

การพัฒนารูปแบบอาหารท้องถิ่นในเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สู่การเป็นเมืองพักผ่อน
เพื่อสุขภาพชั้นนำ ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

The Development of Local Food Styles on Creative Tourism Routes to be a
Leading City for Wellness and Leisure in the Tourism Development Zone of
Muang District, Songkhla Province

วิชาญ จุลทริก

Witchan Junlarick

อาจารย์ ดร. ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

Dr. of Bachelor in Public Administration Program Faculty of Humanities and Social Sciences, Thaksin University

อีเมล: Dr.Witchan@hotmail.com

วันที่รับบทความ (Received)

9 กุมภาพันธ์ 2566

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised)

24 มีนาคม 2566

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

28 มีนาคม 2566

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาการพัฒนารูปแบบอาหารท้องถิ่นกับเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สู่การเป็นเมืองพักผ่อนเพื่อสุขภาพชั้นนำ ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา และ 2) เพื่อศึกษาอุปสรรคการพัฒนาอาหารท้องถิ่นกับเส้นทางท่องเที่ยว ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวของพื้นที่ดังกล่าว การศึกษานี้เป็นรูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน กลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มผู้ประกอบการอาหารย่านเมืองสงขลา จำนวน 10 ราย หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ อุตสาหกรรมจังหวัด เทศบาลเมือง พัฒนาการจังหวัด องค์การบริหารส่วนจังหวัด การท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา จำนวน 6 ราย โดยทั้งกลุ่มเป้าหมายทั้ง 2 ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง และใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่จำนวน 100 คน ที่ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 116 คน โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้สถิติเชิงพรรณนาโดยการหาค่าร้อยละ และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการศึกษาพบว่า ความต้องการในการพัฒนารูปแบบอาหารท้องถิ่นของกลุ่มนักท่องเที่ยว คือ ต้องการให้อาหารมีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ มีความสะอาดถูกสุขอนามัย มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ต้องการการต้อนรับจากทางร้านต้องการให้ร้านมีชื่อเสียงเพิ่มขึ้น รวมถึงต้องการมีส่วนร่วมในการรับชมการสาธิตการปรุงอาหารมากที่สุด ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ขาดความรู้ทางการตลาด รวมถึงขาดประสบการณ์ในการประกอบกิจการ เน้นการทำกิจการเชิงรับมากกว่าเชิงรุก จึงจำเป็นต้องอาศัยหน่วยงานของ

ภาครัฐเข้ามาขับเคลื่อน ประกอบกับการขาดงบประมาณในการลงทุนดังกล่าว รวมถึงปัญหาราคาวัตถุดิบที่ขึ้นราคาสูงขึ้น และปัญหาช่องทางการจัดจำหน่ายที่ยังไม่ตอบโจทย์กับรูปแบบการท่องเที่ยวในปัจจุบัน

คำสำคัญ: การพัฒนารูปแบบอาหารท้องถิ่น, การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, การท่องเที่ยวเมืองสงขลา

ABSTRACT

The objectives of this study were 1) to study the development of local food styles and creative tourism routes to be a leading city for wellness and leisure in the Tourism Development Zone of Muang District, Songkhla Province, and 2) to study the obstacles to local food development and tourism routes in the aforementioned area. The sample groups for this mixed research totaled 116 people from various groups including 10 entrepreneurs and 6 officers from various government agencies comprising the Provincial Industry, the Municipality, the Provincial Developer, the Provincial Administrative Organization, and the Songkhla Provincial Tourism, as well as 100 people comprising groups of tourists and people living in the area. The data collection tools included a questionnaire and in-depth interviews. Descriptive statistics were used to find percentages, while data analysis was carried out from information gained during in-depth interviews. However, the findings revealed that tourists' demands for the development of local food included unique flavors, cleanliness, and hygienic conditions, as well as suitable prices in relation to quality. Also, they preferred to be welcomed by the shops, needed the shops to be more famous, and wanted to enjoy cooking demonstrations. Moreover, the main problems and obstacles were that most entrepreneurs lacked marketing knowledge and entrepreneurial experience, choosing to implement reactive rather than proactive business operations. Thus, support for empowerment from government agencies was necessary. In addition, there was a lack of funding for such investment, as well as increases in the prices of raw materials and problems with distribution channels that have not yet met the needs of current tourism.

