

ปัจจัยด้านประสบการณ์และแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้านสารสนเทศอาหารไทยเพื่อการท่องเที่ยวบนอุปกรณ์เคลื่อนที่

The Experiential and Motivational Factors Affecting Needs in Mobile-based Food Information for Foreign Tourists Traveling in Thailand

Numtip Trakulmaykee
Prince of Songkla University

บทคัดย่อ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในรายได้หลักของประเทศไทย ซึ่งการกลับมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นตัวแปรหลักที่สำคัญที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แต่ทว่าปัจจุบันพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวนไม่น้อยประสบปัญหาด้านการรับประทานอาหารไทยระหว่างการท่องเที่ยวในประเทศ อันเนื่องจากศาสนา ความเชื่อ พฤติกรรมการรับประทานอาหาร และความกังวลด้านสุขภาพ ส่งผลทำให้ระยะเวลาการท่องเที่ยวในประเทศไทยสั้นลง และนักท่องเที่ยวบางส่วนที่เกิดปัญหาภูมิแพ้อาหารบางชนิดไม่กลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีก ซึ่งการให้สารสนเทศอาหารไทยที่เหมาะสมกับพฤติกรรมการรับประทานอาหารบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ น่าจะช่วยลดปัญหาดังกล่าว ดังนั้น งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการสารสนเทศอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 497 คน ณ สนามบินสุวรรณภูมิ และนำข้อมูลมาวิเคราะห์เชิงปริมาณด้วยสถิติเชิงพรรณนา และวิเคราะห์การถดถอย พบว่า ปัจจัยประสบการณ์ด้านเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อความต้องการใช้สารสนเทศอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ขณะที่ประสบการณ์ด้านอาหารไทยไม่มีผลต่อความต้องการสารสนเทศอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ ส่วนปัจจัยด้านแรงจูงใจ พบว่า สามปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการสารสนเทศอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ ได้แก่ ปัจจัยการกังวลด้านสุขภาพ ปัจจัยความต้องการเรียนรู้ และปัจจัยการดึงดูดด้านประสาทสัมผัส ส่วนปัจจัยแรงจูงใจด้านการความต้องการตื่นเต้นจากการใช้งานไม่พบว่ามีอิทธิพลต่อความต้องการใช้งานสารสนเทศอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความต้องการสารสนเทศด้านอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ที่รองรับความต้องการใช้งานตามพฤติกรรมการบริโภคของงานวิจัยอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านเครื่องปรุงและวิธีการปรุงอาหาร

คำสำคัญ : การท่องเที่ยว อุปกรณ์เคลื่อนที่ สารสนเทศ อาหารไทย นักท่องเที่ยว

Abstract

Tourism is a source of revenue in Thailand and the most important factors in sustainable tourism is the consequent frequency of revisit. Foreign tourists in Thailand often face problems with their food because of restrictions imposed by their religions, beliefs, preferences, and health concerns. These problems tend to shorten the travel period and discourage revisit, especially for foreign tourists who have food allergies. These are problems that could possibly be reduced by providing the appropriate food information on mobile devices. Such information should be relevant to tourists' existing consumed behaviors. Therefore, this study aims to investigate the factors of information needs in Thai food for users of mobile devices. The study employed convenience sampling using a questionnaire to collect data from 497 foreign tourists at Suvarnabhumi Airport in Thailand. The study employed descriptive statistics and regression analysis in quantitative approach. The results revealed that technological experience influences information needs generally on mobile devices, while experience of Thai food is not a factor in foreign tourists' need for such information about Thai food specifically. In addition, needs in Thai food information on mobile devices are influenced by three motivation factors : health concern, learning desire, and sensory appeal. The results suggest that excitement is not a factor in foreign tourists' needs in mobile-based information about Thai food. Finally, the result shows the high level of foreign tourists' need for mobile-based Thai food ; in particular of for information about menu ingredients and cooking methods.

Keywords : tourism, mobile devices, information, Thai food, tourist.

