

บทที่ 2

การทบทวน วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ประวัติการพัฒนาเกี่ยวกับการใช้อาหารเป็นช่องทางส่งเสริมการท่องเที่ยว

การใช้ศัพท์คำว่า “gastronomy” ซึ่งหมายถึง การกินดี, วิธีการกิน, วิธีการทำอาหาร นั้น Scarpato (2002) ได้กล่าวว่ามีการใช้ครั้งแรกในบทประพันธ์ที่ตีพิมพ์โดย Jacques Berchoux ซึ่งเป็นชาวฝรั่งเศสในปี 1840 โดยอธิบายถึง ความพึงพอใจในการบริโภคอาหารและเครื่องดื่ม หรือ กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ ศิลปะของการกินดี “the art of good eating.” และยังรวมหมายถึงว่าการกินอาหารที่ดื่มนั้นต้องมีทักษะและความเป็นมืออาชีพของการสะท้อนวิถีชีวิตที่ดี ต่อมา Santich (1996) ได้อธิบายคำว่า “gastronomy” คือ ผลสะท้อนของการกินที่รวมถึง การเตรียมและการประกอบอาหารด้วย หลังจากคำกล่าวของ Scarpato (2002) ได้กล่าวถึง 200 ปีผ่านไป นักเขียนชาวกรีกและโรมันมักจะกล่าวถึงคำว่า “gastronomy” ในมุมมองของการใช้อาหารและเครื่องดื่มเพื่อการเฉลิมฉลอง หรือ การประกอบอาหารทั่ว ๆ ไปเป็นสำคัญ เช่นเดียวกันกับชาวอิตาเลียนในยุคกลางที่กล่าวถึง “gastronomy” ในมิติของการกินอาหารที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสุขภาพและการมีชีวิตที่ดี ต่อมาในปี 1920 วรรณกรรมเกี่ยวกับนักชิมอาหารชาวฝรั่งเศสได้ตีพิมพ์งานเขียนเกี่ยวกับแนวทางการใช้อาหารท้องถิ่น เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว ขึ้นเป็นครั้งแรก (Csengeri J., 1996)

การให้ความสำคัญของการดื่มและกินอาหาร หรือ การแบ่งปันอาหารต่อกันนั้น “เป็นการแสดงออกของการทำกิจกรรมร่วมกัน” เป็นการเข้าร่วมสังคม และยังแสดงออกถึงมิตรภาพที่มนุษย์จะอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขและมีความพึงพอใจต่อกันด้วย (Mennell, Murcott, and Van Otterloo, 1992)

ประวัติการกินข้าวนอกบ้าน

การกินข้าวนอกบ้านนับเป็นกิจกรรมทางสังคม ซึ่งหมายถึงการออกไปรับประทานอาหารที่มีผู้อื่นเป็นผู้ปรุง หรือ ประกอบอาหารให้ เพื่อการสังสรรค์กับหมู่พวก (Warde & Martens, 2000) การกินข้าวนอกบ้านเริ่มจากการที่มนุษย์รู้จักการเดินทาง การเข้าร่วมกิจกรรมทางธุรกิจ และการออกรับใช้ชาติโดยการเป็นทหารไปสู้รบในสงคราม ซึ่งมีจุดมุ่งหมายสำคัญ คือ การเดินทางออกไปนอกบ้าน ในช่วงศตวรรษที่ 15 การขยายทางการค้าและธุรกิจในประเทศอังกฤษ ส่งผลให้มีการให้บริการอาหารเจริญรุ่งเรืองตามมาด้วยในนามธุรกิจการให้การต้อนรับและการดูแล “Hospitality businesses” ซึ่งได้ริเริ่มขึ้นพร้อม ๆ กันกับการเดินทางของมนุษย์ (Heal, 1972) จนกระทั่งปลาย ศตวรรษที่ 18 ธุรกิจบริการขยายตัวมากขึ้นด้วยการให้บริการในธุรกิจโรงแรม คาเฟ่ และการขนส่ง ต่อมาในต้นศตวรรษที่ 19 จึงเริ่มมีการเสิร์ฟอาหารในโรงแรม ซึ่งในยุคแรกๆ จะเสิร์ฟในห้อง จนถึงปลายศตวรรษที่ 19 จึงมีการเสิร์ฟอาหารในห้องอาหาร และในสมัยศตวรรษที่ 20

