

กลยุทธ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อสุขภาพของประเทศไทย Strategies for promoting healthy gastronomy tourism in Thailand

นิลุบล ประเคนภักธา¹ และปฐวี ชุณหะวัณ*¹

¹ วิทยาลัยการแพทย์บูรณาการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

Nilubon Prakenpattara¹ and Puri Chunkajorn*¹

¹ College of Integrative Medicine, Dhurakij Pundit University

รับบทความ: 31 ธันวาคม 2566

แก้ไขบทความ: 19 มีนาคม 2567

ตอบรับบทความ: 22 เมษายน 2567

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อสุขภาพของประเทศไทย เพื่อสร้างกิจกรรมร่วมระหว่างการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อสุขภาพ โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งผลการศึกษาพบว่า แนวทางของกลยุทธ์ ประกอบด้วย 4 แนวทาง ได้แก่ 1) ด้านกลยุทธ์เชิงรุก ได้แก่ การส่งเสริมการผลิตสินค้าอาหารเพื่อสุขภาพ การส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่ที่ส่งเสริมสุขภาพ การยกระดับเทศกาลประเพณีอาหารในท้องถิ่น เพื่อนำเสนอการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 2) ด้านกลยุทธ์เชิงป้องกัน ได้แก่ การพัฒนากระบวนการให้บริการของสถานที่ให้บริการอาหาร การพัฒนาระบบคมนาคมขนส่ง การส่งเสริมการผลิตสินค้าอาหารและการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การยกระดับเทศกาลประเพณีอาหารการจัดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่มีความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำจังหวัด 3) ด้านกลยุทธ์เชิงแก้ไข ได้แก่ การพัฒนาสนับสนุนโครงการประชาสัมพันธ์ การเสริมสร้างพัฒนาทักษะการให้บริการแก่บุคลากรและประชาชนในพื้นที่ การสร้างโมเดลกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสุขภาพ 4) ด้านกลยุทธ์เชิงรับ ได้แก่ การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสุขภาพโดยส่งเสริมด้านการตลาดบริการ การจัดทำปฏิทินเทศกาลอาหาร การจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าอาหารสุขภาพชุมชน ซึ่งการวิเคราะห์ดังกล่าวจะทำให้เห็นความแตกต่างของความต้องการจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ ในการท่องเที่ยวเชิงอาหารสุขภาพที่แตกต่างกัน หลังจากนั้นจะเป็นการวิเคราะห์กระบวนการคิดเชิงออกแบบ ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนการดำเนินกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นำไปใช้ในการกำหนดรูปแบบของการจัดกิจกรรมร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: กลยุทธ์การท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงอาหาร การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

Abstract

The purpose of this research study is to study strategies for promoting healthy gastronomy tourism in Thailand. To create joint activities between healthy gastronomy tourism using qualitative research. The study found that strategy approach consists of 4 approaches: 1) Proactive strategy, including promoting the production of healthy food products. Promoting gastronomy tourism activities in areas that promote health upgrading local traditional food festivals to present health tourism. 2) Preventive strategies include developing the service process of food service establishments. Transportation system development promoting food production and agricultural tourism upgrading traditional food festivals and establishing a tourist service center with expertise in provincial food tourism. 3) Corrective strategies include developing and supporting public relations projects. Strengthening and developing service skills for personnel and people in the area Creating a model for healthy gastronomy tourism activities. 4) Reactive strategy includes organizing healthy gastronomy tourism activities by promoting marketing. Service development creating a food festival calendar. Establishment of a community health food distribution center this analysis will reveal the differences in needs from groups of tourists with objectives in health gastronomy tourism that is different after that, there will be an analysis of the design thinking process, which is data analysis according to the steps for carrying out activities for health tourism the said analysis process can be used to determine the format for organizing joint activities effectively.