บทนำ

รายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในรายได้หลักของประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยมีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลายด้านที่สามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย อาทิเช่น ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ ทะเล เกาะ ภูเขา ภู ดอย น้ำตก ถ้ำ น้ำพุร้อน และน้ำแร่ อีกทั้งยังมีความเป็นเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรม ความน่าสนใจด้านประวัติศาสตร์ สิ่งเหล่านี้ล้วนแต่ทำให้ประเทศไทยเป็นสถานที่ท่องเที่ยวในใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้มีการระบุไว้ในกลยุทธ์และการวางแผนปฏิบัติการสารสนเทศการตลาดปี พ.ศ. 2557 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ถึงความสำคัญของการจัดทำคู่มือหรือสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผ่านสื่อต่างๆ ที่เหมาะสมและทันสมัย เช่น แผ่นพับ ใบปลิว ป้ายประกาศโฆษณา และเว็บไซต์ ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการผลักดันให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นจากการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้วยสื่อที่เหมาะสมและเข้าถึงนักท่องเที่ยว การจัดเตรียมสารสนเทศให้กับลูกค้าผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่กำลังเป็นที่นิยมอย่างมากในธุรกิจปัจจุบันเนื่องจากจำนวนผู้ใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่ เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ และแท็บเล็ต มีจำนวนมากขึ้น ในปี พ.ศ. 2556 หลายประเทศมีจำนวนผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มขึ้นมากกว่า 100 เปอร์เซ็นต์ (Flurry Analytic, 2012) เช่น จีน อาเจนตินา ฟิลิปปินส์ รัสเซีย เบลเยียม อินเดีย อิสราเอล ซาอุดีอาระเบีย ไทย และเตอร์กีกีและในปี พ.ศ. 2557 พบว่ามีการเติบโตการใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่ในการเดินทางสูงถึง 89 เปอร์เซ็นต์ (Flurry Insights, 2015) ดังนั้นการให้ข้อมูลสารสนเทศการท่องเที่ยวด้านต่างๆ แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่จึงเป็นช่องทางหนึ่งในการให้บริการที่น่าจะเหมาะสมในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสารสนเทศด้านอาหารเพื่อการท่องเที่ยว เนื่องจากในปัจจุบันคนทั่วโลกได้หันมาใส่ใจสุขภาพและการรับประทานอาหารเชิงสุขภาพมากขึ้น ซึ่งอาหารไทยส่วนใหญ่มีส่วนประกอบเป็นสมุนไพรไทยทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยให้ความสนใจที่จะทดลองรับประทานอาหาร เช่น ต้มยำไก่ ต้มยำกุ้ง ส้มตำ และไก่ผัดมะม่วงหิมพานต์ การทดลองชิมอาหารของไทยระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบันและมีแนวโน้มว่าจะเพิ่มขึ้นในอนาคตในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทำให้ความแตกต่างด้านอาหารและเครื่องดื่มของไทยเป็น 1 ใน 3 อันดับแรกที่ชาวต่างชาตินึกถึงเมื่อพูดถึงประเทศไทยทั้งในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย ยุโรป อเมริกา และโอเชียเนีย (Promburom and Kimpakorn, 2015b) อีกทั้งยังพบว่าด้านอาหารและเครื่องดื่มยังเป็นปัจจัยที่สำคัญอันดับ 4 ที่มีอิทธิพลส่งผลต่อการสร้างประสบการณ์ที่ดีของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในไทย (Promburom and Kimpakorn, 2015a ; Wechakama, 2014)