การกินอาหารนอกบ้านขยายมากขึ้น รวมถึงมีการให้บริการความบันเทิงใจและความสนุกสนานในรูปแบบอื่นๆ ในวิถีการดำรงชีวิตทางสังคม มากขึ้นตามลำดับ (Burnett, 1989 และ Warde and Martens, 2000)

เส้นทางอาหารการกินอาหาร (Foodway)

Yoder (1972) อธิบายเกี่ยวกับเส้นทางอาหารการกินอาหาร คือ กิจกรรม หรือ เครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับ พฤติกรรม ความเชื่อ ขนบธรรมเนียม ประเพณี ที่เกี่ยวข้องกับอาหารการกินทั้งหลาย ทั้งชนิด / ประเภทของ อาหาร การจัดหา การเตรียม การปรุง การประกอบ และการแสดงออกของภาพลักษณ์อาหารที่ปรากฏ ซึ่ง รวมไปถึงวิถีหรือนิสัยการกินของมนุษย์ (Food habits) ด้วย ที่แสดงออกในรูปของสังคม หรือ บุคคล ทั้งนี้ Parsha & Khan (1992) กล่าวว่า ปัจจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์ที่เกี่ยวกับอาหารการกินนั้น มักจะ ได้รับอิทธิพลทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสังคม ซึ่งในเรื่องนี้ ผู้เขียนเคยสอบถามชาวเกาหลีว่า “ทำไมคน เกาหลีจึงกินอาหารดิบ เช่น เนื้อวัวดิบ” ก็ได้คำตอบว่า ในสมัยสงครามโลกประเทศสาธารณรัฐเกาหลีมีความ ลำบากยากจนมาก และไม่มีไฟให้หุงหาอาหาร การเคยชินกับการเริ่มกินอาหารดิบจึงมีมาตั้งแต่สมัยนั้น แต่ Wenkman (1969) ได้แย้งว่า นิสัยการกินของบุคคลมักจะเกี่ยวกับความระมัดระวังเรื่องโภชนาการอาหาร มากกว่าที่จะกินตามความต้องการ และ Kittler & Sucher (1989) ได้เสนอความคิดว่า นิสัยการกินของคนใน ปัจจุบัน มิได้คำนึงถึงปัจจัยด้านโภชนาการอย่างเดียว แต่มีความซับซ้อนมากกว่านั้น คือ การคำนึงถึง ศาสนา วัฒนธรรม ความเป็นชาติพันธุ์ และลักษณะภูมิประเทศด้วย และ McIntosh (1995) ได้เสริมแนวคิดที่ว่า นิสัย การกินของมนุษย์นั้น ก่อเริ่มมาจาก ความเชื่อ วัฒนธรรม สภาพสังคม และการนับถือศาสนา

ดังนั้น การใช้อาหารเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว จึงจำเป็นต้องมีความรู้ มีความเข้าใจในความ แตกต่างของมวลมนุษยชาติ (Human diversity) ด้วย ที่เมื่อมนุษย์มีความต้องการเดินทาง ต้องการการ บริการและการดูแล (Hospitality) แต่ในขณะเดียวกันมนุษย์แต่ละคน แต่ละกลุ่มทางสังคม ก็มาจากพื้นฐาน ความเชื่อ วัฒนธรรม ประเพณี และศาสนา ที่แตกต่างกัน การจะใช้อาหารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจึง สามารถทำได้แต่ต้องคำนึงถึงความเหมาะสมและความต้องการของแต่ละชาติพันธุ์ด้วย

การใช้อาหารเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

Reynolds (1993) กล่าวถึงการจัดอาหารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว จำเป็นต้องคำนึงถึงกลุ่มลูกค้า เป้าหมายเป็นสำคัญ คือ การจัดอาหารและเครื่องดื่มที่ต้องคำนึงถึง สังคมและวิถีชีวิตของกลุ่มที่ต้องรับบริการ เป็นสำคัญ และยังเสริมว่า การจัดอาหารท้องถิ่น หรือ อาหารพื้นเมืองทางความคิดที่ดีที่จะให้นักท่องเที่ยวได้ เรียนรู้วัฒนธรรมของชาติที่เขามาเยือน และเหตุผลสำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การลดค่าใช้จ่ายด้านอาหาร

