การประยุกต์สื่อดิจิตอลแบบมัลติมีเดียออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี

The Adaptation of Digital in Online Multimedia for Promoting Gastronomy Tourism in Surat-Thani Province

ณภัทร นาคสวัสดิ์
Napat Naksawat

อาจารย์, วิทยาลัยนานาชาติการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
Deputy Dean, International School of Tourism Suratthani Rajabhat University

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารและข้อมูลด้านอาหารท้องถิ่น ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี นำมาสร้างเป็นสื่อดิจิตอลแบบมัลติมีเดียออนไลน์ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อสื่อดิจิตอลแบบมัลติมีเดียออนไลน์ ด้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุราษฎร์ธานี และ3) เพื่อสร้างสื่อดิจิตอลแบบมัลติมีเดียออนไลน์ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยเป็นการวิจัยแบบผสม เชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ มีวิธีการเก็บข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 36 คนและแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และสถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพด้านทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีลักษณะเด่น ดังนี้ อาหารภาคใต้ มีเอกลักษณ์เป็นอาหารของพื้นที่ภูมิศาสตร์ เช่น อาหารทะเล หอยนางรม อีกทั้งยังมีพืชสมุนไพรเครื่องเทศที่มีความหลากหลาย เช่น ขมิ้น ผักเหรียง ข่า สะตอ ตะไคร้ หอมแดง อีกทั้งอาหารภาคใต้มีเรื่องราวเชื่อมโยงกับประเพณีต่าง ๆ เช่น ประเพณีชักพระ ประเพณีรับส่ง ตายาย หรือประเพณีเดือนสิบ อีกทั้งอาหารมีเรื่องราวเชื่อมโยงกับสิ่งแวดล้อม อาชีพ และชีวิตความเป็นอยู่ประจำวัน

ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อดิจิตอลแบบมัลติมีเดียออนไลน์ด้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุราษฎร์ธานี นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการใช้สื่อมัลติมีเดียออนไลน์อยู่ในระดับ ดีมาก ทุกด้าน ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านความถูกต้องเนื้อหาและข้อมูล ด้านรูปแบบการนำเสนอ ด้านการเข้าถึงข้อมูล ด้านความคิด ด้านความรู้สึก ด้านการกระทำ

ซึ่งข้อมูลของสื่อมัลติมีเดียออนไลน์ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้นำเสนอในรูปแบบวิดีทัศน์การสาธิตทำเมนูพื้นถิ่นต่าง ๆ ที่ได้รับความนิยมของในจังหวัดสุราษฎร์ธานีผู้ที่สนใจต้อง Scan QR Code เพื่อที่จะลิ้งค์เข้าไปชมวีดิทัศน์ ในช่อง อาหารท้องถิ่นจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยเป็นช่องใน YouTube

คำสำคัญ : สื่อมัลติมีเดียออนไลน์, การท่องเที่ยวเชิงอาหาร, ศักยภาพการท่องเที่ยว, ความพึงพอใจ

ABTRACT

This research aims 1) to study the potential of Gastronomy tourism and information on local food in Surat-Thani Province. Used to create a digital multimedia online. 2) to study the satisfaction of Thai tourists. Connect online multimedia on local food in Surat-Thani Province and 3) to create online multimedia digital. In promoting local food tourism in Surat-Thani province. It is a mixed method research, quantitative and qualitative research. The data were collected by using a small group interview of 36 samples and a questionnaire from 400 samples. This research was analyzed using content analysis and Statistic for data analysis by percentage, mean, standard deviation.

The research results were found that the potential for food tourism resources is characterized by the following characteristics: Southern food is unique in geographic areas such as seafood, oysters, and medicinal plants. There are a variety of spices such as turmeric, Stir-fried Malindjo Leaves, galangal, Stink bean, lemongrass, shallot, and southern foods are linked to traditions such as Chak-Phra Tradition, Thai Ghost Festival, In addition, food has a story connected with the environment, occupation and daily life.

The results of an analysis of the level of your satisfaction with online multimedia digital media on local food in Surat-Thani Province. Tourists were very satisfied with the use of online multimedia in all aspects, including: Content and information accuracy, presentation style, information access, thought, feeling and the action side.

Which information of online multimedia media in promoting local food tourism in Surat-Thani province that presented in the form of a video demonstration making various local menus that are popular in Surat-Thani Province, those interested must scan the QR Code in order to link to watch the video in the local food channel Surat-Thani Province It's a YouTube channel.

Keywords : online multimedia, Gastronomy tourism, tourism potential, satisfaction

บทนำ

การเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโลกในปัจจุบันและแนวโน้มของการท่องเที่ยวที่มีผู้เดินทางท่องเที่ยว เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ก่อให้เกิดการสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศนั้น ๆ ประเทศไทยเองก็ผลักดันให้มีการพัฒนาและ ส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกอย่างมีประสิทธิภาพ จึงส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วและสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยในลำดับต้น ๆ (Tourism Authority of Thailand, 2018) อย่างไรก็ตามแม้ว่าอุปสงค์การท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศเพิ่มขึ้น แต่การแข่งขันส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศต่าง ๆ ก็มีความรุนแรงเพิ่มขึ้นเช่นกัน การที่ประเทศจะประสบความสำเร็จในการส่งเสริมการท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใดนั้นก็ขึ้นอยู่กับประสิทธิผลของนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศนั้น ๆ การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญต่อมวลมนุษย์ชาติ ที่ปรารถนาการเดินทางท่องไปในโลกกว้างด้วยวัตถุประสงค์ต่าง ๆ มีพัฒนาการมายาวนานจนกลายเป็นธุรกิจอุตสาหกรรมใหญ่ที่สุดในโลกมีมูลค่าถึงร้อยละ 9 ของผลิตภัณฑ์ประชาชาติของโลก (Tourism News, 2019) สำหรับ