Keywords: Development of local food styles, Creative tourism, Songkhla tourism

บทนำ

อาหารพื้นบ้านไทยเป็นสิ่งที่แสดงถึงภูมิปัญญาของคนไทย ซึ่งในแต่ละภูมิภาคจะมีการปรับตัวเพื่อการค้าดำรงชีวิต ตามสภาพทางภูมิศาสตร์และวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ผ่านการคิดค้น นำเอาทรัพยากรที่มีคุณค่า มีสรรพคุณทางด้านอาหารและยามาเป็นอาหารพื้นบ้านได้อย่างเรียบง่าย สอดคล้องกับความเป็นอยู่ในแต่ละภูมิภาค ยิ่งยง ไพสุขสานติวัฒนา (2556) รายงานการบริโภคผักพื้นบ้านของคนไทยนั้น เป็นอีกวิถีชีวิตของแต่ละท้องถิ่นที่มีความหลากหลายทางชีวภาพมาก เป็น 1 ใน 20 ประเทศทั่วโลก จากข้อมูลในปี พ.ศ. 2562 มีนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 17,721,535 คน นักท่องเที่ยวต่างชาติ 15,778,840 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) แต่ในปี พ.ศ. 2563 ได้เกิดวิกฤติของโรคระบาดโควิด-19 ระบาด 2019 มีนักท่องเที่ยวรวม เหลือเพียง 6,702,396 คน ในปี 2564 มีนักท่องเที่ยวเหลือเพียง 427,869 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) ตามมาตรการการกักตัวและปิดประเทศของรัฐบาล ซึ่งนักท่องเที่ยวได้ลดลง ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจอย่างรุนแรง โดยเฉพาะกลุ่มรากหญ้า เกษตรกรและผู้ประกอบการชุมชนล้วนได้รับผลกระทบอย่างมากมาย ดังนั้นจึงต้องหากวิธีและแนวทางใหม่ในการท่องเที่ยวโดยการพัฒนาเศรษฐกิจให้เกิดความยั่งยืน โดยใช้ภูมิปัญญาของชุมชนที่มีอยู่มาพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น จากการศึกษาวิจัยของนักวิจัยหลายท่าน ยืนยันว่า การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนนั้น มีปัจจัยหลายอย่างโดยเฉพาะความเข้มแข็งคนในท้องถิ่น หรือชุมชนที่เป็นปัจจัยสำคัญ เพราะคนในชุมชน มีศักยภาพ มีภูมิปัญญา และมีใจมุ่งมั่นที่จะแก้ปัญหาและพัฒนาคุณภาพชีวิต และความเป็นอยู่ อีกทั้งยังต้องการดูแลสังคม และสิ่งแวดล้อมอันนำไปสู่การอยู่ในพื้นที่ที่สามารถสร้างความสุขให้กับพวกเขา (สุเมธ ตันติเวชกุล, 2536 และ เอกวิทย์ ณ ถลาง, 2543) ดังนั้นแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน (SMCE หรือ small and micro community enterprise) จึงเป็นแนวทางหนึ่งที่ประเทศไทยได้นำมาที่จะช่วยแก้ปัญหาความยากจนของประชาชนและเป็นแนวทางที่สร้างเศรษฐกิจ สังคม และชุมชนให้มีความยั่งยืน เพราะเป็นการส่งเสริมให้ชุมชนรู้จักใช้ทรัพยากรท้องถิ่น ทำให้พวกเขาสามารถพึ่งพาตนเองในระยะยาวได้อย่างมั่นคง

แนวทางแก้ปัญหาของหลายหน่วยงานในภาครัฐบาลเพื่อช่วยวิสาหกิจชุมชน คือ การนำผลิตภัณฑ์จากวิสาหกิจชุมชนเข้าสู่ตลาดที่มีกำลังซื้อ ซึ่งตลาดที่หลายหน่วยงานสนใจ คือ ตลาดท่องเที่ยวโดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีกำลังซื้อ และสนใจในคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพที่มีกำลังซื้อสูงเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวระดับบน (High -End) มีศักยภาพและความพร้อมในการใช้จ่ายใช้สอยและพำนักรถยนต์เน้นกิจกรรมที่หลากหลายรูปแบบ ซึ่งเป็นการช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจระดับชาติและท้องถิ่นให้เกิดการเจริญเติบโต และในการท่องเที่ยวมักจะเกิดขึ้นมาควบคู่กับการแสวงหาอาหารโดยเฉพาะอาหารประจำถิ่นของแต่ละพื้นที่ อาหารไทยถือเป็นที่ยึดกันดีในหมู่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ อาหารไทยสะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมการกินรวมทั้งถ่ายทอดภูมิปัญญาและวิถีชีวิตของคนไทยตั้งแต่การเลือกสรรวัตถุดิบเครื่องปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น เช่น สมุนไพร เครื่องเทศ ไปจนถึงขั้นตอนการปรุง การจัดวาง และการตกแต่ง ด้วยภูมิปัญญาอันเฉลียวฉลาดของคนไทยในการสร้างสรรค์อาหารเมนูต่าง ๆ ทำให้อาหารไทยเป็นศิลปะที่มีความงดงาม มีอัตลักษณ์

