัดไทย ต้มยำกุ้ง แกงเขียวหวาน ส้มตำ มัสมั่น และต้มข่าไก่ แสดงให้เห็นว่า จุดขายของประเทศไทยนอกจากการท่องเที่ยวแล้วเรื่อง อาหารไทย ยังเป็นที่จุดแข็ง และจุดเด่น เป็นเอกลักษณ์ของไทยที่นักท่องเที่ยวให้การยอมรับอีกด้วย ซึ่งจากกระแสความนิยมเรื่อง อาหารไทย ที่แพร่หลายมากขึ้น ทำให้เกิดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ขึ้น ได้แก่ “การท่องเที่ยวเชิงอาหาร”

สำหรับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) หรือการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้อาหาร เป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมเนื่องจากกิจกรรมการรับประทานเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ ของการท่องเที่ยว สำหรับประเทศไทยเองที่มีชื่อเสียงด้านอาหารมาช้านานและกลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมการท่องเที่ยวเสียแล้ว รวมทั้งอาหารยังเป็นสินค้าที่นักท่องเที่ยวนิยมซื้อเป็นของฝากหรือของที่ระลึกอีกด้วย กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้อาหารจึงได้รับความสนใจค่อนข้างมากและมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะได้มีประสบการณ์ร่วมในกิจกรรม ได้ชิมและรับประทานอาหารซึ่งเป็นกิจกรรมที่ตนชอบอยู่แล้ว การท่องเที่ยวรูปแบบดังกล่าวจึงเป็นอีกหนึ่งตลาดที่มีศักยภาพสูงในการเพิ่มมูลค่าและสร้างรายได้ นอกจากนั้นยังเป็นการเชื่อมโยงรายได้สู่ระดับชุมชนและภาคเกษตร เพราะอาหารเป็นตัวแทนในการนำเสนอสังคมและวัฒนธรรมของท้องถิ่นต่างๆเป็นการแสดงออกว่ามาถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นจริง ๆ และการรับประทานอาหารพื้นถิ่นเป็นการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนทั้งทางตรงและทางอ้อม และอาหารยังเป็นสื่อในการจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยวผ่านการแชร์ในสื่อออนไลน์

จากรายงานสถานการณ์ท่องเที่ยวเชิงอาหารของโลกของ UNWTO ในปี 2558 ระบุว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารสร้างรายได้รวม 1.5 แสนล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 5.1 ล้านล้านบาท สำหรับประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเชิงอาหารมากที่สุด 4 อันดับแรก ได้แก่ สเปน ฝรั่งเศส อิตาลี อังกฤษ ตามลำดับ สำหรับประเทศไทยพบว่า ในปี 2558 มีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงอาหารรวม 4.56 แสนล้านบาท หรือคิดเป็น 20% ของรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมด โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้จ่ายด้านอาหารสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ จีน อังกฤษ รัสเซีย และเป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยเที่ยวไทย 1.74 แสนล้านบาท

สอดคล้องกับการลงนามตกลงเป็นเจ้าภาพจัดงานประชุมท่องเที่ยวเชิงอาหารระดับโลก หรืองาน UNWTO World Forum on Gastronomy Tourism ครั้งที่ 4 ในปี 2561 ที่กรุงเทพฯ ของ

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ที่พร้อมสร้างกลยุทธ์ใหม่ "อาหารไทยเพื่อการท่องเที่ยว" การเป็นเจ้าภาพจัดงานดังกล่าวนี้ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารของไทยให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น เนื่องจากอาหารไทยมีชื่อเสียงและขึ้นชื่อในเรื่องของรสชาติ และความประณีตในการบรรจงคัดเลือกวัตถุดิบปรุงแต่งที่มีคุณภาพและมีประโยชน์ทางโภชนาการ มีความพิถีพิถันในการตกแต่งอาหารให้มีความสวยงาม และมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันตามวัฒนธรรมและวัตถุดิบของแต่ละท้องถิ่น สะท้อนถึงวิถีชีวิตวัฒนธรรมไทย เป็นการส่งเสริมการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนต่างๆ ในท้องถิ่น นำไปสู่การพัฒนา สร้างคนสร้างงาน ดังจะเห็นได้จาก อาหาร 1 จาน จะมีการคัดสรรวัตถุดิบจากแหล่งต่างๆ รวมถึงมีรายละเอียดของแต่ละเมนูอีกด้วย