แม้ว่าอาหารไทยจะเป็นที่สนใจของชาวต่างประเทศค่อนข้างมาก แต่ทว่าการรับรู้หรือได้รับสารสนเทศด้านนี้มีค่อนข้างในวงจำกัดและผ่านสื่อที่จำกัด ทำให้นักท่องเที่ยวที่สนใจอาหารไทยแต่ขาดการเตรียมการวางแผนเดินทางท่องเที่ยวล่วงหน้าหรือขาดการหาข้อมูลด้านอาหารไทยล่วงหน้า จะพบอุปสรรคในเที่ยวชมอาหารไทยระหว่างการท่องเที่ยวในประเทศไทย เนื่องจากเมนูอาหารและเครื่องปรุงของประเทศไทยมีความแตกต่างกับอาหารในชีวิตประจำวันของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีการแพ้อาหารบางชนิด หรือ มีข้อห้ามการรับประทานอาหารบางอย่าง ไม่กล้าที่จะทดลอง

ชิมอาหารไทย เนื่องจากไม่ทราบส่วนประกอบของเมนูอาหารไทยว่าเมนูอาหารไทยนั้นๆ จะส่งผลทำให้เกิดอาการแพ้ทางร่างกาย หรือ มีส่วนประกอบที่ละเมิดข้อห้ามการรับประทานอาหารของตนหรือไม่ เช่น การแพ้อาหารทะเล การแพ้อาหารที่ส่วนประกอบพริกไทย การไม่รับประทานเนื้อสัตว์บางประเภท หรือ การรับประทานมังสวิรัต เป็นต้น นอกจากนี้จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ ชาวอิสลามที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยค่อนข้างจะประสบปัญหาในเรื่องการหาอาหารไทยที่มีฮาลาลรับประทาน (Cohen and Neal, 2012) ซึ่งการประสบปัญหาต่างๆ ด้านการรับประทานอาหารระหว่างการท่องเที่ยวในประเทศไทยอาจส่งผลต่อการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในครั้งต่อไป รวมถึงอาจส่งผลถึงระยะเวลาในการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่อาจจะสั้นลงของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ดังนั้น หากมีการเพิ่มช่องทางในการให้สารสนเทศข้อมูลด้านอาหารไทยตามลักษณะพฤติกรรม การบริโภคอาหารของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สามารถใช้ค้นหาข้อมูลได้ในระหว่างเดินทาง ก็น่าจะเป็นการลดปัญหาด้านอาหารที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติประสบอยู่ในปัจจุบันขณะท่องเที่ยวในประเทศไทยลงได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาหารยอดนิยมที่เป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เช่น ผัดไทย แกงเขียวหวานไก่ ต้มยำไก่ ต้มยำกุ้ง ต้มยำไก่ พะแนงเนื้อ หมูสะเต๊ะ ส้มตำ ไก่ผัดมะม่วงหิมพานต์ ปอเปี๊ยะทอด เป็นต้น ดังนั้น เพื่อลดปัญหาด้านการแพ้อาหารบางชนิดของนักท่องเที่ยวบางคน และช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถที่จะหลีกเลี่ยงการรับประทานอาหารต้องห้ามบางชนิดของนักท่องเที่ยวบางกลุ่มได้ โดยการแสดงสารสนเทศด้านอาหารควรจะมีการแยกแสดงตามกลุ่มของพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักท่องเที่ยว เนื่องจากเมนูอาหารไทยเดียวกันอาจมีความแตกต่างกันในส่วนผสมตามชนิดของอาหารที่บริโภค เช่น ผัดไทยเจ ผัดไทยมังสวิรัต ผัดไทยชีวจิต เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ความต้องการสารสนเทศอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอาจมีความแตกต่างกันในปัจจุบันด้านประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวและด้านประสบการณ์ด้านเทคโนโลยี (Tussyadiah and Fesenmaier, 2009 ; Chang et al., 2010) รวมถึงปัจจัยด้านแรงจูงใจต่างๆ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติก็อาจส่งผลต่อความต้องการสารสนเทศอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่เช่นกัน (Mak et al., 2012) อาทิเช่น ความกังวลด้านสุขภาพ การอยากหาประสบการณ์ใหม่ การอยากเรียนรู้เรื่องอาหารไทย การดึงดูดด้านประสาทสัมผัสของอาหารไทย (กลิ่น, สี และความสวยงาม) เป็นต้น

