

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย

The Approach of Gastronomy Tourism Development for Thailand

อัทธนาถ ยกขุน,¹ ชนกนารถ ราชภักดี¹ และ ธนิสร์ พิตรชญากรมย์¹
Attanat Yokkhun,¹ Chanoknat Ratchaphakdee¹ and Thanisorn Phitchayarom¹

¹คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย

¹School of Liberal Arts, Eastern Asia University

Received: November 29, 2019

Revised: February 6, 2020

Accepted: February 19, 2020

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าวนิยมทำกิจกรรมในการเยี่ยมชมและชิมอาหาร เรียนทำอาหาร รับประทานอาหารท้องถิ่น และการเที่ยวงานเทศกาลอาหาร ดังนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จึงต้องมีการนำเอกลักษณ์ของท้องถิ่นของตนมาสร้างเป็น เรื่องราวเรื่องเล่าเกี่ยวกับอาหาร และนักท่องเที่ยวต้องมีส่วนร่วมในการลงมือทำอาหารผ่านการรับรู้จากประสาทสัมผัสทั้ง 5 เพื่อสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ และมีการจัดงานเทศกาลเกี่ยวกับอาหารหรือกิจกรรมพิเศษ ผ่านการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักผ่านทางโซเชียลมีเดีย มีการถ่ายทอดสูตรอาหารส่งมอบภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่น และมีการจัดรายการนำเที่ยวพร้อมกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวร่วมลงมือปฏิบัติและเป็นกิจกรรมที่แปลกใหม่และสร้างสรรค์ โดยอาศัยความร่วมมือจากภาครัฐและเอกชนในการจัดงานเกี่ยวกับอาหารและกิจกรรมพิเศษต่างๆ โดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงการันตีความอร่อยและความสนุกในการทำกิจกรรม และสุดท้ายต้องมีความสะอาดถูกหลักอนามัยรวมถึงการรักษาคุณภาพมาตรฐาน ตลอดจนความสะอาดของพื้นที่จึงจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ได้

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงอาหาร, การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร, ประสาทสัมผัสทั้ง 5

Abstract

The study of the approach of gastronomy tourism development in Thailand found that tourists are interested in visiting and tasting food, learning how to cook, eating local food, and travelling in food festival. To develop gastronomy tourism, local identity is brought to create the food's story, and the tourists have to participate in cooking through five senses in order to get new experiences. Moreover, the arrangement of food festival and special activity should be promoted through social media, broadcast local cuisine to the new generation, and guide the tourists to join new and creative activities. However, all festivals and activities are generated by the cooperation of the government and private sectors, and celebrities should be invited to guaranty the taste and amusement in activities. Additionally, the food and also area for cooking have to be clean and hygienic to attract tourists of gastronomy tourism.



บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร ที่ผสมผสานธรรมชาติของพื้นที่ วัฒนธรรม วิถีชีวิต การบริการ การเข้าถึง การเป็นเจ้าบ้านที่ดี และเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่กับการเยี่ยมชมและสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการลิ้มรสอาหาร การได้เรียนรู้วิธีทำ และลงมือทำอาหารด้วยตัวเอง ซึ่งจะสามารถสร้าง ความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวอย่างมาก (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2559 : 7 อาหารเป็นสื่อที่บ่งบอกถึงความเป็นมาของสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นของประเทศต่าง ๆ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร จึงสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติให้เดินทางท่องเที่ยวมาสู่ท้องถิ่นต่าง ๆ ทำให้การท่องเที่ยวขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงเกิดประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อเศรษฐกิจการท่องเที่ยว กระจ่ายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในทุกกลุ่มคน (รองศาสตราจารย์ ดร.พรณี สวนเพลงและคณะ. (2559). การท่องเที่ยวเชิงอาหาร. รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว, 2559 (ฉบับที่ 4), 40) โดยเฉพาะอาหารไทยในแต่ละท้องถิ่น มีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันตามวัฒนธรรมและวัตถุดิบของแต่ละท้องถิ่น ทำให้มีรสชาติแตกต่างกัน ในแต่ละจังหวัดมีอาหารแนะนำพิเศษที่บ่งบอกถึง ความเป็นเอกลักษณ์ทำให้เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติให้มาลิ้มลอง ต้องการเรียนรู้เกี่ยวกับวิธีการทำอาหารไทย เพื่อให้สามารถกลับไปปรุงเองได้เมื่อกลับจากการท่องเที่ยวประเทศไทย โรงเรียนสอนทำอาหาร (Cooking School) อยู่ในเมืองท่องเที่ยวหลักหลายแห่ง อาทิ เชียงใหม่ ภูเก็ต และกรุงเทพฯ ซึ่งมี โรงเรียนสอนทำอาหารไทย อมิตา (Amita Thai Cooking Class) โรงเรียนสอนทำอาหารบลูเอเลเฟ้นท์ (Blue Elephant Cooking School) โรงเรียนสอนทำอาหารไทยสีลม (Silom Thai Cooking School) Cooking with Poo & Friends เป็นต้น ดังนั้น การเรียนทำอาหารจึงเป็นกิจกรรมหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวและก่อให้เกิดรายได้ในประเทศไทย (รอง

ศาสตราจารย์ ดร.พรณี สวนเพลงและคณะ. (2559). การท่องเที่ยวเชิงอาหาร. รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว, 2559 (ฉบับที่4), 44)

กิจกรรมด้านนี้มีการขยายตัวในภูมิภาคต่างๆของ ไทยโดยเฉพาะ 4 ภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งมีชื่อเสียงในเรื่องของความอร่อยและความหลากหลายของอาหารไทยและสามารถนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้หลายอย่าง อาทิ การเลือกวัตถุดิบ การเรียนรู้และลงมือทำอาหาร การได้ชิมรายการอาหารท้องถิ่น การได้เรียนรู้วัฒนธรรมการกิน เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ล้วนทำให้นักท่องเที่ยวได้รับคุณค่าและได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารมากยิ่งขึ้น