ประเทศไทยถือเป็นอันดับ 1 ในภูมิภาคอาเซียน เป็นแหล่งสร้างและกระจายรายได้ไปยังภูมิภาค ต่าง ๆ ของประเทศที่มีมูลค่ามหาศาล ในภาพรวมของการท่องเที่ยวไทย กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬารายงานถึงสถานการณ์ท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2562 (ข้อมูลเบื้องต้น) โดยเปิดเผยว่าในเดือนตุลาคม ปี พ.ศ. 2562 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวไทย 3.04 ล้านคน ขยายตัวร้อยละ 12.51 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา สร้างรายได้มากถึง 0.14 ล้านล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 9.27 แสดงให้เห็นว่า ถึงแม้เศรษฐกิจโลกยังอยู่ในภาวะชะลอตัว แต่เศรษฐกิจการท่องเที่ยวของไทยยังคงเติบโตจากนักท่องเที่ยวภายในภูมิภาคเดียวกันที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง สำหรับจำนวน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ ประเทศจีน มาเลเซีย อินเดีย ลาว และ เกาหลีใต้ ตามลำดับ จากภาพรวมของการท่องเที่ยวของประเทศไทย ถ้าปราศจากในเรื่องของวิกฤติการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นถือได้ว่าการท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างรายได้ให้กับประเทศ เห็นได้ว่ามีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจเดินทางเข้ามาในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก เนื่องจากความพร้อมทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวที่สมบูรณ์ และความหลากหลายทางด้านอาหารเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ เดินทางท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทางในภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัตถุดิบทางการเกษตรที่ผลิตโดยเกษตรกรไทยกว่าร้อยละ 24 ของประชากรทั้งประเทศ ประเทศไทยถือว่าเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางหลักทางการท่องเที่ยวที่มีการนำเอาอาหารที่มีเอกลักษณ์มาใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างแรงดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว เนื่องจากประเทศไทยมีจุดเด่นทางด้านอาหารที่มีความเป็นเอกลักษณ์ มีความหลากหลายของรสชาติ สามารถสะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณะภูมิปัญญาของแต่ละภูมิภาคได้เป็นอย่างดี จนทำให้อาหารไทยกลายเป็นที่ยอมรับไปทั่วโลก อีกทั้งยังมีคุณค่าทางโภชนาการให้สรรพคุณทางยาและสมุนไพรซึ่งแต่ละภูมิภาคจะมีอัตลักษณะที่แตกต่างกันไปตามวิถีชีวิตวัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณีตลอดจนความแตกต่างของแหล่งอาหารและวัตถุดิบจากความอุดมสมบูรณ์ในพื้นที่ตลอดจนไปถึงอิทธิพลที่ได้รับจากอาหารต่างชาติและผู้คนที่ย้ายถิ่นฐานเข้ามาอยู่อาศัยในแต่ละพื้นที่นั้น ๆ จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ทางทางทิศตะวันออกของอ่าวไทย ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีความเจริญรุ่งเรืองมาตั้งแต่สมัยอดีต เนื่องจากเป็นเส้นทางเชื่อมโยงทางการค้าและเผยแพร่ศาสนาจากอินเดียในคาบสมุทรมาลายู ส่งผลทำให้จังหวัด สุราษฎร์ธานี มีการสืบทอดประเพณีและวัฒนธรรมที่เก่าแก่ที่ทรงคุณค่าของภูมิภาค นอกจากนี้แล้วในอำเภอต่าง ๆ ของจังหวัดสุราษฎร์ธานีทั้ง 19 อำเภอ ยังมีอัตลักษณ์ของของอาหารที่มีความคล้ายคลึงกันทำให้มีความโดดเด่นและมีชื่อเสียงระดับโลก ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม ทั้งยังเป็นศูนย์กลางของพระพุทธศาสนาของภูมิภาค (Provincial Administrative Office of the Southern Gulf of Thailand, 2016: 1-19) ทั้งนี้จึงเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้จังหวัดสุราษฎร์ธานี กลายเป็นจุดหมายปลายทางหลักที่สำคัญของประเทศ แต่ในขณะเดียวกันหลายภาคส่วนจึงหัดมาให้ความสำคัญเพื่อที่จะส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยจะกระตุ้นการท่องเที่ยวเชิงอาหารผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ซึ่งทราบกันดีว่าสื่อออนไลน์มีอิทธิพลเป็นอย่างมากต่อการเข้าถึงนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายได้และสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนได้เพิ่มมากขึ้น และสามารถนำมาสร้างเป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่ช่วยทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ดีในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวซึ่งองค์ประกอบดังกล่าว คือ อาหารท้องถิ่น โดยอาหารท้องถิ่นของพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี จะมีลักษณะเด่น คือ มีคุณค่าทางอาหารครบ 5 หมู่ อุดมไปด้วยคุณค่าทางโภชนาการและสรรพคุณทางยาจากการกินผักและสมุนไพรซึ่งส่งผลต่อ

ภาวะสุขภาพที่ดี อาหารพื้นบ้านภาคใต้จะมีรสเผ็ด เปรี้ยว เค็ม ซึ่งเป็นรสชาติที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ (Janjaroen & Wannawilai, 2018) แต่ถึงอย่างไรก็ตาม ความนิยมในการรับประทานอาหารท้องถิ่นในพื้นที่ยังไม่ค่อยได้รับความนิยมสำหรับนักท่องเที่ยวเท่าที่ควรจะเป็น (Naksawat, 2019)

ดังนั้นทางผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาโครงการวิจัยเรื่อง การประยุกต์สื่อดิจิตอลแบบมัลติมีเดียออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานีโดยทำการศึกษาข้อมูลด้านอาหารท้องถิ่น ทั้งอาหารคาว และหวาน ของทั้ง 19 อำเภอ ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยการนำข้อมูลพื้นฐานของแต่ละอำเภอในเรื่องของอาหารท้องถิ่น นำมาสร้างเป็นมัลติมีเดียออนไลน์ ในการนำเสนอที่ทันสมัย เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้าถึงข้อมูลง่ายขึ้น และได้ทราบถึงที่มา ประวัติของอาหารท้องถิ่นทั้ง 19 อำเภอ ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารและข้อมูลด้านอาหารท้องถิ่น ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อมัลติมีเดียออนไลน์ด้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. เพื่อสร้างสื่อดิจิตอลแบบมัลติมีเดียออนไลน์ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Method Research) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) (Creswell, 2014) ผู้วิจัยได้กำหนดแนวคิดในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ จากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และแนวคิดความพึงพอใจต่อสื่อดิจิตอลแบบมัลติมีเดียออนไลน์ โดยได้ทำการศึกษาปัจจัยของตัวแปรดังต่อไปนี้ 1) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 2) ความพึงพอใจต่อสื่อดิจิตอลแบบมัลติมีเดียออนไลน์ด้านข้อมูลอาหาร โดยการศึกษาจะมีวิธีการดำเนินงานตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

โดยวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์ เพื่อให้ทราบถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารและข้อมูลด้านอาหารท้องถิ่นทั้ง 19 อำเภอ ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อนำมาประยุกต์เป็นสื่อดิจิตอลแบบมัลติมีเดียออนไลน์ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.1 การกำหนดและการเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) รวมจำนวน 36 ราย (McMillan & Suhumacher, 1997 : 534) โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ประกอบไปด้วย 1) ภาครัฐ ผู้แทนจากหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดสุราษฎร์ธานี ประชาสัมพันธ์จังหวัด พัฒนาการจังหวัดสุราษฎร์ธานี เกษตรจังหวัด องค์การบริหารส่วนจังหวัด จำนวน 6 คน 2) ภาคเอกชน ผู้แทนจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัด สุราษฎร์ธานี ได้แก่ หอการค้าจังหวัด สมาคมผู้ประกอบธุรกิจโรงแรม ชมรมร้านอาหาร ผู้ประกอบร้านขายของที่ระลึก ผู้ประกอบการเรือเฟอรี่ (ซีทรานเฟอรี่) สมาคมมัคคุเทศก์จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 6 คน 3) ภาค

ประชาชน นักปราชญ์ ชาวบ้านที่มีความรู้เรื่องอาหารพื้นถิ่น ผู้แทนจากกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในชุมชน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี อำเภอจนดิษฐ์ อำเภอเกาะพะงัน อำเภอเกาะสมุย อำเภอคีรีรัฐนิคม อำเภอเคียนซา อำเภอชัยบุรี อำเภอไชยา อำเภอดอนสัก อำเภอฉาง อำเภอท่าชนะ อำเภอบ้านตาขุน อำเภอบ้านนาเดิม อำเภอบ้านนาสาร อำเภอพนม อำเภอพระแสง อำเภอพุนพิน อำเภอวิภาวดี และอำเภอเวียงสระ จำนวน 19 คน

1.2 ขอบเขตเนื้อหาการศึกษา

ผู้วิจัยมุ่งเน้นที่จะศึกษาศักยภาพในการพัฒนาทางด้านอาหาร และความพร้อมทางด้านวัตถุดิบ เพื่อนำมาซึ่งการประยุกต์สื่อดิจิตอลแบบ มัลติมีเดียออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยในครั้งนี้จะใช้แบบสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารและข้อมูลด้านอาหารท้องถิ่นทั้ง 19 อำเภอ ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยจะใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง โดยแบบสัมภาษณ์จะเป็นคำถามที่ถามถึงศักยภาพในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยวิเคราะห์ผลจากสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างเป็นการสัมภาษณ์ที่นิยมใช้กัน โดยการสัมภาษณ์ลักษณะนี้จะอยู่กึ่งกลางระหว่าง การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure Interview) และการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Non-Structured Interview) ซึ่งจะมีลักษณะที่มีความเจาะจงและความยืดหยุ่นของการสัมภาษณ์ได้ (Nontaphatmadunya, 2011)

1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) การสำรวจ (Survey) สำรวจข้อมูลทั่วไป และแหล่งท่องเที่ยวด้านอาหารท้องถิ่นที่สำคัญในจังหวัดสุราษฎร์ธานี 2) การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) เพื่อระดมสมองเกี่ยวกับข้อมูลต่าง ๆ ตามบทสัมภาษณ์ การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) โดยผู้วิจัยเป็นผู้แนะนำองค์ความรู้การใช้เครื่องมือ ให้แก่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งได้แก่ ผู้แทนจากภาครัฐภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว ทั้งระดับผู้บริหารและระดับผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ เพื่อแสดงความคิดเห็นร่วมกัน (Consensus) เกี่ยวกับทรัพยากรที่โดดเด่น วิเคราะห์ SWOT Analysis วิเคราะห์ TOWS Matrix ผลที่ได้จากการประชุมกลุ่มย่อย นำมาอภิปรายร่วมกันและกำหนดแนวทางการประยุกต์สื่อดิจิตอลแบบ มัลติมีเดียออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีการของ ไมล์ และฮูเบอร์แมน (Miles & Huberman, 1994) โดยในการวิเคราะห์นี้จะมีลักษณะคล้ายกับการวิเคราะห์เนื้อหาแบบ (Content Analysis) ซึ่งเนื้อหาของการวิเคราะห์ส่วนนี้ตจะนำไปสร้างสื่อดิจิตอลแบบมัลติมีเดียออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานีต่อไป

2. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

โดยวัตถุประสงค์ของการเก็บแบบสอบถาม เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านสื่อดิจิตอลแบบ มัลติมีเดียออนไลน์ของข้อมูลด้านอาหารท้องถิ่นทั้ง 19 อำเภอ ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้มีกระบวนการในดำเนินงานดังนี้

2.1 การกำหนดประชากรและการเลือกสุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยการใช้สูตรของคอแครน (W.G.Cochran, 1997) กรณีไม่ทราบสัดส่วนที่แน่นอนของประชากรที่จะทำการศึกษา ซึ่งผู้วิจัยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนผิดพลาดได้ไม่เกินร้อยละ 5 หรือ 0.5 เมื่อคำนวณออกมาแล้วได้จำนวน 385 คนโดยในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจะใช้กลุ่มตัวอย่างของการศึกษา โดยทำการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) อยู่ที่ 400 กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด คือ ไม่น้อยกว่า 385 ตัวอย่าง โดยจะทำการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) (Saengphikul, 2013)

2.2 ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษานี้มีแนวคิดทฤษฎีที่จะนำมาใช้ในการศึกษาคือความพึงพอใจต่อสื่อดิจิตอลแบบมัลติมีเดียออนไลน์ ประกอบไปด้วยทั้งหมด 5 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านความถูกต้องเนื้อหาและข้อมูล 2) ด้านรูปแบบการนำเสนอ 3) ด้านการเข้าถึงข้อมูล 4) ด้านความคิด 5) ด้านความรู้สึก 6) ด้านการกระทำ

2.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทบทวนวรรณกรรม ทฤษฎีแนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีคำถามชนิดปลายปิดและปลายเปิด ซึ่งสามารถแบ่งโครงสร้างของคำถามออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อสื่อดิจิตอลแบบมัลติมีเดียออนไลน์ ในด้านความถูกต้องเนื้อหาและข้อมูล ด้านรูปแบบการนำเสนอ ด้านการเข้าถึงข้อมูล ด้านความคิด ด้านความรู้สึก และด้านการกระทำ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามปลายเปิดถึงความพึงพอใจต่อสื่อดิจิตอลแบบมัลติมีเดียออนไลน์