Keywords: Tourism strategy, Gastronomy tourism, Health tourism

บทนำ

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโรค COVID-19 ซึ่งเริ่มต้นเมื่อเดือนธันวาคม 2562 จนกระทั่งถึงปัจจุบัน ส่งผลกระทบต่อความหวังชีวิตของคนในสังคม และก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ส่งผลให้ธุรกิจทุกภาคส่วนภายในประเทศหยุดชะงักลงอย่างฉับพลัน หลายธุรกิจภายในประเทศทยอยปิดตัวลงทำให้ แรงงานเผชิญกับปัญหาการตกงานเป็น จำนวนมาก จากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค พบว่า 3 สิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก ได้แก่ สิ่งแวดล้อม สุขภาพ และการจัดการขยะ ซึ่งสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโรค COVID-19 ได้เปลี่ยนวิถีการใช้ชีวิตของผู้บริโภคใหม่ โดยเฉพาะเรื่องของสุขภาพ ความปลอดภัยของอาหารจัดอยู่ในลำดับความสำคัญสูงสุด ผู้บริโภคต้องการที่จะรับมือกับความท้าทายด้านสภาพอากาศและการบริโภคอาหารไม่ว่าจะด้วยตัวเองหรือร่วมกันกับผู้อื่น เรียนรู้วิถีชีวิตเพื่อสัมผัสประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่แตกต่างไปจากเดิม ก่อให้เกิดเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ขึ้น

ตลาดการท่องเที่ยวในปัจจุบันเน้นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ) เป็นการเดินทางเพื่อกิจกรรมเชิงสุขภาพ โดยแบ่งเวลาระหว่างการรักษาหรือพักผ่อนสุขภาพเพื่อทำกิจกรรมเชิงส่งเสริมสุขภาพและรับประทานอาหารสุขภาพที่มีหลากหลายรูปแบบ เช่น อาหารสมุนไพร อาหารมังสวิรัต อาหารที่ทำจากผลไม้สดผักสด ดันอ่อนของเมล็ดพืช น้ำผักผลไม้และพืชสมุนไพร หรืออาหารที่ผ่านการปรุงแต่งน้อย มีน้ำตาล ไขมัน โซเดียมต่ำ ไม่ใช้สารกันบูดและผงชูรส เป็นต้น ด้วยแนวโน้มการเติบโตของการท่องเที่ยวสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ ทำให้การเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพเพิ่มสูงขึ้นทั้งในเชิงรายได้และจำนวน เพื่อรองรับการเติบโตของนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว สถานประกอบการต่าง ๆ มีการปรับปรุงห้องอาหารให้มีรายการอาหารและเครื่องดื่มที่เน้นไปเชิงส่งเสริมสุขภาพและนำวัตถุดิบเกี่ยวกับผัก ผลไม้ หรือพืชสมุนไพรไทยมาใช้เป็นส่วนประกอบในเมนูอาหาร หรือการเปิดห้องอาหารแนวส่งเสริมสุขภาพโดยเฉพาะและการออกแบบรายการอาหารและเครื่องดื่มควบคู่กับกิจกรรมของแผนกสปาและสันทนาการ เป็นการเพิ่มโอกาสและทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยว (Chaiyasain, 2019)

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยมีความต้องการที่จะศึกษากลยุทธ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อสุขภาพของประเทศไทย ซึ่งเป็นการกำหนดกลยุทธ์ที่เกิดจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกในด้านที่ส่งผลกระทบต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อสุขภาพ ทั้งนี้เพื่อนำผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมมาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์โดยใช้เครื่องมือ TOWS Matrix ซึ่งเป็นเครื่องมือทางกลยุทธ์ที่ใช้สำหรับสร้างกลยุทธ์ใหม่ขึ้นมาตามสภาพแวดล้อมปัจจุบัน เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจอาหารสุขภาพ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อสุขภาพในประเทศไทย อีกทั้งยังก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ในการจัดการการท่องเที่ยวที่ใช้อาหารเป็นจุดดึงดูดสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และก่อให้เกิดแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อสุขภาพไปสู่ชุมชนและเป็นการกระจายรายได้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

