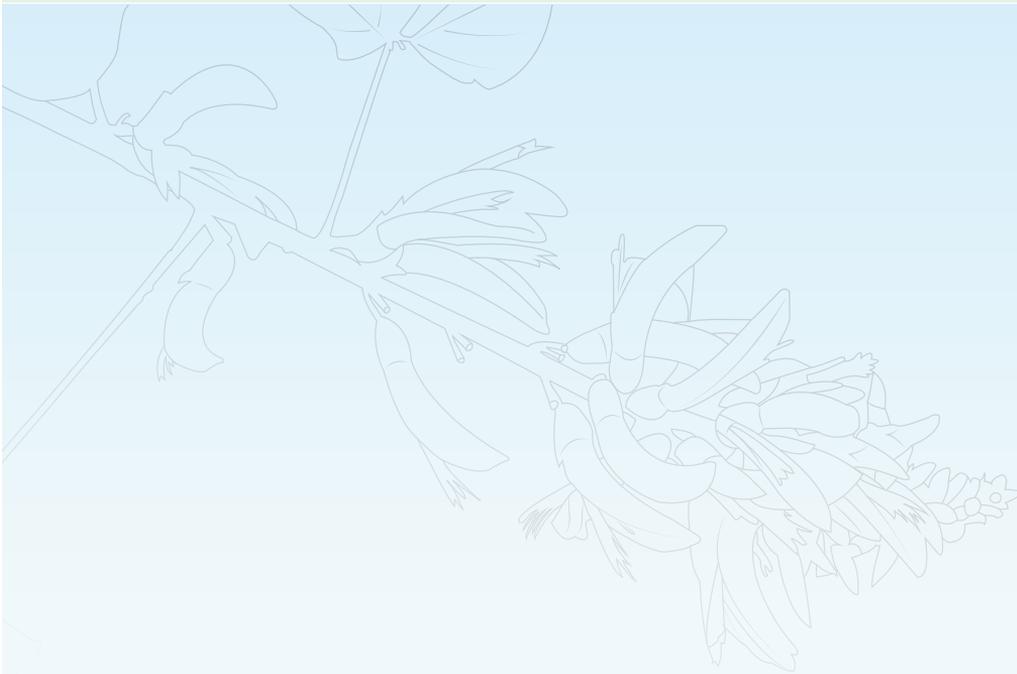


แนวทางการสร้างการรับรู้อาหารท้องถิ่นเกาะสมุยเพื่อ
ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารผ่านอาหารท้องถิ่น
กรณีศึกษาเกาะสมุย ประเทศไทย

An Approach to Building Awareness of Koh Samui's
Local Food to Promote Gastronomy Tourism:
A Case Study of Koh Samui, Thailand

วัชรวิญา ธรรมสอน¹ สติตรัชต์ แก้วมุกดา¹ และพรทิพย์ คำพูล^{1*}

Watchareeya Thammasorn¹, Satitrat Kaewmukda¹, and Porntip Khampool^{1*}



¹ วิทยาลัยสหวิทยาการเกาะสมุย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี สุราษฎร์ธานี 84320

¹ Koh Samui Interdisciplinary School, Suratthani Rajabhat University, Suratthani, 84320, Thailand

* Corresponding author: E-mail address: porntip.khamp@gmail.com

(Received: March 3, 2025; Revised: August 1, 2025; Accepted: August 15, 2025)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาวัตถุดิบที่นำมาประกอบอาหารท้องถิ่นเกาะสมุย 2) ศึกษาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นเกาะสมุย และ 3) หาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่เกาะสมุย โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) ได้แก่ การวิจัยเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกของประชากรท้องถิ่นที่อาศัยอยู่ในเกาะสมุยมาไม่น้อยกว่า 30 ปี วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic analysis) ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของข้อมูล ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้หลักการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) ผลการศึกษาพบว่า อาหารท้องถิ่นของเกาะสมุยมีความหลากหลายและสะท้อนถึงวัฒนธรรม วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่น วัตถุดิบหลักที่ใช้ในอาหารมักมาจากทรัพยากรธรรมชาติที่หาได้ในพื้นที่ เช่น อาหารทะเลและพืชผักพื้นเมือง อาหารท้องถิ่นมีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์และสะท้อนถึงรากเหง้าทางวัฒนธรรมของชาวสมุย นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงอาหารสามารถเป็นกลยุทธ์สำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจของชุมชนและส่งเสริม "Soft Power" เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับเศรษฐกิจฐานราก การวิจัยครั้งนี้ได้เสนอแนวทางในการสร้างการรับรู้อาหารท้องถิ่นผ่านการประชาสัมพันธ์เชิงสร้างสรรค์ การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการตลาด ทั้งนี้ เพื่อให้เกาะสมุยเป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มีความยั่งยืนและสามารถแข่งขันในระดับสากลได้