โดยมีค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นดังนี้ มากที่สุดเท่ากับ (4.21 - 5.00) มากเท่ากับ (3.41 - 4.20) ปานกลางเท่ากับ (2.61 - 3.40) น้อยเท่ากับ (1.81 - 2.60) น้อยที่สุดเท่ากับ (1.00 - 1.80)

2.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจึงได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยอาศัยเครื่องมือวิจัย ที่จะนำไปวิเคราะห์และสรุปผล เพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการลงพื้นที่เก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 400 ชุด เป็นเครื่องมือที่รวบรวมข้อมูลในการเก็บกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เมื่อดำเนินการเก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้วจึงนำมาวิเคราะห์สรุปผล อภิปรายผลและนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์เพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อใช้ในการวิเคราะห์วิเคราะห์ความพึงพอใจต่อสื่อดิจิตอลแบบมัลติมีเดียออนไลน์ และนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาและปรับปรุงสื่อดิจิตอลแบบมัลติมีเดียออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานีต่อไป

ผลการดำเนินวิจัย

การศึกษาวิจัยในเรื่องของการประยุกต์สื่อดิจิตอลแบบ มัลติมีเดียออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารและข้อมูลด้านอาหารท้องถิ่น ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี นำมาสร้างเป็นสื่อดิจิตอลแบบมัลติมีเดียออนไลน์

จากผลการศึกษาศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านอาหารภาคใต้ จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่าความคิดเห็นของผู้แทนแต่ละภาคส่วนมีความสอดคล้องกันในบางประเด็นความคิดเห็นที่แตกต่างกันในบางประเด็น และที่ประชุมได้ร่วมกันอภิปรายถึงศักยภาพด้านต่าง ๆ ในที่สุดได้ลงความคิดเห็นร่วมกันเป็นข้อสรุปเกี่ยวกับศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ดังต่อไปนี้

1) ผู้แทนจากภาครัฐ มีความคิดเห็นต่อลักษณะเด่นของอาหารภาคใต้ ว่า มีเอกลักษณ์เป็นอาหารของพื้นที่ภูมิศาสตร์ เช่น อาหารทะเล หอยนางรม อีกทั้ง ยังมีพืชสมุนไพร เครื่องเทศที่มีความหลากหลาย เช่น ขมิ้น ผักเหรียง ข่า สะตอ ตะไคร้ หอมแดง การทำอาหารภาคใต้นั้นจะใช้วัตถุดิบที่มาจากท้องถิ่น เช่น ไตปลา น้ำบูดู เคย คนใต้มีวัฒนธรรมที่โดดเด่นในการแปรรูปและการถนอมเก็บรักษาอาหาร ผู้แทนจากภาครัฐได้ให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมอีกว่า อาหารใต้มีเอกลักษณ์ด้านรสจัด มีความเผ็ด ความอร่อย ที่โดดเด่นจากภาคอื่น ๆ และทั้งนี้ศักยภาพทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีองค์ประกอบสำคัญทางการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวด้านอาหาร สามารถเดินทางได้สะดวก และมีจำนวนสถานที่พักแรมและภัตตาคารที่หลากหลาย

2) ผู้แทนจากภาคเอกชน มีความคิดเห็นสอดคล้องกับภาครัฐ ว่า อาหารภาคใต้ มีเอกลักษณ์เป็นอาหารของพื้นที่ภูมิศาสตร์ เช่น อาหารทะเล หอยนางรม อีกทั้ง ยังมีพืชสมุนไพร เครื่องเทศที่มีความหลากหลาย เช่น ขมิ้น ผักเหรียง ข่า สะตอ ตะไคร้ หอมแดง อีกทั้งอาหารภาคใต้มีเรื่องราวเชื่อมโยงกับประเพณีต่าง ๆ เช่น ประเพณีชักพระ ประเพณีรับส่ง ตายาย หรือประเพณีเดือนสิบ ผู้แทนจากภาคเอกชนได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมอีกว่า คนใต้มีความฉลาดเฉียบคมในการหยั่งรู้ลุ่มลึกด้านการเลือกวัตถุดิบและเทคนิคในการปรุงอาหารแล้ว ยังมีศักยภาพในการจัดการทรัพยากรเชิงอาหารแบบมีแผนยุทธศาสตร์โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนมากได้ให้ความหมายของพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนว่าเป็นการท่องเที่ยวเพื่อไปกินอาหารท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่น แสวงหาอาหารมิติจิตการปฏิบัติธรรมมีโอกาสฝึกสมาธิ ฝึกสติอีกด้วย

3) ผู้แทนจากภาคประชาชน มีความคิดเห็นสอดคล้องกับภาครัฐและภาคเอกชน ว่า อาหารภาคใต้มีเครื่องเทศที่มีความหลากหลาย เช่น ขมิ้น ผักเหรียง ข่า สะตอ ตะไคร้ หอมแดง อีกทั้งอาหารภาคใต้มีเรื่องราวเชื่อมโยงกับประเพณีต่าง ๆ เช่น ประเพณีชักพระ ประเพณีรับส่ง ตายาย หรือประเพณีเดือนสิบ อีกทั้ง อาหารภาคใต้มีเอกลักษณ์ด้านรสจัด มีความเผ็ด ความอร่อย ที่โดดเด่นจากอาหารภาคอื่น ๆ ผู้แทนจากภาคประชาชน ได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า อาหารใต้มีเรื่องราวในการเชื่อมโยงกับศรัทธา ศาสนา ค่านิยมของประชาชน

ผลการศึกษาข้อมูลด้านอาหารท้องถิ่นทั้ง 19 อำเภอ ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีรายการอาหารที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ทั้งหมด ดังนี้

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้แทนภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ได้แสดงความคิดเห็นสอดคล้องไปในแนวทางเดียวกันว่ารายการอาหารดังต่อไปนี้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ โดยสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 รายการอาหารประเภทต่าง ๆ