“อาหาร” จัดว่าเป็นองค์ประกอบของการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวตาม ร้านอาหาร โรงแรม หรือ รีสอร์ท แต่ในปัจจุบันอาหารได้มีความสำคัญโดยเป็นตัวแทนที่จะนำเสนอ วิถีชีวิตของคนในสังคม ซึ่งสะท้อนวัฒนธรรมแต่ละท้องถิ่นทั้งในอดีตและปัจจุบัน จากความสำคัญนี้สามารถสรุปสาระสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ได้แก่ 1) นักท่องเที่ยวจะระลึกถึงความสำคัญของวัฒนธรรมท้องถิ่น 2) เป็นสินค้าและบริการที่จำเป็นต่อนักท่องเที่ยว 3) เป็นส่วนสำคัญในการแข่งขันทางการตลาด 4) เป็นส่วนประกอบของการส่งเสริมการตลาดทางการท่องเที่ยว 5) เป็นส่วนประกอบในการพัฒนาด้านเกษตรกรรมและเศรษฐกิจของท้องถิ่น และ 6) เป็นตัวชี้วัดของความเจริญทั้งระดับโลก ระดับประเทศ และระดับท้องถิ่น (Hall & Sharpley, 2003) ซึ่ง Punturee (2015) ได้กล่าวว่า อาหารเป็นองค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่สำคัญประการหนึ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวได้ เนื่องจากอาหารสามารถบอกถึงเอกลักษณ์ของพื้นที่ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของท้องถิ่น รวมทั้งสามารถนำเสนอประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็น “ความสนใจพิเศษ” โดยมีอาหารเป็นปัจจัยหลักในการสร้างประสบการณ์ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว ทั้งนี้การสร้างประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวสามารถทำได้โดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (Tourism Authority of Thailand, 2008) ได้ให้ความหมายของของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็น การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และวัฒนธรรมตลอดจนการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจากการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและกิจกรรมรักษาฟื้นฟูสุขภาพ

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้นเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวหรือการพักผ่อนควบคู่ไปกับการดูแลสุขภาพของนักท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสามารถแบ่งตามลักษณะของการท่องเที่ยวออกเป็น 3 ระดับ คือ

1. การท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวที่ได้อยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้น การท่องเที่ยวในลักษณะนี้กำลังเป็นที่นิยมอย่างสูงทั่วโลก เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เริ่มให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพของตนเองภายใต้สภาพแวดล้อมที่เสื่อมโทรมในปัจจุบัน โดยการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพอย่างถูกวิธี
2. การท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูสุขภาพของนักท่องเที่ยวหรืออยู่ในระยะพักฟื้น การท่องเที่ยวลักษณะนี้นักท่องเที่ยวต้องการอากาศที่บริสุทธิ์อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดีและเป็นธรรมชาติ รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพและออกกำลังกายอย่างเบา ๆ เพื่อฟื้นฟูสุขภาพ
3. การท่องเที่ยวเพื่อรักษาโรคของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวในลักษณะนี้กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง เนื่องจากค่ารักษาพยาบาลในประเทศไทยถูกกว่าต่างประเทศ และประเทศไทยมีแพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญ และมีมือหลายด้าน

Chaiyasain (2019) พบว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้นส่งผลให้การรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพเป็นกิจกรรมที่กำลังได้รับความสนใจเพิ่มขึ้น อาหารเพื่อสุขภาพสามารถสร้างความเชื่อมโยงกับโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่าง ๆ ได้ สามารถนำตัวอย่างรูปแบบของนวัตกรรมบริการเชิงส่งเสริมสุขภาพมาเป็นต้นแบบและบูรณาการการทำงานร่วมกันของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องภายในองค์กร พร้อมทั้งนำวัตถุดิบที่เป็นเอกลักษณ์ของอาหารไทยมาผสมผสานเพื่อพัฒนาออกแบบรายการอาหารเพื่อสุขภาพและนำไปเชื่อมโยงกับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