นอกจากนี้ยังมีการเสวนาทางวิชาการอันเป็นภาคทฤษฎี การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้กับผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร และภาคปฏิบัติในลักษณะของการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ลงพื้นที่แหล่งผลิตอาหารจริง ซึ่งจะเป็นการสัมผัสและวัฒนธรรมความเป็นมาของคนในพื้นที่ และการถ่ายทอดลงสู่เมนูอาหารต่างๆ โดยในส่วนของการท่องเที่ยวเชิงอาหารนั้น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ร่วมกับกรุงเทพมหานครในการจัดระเบียบอาหารริมทาง (Street Food) ยิ่งตอกย้ำว่า “ประเทศไทยเหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร” เป็นอย่างยิ่ง

สำหรับประโยชน์ของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร นอกจากจะเป็นการสร้างรายได้และชื่อเสียงให้ประเทศไทยแล้ว ยังเป็นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และภาคเกษตรทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น อาหารใช้ผลผลิตการเกษตรเป็นวัตถุดิบหลัก การเข้าร่วมกิจกรรมเรียนรู้และแปรรูปผลผลิตการเกษตรในฟาร์ม เป็นต้น สินค้าของที่ระลึกเกี่ยวกับอาหาร อาทิ เครื่องเทศ เครื่องปรุง ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป ผลไม้ เป็นต้น โดยประเทศไทยมีต้นทุนเป็นที่รู้จักของโลกในด้านการเป็นแหล่งผลิตทางการเกษตรและการส่งเสริมการผลิตแบบเกษตรอินทรีย์สอดคล้องกับกระแสสนใจอาหารเพื่อสุขภาพอยู่แล้ว จึงสามารถสร้างจุดเด่นและเอกลักษณ์ของตัวเองได้ง่าย

อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเชิงอาหารของไทยก็ยังคงมีข้อจำกัด เพราะแม้ไทยจะมีต้นทุนเป็นที่รู้จักของโลกในด้านการเป็นแหล่งผลิตทางการเกษตรอยู่แล้ว แต่ยังขาดการส่งเสริมร้านอาหารให้ได้มาตรฐานและเป็นที่รู้จัก ขาดการเชื่อมโยงให้เกิดมูลค่าเพิ่มและการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว ดังนั้นประเทศไทยควรศึกษาและวางระบบส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างจริงจัง ให้สอดคล้องกับโครงการส่งเสริมครัวไทยสู่ครัวโลก และส่งเสริมการเชื่อมโยงอาหารไทยสู่ Asean Culinary การใช้เครื่องมือในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงมีความสำคัญอย่างมาก เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอาหารให้เกิดการรับรู้และการเผยแพร่ต่อ เช่น การค้นหาร้านอาหารแนะนำการค้นหาเส้นทาง การแชร์ผ่านอินสตราแกม การเช็คอินในเฟซบุ๊ค รวมถึงการประชาสัมพันธ์ร้านผ่านเว็บไซต์รีวิวอาหารต่างๆ ซึ่งเครื่องมือเหล่านี้สามารถสร้างได้ง่าย เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มาก และลงทุนน้อยกว่าการใช้สื่อประชาสัมพันธ์อื่นๆ