คำสำคัญ: อาหารท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เกาะสมุย การสร้างการรับรู้

Abstract

The objectives of this research were to: 1) investigate the ingredients used in the local cuisine of Koh Samui, 2) analyze the components of local food tourism in Koh Samui, and 3) identify strategies for promoting food tourism in the Koh Samui area. The research was conducted using a mixed-methods approach, which included qualitative research through in-depth interviews with local residents who had lived in Koh Samui for at least 30 years. The data were analyzed using thematic analysis, and triangulation was employed to verify the validity of the data. The results revealed that Koh Samui's local cuisine is diverse and reflects the island's culture, lifestyle, and traditional wisdom. The primary ingredients used in these dishes are mainly sourced from the island's natural resources, such as seafood and native vegetables. The unique flavors of the local cuisine highlight Koh Samui's rich cultural heritage. Moreover, food tourism serves as a key strategy to stimulate the local economy and enhance "Soft Power" by adding value to the grassroots economy. This study suggests several approaches to raising awareness of local cuisine through creative marketing, the development of food tourism routes, and the integration of digital technology in promotional efforts. These strategies aim to position Koh Samui as a sustainable and competitive destination for food tourism on a global scale.

Keywords: Local Food, Gastronomy Tourism, Koh-Samui, Building Awareness

บทนำ

"อาหาร" ได้รับการยอมรับว่าเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวและประสานประโยชน์ระหว่างอุตสาหกรรมอาหารและการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง "การท่องเที่ยวเชิงอาหาร" มีศักยภาพในการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่นอย่างเป็นรูปธรรม การขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชนให้ประสบความสำเร็จต้องอาศัยการสร้างคุณค่าร่วมกันจากทุกภาคส่วน ได้แก่ ชุมชน ผู้ประกอบการหน่วยงานภาครัฐ และนักท่องเที่ยว [1-2]

"เกาะสมุย" หนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของประเทศไทย ได้รับการยอมรับในระดับสากล โดยในปี 2567 นิตยสาร Travel + Leisure Southeast Asia Hong Kong and Macau ได้รายงานผลการโหวตจากนักท่องเที่ยวว่าเกาะสมุยเป็นอันดับที่ 1 ของเกาะที่ดีที่สุดในเอเชียแปซิฟิก [3] เกาะสมุยมีความอุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น สวยงาม และมีเสน่ห์เฉพาะตัว หากพิจารณาถึงวัฒนธรรมด้านอาหารการกินของเกาะสมุย จะพบว่าเมนูท้องถิ่นส่วนใหญ่ใช้วัตถุดิบหลักคือมะพร้าว เช่น แกงไก่หมกพร้าว ซึ่งเป็นการนำจามะพร้าวหรือยอดอ่อนของมะพร้าว มาแกงร่วมกับไก่, เคยจี เป็นการนำกะปิมายผสมกับเครื่องปรุงและมะพร้าวขูดคั่ว แล้วนำไปจี่, และผัดหมีสมุย ซึ่งปรุงด้วยน้ำกะทิและมีรสเผ็ดเล็กน้อยจากเครื่องแกง นิยมเสิร์ฟคู่กับผักพื้นบ้านและเครื่องเคียง เช่น พริกป่น ถั่วป่น และมะม่วงเปรี้ยวขอย เพื่อเพิ่มรสชาติตามความชอบของผู้บริโภค นอกจากนี้ยังมีเมนูเด่นอื่นๆ อาทิ แกงส้มอ้อดิบ, หมูโค, แกงหมกกับหน่อเหียง, ยำสาหร่ายช้อ, ไถ้งโต้ง, น้ำซุบพริก (น้ำพริกพริกไทยอ่อน) และน้ำพริกมั่งมั่ง (น้ำพริกตะลิงปิง) ซึ่งล้วนเป็นเมนูอาหารพื้นถิ่นที่มีศักยภาพในการเป็นจุดขายเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตาม การขยายตัวอย่างรวดเร็วของวัฒนธรรมอาหารตะวันตกในปัจจุบันได้ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมบริโภคอาหาร ทำให้มันต์เสน่ห์ของอาหารประจำถิ่นเกาะสมุยมีแนวโน้มถูกลดทอนลงและอาจนำไปสู่ความสูญเสียองค์ความรู้ ภูมิปัญญา รวมถึงลักษณะเฉพาะของมรดกทางอาหารท้องถิ่น จึงมีความจำเป็นเร่งด่วนในการอนุรักษ์และเผยแพร่มรดกทางอาหารเหล่านี้ให้คงอยู่ต่อไป [4]

จากบริบทปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงตระหนักถึงโอกาสสำคัญในการส่งเสริมการสร้างคุณค่าตระหนักเกี่ยวกับอาหารพื้นถิ่นของเกาะสมุย เพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับเจตนารมณ์ของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566–2570) ในการมุ่งเน้นการท่องเที่ยวคุณภาพสูงอย่างยั่งยืน การส่งเสริมนี้ไม่เพียงแต่จะเสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะ "ครัวของโลก" แต่ยังเป็นการต่อยอดอาหารไทยในฐานะ Soft Power เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและยกระดับมูลค่าการท่องเที่ยว ด้วยเหตุนี้ การศึกษาวิจัยจึงมุ่งเน้นการสร้างการรับรู้อาหารท้องถิ่นเกาะสมุยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาวัตถุดิบที่นำมาประกอบอาหารท้องถิ่นเกาะสมุย
2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นเกาะสมุย
3. เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่เกาะสมุย

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Method Research) โดยศึกษาข้อมูลผู้รู้/ปราชญ์ชุมชน ผู้นำชุมชน และ ประชาชนในพื้นที่ ทั้ง 7 ตำบล ในอำเภอเกาะสมุย ได้แก่ ตำบลอ่างทอง ตำบลลิปะน้อย ตำบลตลิ่งงาม ตำบลหน้าเมือง ตำบลมะเร็ด ตำบลแม่น้ำ และตำบลบ่อผุด โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 21 คน คือตัวแทนของแต่ละตำบล แบ่งผู้ให้ข้อมูลออกเป็น 3 กลุ่มๆ ละ 7 คน ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามเกณฑ์ที่กำหนดดังนี้

กลุ่มที่ 1: ผู้รู้/ปราชญ์ชุมชน โดยต้องเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นเกาะสมุยดั้งเดิม จำนวน 7 คน

กลุ่มที่ 2: กลุ่มแม่ครัว พ่อครัว ประจำหมู่บ้าน โดยต้องเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการประกอบอาหารท้องถิ่นอย่างน้อย 15 ปี จำนวน 7 คน

กลุ่มที่ 3: ประชาชนในพื้นที่ โดยต้องเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในเกาะสมุยไม่น้อยกว่า 20 ปี และเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการรับประทานอาหารท้องถิ่นเกาะสมุย จำนวน 7 คน

เกณฑ์คัดเข้า (Inclusion Criteria) ผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 21 คน ประกอบด้วย;

1. เป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นเกาะสมุยดั้งเดิมที่ได้รับการ ยอมรับจากคนในพื้นที่เกาะสมุย

2. เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการประกอบอาหารท้องถิ่นอย่างน้อย 10 ปี

3. อาศัยอยู่ในเกาะสมุยไม่น้อยกว่า 10 ปี

4. สนใจในการเข้าร่วมการวิจัย

เกณฑ์สำหรับการคัดออก (Exclusion Criteria) ประกอบด้วย;

1. มีอาการเจ็บป่วยในขณะที่ทำการวิจัย จนไม่สามารถให้ข้อมูลได้

2. ไม่สะดวกที่จะเข้าร่วมการวิจัยอีกต่อไป

แบบสัมภาษณ์ที่ใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ ได้ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ โดยประเด็นคำถามพัฒนามาจากข้อมูลที่ได้จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งประกอบด้วย 4 ประเด็นคำถาม ได้แก่ ประเด็นที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์, ประเด็นที่ 2 ข้อมูลบริบทภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นเกาะสมุย ประกอบด้วย ข้อมูลการเรียนรู้, การประยุกต์, การถ่ายทอด, และการรักษาอาหารท้องถิ่น, ประเด็นที่ 3 ข้อมูลวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นเกาะสมุย ประกอบด้วย ประเพณี, วัฒนธรรมในท้องถิ่น, วัฒนธรรมการทำอาหารและวัฒนธรรมการกินอาหาร, และประเด็นที่ 4 ข้อมูลรายการอาหารท้องถิ่นเกาะสมุย โดยแบ่งเป็น อาหารในชีวิตประจำวัน, วัฒนธรรม, และอาหารในประเพณี

หลังจากดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูลเบื้องต้น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างและการสนทนากลุ่ม ด้วยวิธีวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis) ตามแนวทาง 6 ขั้นตอนของ Braun & Clarke ซึ่งประกอบด้วย: 1) การทำความเข้าใจกับข้อมูล, 2) การสร้างรหัสข้อมูลเบื้องต้น, 3) การค้นหาแก่นสาระ, 4) การตรวจสอบซ้ำแก่นสาระ, 5) การระบุและตั้งชื่อแก่นสาระ, และ 6) การจัดทำรายงาน [5] โดยผู้วิจัยได้ถอดข้อความจากเทปบันทึกเสียงการสนทนากลุ่มแบบคำต่อคำเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ ภายหลังจากการวิเคราะห์แก่นสาระ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาตรวจสอบความเที่ยงตรงด้วยหลักการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) ตามแนวคิดของ Miles & Huberman

