

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีนตรอกเจริญไชย เยาวราช
Guidelines for the development of gastronomy tourism based on Chinese
cultural capital of the area of Chareon Chai Alley, Yaowarat

นวลพรรณ วงษ์สอาด¹ และ นรินทร์ สังข์รักษา²

¹นักวิชาการอิสระ

²คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Nuanphun Wongsard¹ and Narin Sungrugs²

¹Independent Scholar

²Faculty of Management Science, Silpakorn University

วันที่รับ (Received) : 19 February 2023

วันที่แก้ไขเสร็จ (Revised) : 25 April 2023

วันที่ตอบรับ (Accepted) : 31 May 2023

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสถานการณ์การปัจจุบันและปัญหา/อุปสรรคของการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีน 2) เสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีนตรอกเจริญไชย เยาวราช กรุงเทพมหานคร ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจย่านเยาวราช จำนวน 15 ราย ใช้การเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลได้แก่ การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึก การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือแบบสามเส้า วิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัย ผลการวิจัยพบว่า 1) สถานการณ์การปัจจุบันของการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีนมีการเปลี่ยนแปลงและปรับตัวไปจากอดีตที่ผู้ประกอบการมีการปรับเปลี่ยนวิธีการจำหน่ายอาหารให้เหมาะสมกับบริบทสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ปัญหา/อุปสรรคของการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นผลมาจากผู้คนที่ทั่วไปรู้จักตรอกเจริญไชยน้อยลง ไม่ได้รู้จักตรอกเจริญไชยเหมือนดังคนรุ่นเก่า และไม่ทราบว่าตรอกเจริญไชยเป็นพื้นที่ประเภทใดและมีสิ่งที่น่าสนใจมากน้อยเพียงใด 2) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน พื้นที่ควรมีการส่งเสริมกิจกรรม เส้นทาง รวมถึงเป็นสื่อกลางในการเร่งรัดการจัดกิจกรรมและประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักทั้งในแง่ของอาหารเชิงวัฒนธรรมจีน วิถีชีวิตให้มีกลิ่นอายของความเป็นคนไทยเชื้อสายจีนเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ : ชุมชนชาวจีน , ตรอกเจริญไชย ,การท่องเที่ยวเชิงอาหาร

Abstract

The objectives of this research were to 1) study the current state and the problems/obstacles of gastronomy tourism based on Chinese cultural capital 2) propose guidelines for the development of gastronomy tourism based on Chinese cultural capital, Chareon Chai Alley, Yaowarat, Bangkok. The research is a qualitative methodology. Within the context of purposive selection, a 15 key informant interviews were operators involved in tourism business in Yaowarat Road. The data collected were non-participant observation, in-depth interview, data triangulation and inductive data analysis. The results of the research showed that 1) the current state of gastronomy tourism based on Chinese cultural capital has changed and, entrepreneurs have adjusted food distribution to suit changing social context. The problems/obstacles of gastronomic tourism are the result of lesser awareness of Chareon Chai Alley. They do not know what Chareon Chai Alley less than older generations and what kind of area Charoen Chai is and how many interesting things are there. 2) Guidelines for the development of gastronomy tourism based on Chinese cultural capital In addition to national governments, community organizations can promote activities, including expediting activities and public relations in Chinese food and culture which reflected through the aura of the Thai Chinese.

Key words: Chinese community, Chareon Chai Alley, Gastronomy tourism

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นทั้งปรากฏการณ์ทางสังคมของมนุษยชาติและเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจอย่างยิ่ง เป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดในโลกเพราะเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมต่าง ๆ มีขนาดใหญ่เช่นกัน ส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถูกนำมาเป็นยุทธศาสตร์ในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) เพื่อให้ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการ เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2552) วัตถุประสงค์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญคือ ทุนทางวัฒนธรรม ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่บรรพบุรุษได้สะสมส่งต่อสืบทอดมารุ่นต่อรุ่น และยังคงดำรงอยู่ในสังคมปัจจุบันที่ยังนำมาใช้ประโยชน์ได้ โดยเฉพาะประเทศไทยนั้นนับว่ามีทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่หลากหลายลึกซึ้งโดดเด่นและสืบทอดต่อกันมายาวนานและเป็นการอาศัยร่วมกันแบบสังคมพหุวัฒนธรรม ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จำเป็นต้องนำทุนเดิมทางวัฒนธรรมมาต่อยอดผสมผสานกับความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมองค์ความรู้ เทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อผลิตสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวที่โดดเด่นสร้างทั้งมูลค่าพร้อมกับเชิดชูคุณค่าในโลกยุคโลกาภิวัตน์ (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม, 2560)

การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ใช้อาหารเป็นจุดดึงดูด คือท้องถิ่นต่าง ๆ ควรมีการพัฒนาด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์อาหาร ด้านการตลาดประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข่าวสาร อีกทั้งการบริการในแหล่งท่องเที่ยวและ

สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานต่างๆ การใช้วัฒนธรรมการปรุงอาหารในการนำเสนอการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมผ่านการประกอบอาหาร(สรีตา พันธุ์เทียน และคณะ, 2561) นำวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่มีอยู่ มาประกอบกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร องค์ความรู้ของ ชุมชนควรกระบวนการจัดการอย่างเป็นระบบด้วยการมีส่วนร่วมของเครือข่ายชุมชน กิจกรรมเหล่านี้สามารถกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชน และสร้างเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรมของชุมชนและประเทศต่อไป (กุลแก้ว คล้ายแก้ว และคณะ ,2566)

ชุมชนเจริญไชย ตั้งอยู่บริเวณริมถนนเจริญกรุงตอนบน โดยชาวจีนที่อาศัยอยู่บริเวณนี้ในสมัยก่อนส่วนใหญ่เป็นชาวจีนกวางตุ้งและชาวจีนแต้จิ๋ว อย่างที่ทราบกันดีว่าชาวจีนโพ้นทะเลที่หนีสงครามเข้ามาในประเทศไทยไม่ได้นำ เสื้อผ้า หมอนใบเข้ามาอย่างที่พูดต่อกันมา ยังนำเอาวัฒนธรรม ประเพณี ปรัชญาอาหาร การใช้ชีวิต เข้ามาอีกด้วย ที่ส่งผ่านการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น ทำให้อาหารของชาวจีนที่มีเสน่ห์ในแต่ละวิธีการทำที่คนทำใส่ใจ และมีความหมายได้รับการยอมรับ (กิตติ โล่เพชรรัตน์, 2554) สามารถพูดได้ว่าวัฒนธรรมจีนหลอมรวมเอาวัฒนธรรมไทย เข้าไปผสมผสานอย่างไม่แตกแยก สามารถดึงเอาเอกลักษณ์วัฒนธรรมความเป็นจีนของชุมชน ดึงมาเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม ได้แก่ สินค้าที่มาจากวัฒนธรรมดั้งเดิม เช่น วัฒนธรรมการบริโภคอาหาร และวัฒนธรรมการดื่มชา และสินค้าทางวัฒนธรรมที่มาจากวัฒนธรรมประดิษฐ์ เช่น วัฒนธรรมด้านศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม และวัฒนธรรมการแต่งกายมาเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว (กิตติธเนศ จิระวุฒิพันธุ์, 2559) ยังมีอาหารที่มีความโดดเด่นและรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ ทำให้ชุมชนเจริญไชยเป็นที่ตั้งของร้านอาหารที่มีชื่อเสียงมากมาย ทำให้ในอดีตชุมชนเจริญไชยมีนักท่องเที่ยวมากมายหลังไหลมาเยิ้มชม