เอกลักษณ์ของอาหารกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

Beardsworth and Keil (1997) กล่าวถึงการกินอาหารของคนทั่วไปนั้น นอกจากจะต้องการทางด้านโภชนาการแล้ว คนจำนวนมากยังต้องการกินอาหาร เพื่อการเรียนรู้และการสร้างเสริมประสบการณ์ด้วย โดยเฉพาะอาหารที่แสดงออกถึงความเป็นเอกลักษณ์ แสดงออกถึงความเป็นสัญลักษณ์หรือ มีความหมายต่อสถานที่ใดที่หนึ่ง หรือ กิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง ในทำนองเดียวกัน การกินอาหารยังอาจจะเป็นการแสดงออกถึงฐานะทางสังคม Ryan (1997) และ Smith (1991) ได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการกินของนักท่องเที่ยวและยืนยันว่า อาหารนั้นมีผลกระทบโดยตรงกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวที่กลับไปเที่ยวซ้ำที่ประเทศตุรกีเนื่องจากความพึงพอใจในรสชาติของอาหาร และเป็นอันดับที่ 4 ของความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่ส่งผลให้เกิดการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวซ้ำที่เดิม

Shahrim AbKarim, (2006) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การใช้อาหารส่งเสริมการท่องเที่ยว: หลักฐานเชิงประจักษ์ของการใช้ภาพลักษณ์อาหารและข้อมูลแวดล้อม” พบว่า จากการเปรียบเทียบการใช้อาหาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว นั้น อาหารไทยมีภาพลักษณ์ที่ดีเกี่ยวกับอาหารถึง 10 ตัวแปร คือ 1) ประเทศไทยมีอาหารริมนาทวิถีน่าสนใจ 2) ความสะอาดปลอดภัยในการเดินกินเที่ยว 3) ตลาดร้านค้ามีลักษณะเฉพาะ 4) ความเป็นมิตรของคนไทย 5) การให้บริการที่ดี 6) ราคาอาหารเหมาะสม 7) มีอาหารไทยให้เลือกหลากหลาย 8) อาหารไทยมีวิธีการปรุงเฉพาะและเป็นเอกลักษณ์ 9) การเข้าถึงร้านอาหารได้สะดวก และ 10) อาหารมีรสอร่อย

Nield, Kozak, and LeGrays (2000) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การบริการอาหารกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในประเทศโรมาเนีย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวโรมาเนีย มีความพึงพอใจในบริการอาหารในทิศทางเดียวกัน คือ ราคาอาหาร คุณภาพของอาหาร การให้บริการ ความหลากหลายของชนิดอาหาร การจัดตกแต่ง ความรวดเร็วในการให้บริการ และบรรยากาศของร้านอาหาร ส่วนการศึกษาของ Quanand Wang (2004) ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของการบริโภคอาหารกับความประทับใจในประสบการณ์การท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการบริโภคอาหารในระดับสูงมากกับความประทับใจในประสบการณ์การท่องเที่ยวและเสนอแนะว่า การจัดอาหารที่ดีสามารถใช้เป็นประเด็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้ โดยเฉพาะการส่งเสริมอาหารท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยว รวมถึงการใช้อาหารเป็นจุดขายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

Cohen and Avieli (2004) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการใช้อาหารเป็นกุญแจสำคัญต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว พบว่า การส่งเสริมในเรื่องสุขาภิบาลอาหารและความสะอาดของการบริการอาหารเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึง

ดังนั้น การส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยภาพลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ สามารถใช้เป็นยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยได้ แต่ต้องคำนึงถึง การจัดการด้านคุณภาพของอาหาร ราคาอาหาร

การให้บริการ ความหลากหลายของชนิดอาหาร การจัดตกแต่ง ความรวดเร็วในการให้บริการ และบรรยากาศของร้านอาหารด้วย รวมถึงการดำเนินการต้องกระทำให้เป็นมืออาชีพและต้องให้ความสำคัญเรื่องสุขาภิบาลอาหารและให้ความสำคัญต่อการบริการอาหารที่สะอาดด้วย จึงจะสามารถให้บริการอาหารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยอย่างยั่งยืนต่อไป