ซึ่งเป็นที่ยืนยันความถูกต้องของข้อมูลจากแหล่งที่มาที่หลากหลาย ทั้งในด้านเวลา สถานที่ และบุคคลที่ให้สัมภาษณ์ [6]

สรุปผล (Results)

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาวัตถุดิบที่นำมาประกอบอาหารท้องถิ่นเกาะสมุย

ผลของการใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 21 คน โดยเป็นกลุ่มของตัวแทนผู้ให้ข้อมูลในแต่ละตำบลของอำเภอเกาะสมุยนั้น พบว่าวัตถุดิบท้องถิ่นของอำเภอเกาะสมุยสามารถจำแนกได้ 3 กลุ่ม (Table 1) ดังนี้

1. วัตถุดิบจากพืช เป็นพืชผัก ผลไม้ สมุนไพร และเครื่องเทศที่ใช้ปรุงอาหารพื้นเมืองของสมุย เช่น
 - 1) ผลไม้พื้นถิ่น: มุงมั่ง (ตะลิงปลิง), ลอกอ (มะละกอ), ม่วงเบา (มะม่วงเบา), ยานัด (สับปะรด), ลูกฉิ่ง
 - 2) ผักพื้นบ้าน: เล็บครุฑ, ชะพลู, แคน, หัวบอน, ออติบ, บอน, หน่อไม้
 - 3) สมุนไพรและเครื่องเทศ: ขมิ้น (ขมิ้น), ดีปรี (พริก), พริกไทยอ่อน, ตะไคร้, มะกรูด
 - 4) ถั่วและพืชกินเมล็ด: ลูกเหรียง, ลูกตอเบา (กระถิน), ลูกตอ (สะตอ), ลูกขาม (มะขาม)ส่วนต่างๆ ของพืชที่นำมาใช้ทำอาหาร: เหมงพร้าว (กะลาอ่อนมะพร้าว), หยวกกล้วยเถื่อน (หยวกกล้วย), หน่อถั่ว (ถั่วอกหัวโต), ลำเท็ง, ดาหลา, กลอย, หัวท้อ, ยอดม่วง (ยอดมะม่วงหิมพานต์)
2. วัตถุดิบจากสัตว์ เป็นสัตว์บกที่พบในธรรมชาติหรือเลี้ยงในท้องถิ่น เช่น
 - 1) สัตว์ป่า: หมูเถื่อน (หมูป่า), กระรอก, มุดสัง (อีเห็น), ค้างคาว, แลน (ตัวเงินตัวทอง)
 - 2) สัตว์เลี้ยงพื้นบ้าน: ไก่บ้าน
3. วัตถุดิบจากแหล่งน้ำ ได้แก่ อาหารทะเลที่เป็นเอกลักษณ์ของเกาะสมุย เช่น
 - 1) หอยและสัตว์ทะเลไม่มีกระดูกสันหลัง: หอยเจาะ, หอยกลม, ไข่เม่น, สาหร่ายช่อ
 - 2) ปลาทะเล: ปลาทอก (ปลากระบอก), ปลาหน้าดำ, ปลาพราม (ปลาโถมงาม), ปลาโทง, ปลาจ๋องม้อง (กระเบนตัวเล็ก), ปลาเสียด, ปลาแก้มบาง, ปลานวลจันทร์, ปลาขี้เ็นำ
 - 3) กุ้งและปู: กุ้งแซบวัย, ปูม้า, ปูหิน
 - 4) ปลาหมึก: หมึกกระดอง, หมึกกล้วย

นอกจากนี้จากการลงพื้นที่สัมภาษณ์กลุ่มของตัวแทนผู้ให้ข้อมูล ยังทำให้ทีมวิจัยได้เข้าใจถึงบริบทในการถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับการทำอาหารท้องถิ่น โดยมีลักษณะการเรียนรู้แบบไม่เป็นทางการ มักเกิดขึ้นภายในครอบครัว ผ่านการสังเกตและลงมือปฏิบัติร่วมกัน สมาชิกในครอบครัวจะถ่ายทอดเมนูอาหารที่นิยมรับประทาน รวมถึงเคล็ดลับการปรุงอาหารให้ได้รับรสชาติที่คุ้นเคย ถ่ายทอดกันแบบรุ่นต่อรุ่นตั้งแต่รุ่นยายถึงรุ่นแม่ โดยส่วนใหญ่เรียนรู้จากการเห็นและทำตาม มากกว่าการเรียนรู้ผ่านกระบวนการจัดการเรียนรู้อย่างเป็นระบบ ดังตัวอย่างจากการสัมภาษณ์ที่ทีมวิจัยได้ถอดมาจากเทปบันทึกเสียงการสนทนา ซึ่งตัวแทนผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 กล่าวในตอนหนึ่งของการสัมภาษณ์ว่า “...การถ่ายทอดการทำอาหารท้องถิ่น ส่วนใหญ่ก็จะเป็นการสอนกันในครอบครัว อย่างเช่น ในครอบครัวชอบทำอาหารอะไร กินเมนูอะไร ก็จะสอนให้ลูกหลานทำเป็นด้วย ถ่ายทอดพวกเคล็ดลับการปรุงให้ได้รับรสชาติที่บ้านชอบ สืบต่อ ๆ กันมา...” ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับตัวแทนผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2 ที่ได้กล่าวว่า “...ในการทำอาหารท้องถิ่น จะเป็นการถ่ายทอดกันแบบรุ่นต่อรุ่น