มีความหลากหลายและมีสีสันไปจนถึงรสชาติที่อร่อย (Thai Food Database) ประกอบกับ อาหารไทยเป็นที่รู้จักถึงการมีอัตลักษณ์ที่สามารถดึงดูดใจ และสร้างความสนใจแก่นักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของการดำรงชีวิตของมนุษย์ในสังคมปัจจุบัน และการเดินทางท่องเที่ยวของมนุษย์ก่อให้เกิดการเติบโตของภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องจำนวนมาก จนทำให้เกิดเป็นภาคธุรกิจขนาดใหญ่ที่เรียกว่า อุตสาหกรรมอาหารและการท่องเที่ยว ซึ่งถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่และมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ (อัศวิน แสงพิบูล, 2556) เปรียบเสมือนสินทรัพย์อันทรงคุณค่าให้กับประเทศไทย โดยองค์การท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ได้สรุปรายได้จากการท่องเที่ยวของปี ค.ศ.2018 ไว้ว่า ประเทศไทยเป็นประเทศที่สามารถสร้างรายได้สูงถึงอันดับ 4 ของโลก จำนวน 19 ล้านบาท และมีแนวโน้มว่าจะมีนักท่องเที่ยวแสวงหารูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่แตกต่างไปจากเดิม ด้วยสถานการณ์ปัจจุบันยังคงต้องมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงตามพลวัตได้อย่างทันท่วงที ซึ่งสามารถสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในหลาย ๆ ประเทศจึงได้ริเริ่มกำหนดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ที่เรียกว่า “รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” เดินทางท่องเที่ยวแนวใหม่ โดยเป็นการเชื่อมโยงเข้ากับการเล่าเรื่องศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้น ๆ ให้เข้าไปเรียนรู้และมีส่วนร่วมในพื้นที่ท่องเที่ยวเป็นการเน้นในเรื่องการทำกิจกรรมการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวชุมชนนั้น ๆ ซึ่งนักท่องเที่ยวจะมีส่วนร่วมระหว่างชุมชนกับตัวนักท่องเที่ยวเองผ่านการทำกิจกรรมที่มีใช้เพียงแต่การมองดู แต่เป็นการลงมือทำ เพื่อเรียนรู้โดยผ่านการปฏิบัติอย่างลึกซึ้ง ณ พื้นที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ซึ่งออกแบบโดยชุมชนที่มีอยู่ใช้ทรัพยากรภายในชุมชนนำมาสร้างให้เกิดคุณค่า และสร้างสรรค์เป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่มีประโยชน์ เพิ่มรายได้ให้กับชุมชน และยังสามารถที่จะนำมากระจายรายได้ให้แก่ชุมชนซึ่งการท่องเที่ยวแบบนี้นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้ และได้รับประสบการณ์ที่เกี่ยวกับชุมชนรวมถึงการได้เรียนรู้ความเป็นอยู่การดำเนินชีวิตของคนในชุมชนที่แตกต่างกันทางด้านวัฒนธรรม (Binkhorst, 2006) นับได้ว่าเป็นการสร้างมูลค่าและคุณค่าแก่ผู้มาเยือนได้เข้าใจอัตลักษณ์ของท้องถิ่นมากขึ้น

ดังนั้นการสร้างอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่น และสร้างกลไกกิจกรรมทางการท่องเที่ยวด้านอาหารท้องถิ่น โดยให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม และสร้างความสนใจ แก่นักท่องเที่ยว เพื่อช่วยส่งเสริมและยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีสถานที่ท่องเที่ยวและอาหารขึ้นชื่อมากมาย โดยเฉพาะย่านเมืองเก่า มีประวัติยาวนานกว่า 100 ปี มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ภาษา การแต่งกาย รวมถึงอาหาร ที่ผสมผสานกันอย่างลงตัว ทำให้อาหารท้องถิ่นของเมืองสงขลา มีเอกลักษณ์เฉพาะ จากความสำคัญข้างต้น การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นเมืองสงขลา จะทำให้เราสามารถทราบถึงจุดอ่อนของอาหารที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ที่อาจเป็นปัญหาอุปสรรคสำคัญที่ส่งผลต่อการเพิ่มรายได้ให้กับธุรกิจอาหารท้องถิ่น จึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างมากที่จะต้องมีการศึกษาวิจัยและพัฒนากิจกรรมอาหารท้องถิ่นของพื้นที่ดังกล่าวเพื่อพัฒนารูปแบบอาหารท้องถิ่นของเมืองสงขลาให้มีความเหมาะสมต่อไป

ด้วยเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่จะศึกษาการพัฒนารูปแบบอาหารท้องถิ่น ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา รวมถึงศึกษาอุปสรรคการพัฒนาอาหารท้องถิ่นกับเส้นทาง

การท่องเที่ยว ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ทั้งนี้ผลการศึกษาดังกล่าวจะสามารถนำไปพัฒนาเป็นรูปแบบอาหารท้องถิ่น ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดสงขลา เพื่อเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว และยังเป็นข้อมูลที่สำคัญในการสร้างแนวทางให้ธุรกิจอาหารในพื้นที่การท่องเที่ยวปรับตัวให้สอดคล้องกับความต้องการของยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการพัฒนารูปแบบอาหารท้องถิ่นกับเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สู่การเป็นเมืองพักผ่อนเพื่อสุขภาพชั้นนำ ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาอุปสรรคการพัฒนาอาหารท้องถิ่นกับเส้นทางการท่องเที่ยว ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

ประโยชน์ของการวิจัย

1. ได้รูปแบบการพัฒนาอาหารท้องถิ่นในเขต อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา เพื่อเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว
2. เพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารในเขตพื้นที่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา เพื่อเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว
3. เป็นแนวทางให้ธุรกิจอาหารในพื้นที่ทางการท่องเที่ยวสามารถนำไปพัฒนานวัตกรรมให้กลายเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวได้

กรอบการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) มาเป็นกรอบในการศึกษาภาพรวม ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงอาหารจะเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวในถิ่นที่มีลักษณะดังนี้ 1) มี การผลิตอาหาร 2) การชมเทศกาลอาหาร 3) ทดลองชิมอาหาร และการพบปะพูดคุยกับผู้ปรุงอาหาร ทั้งนี้เพื่อประสบการณ์ที่แปลกใหม่แก่นักท่องเที่ยว และได้้นำแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีองค์ประกอบสำคัญดังนี้ 1) ผู้ท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านมีความผูกพันระหว่างกัน 2) มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน/ส่งผ่าน-ส่งต่อประสบการณ์ 3) มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรม 4) การมีส่วนร่วม 5) เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม 6) นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เรียนรู้ประสบการณ์ 7) มีความจริงแท้ทั้งในกระบวนการการผลิตและผลิตภัณฑ์ ประสบการณ์จริง 8) มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ที่ท่องเที่ยว หรือชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ และ 9) การท่องเที่ยวแบบจัดเตรียมไว้อย่างจำเพาะเจาะจง การศึกษานี้มีการศึกษาวิเคราะห์ถึงรูปแบบของการพัฒนาอาหารท้องถิ่นเพื่อ

สร้างอัตลักษณ์เฉพาะของอาหารท้องถิ่นเมืองสงขลาจากข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม รวมถึงการศึกษาวิเคราะห์ถึงปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญของการพัฒนาอาหารท้องถิ่นเมืองสงขลา

วิธีดำเนินการวิจัย

เนื่องด้วยการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษารูปแบบผสมผสานผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างและกลุ่มเป้าหมายหรือผู้ให้ข้อมูลสำคัญดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่ม นักท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่จำนวน 100 คน รวมทั้งสิ้น 116 คน กลุ่มเป้าหมายหรือผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการ จำนวน 10 คน 2) หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ อุทสาหกรรมจังหวัด เทศบาลเมือง พัฒนาการจังหวัด องค์การบริหารส่วนจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด จำนวน 6 คน

กระบวนการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาครั้งนี้ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนและนักท่องเที่ยว โดยเป็นกลุ่มประชาชนและนักท่องเที่ยวที่พบในพื้นที่เมืองสงขลา และแบบเจาะจง (Purposive Selection) สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ประกอบการด้านอาหารที่มีชื่อเสียงของเมืองสงขลา และหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องและให้การสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม จำนวน 2 ชุด ประกอบไปด้วยแบบสอบถามสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชน/นักท่องเที่ยว และแบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการ และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 1 ชุด สำหรับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองโดยใช้แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ โดยการลงพื้นที่เก็บข้อมูลประชาชนและนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และหน่วยงานภาครัฐที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาครั้งนี้ และนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความครบถ้วน และถูกต้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามเชิงปริมาณ โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป และนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนาที่เป็นคำร้อยละ รวมถึงทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก

สรุปผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาการพัฒนาแบบอาหารท้องถิ่น กับเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สู่การเป็นเมืองพักผ่อนเพื่อสุขภาพชั้นในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา พบว่าแบบอาหารท้องถิ่นที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการที่จะให้มีการพัฒนาแบ่งออกเป็นด้านต่าง ๆ ดังนี้

ปัจจัยความต้องการด้านอาหารที่เกี่ยวข้องกับการสร้างอัตลักษณ์ให้กับอาหารท้องถิ่น/พื้นบ้าน

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มประชาชนและนักท่องเที่ยวก่อตั้งตัวอย่างถึงความต้องการด้านอาหารที่เกี่ยวข้องกับการสร้างอัตลักษณ์ให้กับอาหารพื้นบ้านในด้านอัตลักษณ์ของอาหารพื้นบ้าน สามารถเรียงลำดับความต้องการได้ดังนี้

ความต้องการด้านอัตลักษณ์ของอาหารพื้นบ้าน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากอาหารอื่น	26	26.00
มีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์	40	40.00
มีกลิ่นที่เป็นเอกลักษณ์	5	5.00
มีความแปลกใหม่	19	19.00
มีการใช้วัตถุดิบพื้นบ้าน	10	10.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการในการสร้างอัตลักษณ์ของอาหารพื้นบ้านโดยสามารถเรียงลำดับได้เป็น ความต้องการที่จะให้มีรสชาติอาหารที่เป็นเอกลักษณ์อันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาความต้องการที่จะให้อาหารมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากอาหารอื่นคิดเป็นร้อยละ 26.00 ความต้องการที่จะให้อาหารมีความแปลกใหม่คิดเป็นร้อยละ 19.00 ความต้องการที่จะให้อาหารมีการใช้วัตถุดิบพื้นบ้านคิดเป็นร้อยละ 10.00 และความต้องการที่จะให้อาหารมีกลิ่นที่เป็นเอกลักษณ์คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มประชาชนและนักท่องเที่ยวก่อตั้งตัวอย่างถึงความต้องการด้านอาหารที่เกี่ยวข้องกับการสร้างอัตลักษณ์ให้กับอาหารท้องถิ่น/พื้นบ้าน ในด้านคุณภาพของอาหารพื้นบ้าน