Atiwethin (2000) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ วัฒนธรรมบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในบริบทสังคมเมืองพบว่า การรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพเป็นทางเลือกหนึ่งที่สำคัญในการดูแลสุขภาพ และชัดเจนความต้องการสารอาหารที่จำเป็นต่อร่างกาย การรับประทานอาหารสุขภาพยังแสดงให้เห็นถึงการดูแลร่างกายเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ในอนาคต โดยการรับประทานอาหารสุขภาพมีปัจจัยที่สนับสนุน เช่น บุคคลแวดล้อมรอบข้างและการสร้างภาพให้เกิดการคล้อยตามจากสื่อประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้คนที่หันมาใส่ใจการดูแลสุขภาพพยายามแสวงหาทางเลือกหรือโอกาสอื่น ๆ อีกด้วย

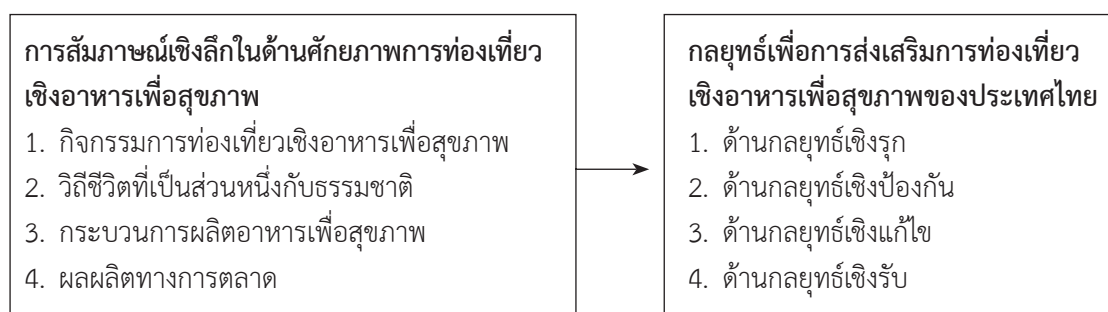
จากข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพ ชี้ให้เห็นว่าการรับประทานอาหารท้องถิ่นในประเทศไทย เป็นกิจกรรมหนึ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ และให้ความสนใจรับประทานอาหารในแหล่งพื้นที่ท่องเที่ยว ด้วยเอกลักษณ์ของอาหารไทยมีความโดดเด่นด้านวัตถุดิบ ผัก ผลไม้ สมุนไพรที่มีสรรพคุณทางยา ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจึงจำเป็นต้องมีอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพมาเป็นสิ่งดึงดูดด้านการท่องเที่ยวสุขภาพ ผู้ประกอบธุรกิจเพื่อสุขภาพ ร้านอาหาร และโรงแรม สามารถพัฒนาโอกาสดังกล่าวในการสร้างรายการอาหารใหม่ ๆ ที่ชูวัตถุดิบไทย นำเสนอในรูปแบบอาหารไทยที่ผสมผสานวัตถุดิบของอาหาร

มากกว่าสองวัฒนธรรมขึ้นไปและเกิดเป็นอาหารในรูปแบบใหม่ (Fusion Food) เพื่อเพิ่มมูลค่าและรายได้ให้ร้านอาหารและตอบสนองนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบองค์รวมต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ที่มีอิทธิพลต่อแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อสุขภาพของประเทศไทย
2. เพื่อนำเสนอกลยุทธ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อสุขภาพของประเทศไทย

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยกับ กลุ่มเชฟอาหารเพื่อสุขภาพ กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อสุขภาพ กลุ่มผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งประชากรผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มภาคเหนือ กลุ่มภาคกลาง กลุ่มภาคตะวันออก กลุ่มภาคตะวันตก และกลุ่มภาคใต้ จำนวนรวม 20 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งมีการกำหนดแนวคำถามเพื่อการสัมภาษณ์เป็นลักษณะคำถามปลายเปิด ประกอบด้วย คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว การรับรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อสุขภาพของประเทศไทย พฤติกรรมของผู้บริโภคต่อรูปแบบการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ และปัจจัยที่ส่งผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อสุขภาพของประเทศไทย

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในช่วงระหว่างเดือนพฤษภาคม ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2566

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกนั้น ผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา เนื่องจากเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยจะทำการถอดเทปบทสัมภาษณ์ที่ได้ แล้วนำมา