สถานการณ์และแนวโน้มของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร สถานการณ์ท่องเที่ยวเชิงอาหารของโลก

องค์การท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ในปี 2558 ได้แสดงให้เห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารสร้างรายได้มีมูลค่าสูงถึง 150,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่นิยมรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารมากที่สุด 4 อันดับแรก ได้แก่ สเปน ฝรั่งเศส อิตาลี และอังกฤษ ตามลำดับ โดยพิจารณาจากค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีการใช้จ่ายด้านอาหารมากที่สุด กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่สำคัญมีรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบการเยี่ยมชมและชิมอาหาร เข้าเรียนทำอาหาร รับประทานอาหารแบบท้องถิ่น และการซื้อทัวร์ท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาหาร (รองศาสตราจารย์ ดร.พรณี สวนเพลงและคณะ. (2559). การท่องเที่ยวเชิงอาหาร. รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว, 2559 (ฉบับที่ 4), 41)

สถานการณ์ท่องเที่ยวเชิงอาหารของไทย

จากข้อมูลกรมการท่องเที่ยว พบว่า ในปี 2558 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงอาหารจำนวน 456,000 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 20 ของรายได้

รวมจากการท่องเที่ยวทั้งหมด โดยเป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยเที่ยวไทย 174,000 ล้านบาท และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 282,000 ล้านบาท สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในรูปแบบของรายได้จากอาหารและเครื่องดื่มระหว่างเดินทางของนักท่องเที่ยวมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ จีน อังกฤษ และรัสเซีย ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวได้แรงดึงดูดใจจากเทศกาลอาหารเมื่อมีโอกาสได้ชิมแล้วติดใจ ต้องการซื้อกลับไปรับประทานและซื้อไปเป็นของฝาก โดยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาพบว่า รายได้จากอาหารและเครื่องดื่มของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 5.74 เป็นผลมาจากการใช้จ่ายด้านอาหารของนักท่องเที่ยวภาคเอเชีย เนีย เอเชียตะวันออก และเอเชียใต้ (รองศาสตราจารย์ ดร.พรณี สวนเพลงและคณะ. (2559). การท่องเที่ยวเชิงอาหาร. รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว, 2559 (ฉบับที่ 4), 42)

การสนับสนุนจากภาครัฐและภาคเอกชน

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ได้มีการกล่าวถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย โดยเน้นการขับเคลื่อนร่วมไปกับงานพัฒนากรรมวิธีการผลิตของภาคเกษตร มุ่งสร้างประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสบรรยากาศและวัฒนธรรมท้องถิ่นแบบ Authentic Local Tourism พร้อมทั้งสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและอาหารเพื่อสุขภาพ มีการพยายามกระตุ้นการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ได้แก่ ได้รับการส่งเสริมจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจัดทำภาพยนตร์โฆษณา ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญและเรื่องราวของผัดไทยในมุมมองของการท่องเที่ยวเชิงอาหารเผยแพร่ภายใต้ Discover Amazing Stories : PAD THAI ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ Amazing Thailand Discover Amazing Stories เป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยที่เป็นต้นกำเนิดวัตถุดิบต่าง ๆ ที่เป็นส่วนประกอบของผัดไทย อีกทั้งยังมีการจัดทำคู่มือแนะนำร้านอาหารและที่พักระดับโลก เช่น “มิชลิน ไกด์ กรุงเทพฯ” ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมกับมิชลิน ผู้ผลิตยางรถยนต์ ประเทศไทยในปี 2560 ตามแผน 5 ปี เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยว สำหรับคู่มือ มิชลิน ไกด์ มีเนื้อหาแบ่งออกเป็น

2 ภาษา คือ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ จัดทำเป็นรูปเล่มและฉบับดิจิทัลที่เว็บไซต์ MICHELIN GUIDE ที่สำคัญประเทศไทยยังได้รับเลือกให้เป็นเจ้าภาพในการจัดงาน UNWTO World Forum on Gastronomy Tourism ครั้งที่ 4 จัดขึ้นเมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม ถึง 1 มิถุนายน 2561 ณ โรงแรม Inter Continental ซึ่งเป็นงานสัมมนาวิชาการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารระดับนานาชาติครั้งแรกของเอเชีย นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีการจัดมหกรรมอาหาร Amazing Thai Taste Festival ภายใต้แนวคิด Eat Thai Food Feeling Good เมื่อวันที่ 8-10 มิถุนายน 2561 เพื่อเปิดประสบการณ์การท่องเที่ยวและสร้างการรับรู้วัฒนธรรมด้านอาหารที่หลากหลายของเมืองไทย และส่งเสริมภาพลักษณ์ของอาหารไทยให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายในกลุ่มนักท่องเที่ยว พร้อมยกระดับงานเทศกาลอาหารสู่ระดับสากล หรือแคมเปญล่าสุดในปี 2561 Eat Local ประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวเพื่อชวนคนออกไปลิ้มลองอาหารถิ่นโดยเฉพาะ นอกจากนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารยังมีการตื่นตัวอย่างต่อเนื่องและสนับสนุนการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้มากขึ้น จะเห็นได้จากการจัดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารและการจัดทำกรณีศึกษาการท่องเที่ยวเชิงอาหารของต่างประเทศเพื่อให้ทราบถึงรายละเอียดต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่แต่ละประเทศได้จัดขึ้น