สอนกันทำกันต่อมาในครอบครัว...” ทั้งนี้ สำหรับวิธีการปรุงประกอบอาหารนั้น ยังมีการปรับเปลี่ยนตามวัตถุดิบที่หาได้ในบริบทของแต่ละครอบครัว

Table 1 Classification of local raw materials of Koh-Samui according to sources

Sources	Local raw materials
plant-sourced raw materials	mungmung (bilimbi), law-kor (papaya), mhemng phraw (young coconut husk), yuak kluay thuean (banana stalk), lum-teng (midin/ pucuk midin), noh-tua (large-headed bean sprout), look-riang (nitta tree), khee-min (tumaric), look-toh-boa (Leucaena), look-toh (stink bean), dee-ple (chili), look-kuea (eggplant), leb krut (polyscias), prik-thai-on (green peppercorn), ta-krai (lemon glass), ma-kroot (kaffir lime), hua bon (root elephant ear), o-dibb (taro stalk), bon (elephant ear), da-lha (torch ginger), gloy (wild yam), hua-tue (krateu), yod mueang (cashew apple), look-ching (figs), yanad (pine apple), care (agasta), cha-plu (wildbetel leafbush), look kham (tumaric), noh-mai (bamboo shoot), mung-bao (sour mango)
animal-sourced raw materials	moo- thuean (wild boar), kai-baan (domestic fowl), kra-rok (squirrel), mud-sung (civet), khan-khaw (bat), lan (varanus salvator)
water-sourced raw materials	hoi-jor (shipworm), sa,rai,kho (seaweed), hoi-grom (round shellfish), khi-men (sea urchin eggs), way (octopus), pla-bok (mullet, pla-nha,dum (osteochilus enneaporos), pra-pram (african pompano),pra-tong (sailfish), pra-jong-mong (small stingray), pra-seard (talang queenfish), pra-gam-bang (bumnose trevally), pra-noan-jun (small scale mud carp), kung-cha-beuy (banana prawn), poo-ma (blue crab), poo-hin (mountain crab), muek-kra-dong (cuttlefish), muek-kreaw (splendid squid), pla-khee-nea (sea catfishes)

ผลวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นเกาะสมุย

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่บ่งบอกถึงพฤติกรรมมารการท่องเที่ยวเกาะสมุย ความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์กลุ่มของตัวแทนผู้ให้ข้อมูลในแต่ละตำบลของอำเภอเกาะสมุยนั้น พบว่า อาหารที่นักท่องเที่ยวสนใจเลือกรับประทานมากที่สุดขณะมาเที่ยวในอำเภอเกาะสมุย คืออาหารประเภทน้ำซุบ (น้ำพริก) อย่างไรก็ตาม ตัวแทนผู้ให้ข้อมูลมีความเห็นที่สอดคล้องกันในเรื่องของรสชาติอาหาร ที่อาจมีการปรับเปลี่ยนไปตามความชอบของผู้บริโภค ผู้ให้ข้อมูล 2 ท่าน ได้กล่าวไว้ในการสัมภาษณ์ซึ่งไปในทิศทางเดียวกันว่า

“...พวกเมนูอาหารก็จะเหมือนเดิม แกงเนื้อ แกงคั่ว น้ำซุบ แต่จะมีการปรับเรื่องของรสชาติ ลดความจัดของรสชาติลง และคนรุ่นใหม่ ๆ ก็จะมีการปรับรสชาติให้เป็นรสชาติที่เขาชื่นชอบ...”

“...มีการประยุกต์ในเรื่องของรสชาติ เพราะถ้าอาหารท้องถิ่นสูตรดั้งเดิม จะเป็นรสชาติที่จัด เผ็ด ร้อนแรง แต่ตอนนี้บางส่วนก็จะมีการปรับรสชาติให้คนต่างถิ่น หรือนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวทานได้ง่ายขึ้น...”

ผลวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่เกาะสมุย

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร แบ่งพิจารณาได้เป็นรายด้าน ดังนี้ ด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์, ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์, ด้านการสร้างประสบการณ์, และด้านการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและภาคเอกชน ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ตัวแทน ทั้ง 3 กลุ่ม พบว่า ในแต่ละด้านนั้นมีระดับความสำคัญในระดับมากที่สุดทุกด้าน ทั้งนี้ หากพิจารณาจากคะแนนค่าเฉลี่ยโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย จะเห็นได้ว่า ด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์, และด้านการสร้างประสบการณ์ มีค่ามากที่สุด ถัดมาเป็นด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และด้านการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน ตามลำดับ (Table 2)

Table 2 The overview of approaches to promote culinary tourism

Approaches to promote culinary tourism	\bar{X}	S.D.	Level of importance
1. Marketing and public relations	4.69	0.29	Most
2. Product development	4.65	0.32	Most
3. Experience creation	4.69	0.33	Most
4. Support from the public and private sectors	4.61	0.43	Most
Total	4.66	0.34	Most

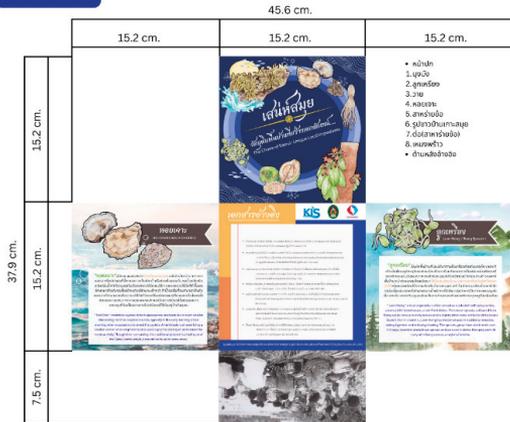
หากพิจารณาถึงวิธีของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ พบว่าการโปรโมทอาหารท้องถิ่นผ่านโซเชียลมีเดียเป็นวิธีการที่ได้คะแนนจากผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ถัดมาคือวิธีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารด้วยรูปแบบของการจัดเทศกาลอาหาร อย่างไรก็ตาม ทั้ง 2 รูปแบบในด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์พบว่ามีค่าสำคัญมากที่สุด (Table 3)

Table 3 The overview of approaches to promote culinary tourism about marketing and public relations.

Approaches to promote culinary tourism	\bar{X}	S.D.	Level of importance
Marketing and public relations			
1. Organizing food festivals is a great way to promote culinary tourism.	4.78	0.18	Most
2. Promoting local food through social media is an effective method.	4.80	0.55	Most
Total	4.79	0.32	Most

จากผลการศึกษาทั้ง 3 ส่วนข้างต้น คณะวิจัยได้รวบรวมข้อมูลและจัดทำแผนปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับวัตถุดิบท้องถิ่นเกาะสมุยที่มีความเป็นเอกลักษณ์ (Figure 1) พร้อมกับแผนที่การท่องเที่ยวเชิงอาหารเกาะสมุย (Figure 2) เพื่อนำไปเผยแพร่ สร้างการรับรู้เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นเกาะสมุยให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยมีการทำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์กับสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนอำเภอเกาะสมุย ซึ่งในแผนที่การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ประกอบไปด้วย ข้อมูลพื้นฐานของเกาะสมุย วิถีชีวิตการดำรงชีวิตเกี่ยวกับวัฒนธรรมการบริโภคอาหารของชาวเกาะสมุย และอาหารพื้นถิ่นเกาะสมุย

ขนาด แผ่นพับ



ขนาด แผ่นพับ

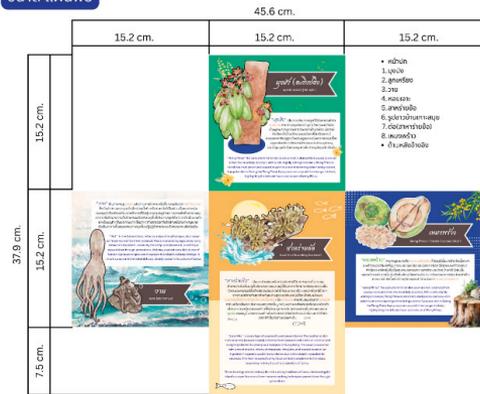


Figure 1 Brochure Topic: The charm of Samui local ingredients that create identity

Source: Created by the authors



Figure 2. Format and content in the e-book on local culinary tourism in Koh-Samui