โครงการสุขาภิบาลอาหารส่งเสริมการท่องเที่ยวสนับสนุนเศรษฐกิจไทย

กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขตระหนักถึง การเดินทางท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการบริโภคอาหาร ดังนั้น การจัดให้บริการอาหารให้สะอาดและปลอดภัย เพื่อการบริการนักท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อป้องกันการเจ็บป่วยด้วยโรคที่เกิดจากอาหารและน้ำเป็นสื่อ ซึ่งหากไม่มีการดำเนินการจะส่งผลกระทบต่อสุขภาพอย่างรุนแรงต่อธุรกิจการท่องเที่ยว ดังนั้น การจัดทำ “โครงการสุขาภิบาลอาหารส่งเสริมการท่องเที่ยวสนับสนุนเศรษฐกิจไทย” จึงนับว่าสำคัญ เพื่อกระตุ้นมาตรการในการควบคุม กำกับ และตรวจสอบดูแลสถานที่ปรุง ประกอบจำหน่ายอาหาร ด้วยเห็นความสำคัญของการส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวที่เป็นธุรกิจที่สามารถทำรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นจำนวนมากและรัฐบาลไทยได้มีการกำหนดนโยบายที่จะทำให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว การบริการด้านอาหารและการส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านอาหาร เพื่อส่งออกในภูมิภาคนี้จึงได้กำหนดนโยบายให้หน่วยงานราชการให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวและส่งเสริมให้ภาคเอกชนและองค์กรประชาชนจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศหันมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จึงกำหนดเป็นมาตรการทางกฎหมายที่ร่วมดำเนินการจากหลายฝ่ายที่มี หน่วยงานผู้ร่วมรับผิดชอบ คือ 1) กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข 2) กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย 3) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 4) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง 5) หน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องวัตถุประสงค์การจัดการสุขาภิบาลอาหารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในอันที่จะสนับสนุนเศรษฐกิจไทยประกอบด้วย 1) เพื่อลดความเสี่ยงอันเนื่องมาจากการบริโภคอาหารและน้ำที่ไม่สะอาดซึ่งมีสาเหตุจากร้านจำหน่าย อาหาร โรงอาหาร และแผงลอยจำหน่ายอาหาร 2) ส่งเสริมการจัดบริการอาหารในแหล่งท่องเที่ยวให้ถูกสุขลักษณะโดยมีการบริการอาหารที่สะอาด ปลอดภัย แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ 3) ส่งเสริมให้ท้องถิ่นจัดการการบริการด้านอาหารและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวให้ถูกสุขลักษณะและปลอดภัยต่อผู้บริโภค โดยมีเป้าหมายในการควบคุมดูแล สถานที่ปรุง ประกอบ จำหน่ายอาหารอันได้แก่ ร้านจำหน่ายอาหาร แผงลอยจำหน่ายอาหารโรงอาหารที่จำหน่ายในทุกพื้นที่ของประเทศมีการจัดบริการอาหารที่สะอาดปลอดภัยแก่นักบริโภคและนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติและลดความเสี่ยงจากโรคที่เกิดจากอาหารและน้ำเป็นสื่อ (<http://www.anamai.moph.go.th/main.php?filename=index>)

กฎหมายรองรับการดำเนินงานการส่งเสริมธุรกิจอาหารเพื่อการท่องเที่ยว

ในการการดำเนินงานการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้วยธุรกิจอาหาร จำเป็นต้องมีกฎหมายรองรับการดำเนินการ (<http://www.anamai.moph.go.th/main.php?filename=index>) ดังต่อไปนี้

อาศัยอำนาจตามมาตรา 40 / มาตรา 43 แห่งพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 หน่วยงานราชการส่วนท้องถิ่นต้องออกข้อกำหนดของท้องถิ่น / เทศบัญญัติกำหนดสุขลักษณะด้านสุขาภิบาลอาหาร และสำหรับให้สถานที่ปรุง ประกอบจำหน่ายอาหารให้มีมาตรฐานขั้นพื้นฐานด้านสุขาภิบาลอาหารของกรมอนามัย

อาศัยอำนาจตามมาตรา 38/ มาตรา 41 แห่งพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 หน่วยงานราชการส่วนท้องถิ่นดำเนินการออกหนังสือรับรองการแจ้งหรือใบอนุญาตของสถานที่ปรุง ประกอบ จำหน่ายอาหารโดยพิจารณาหลักเกณฑ์ด้านสุขลักษณะที่เหมาะสมตามข้อกำหนดสุขลักษณะด้านสุขาภิบาลอาหารแล้วแต่กรณี

อาศัยอำนาจตามมาตรา 42 แห่งพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 หน่วยงานราชการส่วนท้องถิ่นกำหนดเขตควบคุมการจำหน่ายสินค้าในที่หรือทางสาธารณะเพื่อให้เกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อย