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในต่างประเทศ

ในประเทศอเมริกาจะมีการท่องเที่ยวเชิงอาหารในรูปแบบการเดินชมและชิมของหวานในเมืองนิวยอร์ก โดยใช้ชื่อว่า Dessert Walking Tour in New York City เป็นการท่องเที่ยวโดยใช้วิธีการเดิน ใช้เวลา 2 ชั่วโมง ในการเดินทางรอบหมู่บ้าน Greenwich เพื่อชมร้านขนมชื่อดัง และเรียนรู้ในการทำและออกแบบเค้กในรูปแบบของตนเอง และในอเมริกามีเทศกาลอาหารที่จัดขึ้นในรัฐ Maine จะจัดขึ้นทุกๆ ปีในช่วงฤดูร้อน (วันหยุดสุดสัปดาห์แรกของเดือนสิงหาคม) มีระยะเวลาทั้งสิ้น 5 วัน เป็นเทศกาลที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมากนับหมื่นคน โดยมีจุดประสงค์เพื่อสนับสนุนสินค้าอาหารทะเลท้องถิ่นโดยเฉพาะอย่างยิ่ง กุ้งล็อบสเตอร์ นอกจากการขายอาหารที่ทำมาจากล็อบสเตอร์และอาหารทะเลแล้ว ภายในเทศกาลยังมีกิจกรรมมากมาย อาทิการแสดงดนตรี การเดินชบวน

พาเหรด และการประกวดแข่งขันทำอาหาร ในปัจจุบันเรา จะพบว่า คุณค่า ของการทำอาหารเปลี่ยนไป การทาน อาหารที่ดีไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะร้านอาหารเท่านั้น แต่เป็นร้าน อะไรก็ได้ที่อร่อย จึงพบเห็นกระแสการเปิด Food Truck (โดยเฉพาะในนิวยอร์ก) ที่เข้าคิวทานอาหารจินตนาการแบบ ง่ายๆ จากจีนเจียง หรืออาหารไทยประเภทผัด หรือไม่กี่ เป็นร้านประเภทที่เรียกว่า Gastro pub คือเป็นผับที่มี อาหารอร่อยซ่อนอยู่ แนวโน้มใหม่เหล่านี้ทำให้เกิดการ รวมตัวกันเป็น Farmers 'Market หรือ Food Festival รวมถึง Food&Beverage Tour ทั่วโลก ส่วนการท่องเที่ยว เชิงอาหารในประเทศฝรั่งเศส มีการเดินทางท่องเที่ยวเชิง อาหารตามเส้นทางที่เมือง Champagne เป็นเมืองเก่า แก่ของฝรั่งเศสที่ขึ้นชื่อในเรื่องผลิตแชมเปญที่ดีที่สุด มีการเยี่ยมชมห้องเก็บไวน์ ทานอาหารในร้านอาหารข้าง ทางเล็กๆ หรือ Bistro สไตล์ฝรั่งเศส พร้อมนั่งจิบแชมเปญ และเยี่ยมชมประภาคารที่ Vezelay ซึ่งมองเห็นสวนองุ่น หลายไร่ นอกจากนี้ยังมีการสอนทำแชมเปญและเรียนรู้ ประวัติศาสตร์ของโรงผลิตแชมเปญ นอกจากนี้มีการเรียน ทำอาหารฝรั่งเศสชื่อดัง โดยมีสูตรการทำอาหารที่หลากหลายและสามารถเลือกเรียนเฉพาะรายการอาหารที่ชื่นชอบก็ได้ เช่น ครัว์ซอง (Croissant) คีช (Quiche) ซูเฟล (Souffle) และ มาการอง (Macaron) ซึ่งเป็นขนมที่มีต้น กำเนิดมาจากฝรั่งเศสทำจากไข่ขาว อัลมอนต์บดละเอียด และน้ำตาล นำไปอบเป็นชั้นกลมๆ สอดไส้ตรงกลางด้วย ครีมน ถือเป็นขนมที่ชาวยุโรปให้ความนิยมมายาวนาน มัก กินเป็นอาหารว่างคู่กับชาหรือกาแฟ นอกจากนี้ยังได้เรียนรู้วัฒนธรรมการทำอาหารทั้งประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม มารยาทในการทำอาหารของชาวฝรั่งเศส เช่น อาหาร เข้าจะเป็น ครัว์ซอง หรือขนมปังแบบต่าง ๆ ส่วนอาหาร เย็นจะเป็นอาหารมื้อหลักเพื่อที่สมาชิกในครอบครัวจะได้ใช้เวลาอยู่ด้วยกัน เป็นต้น ในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในสเปน จะมีการเดินทางเพื่อชมไร่องุ่นโดยเริ่มต้นจาก การนำนักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ปลูกองุ่นเพื่อทำ ไวน์ ซึ่งเป็นศูนย์กลางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตในภาคที่เป็น แหล่งผลิตไวน์ นักท่องเที่ยวจะได้เยี่ยมชมโรงทำเหล้าองุ่น ค้นพบเคล็ดลับกระบวนการผลิตไวน์ และพักในที่พักที่อยู่ ท่ามกลางไร่องุ่น เรียนรู้เกี่ยวกับการชิมไวน์ ค้นพบวิธีการ จิบคู่อาหารกับไวน์ โดยนักท่องเที่ยวจะเรียนรู้วัฒนธรรม การทำอาหารแบบทาปาส เป็นการทานอาหารว่างหรือ