Source: Created by the authors

อภิปรายผล

จากการศึกษารายการวัตถุดิบที่นำมาประกอบอาหาร พบว่า วัตถุดิบที่ใช้และกรรมวิธีในการปรุงประกอบส่วนใหญ่แล้ว เป็นวัตถุดิบที่หาได้ง่ายจากทรัพยากรในชุมชน บางครอบครัวหาวัตถุดิบเอง และบางครอบครัวใช้วิธีการซื้อจากตลาดในพื้นที่ วัตถุดิบที่มีตามฤดูกาล เช่น วาย (หมึก) จะมีช่วงหนาวร้อนหรือช่วงฤดูมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ เมนูที่นิยมในการปรุงประกอบวายเป็นคั่วกะทิ ต้มส้ม ต้มยอตะขอม, ปลาจ่องหม่อง จะมีในช่วงมรสุม ซึ่งเป็นช่วงที่ฝนตกหนัก (เป็นช่วงฤดูหนาวของภาคอื่น) วิธีที่นิยมนำปลาจ่องหม่องมาปรุงประกอบ คือ การนำมาย่าง ทอดเกลือ หรือแกงกะทิใส่ใบรา (ใบหยีห่อ) ปลาเสียด มีในช่วงเดียวกันกับปลาจ่องหม่อง คนสมัยนิยมนำปลาเสียดมา ตากเค็ม หรือทำแดดเดียว (หรือที่เรียกว่าปลาเค็มเนื้อ) เพื่อเก็บไว้รับประทานตลอดจนนำมาปรุงประกอบเป็นเมนูแกงเทโพปลาเค็มเนื้อทอด, สลวยหรือเป็นสลวยที่นิยมรับประทานมากที่สุดในห้องถิ่นเกาะสมุย เนื่องจากหาได้ง่าย และมีราคาถูก นิยมนำมายำใส่หอยเจาะหรือไข่เม่น ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่หาได้ในแหล่งธรรมชาติของชุมชน

บุญยาพร วุฒิธรรมคุณ ศึกษาการรีวิวร้านอาหารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีประสบการณ์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะ Facebook และนิยมชมรีวิวร้านอาหารผ่านแพลตฟอร์ม Media Sharing อย่าง YouTube เฉลี่ยสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง จากสื่อออนไลน์ 1-2 ประเภท [7] ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับผลสำรวจของงานวิจัยปัจจุบัน ที่ระบุว่า การโปรโมตอาหารท้องถิ่นผ่านโซเชียลมีเดียได้รับคะแนนนิยมสูงสุดจากผู้ตอบแบบสอบถาม

การนำผลที่ได้จากงานวิจัยมาใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในอำเภอเกาะสมุย โดยการแจกแผ่นพับที่เกี่ยวข้องกับวัตถุดิบท้องถิ่นเกาะสมุย และแผนที่การท่องเที่ยวเชิงอาหารเกาะสมุย ให้แก่นักท่องเที่ยว พบว่ามีผลต่อการเพิ่มการรับรู้ร้านอาหารท้องถิ่นและส่งผลกระทบต่อยอดขายของร้านค้าและตลาดท้องถิ่นเพิ่มขึ้น พร้อมทั้งสร้างเครือข่ายธุรกิจการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงระหว่างร้านอาหาร โรงแรม และฟาร์มวัตถุดิบ ช่วยเพิ่มรายได้ให้กับผู้ประกอบการและชุมชน โดยเฉพาะเกษตรกรและชาวประมงที่ผลิตวัตถุดิบท้องถิ่น เช่น มะพร้าว กะปิ และอาหารทะเลสด รวมทั้งสร้างอาชีพให้แก่อุตสาหกรรมและผู้สอนในกิจกรรมต่างๆ ด้านสังคมและวัฒนธรรม การอนุรักษ์เอกลักษณ์อาหารพื้นเมืองสมุยผ่านการนำเสนอวัตถุดิบและเมนูอาหารดั้งเดิมช่วยให้คนรุ่นใหม่และนักท่องเที่ยวเข้าใจวัฒนธรรมท้องถิ่นมากขึ้น และเสริมสร้างแรงจูงใจให้ร้านอาหาร และเซฟท้องถิ่นพัฒนาเมนูที่ใช้วัตถุดิบพื้นเมือง พร้อมเล่าเรื่องราวของอาหาร สมุย ช่วยส่งเสริมอัตลักษณ์ของชุมชนและเพิ่มความภาคภูมิใจให้คนท้องถิ่นที่สามารถเป็น Ambassador แนะนำอาหารท้องถิ่นให้แก่นักท่องเที่ยว ด้านสิ่งแวดล้อม การใช้วัตถุดิบท้องถิ่นช่วยลดการพึ่งพาวัตถุดิบจากภายนอก โดยเน้นการบริโภคที่ยั่งยืน ลดคาร์บอนฟุตพริ้นต์จากการขนส่งอาหาร และสนับสนุนอาหารทะเลจากประมงพื้นบ้านและเกษตรกรอินทรีย์จากฟาร์มท้องถิ่น พร้อมกระตุ้นให้ร้านอาหารและนักท่องเที่ยวใส่ใจสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ และได้เข้าใจถึงบริบทของพื้นที่ถิ่นในพื้นที่เกาะสมุย ตลอดจนมุมมองของชาวบ้านที่มีต่ออาหารพื้นถิ่น ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความตั้งใจในการอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมการบริโภคอาหารท้องถิ่นให้คงอยู่ เพื่อส่งต่อให้กับคนรุ่นหลัง รวมถึงนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ คณะผู้วิจัยยังได้วางแนวทางในการส่งเสริมการรับรู้เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นเกาะสมุย