ตรอกเจริญไชย เยวราชมีความน่าสนใจในด้านความเป็นมาวิถีชีวิต และอัตลักษณ์ที่โดดเด่น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาพื้นที่นี้เนื่องจากเป็นพื้นที่ของชุมชนย่านวัฒนธรรมจีนและเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมของกรุงเทพมหานคร แต่ในปัจจุบันตรอกเจริญไชย เยวราชมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ในแง่ของความเจริญที่เข้ามา แต่ในแง่ของการค้าขายกลับซบเซามากกว่าในอดีตที่มีผู้คนอย่างแน่นหนา ดังนั้นจึงเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องมีการศึกษาเพื่อที่จะทำให้ทราบสถานการณ์และปัญหาการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีนในพื้นที่ ตรอกเจริญไชย เยวราช และเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีนตรอกเจริญไชย เยวราช เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบาย กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร หรือผู้ที่เกี่ยวข้องในการออกนโยบายทางการท่องเที่ยว นำข้อมูลที่ได้ที่เป็นปัจจุบันไปปรับใช้ในการที่จะสร้างแผนการรองรับ นักท่องเที่ยวได้อย่างตรงจุดและเป็นการสร้างความยั่งยืนจากการท่องเที่ยวให้กับคน ในท้องถิ่น เพื่อพัฒนาสังคม แก้ไขปัญหาการสูญหายของวัฒนธรรม ปัญหาการย้ายถิ่นฐาน การจ้างงานหรือเพื่อ เป็นการสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่ต่อไปในอนาคต

คำถามการวิจัย

1. สถานการณ์ปัจจุบันและปัญหา/อุปสรรคการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีนตรอกเจริญไชย เยวราช กรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร
2. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีนเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันและปัญหาอุปสรรคของการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรม ตรอกเจริญไชย เยาวราช กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรม ตรอกเจริญไชย เยาวราช กรุงเทพมหานคร

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร

องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) ให้ความหมาย การท่องเที่ยวเชิงอาหาร หมายถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ของผู้มาเยือนในด้านอาหารและเครื่องดื่ม ในสถานที่ทำอาหาร (UNWTO, 2017) Hall (2019) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารอาจรวมถึงเทศกาล ทำอาหาร งานแสดงอาหาร ร้านอาหาร ตลาดของเกษตรกร การแสดงอาหาร การเยี่ยมชมสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับอาหาร และทัวร์ชิมอาหาร การทำอาหารถือเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมท้องถิ่นและเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นและเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ (Tikkanen, 2007) การท่องเที่ยวเชิงอาหารมีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะกลับไปเยี่ยมชมสถานที่ ทางเลือกของจุดหมายปลายทาง และการโฆษณาจุดหมายปลายทาง (Kivela & Crofts, 2006) นอกจากนี้ยังเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่กำหนดความน่าดึงดูดใจของจุดหมายปลายทาง (Aydoğdu et al., 2016) ด้วยเหตุนี้จึงมีความเชื่อมโยงระหว่างอาหารและทุน ทุนสามารถเป็นได้ทั้งเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม (Bourdieu, 1984) และสามารถทำให้เป็นรูปธรรมหรือเป็นตัวเป็นตนได้

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวด้านอาหารหมายถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ดึงดูดด้วยอาหาร และขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมในกระบวนการท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ ก่อนเริ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวใช้ “อาหาร” เป็นตัวช่วยในกระบวนการท่องเที่ยว การดึงดูดอาหารและวัฒนธรรมอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ และนักท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วม กิจกรรมด้านอาหาร และประสบการณ์ด้านอาหาร

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารสามารถสังเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร แหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรมประเพณี/เทศกาล เอกลักษณ์อาหาร และกิจกรรม ที่เป็นสิ่งดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ อาหารและการเกษตรยังเป็นส่งเสริมภาคเศรษฐกิจที่เข้มแข็งตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ทำให้เกิดการจ้างงานและกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ในจุดหมายปลายทาง อาหารเป็นหัวใจสำคัญของกลยุทธ์การท่องเที่ยว

เศรษฐกิจสร้างสรรค์

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้ให้คำจำกัดความของ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ไว้ว่า “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้ องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่” เศรษฐกิจสร้างสรรค์จะสมบูรณ์ได้ต้องมีความแข็งแกร่งของ B2P คือ business, people and place (ธุรกิจ, ผู้คน และพื้นที่) พัฒนาไปด้วยกัน (พิพัฒน์ ยอดพฤติการ, 2564)

เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นเสาหลักของการพัฒนาการท่องเที่ยว มุ่งสู่ความยั่งยืน การสร้างมูลค่าทางวัฒนธรรมของ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจะเป็นแรงผลักดันและทิศทางของการพัฒนาการท่องเที่ยว ช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้เติบโตขึ้นเรื่อยๆ มีลักษณะเฉพาะผสมผสานเศรษฐกิจ เทคโนโลยี วัฒนธรรมและศิลปะ ควรมีลักษณะสามประการ: ประการแรก กิจกรรมทางเศรษฐกิจ วัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ ความคิดสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมใน กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ ประการที่สอง วัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ อุตสาหกรรมเงินทุนทาง วัฒนธรรมด้วย ความหมายเชิงสัญลักษณ์และคุณค่าของการส่งเสริมและประยุกต์ใช้ ประการที่สาม รูปแบบ การแสดงผลิตภัณฑ์ ควรเป็นผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมและให้สิทธิ์ในทรัพย์สินทางปัญญาบูรณาการความคิด สร้างสรรค์และความแปลกใหม่ของความรู้เข้ากับวัฒนธรรมและบูรณาการและพัฒนาับเศรษฐกิจอย่าง ต่อเนื่องใช้ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ทางทุนวัฒนธรรมที่มีการแข่งขันสูงจากนี้จึงไม่ใช่เรื่องยากที่จะเห็นได้ว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์คือการเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ทางจิตวิญญาณที่มีความหมายเชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม ให้กลายเป็นอุตสาหกรรมเกิดใหม่ที่มีมูลค่าเพิ่มสูงและมีความสามารถในการแข่งขันความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการท่องเที่ยว ย่อมก่อให้เกิดผลกระทบดังต่อไปนี้ อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้กลายเป็นตัวเร่งให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงลึกในฐานะพฤติกรรม การบริโภคของมนุษย์ ผสมผสานการบริโภคทางวัฒนธรรมและจิตวิญญาณกลายเป็นประเด็นในฐานที่เป็น ส่วนสำคัญของทรัพยากรการท่องเที่ยว ทรัพยากรทางวัฒนธรรมคือความมั่งคั่งทางจิตวิญญาณชนิดหนึ่งที่ มนุษย์สามารถผลิตผลิตได้ สถานที่ท่องเที่ยว โรงแรมและบริษัทตัวแทนท่องเที่ยวดูเหมือนจะเป็นแหล่ง รายได้ทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวโดยตรงสำหรับประเทศ แต่สิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนจริงๆ คือ ประวัติศาสตร์และมรดกทางวัฒนธรรมของประเทศ การพึ่งพา การท่องเที่ยวและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, 2558)