อาหารเรียกน้ำย่อยที่เสิร์ฟพร้อมไวน์ หรือเบียร์ จะทาน ระหว่างมื้ออาหาร มีรูปแบบที่หลากหลาย เช่น หัวหอม และมะกอกย่างเสียบไม้ ทุ่นาเสิร์ฟเป็นก้อน แชนวิชจีน เล็กๆ ซึ่งอาหารชนิดนี้ มีในบาร์และคาเฟ่ทุกแห่งในสเปน (บัณฑิต อเนกพูนสุข. (2560). Food on the Move. TAT Review, 2560 (ฉบับที่ 1/2560), 13,15)

งานเทศกาลอาหารในประเทศไทย

งานเทศกาลสงกรานต์ มีการการท่องเที่ยวเชิง อาหารในภาคเหนือในช่วงเทศกาลสงกรานต์ ซึ่งในรูปแบบ รายการนำเที่ยว จัดโดย อพท. (องค์การบริหารการพัฒนา พื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน) สำหรับนักท่องเที่ยว ที่เดินทางจากกรุงเทพมหานครเพื่อไปท่องเที่ยวใน ภาคเหนือ ซึ่งจะมีสถานที่ต่างๆตลอดเส้นทางให้แวะชิมอาหาร โดยเฉพาะอาหารพื้นเมืองของภาคเหนือ โดยสถานที่ที่แนะนำเริ่มต้นจาก จังหวัดสุโขทัย ถึง จังหวัดน่าน ใน ระหว่างเส้นทางดังกล่าว จะมีอาหารพื้นบ้านขึ้นชื่อของ แต่ละพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวได้แวะชิมก่อนถึงจุดหมายปลายทาง ซึ่งบางรายการอาหารไม่สามารถหาทานได้ง่ายๆใน ปัจจุบัน ซึ่งอาหารพื้นบ้านที่ขึ้นชื่อ ได้แก่ บะหมี่ซากังราว ขนมข้าวตอกอัด ข้าวเป็ญ กวยเตี๋ยวแบ น้ำพริกชอกไข่ แกงส้มเมือง ลำบะเชือก หรือลำมะเขือแจ้ ไก่ทอดมะเขว่น ไก่ยี่ หรือสาหร่ายไทรทองเคือง เป็นต้น ในแต่ละรายการ อาหารจะเป็นรายการอาหารที่มีการสืบทอดกันมาตั้งแต่ สมัยโบราณ ที่ชาวบ้านได้คิดขึ้นมาเองแล้วได้ถ่ายทอดมาสู่ คนรุ่นหลังทำให้แต่ละรายการอาหารมีเอกลักษณ์ที่เฉพาะ ตัว มีรสชาติที่บ่งบอกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นของตน(องค์การ บริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2560). สงกรานต์นี้ตามรอยเส้นทาง แวะชิมอาหารพื้นเมือง ภาคเหนือ จาก จ.สุโขทัย – จ.น่าน. ค้นจาก <https://tis.dasta.or.th/dastatravel/north-food/> นอกจากงาน เทศกาลสงกรานต์แล้วในประเทศไทยยังมี งานเทศกาลกิน ปลาหู และของดีเมืองแม่กลอง เกิดขึ้นจากความร่วมมือของ จังหวัดสมุทรสงคราม หอการค้าจังหวัดสมุทรสงคราม ททท. สำนักงานสมุทรสงคราม หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ใน จังหวัดสมุทรสงคราม โดยจุดเริ่มต้นของงานนี้มาจากเหตุ ที่ช่วงเดือนตุลาคมถึงธันวาคมจะเป็นช่วงที่ปลาหูเดิบโต เต็มที่ และมักเดินทางมาจากภาคใต้เพื่อมาหากินบริเวณ ปากอ่าวแม่กลองซึ่งเป็นบริเวณที่อุดมสมบูรณ์ เพราะเหตุ

นี้ปลาที่จับได้จึงมักเป็นปลาที่อุดมไปด้วยสารอาหาร และรสชาติที่ดีเยี่ยม ซึ่งเป็นที่มาของปลาหมักเกลืออันมีชื่อเสียง ภายในงาน จะมีการจำหน่ายอาหารทะเลสด และแปรรูป การจำหน่ายสินค้าของดีเมืองแม่กลอง การจำหน่ายพืชผักผลไม้ การประกวดร้องเพลงลูกทุ่ง การแสดงโขนนอก การประกวดแข่งขันแม่กลองมิวสิควอร์ลด์ รุ่งพินน้ำนมและรุ่งเยาวชน การแสดงของเยาวชน บนเวที ร้างย้อนยุค และกิจกรรมอื่น ๆ อีกมากมาย ผู้เข้าร่วมจะได้สัมผัสกับเมนูปลาที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการจำหน่ายเมนูปลาสุขภาพ มากกว่า 50 เมนูที่ได้รับการปรุงมาจากปลาที่ขึ้นชื่อประจำจังหวัดสมุทรสงคราม ตัวอย่าง เช่น น้ำพริกปลา ปลาชู่เตี๊ยะ ปลาต้มมะดัน ตับปลาผัดฉ่า เป็นต้น และทางภาคใต้มีงานมหรหรรรม มะพร้าวขาวสมุย เป็นหนึ่งในงานเทศกาลอาหารที่มีขึ้นเพื่อสนับสนุน มะพร้าวซึ่งเป็นสินค้าพื้นเมืองของเกาะสมุย และยังมีผลผลิตเป็นอันดับหนึ่งในประเทศไทย ภายในงานจะมีกิจกรรมมากมาย เช่น นิทรรศการมะพร้าวกับวิถีชีวิต ชุมชน พืชผลแห่งความผูกพัน สีสันแห่งจิตวิญญาณและชีวิตของชาวเกาะสมุย และมีกิจกรรมที่น่าสนใจ เช่น เมนูมะพร้าวกว่า 100 เมนู การแสดงโชว์สุดพิเศษที่รังสรรค์ขึ้นโดยบาร์เทนเดอร์ชื่อดังของเมืองไทย พร้อมเลือกซื้อของที่ระลึก ผลิตภัณฑ์จากมะพร้าว และการสาธิตการประดิษฐ์เครื่องประดับของตกแต่งจากมะพร้าว จะเห็นได้ว่าในประเทศไทยมีเทศกาลอาหารที่เกิดขึ้นจากการร่วมมือของภาครัฐและเอกชนเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงอาหารขึ้น(บัณฑิต อเนกพูนสุข. (2560). Food on the Move. TAT Review, 2560 (ฉบับที่ 1/2560), 14)