ความต้องการด้านคุณภาพของอาหาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สะอาด ถูกสุขอนามัย	31	31.00
สดใหม่ปลอดสารพิษ	14	14.00
คุณค่าทางโภชนาการ	25	25.00
รสชาติ	23	23.00
การจัดตกแต่งจานอาหาร	7	7.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการด้านคุณภาพของอาหารในเรื่องของความสะอาด ถูกสุขอนามัยมากที่สุดเป็นลำดับแรก คิดเป็น 31.00 รองลงมา คุณค่าทางโภชนาการคิดเป็นร้อยละ 25.00 รสชาติอาหารคิดเป็นร้อยละ 23.00 ความสดใหม่ปลอดสารพิษคิดเป็นร้อยละ 14.00 และการจัดตกแต่งจานอาหารคิดเป็นร้อยละ 7.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มประชาชนและนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างถึงความต้องการด้านอาหารที่เกี่ยวข้องกับการสร้างอัตลักษณ์ให้กับอาหารท้องถิ่น/พื้นบ้าน ในด้านความคุ้มค่าของราคา

ความต้องการด้านความคุ้มค่าของราคา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	38	38.00
ราคาเหมาะสมกับคุณค่าทางโภชนาการ	30	30.00
ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับอาหารทั่วไป	32	32.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการให้ราคาอาหารมีความเหมาะสมกับคุณภาพมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 38.00 รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับอาหารทั่วไปคิดเป็นร้อยละ 32.00 และราคาเหมาะสมกับคุณค่าทางโภชนาการคิดเป็นร้อยละ 30.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มประชาชนและนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างถึงความต้องการด้านอาหารที่เกี่ยวข้องกับการสร้างอัตลักษณ์ให้กับอาหารท้องถิ่น/พื้นบ้าน ในด้านลักษณะการให้บริการ

ความต้องการด้านลักษณะการให้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การต้อนรับ	45	45.00
การแต่งกายของพนักงานให้บริการ	15	15.00
ความรวดเร็วในการให้บริการ	30	30.00
การให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหาร	10	10.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการลักษณะการให้บริการด้านการต้อนรับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาด้านความรวดเร็วคิดเป็นร้อยละ 30.00 ด้านการแต่งกายของพนักงานให้บริการคิดเป็นร้อยละ 15.00 และด้านการให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารคิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มประชาชนและนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างถึงความต้องการด้านอาหารที่เกี่ยวข้องกับการสร้างอัตลักษณ์ให้กับอาหารท้องถิ่น/พื้นบ้าน ในด้านลักษณะทั่วไปของร้านอาหาร

ความต้องการด้านลักษณะทั่วไปของร้าน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชื่อเสียง	40	40.00
สภาพแวดล้อม/บรรยากาศ	17	17.00
ความสะดวกในการเดินทาง	24	24.00
มีป้ายบอกทางไปร้าน	19	19.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการให้ลักษณะทั่วไปของร้านอาหารมีชื่อเสียงมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ ความสะดวกในการเดินทางคิดเป็นร้อยละ 24.00 มีป้ายบอกทางคิดเป็นร้อยละ 19.00 และสภาพแวดล้อม/บรรยากาศคิดเป็นร้อยละ 17.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 อันดับ 1-5 กับเมนูอาหารท้องถิ่น ที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้เป็นอาหารที่มีอัตลักษณ์ประจำถิ่น

อันดับที่	เมนูอาหารพื้นบ้าน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	แกงไตปลา	16	16.00
2	แกงน้ำเคย	13	13.00
3	แกงคั่วไก่บ้าน	12	12.00
4	หลามบอน	10	10.00
5	ขนมหวัค	9	9.00

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มประชาชนและนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างถึงความต้องการมีส่วนร่วมในการทำอาหารพื้นบ้านในสถานที่พักแรม

ความต้องการในการมีส่วนร่วม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประกอบอาหารด้วยตนเอง	23	23.00
รับชมการสาธิตปรุงอาหาร	48	48.00
แบบใดก็ได้	23	23.00
ไม่ต้องการมีส่วนร่วม	6	6.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการในการมีส่วนร่วมด้านการรับชมสาธิตปรุงอาหารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมาคือ การประกอบอาหารด้วยตนเอง และแบบใดก็ได้ คิดเป็นร้อยละ 23.00 และไม่ต้องการมีส่วนร่วม คิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ในภาพรวมสามารถสรุปถึงความต้องการในการพัฒนารูปแบบอาหารท้องถิ่นของกลุ่มนักท่องเที่ยว คือ ต้องการให้อาหารมีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ มีความสะอาดถูกสุขอนามัย มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ต้องการการต้อนรับจากทางร้านต้องการให้ร้านมีชื่อเสียงเพิ่มขึ้น รวมถึงต้องการมีส่วนร่วมในการรับชมการสาธิตการปรุงอาหารมากที่สุด

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างอัตลักษณ์ให้กับอาหารในท้องถิ่น/ท้องถิ่น

จากการสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มผู้ประกอบการจำนวน 10 คน ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดมีความคิดเห็นว่าเป็นพื้นที่ของอำเภอเมืองจังหวัดสงขลา มีอาหารที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น และมีความต้องการที่จะให้แต่ละชุมชน/แต่ละอำเภอ มีอาหารที่ถูกยกระดับให้มีเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละพื้นที่ และจากการสอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการในพื้นที่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่าอาหารประเภทกับข้าว/อาหารควมมีความเหมาะสมและมีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะ คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคือ ของหวาน/ขนมไทย คิดเป็นร้อยละ 40.00 และผู้ประกอบการทั้งหมดเห็นด้วยที่จะให้มีการสร้างอัตลักษณ์อาหารพื้นบ้านเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน

อาหารที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการแนะนำให้นักท่องเที่ยวที่มาเยือนแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน ได้แก่ ข้าวสตูหมู ขนมโบราณของจังหวัด ขนมไข่ เต้าคั่ว ไอติมกะทิไข่แข็ง ข้าวหมูแดงหมูกรอบ หมูสะเต๊ะ หม้อไฟชั้นบก แคนหมู มะตะบะเนื้อ, โรตีสาย และการอจี

ชนิดของอาหารในชุมชนที่เหมาะสมแก่การสร้างเอกลักษณ์ให้เป็นอาหารประจำถิ่น ได้แก่ ข้าวสตูหมู ขนมบอ ก ขนมไข่เต่าถ่าน เต้าคั่ว ไอติมกะทิไข่แข็งชาเขียว ข้าวหมูแดงหมูกรอบ หมูสะเต๊ะ กว๋เตี่ยว เรือน้ำตก อาหารทะเลสด และการอจี

วัตถุดิบที่มีในชุมชน หรือทรัพยากรทางธรรมชาติที่โดดเด่น และมีปริมาณมากภายในชุมชน ได้แก่ มะพร้าว น้ำตาลโตนด สัตว์ทะเลสาบ กะทิ ถั่วเขียว

อาหารที่เป็นจุดเด่นในชุมชนที่ผู้ตอบแบบสอบถามระบุมา ได้แก่ ข้าวสตูหมู ขนมบอ ก ขนมไข่ เต้าคั่ว ไอติมกะทิไข่แข็งชาเขียว ข้าวหมูแดงหมูกรอบ หมูสะเต๊ะกว๋เตี่ยวเรือน้ำตก โรตีสาย ขนมการอจี

ข้อเสนอแนะทั่วไปที่เกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์ให้กับอาหารในท้องถิ่น/ท้องถิ่น

1. ข้อเสนอแนะด้านรสชาติของอาหารในท้องถิ่นท้องถิ่น ได้แก่ ความพิเศษจากเต่าถ่าน และการใช้วัตถุดิบที่มีความพอดี มีรสชาติที่ลงตัว เช่น กลมกล่อม สามรส เปรี้ยวหวาน เค็ม เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะด้านคุณภาพของอาหารในท้องถิ่น/ท้องถิ่น ควรเน้นเรื่องความสะอาดถูกสุขอนามัย วัตถุดิบสะอาดและมีความสดใหม่ คัดสรรวัตถุดิบที่ดีพิเศษ ราคาไม่แพง

3. ข้อเสนอแนะด้านรูปลักษณ์ของอาหารในท้องถิ่น/ท้องถิ่น ควรมีขนาดของขนมพอดีคำ รสชาติมีเอกลักษณ์ ความใส่ใจทุกรายละเอียด การจัดจานตกแต่งอาหาร

4. ข้อเสนอแนะด้านการดึงดูดนักท่องเที่ยวสู่ชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ควรมีการส่งผ่านเรื่องราวของความประทับใจโซเชียล ลงภาพในอินเทอร์เน็ตเพื่อแชร์กันไปให้คนอื่นได้เห็น และการจำหน่ายทางออนไลน์มีการโฆษณา แนะนำปากต่อปากมีการโปรโมทร้านอาหารต่าง ๆ ที่อร่อยให้กับคนต่างจังหวัดผ่านทางแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ เน้นอาหารที่ขึ้นชื่อของมลายูท้องถิ่นเขต 3 จังหวัดหรือมาเลเซีย อินโดนีเซีย เป็นต้น

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 อุปสรรคการพัฒนาอาหารท้องถิ่นกับเส้นทางการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา พบว่า อุปสรรคการพัฒนาอาหารท้องถิ่นที่เกิดขึ้นกับผู้ประกอบการ คือ ผู้ประกอบการขาดความรู้ทางการตลาด เน้นการทำกิจการเป็นเชิงรับ ตั้งหลักรอให้ลูกค้าเข้ามาหาเพียงอย่างเดียว รวมถึงไม่สามารถพึ่งพาตนเองได้จึงจำเป็นต้องอาศัยหน่วยงานรัฐเข้ามาขับเคลื่อน และผู้ประกอบการบางกลุ่มถึงแม้จะมุ่งเน้นเชิงรุก แต่ก็ขาดงบประมาณในการลงทุนดังกล่าว (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 1, สัมภาษณ์, 2565)

ปัญหาปัจจุบันราคาวัตถุดิบมีราคาสูง อาหารบางชนิดเช่นอาหารสำเร็จรูปเป็นอาหารไม่สามารถปรับราคาได้ (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 2, สัมภาษณ์, 2565)