วิเคราะห์ กลยุทธ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อสุขภาพของประเทศไทย โดยจะจัดการประมวลเนื้อหาและมีการอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูล พบว่า กลยุทธ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อสุขภาพของประเทศไทยนั้น ต้องสร้างความโดดเด่นเรื่องวัฒนธรรมทางด้านอาหารเพื่อสุขภาพ ที่เป็นเอกลักษณ์และพร้อมบริการการท่องเที่ยว เรื่องราวของอาหารสุขภาพที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบในการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้เกิดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวท้องถิ่น ขยายตลาดการท่องเที่ยวอาหารสุขภาพให้มีกิจกรรมเชื่อมโยงที่น่าสนใจ มีกิจกรรมสำคัญที่มาจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน สร้างแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหารเพื่อสุขภาพ มีนโยบายการสร้างศักยภาพใน 4 ด้าน ได้แก่

1. การสร้างศักยภาพในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อสุขภาพท้องถิ่น ให้กับชุมชนและสร้างผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีอัตลักษณ์ โดยมาจากการกำหนดเส้นทางกิจกรรมการสาธิตเมนูอาหารเพื่อสุขภาพจากชุมชน สร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวจากชุมชน ผู้ประกอบการอาหารในชุมชนต้องมีช่องทางการจำหน่ายได้เองโดยตรง แต่ยังคงไว้ซึ่งเสน่ห์ของพื้นที่

2. การสร้างศักยภาพด้านวิถีชีวิตที่เป็นส่วนหนึ่งกับทรัพยากรทางธรรมชาติ ส่งเสริมศักยภาพให้แก่ชุมชนท้องถิ่นเพื่อให้นักท่องเที่ยวรับรู้ทางด้านภาพลักษณ์และคุณภาพอาหารเพื่อสุขภาพ นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงประสบการณ์การท่องเที่ยวในวัฒนธรรมท้องถิ่น อาหารพื้นถิ่น จากการจัดงานเทศกาลอาหารในพื้นที่หรือถนนคนเดิน หรือการนำเที่ยวจากยูทูบเปอร์ ให้ได้สัมผัสกับอาหารท้องถิ่นของชุมชนอย่างแท้จริง

3. การสร้างศักยภาพกระบวนการผลิตอาหารเพื่อสุขภาพในชุมชน เพื่อสร้างผลผลิตทางการตลาดอย่างยั่งยืน โดยชุมชนร่วมสร้างนโยบายเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพชุมชน สร้างการรับรู้เรื่องราวอาหารท้องถิ่นผ่านสื่อออนไลน์เพื่อนำนักท่องเที่ยวหน้าใหม่เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชน ลิ้มลองอาหารท้องถิ่น วัตถุประสงค์อย่างต่อเนื่อง

4. การสร้างศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อสุขภาพ ให้มีความสอดคล้องกัน กับการบริหารจัดการจัดการการท่องเที่ยวให้มีความต่อเนื่อง เพื่อให้ได้กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อสุขภาพ ให้มีการสนับสนุนการท่องเที่ยวที่หลากหลายร่วมกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ผสานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่นักท่องเที่ยวทั่วโลกสามารถเข้าถึงกิจกรรมจากชุมชนได้

เมื่อทำการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) และการวิเคราะห์ TOWS Matrix ต่อศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อสุขภาพ พบว่า กลยุทธ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อสุขภาพของประเทศไทย ควรประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ดังนี้

1. ด้านกลยุทธ์เชิงรุก

- 1.1 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารสุขภาพในแต่ละพื้นที่อย่างเป็นรูปธรรม

- 1.2 การส่งเสริมการผลิตสินค้าอาหารเพื่อสุขภาพทางการเกษตรปลอดภัย เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

1.3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสุขภาพในพื้นที่ที่มีความหลากหลาย

1.4 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีนโยบายส่งเสริม ผลักดัน ยกย่อง เทศกาลประเพณีอาหารในท้องถิ่นที่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพให้มีความยิ่งใหญ่ระดับประเทศในแต่ละจังหวัด