สำหรับภูมิภาคตะวันตกซึ่งประกอบด้วย 8 จังหวัด คือ นครปฐม ราชบุรี กาญจนบุรี เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ สุพรรณบุรี สมุทรสาครและสมุทรสงคราม มีความน่าสนใจเป็นอย่างยิ่งเพราะนอกจากภูมิภาคดังกล่าวจะอยู่ใกล้กรุงเทพฯ เดินทางได้สะดวกและสามารถวางแผนท่องเที่ยวภายในวันเดียวได้แล้ว ยังเป็นแหล่งวัตถุดิบทางการเกษตรที่อุดมสมบูรณ์ เป็นแหล่งอาหารและขนมท้องถิ่นที่มีประวัติยาวนาน จากการสำรวจโดยสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย 2554 พบว่าอาหารไทย

ท้องถิ่นพบได้ทั่วไปทุกตำบล อำเภอ ของจังหวัดต่างๆ ในภูมิภาคตะวันตก ทำให้โอกาสที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านอาหารพื้นถิ่นในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทยมีแนวโน้มเป็นไปได้และสามารถพัฒนาให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ในอนาคต ดังนั้นหากนำรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีภูมิปัญญาท้องถิ่นแฝงอยู่ มาผสมผสานกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แล้วจะทำให้เกิดการเชื่อมโยงและถ่ายเทข้อมูลความรู้เชิงพื้นที่ไปยังกลุ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้องตลอดทั้งห่วงโซ่การผลิต การตลาดและการบริการต่างๆ และเกิดการเข้าใจในวิถีความเป็นอยู่ ประเพณี วัฒนธรรมและภูมิปัญญาชาวบ้านของชนแต่ละท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี

ทางคณะวิจัยจะดำเนินงานวิจัยโดยศึกษาและสำรวจข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านอาหารพื้นถิ่นในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ตลอดจนการศึกษาภาวการณ์ท่องเที่ยวเพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค เพื่อใช้ในการพัฒนารูปแบบธุรกิจใหม่ที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบดังกล่าวแนวโน้มสถานการณ์ท่องเที่ยว ระหว่างเดือนกรกฎาคมถึงกันยายน ปี 2559 คาดว่ามีรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งสิ้น 0.6 ล้านล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 10 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยเป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 0.4 ล้านล้านบาท และรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทย 0.2 ล้านล้านบาท โดยมีปัจจัยส่งเสริมที่สำคัญ คือ กระแสการท่องเที่ยวตามโครงการ “12 เมือง ต้องห้าม...พลาด” และการเพิ่มวันหยุดพิเศษต่อเนื่องในเดือนกรกฎาคมเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาล และวันหยุดต่อเนื่องในเดือนสิงหาคมนอกจากนี้ จากที่กล่าวมาข้างต้น คาดว่าในช่วง 9 เดือนของปีนี้ภาคการท่องเที่ยวระหว่างประเทศสร้างรายได้ 1.22 ล้านล้านบาท และการท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวไทยสร้างรายได้ 0.63 ล้านล้านบาทรวมรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งสิ้น 1.85 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 77 ของเป้าหมายรายได้ในปี 2559 และคาดว่าตลอดทั้งปี 2559 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 33 ล้านคน

จากข้อมูลข้างต้น ด้านรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น ทำให้เห็นว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย มีการเติบโตอย่างสม่ำเสมอ และเมื่อทำการสำรวจการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวพบว่า ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา (ปี 2556 – 2558) รายได้จากอาหารและเครื่องดื่มของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 5.74 รัฐบาลจึงได้มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง อาทิ การจัดโครงการ Amazing Thai Taste เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยวภายใต้โครงการประสานพลังประชารัฐ ร่วมกันสร้างภาพลักษณ์ของอาหารและผลไม้ไทยให้เป็นสินค้าเกรดดี ส่งเสริมให้ทานผลไม้ไทยตามฤดูกาล ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการเข้าถึงชุมชนทุกระดับในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยเฉพาะอาหารไทยที่ ผลิตขึ้นจากแหล่งชุมชนรากหญ้า นอกจากนี้ ยังได้กำหนดอาหารไทย 6 ชนิด ที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ผัดไทย ต้มยำกุ้ง แกงเขียวหวาน ส้มตำ มัสมั่น และต้มข่าไก่ แสดงให้เห็นว่า จุดขายของประเทศไทยนอกจากการท่องเที่ยวแล้วเรื่อง อาหารไทย ยังเป็นที่จุดแข็ง และจุดเด่น เป็นเอกลักษณ์ของไทยที่นักท่องเที่ยวให้การยอมรับอีกด้วย ซึ่งจากกระแสความนิยมเรื่อง อาหารไทย ที่แพร่หลายมากขึ้น ทำให้เกิดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ขึ้น ได้แก่ “การท่องเที่ยวเชิงอาหาร”

สำหรับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) หรือการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้อาหารเป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมเนื่องจากกิจกรรมการรับประทานเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ ของการท่องเที่ยว สำหรับประเทศไทยเองที่มี

ชื่อเสียงด้านอาหารมาช้านานและกลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมการท่องเที่ยวเสียแล้ว รวมทั้งอาหารยังเป็นสินค้าที่นักท่องเที่ยวนิยมซื้อเป็นของฝากหรือของที่ระลึกอีกด้วย กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้อาหารจึงได้รับความสนใจค่อนข้างมากและมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะได้มีประสบการณ์ร่วมในกิจกรรม ได้ชิมและรับประทานอาหารซึ่งเป็นกิจกรรมที่ตนชอบอยู่แล้ว การท่องเที่ยวรูปแบบดังกล่าวจึงเป็นอีกหนึ่งตลาดที่มีศักยภาพสูงในการเพิ่มมูลค่าและสร้างรายได้ นอกจากนั้นยังเป็นการเชื่อมโยงรายได้สู่ระดับชุมชนและภาคเกษตร เพราะอาหารเป็นตัวแทนในการนำเสนอสังคมและวัฒนธรรมของท้องถิ่นต่างๆเป็นการแสดงออกว่ามาถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นจริง ๆ และการรับประทานอาหารพื้นถิ่นเป็นการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนทั้งทางตรงและทางอ้อม

จากรายงานสถานการณ์ท่องเที่ยวเชิงอาหารของโลกของ UNWTO ในปี 2558 ระบุว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารสร้างรายได้รวม 1.5 แสนล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 5.1 ล้านล้านบาท สำหรับประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเชิงอาหารมากที่สุด 4 อันดับแรก ได้แก่ สเปน ฝรั่งเศส อิตาลี อังกฤษ ตามลำดับ สำหรับประเทศไทยพบว่า ในปี 2558 มีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงอาหารรวม 4.56 แสนล้านบาท หรือคิดเป็น 20% ของรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมด โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้จ่ายด้านอาหารสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ จีน อังกฤษ รัสเซีย และเป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยเที่ยวไทย 1.74 แสนล้านบาท

