

บทคัดย่อ

อาหารท้องถิ่นภูเก็ต ถือเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่ปัจจุบันนักท่องเที่ยวให้ความสนใจเป็นอย่างมาก แผนงานวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อนำเสนอแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารท้องถิ่นของจังหวัดภูเก็ต ประกอบด้วย 3 โครงการย่อย ได้แก่ การพัฒนาอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นสู่การเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารของจังหวัดภูเก็ต การพัฒนาภาพลักษณ์ของการเป็นเมืองสร้างสรรค์ทางด้านอาหารท้องถิ่นของจังหวัดภูเก็ต และการพัฒนาโปรแกรมแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ฐานข้อมูลของอาหารท้องถิ่นสู่การเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารของจังหวัดภูเก็ต

ผลงานวิจัยศึกษาอาหารบาบา ซึ่งเป็นภูมิปัญญามรดกทางวัฒนธรรมที่ตกทอดมายาวนาน แสดงถึงอัตลักษณ์ของชาวบาบา-เพอรานากัน ซึ่งเป็นชุมชนในย่านเมืองเก่าภูเก็ต เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ศึกษาความเป็นอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น เพื่อเพิ่มพูนทักษะการทำอาหารท้องถิ่นให้กว้างขวางถูกต้อง นำเสนอ/สื่อสารความเป็นอาหารท้องถิ่นภูเก็ตที่แท้จริงแก่นักท่องเที่ยว จัดทำหนังสือคู่มือสูตรอาหารแท้ดั้งเดิม พร้อมผลคุณค่าโภชนาการ พร้อมทั้งใช้วิชาการทางการจัดองค์ประกอบทางศิลปะที่มองเห็นได้ (Food design) เพื่อส่งเสริม/สร้างประสบการณ์การบริโภคอาหารท้องถิ่น และการพัฒนาสร้างสรรค์สินค้าของฝาก งานวิจัยมีการศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของการเป็นเมืองสร้างสรรค์ทางด้านอาหารท้องถิ่นของจังหวัดภูเก็ตในมุมมองของนักท่องเที่ยว กำหนดอัตลักษณ์ของเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารท้องถิ่นคือ ความเป็นเอกลักษณ์ ความจริงแท้ และภูมิปัญญา และสามารถกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมืองสร้างสรรค์ทางด้านอาหารท้องถิ่นว่า “ภูเก็ต: เมืองแห่งวัฒนธรรมอาหารสร้างสรรค์” การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์และอัตลักษณ์ของการเป็นเมืองสร้างสรรค์ และกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารภาพลักษณ์ของการเป็นเมืองสร้างสรรค์ทางด้านอาหารท้องถิ่นของจังหวัดภูเก็ต นอกจากนี้มีการศึกษาเส้นทางอาหารท้องถิ่นในจังหวัดภูเก็ต 6 โซน ที่สัมพันธ์กันกับจุดเด่น จุดสำคัญและประเพณีวัฒนธรรมใน 12 เดือน ร้านอาหารท้องถิ่นบนเส้นทางท่องเที่ยว มีการพัฒนาสื่อโดยใช้โปรแกรมแอปพลิเคชัน วิดีทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์และเว็บไซต์ฐานข้อมูลมีการนำเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริมมาใช้ในการสืบค้นข้อมูล และจัดทำแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารท้องถิ่นของจังหวัดภูเก็ต เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ โดยใช้ประสบการณ์อาหารท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น ใช้เทคโนโลยีสื่อสารที่ทันสมัย โดยแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารท้องถิ่นของจังหวัดภูเก็ต หน่วยงาน/ชุมชนที่เกี่ยวข้องต้องมีการวางแผนจัดการอย่างเป็นระบบ การสื่อสาร ส่งเสริมการตลาด เชิดชูวัฒนธรรม ภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์และการบริการธุรกิจอาหาร สนับสนุนการใช้วัตถุดิบท้องถิ่น เชื่อมโยงไปยังการผลิตและการขายที่เป็นระบบ สามารถต่อยอดไปยังการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน และสร้างเศรษฐกิจให้แก่ชุมชน

Abstract

Local Phuket food is a cultural identity that today's visitors are very interested. This research program presents as a guideline to promote local tourism. Phuket's local food project consists of 3 sub-projects, namely, 1) Development of the Identity and Uniqueness of Local Food of Phuket Province to become a Cuisine Creative City, 2) Developing the Image of Creative City of Gastronomy Baba food, Peranakan cuisine, Phuket Province and 3) Development of the Application and Website data-based for Image Communication of Gastronomy Baba Food to be the creative city of Gastronomy Baba food in Phuket Province.

The study of Baba which is a long heritage of cultural heritage represents the identity of the Baban-Peranakan, a community in Phuket Old Town is conducted to promote tourism. The study of the identity and uniqueness of local food including the use of visual arts (Food design) is enhance the local cooking skills to be more spacious, accurate. The presentation of authentic local Phuket food to the tourists will promote and improve consumption of local food experience among tourists and develop commodity products. The Phuket local food original authentic recipes along with nutritional value was published. Research also study on the perception toward image of Phuket gastronomic creative city in tourists' perspective. The product positioning for Phuket city, the identity and communication strategy toward image of Phuket gastronomic creative city were developed. The product positioning of the city "Phuket: the culture of gastronomic creative city". The strategy to communicate the image of Phuket's creative local food were determined to increase the perception local gastronomic creative city. There are 6 local food travel zones in Phuket which are related to the highlight historic points and cultural traditions in 12 months. The local restaurants in the food travel zones have been using media developed including video, application with AR technology, print media and database websites. Based on this research, it will be beneficial to develop a Phuket new tourism model using a unique local creative food experience together with the participation of local people. Relevant agencies must have systematic planning, communication, marketing promotion and link food service business to support the gastronomic creative city to sustainable tourism of Phuket. Moreover, systematic production and sales together with the management of local resources can create a better economy for the Phuket Creative City of Gastronomy.