จากตัวอย่างเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารในหลายๆประเทศรวมถึงประเทศไทยพบว่ามี การนำเสนอประสบการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์ผ่านกิจกรรมการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมวิถีชีวิต เพื่อสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ในการทานอาหาร และพบว่านักท่องเที่ยวเชิงอาหารจะใส่ใจกับการรับประทานอาหาร ทำให้การท่องเที่ยวประเภทนี้จำเป็นต้องมีการจัดขั้นตอนในการรับประทานอาหารตั้งแต่ การเริ่มปรุงอาหาร การจัดโต๊ะอาหาร จนถึง การจับคู่เครื่องดื่มและอาหารชนิดต่างๆที่เหมาะสมกัน ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงควรจัดเส้นทางการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทานอาหารให้กับนักท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการทานอาหาร เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รู้ถึงประวัติศาสตร์

วัฒนธรรม มารยาทต่างๆในการทานอาหาร นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวัฒนธรรมการทานอาหาร ได้แก่ การชิมเครื่องดื่มที่ขึ้นชื่อ การเดินเที่ยวกินอาหารในย่านที่มีชื่อเสียงที่นักท่องเที่ยวควรไป และการเรียนทำอาหาร เป็นต้น

การท่องเที่ยวเชิงอาหารในปัจจุบัน

ณ ปัจจุบัน นักท่องเที่ยวต้องการสัมผัสประสบการณ์ใหม่ๆ เกี่ยวกับเอกลักษณ์เฉพาะและวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นที่ได้ไปเยือน อาหารกลายเป็นส่วนประกอบสำคัญที่ช่วยสนับสนุนการเรียนรู้เรื่องวัฒนธรรมและการใช้ชีวิตของผู้คนในแต่ละท้องถิ่น นอกจากนี้แล้วอาหารยังเป็นเหมือนจุดรวบรวมระหว่างวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม และแนวโน้มการท่องเที่ยวใหม่ๆที่เกี่ยวข้องกับประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี ความเป็นเอกลักษณ์ ประชากรศาสตร์ ความยั่งยืน และประสบการณ์ ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความรู้มากขึ้นและรอบรู้มากขึ้นจากเทคโนโลยีในปัจจุบันที่ใช้ในการเปรียบเทียบ โรงแรมที่พัก การเดินทาง รวมถึงร้านอาหารและเชื่อบุคคลอ้างอิงเช่นคนในครอบครัวญาติและเพื่อน รวมถึงการอ่านรีวิวต่างๆจากผู้ให้บริการจริงมากกว่าเชื่อการโฆษณาจากร้านค้าหรือผู้ประกอบการ และยังคงตามหาสิ่งแปลกใหม่ตลอดเวลา เช่นการแสวงหาความเป็นเอกลักษณ์ผ่านการทานอาหาร เมื่อออกเดินทางไปยังประเทศ ภูมิภาค เมือง หรือชุมชน ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในปัจจุบัน ต้องมีแนวทางในการพัฒนาและคิดค้นเมนู ส่วนผสมใหม่ๆที่สร้างสรรค์มาสร้างความแตกต่างในการดึงดูดนักท่องเที่ยว รวมถึงการสร้าง ความยั่งยืนและรักษาสิ่งแวดล้อมไว้ในตัวผลิตภัณฑ์ เช่นการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ การใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นเพื่อลดการขนส่ง เป็นต้น

กระแสการนำโทรศัพท์มือถือขึ้นมาถ่ายรูปอาหารในงานในปัจจุบันและโพสต์ลงโซเชียลมีเดีย เช่นเฟสบุ๊ก อินสตาแกรม หรือลงคลิปในยูทูบ ก่อนทานอาหาร โดยกลุ่มคนพวกนี้มีความชื่นชอบและสนใจในเรื่องการทานอาหาร การปรุงอาหาร การเลือกวัตถุดิบ การสร้างบรรยากาศร้านอาหาร การจัดตกแต่งงาน และค้นหาความรู้เกี่ยวกับอาหาร ตำนาน ประวัติศาสตร์ ความเป็นมา และถ่ายทอดประสบการณ์ เรื่องเล่า รสนิยม และตัวตน ออกไปสู่คนอื่นผ่านทางโซเชียลมีเดีย(วุฒิชัย กฤษณะประกรกิจ.

(2560). Foodie Food Tourism Trend 2017. TAT Review, 2560(ฉบับที่ 1/2560), 27) โดยเสาะแสวงหาอาหารแปลกๆ ออกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตระเวนชิมอาหารตามสถานที่ต่างๆ และเฉพาะเจาะจงเพื่อได้ชิมเมนูนั้นๆ โดยเฉพาะ และมีการอธิบายรายละเอียดของรสชาติ เช่น ไวน์ กาแฟ ขนมหวาน โดยกลุ่มคนที่มีพฤติกรรมแบบนี้เราเรียกว่ากลุ่มฟู้ดตี้ ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้ทำให้นักท่องเที่ยวได้เห็นกลุ่มฟู้ดตี้โพสต์ในโซเชียลมีเดียต่างๆ ต้องการเดินทางไปตามรีวิวหรือคำแนะนำ ทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพิ่มมากขึ้น