สอดคล้องกับการลงนามตกลงเป็นเจ้าภาพจัดงานประชุมท่องเที่ยวเชิงอาหารระดับโลก หรืองาน UNWTO World Forum on Gastronomy Tourism ครั้งที่ 4 ในปี 2561 ที่กรุงเทพฯ ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ที่พร้อมสร้างกลยุทธ์ใหม่ "อาหารไทยเพื่อการท่องเที่ยว" การเป็นเจ้าภาพจัดงานดังกล่าวนี้ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารของไทยให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น เนื่องจากอาหารไทยมีชื่อเสียงและขึ้นชื่อในเรื่องของรสชาติ และความประณีตในการบรรจงคัดเลือกวัตถุดิบปรุงแต่งที่มีคุณภาพและมีประโยชน์ทางโภชนาการ มีความพิถีพิถันในการตกแต่งอาหารให้มีความสวยงาม และมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันตามวัฒนธรรมและวัตถุดิบของแต่ละท้องถิ่น สะท้อนถึงวิถีชีวิตวัฒนธรรมไทย เป็นการส่งเสริมการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนต่างๆ ในท้องถิ่น นำไปสู่การพัฒนา สร้างคนสร้างงาน ดังจะเห็นได้จาก อาหาร 1 จาน จะมีการคัดสรรวัตถุดิบจากแหล่งต่างๆ รวมถึงมีรายละเอียดของแต่ละเมนูอีกด้วย นอกจากนี้ยังมีการเสวนาทางวิชาการอันเป็นภาคทฤษฎี การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้กับผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร และภาคปฏิบัติในลักษณะของการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ลงพื้นที่แหล่งผลิตอาหารจริง ซึ่งจะเป็นการสัมผัสและวัฒนธรรมความเป็นมาของคนในพื้นที่ และการถ่ายทอดลงสู่เมนูอาหารต่างๆ โดยในส่วนของการท่องเที่ยวเชิงอาหารนั้น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ร่วมกับกรุงเทพมหานครในการจัดระเบียบอาหารริมทาง (Street Food) ยิ่งตอกย้ำว่า “ประเทศไทยเหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร” เป็นอย่างยิ่ง

สำหรับประโยชน์ของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร นอกจากจะเป็นการสร้างรายได้และชื่อเสียงให้ประเทศไทยแล้ว ยังเป็นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และภาคเกษตรทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น อาหารใช้ผลผลิตการเกษตรเป็นวัตถุดิบหลัก การเข้าร่วมกิจกรรมเรียนรู้และแปรรูปผลผลิตการเกษตรในฟาร์ม เป็นต้น สินค้าของที่ระลึกเกี่ยวกับอาหาร อาทิ เครื่องเทศ เครื่องปรุง ผลิตภัณฑ์อาหาร

สำเร็จรูป ผลไม้ เป็นต้น โดยประเทศไทยมีต้นทุนเป็นที่รู้จักของโลกในด้านการเป็นแหล่งผลิตทางการเกษตรและการส่งเสริมการผลิตแบบเกษตรอินทรีย์สอดคล้องกับกระแสสนใจอาหารเพื่อสุขภาพอยู่แล้ว จึงสามารถสร้างจุดเด่นและเอกลักษณ์ของตัวเองได้ง่าย

จากต้นทุนที่ประเทศไทยเป็นที่รู้จักด้านการเป็นแหล่งผลิตทางการเกษตรของโลกนี้เอง ทำให้ภูมิภาคตะวันตก ซึ่งประกอบด้วย 8 จังหวัด คือ นครปฐม ราชบุรี กาญจนบุรี เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ สุพรรณบุรี สมุทรสาครและสมุทรสงคราม มีความน่าสนใจอย่างยิ่ง เพราะนอกจากภูมิภาคดังกล่าวเป็นแหล่งวัตถุดิบทางการเกษตรที่อุดมสมบูรณ์แล้ว ยังเป็นแหล่งอาหารและขนมท้องถิ่นที่มีประวัติยาวนาน ได้รับความนิยมจากทุกยุคทุกสมัย นักท่องเที่ยวจึงนิยมซื้ออาหารหรือขนมจากภูมิภาคเป็นของฝากหรือของที่ระลึกระหว่างการท่องเที่ยว ซึ่งจะเห็นได้จากการที่ตลาดอาหารท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญต่อการผลักดันการท่องเที่ยวในบริเวณนี้ได้เป็นอย่างดี ประกอบกับแนวโน้มการขยายตัวมากขึ้นทุกปีของภูมิภาค โดยเฉพาะจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักของภูมิภาคคือ ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรีและกาญจนบุรี จัดเป็น 3 ใน 10 จังหวัดท่องเที่ยวยอดนิยมของนักท่องเที่ยวในปี 2554 จากความได้เปรียบในด้านที่ตั้งของภูมิภาคทำให้นักท่องเที่ยวจากกรุงเทพฯ สามารถวางแผนท่องเที่ยวภายในวันเดียวได้ จากการสำรวจโดยสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย 2554 พบว่าอาหารและของฝากเป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินเที่ยว และยังพบว่าอาหารไทยท้องถิ่นพบได้ทั่วไปทุกตำบล อำเภอ ของจังหวัดต่างๆ ในภูมิภาคตะวันตก นอกจากจะเป็นที่รู้จักอย่างดีของนักท่องเที่ยวแล้ว ในบางจังหวัดก็ได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมจากภาครัฐอย่างเต็มที่เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเติบโตทางการค้ายิ่งขึ้น เช่น ขนมไทย ขนมหม้อแกงและผลิตภัณฑ์จากตาลของจังหวัดเพชรบุรี เป็นต้น จึงถือได้ว่าจังหวัดเพชรบุรีเป็นดินแดนแห่งอาหารไทยเลยทีเดียว อีกหนึ่งกรณีศึกษาที่น่าสนใจคือการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์อาหารไทยที่มีชีวิตแห่งแรกของประเทศไทยที่เทศบาลตำบลอัมพวา จ. สมุทรสาคร ซึ่งตั้งขึ้นและดำเนินงานตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยจัดแสดงจำลองขนมไทยชนิดต่างๆ ความรู้เกี่ยวกับขนมไทย วิธีการทำขนมไทยและผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับขนมไทยในท้องถิ่น ซึ่งสามารถสะท้อนเรื่องราวในอดีตที่เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนได้เป็นอย่างดี

อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเชิงอาหารของไทยก็ยังคงมีข้อจำกัด เพราะแม้ไทยจะมีต้นทุนเป็นที่รู้จักของโลกในด้านการเป็นแหล่งผลิตทางการเกษตรอยู่แล้ว แต่ยังขาดการส่งเสริมร้านอาหารให้ได้มาตรฐานและเป็นที่รู้จัก ขาดการเชื่อมโยงให้เกิดมูลค่าเพิ่มและการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว ดังนั้นประเทศไทยควรศึกษาและวางระบบส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างจริงจัง ให้สอดคล้องกับโครงการส่งเสริมครัวไทยสู่ครัวโลก และส่งเสริมการเชื่อมโยงอาหารไทยสู่ Asean Culinary การใช้เครื่องมือในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงมีความสำคัญอย่างมาก เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอาหารให้เกิดการรับรู้และการเผยแพร่ต่อ เช่น การค้นหาร้านอาหารแนะนำการค้นหาเส้นทาง การแชร์ผ่านอินสตราแกม การเช็คอินในเฟซบุ๊ค รวมถึงการประชาสัมพันธ์ร้านผ่านเว็บไซต์รีวิวอาหารต่างๆ ซึ่งเครื่องมือเหล่านี้สามารถสร้างได้ง่าย เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มาก และลงทุนน้อยกว่าการใช้สื่อประชาสัมพันธ์อื่นๆ

ทางคณะวิจัยจะดำเนินงานวิจัยโดยศึกษาและสำรวจข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านอาหารพื้นถิ่นในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ตลอดจนการศึกษาภาวการณ์ท่องเที่ยวเพื่อ

วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพและจัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านวัฒนธรรมอาหารพื้นถิ่นในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย พร้อมกับการประยุกต์ใช้ในการพัฒนารูปแบบธุรกิจใหม่ที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบดังกล่าว

วัตถุประสงค์หลักของโครงการวิจัย

1. เพื่อสำรวจและศึกษารูปแบบธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านวัฒนธรรมอาหารพื้นถิ่นในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย
2. วิเคราะห์ศักยภาพและจัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านวัฒนธรรมอาหารพื้นถิ่นในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย
3. เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะและรูปแบบธุรกิจสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านวัฒนธรรมอาหารพื้นถิ่นในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทยที่เหมาะสม