ทั้งนี้ เพื่อเป็นการปรับปรุงสถานที่ปรุง ประกอบ จำหน่ายอาหารที่มีการบริการอาหารที่สะอาดปลอดภัยอย่างต่อเนื่องและเป็นประกาศเกียรติคุณหน่วยงานราชการส่วนท้องถิ่นส่วนภูมิภาคและภาคเอกชน องค์การประชาชนจัดทำ โครงการสุขาภิบาลอาหารส่งเสริมการท่องเที่ยว สนับสนุนเศรษฐกิจไทย ในลักษณะการให้รับรอง “อาหารสะอาด รสชาติอร่อย (Clean Food Good Taste)” ในพื้นที่รับผิดชอบ

ต้นทุนด้านอาหารการกินของไทย

ประเทศไทยมีความอุดมสมบูรณ์ในเรื่องอาหารการกิน ตลอดจนผลไม้ที่มีมากมายทุกฤดูกาลตลอดทั้งปีสามารถรองรับการเดินทางมาเยือนของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีแต่ทุกฝ่ายก็ตระหนักและให้ความสำคัญกับคุณภาพของอาหารอยู่เสมอเพราะหากนักท่องเที่ยวประสบปัญหาความเดือดร้อนจากการบริโภคอาหาร ก็จะเป็นผลเสียต่อการท่องเที่ยวได้ ดังนั้นหากแหล่งท่องเที่ยวได้มีอาหารการกินอุดมสมบูรณ์หลากหลายสามารถให้บริการนักท่องเที่ยวได้หลายชาติ หลายภาษา ก็จะเป็นประโยชน์ในการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวได้สะดวกมากยิ่งขึ้น

การดำเนินการวิจัยเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว กำหนดให้อาหารท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์อาหารหรือผลิตภัณฑ์เกษตร เป็นฐานหลัก (food-based) และแหล่งผลิต (area-based) ในการกำหนดเส้นทางเดินทางเป็นฐาน ในช่วงปีแรกนี้ พื้นที่เป้าหมายคือ 14 จังหวัดในภาคเหนือ ซึ่งสามารถเดินทางไปได้ถึงหลายทาง แต่ละเส้นทางก็จะสามารถท่องเที่ยว และมีโอกาสรับประทานอาหารท้องถิ่น หรือผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่แตกต่างกันไปในแต่ละเส้นทางนักท่องเที่ยวก็จะได้พบสิ่งแปลกใหม่ ไม่เฉพาะภูมิประเทศทัศนียภาพที่สวยงาม แต่ยังมี

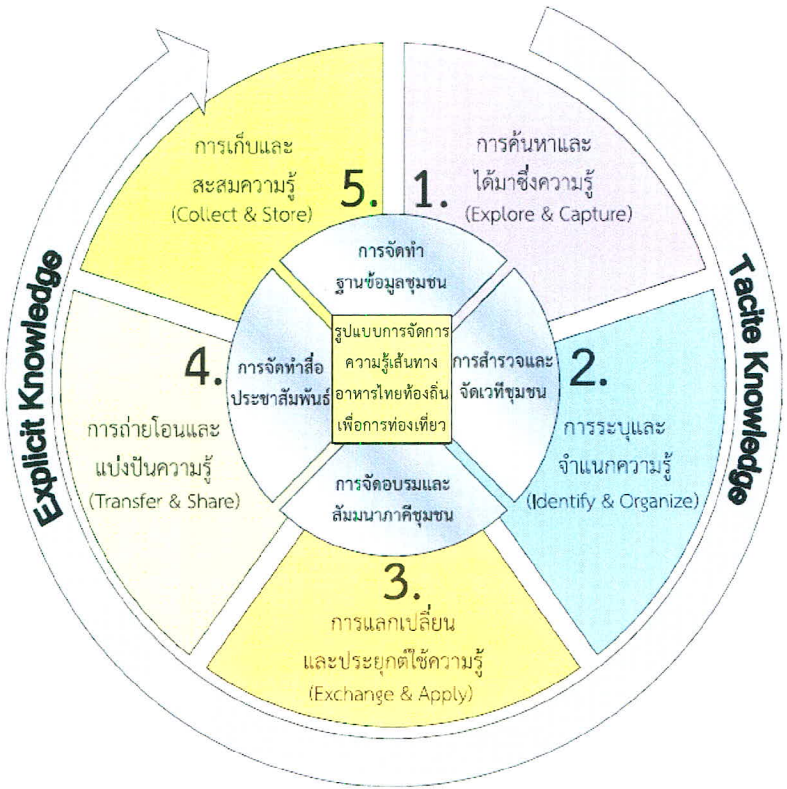
โอกาสได้ลิ้มลอง อาหารท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ชุมชน หรือผลิตภัณฑ์เกษตรที่บ่งบอกความเป็นท้องถิ่น/จังหวัด ได้อย่างเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว อาหารเหนือหลายชนิดที่มีแหล่งผลิตในชุมชน ได้แก่ ถั่วเน่า น้ำปู น้ำหนัง ข้าวแคบ เป็นต้น โดยมีหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา เข้าไปดำเนินการด้านปรับปรุงกระบวนการผลิตอาหารบางชนิด แต่ขาดข้อมูลด้านสุขภาพของอาหารเหล่านี้ จึงควรจะมีการวิจัยเพื่อนำไปสร้างคุณค่า/เพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ได้และนำคุณค่าด้านสุขภาพของอาหาร/ผลิตภัณฑ์เกษตรมากำหนดภาพลักษณ์ (Brand Image) ให้เป็นจุดขายแก่นักท่องเที่ยว และผลิตสื่อนำเสนอจุดเด่นด้านสุขภาพ ประชาสัมพันธ์ ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น นอกจากจะเป็นการอนุรักษ์อาหารไทย และผลิตภัณฑ์เกษตรแล้ว ยังสามารถพัฒนาแหล่งของสินค้าเหล่านี้ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ด้วย การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพหรือเชิงวัฒนธรรมเหล่านี้มีแนวโน้มได้รับความนิยมสูงขึ้น และเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนและผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและท่องเที่ยวได้ต่อไป ทั้งยังทำให้นักท่องเที่ยวได้รับผลดีจากการบริโภคอาหารที่มีสุขภาพ

ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้อาหารไทยเป็นที่นิยมของชาวโลก เนื่องจากคุณค่าทางโภชนาการที่สามารถกล่าวได้ว่าอาหารไทยเป็นอาหารเพื่อสุขภาพโดยแท้จริง อุดมด้วยสารอาหาร โปรตีน ไขมัน โยอาหาร วิตามิน แร่ธาตุชนิดต่าง ๆ ที่สำคัญอาหารไทยส่วนใหญ่ประกอบด้วยพืช ผัก เครื่องเทศ สมุนไพร มากมายหลายชนิด อาทิ หัวหอม กระเทียม กระชาย ข่า ตะไคร้ ใบมะกรูด พืชผักเหล่านี้มีสารประกอบไฟโตเคมีคอลที่มีบทบาทในการป้องกันการเกิดโรคมะเร็ง โรคหัวใจ โรคหลอดเลือด เป็นต้น จากงานวิจัยพบว่าพืชผักที่ใช้เป็นวัตถุดิบในอาหารไทยหลายชนิดมีสารต้านอนุมูลอิสระสารต้านการก่อกลายพันธุ์ และมีสมบัติต้านการเกิดมะเร็ง ได้แก่ ตะไคร้ ใบมะกรูด กระเพรา โหระพา แมงลัก พริกไทยอ่อน เป็นต้น (Nakahara and Trakoontivakorn, 1999, สุรัตน์วดี และคณะ, 2544) อาหารไทยชนิดที่ใช้ น้ำพริกที่มีส่วนผสมของข่า ตะไคร้ ใบมะกรูด กระชาย พริกไทย เช่น ต้มยำ แกงเผ็ด แกงป่า แกงเขียวหวาน ต้มข่า จึงเป็นอาหารที่มีสารออกฤทธิ์ในการต้านมะเร็ง สิ่งเหล่านี้เป็นจุดเด่นที่สำคัญที่มีในอาหารไทย ซึ่งสภาวะของโลกในทศวรรษหน้าจะเป็นโลกที่มีการแข่งขันสูงในตลาดการค้าต่าง ๆ นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบคุณค่าทางโภชนาการระหว่างอาหารไทยและอาหารต่างชาติ พบว่าให้พลังงาน โปรตีน และไขมันใกล้เคียงกัน แต่ทว่าอาหารไทยมีเทคนิคและเคล็ดลับในการประกอบและปรุงเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ส่วนใหญ่มีส่วนผสมเป็นกะทิ เช่น ต้มข่าไก่ แกงเขียวหวาน พะแนงเนื้อ มัสมั่นไก่ ซึ่งกะทิเป็นอาหารที่ประกอบด้วยกรดไขมันอิ่มตัวสูง (Whitney and Hamilton, 1981) หากบริโภคเป็นประจำจะมีผลทำให้โคเลสเตอรอลในเลือดของผู้บริโภคสูง แต่ด้วยภูมิปัญญาของบรรพบุรุษไทยที่นำผักสมุนไพร เครื่องเทศ ชนิดต่าง ๆ มาเป็นส่วนผสมไม่ว่าจะเป็นมะเขือเปราะ มะเขือพวง พริกขี้หนู ตะไคร้ ข่า ขมิ้น ถูกนำมาปรุงแต่งกลิ่นหอมและช่วยเพิ่มโยอาหารและมีส่วนต้านอนุมูลอิสระสูง ซึ่งป้องกันการเกิดออกซิเดชันของ lipoprotein cholesterol (LDL) (Steinberg, 1989) มีสรรพคุณทางยา สารอัลลิซินในน้ำมันหอมระเหยของกระเทียมอาจช่วยลดระดับไตรกลีเซอไรด์ใน