แก่กลุ่มนักท่องเที่ยว โดยอาศัยข้อมูลจากผลการวิจัยครั้งนี้เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ร่วมกับสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอเกาะสมุย อย่างไรก็ตาม งานวิจัยยังมีข้อจำกัดบางประการที่ควรได้รับการพิจารณา เช่น ขอบเขตของกลุ่มตัวอย่าง วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล รวมถึงปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ที่อาจส่งผลต่อความแม่นยำของผลการศึกษา นอกจากนี้ควรมีการขยายพื้นที่การศึกษาให้ครอบคลุมทั่วทั้งจังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น ดังนั้น การศึกษาครั้งต่อไปจึงควรพัฒนาแนวทางการวิจัยให้รัดกุมและครอบคลุมมากขึ้น ทั้งในด้านการออกแบบวิธีวิจัย การขยายกลุ่มเป้าหมาย และการใช้ระเบียบวิธีแบบผสม เพื่อเพิ่มความหลากหลายของข้อมูลและเสริมความน่าเชื่อถือของผลการศึกษา

คณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านทุกท่าน

References

- [1] Ashley, C., & Mitchell, J. (2008). Assessing how tourism revenues reach the poor. *Briefing Paper, Overseas Development Institute*.
- [2] Hashimoto, A., & Telfer, D. J. (2006). Selling Canadian culinary tourism: Branding the global and the regional product. *Tourism Geographies, 8*(1), 31–55.
- [3] Tourism Authority of Thailand, Koh Samui Office. (2024, April 29). TAT reveals that in 2023, over 3.5 million tourists visited Samui, generating more than 60 billion baht in revenue; collaborates with businesses on three islands to boost future market strategies. *Tourism Authority of Thailand, Koh Samui Office*. <https://mgronline.com/south/detail/9670000037011> (In Thai)
- [4] Watchareeya, T., & Jomkhun, S. (2023). Factors affecting the intention to consume Samui Island local food. *Journal of MCU Peace Studies, 11*(4), 1389–1401. (In Thai)
- [5] Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology, 3*(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- [6] Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). Sage Publications.
- [7] Bunyaporn, W. (2016). *Reviewing restaurants through social media and its impact on consumers' decisions to choose restaurants for dining out in Bangkok*. [Unpublished Master's Thesis, Bangkok University]. (In Thai)
- [8] Bjork, P. (2016). Local food: A source for destination attraction. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 28*(1), 177–194.
- [9] Bunleas, P., & Srisai, S. (2024). Using marketing communication tools to communicate cultural identity: Traditional sweets of Phichit from the past to the present. *Rajapark Journal, 18*(61), 180–194. (In Thai)
- [10] Hillel, D., Belhassen, Y., & Shani, A. (2013). What makes a gastronomic destination attractive? Evidence from the Israeli Negev. *Tourism Management, 36*(1), 200–209.

- [11] Kattika, K., & Siri, P. D. (2021). Development of cultural food tourism through local food identity. *Journal of Community Research and Social Development*, 15(3), 144–157.
- [12] Lopez-Guzman, T., & Sanchez-Canizares, S. (2012). Culinary tourism in Cordoba (Spain). *British Food Journal*, 114(2), 168–179.
- [13] Miroso, M., & Lawson, R. (2012). Revealing the lifestyles of local food consumers. *British Food Journal*, 114(6), 816–825.
- [14] Qiu, H. Z., Yuan, J., Ye, B. H., & Hung, K. (2013). Wine tourism phenomena in China: An emerging market. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(7), 1115–1134.
- [15] Smith, S., & Costello, C. (2009). Segmenting visitors to a culinary event: Motivations, travel behavior, and expenditures. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(1), 44–67.
- [16] National Economic and Social Development Council. (2023). *The 13th national economic and social development plan (2023–2027)*. National Economic and Social Development Council. (In Thai)
- [17] Department of Services and Investment. (2017). *Investment and the Digital Economy*. Department of Services and Investment.