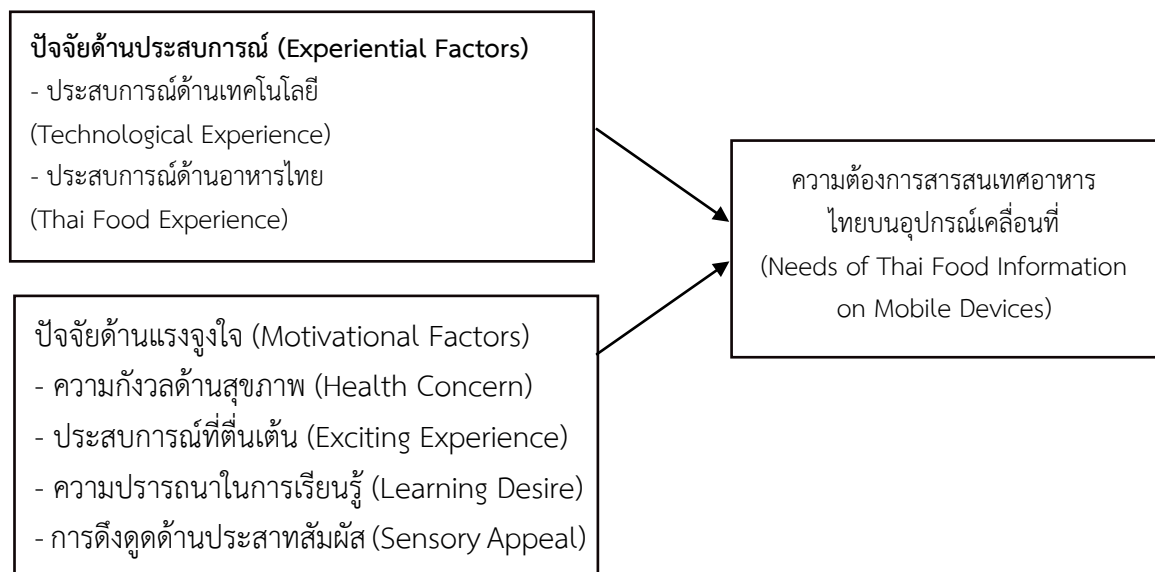
ดังนั้นงานวิจัยนี้ จึงมีวัตถุประสงค์หลักสองประการ คือ มุ่งหมายที่จะศึกษาวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการสารสนเทศอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ เพื่อส่งเสริมให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยสามารถที่จะให้บริการสารสนเทศด้านอาหารไทยแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีประสิทธิภาพตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และมุ่งหมายที่จะศึกษาระดับความต้องการสารสนเทศอาหารไทยที่มีรูปแบบสนับสนุนการใช้งานตามพฤติกรรมการรับประทานอาหารตามสุขภาพ ศาสนา และความเชื่อ

กรอบแนวคิดและสมมติฐาน

Lee and Scott (2015) และ Quan and Wang (2004) ที่ได้วิเคราะห์และแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของอาหารและกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับอาหาร ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งในการส่งเสริม