2. ด้านกลยุทธ์เชิงป้องกัน

2.1 การพัฒนากระบวนการให้บริการในพื้นที่ การจัดการแหล่งข้อมูลอาหารเพื่อสุขภาพที่เป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนาบุคลากรด้านอาหารที่มีคุณภาพในแต่ละพื้นที่

2.2 การส่งเสริมช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคม (Social media) โดยผู้ให้บริการต่าง ๆ เช่น เฟซบุ๊ก ยูทูบ อิน스타그램 และ ดิจิตัล เป็นต้น

2.3 การส่งเสริมการผลิตสินค้าอาหารเพื่อสุขภาพและการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนให้มีประสิทธิภาพ

2.4 การยกระดับเทศกาล ประเพณีอาหาร ระดับท้องถิ่นให้เป็นประเพณีระดับจังหวัด และระดับประเทศ

3. ด้านกลยุทธ์เชิงแก้ไข

3.1 การพัฒนาระบบขนส่งให้มีความเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร จุดต่าง ๆ ในพื้นที่ได้อย่างทั่วถึง

3.2 การสนับสนุนโครงการประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อสุขภาพในแต่ละพื้นที่ท่องเที่ยว

3.3 การจัดตั้งศูนย์ส่งเสริม อนุรักษ์ภูมิปัญญา กระบวนการ กรรมวิธีการทำอาหารท้องถิ่นที่ส่งเสริมสุขภาพ

3.4 การสร้างโมเดลกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อสุขภาพที่กำลังได้รับความนิยม

4. ด้านกลยุทธ์เชิงรับ

4.1 การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสุขภาพ โดยส่งเสริมด้านการตลาด เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่

4.2 การพัฒนาศูนย์บริการสุขภาพและการให้บริการ ทักษะการนำเสนอการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อสุขภาพให้กับบุคลากรทางการท่องเที่ยวในพื้นที่

4.3 การวางแผนการจัดทำปฏิทินเทศกาล ฤดูกาลของวัตถุดิบที่ผลิตได้ในพื้นที่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสามารถกำหนดวางแผนการเดินทางมาเยือนได้

4.4 การจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าอาหารเพื่อสุขภาพชุมชนที่มีความทันสมัยในเส้นทางสายหลักของการท่องเที่ยว

อภิปรายผล

1. แผนพัฒนาศักยภาพจากด้านกลยุทธ์เชิงรุก ประกอบด้วย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีนโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสุขภาพ และความพร้อมสำหรับการเดินทางเพื่อเชื่อมโยงไปยังแหล่ง

ท่องเที่ยวเชิงอาหาร ส่งเสริมการผลิตสินค้าอาหารเพื่อสุขภาพทางการเกษตรปลอดภัย ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารสุขภาพ มีการยกระดับเทศกาลประเพณีอาหารเพื่อสุขภาพในท้องถิ่นในแต่ละจังหวัด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Naksawat (2019) ได้ศึกษาเรื่อง การวางแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านอาหารภาคใต้เชิงสร้างสรรค์ แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี และนำแผนยุทธศาสตร์ไปดำเนินการโครงการนำร่องในชุมชนที่เป็นกรณีศึกษาและทำการประเมินผลการดำเนินงานกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย ความหลากหลายของวัฒนธรรมอาหารสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chimbanrai (2015) พบว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัด เพื่อให้กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นเมืองในจังหวัดสร้างคามพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัด และมีการนำเสนอร้านของฝากท้องถิ่น รวมถึงการส่งเสริมการลงทุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวได้มีความเชื่อมโยงกัน

2. แผนพัฒนาศักยภาพจากด้านกลยุทธ์เชิงป้องกัน ประกอบด้วย การเพิ่มมาตรการความปลอดภัยในอาหารต่าง ๆ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การส่งเสริมการปลูกจิตสำนึกในเรื่องเอกลักษณ์และคุณค่าของอาหารไทยที่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ การส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอาหารสอดคล้องกับงานวิจัย Kunakornbodin (2006) กล่าวว่า อาหารพื้นเมืองเป็นอาหารสุขภาพปรุงด้วยผักพื้นบ้าน นักท่องเที่ยวต่างชาติต้องการรับประทานอาหารที่มีลักษณะเป็นอาหารสุขภาพ ที่นำผักพื้นบ้านมาเป็นวัตถุดิบในการประกอบอาหาร มีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ของล้านนาและมีอาหารที่หลากหลายให้เลือกรับประทาน