ประเภทอาหาร	รายการอาหาร
ประเภทแกงและต้ม	แกงเหลืองอ้อดิบปลากะพง แกงคั่วหอยแครงกับปลาย่าง แกงไตปลา แกงชี่โครงหมูใบยี่หร่า แกงคั่วหอยขม แกงคั่วหอยแครงใส่ใบชะพลู ต้มกะทิใบเหลียงกุ้งสด ไก่บ้านต้มขมิ้น ต้มส้มปลากระบอก
ประเภทผัด ทอด นึ่ง	ใบเหรียงผัดไข่ กุ้งแม่น้ำตาปีราดซอสมะขาม วายคั่ว มะพร้าวคั่วกุ้งแม่น้ำตาปี คั่วกลิ้งหมู ผัดสะตอกุ้งสด สะตอผัดเคย ปลาทรายทอดขมิ้น ห่อหมกทะเล
ประเภทเส้น อาหารจานเดียวติ่มซำ	โล้งโต้ง ผัดไทยไชยา ผักบุ้งไต่ราว พระรามลงสรง ขนมจีนน้ำยาปู ข้าวยำสมุนไพรน้ำบูดู ข้าวหมกไก่ ข้าวคลุกกะปิ ติ่มซำ
ประเภทอาหารแปรรูป	ไข่เค็มไชยา ปลาหมึกแห้งเกาะพะงัน ไตปลาหมักเกลือ น้ำบูดู ไตปลาแห้ง เคย น้ำส้มลูกโหนด หนางหมู กุ้งแห้ง ปลาอินทรีย์เค็ม ประเภทน้ำพริกและเครื่องจิ้ม น้ำพริกกะปิ น้ำพริกตะไคร้ น้ำพริกมะขามอ่อน น้ำพริกแมงดา เออะพุงปลา หลนบูดู หลนจิ้งจั้ง หลนปูเปรี้ยว น้ำพริกมุงมัง น้ำพริกหยำ
ประเภทอาหารสด	หอยนางรมสุราษฎร์ธานี หอยขาว หอยแครง หอยแมลงภู่ กุ้งแม่น้ำตาปี ปูม้า ปูไข่ กั้งทะเล ปลาหมึกกล้วย เนื้อโคขุน ปลาทะเล
ประเภทยำ ปิ้ง	ยำปลาเม็ง ยำสมุนไพร ยำลูกมุด ยำมะม่วง ยำใบไม้ ยำสาหร่ายข้อ ยำหอยนางรม ยำถั่วพู เห็ดแครงปิ้ง ห่อหมกทะเลย่าง
ประเภทหวาน	ข้ามหลามน้ำรอบ ขนมจากมะพร้าวอ่อน ขนมต้มใบกะพ้อ ขนมจั้งท่าฉาง ขนมโค กะละแม ขนมลา ลูกจากเชื่อม ขนมเทียน ขนมค่อม
ประเภทผลไม้	จำปาดะ มะม่วงหิมพานต์ มะม่วงเบา ฝรั่งขี้นก เงาะโรงเรียน ลางสาดเกาะสมุย กล้วยเล็บมือนาง ทุเรียนหมอนทอง ทุเรียนเทศ มังคุด

แหล่งที่มา : ผู้วิจัย

ผู้วิจัยขอสรุปว่าผู้แทนทั้ง 3 ภาคส่วน ลงความเห็นร่วมกันว่าอาหารภาคใต้มีลักษณะเด่น ดังนี้ อาหารภาคใต้ มีเอกลักษณ์เป็นอาหารของพื้นที่ภูมิศาสตร์ เช่น อาหารทะเล หอยนางรม อีกทั้งยังมีพืชสมุนไพร เครื่องเทศที่มีความหลากหลาย เช่น ขมิ้น ผักเหรียง ข่า สะตอ ตะไคร้ หอมแดง อีกทั้งอาหารภาคใต้มีเรื่องราวเชื่อมโยงกับประเพณีต่าง ๆ เช่น ประเพณีชักพระ ประเพณีรับส่ง ตายาย หรือประเพณีเดือนสิบ อีกทั้งอาหารมีเรื่องราวเชื่อมโยงกับสิ่งแวดล้อม อาชีพ และชีวิตความเป็นอยู่ประจำวัน

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อมัลติมีเดียออนไลน์ด้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

จากผลการศึกษาถึงความพึงพอใจต่อสื่อดิจิตอลแบบ มัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี สามารถอธิบายผลการวิจัยได้ ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของท่านที่มีต่อสื่อดิจิตอลแบบมัลติมีเดียออนไลน์ด้านอาหารท้องถิ่นทั้ง 19 อำเภอ ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความถูกต้องเนื้อหาและข้อมูล พบว่า การประเมินในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.00) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.67 ถัดมาด้านรูปแบบการนำเสนอ พบว่า การประเมินในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.04) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.66 ต่อมาด้านการเข้าถึงข้อมูล พบว่า การประเมินในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.03) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.67 ต่อมาในด้านความคิด พบว่า การประเมินในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.41) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.49 ถัดไปด้านความรู้สึก พบว่า การประเมินในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.25) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.53 และด้านการกระทำ พบว่า การประเมินในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.29) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.50

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อสร้างสื่อดิจิตอลแบบมัลติมีเดียออนไลน์ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี

จากการศึกษาเรื่องการประยุกต์สื่อดิจิตอลแบบมัลติมีเดียออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาถึงศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารและข้อมูลด้านอาหารท้องถิ่นทั้ง 19 อำเภอ ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยได้เลือกอาหารที่เป็นที่นิยมในท้องถิ่นนำมาสร้างเป็นสื่อดิจิตอลแบบมัลติมีเดียออนไลน์และได้นำสื่อมาสอบถามนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยได้ทำเป็นแบบสอบถามถึงความพึงพอใจการเข้าถึงข้อมูลด้านต่าง ๆ ของมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เนื้อหาที่นักท่องเที่ยวอยากให้มีคือข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เช่น ร้านอาหารท้องถิ่นที่ขึ้นชื่อ รายการเมนูอาหารท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละอำเภอ ทั้งนี้ยังต้องการข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา ผู้วิจัยจึงได้นำข้อมูลมาสร้างเป็นสื่อ VDO ผ่านช่องทาง YouTube เพื่อให้ข้อมูลด้านอาหารท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยวที่จะค้นหา ก่อนทำการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยที่สรุปไว้ข้างต้น สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

การอภิปรายผลศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารและข้อมูลด้านอาหารท้องถิ่น ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ศักยภาพทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีองค์ประกอบสำคัญทางการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย เอกลักษณ์ของอาหาร ซึ่งเป็นอาหารของพื้นที่ภูมิศาสตร์ เช่น อาหารทะเล หอยนางรม อีกทั้ง ยังมีพืชสมุนไพร เครื่องเทศที่มีความหลากหลาย เช่น ขมิ้น ผักเหรียง ข่า สะตอ ตะไคร้ หอมแดง การทำอาหารภาคใต้นั้นจะใช้วัตถุดิบที่มาจากท้องถิ่น เช่น ไตปลา น้ำบูดู เคย คนใต้มีวัฒนธรรมที่โดดเด่นในการแปรรูปและการถนอมเก็บรักษาอาหาร นอกจากอาหารแล้วศักยภาพของการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวด้านอาหารสามารถเดินทางได้สะดวกอีกด้วย และมีจำนวนสถานที่พักแรมและภัตตาคารที่หลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ พยอม ธรรมบุตร ที่ได้กล่าวไว้ว่าอาหาร ที่พักแรมเป็นองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หลากหลายโดยเฉพาะรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีสินค้าสร้างชื่อเสียง ได้แก่ อาหารทะเลและอาหารภาคใต้ เช่น น้ำพริกตะลิงปลิงกุ้งเผา กุ้งแม่น้ำตาปี หอยนางรม สุราษฎร์ธานี เป็นต้น อาหารภาคใต้ มีเอกลักษณ์เป็นอาหารของพื้นที่ภูมิศาสตร์ เช่น อาหารทะเล หอยนางรม อีกทั้ง ยังมีพืชสมุนไพร เครื่องเทศที่มีความหลากหลาย เช่น ขมิ้น ผักเหรียง ข่า สะตอ ตะไคร้ หอมแดง อีกทั้งอาหารภาคใต้มีเรื่องราวเชื่อมโยงกับประเพณีต่าง ๆ เช่น ประเพณีชักพระ ประเพณีรับส่ง

ตายาย หรือประเพณีเดือนสิบ ทั้งนี้ศักยภาพการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืน จังหวัดสุราษฎร์ธานีซึ่งมีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่โดดเด่นดังกล่าวแล้ว ยังมีศักยภาพในการจัดการทรัพยากรเชิงอาหารแบบมีแผนยุทธศาสตร์โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนมากได้ให้ความหมายของพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนว่าเป็นการท่องเที่ยวเพื่อไปกินอาหารท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่น แสวงหาอาหารมิติจิตการปฏิบัติธรรมมีโอกาสฝึกสมาธิ ฝึกสติ เพื่อเป็นอาหารจิต สอดคล้องกับ Thammabut (2017) ที่กล่าวว่าเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว (Destination) นักท่องเที่ยวมีความต้องการที่พักแรมและอาหารเพราะทั้งสองสิ่งนี้เป็นปัจจัยที่จำเป็นอย่างยิ่ง นักท่องเที่ยวทุกคนจะต้องกินอาหารทุกวัน วันละประมาณ 2-5 มื้อ จึงต้องมีแผนการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวอาหารซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อาหารภาคใต้มีจุดเด่นในการแปรรูปและถนอมเก็บรักษาอาหารมีมาตั้งแต่สมัยโบราณ ซึ่งสอดคล้องกับ Wongthong (2013) สภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน พบว่าผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร คือ การท่องเที่ยวเพื่อไปกินอาหารท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์และมีภูมิปัญญาท้องถิ่น สอดคล้องกับ Songsiri and Potanee (2012) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่องวิถีชีวิตและความมั่นคงของอาหารท้องถิ่นใต้พบว่ามีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิถีชีวิตกับความมั่นคงทางอาหารของชาวใต้ในประเด็นการมีอยู่ของอาหาร การเข้าถึงอาหาร และการใช้ประโยชน์จากอาหาร การท่องเที่ยวด้านอาหารที่มีบทบาทในการพัฒนาจังหวัด คือท่องเที่ยววัฒนธรรมเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดพลังมวลประชารัฐและเครือข่ายสังคมภาคใต้ สอดคล้องกับ Apinat Boonnak (2014) ซึ่งพบว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคใต้ มีการสร้างความเชื่อในเรื่องผลกระทบต่อสุขภาพและชีวิตรวมทั้งการส่งเสริมแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง ควรสนับสนุนปัจจัยด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยวให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้กับการท่องเที่ยว และการบริโภคอาหารท้องถิ่นได้ ทั้งนี้ด้านศักยภาพเกี่ยวกับกิจกรรมการเรียนและการปลูกจิตสำนึกของการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีศักยภาพด้านการสร้างกิจกรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความตระหนักและมีจิตสำนึก เกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร แบบบูรณาการโดยเชื่อมโยงการพัฒนาดังกล่าวเข้ากับสิ่งแวดล้อมเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยม Supang Chantawanich (2011)ที่กล่าวว่า สังคมเป็นระบบหนึ่งที่มีส่วนต่าง ๆ (PART) มีความสัมพันธ์และสนับสนุนซึ่งกันและกันซึ่งความสัมพันธ์คงที่ของแต่ละส่วนจะเป็นปัจจัยทำให้ระบบสังคมเกิดความสมดุลในการพัฒนา ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ศักยภาพด้านกิจกรรมและการปลุกจิตสำนึกในการมีส่วนร่วมในการพัฒนาดังกล่าว นับเป็นศักยภาพที่มีความหมายและความสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งชุมชนจะต้องมีจิตสำนึกในการมีส่วนร่วมด้านการสร้างผลผลิตทางการเกษตรได้แก่ ข้าว พืชผักสมุนไพร ผลไม้ และการเลี้ยงปศุสัตว์ ตลอดจนการส่งเสริมด้านการประมงของทรัพยากรอาหารทางทะเล เพื่อนำมาป้อนโรงงานการแปรรูปผลผลิตดังกล่าว เป็นผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาประเทศไทย Thailand 4.0 ในยุทธศาสตร์ การพัฒนาภาคเมืองและพื้นที่เศรษฐกิจของภาคใต้ในหัวข้อ การสร้างรายได้ที่หลากหลาย โดยยกระดับรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้เติบโตอย่างต่อเนื่องแผนพัฒนาประเทศไทย 4.0

การอภิปรายผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อมัลติมีเดียออนไลน์ด้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จากการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อมัลติมีเดียออนไลน์ด้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุราษฎร์ธานี นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อสื่อดิจิตอลแบบมัลติมีเดียออนไลน์ด้านอาหารท้องถิ่น ในจังหวัดสุราษฎร์ธานีในทุกด้านอยู่ในระดับมากทั้งหมด