เลือด มีฤทธิ์ลดความดันโลหิต หรือฟลาโวนอยด์ที่พบในหอมหัวใหญ่ ก็มีคุณสมบัติด้านสารอนุมูลอิสระ (Craig, 1999) ดังนั้นสามารถกล่าวได้ว่า อาหารไทยคืออาหารสุขภาพนั่นเอง

ทฤษฎีและกรอบแนวคิดของการวิจัย

จากการสังเคราะห์ทฤษฎี และ แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการความรู้ อาหารไทยท้องถิ่น และได้รูปแบบที่จะนำไปใช้ในการศึกษาวิจัย คือ รูปแบบการจัดการความรู้การท่องเที่ยวบนเส้นทางอาหารท้องถิ่น ซึ่งมีองค์ประกอบ 5 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2-1 รูปแบบการจัดการความรู้เส้นทางอาหารไทยท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยว

1. การค้นหาและได้มาซึ่งความรู้ (Explore & Capture) เป็นกระบวนการเริ่มต้นของกิจกรรมการจัดการความรู้ ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบย่อยของการแสวงหา และการจัดหา (Explore) และการสร้างและการยึดจับหรือได้มาซึ่งความรู้ (Capture) ทั้งนี้เพื่อเป็นการกำหนดทิศทางหรือแนวทาง จนกระทั่งเป้าหมายของการได้มาซึ่งความรู้ให้ชัดเจนโดยอาศัยหลักการในการวัดและเปรียบเทียบตนเองและชุมชน (Benchmarking) กับวิธีหรือแนวปฏิบัติที่จะสามารถทำได้ดีกว่า เพื่อนำผลของการเปรียบเทียบมาใช้ในการ

ปรับปรุงตนเองเพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศต่อไป ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวได้อาศัยกิจกรรมการสำรวจและจัดเวทีชุมชน โดยทำการสำรวจข้อมูลท้องถิ่นเพื่อชุมชน และการทำความเข้าใจสถานการณ์ท้องถิ่นปัจจุบัน

2. การระบุและจำแนกความรู้ (Identify & Organize) เป็นกระบวนการต่อเนื่องจากการค้นหาและได้มาซึ่งความรู้ ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบย่อยของการพิจารณา ตรวจสอบ พร้อมทั้งวิเคราะห์แยกแยะความรู้ (Identify) และการจัดระบบและระเบียบความรู้ (Organize) ทั้งนี้เพื่อเป็นการจัดประเภทหมวดหมู่ และเรียบเรียงลำดับความสำคัญของความรู้ให้มีความเหมาะสม โดยอาศัยหลักการในการจัดกิจกรรมชุมชนคนสนใจ (Communities of Interests: Cols) และการทำกิจกรรมทบทวนก่อนปฏิบัติ (Before Action Review: B-A-R) โดยเป็นกิจกรรมที่นำไปสู่การหาประสบการณ์ และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันก่อน (Collaboration) เพื่อนำเอาความเห็นหรือข้อคิดเห็นส่วนรวม (Public) จนนำไปสู่ความสามารถในการนำไปใช้เพื่อปรับปรุงข้อมูล ความรู้ และข้อคิดเห็นส่วนตัว (Private) ได้เอง ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวได้อาศัยกิจกรรมการสำรวจและจัดการประชุมไฟก๊สกรุป โดยทำการจัดเวทีเสวนาระหว่างเครือข่ายชุมชน นักวิชาการ และการระดมความคิดจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