การท่องเที่ยวและจูงใจให้เกิดการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งของนักท่องเที่ยว เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Rittichainuwat et al. (2008) ที่ชี้ให้เห็นว่าความประทับใจในด้านอาหารและการค้นพบสิ่งแปลกใหม่ในการท่องเที่ยวก็เป็นปัจจัยที่สำคัญในการกลับมาท่องเที่ยวใหม่อีกครั้งของนักท่องเที่ยว โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่ได้มีการระบุในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 ถึงความสำคัญของระบบสารสนเทศและการใช้ระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาช่วยบริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวระดับโลก ดังนั้นการให้บริการสารสนเทศในด้านอาหารไทยแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ก็น่าจะมีส่วนช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทย อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยได้พบว่ามีหลายปัจจัยที่อาจส่งผลกระทบต่อความต้องการสารสนเทศด้านอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้เสนอกรอบแนวคิดการวิจัยด้านความต้องการสารสนเทศอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ ดังภาพที่ 1 เพื่อศึกษา วิเคราะห์ และสรุปหาแนวคิดที่ถูกต้องเกี่ยวกับความต้องการสารสนเทศด้านอาหารของนักท่องเที่ยวต่างชาติ อีกทั้งยังค้นหาแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสารสนเทศด้านอาหารให้แก่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย โดยงานวิจัยนี้ได้ศึกษา 2 ปัจจัยหลักที่อาจส่งผลกระทบต่อความต้องการสารสนเทศด้านอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านประสบการณ์ (Experiential Factors) และ ปัจจัยด้านแรงจูงใจ (Motivational Factors)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประสบการณ์ (Experiential Factor)

1) ประสบการณ์ด้านเทคโนโลยี (Technological Experience)

ประสบการณ์ด้านเทคโนโลยีที่คล้ายคลึงกันของผู้ใช้ สามารถส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ๆ ได้ง่ายขึ้น Jung et al. (2012) ได้พิสูจน์ให้เห็นในงานวิจัยที่เกี่ยวกับ e- book บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ที่เรียกว่า Reader ว่า ถ้าผู้ใช้มีความคุ้นเคยและรู้จักกับเทคโนโลยีสารสนเทศนั้นๆ แล้ว ผู้ใช้จะมีความตั้งใจจะใช้เทคโนโลยีนั้นๆ ในบริบทอื่นในอนาคต เช่นเดียวกับ Tussyadiah and Fesenmaier (2009) ที่เปิดเผยว่า

ความคุ้นเคยในเทคโนโลยีของนักเดินทางส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความชื่นชอบที่จะใช้เทคโนโลยีและบริการสารสนเทศเพื่อการเดินทางของพวกเขา ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ตั้งสมมุติฐานเพื่อยืนยันว่าประสบการณ์ในเทคโนโลยีสารสนเทศบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศน่าจะมีผลต่อความต้องการสารสนเทศอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่เช่นกัน

H1 : การมีประสบการณ์ด้านเทคโนโลยีที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีผลต่อความต้องการสารสนเทศอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ที่แตกต่างกัน

2) ประสบการณ์ด้านอาหารไทย (Thai Food Experiences)

Oh et al. (2009) และ Eriksson and Strandvik (2009) กล่าวถึงนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวมาก่อนจะมีความต้องการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศการท่องเที่ยวหรือคู่มือการท่องเที่ยวบนอุปกรณ์เคลื่อนที่มากกว่านักท่องเที่ยวที่ไม่มีประสบการณ์การท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้ประโยชน์การใช้งานของสารสนเทศบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ที่มีความสะดวกในการใช้งาน นอกจากนี้นักท่องเที่ยวที่ไม่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวที่แห่งนั้นมาก่อนจะมีความต้องการศึกษาข้อมูลท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวอื่นที่มีประสบการณ์เพื่อใช้ประกอบการวางแผนการท่องเที่ยวมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวมาก่อนแล้ว ดังนั้นจึงความเป็นไปได้ที่ประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะส่งผลกระทบต่อปริมาณสารสนเทศที่ต้องการ รวมถึงการต้องการคำแนะนำสารสนเทศอาหารไทยที่แตกต่างกัน เพื่อยืนยันความเชื่อนี้ผู้วิจัยได้กำหนดสมมุติฐานเพื่อทดสอบดังนี้

H2 : การมีประสบการณ์เกี่ยวกับอาหารไทยที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีผลต่อความต้องการสารสนเทศอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ที่แตกต่างกัน

2. ปัจจัยด้านแรงจูงใจ (Motivational Factors)

1) ความกังวลด้านสุขภาพ (Health Concern)