เป้าหมายของผลผลิต (output) และตัวชี้วัด

ตารางที่ 1 แสดงผลผลิตและตัวชี้วัดของแผนงานวิจัย

ลำดับที่	ผลผลิต	ตัวชี้วัด		
		เชิงปริมาณ	เชิงคุณภาพ	เวลา
1	ข้อมูลและองค์ความรู้ของอาหารพื้นถิ่นในภูมิภาคตะวันตก จากการสำรวจเอกสารที่มีคุณภาพ	1 ชุดข้อมูล	ข้อมูลและองค์ความรู้จากการสำรวจเอกสารที่มีคุณภาพ	เดือนที่ 5
2	ข้อมูลและองค์ความรู้ของอาหารพื้นถิ่นจากการสำรวจในพื้นที่ภูมิภาคตะวันตกที่มีคุณภาพ	1 ชุดข้อมูล	ข้อมูลและองค์ความรู้จากการสำรวจในพื้นที่ที่มีคุณภาพและสามารถ	เดือนที่ 6
3	เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่าน4อาหารพื้นถิ่นในภูมิภาคตะวันตก	เส้นทางใหม่อย่างน้อย 2 เส้นทาง	เส้นทางการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในเชิงพาณิชย์	เดือนที่ 9
4	ผลการทดสอบศักยภาพของเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านอาหารพื้นถิ่นในภูมิภาคตะวันตก	1 ชุดข้อมูล	ผลทดสอบศักยภาพเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านอาหารพื้นถิ่นในภูมิภาคตะวันตก	เดือนที่ 10

ตารางที่ 1 แสดงผลผลิตและตัวชี้วัดของแผนงานวิจัย (ต่อ)

ลำดับที่	ผลผลิต	ตัวชี้วัด		
		เชิงปริมาณ	เชิงคุณภาพ	เวลา
5	เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านอาหารพื้นถิ่นในภูมิภาคตะวันตกใหม่ ที่มีศักยภาพในเชิงพาณิชย์และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ	เส้นทางใหม่อย่างน้อย 2 เส้นทาง	เพิ่มโอกาสทางการตลาดของการท่องเที่ยว และจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น	เดือนที่ 12
6	ผลงานวิจัย / คู่มือ ช่วยยกระดับเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านอาหารพื้นถิ่น ในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย	1 ชุดข้อมูล	คู่มือที่สามารถใช้ได้ง่ายและเกิดความเข้าใจ ใช้ได้จริงในเชิงพาณิชย์	เดือนที่ 12

เป้าหมายของผลลัพธ์ (outcome) และตัวชี้วัด

ตารางที่ 2 แสดงผลลัพธ์และตัวชี้วัดของแผนงานวิจัย

ลำดับที่	ผลผลิต	ตัวชี้วัด		
		เชิงปริมาณ	เชิงคุณภาพ	เวลา
1	จำนวนนักท่องเที่ยวของภูมิภาคตะวันตกจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านอาหารพื้นถิ่นเพิ่มขึ้น	ร้อยละ 10 ของจำนวนนักท่องเที่ยวเดิม	นักท่องเที่ยวสนใจเรียนรู้เรื่องอาหารพื้นถิ่นมากขึ้น	1
2	ธุรกิจการท่องเที่ยวของภูมิภาคตะวันตกมีรายได้เพิ่มขึ้น	ร้อยละ 10 จากรายได้เดิม	ธุรกิจที่เกี่ยวข้องเห็นถึงคุณค่าของอาหารพื้นถิ่น	1
3	ประชากร และกลุ่มผู้ประกอบการเกี่ยวกับอาหาร ที่อยู่ในเส้นทางการท่องเที่ยวมีรายได้ต่อเดือนเพิ่มขึ้น	ร้อยละ 10 จากรายได้เดิม	ผู้เกี่ยวข้องเห็นถึงความสำคัญของการสืบสานอาหารพื้นถิ่น	1