3. การแลกเปลี่ยนและประยุกต์ใช้ความรู้ (Exchange & Apply) เป็นกระบวนการนำเอาความรู้ที่หาได้มาจากการระบุและจำแนกความรู้มาแลกเปลี่ยนกันในกลุ่มหรือชุมชน (Exchange) ด้วยการฝึกกระทำหรือนำไปประยุกต์ใช้ความรู้ (Apply) โดยเป็นกิจกรรมสำคัญที่ทำให้ความรู้แฝงเร้น (Tacit knowledge) ภายในตัวบุคคลสามารถถ่ายทอดและปรับเปลี่ยนให้กลายเป็นความรู้ชัดแจ้ง (Explicit knowledge) ออกสู่ภายนอกหรือคนอื่นๆ ได้ในที่สุด โดยอาศัยกิจกรรมทบทวนหลังปฏิบัติ (After Action Review: A-A-R) ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ต้องมีความเพ่งพินิจในงาน ตรวจสอบวิเคราะห์วิจารณ์การปฏิบัติดำเนินงานอย่างรอบคอบอยู่ตลอดเวลา เมื่อพบอุปสรรคและปัญหา ก็ใช้เหตุผล หลักวิชาและความฉลาดรอบรู้ เป็นเครื่องมือวินิจฉัยตัดสินแล้วแก้ไขข้อผิดพลาดให้ลุล่วงไปโดยไม่ชักช้า โดยการเปิดใจและการเรียนรู้หลังการทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งเสร็จสิ้นลงเพื่อถอดเป็นบทเรียน (Lesson learned) พร้อมทั้งชื่นชมความสำเร็จและหาทางพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น โดยทำการการฝึกอบรม/ สัมมนาร่วมกับหน่วยงานท้องถิ่นและสถาบันการศึกษาในพื้นที่ และการจัดกิจกรรมส่งเสริมอาหารไทยในท้องถิ่นเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน

4. การถ่ายทอดและแบ่งปันความรู้ (Transfer & Share) เป็นกระบวนการหลังจากการ นำความรู้ที่ได้จากการแลกเปลี่ยนและประยุกต์ใช้แล้ว มาถ่ายทอดความรู้ร่วมกัน (Transfer) และการแลกเปลี่ยน และแบ่งปันกัน (Share) เพื่อให้แต่ละคนที่มีมุมมอง หรือความสนใจในสาระ ความเชี่ยวชาญ หรือมีปัญหา ร่วมกันในกลุ่ม ก็พร้อมและเต็มใจที่จะเรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกันได้ ซึ่งองค์ประกอบด้านประยุกต์ใช้และนำไปปฏิบัติสามารถขับเคลื่อนด้วยกิจกรรมชุมชนคนปฏิบัติ (Communities of Practice: CoPs) โดยทำการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์อาหารไทยท้องถิ่นเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน และ

การเผยแพร่ข้อมูลอาหารไทยเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งอาจใช้เทคโนโลยีเว็บเข้ามาช่วยในขั้นนี้ ได้แก่ เฟสบุ๊ค (Facebook) วิกิส์ (Wikis) และ ฟอรัมหรือกระดานเสวนา (Forum) เป็นต้น

5. การเก็บและสะสมความรู้ (Collect & Store) เป็นกระบวนการสุดท้ายของกิจกรรม การจัดการความรู้ โดยนำเอาความรู้ที่ได้จากถ่ายโอนและแบ่งปันความรู้ แล้วนำมาทบทวนแล้วจัดเก็บ (Collect) และสะสมความรู้ไว้ (Store) ในลักษณะของบทเรียน กรณีศึกษา องค์ความรู้หรือภูมิปัญญา เป็นต้น เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน การแก้ไขปัญหา หรือการตัดสินใจต่างๆ โดยอาศัยหลักการที่ว่าสิ่งดีเลิศต้องเชิดชู (Best practice) อันเป็นวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศ ในการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้สำเร็จ ซึ่งเป็นผลมาจากการนำความรู้ไปปฏิบัติจริง แล้วสรุปเป็นความรู้และประสบการณ์นั้น เป็นแนวปฏิบัติที่ดีที่สุดของตนเองและชุมชน โดยทำการเสวนาประชาพิจารณ์ฐานข้อมูลอาหารไทยในท้องถิ่นเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในชุมชน และการพัฒนาฐานข้อมูลการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งอาจใช้เทคโนโลยีเว็บเข้ามาช่วยในขั้นนี้ ได้แก่ บล็อกส์ (Blogs) การทำเหมืองข้อมูล (Data mining-Tagging/ RSS) ในลักษณะฐานข้อมูล (Database) เป็นต้น