การท่องเที่ยวเชิงอาหารมีความสำคัญในแง่ของเศรษฐกิจและเป็นตัวกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการเดินทางมากขึ้นจากผลสำรวจพบว่ามากกว่า 1 ใน 3 ของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวทั้งหมดถูกใช้ไปในเรื่องของอาหาร เพราะเหตุนี้เองหลายๆ ประเทศจึงเริ่มกลับมาให้ความสนใจในเรื่องของการนำอาหารมาใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนั้นการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทยต้องเริ่มจาก

1. แต่ละแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารต้องนำเอกลักษณ์ของตนมาสร้างเป็นเรื่องราว เรื่องเล่าเกี่ยวกับอาหารแต่ละชนิด เช่น ชื่อรายการอาหารที่น่าสนใจ ประวัติความเป็นมาของชื่ออาหาร สีของอาหารความโดดเด่นของวัตถุดิบ ภาชนะที่บรรจุ ความน่าสนใจของวัตถุดิบ กรรมวิธีในการทำ วิถีชีวิตของคนในหมู่บ้านที่คลุกคลีกับอาหารชนิดนี้ คุณค่าและประโยชน์ที่ได้รับจากอาหารชนิดนี้ และวัตถุดิบที่ใช้มีสรรพคุณและคุณสมบัติอย่างไร โดยมีปราชญ์ชาวบ้านหรือผู้รู้คอยอธิบายและให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยว

2. นักท่องเที่ยวต้องมีส่วนร่วมในการลงมือปฏิบัติในการทำอาหารด้วยเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ หรือให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการหาวัตถุดิบ ไม่ว่าจะเป็นการเข้าป่าเพื่อหาผัก หรือล่าสัตว์ การออกทะเลเพื่อหาปลา ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้จะสร้างความท้าทายให้กับนักท่องเที่ยว รวมถึง การให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการคิดเมนูหรือสร้างสรรค์เมนูใหม่ๆ ด้วยตนเอง

3. ต้องมีการสร้างการรับรู้จากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ให้กับนักท่องเที่ยว ได้แก่ (1.)ประสาทสัมผัสด้านการมองเห็น เป็นสัมผัสที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการรับรู้

และมีอำนาจในการชักจูงให้ทำสิ่งต่างๆ (ชุดิมา รุ่งโรจน์พานิชกุล. (2560). การใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ในการสร้างอัตลักษณ์สำหรับชุมชนวัฒนธรรม. วิทยานิพนธ์ปริญญาเอกศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: 6) ดังนั้นอาหารที่มีการจัดวางจานอย่างสวยงามมีสีสันที่ดูน่ารับประทานย่อมดึงดูดใจและทำให้นักท่องเที่ยวที่พบเห็นภาพของอาหารเหล่านี้ผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์คหรือผ่านพับโปสเตอร์ต่างๆ เกิดความต้องการในการรับประทานอาหารเหล่านี้มากยิ่งขึ้นมากกว่าการฟังแค่เรื่องเล่าและใช้จินตนาการเพียงอย่างเดียว (2.)ประสาทสัมผัสด้านการได้ยิน เป็นประสาทสัมผัสที่กระตุ้นความคิดจากการได้ฟัง (ชุดิมา รุ่งโรจน์พานิชกุล. (2560). การใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ในการสร้างอัตลักษณ์สำหรับชุมชนวัฒนธรรม. วิทยานิพนธ์ปริญญาเอกศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: 7) เช่น การฟังเรื่องราว เรื่องเล่าความเป็นมาของอาหาร ที่มาของอาหารแต่ละประเภท วิธีการปรุงวิธีการทำ กรรมวิธีต่างๆ พิธีกรรม ประเพณีวัฒนธรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทานอาหาร ความน่าสนใจ สรรพคุณประโยชน์ เรื่องของชุมชนที่เกี่ยวกับอาหารที่จะรับประทานเพื่อสร้างจินตนาการและกระตุ้นความรู้สึกนึกคิด การย่อนเวลาเข้าไปอยู่ในช่วงเวลาขณะนั้น คำอธิบายในการประกอบอาหารที่ชัดเจนเข้าใจง่าย เสียงการประกอบอาหารที่ฟังแล้วตื่นเต้น เสียงดนตรีพื้นบ้านขณะประกอบอาหารซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความคล้อยตามและรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่นั้นๆ (3.)ประสาทสัมผัสด้านการรับรู้รสชาติ(ชุดิมา รุ่งโรจน์พานิชกุล. (2560). การใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ในการสร้างอัตลักษณ์สำหรับชุมชนวัฒนธรรม. วิทยานิพนธ์ปริญญาเอกศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: 8) ในการท่องเที่ยวเชิงอาหารประสาทสัมผัสนี้สำคัญมากและเป็นสัมผัสที่อ่อนไหวที่สุด หากนักท่องเที่ยวสูญเสียการรับรสแล้วการท่องเที่ยวเชิงอาหารคงไม่เกิดขึ้นเนื่องจากรสชาติอาหารมีความสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดความตื่นเต้นและสร้างความสุขและความเพลิดเพลินให้กับชีวิต ดังนั้นนักท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงมีความต้องการที่จะเสาะแสวงหาอาหารอร่อยๆ มารับประทาน ดังนั้นการปรุงรสชาติที่กลมกล่อมและมีความอร่อยมีเอกลักษณ์ของรสชาติจะบอกถึงตัวตนของวัฒนธรรมในสถานที่ท่องเที่ยว นั้นๆ ได้เป็นอย่างดีและสร้างประสบการณ์ที่ดีและพิเศษให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างเสมอ (4.)ประสาทสัมผัสด้านการรับ