3. แผนพัฒนาศักยภาพจากด้านกลยุทธ์เชิงแก้ไข ประกอบด้วย สร้างมาตรฐานอาหารเพื่อสุขภาพ ความปลอดภัยในอาหาร การบูรณาการระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมของชุมชน การยกระดับคุณภาพการบริการสุขภาพของบุคลากรที่เกี่ยวข้อง และการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารสุขภาพอย่างมีมาตรฐาน การพัฒนาระบบขนส่งให้มีความเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร ศูนย์บริการสุขภาพให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึง การสนับสนุนโครงการประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อสุขภาพ ส่งเสริมกรรมวิธีการทำอาหารท้องถิ่นโดยใช้วัตถุดิบสมุนไพรไทยแบบดั้งเดิม สอดคล้องกับงานวิจัย ของ Chaiyasain (2019) การพัฒนานวัตกรรมบริการเชิงส่งเสริมสุขภาพ 6 ด้าน คือ 1) นวัตกรรมด้านกระบวนการและระบบการทำงาน 2) นวัตกรรมด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ 3) นวัตกรรมด้านเอกลักษณ์การบริการและการสร้างตราสินค้า 4) นวัตกรรมด้านการจัดการองค์ความรู้ 5) นวัตกรรมด้านการสร้างความผูกพันและการสร้างเครือข่าย และ 6) นวัตกรรมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มาปรับให้สอดคล้องกับโครงสร้างและทิศทางการพัฒนาพร้อมนำวัตถุดิบอาหารไทยที่มีเอกลักษณ์และพืชสมุนไพรท้องถิ่นมาผสมผสานในการพัฒนาออกแบบรายการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ

4. แผนพัฒนาศักยภาพจากด้านกลยุทธ์เชิงรับ ประกอบด้วย การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อสุขภาพ โดยส่งเสริมด้านการตลาด เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่ สอดคล้องกับงานวิจัย Chimbanrai (2015) ได้ศึกษาเรื่อง ศักยภาพของอาหารพื้นเมืองน่าน และเพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออาหารพื้นเมืองน่าน และเพื่อพัฒนาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านอาหารพื้นเมืองจังหวัดน่าน พบว่า อาหารพื้นเมืองน่านส่วนใหญ่มีศักยภาพอยู่ในระดับสูง นักท่องเที่ยวพึงพอใจ

ในด้านอัตลักษณ์ของอาหารพื้นเมืองมากที่สุด งานวิจัยได้เสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านอาหารพื้นเมืองของจังหวัดน่าน 6 ด้าน คือ 1) ด้านอัตลักษณ์ของอาหารพื้นเมือง 2) ด้านคุณภาพของอาหารพื้นเมือง 3) ด้านราคา 4) ด้านการบริการ 5) ด้านลักษณะของร้านอาหารพื้นเมือง และ 6) ด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาด สำหรับการวางแผนการจัดทำปฏิทินเทศกาล ฤดูกาลของวัตถุดิบที่ผลิตได้ในพื้นที่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถกำหนดวางแผนการเดินทางมาเยือนได้ สอดคล้องกับงานวิจัย Chang (2011) ได้ศึกษาเรื่อง รสชาติของการท่องเที่ยว แรงบันดาลใจของผู้เข้าร่วมงานเทศกาลอาหาร เทศกาลอาหารสามารถนำเสนอประสบการณ์ทางประสาทสัมผัส สำหรับผู้เข้าชมในจุดหมายปลายทาง การทำความเข้าใจแรงจูงใจของผู้เข้าชมในการเข้าร่วมงานเทศกาลอาหารที่เฉพาะเจาะจง เมื่อใช้กลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพเพื่อส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ข้อเสนอแนะ

ผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถนำเสนอเป็นข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการศึกษาวิจัยได้ดังนี้

1. ควรส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อสุขภาพ ที่มุ่งเน้นพัฒนาผู้ประกอบการ ชุมชน และพัฒนาทักษะองค์ความรู้เชิงสุขภาพของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในพื้นที่ประเทศไทย
2. พัฒนากิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อสุขภาพ ควรให้การสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพขนาดเล็ก ที่มีงบประมาณจำกัดและไม่มีความรู้ในการทำตลาดผ่านสื่อออนไลน์ ให้มีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ โดยมีเป้าหมายในการใช้เทคโนโลยีขายสินค้าและการบริการภายใต้ความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานภาคเอกชน
3. ผู้ประกอบการธุรกิจสุขภาพ ควรกำหนดนโยบายในการดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้นสินค้าอาหารเพื่อสุขภาพในเรื่องคุณภาพและมาตรฐานการผลิตเพื่อส่งผลให้กลุ่มลูกค้าเกิดความภักดีต่อตราสินค้า (Group Loyalty) และเกิดพฤติกรรมการกลับมาซื้อหรือใช้บริการซ้ำ
4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรร่วมมือกับสถาบันการศึกษาด้านสุขภาพในท้องถิ่น ในการรวบรวมองค์ความรู้ด้านอาหารเพื่อสุขภาพท้องถิ่น และพัฒนากิจกรรมหลักสูตรการประกอบอาหารเพื่อสุขภาพให้กับผู้สนใจ

References

- Atiwethin, T. (2000). *Consumerism culture and healthy food in the context of urban society*. Chulalongkorn University. Retrieved from <https://www.grad.chula.ac.th/download/e-articles/food.pdf>
- Chaiyasain, C. (2019). *Health Tourism and Innovation in the Development of Healthy Cuisine for Hotel in Phuket*. *Veridian E-Journal*, 12(5), 262-282. Retrieved from <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/151434/150285>
- Chang, W. (2011). *A Taste of Tourism: Visitors' Motivations to Attend a Food Festival*. *Event Management*, 15(2), 151-161.

- Chimbanrai, H. (2015). *Potential of Local Food and Guidelines for Tourism Promotion through local food of Nan Province*. Journal of International and Thai Tourism, 11, 37 – 53.
- Hall, C. M. and Sharples, L. (2003), *The consumption of experiences or the experience of Consumption*. Retrieved February 25, 2019 from <https://www.taylorfrancis.com/books/e/9780080477862/chapters/10.4324/9780080477862-9>
- Kunakornbodin, K. (2006). *Potential and readiness of local restaurants to serve tourists in Chiang Rai Province*. Office of the Science Promotion Commission Research and innovation. Retrieved from https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:81052.
- Naksawat, N. (2019). *Strategic plan for sustainable integrated creative southern food tourism development in Suratthani*, Thailand. Sisaket Rajabhat University Journal, 13(1), 17- 28.
- Punturee, P. (2015). *Tourist Experience: The Creation of Food Tourism Activities in Thailand*. Journal of southern technology, 8(2), 27 - 37.
- Tourism Authority of Thailand. (2008). *Medical tourism in Thailand*. Retrieved 25 February 2019. From www.elfhs.ssru.ac.th/phanitthat_pu/mod/resource/view.php

คณะผู้เขียน

อาจารย์นิลุบล ประเคนภัทรา

สาขาการประกอบอาหารเพื่อสุขภาพ วิทยาลัยการแพทย์บูรณาการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
110/1-4 ถนนประชาชื่น เขตหลักสี่ แขวงทุ่งสองห้อง กรุงเทพฯ ฯ 10210
e-mail: nilubon.pra@dpu.ac.th

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปฐวี ชุณหะวัณ

สาขาการประกอบอาหารเพื่อสุขภาพ วิทยาลัยการแพทย์บูรณาการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
110/1-4 ถนนประชาชื่น เขตหลักสี่ แขวงทุ่งสองห้อง กรุงเทพฯ ฯ 10210
e-mail: puri.chu@dpu.ac.th