ความกังวลด้านสุขภาพก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในการเลือกรับประทานอาหารพื้นเมือง โดยนักท่องเที่ยวที่มีความกังวลใจด้านสุขภาพจะให้ความสำคัญกับส่วนประกอบอาหารและวิธีการประกอบอาหารที่ถูกหลักโภชนาการ รวมถึงการต้องการสารสนเทศเกี่ยวกับปริมาณแคลอรีของอาหารที่รับประทาน (Kim et al., 2009) โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวที่ควบคุมน้ำหนักและมีปัญหาสุขภาพ เช่น การแพ้อาหารทะเล หรือแพ้อาหารที่มีเครื่องปรุงบางอย่าง เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีความกังวลด้านสุขภาพจะมีความต้องการสารสนเทศเกี่ยวกับเครื่องปรุงและวิธีการประกอบอาหาร เพื่อประกอบตัดสินใจรับประทานอาหารไทยเมนูต่างๆ และอาจมีความต้องการสารสนเทศอาหารไทยประเภทชีวจิต หรือ อาหารไทยเพื่อการควบคุมน้ำหนักมากกว่านักท่องเที่ยวที่ไม่มีความกังวลด้านสุขภาพ

H3 : ความกังวลด้านสุขภาพที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีผลต่อความต้องการสารสนเทศอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ที่แตกต่างกัน

2) ความตื่นเต้น (Excitement)

ความต้องการหาประสบการณ์ตื่นเต้นเพื่อหลีกเลี่ยงกิจวัตรประจำวันของนักท่องเที่ยวเป็น

ปัจจัยหนึ่งทำให้นักท่องเที่ยวที่มีความต้องการที่ค้นหาประสบการณ์ใหม่ๆ รวมถึงการลองหาประสบการณ์รับประทานอาหารเช้าในเมืองในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว (Kim et al., 2009, 2013) ดังนั้นนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการหาประสบการณ์ตื่นเต้นน่าจะมีความต้องการสารสนเทศอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ที่มากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่มีความสนใจจะหาประสบการณ์ตื่นเต้นจากการท่องเที่ยว อีกทั้งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มที่ต้องการหาประสบการณ์ตื่นเต้นน่าจะมีความต้องการใช้เทคโนโลยีภูมิศาสตร์ (Location-based Technology) ที่แนะนำร้านอาหารไทยในบริเวณใกล้เคียง รวมถึงต้องการแบ่งปันประสบการณ์การท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวคนอื่นมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ไม่ต้องการหาประสบการณ์ตื่นเต้นจากการท่องเที่ยว ดังนั้น

H4 : นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีความต้องการความตื่นเต้นจากการท่องเที่ยวจะมีความต้องการสารสนเทศอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ที่แตกต่างกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ไม่ต้องการความตื่นเต้นจากการท่องเที่ยว

3) ความปรารถนาที่จะเรียนรู้ (Learning Desire)

แต่ละประเทศมีวัฒนธรรมด้านอาหารที่น่าสนใจแตกต่างกัน ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติหลายคนมีความต้องการที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมด้านอาหารของชาติอื่นในระหว่างการท่องเที่ยว (Kim et al., 2009) และต้องการโอกาสที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมอาหารว่ามีวิธีการในการทำหรือประกอบอาหารอย่างไร รวมถึงมีความต้องการที่จะแลกเปลี่ยนประสบการณ์ด้านอาหารพื้นเมืองกับผู้อื่น (Kim et al., 2013) ดังนั้นนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มนี้จะมีความต้องการใช้สารสนเทศอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ที่มากกว่ากลุ่มที่ไม่ต้องการเรียนรู้ และน่าจะมีความต้องการสารสนเทศที่แนะนำสถานที่เรียนรู้การประกอบอาหารไทย รวมถึงต้องการเทคโนโลยีสารสนเทศการแลกเปลี่ยนประสบการณ์บนอุปกรณ์เคลื่อนที่เพื่อเรียนรู้ประสบการณ์จากนักท่องเที่ยวคนอื่นมากกว่ากลุ่มที่ไม่มีความต้องการเรียนรู้ ดังนั้น