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบข้อมูลและองค์ความรู้ต่าง ๆ และภาวการณ์การท่องเที่ยว จุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านวัฒนธรรมอาหารพื้นถิ่นในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย
2. ได้เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านวัฒนธรรมอาหารพื้นถิ่นในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทยเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเชิงพาณิชย์
3. สร้างรายได้แก่ชุมชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องตลอดเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านวัฒนธรรมอาหารพื้นถิ่นในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย สนับสนุนภาคการบริการ ร้านค้าหรือธุรกิจอาหาร กลุ่มธุรกิจบริการและการท่องเที่ยว
4. ได้ผลสรุปจากการศึกษาเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อใช้เป็นข้อเสนอแนะในพัฒนาและช่วยการกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านวัฒนธรรมอาหารพื้นถิ่นในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทยต่อไป
5. เพื่อนำไปเป็นข้อมูลสนับสนุนสำหรับการวางแผนยุทธศาสตร์และนโยบายสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในแต่ละท้องถิ่นนั้นๆ ของหน่วยงานจากภาครัฐในภูมิภาคตะวันตก
6. ช่วยสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวในเส้นทางใหม่ ที่ช่วยเพิ่มการขยายตัวในภาคการท่องเที่ยวและการให้บริการและสามารถช่วยขับเคลื่อนและผลักดันให้ผู้ประกอบการในภาคธุรกิจอาหารเกิดการพัฒนาสินค้าในรูปแบบใหม่ๆ มากขึ้น
7. ช่วยสร้างการเชื่อมโยงการทำงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน รวมถึงกลุ่มอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

นิยามศัพท์เฉพาะ

การสร้างและยกระดับเส้นทางการท่องเที่ยว หมายถึง การศึกษา ค้นคว้า สถานที่และรูปแบบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ในพื้นที่ขอบเขตของงานวิจัย เพื่อวิเคราะห์สังเคราะห์ร่วมกับตัวแปรควบคุมด้านอาหารพื้นถิ่น รวมเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกัน พร้อมทั้งหาแนวทางในการนำเสนอเส้นทางดังกล่าวให้ได้รับการส่งเสริมสนับสนุน เป็นที่รู้จักหรือมีรายได้จากการท่องเที่ยวมากขึ้น

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง การท่องเที่ยวซึ่งมอบโอกาสให้กับผู้เดินทาง/นักเดินทาง/ นักท่องเที่ยว ในการพัฒนาศักยภาพการสร้างสรรค์ของตน ผ่านการมีส่วนร่วมในการกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริง ที่เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของพื้นที่เป้าหมายที่ไปท่องเที่ยว เรียกว่าเรียนรู้ ดูของจริง ลงมือทำ เป็นการท่องเที่ยวที่ได้เรียนรู้ตัวตนที่แท้จริงของชุมชน โดย ผู้เดินทาง/นักเดินทาง/นักท่องเทียว ได้มีส่วนร่วมลงทำกิจกรรมกับชุมชนและแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับชุมชนในสถานที่จริง

อาหารพื้นถิ่น ในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย หมายถึง อาหารเฉพาะพื้นที่ที่ชุมชนผลิตและบริโภคในชีวิตประจำวัน หรือในโอกาสต่างๆ โดยอาศัยวัตถุดิบ เครื่องปรุงและวัสดุที่นำมาจากแหล่งธรรมชาติที่แวดล้อมอยู่ในพื้นที่นั้นๆ อาจจะด้วยการเก็บของป่า การล่าสัตว์ การจับสัตว์น้ำ การเพาะปลูก การเลี้ยงสัตว์ หรือการซื้อขายแลกเปลี่ยน โดยมีกรรมวิธีทำเป็นเอกลักษณ์ รวมทั้งรสชาติที่เป็นเฉพาะถิ่นแตกต่างกันไป สำหรับภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทยในโครงการประกอบด้วย 8 จังหวัด คือ นครปฐม ราชบุรี กาญจนบุรี เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ สุพรรณบุรี สมุทรสาครและสมุทรสงคราม