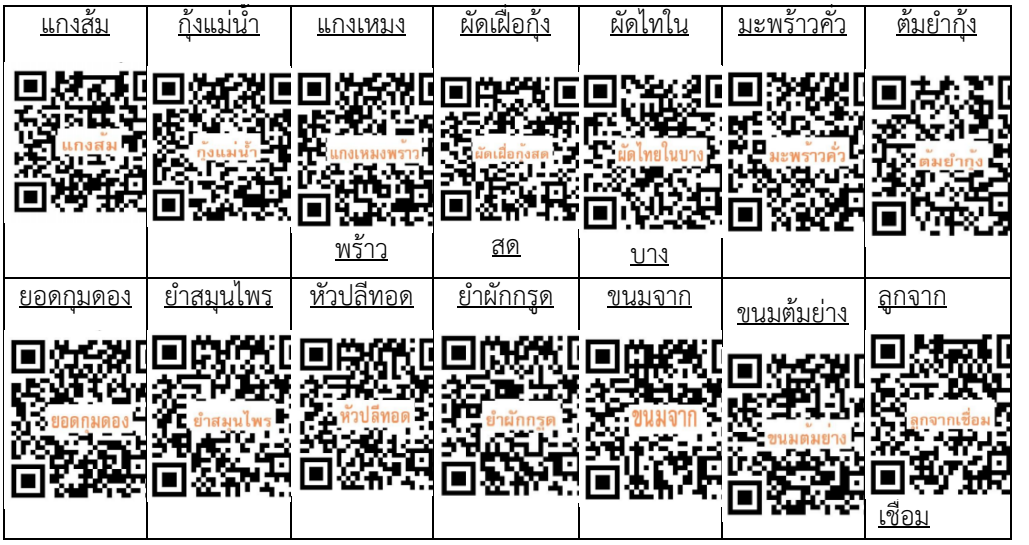
โดยเฉพาะความพึงพอใจด้านความคิด เนื่องจากนักท่องเที่ยวคิดว่าสื่อดิจิตอลแบบมัลติมีเดียออนไลน์เป็นช่องทางทำให้สามารถรับทราบข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและยังเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อสามารถสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวก่อนไปสัมผัสประสบการณ์จริงด้วยตนเองได้ ทั้งนี้นักท่องเที่ยวยังมีความพึงพอใจของสื่อในด้านการกระทำเพราะสามารถแสดงความคิดเห็นกับผู้อื่นได้ง่าย ส่งผลให้เกิดการซื้อสินค้าและบริการการท่องเที่ยว และมีส่วนช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจวางแผนท่องเที่ยวได้ ซึ่งจะสอดคล้องกับงานวิจัยของ Supaporn (2011) ที่ได้ศึกษาในเรื่องของทัศนคติที่มีต่อสื่อ ออนไลน์บนระบบ เครือข่ายสังคม ออนไลน์ ที่กล่าวว่าการที่นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวก่อนการเดินทางจะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการวางแผนการเดินทาง เพื่อจะได้ประหยัดเวลาและประหยัดงบประมาณได้อีกด้วย ต่อมาจะเป็นด้านความรู้สึกที่มีต่อสื่อออนไลน์ซึ่งในส่วนนี้ก็มีความสำคัญเป็นอย่างมากที่จะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกมั่นใจในการตัดสินใจท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น รู้สึกเพลิดเพลินที่จะติดตามข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว และทำให้ได้รับข้อมูลเนื้อหาที่น่าเชื่อถือได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Saejaw (2015) เรื่อง อิทธิพลของทัศนคติและความพึง พอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อพฤติกรรม การตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยว พบว่า ความรู้สึกพึงพอใจจากการเปิดการรับรู้สื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ มีอิทธิพลกับพฤติกรรมการวางแผนการตัดสินใจท่องเที่ยว โดยตัวแปรด้าน รูปแบบความน่าสนใจมีอิทธิพลกับพฤติกรรมการวางแผนการตัดสินใจท่องเที่ยวมาก ที่สุด รองลงมาคือ ตัวแปรด้านการเข้าถึงข้อมูล และความถูกต้องของเนื้อหา ตามลำดับ และยัง สอดคล้องกับงานวิจัย Sukanya Sukwong (2015) เรื่อง ทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวจีนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความพึง พอใจด้านการส่งเสริมการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวจีนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางเข้ามา ท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการให้ข้อมูลขาวสารและสื่อ ประชาสัมพันธ์ของภาครัฐมาก ดังนั้นจึงควรรักษามาตรฐานเกี่ยวกับการให้ข้อมูลข่าวสารและสื่อ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง การประชาสัมพันธ์ข่าวสารโปรโมชั่นผ่าน ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นอีกช่องสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวได้ดีและเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยว ได้มากยิ่งขึ้น แม้กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาจะต่างกัน แต่หากสามารถนำงานวิจัยนี้ไปต่อยอดและเป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้นและเข้าใจ พฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้ดียิ่งขึ้น ต่อมาด้านรูปแบบการนำเสนอของสื่อออนไลน์ที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และความถูกต้องเนื้อหาและข้อมูล ก็มีส่วนสำคัญไม่น้อยกว่าด้านอื่น ๆ เนื่องจากรูปแบบการนำเสนอข้อมูลและเนื้อหาที่นำเสนอต้องมีความน่าเชื่อถือและมีรูปแบบที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดในการที่จะให้นักท่องเที่ยวเข้ามาค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดสุราษฎร์ธานีได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Saejaw (2015) เรื่อง อิทธิพลของทัศนคติและความพึง พอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อพฤติกรรม การตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยว พบว่า ทัศนคติต่อแหล่งข้อมูลในลักษณะต่าง ๆ ของสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์มีอิทธิพลกับพฤติกรรมการวางแผนการตัดสินใจท่องเที่ยวและข้อมูลข่าวสารที่มีความน่าเชื่อถือจะเป็นผลดีต่อตัวนักท่องเที่ยวได้

การอภิปรายผลสื่อดิจิตอลแบบมัลติมีเดียออนไลน์ จากการศึกษาเรื่องการประยุกต์สื่อดิจิตอลแบบ มัลติมีเดียออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาถึงศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารและข้อมูลด้านอาหารท้องถิ่นทั้ง 19 อำเภอ ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อนำผลมาตอบ วัตถุประสงค์ที่ 3 การประยุกต์สื่อดิจิตอลแบบมัลติมีเดียออนไลน์ ในการ

ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานีทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาลงในสื่อออนไลน์โดยผ่านโปรแกรม YouTube ในการผลิตสื่อ และข้อมูลของสื่อมัลติมีเดียออนไลน์ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยนำเสนอในรูปแบบวิดีทัศน์การสาธิตทำเมนูพื้นถิ่นต่าง ๆ ที่ได้รับความนิยมของในจังหวัดสุราษฎร์ธานีผู้ที่สนใจต้อง Scan QR Code เพื่อที่จะลิ้งค์เข้าไปชมวีดิทัศน์ ในช่อง อาหารท้องถิ่น จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งเป็นช่องใน YouTube จากการศึกษาดังกล่าวผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรมในการผลิตสื่อประกอบไปด้วย Movavi Video Edit, YourQR, Studio.Youtube ซึ่งการนำข้อมูลด้านอาหารต่าง ๆ มาทำเป็นสื่อมัลติมีเดียออนไลน์ลงไว้ในรูปแบบของวิดีโอผ่าน YouTube เพื่อที่จะสามารถให้หน่วยงานต่าง ๆ นำผลงานไปแชร์ผ่านสื่อออนไลน์อื่น ๆ ที่หน่วยงานนั้น ๆ สร้างขึ้น ได้อย่างสะดวก



ภาพที่ 1 : ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี
แหล่งที่มา : ผู้วิจัย



ภาพที่ 2 : สื่อดิจิตอลแบบมัลติมีเดียออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่น ในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี
แหล่งที่มา : ผู้วิจัย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 ภาครัฐสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนาต่อยอดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจของจังหวัดสุราษฎร์ธานีได้

1.2 ภาคประชาชนและภาคเอกชน สามารถนำข้อมูลเหล่านี้ไปต่อยอดในเชิงการค้าได้ เพราะชุมชนและผู้ประกอบการถือเป็นฐานผู้ผลิตอาหาร และจะต้องผลิตอาหารเพื่อเข้ามาเสริมการท่องเที่ยว โดยภาครัฐเป็นผู้สนับสนุนในด้านนโยบายและความสะดวกต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ค้าและชุมชนสามารถต่อยอดธุรกิจการค้าโดยใช้การท่องเที่ยวเชิงอาหารมาเป็นตัวกระตุ้นได้

1.3 นักท่องเที่ยวสามารถที่จะเข้าถึงข้อมูลในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงอาหารนี้ เพื่อเป็นตัวเลือกของข้อมูลในการที่จะตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว และเป็นการวางแผลการเดินทางล่วงหน้าเพื่อประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายของการเดินทางได้

1.4 ด้านนักวิจัยและนักวิชาการ สามารถนำข้อมูลเหล่านี้ไปเป็นฐานข้อมูลในการสื่อค้นเพื่อนำข้อมูลเหล่านี้ไปต่อยอดการศึกษาวิจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารในครั้งต่อไปได้

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาวิจัยในด้านการพัฒนาแผนการตลาดการท่องเที่ยวตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0

2.2 ควรมีการศึกษาวิจัยในด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นเมืองต้นแบบด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

2.3 ควรมีการศึกษาวิจัยในด้านการสร้างรูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสุขภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทั่วโลก

REFERENCES

Apinat Boonnak. (2014). **Factors influencing the consumption of local food in the south of Thai tourists**. Bangkok: Siam University. [In Thai]

Asawin Saengphikul. (2013). **Data analysis, interpretation and presentation of research methodology in tourism and hotel**. (1st edition ed., Pp. 215-216). Bangkok: Dhurakij Pundit University. [In Thai]

Creswell, J. W. (2014). **Research design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods approaches** (4th ed. ed.). United States of America: SAGE publication, Icn.

Kansiri Janjaroen and Panatsaya Wannawilai. (2018). T**raditional Southern Food: a Treasure for Health**. Journal of the Southern College of Nursing and Public Health Network, Vol.4, No. 2 May-August 2017. pp 281-290. [In Thai]

Kitipat Nontaphatmadunya. (2011). **A tool for collecting qualitative research data and group discussion (Focus Group Study).** Retrieved from http://rlc.nrct.go.th/ewt_dl.php?nid=896 [In Thai]

McMillan, J. H. & Schumacher, S. (1997). **Research in Education: A Conceptual Introduction**. Addison Wesley Longman Publishing, 4th ed.

Miles, M. B., & Huberman, M. A. (1 9 9 4). **Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook (2nd ed. ed.).** United State SAGE Publication, Inc.

Napat Naksawat, 2019. **Strategic Plan for Sustainable Integrated Creative Southern Food Tourism Development in Surat thani.** Sisaket Rajabhat University Journal. Issue 13 No. 1 January - April: p. 17-28. [In Thai]

Obsoei Wongthong (2013). **Principles of cooking**. Publisher Kasetsart University, Bangkok. [In Thai]

Phayom Thammabut (2017). **Strategic Plan for Sustainable Integrated Tourism Development in Chonburi Province**. Far Eastern University Journal. Issue 11 No. 2: p. 162-181. [In Thai]

Provincial Administrative Office of the Southern Gulf of Thailand (2016). **Development Plan for the Southern Gulf of Thailand (2018 - 2021).** Bangkok. 2017. [In Thai]

Siwat Chantana Supaporn (2011). **Attitudes towards online media exposure on online social networks: a case study of students from Rajamangala University of Technology Thanyaburi**. Independent Research Master's Degree, Rajamangala University of Technology Thanyaburi. [In Thai]

Songsiri and Potanee. (2012). **Lifestyle and food security in the southern region**. Accessed on 20 August 2016. Retrieved from http://tci.thaijo.org/index.php/RMUTP/article/view/18932. [In Thai]

Sukanya Sukwong, (2015). **Attitudes and Satisfaction of Chinese Tourists Influencing Decisions to Visit in Bangkok.** Independent research Master of Arts Program in Hospitality and Tourism Industry Management, Bangkok University. [In Thai]

Supang Chantawanich. (2011). **Data analysis in qualitative research.** (10th edition). Bangkok: Chulalongkorn University. [In Thai]

Tourism Authority of Thailand. (2012). **Domestic tourism statistics for the year 2017**. Bangkok: Tourism Authority of Thailand. [In Thai]

Tourism Authority of Thailand. (2018). **Amazing Thailand Tourism Year 2018**. Retrieved from:https://api.tat.or.th/upload/annual_report/live/TAT%202018%20Annual%20Report.pdf. [In Thai]

Tourism news. (2019). **Tourism expected to pass 2 trillion in GDP**. [Online]. Available from: www.breakingtravelnews.com/news/article/tourism-expected-to-pass2-trillion-in- gdp. [In Thai]

Weerawan Saejaw. (2015). **Influence of Attitudes and Satisfaction in Exposure from Internet Tourism Public Relations Media on Travel Planning Decision Making Behavior**. Independent Study Master's Degree, Bangkok University. [In Thai]