กลไกที่สำคัญในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2563)

ลำดับแรก การพัฒนามาตรฐาน (Standardize) ยกระดับตั้งแต่กิจกรรมการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการแรงงานและแหล่งท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงความปลอดภัย ความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน คุณภาพของการบริการ และความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยว ระบบการจัดการของเสีย การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

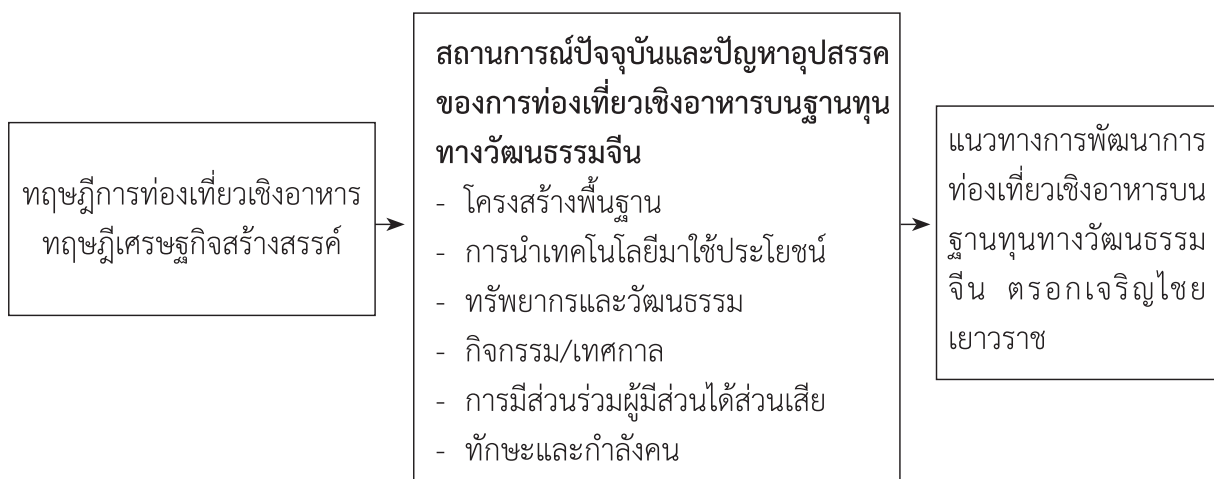
กลไกลำดับถัดมาคือ การยกระดับการเชื่อมโยง (Connectivity) เน้นการยกระดับการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะที่สะดวก สะอาด ปลอดภัย และเชื่อมโยงกันการเดินทางทั้งระบบไม่ว่าจะเป็นเครื่องบิน เรือ และระบบราง พร้อมกันนี้ต้องพัฒนาระบบสาธารณูปโภคให้สะดวกและเพียงพอ เช่น เครือข่ายถนนที่พักริมทาง ห้องน้ำ ระบบอินเทอร์เน็ต

กลไกสุดท้าย คือ การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมุ่งสู่ความยั่งยืน (Sustainability) การบริหารจัดการนักท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ การดูแลรักษาและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ และมรดกทางวัฒนธรรม การสร้างมูลค่า ส่งเสริมเศรษฐกิจ ชุมชนด้วยการนำอัตลักษณ์ท้องถิ่น/ชุมชน มาพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม กระจายรายได้ ลดความเหลื่อมล้ำให้กับท้องถิ่นและผลักดันแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานยั่งยืนระดับสากล

ข้างต้นกล่าวถึงความสัมพันธ์การบูรณาการระหว่างเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยว มีความเชื่อมโยงและมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นภาพสะท้อนที่ครอบคลุม ความต้องการของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมสามารถเสริมสร้างผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวและปรับปรุงคุณภาพของ ผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวซึ่งมีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การวางแผนและออกแบบสถานที่ท่องเที่ยว การตลาด การท่องเที่ยว การพัฒนา สินค้า การท่องเที่ยว การวางแผน เทศกาล แบรินด์ท่องเที่ยว ฯลฯ ต้องอาศัยการคิดเชิงวัฒนธรรม และ ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดคุณค่าของตนเอง และการรวม อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและ เศรษฐกิจสร้างสรรค์เข้าด้วยกันเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนาเสา ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว

การทบทวนแนวคิดและทฤษฎี ได้แก่ ทฤษฎีท่องเที่ยวเชิงอาหาร(Hall, 2019; Tikkanen, 2007; UNWTO, 2017) ทฤษฎีเศรษฐกิจสร้างสรรค์(สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2563) เป็นการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการวิจัย ซึ่งสามารถนำมากำหนด กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual framework) ได้ดังต่อไปนี้

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยพื้นที่ในการศึกษา คือ ชุมชนตรอกเจริญไชย เยาวราช โดยมีรายละเอียดวิธีการดำเนินวิจัยดังนี้

ประชากร คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีนในชุมชน ตรอกเจริญไชย เยาวราช ประกอบด้วย ผู้ประกอบกิจการร้านอาหาร จำนวน 10 ราย ตัวแทนภาคชุมชน จำนวน 5 ราย หรือจนข้อมูลอิ่มตัว (Saturated Data) รวมทั้งหมด 15 ราย กำหนดเกณฑ์การเลือก เป็นผู้ประกอบการร้านอาหารในพื้นที่และอยู่ในพื้นที่ 5 ปีขึ้นไป เป็นคนไทยเชื้อสายจีน ในและให้ความร่วมมือ

ในการวิจัย ใช้การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง

เครื่องมือการวิจัย คือ แนวทางการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง โดยมีองค์ประกอบดังนี้ คำถามเกี่ยวกับบริบททั่วไป เป็นมาของพื้นที่ ประเพณี/ความเชื่อ/วิถีชีวิต อุตสาหกรรมอาหาร โครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมการท่องเที่ยว คำถามเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยผู้วิจัยสร้างขึ้นจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ลงพื้นที่ช่วงระยะเวลา เดือนกันยายน 2565

การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม โดยการลงพื้นที่เข้าไปในชุมชนตรอกเจริญไชย เยวราช เพื่อให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงข้อมูลบริบทของชุมชนที่ได้จากการลงพื้นที่จริง
2. การสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นการสัมภาษณ์รูปแบบการสนทนาแบบไม่เป็นทางการ
3. การตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมว่าข้อมูลที่ได้มานั้นมีความถูกต้องตรงตามประเด็นหรือไม่ โดยใช้การตรวจสอบแบบสามเส้า 3 ดังนี้
 - 1) ด้านระยะเวลา ผู้วิจัยสัมภาษณ์ประเด็นเดียวกันกับบุคคล แต่ต่างเวลากันเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล
 - 2) ด้านบุคคล ผู้วิจัยสัมภาษณ์ประเด็นเดียวกัน แต่ผู้ให้ข้อมูลแตกต่างกัน หลายๆคนเพื่อตรวจสอบข้อมูล
 - 3) ด้านสถานที่ ผู้วิจัยสัมภาษณ์ประเด็นเดียวกัน แต่สถานที่แตกต่างกัน หลายๆคนเพื่อตรวจสอบข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์แบบอุปนัย และสรุปพรรณนาความ และสรุปผลโดยเขียนเป็นความเรียง การวิจัยจากการตรวจสอบข้อมูลทุกประเด็นและมีความสมบูรณ์แล้วจึงทำการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulate) ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลที่หลากหลายเพื่อรวบรวมข้อมูลเดียวกัน ใช้วิธีการสังเกตควบคู่ไปกับการซักถาม)