ปัญหาในเรื่องการทำช่องทางจัดจำหน่าย มีเพียงช่องทางจัดจำหน่ายช่องทางเดียวเปิดหน้าร้านส่วนใหญ่ อีกอย่างอาหารท้องถิ่นผู้ประกอบการยังมุ่งเน้นเรื่องการภาชนะแบบเดิมส่วนใหญ่ติดขัดงบประมาณไม่กล้าลงทุน เพราะกลัวว่าลงทุนแล้วทำให้ต้นทุนสูงมีกำไรน้อย ปัญหาการเข้าถึงแหล่งทุน ปัญหาอุปสรรคของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวไม่ทราบสถานที่ตั้งของร้าน (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 3 และ 4, สัมภาษณ์, 2565)

อาหารประจำถิ่นภาคใต้ยังคงต้องพัฒนาอีกมากทั้งความรู้ ประสบการณ์ งบประมาณของผู้ประกอบการ ทำอย่างไรให้เขายึดเป็นอาชีพให้ได้ยังมองว่าผู้ประกอบการอาหารท้องถิ่นยังเป็นมือสมัครเล่น (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 5, สัมภาษณ์, 2565)

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดสงขลาเป้าหมายไม่เน้นอาหารท้องถิ่นมุ่งเน้นการท่องเที่ยวชายทะเล ธรรมชาติ ส่วนใหญ่ยังเป็นที่โรงแรมอาหารการกินยังเป็นของโรงแรมส่วนอาหารท้องถิ่นยังคงเป็นนักท่องเที่ยวภายในจังหวัดและใกล้เคียงส่วนใหญ่ยังใช้จ่ายน้อยมาก อาจจะเป็นเพราะปัญหาเกษตรกร ราคาพืชผลตกต่ำ การท่องเที่ยวยังมาเป็นครอบครัว ไปเช้ากลับเย็นทำอาหารมาทานกันเอง (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 6, สัมภาษณ์, 2565)

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “การพัฒนารูปแบบอาหารท้องถิ่นกับเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สู่การเป็นเมืองพักผ่อนเพื่อสุขภาพชั้นนำ ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา” สามารถนำมาอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

ปัจจัยความต้องการด้านอาหารที่เกี่ยวข้องกับการสร้างอัตลักษณ์ให้กับอาหารท้องถิ่น/พื้นบ้านของกลุ่มประชาชนและนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้อาหารท้องถิ่นของเมืองสงขลา มีอัตลักษณ์ของอาหารโดยต้องการให้รสชาติอาหารมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยคิดเป็นร้อยละ 40.00 ส่วนความต้องการด้านคุณภาพของอาหารท้องถิ่นของเมืองสงขลาผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการให้อาหารท้องถิ่นของเมืองสงขลา มีความสะอาดถูกสุขอนามัย คิดเป็นร้อยละ 31.00 ส่วนความต้องการด้านความคุ้มค่าของราคาผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการที่จะให้อาหารท้องถิ่นมีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ คิด

เป็น ร้อยละ 38.00 ส่วนความต้องการด้านลักษณะการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการให้ทางร้านต้อนรับเวลาเดินทางไปใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 45.00 ส่วนความต้องการด้านลักษณะทั่วไปของร้าน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการให้ร้านมีชื่อเสียงเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 40.00 และความต้องการในการมีส่วนร่วม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการมีส่วนร่วมในการรับชมการสาธิตการปรุงอาหารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.00 ซึ่งความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว และประชาชนที่ตอบแบบสอบถามจะเป็นข้อมูลสำคัญในการนำมาพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ที่มีความสอดคล้องกับ ภัทรพร พันธุรี (2558) ที่ได้กล่าวว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่สร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว โดยการสร้างประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวสามารถดำเนินการได้หลายรูปแบบ อาทิ การสร้างความประทับใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การนำเสนอเรื่องราวความรู้เกี่ยวกับอาหาร การให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวทดลองทำอาหาร การเสนอให้นักท่องเที่ยวชิม/รับประทานอาหาร เป็นต้น และสอดคล้องกับ ธนกฤต สังข์เฉย (2552) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวที่ดีควรมีกิจกรรมที่มุ่งเน้นให้คนมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางการท่องเที่ยวอีกทั้งยังเป็นเครื่องมือในการแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องของสถานที่ท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวผู้มาเยือน เพื่อสร้างความประทับใจและถ่ายทอดประสบการณ์ผ่านสื่อต่าง ๆ โดยการท่องเที่ยวดังกล่าว ถือเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ใช้ทรัพยากรของท้องถิ่นอันมีเอกลักษณ์เฉพาะแห่งมาต่อยอดและสร้างมูลค่าเพื่อสร้างสรรค์ประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวให้ได้มีส่วนร่วมกับคนในพื้นที่ (วรรณษา แสนลำ, ศิริพร เลิศยิ่งยศ และ สุภาวดี มณีเนตร, 2565)