รู้จักกัน เป็นสัมผัสที่ไม่สามารถจะปิดรับได้เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องหายใจ(ชุดิมา รุ่งโรจน์พานิชกุล. (2560). การใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ในการสร้างอัตลักษณ์สำหรับชุมชนวัฒนธรรม. วิทยานิพนธ์ปริญญาเอกศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: 9) โดยเฉพาะกลิ่นของอาหารมีความสำคัญมากควบคุมไปกับรูปร่างและรสชาติของอาหาร การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงจำเป็นต้องสร้างกลิ่นของผลิตภัณฑ์อาหารหรือในขณะประกอบอาหารและกลิ่นของบรรยากาศ เพื่อกระตุ้นการสร้างอารมณ์ความอยากอาหาร ความกระหายหรือแม้แต่ช่วยให้ผ่อนคลาย ทั้งนี้กลิ่นยังสามารถทำให้ย้อนความทรงจำในอดีตสมัยเด็กได้อีกด้วย ดังนั้นการใช้กลิ่นมาช่วยในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ไม่ว่าจะเป็นกลิ่นของเครื่องปรุงรสนั้น กลิ่นของอาหารที่เสร็จใหม่ๆ กลิ่นของสมุนไพรที่ให้ความหอมและผ่อนคลาย จะสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเชิงอาหารอยู่ในสถานที่นั้นๆ ได้นานยิ่งขึ้น (5.) ประสาทสัมผัสด้านการสัมผัส หมายถึงการจับต้องและสามารถรับรู้โดยผ่านทางผิวหนัง (ชุดิมา รุ่งโรจน์พานิชกุล. (2560). การใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ในการสร้างอัตลักษณ์สำหรับชุมชนวัฒนธรรม. วิทยานิพนธ์ปริญญาเอกศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: 10)ในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร นักท่องเที่ยวนอกจากจะได้สัมผัสอาหารในการรับประทานแล้วยังสามารถลงมือปฏิบัติในการประกอบอาหาร ตามหาวัตถุติบ หยิบจับเครื่องมือในการทานอาหาร ทุกอย่างล้วนใช้การสัมผัสทั้งสิ้นเพื่อสร้างประสบการณ์ที่แตกต่าง ทำทาย มากกว่าการได้รับประทานอาหาร

4. ควรจัดงานเทศกาลเกี่ยวกับอาหารหรือกิจกรรมพิเศษขึ้นบ่อยๆในทุกๆเดือน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักร้านอาหารต่างๆที่น่าสนใจ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารมากยิ่งขึ้น รวมถึงมีการสาธิตการทำอาหารและมีการละเล่นต่างๆภายในงานที่สะท้อนภูมิปัญญา และวัฒนธรรมของอาหารผ่านการนำเสนอในรูปแบบต่างๆภายในงาน เพื่อสะท้อนวิถีชีวิตของคนในชุมชนนั้นๆ เพื่อสร้างประสบการณ์ในการทานอาหารที่มีความแตกต่างกันในแต่ละสถานที่

5. ต้องมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้เป็นที่รู้จักผ่านทางโซเชียลมีเดียต่างๆไม่ว่าจะเป็นเพจ เฟสบุ๊ค อินสตาแกรม ยูทูบ โดยแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารจำเป็นต้องมีไว

ไฟต์เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่มาถึง สามารถใช้สัญญาณในการเช็คอิน เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยววันนั้นๆไปในตัวและเป็นการสร้างความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยได้มาเนื่องจากการเขียนรีวิวหรือโพสต์ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียเป็นการโพสต์ของนักท่องเที่ยวเอง รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารต้องมีคู่มือแนะนำเพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึง รวมถึงการสร้างคำเชิญชวนที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจที่จะไปชิมรายการอาหารนั้นมากขึ้น เช่น รสชาติอร่อยไม่เหมือนที่ไหนแน่นอน หากไม่ได้ลองชิมอาจมาไม่ถึง มาที่นี่รับรองอร่อยติดใจ มากกว่าคำว่าอร่อย

6. การให้ความรู้และถ่ายทอดสูตรอาหาร กรรมวิธี พิธีกรรมต่างๆให้กับคนในชุมชนรวมถึงการเล่าเรื่องราวและที่มาของวิธีการทำอาหารเพื่อส่งมอบภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่น เพื่อไม่ให้เกิดการทำอาหารหรือเอกลักษณ์ของอาหารสูญหายไปตามกาลเวลา

7. ควรมีการจัดรายการนำเที่ยวพร้อมกิจกรรมให้ร่วมลงมือปฏิบัติ เช่นการประกอบอาหาร การคิดค้นเมนู การหาวัตถุติบ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดประสบการณ์ที่แปลกใหม่และหลากหลายจาก อาหาร คนในท้องถิ่น สิ่งแวดล้อมรอบตัวของนักท่องเที่ยว

8. ต้องมีกิจกรรมที่แปลกใหม่และสร้างสรรค์อยู่ตลอดเวลาแต่ต้องคงเอกลักษณ์เดิมของอาหารเอาไว้ อาจจะเป็นการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของรูปแบบการเดินทางในการหาวัตถุติบ มีการแข่งขันทำอาหาร แข่งขันกันเสาะแสวงหาวัตถุติบ แม้แต่การปลูกข้าวก็สามารถนำมาเป็นกิจกรรมได้เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าใจถึงที่มาของวัตถุดิบ เช่นการเรียนรู้เรื่องข้าว ประเภทของข้าวและกระบวนการสีข้าว การเรียนรู้วิธีการหุงข้าว การเรียนรู้กระบวนการแปรรูปข้าว โดยใช้กระบวนการทำขนมครกเป็นกิจกรรมตัวอย่าง การเรียนรู้กระบวนการปลูกข้าว และทดลองปลูกข้าวในแปลงนาสาธิต การเรียนรู้เรื่องการเพาะต้นกล้าเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ว่ากว่าจะเป็นข้าวให้ทานนั้นมีขั้นตอนอย่างไรบ้างเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์ใหม่ๆและเข้าถึงคุณค่าของอาหาร