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 เพื่อศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันและปัญหา/อุปสรรคของการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีนตรอกเจริญไชย เยวราช กรุงเทพมหานคร

สถานการณ์ปัจจุบันและปัญหา อุปสรรคการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีนในพื้นที่ตรอกเจริญไชย เยวราช โดยการลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารในตรอกเจริญไชย แบ่งได้ 2 ตอน ดังนี้

- 1.1 สถานการณ์ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีนตรอกเจริญไชย เยวราช กรุงเทพมหานคร 4 ประเด็น
 - 1.1.1 สถานการณ์ปัจจุบัน

ชุมชนเจริญไชยเป็นชุมชนจีนเก่าแก่แห่งหนึ่งในประเทศไทย เป็นที่ตั้งของร้านค้าหลากหลายประเภท ส่วนใหญ่เป็นร้านขายกระดาษไหว้เจ้า ร้านขายยาจีน และร้านขายขนม ร้านอาหารเล็กๆ

รวมทั้งมีแผงลอยขายของสดอย่างเช่นอาหารทะเลอีกในบริเวณใกล้เคียงด้วย สถานการณ์ในย่านตรอกเจริญไชยในปัจจุบันนั้นแตกต่างจากสมัยก่อน โดยพบว่ามีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา ในอดีตของชุมชนเจริญไชยนั้นนอกจาก เป็นแหล่งค้าขายสินค้า สำหรับใช้ในการประกอบพิธีกรรมแล้วยังเป็นย่านที่อยู่อาศัยของแรงงานชาวจีน เนืองแน่นไปด้วยผู้คน จึงเต็มไปด้วยอัตลักษณ์วัฒนธรรมจีนที่โดดเด่น รวมไปถึงวัฒนธรรมการดำเนินชีวิต ประเพณี ความเชื่อ วัฒนธรรมอาหาร สถาปัตยกรรมที่สืบทอดต่อกันมายาวนาน เนื่องจากกาลเวลาที่เปลี่ยนไปทำให้ปัจจุบันชุมชนเจริญไชยเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก

1.1.2 อัตลักษณ์อาหาร

เอกลักษณ์ของย่านตรอกไชยว่ามีผู้ประกอบการร้านอาหารและอาหารที่หารับประทานได้ยากอยู่ภายในตรอกเจริญไชย อย่างร้านบะหมี่จั้งกั้ง เป็นร้านบะหมี่เก่าแก่คู่เยาวราช เปิดมานานกว่า 50 ปีแล้ว มีชื่อเสียงทางด้านปริมาณบะหมี่ที่มาก ร้านบะหมี่เกี๊ยวทะเลื่องลือว่ารสเด็ดด้วยหมูแดงที่ย่างเองราดด้วยน้ำซอสสูตรพิเศษ ร้านขายเจ๊กที่ตั้งโต๊ะเพียงตัวเดียว เจ๊กปรุงด้วยเกลือเท่านั้นไม่มีต้นหอมหรือขิงโรยหน้าด้วยน้ำซุปรหวานจากกระดุกหมู และปาต่องโก๋ตัวเล็ก เกี่ยมอีสูตรโบราณ เจีซุง” อีกหนึ่งเมนูที่หารับประทานได้ยาก เครื่องแบบสูตรโบราณทั้งปลาหมึกกรอบ บะเต็ง เซียงจี และหมูสับก้อน วัตถุดิบต่าง ๆ ผ่านการปรุงด้วยเตาถ่านเพื่อเพิ่มความหอม ที่กล่าวมานั้นล้วนเป็นอาหารขึ้นชื่อของตรอกเจริญไชย กลับกัน“เซาปิง” ที่เป็นสูตรจีนโบราณกว่า 100 ปี ถือเป็นขนมเก่าแก่ของคนจีน ที่นี้จะใช้แป้งมาปั้นบนมือแล้วสอดไส้ถั่วกับไส้เผือกทอดบนเตาถ่านเพื่อเพิ่มความหอมอร่อยแม้จะไม่มีชื่อร้านและขนมอู้ก้วยตอสนี้ 130 ปีแล้ว สูตรมาจากชั่วเถาข้าวเหนียวส่วนหนึ่งไว้โม้แบ่งแล้วนำมาทำขนมขนาดกะทัดรัดกับมันบดใส่มันเทศแก่ๆ 80% แป้ง 20% นวดแบ่งด้วยมือข้างในมือใส่ไส้ ถั่ว ไส้เผือก ไส้ผัก ไส้มะพร้าว แล้วปั้นเป็นรูป สามเหลี่ยมบ้าง ยาว รีบ้าง ทรงกลม ก่อนนำไปทอดในกะทะ ขนมอู้ก้วยขึ้นใช้ในการไหว้เจ้าประเพณีไหว้เจ้าประจำปีและวันไหว้เจ้าธรรมดา ที่ถือเอาวันจิวอิก ถือเป็นขนมมงคลและทำสืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษวิธีทำออกจะยุ่งยากต้องเตรียมเครื่องกันเป็นวันๆกว่าจะทำเสร็จคนจีนหลังไหว้เจ้าเสร็จจะนำมารับประทานกับน้ำชาเป็นอาหารว่าง ทั้งยังเชื่อมความสัมพันธ์ในชุมชนด้วย ตั้งแต่รุ่นปู่ย่าตายาย

1.1.3 โครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวก

ในอดีตการสร้างรางรถไฟถือเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้พื้นที่บริเวณชุมชนเจริญไชยและบริเวณโดยรอบได้รับการพัฒนาขึ้นเป็นอย่างมาก เพราะรางรถไฟเป็นระบบขนส่งมวลชนที่เชื่อมศูนย์กลางของเมืองกับเขตชานเมือง พัฒนาการของเทคโนโลยีการขนส่ง ในปัจจุบันมีการปรับเปลี่ยนจากรถรางมาเป็นขนส่งมวลชน พัฒนามาเป็นรถไฟฟ้า ชุมชนเจริญไชยก็เป็นหนึ่งในพื้นที่ที่ติดรถไฟฟ้าผ่านนครสายสีน้ำเงิน สถานีวัดมังกรเพียง 100 เมตร ในช่วงการก่อสร้างหลังจากเสร็จสิ้นการสร้างสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน ทำให้การเดินทางสะดวกมากขึ้นมีช่องทางการคมนาคมให้เลือกหลายช่องทาง ตัวอย่างเช่น แท็กซี่ รถประจำทาง คือ บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ (BTS,MRT) ส่วนการค้าขายก็ดีขึ้น โดยเฉพาะด้านอาหารการกิน เพราะปัจจุบันเกิดกระแสความนิยมท่องเที่ยวตามเพจรีวิวในสื่อโซเชียลมีเดียจำนวนมากทำให้มีความสะดวกสบายต่อการเข้าถึงข้อมูลผู้ประกอบการยังรับเทคโนโลยีมาใช้ในการค้าขาย อาทิ ไลน์แมน (Lineman Application) เข้ามาช่วยส่งผลให้ผู้คนเริ่มให้ความสนใจและรับรู้ถึงแหล่งท่องเที่ยว กลับกันจากการก่อสร้างสถานีรถไฟฟ้า ส่งผลให้มีการเวนคืนที่ดินมากมาย ทำให้ต้องมีการทุบอาคาร บ้านเรือนที่เป็นสถาปัตยกรรมเก่าแก่ และการเข้ามาของความเจริญ