อย่างไรก็ตามการพัฒนารูปแบบอาหารท้องถิ่นกับเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สู่การเป็นเมืองพักผ่อนเพื่อสุขภาพชั้นนำของพื้นที่ดังกล่าว ยังคงพบปัญหาและอุปสรรคหลายประการ อาทิ อุปสรรคการพัฒนาอาหารท้องถิ่นสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเด็นหลักๆ ได้แก่ 1) ปัญหาจากผู้ประกอบการ คือ ผู้ประกอบการขาดความรู้ทางการตลาด เน้นการทำกิจการเป็นเชิงรับ รอให้ลูกค้าเข้ามาหาเพียงอย่างเดียว รวมถึงไม่สามารถพึ่งพาตนเองได้จึงจำเป็นต้องอาศัยหน่วยงานรัฐเข้ามาขับเคลื่อน และผู้ประกอบการบางกลุ่มถึงแม้จะมุ่งเน้นเชิงรุก แต่ก็ขาดงบประมาณในการลงทุนดังกล่าว ปัญหาปัจจุบันราคาวัตถุดิบมีราคาสูง อาหารบางชนิดเช่นอาหารสำเร็จรูปเป็นอาหารไม่สามารถปรับราคาได้ ปัญหาในเรื่องการทำช่องทางจัดจำหน่าย มีเพียงช่องทางจัดจำหน่ายช่องทางเดียวเปิดหน้าร้านส่วนใหญ่ อีกอย่างอาหารท้องถิ่นผู้ประกอบการยังมุ่งเน้นการใช้ภาชนะแบบเดิม และส่วนใหญ่มักติดขัดเรื่องงบประมาณจึงไม่กล้าลงทุน ซึ่งมีความสอดคล้องกับ อรรณพ จำพุฒ และ อัครพล นิยมรัตน์ (2550) การพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญ คือ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประสบปัญหาด้านการขาดแคลนเงินทุนและด้านการจัดจำหน่าย 2) ปัญหาอุปสรรคของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวไม่ทราบสถานที่ตั้งของร้านรวมถึงไม่รู้จักชนิดของอาหารท้องถิ่น และข้อค้นพบจากงานวิจัยในครั้งยังพบว่า ปัญหาอุปสรรคที่สำคัญ คือ อาหารท้องถิ่นหรือพื้นบ้านส่วนใหญ่ไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในเขตเมืองสงขลาไม่ได้มีเป้าหมาย หรือมีความต้องการที่จะรับประทานอาหาร

ท้องถิ่นโดยเฉพาะ เน้นการท่องเที่ยวชายทะเล ธรรมชาติ ส่วนใหญ่เข้าพักที่โรงแรมอาหารการกินเน้นของโรงแรม หรือเน้นการรับประทานอาหารแบบบุฟเฟต์ ส่วนอาหารท้องถิ่นยังคงมีเพียงนักท่องเที่ยวภายในจังหวัดและใกล้เคียงเท่านั้นที่ให้ความนิยม

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

- 1) สามารถนำผลการศึกษาโดยเฉพาะในเรื่องของความต้องการด้านรูปแบบอาหารของนักท่องเที่ยวไปพัฒนาเป็นรูปแบบอาหารท้องถิ่น ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดสงขลา เพื่อเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว
- 2) ข้อมูลจากการศึกษาสามารถเป็นแนวทางให้ธุรกิจอาหารในพื้นที่ทางการท่องเที่ยวปรับตัวให้สอดคล้องกับความต้องการของยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาการพัฒนา รูปแบบอาหารท้องถิ่นกับเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของพื้นที่ทั้งหมดของจังหวัดสงขลา เพื่อนำมาเป็นข้อมูลสำหรับการนำมาต่อยอด รวมถึงพัฒนารูปแบบอาหารท้องถิ่นของจังหวัดสงขลา ให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้นและตอบสนองต่อความต้องการกับนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). รายงาน สถิติการท่องเที่ยวของประเทศไทย. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). รายงานสถิติการท่องเที่ยวของประเทศไทย. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- ธนกฤต สังข์เฉย. (2552). อิทธิพลของปัจจัยทางจิตวิทยาผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร, 29(1), 57-81.
- ภัทรพร พันธุ์. (2558). การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยผ่านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย. วารสารเทคโนโลยีภาคใต้, 8(2), 27-37.
- ยิ่งยง ไพสุขตานติวัฒนา. (2556). ผักพื้นบ้าน: ภูมิปัญญา และมรดกที่คนไทยหลงลืม. กรุงเทพฯ: สำนักพิพิธภัณฑสถานและวัฒนธรรมการเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วรรณษา แสนลำ, ศิริพร เลิศยิ่งยศ และ สุภาวดี มณีเนตร. (2565). การพัฒนาศักยภาพชุมชนบนฐานทรัพยากรท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์. วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 12(4), 54-69.

- สุเมธ ตันติเวชกุล. (2536). พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวกับการพัฒนาชนบท. ใน เสรี พงศ์พิศ (บรรณาธิการ). *ภูมิปัญญาชาวบ้านกับการพัฒนาชนบท*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้ง.
- อรรธรณ จำพูน และ อัครพล นิยมรัตน์. (2550). *แนวทางการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- อัศวิน แสงพิกุล. (2556). *ระเบียบวิธีวิจัยด้านการท่องเที่ยวและโรงแรม*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- เอกวิทย์ ณ ถลาง. (2543). *ภูมิปัญญาชาวบ้าน 4 ภูมิภาค: วิถีชีวิตและกระบวนการเรียนรู้ของชาวบ้านไทย*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- Binkhorst, E. (2006). *The Co-Creation Tourism Experience* [On-line]. Retrieved December 20, 2022, from http://www.esade.edu/cedit2006/pdfs2006/papers/esther_binkhorst_paper_esade_may_06.pdf