9. การอาศัยความร่วมมือของภาครัฐและเอกชน โดยภาครัฐดำเนินงานตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย โดยประสานงานไปยังการท่องเที่ยว

เที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) ร่วมมือกันในการประชาสัมพันธ์เมืองไทยในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีการสโลแกนต่างๆที่น่าสนใจในการดึงดูดนักท่องเที่ยว การเล่าเรื่องราวต่างๆของวัตถุดิบและสอດแทรกประเพณี วัฒนธรรม และกิจกรรมในการประกอบอาหารของคนไทย ผ่านการนำเสนอทางยูทูบ นอกจากนี้ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ(สสปน.)ทำหน้าที่ในการจัดงานแสดงสินค้าด้านอาหารระดับโลกมาจัดที่ไทยเช่น งานอาหารและเครื่องดื่มระดับโลก THAIFEX 2019 ที่จัดขึ้น 28 พฤษภาคม ถึง 1 มิถุนายน 2562 ที่อิมแพ็ค เมืองทองธานี ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมอาหารในชาติต่างๆเพิ่มมากขึ้นและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเชิงอาหารเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นเพื่อต้องการไปชิมและเรียนรู้การทำอาหารของหลายๆประเทศในงาดังกล่าวที่จัดขึ้น

10. การใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงการันตีความอร่อยและความสนุกในการทำกิจกรรมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารผ่านทางโซเชียลมีเดียต่างๆจะทำให้เกิดกิจกรรมเที่ยวตามรอยดาราดำตามรอยคนดังในการไปชิมอาหารในสถานที่เหล่านั้น

11. การสร้างความสะอาดถูกหลักอนามัยและการรักษาคุณภาพมาตรฐาน ตลอดจนความสะอาดของพื้นที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยต้องมีกิจกรรมการดูแลและจัดเก็บอาหารแยกขยะของเสียต่างๆ รวมถึงวิธีการการกำจัดขยะที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

บทสรุป

หากต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารต้องเข้าใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวประเภทนี้และทำให้นัก

ท่องเที่ยวประเภทนี้รู้สึกว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นมากกว่าอาหารเสมอ ซึ่งจากการศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวประเภทนี้จะนิยมทำกิจกรรมในรูปแบบ การเยี่ยมชมและชิมอาหาร เรียนทำอาหาร และรับประทานอาหารท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงอาหารของไทยจะเกิดขึ้นได้ต้องได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน อาทิ จัดทำเส้นทางรายการอาหารท้องถิ่นที่ขึ้นชื่อให้นักท่องเที่ยวได้ลองชิม การจัดเทศกาลงานอาหาร การประชาสัมพันธ์รายการอาหารขึ้นชื่อให้กับชาวต่างชาติ และทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงสัมผัสทั้ง 5 ไม่ว่าจะเป็นการมองเห็นได้กลิ่น ได้ลิ้มรสชาติ ได้สัมผัส และได้ยินเรื่องราวต่างๆผ่านการบอกเล่าที่น่าสนใจ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าหากจะพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย ต้องทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจประวัติความเป็นมา วัฒนธรรมการทำอาหาร โดยมีมีคฤศก์หรือปราชญ์ชาวบ้านที่เป็นผู้เชี่ยวชาญของแต่ละท้องถิ่นเป็นผู้อธิบาย การที่นักท่องเที่ยวได้รับรู้เรื่องราวต่างๆของอาหารท้องถิ่นจะทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงชุมชน เข้าถึงคุณค่าของอาหาร ทราบถึงเรื่องราวการได้มาของอาหารแต่ละชนิด เช่น การออกค้นหาวัตถุดิบ การได้มาของวัตถุดิบ จึงกล่าวได้ว่าเรื่องราวของอาหารทำให้คุณค่าของอาหารแต่ละจานโดดเด่นและเป็นที่จดจำ อาหารหนึ่งจานสามารถรวบรวมเรื่องราวมรดกภูมิปัญญา ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม การทานอาหาร วิธีการนำเสนออาหาร การสร้างสรรค์รายการอาหารต่างๆให้เกิดการลิ้มรสอาหาร การนำเสนออาหารที่สะท้อนวิถีชีวิต ธรรมเนียมตามยุคสมัย ซึ่งสามารถดูได้จากภาชนะที่ใส่อาหาร ไปจนถึงนวัตกรรมด้านอาหารดนตรี การแสดง วรรณกรรม ที่สามารถทำให้ธรรมชาติของอาหารเป็นได้มากกว่าแค่อิ่มท้อง แต่สร้างสรรค์ให้อาหารเป็นสัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวหรือชุมชนนั้นๆในการเปิดประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ลึกซึ้งแก่ผู้มาเยือน



References

- Suanpleng, P., & et.al. (2016). Gastronomic tourism. *Tourism Economic Review*. (4), 40-44.
(in Thai)
- Anekpoonsuk, B. (2017). Food on the move. *TAT Review*, (1), 13-15. (in Thai)
- Designated Areas for Sustainable Tourism. (2017). *Visit and taste the Northern local food from Sukhothai to Nan in this Water splash festival*. Retrieved from <http://tis.dasta.or.th/dastatravel/north-food/>. (in Thai)
- Kritsanaprakornkit, W. (2017). Foodie food tourism trend 2017. *TAT Review*, (1), 14-27 (in Thai)