ทำให้มูลค่าที่ดินในบริเวณนั้นเพิ่มขึ้น นักลงทุนและเจ้าของที่ดินจึงต้องการพัฒนาพื้นที่ให้เป็นอาคารขนาดใหญ่ ส่งผลให้มีปัญหาตามมามากมาย

1.1.4 กิจกรรมและการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

การรวมกลุ่มอนุรักษ์และฟื้นฟูชุมชน ได้จัดตั้งพิพิธภัณฑ์ในชุมชน “บ้านเก่าเล่าเรื่อง” เพื่อรำลึกถึงผู้คนที่เคยอยู่อาศัยในย่านนี้ ทั้ง จำลองบรรยากาศการแสดงงิ้ว อุปกรณ์การแสดงงิ้ว ข้าวของเครื่องใช้โบราณที่ได้จากการบริจาคจากคนในชุมชน เริ่มจัดกิจกรรมพิธีตั้งโต๊ะไหว้พระจันทร์เพื่อบอกเล่าจุดแข็งของชุมชน ยังจัดทำโบรชัวร์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ แจกจ่ายให้นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชม พร้อมทั้งแผนที่สำหรับการเดินชมชุมชนที่ระบุถึง ร้านขายสินค้าต่างๆ ร้านอาหาร และยังมีการจัดกิจกรรมต่างในวันสำคัญต่างๆ

ปัจจุบันวิถีชีวิตของชาวไทยเชื้อสายจีนในชุมชนเจริญไชย มีเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากความเจริญที่เข้ามา แต่ทุกคนในชุมชนร่วมมือกันพยายามรักษาและปกป้องมรดกทางวัฒนธรรมประเพณีของชาวไทยเชื้อสายจีนเอาไว้ท่ามกลางการพัฒนาของเมืองหลวงอย่างต่อเนื่อง ผู้คนในชุมชนไม่ได้ต่อต้านการพัฒนาของเมืองหลวง แต่ยังคงหวงแหนวัฒนธรรมประเพณีที่สืบทอดต่อกันมา

1.2 ปัญหา/อุปสรรคการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีนในพื้นที่ ตรอกเจริญไชยเยาวราช

ในการศึกษาสภาพปัญหาอะไรที่เป็นอุปสรรคของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตรอกเจริญไชยเยาวราช กรุงเทพมหานคร สามารถแบ่งออกได้ 3 ประเด็น ดังนี้

1.2.1 ปัญหาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก

การอยู่อาศัย ที่ดินส่วนใหญ่ของย่านเยาวราชเป็นของสำนักงานทรัพย์สินพระมหากษัตริย์ เป็นการอยู่อาศัยแบบสิทธิการเช่าระยะยาว จนปี 2551 มีการยกเลิกสัญญาเช่าระยะยาวและเหลือเพียงต่อสัญญาเป็นปีต่อปี โดยให้เหตุผลกับชาวชุมชนว่า การสร้างสถานีรถไฟฟ้าอาจทำให้ต้องปรับปรุงสภาพพื้นที่รอบๆ ตามแผนการสร้างสถานีของรัฐ จึงไม่สามารถรับประกันการเช่าพื้นที่ระยะยาวได้เหมือนเดิม ปัจจุบันเหลือเพียงการเช่าแบบรายเดือน เมื่อปี 2554 ดิเกวบางส่วนในชุมชนเจริญไชยถูกเวนคืนเพื่อสร้างทางขึ้น-ลงรถไฟฟ้าใต้ดินสถานีวัด ถึงแม้ความเจริญที่เข้ามาการวางผังเมือง การสร้างรถไฟฟ้า MRT การเวนคืนที่ดินที่พัฒนาให้สะดวกสบายมากขึ้นแต่กลับส่งผลต่อสภาพลักษณะของจุดหมายการท่องเที่ยวเป็นอย่างมากในแง่ของสภาพลักษณะจุดหมายปลายทางเมื่อมีความเจริญเข้ามาได้เข้ามาพร้อมกับนายทุนกลับมาซึ่งปัญหาหลายอย่างตามมาจากคำกล่าวที่ว่า “แถวนี้เมื่อก่อนคึกคัก ทุกบ้านเดินคุยถึงกันไปหมด แต่นายทุนมากว่านซื้อที่ดิน ทอยออกกันไปหมด”

มลพิษทางเสียง ทางอากาศจำนวนมาก จากการก่อสร้างซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อร่างกายในระยะยาว หลังจากสร้างสถานีขึ้น-ลงไฟฟ้าใต้ดินเสร็จ ระบบไฟฟ้า ระบบการระบายน้ำไม่ดีเหมือนแต่ก่อนท่อระบายน้ำเกิดการอุดตัน เป็นผลทำให้เกิดน้ำท่วมขังในบริเวณชุมชน จุดจอดรถส่วนบุคคลมีจำนวนค่อนข้างน้อยหรือมีอัตราค่าจอดรถค่อนข้างแพง รวมไปถึงห้องน้ำสาธารณะมีจำนวนน้อยและไม่ถูกสุขลักษณะอนามัย

1.2.2 ปัญหาด้านวัฒนธรรมและอัตลักษณ์

วัฒนธรรมอาหารที่ค่อยๆ เลือนหายไปวัฒนธรรมขนมเก่าแก่ “วัฒนธรรมการไหว้ขนมอู่ก้วยจะหายไปเพราะว่าวัยรุ่นสมัยนี้ไม่รู้จัก ขนมอู่ก้วยขึ้นใช้ในการไหว้เจ้าประเพณีไหว้เจ้าประจำปีและวันไหว้เจ้าธรรมดา ที่ถือเอาวันซิวอีก ถือเป็นขนมมงคลและทำสืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ คนรุ่นใหม่ไม่ค่อยคนนักจะรู้จักขนมชนิดนี้ ทำให้ประเพณีเก่าแก่ที่สืบทอดกันมาแต่บรรพบุรุษค่อยๆ เลือนหายไป” เรื่องของการรับรู้ของประชาชน เพราะขาดการโฆษณาอย่างทั่วถึง ภาพลักษณ์จุดหมายปลายทางขาดแนวทางของวิธีการทางการตลาดสมัยใหม่ ไม่มีการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมอาหารอย่างเต็มรูปแบบและในเรื่องบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เป็นเอกลักษณ์ แม้กระทั่งวัฒนธรรม ประเพณี “เมื่อก่อนมีบ้านคน ไม่ว่าเทศกาลไหน คึกคัก ในช่วงวันไหว้พระจันทร์ แต่ละบ้านจะมีการประกวดโคมไฟ มีฉากอย่างสวยงาม และอลังการ และจะมีกิจกรรมที่เรียกว่าแซ่พระจันทร์เหมือนกับเล่นแซ่ แต่เมื่อถึงวันไหว้พระจันทร์จะมีการประกวดว่าบ้านไหนจะเก็บเงินแต่ละเดือน พอครบวันไหว้พระจันทร์ เมื่อไหว้เสร็จ จะมีการนับเงินที่เก็บมาบ้านไหนได้มากที่สุด จะมีของรางวัล เช่นทอง หม้อ ถัง จะเห็นได้ว่าชาวจีนโพ้นทะเลสมัยก่อนเคร่งและจริงจังกับเทศกาลประเพณีมากๆ แต่สมัยนี้ไม่มีกิจกรรมแซ่พระจันทร์แล้วบางบ้านที่ ลูกสาวลูกชาย ย้ายไปทำงานที่อื่น ก็จะย้ายตามไปอยู่ด้วย บ้านที่เหลือก็ยังคงแขวนโคมสวยงาม แต่ไม่อลังการเท่าสมัยก่อน”

