

บทคัดย่อ

โครงการย่อยที่ 2

ชื่อโครงการวิจัย การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารแนวใหม่เพื่อพัฒนาเป็นของฝากสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้อาหาร

ชื่อโครงการวิจัยย่อย การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้อาหารในภูมิภาคภาคตะวันตก

การวิจัยนี้มุ่งการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารแนวใหม่เพื่อพัฒนาเป็นของฝากสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้อาหารทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยใช้องค์ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ทางอาหารผสมผสานกับความคิดเชิงสร้างสรรค์ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพในการข้อมูลหตุยภูมิ การสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว และระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณโดยการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว โดยใช้แบบสัมภาษณ์ และ นำผลการวิจัยมาใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในการระดมความคิดจากผู้เชี่ยวชาญทั้งส่วนของภาครัฐและภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

ผลการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คนพบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการซื้อสินค้าที่ระลึกและของฝากเพื่อฝากผู้อื่นมากที่สุด (ร้อยละ 73) รองลงมาคือซื้อเพื่อตัวเอง (ร้อยละ 20) ร้อยละ 95 ของนักท่องเที่ยวจะซื้อสินค้าที่ ประเภทอาหารท้องถิ่นที่แปรรูปแล้วเพื่อเป็นของฝาก โดยราคาที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พอใจจะซื้อสินค้าของฝากของที่ระลึกอันดับแรกคือ ราคา 50-100 บาท (ร้อยละ 43) ราคา 35-50 บาท (ร้อยละ 26) และราคา 100-200 บาท (ร้อยละ 21) ตามลำดับ โดยเห็นว่าอายุการเก็บรักษาควรอยู่ได้ประมาณ 7 วัน มากที่สุด (ร้อยละ 46) รองลง 1- 2 สัปดาห์ (ร้อยละ 18) 3-5 วัน (ร้อยละ 16) และและ 1 เดือน (ร้อยละ 15) ประเภทของของฝากและของที่ระลึกที่นิยมซื้อคือของในพื้นที่ที่มีอัตลักษณ์ ผลจากการประชุมระดมความคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จึงได้แนวคิดในการพัฒนา 4 ด้าน คือ ด้านวัตถุดิบ ควรนำวัสดุท้องถิ่นมาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า บอกแหล่งที่มาและกระบวนการผลิตเพื่อให้เกิด story และนำผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะและโดดเด่นของท้องถิ่นมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อาหาร นำผลการสัมภาษณ์และการระดมความคิดเห็นมาใช้ในพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฝากและของที่ระลึกได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ 7 ผลิตภัณฑ์ ซึ่งต้องสอดคล้อง กับเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้อาหารทั้ง 3 เส้นทาง ดังนี้ 1)เส้นทาง ทรัพย์สมุทร สุดहरษา พาไปชิม (เที่ยวชิมริมทะเล) มี 1 ผลิตภัณฑ์คือแครกเกอร์ปลาทุซุระคราม 2) เส้นทาง ล่องนที เอมอิมพี วิถีไทย (เที่ยวชิมริมแม่น้ำ) มี 4 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ 1. ข้าวตังหน้าหมูแดง 2. ผงปลาโรยข้าวรสดั้งเดิม 3. ผงปลาโรยข้าวรสต้มยำและ 4. ผงปลาโรยข้าวรสเขียวหวาน และ 3) เส้นทางอาหารไทย หลาก มัจฉา นำเรียนรู้ (เที่ยวชิม กินปลา) ได้ 2ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ 1.แครกเกอร์ปลาหมึกสามรส และ 2.ข้าวตังหน้าปลาปักทิมต้มยำ ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดได้นำมาทดสอบทางประสาทสัมผัส (sensory test) โดยนักท่องเที่ยวจำนวน 100 คน ผลการทดสอบพบว่า มีผลิตภัณฑ์รสชาติดีและบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามเหมาะสมสำหรับเป็นสินค้าของฝากของที่ระลึก ท้ายที่สุดผลิตภัณฑ์ทั้งหมดมาทดสอบกับผู้เข้าร่วม Familizatoin trip ของเส้นทางการท่องเที่ยวทั้ง 3 เส้นทาง พบว่าผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกสอดคล้องกับเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้อาหารทั้ง 3 เส้นทางเป็นอย่างดี

ABSTRACT

Project title: **The study of new Thai food as potential souvenir and their product development for gastronomic tourists**

Research project title: **Development of travelling routes for gastronomic tourism in western region of Thailand**

This research aimed to study Thai local food and to develop new food products as souvenir for both Thai and international tourists by using food scientific knowledge and creativity. Mix research methods were used in this study. First, qualitative research methods used in this research study comprised of a secondary data analysis, interview tourists and brain-storming. Secondly, a quantitative research method which included a survey of tourist's opinions was conducted. The results of data analysis, interviews and survey were used as guidelines to arrange a brain-storming with experts from both public and private sectors.

Results of survey of 400 tourists indicated that reason of purchase souvenirs was mainly to give away to others (73%) and to be a self-souvenir (20%). 95 percent of tourists preferred to purchase local processed food to give away to others. Their preferable prices in Thai Baht were 50-100 (43%), 35-50 (26%) and 100-200 (21%) respectively. Their preferable products shelf-life were 7 days (46%), 1-2 weeks (18%) 3-5 days (16%) and 1 month (15%) respectively. The results also showed that tourists wanted to purchase souvenirs that reflected local identities. The results of the survey were used for brain-storming session which aimed to develop souvenirs. Results of brain-storming suggested 4 aspects of product development which were that; materials should be in local processed materials, sources of products should be indicated, processing should be explained and stories of products. Both results were used to develop souvenir products which included 7 products. They were designed to be relevant to the three gastronomic routes of the first research study. They were; 1) Sapsamut Sud Hansa Papaichim routes (a Treasure of the ocean) which had a mackerel cracker, 2) Longnatee Aim-Im-pee Withi- Thai (a river run and Thai food culture) which had 4 products including 1. Red souced pork rice cracker, 2. Original fish seasoning powder 3. Tomyam fish seasoning powder 4. Kaeng Kew Wan fish seasoning powder and lastly 3) Arharn Thai Laang Majja Na-Rean- Ru (a Thai food and Thai fish) which had 2 products including 1. Three flavoured squid cracker and 2. Pla Tabtim rice cracker. All products were tested using sensory test methods by 100 volunteer tourists. Results of the tests showed that all products had good tastes and their packages were nicely designed and appropriated to be souvenirs. Lastly, all products had been tested by participants of the Fam trips and it revealed that that they were appropriately correspond to the concepts of those routes.