1.2.3 ปัญหาด้านการย้ายถิ่นฐาน

การประกอบอาชีพนอกจากจะเป็นปัจจัยดึงดูดให้ผู้คนย้ายถิ่นฐาน โดยเฉพาะลูกหลานคนรุ่นใหม่ เพราะอาชีพที่มีใน ชุมชนไม่ตรงต่อความต้องการหรือมีทางเลือกทางด้านอาชีพอื่นที่ดีกว่า ความไม่แน่นอนของที่อยู่อาศัย เป็นปัจจัยส่วนหนึ่งที่ส่งผลให้คนในชุมชนบางส่วนต้องย้ายที่อยู่อาศัยไปยังที่อื่นที่มี ความมั่นคงกว่า ส่วนคนที่ยังอยู่อาศัยในปัจจุบันก็มีความเสี่ยงสูงที่จะถูกกดดันให้ย้ายออกจากเจ้าของกรรมสิทธิ์ที่ดินและอัตราค่าเช่าอาคารที่อาจเพิ่มสูงขึ้นในอนาคต

ตอนที่ 2 เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีนตรอกเจริญไชย เยาวราช กรุงเทพมหานคร

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีนจากการสัมภาษณ์ความเห็นส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์จุดหมายปลายทางและขยายตลาดการท่องเที่ยวด้านอาหาร การจัดการท่องเที่ยวควรบูรณาการการท่องเที่ยวเชิงอาหารเข้ากับวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว พัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร บรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนถึงจุดหมายปลายทาง ขยายวัฒนธรรมอาหารจีนด้วยการพัฒนาเส้นทางและกิจกรรมอาหาร เพิ่มความนิยมของด้วยสื่อ อินเทอร์เน็ต เพิ่มการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารของตรอกเจริญไชย ใช้เทคโนโลยีเครือข่ายที่ทันสมัยเพื่อสร้างระบบแพลตฟอร์มดิจิทัล

อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัยแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีน ตรอกเจริญไชยเยาวราชมีการดำเนินตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 สถานการณ์การปัจจุบันและปัญหา/อุปสรรคของการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีน

1.1 สถานการณ์การปัจจุบันของการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีน

ชุมชนเจริญไชย ในอดีตเป็นหนึ่งในย่านที่มีผู้ประกอบการและแรงงานชาวจีนอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก ย่านเจริญไชยในอดีตนอกจากจะเป็นย่านที่อยู่อาศัยของแรงงาน ย่านการค้าขายที่มีเอกลักษณ์ จะเห็นได้ว่าย่านเจริญไชยในอดีตเป็นทั้งย่านการค้าและย่านที่พักอาศัยของแรงงานต่าง ๆ ที่เป็นกลุ่มชาวจีนโดยส่วนใหญ่ ดังนั้นเศรษฐกิจของชุมชนโดยรวมจึงแสดงออกอย่างชัดเจนถึงความเป็นเอกลักษณ์โดยอยู่บนพื้นฐานของวิถีชีวิต ประเพณี และความเชื่อไม่ว่าจะเป็นโพงก๊วน โรงโสมณี่ โรงน้ำชา ร้านขายกระดาดชาไห้ เป็นต้น (กลุ่มอนุรักษ์และฟื้นฟูย่านเจริญไชย, 2556) การศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีนของพื้นที่ตรอกเจริญไชย เยาวราช ปัจจุบันของการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีน ตรอกเจริญไชย เยาวราช กรุงเทพมหานครนั้น ผู้ประกอบการร้านอาหารต่างบอกเล่าไปในทิศทางเดียวกันว่ามีความเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวและชาวไทยน้อยลงเพราะไม่มีใครรู้จักชุมชนซอยตรอกเจริญไชย เพราะส่วนใหญ่จะรู้จักเยาวราชมากกว่า จากที่ลงพื้นที่สำรวจและสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ผู้วิจัยสังเกตได้ว่า ชาวไทยเชื้อสายจีนตรอกเจริญไชยมีการพัฒนาตนเองให้ทันสมัยและเท่าทันโลกอยู่ตลอดทั้งในเรื่องของอาหารที่ขายในร้าน และการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ผสมผสาน รวมทั้งยังมีการทำขนมโบราณหรืออาหารโบราณที่หารับประทานได้ยาก จึงเป็นสิ่งหนึ่งที่สามารถดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ได้

1.2 ปัญหา/อุปสรรคของการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีน

ปัญหาโครงสร้างพื้นฐาน บริการทางการท่องเที่ยว ตรอกเจริญไชยอยู่ใกล้สถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน ทำให้ทราบว่าแรงกดดันจากการพัฒนาสมัยใหม่ การเข้ามาของรถไฟฟ้าส่งผลให้ชุมชนเจริญไชยที่เป็นหนึ่งในชุมชนเก่าแก่ที่ตั้งอยู่บริเวณนั้นได้รับผลกระทบจากการสร้างสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินสถานีวัดมังกร ตึกเก่าอายุกว่าร้อยปีถูกเรียกคืนเพื่อใช้ประโยชน์ในการก่อสร้างอาคารขึ้น-ลงสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน การค้าขายช่วงที่มีการก่อสร้างซบเซาลงไปมาก ระบบการระบายน้ำไม่ดีเหมือนแต่ก่อน ท่อระบายน้ำเกิดการอุดตัน จุดจอดรถส่วนบุคคลมีจำนวนค่อนข้างน้อยหรือมีอัตราค่าจอดรถค่อนข้างแพง รวมไปถึงห้องน้ำสาธารณะมีจำนวนน้อยและไม่ถูกสุขลักษณะอนามัย



ภาพที่ 2 แผนที่ MRT สถานีวัดมังกร

ปัญหาด้านวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ ภาพลักษณ์จุดหมายปลายทาง ปัจจุบันพื้นที่ตรอกเจริญไชย เยาวราชขาดแนวทางของวิธีการทางการตลาดสมัยใหม่ ตัวอย่างเช่น ความรู้ของนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศเกี่ยวกับอาหารในเยาวราชจำกัดอยู่ที่ก๋วยจั๊บน้ำข้น กระจ่างปลา หรือบะหมี่ที่ขึ้นชื่อ แต่นักท่องเที่ยวกลับไม่รู้จักอาหารและของว่างอื่นๆ และไม่มีการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมอาหารอื่นๆ ตัวอย่าง เช่น เซาเปิง ขนมห่อกล้วย ที่มีชื่อเสียงและมีตำนานมากกว่าร้อยปีในตรอกเจริญไชย เนื่องจากละเลยการส่งเสริมวัฒนธรรมอาหารอย่างเต็มรูปแบบ อาหารจีนในตรอกเจริญไชยจึงไม่ได้ สร้างตำแหน่งแบรนด์ของ “แหล่งอาหารจีนดั้งเดิม” และด้วยปัจจุบันวัฒนธรรมประเพณีที่ไม่ได้เคร่งครัดเหมือนในอดีต ด้วยเหตุนี้จะทำให้วัฒนธรรมดั้งเดิมต่างๆ ค่อยๆ เลือนหายไปตามกาลเวลา ลักษณะของและบรรพบุรุษที่ยังไม่แสดงถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นมากเท่าที่ควรสอดคล้องกับงานวิจัยของรจนา จันทรสา และ ภาณุ ศิริพงศ์ไพโรจน์ (2552) โดยทั่วไปภาษาชนในชุมชนหวานที่มีอยู่ตามร้านค้า ร้านขายอาหาร มีมากมายหลายชนิด ผลผลิตของฝากที่ระลึกต่างๆ ที่มีอยู่ไม่สามารถที่จะสื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของอยุธยาได้

ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงอาหารชุมชนเจริญไชย มีปัญหาต่างๆ เช่น การขาดความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารไม่เพียงพอ เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารน้อยเกินไป และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารไม่เพียงพอ ดังนั้น หน่วยงานหลักในการดำเนินงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ได้แก่ รัฐบาล บริษัทท่องเที่ยว ร้านอาหาร สถานที่ท่องเที่ยว และชุมชน ควรมีส่วนร่วมแก้ไขปัญหากันทุกฝ่าย มีใช้ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีนในตรอกเจริญไชย เยาวราช กรุงเทพมหานคร

สำหรับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีน ตรอกเจริญไชย เยาวราชนั้นผู้วิจัยคิดว่าการพัฒนาท่องเที่ยวด้านอาหารการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็น ครอบคลุม เศรษฐศาสตร์ วัฒนธรรม การจัดการ การตลาด และ สาขาวิชาอื่น ๆ เกี่ยวข้องมาประยุกต์ใช้ แบ่งเป็น 3 ด้าน

2.1 การพัฒนามาตรฐาน (Standardize)

รัฐบาลควรกำกับดูแลด้านสุขอนามัยความปลอดภัยของอาหาร ปรับปรุงสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว โดยพัฒนาสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป โดยใช้ประโยชน์จากสิ่งแวดล้อมอย่างถูกต้อง เหมาะสม ต้องอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้คงอยู่หรือเสื่อมสภาพน้อยที่สุด เน้นคุณค่าและความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว มีความรับผิดชอบต่อทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในสถานที่ท่องเที่ยว อนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวให้ถูกผลกระทบน้อยที่สุด เพราะสิ่งแวดล้อมเป็นสมบัติที่สำคัญและมีคุณค่าต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก การท่องเที่ยวจึงต้องรักษาสิ่งแวดล้อมภายในชุมชนให้คงสภาพเดิมไว้ เน้นคุณค่าและความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวไว้มากที่สุด

2.2 การยกระดับการเชื่อมโยง (Connectivity)

การสร้างเสริมสิ่งอำนวยความสะดวก ความร่วมมือด้านการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว คุณภาพของบริการการท่องเที่ยว ออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยว เมื่อออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารเวลาเดินทางไม่ควรนานเกินไป สำหรับทุกวันเดียวและวันสองวัน ราคาไม่ควรสูงเกินไปสอดคล้องกับงานวิจัยของกชกร จุลศิลป์ (2561) พัฒนาเส้นทางการรับประทานอาหารให้นักท่องเที่ยว ทำเป็นการสแกนคิวอาร์โค้ด

ตามสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญให้นักท่องเที่ยวทราบว่าบริเวณร้านอาหารที่ใกล้เคียงกับสถานที่ท่องเที่ยวนั้นมีอะไรบ้าง

2.3 การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainability)

ภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเป็นสื่อกลางในการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนเป็นที่รู้จักทั้งในแง่ของด้านอาหาร วัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่ยังคงมีกลิ่นอายของความเป็นคนไทยเชื้อสายจีน ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น เพื่ออนุรักษ์และส่งเสริมวัฒนธรรมเหล่านี้ให้คงอยู่ความสำคัญกับสถานที่ท่องเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร องค์กรอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว และแผนกอื่น ๆ การฝึกอบรมทักษะบุคลากรมาตรฐานการครอบคลุมถึงอาหารและบรรจุหีบห่ออย่างเหมาะสมเพื่อให้เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวมากขึ้น ฝึกอบรมด้านแพชั่นผู้ประกอบการวิชาชีพการท่องเที่ยวเพิ่มการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร รวมถึงการเปิดเส้นทางท่องเที่ยวอาหารต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่าง ๆ ในด้านเนื้อหาของ การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว นอกจากการส่งเสริมเส้นทางชิมอาหารแบบดั้งเดิม ออกแบบกิจกรรม สามารถรวมกิจกรรมสำหรับนักชิม และการพักผ่อนได้ ชิมอาหารและชมวิวและแลกเปลี่ยนทักษะการทำอาหารนอกจากจะให้นักท่องเที่ยวได้ลิ้มรสชาติแล้วผลิตภัณฑ์ อาหารสำเร็จรูป ให้มีส่วนร่วมในการผลิตอาหาร ฟังคำอธิบายเกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหารทำความเข้าใจเกี่ยวกับ โภชนาการของผลิตภัณฑ์อาหารและเรียนรู้ แลกเปลี่ยนทักษะการทำอาหาร เพื่อให้สามารถเข้าใจมนุษยศาสตร์ ประวัติศาสตร์ และ สถานการณ์ปัจจุบันของเมืองไปพร้อมกับชิมของอร่อย เนื้อหาและรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามฤดูกาล เมื่อออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารควรพิจารณาปัจจัยที่ครอบคลุม เช่น ความเต็มใจที่จะบริโภคการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

หลักการตลาด การพัฒนาและการเพิ่มประสิทธิภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวควรขึ้นอยู่กับ การเปลี่ยนแปลงของความต้องการของตลาดการท่องเที่ยว และมาตรฐานควรตอบสนองความต้องการของ นักท่องเที่ยวในระดับสูงสุด เนื่องจากแรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวและความต้องการของตลาด ที่เปลี่ยนไปทำให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวจะมีจะประสบปัญหาการล้าสมัยหรือล้าสมัยตลอดจนการขยายหรือ สูญเสียความน่าดึงดูดใจในการแข่งขันทางการตลาดการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพของทรัพยากร การท่องเที่ยวควรให้ความสนใจกับ การสำรวจและวิเคราะห์ตลาดการท่องเที่ยว พยากรณ์ เลือกจุดเน้นการพัฒนาตามการเปลี่ยนแปลงของตลาด การประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวเชิงอาหารสามารถทำได้ผ่านแผนที่ แนะนำการท่องเที่ยว โบรชัวร์ท่องเที่ยว นิตยสาร และออนไลน์อื่น ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kotler et al. (2012) กล่าวว่า ควรมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อออนไลน์ วิทยู โทเทคส์เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ รวมถึงความหมายแฝงลักษณะร้านที่มีชื่อเสียงและจุดที่มีชื่อเสียงของวัฒนธรรมอาหารเพื่อให้นักท่องเที่ยว สามารถเข้าใจอาหารวัฒนธรรมจีน การกำกับดูแลการท่องเที่ยวสามารถใช้เทคโนโลยีเครือข่ายที่ทันสมัยเพื่อ สร้างระบบแพลตฟอร์มดิจิทัลสำหรับการดำเนินงานเครือข่ายการท่องเที่ยวหลังจากได้สัมผัสกับอาหารและ บริการที่สมบูรณ์แบบ นักท่องเที่ยวสามารถแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับบริการด้านอาหารและการบริการที่ได้รับในร้านอาหารเพื่อให้ฝ่ายบริหาร สามารถระบุปัญหา การแก้ปัญหา และเพิ่มคุณภาพการบริการโดยรวมของ ผู้ปฏิบัติงาน นอกจากนี้มาตรการต่าง ๆ เช่น การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การเสริมสร้าง การฝึกอบรม มัคคุเทศก์ พนักงานบริการ ร้านอาหารและการให้คำอธิบายเกี่ยวกับอาหารแก่นักท่องเที่ยวอย่างเข้มข้น

ตรอกเจริญไชย เยาวราช อุดมไปด้วยแหล่งอาหารมีประวัติยาวนาน มีรากฐานภาพลักษณ์อาหารคมนาคนสะดวกและมีสีสันและมีเสน่ห์เฉพาะตัว ฉะนั้นควรเปลี่ยนข้อได้เปรียบด้านทรัพยากร ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว มาพัฒนาความเป็นอยู่ของคนในชุมชน ยังคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณีที่สืบทอดต่อกันมาไม่ให้เลือนหายไป อีกทั้งเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจภายในชุมชน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากผลการวิจัยที่พบว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารยังขาดการสร้างกิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยว ดังนั้นหน่วยงานรัฐ เอกชน และชุมชน ควรมีการจัดกิจกรรมและเส้นทาง ชม ชิม ช้อปอาหารแบบดั้งเดิมและวัฒนธรรมจีน
2. จากผลการวิจัยที่พบว่า ขาดการประชาสัมพันธ์ และสื่อสารการตลาด ดังนั้นหน่วยงานรัฐ เอกชน และชุมชน ควรมีการจัดการประชาสัมพันธ์การสื่อสารการตลาด ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีอัตลักษณ์ และวิถีชีวิตให้ มีกลืนอายุของความเป็นคนไทยเชื้อสายจีนเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น
3. จากผลการวิจัยที่พบว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารยังขาดการปรับปรุงด้านกายภาพ ภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นหน่วยงานรัฐ เอกชน และชุมชน ควรมีการปรับปรุงภูมิทัศน์ และส่งเสริมศักยภาพของคนในชุมชน

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร สามารถศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีน ในพื้นที่อื่น ๆ ของกรุงเทพมหานคร
2. ควรมีการสร้างกิจกรรมเส้นทาง และสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีน และขับเคลื่อนกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง
3. ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณเพิ่มเติมในด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว การรับรู้คุณค่า และแรงจูงใจจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

- กชกร จุลศิลป์. (2561). *กลยุทธ์การจัดการการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา* (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม. (2560). *แนวทางการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม.
- กิตติ โล่เพชรรัตน์. (2554). *ตำนานลูกหลานจีนในสยาม*. ก้าวแรกพับลิชชิ่ง: กรุงเทพฯ.
- กิตติธเนศ จิระวุฒิพันธุ์. (2559). *การกลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม จีนในประเทศไทย: กรณีศึกษาหมู่บ้านสันติคีรี ดอยแม่สลอง จังหวัดเชียงราย*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. คณะศิลปศาสตร์.

- กุลแก้ว คล้ายแก้ว ภัทริศร์ ถนอมสิงห์ และรพีพงศ์ อินตะสีบ. (2566). ท่องเที่ยวเชิงอาหาร : ศักยภาพและการพัฒนาโมเดลการจัดการท่องเที่ยวโดยเครือข่ายชุมชนบ้านไม้ขาว เชื่อมโยงภูเก็ตเมืองมรดกโลกเมืองสร้างสรรค์วิทยาการอาหาร. *วารสารวิชาการนอร์ทเทิร์น*, 8(4), 83-94.
- พิพัฒน์ ยอดพฤติการ. (2564). *เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน*. สืบค้น 30 มกราคม 2565, จาก <https://www.prachachat.net/csr-hr/news-604476>
- รจนา จันทระสา และภานุ ศิริพงษ์ไพโรจน์. (2552). *การนำเอกลักษณ์ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่อประยุกต์ใช้กับบรรจุภัณฑ์เซรามิกสำหรับบรรจุขนมหวานไทย*. สถาบันวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สรिता พันธุ์เทียน ทรงคุณ จันทระ และมาริสา โกเศยะโยธิน. (2561). การท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย : แนวทางการพัฒนาและแก้ไขปัญหาการจัดการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดลุ่มแม่น้ำภาคกลางโดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏวชิราวุธสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 5(2), 184-195.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการ เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2552). *รายงานการศึกษาเบื้องต้น เศรษฐกิจสร้างสรรค์ The Creative Economy*. กรุงเทพฯ: พี.ซี.เพรส (บุญชิน).
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2563). *BCG in Action : สาขาการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์*. สืบค้น 25 ธันวาคม 2564. จาก <https://waa.inter.nstda.or.th/stks/pub/bcg/bcg-in-action-tourism-creative-economy-01.pdf>
- สุดแดน วิสุทธิลักษณ์. (2558). *องค์ความรู้ ว่าด้วยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : คู่มือ และแนวทางปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน).
- Aydoğdu, A., OKAY, E. Ö., & KÖSE, Z. C. (2016). Destinasyon tercihinde gastronomi turizmi'nin önemi: Bozcaada örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 120-132.
- Bourdieu, P. (1984). *A social critique of the judgement of taste*. Traducido del francés por R. Nice. Londres, Routledge.
- Hall, C. M. (2019). Constructing sustainable tourism development: The 2030 agenda and the managerial ecology of sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7), 1044-1060.
- Kivela, J., & Crofts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of hospitality & tourism research*, 30(3), 354-377.
- Kotler, P., Armstrong, G., Ang, S. H., Leong, S. M., Tan, C. T., & Ho-Ming, O. (2012). *Principles of marketing: an Asian perspective*. Pearson/Prentice-Hall.

Tikkanen, I. (2007), "Maslow's hierarchy and food tourism in Finland: five cases", *British Food Journal*, Vol. 109 No. 9, pp. 721-734.

UNWTO. (2017). *Second Global Report on Gastronomy Tourism*. Retrieved January 29, 2022, from <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029>

คณะผู้เขียน

นवलพรรณ วงษ์สอาด

นักวิชาการอิสระ

สาขาวิชาพัฒนศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

6 ถนนราชมรรคาใน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 73000

e-mail: wongsaard_n@su.ac.th

ศาสตราจารย์ ดร. นรินทร์ สังข์รักษา

สาขาวิชาการจัดการชุมชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

e-mail: narin_324349@yahoo.co.th