H5 : ความปรารถนาที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีผลต่อความต้องการสารสนเทศอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ที่แตกต่างกัน

4) การดึงดูดด้านประสาทสัมผัสของอาหารไทย (Sensory Appeal)

อาหารไทยเป็นอาหารที่มีชื่อเสียงในด้านการดึงดูดทางประสาทสัมผัสค่อนข้างสูง ไม่ว่าจะเป็นการดึงดูดด้วยความสวยงามของการแกะสลักผักและผลไม้ที่เป็นส่วนประกอบของอาหารหรือเป็นส่วนหนึ่งของการตกแต่งประดับจาน เช่น ข้าวผัดสับประรด หรืออาจจะเป็นส่วนประกอบของสีและวิธีการทำของลูกชุบ หรือการดึงดูดด้วยกลิ่นและรสชาติของอาหารเช่น ต้มยำกุ้ง ต้มข่าไก่ ผัดไทย และแกงเขียวหวานไก่ Kim et al. (2013) กล่าวว่า การดึงดูดทางประสาทสัมผัสของอาหารเป็นหนึ่งในปัจจัยที่จูงใจให้เกิดการบริโภคอาหารพื้นเมืองของนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ Kim et al. (2009) และ Mak et al. (2012) ที่ชี้ให้เห็นว่าปัจจัยการดึงดูดทางประสาทสัมผัสของอาหารสามารถส่งผลต่อการเลือกรับประทานอาหารของนักท่องเที่ยวหลายคน เนื่องจากการดึงดูดทางสายตาทำให้นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะการประกอบอาหารตรงหน้าให้เห็นวิธีการประกอบอาหารต่างๆ ที่เป็นการแสดงออกทางวัฒนธรรมทางอาหารของพื้นเมืองนั้นๆ ที่แตกต่างกับวัฒนธรรมการประกอบอาหารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ทำให้เกิดความสนใจและมีความต้องการที่จะแลกเปลี่ยนประสบการณ์ที่ได้เจอผ่านสังคมออนไลน์ในรูปแบบแชท การแชร์ภาพหรือการแชร์วิดีโอ มากกว่าอาหารที่ไม่มีการดึงดูดทางประสาทสัมผัส อีกทั้งการดึงดูดทางประสาทสัมผัสไม่ว่าจะทาง

สายตาหรือกลิ่น น่าจะมีส่วนทำให้นักท่องเที่ยวเกิดสนใจหาข้อมูลอาหารนั้นๆ เพิ่มเติมจากอุปกรณ์เคลื่อนที่
ที่ให้บริการสารสนเทศด้านอาหารไทย ดังนั้น

H6 : การดึงดูดประสาทสัมผัสของอาหารไทยที่แตกต่างกันจะทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความ
ต้องการสารสนเทศอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ที่แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณดำเนินการจัดเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามเชิงสำรวจ
โดยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling Technique) ที่ห้องโถงขาออก
ต่างประเทศ ณ สนามบินสุวรรณภูมิ ในเดือนกรกฎาคม ปี พ.ศ. 2558 โดยได้นำข้อมูลที่ได้จากการจัดเก็บ
กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติ มาวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานตามหลักสถิติและแปลผลเพื่อให้
เกิดความเข้าใจปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการสารสนเทศอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ และระดับความ
ต้องการสารสนเทศอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ของนักท่องเที่ยวต่างชาติมากขึ้น

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในงานวิจัยนี้ คือ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย
ซึ่งแต่ละปีมีไม่น้อยกว่า 20 ล้านคน (Department of Tourism, 2015)

กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทย
โดย Sekaran and Bougie (2010) ได้ระบุว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างเพียง 384 ก็เพียงพอสำหรับการทดสอบ
สมมติฐานและอ้างอิงไปยังประชากรที่มีจำนวนมากกว่าหนึ่งล้านคน เช่นเดียวกับ Hair et al. (2010) ที่ได้
ระบุไว้ว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 300 คน ก็เพียงพอสำหรับการทดสอบตัวแปร 7 ตัวหรือน้อยกว่าได้
เป็นอย่างดี หากใช้การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) ดังนั้นขนาด
กลุ่มตัวอย่างที่ได้ดำเนินการจัดเก็บของงานวิจัยนี้ ที่มีจำนวนทั้งสิ้น 497 คน จึงมีความเหมาะสมสำหรับการ
วิเคราะห์และทดสอบสมมติฐานในงานวิจัยนี้

เครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยนี้ คือ แบบสอบถามเชิงสำรวจเป็นภาษาอังกฤษ
ที่ออกแบบให้มีทั้งข้อคำถามที่เป็นปลายปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบหรือให้คะแนน และ
ข้อคำถามปลายเปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระและเสนอแนะความคิดเห็น
เพิ่มเติม โดยแบบสอบถามประกอบด้วย 5 ส่วนสำคัญได้แก่ (1) ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม
ซึ่งมีคำถามปลายปิดให้เลือกตอบ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา ศาสนา/ความเชื่อ ทวีปที่อาศัย ระดับ
ทักษะการใช้แอปพลิเคชันบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ และประสบการณ์ด้านอาหารไทย และ มีคำถาม
ปลายเปิด ให้ระบุอาหารที่แพ้หรืออาหารที่ไม่สามารถรับประทานได้ (2) ปัจจัยด้านประสบการณ์ ซึ่งเป็น
คำถามปลายปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนน 5 ระดับประสบการณ์ (Five Points Likert Scale) โดย
ระดับ 1=‘ไม่มีประสบการณ์’ 2=‘ประสบการณ์น้อย’ 3=‘ประสบการณ์ปานกลาง’ 4=‘ประสบการณ์
ค่อนข้างมาก’ และ 5=‘ประสบการณ์มาก’ (3) ปัจจัยด้านแรงจูงใจ เป็นคำถามปลายปิดให้ผู้ตอบ

แบบสอบถามเลือก 1-5 จากระดับ 1 คะแนน คือ ไม่เห็นด้วยมาก จนถึงระดับ 5 คะแนน คือ เห็นด้วยมาก (4) ความต้องการสารสนเทศอาหารไทย เป็นคำถามปลายปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกระดับคะแนน 1-5 เช่นเดียวกับปัจจัยแรงจูงใจ และ (5) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ในส่วนของเนื้อหาสารสนเทศและการออกแบบที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้มีในแอปพลิเคชันสารสนเทศอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่งในส่วนนี้เป็นคำถามปลายเปิดเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ โดยตัวชี้วัดปัจจัยต่างๆ และความต้องการสารสนเทศอาหารไทยได้จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากแหล่งต่างๆ ที่มีความเชื่อมั่นเป็นที่ยอมรับ (Cronbach's Alpha > 0.7) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แหล่งที่มาของตัวชี้วัดของแต่ละปัจจัย

Group of Factors	Variable	Items	Question	Source
Experiential factors	Technical experience	tech1 tech2 tech3	Your experience in any mobile application Your experience in mobile tourist guide Your experience in travel technologies (e.g., GPS, website and Google Map)	Huang et al. (2007), Eriksson and Strandvik (2009)
	Thai-food experience	food1 food2 food3	Your experience in reading/listening about Thai food Tasting experience in Thai food Experiences in Thai food fair	Eriksson and Strandvik (2009), Kim and Eves (2012)
Motivation factors	Health concern	heal1 heal2 heal3	Thai food should keep my healthy Thai food should contain a lot of fresh ingredients product. I concern about nutrition when I try local food.	Kim and Eves (2012), Kim et al. (2013)
	Excitement	exci1 exci2 exci3	Thai food in its original place make me excited Thai food can take me away from daily life I expect excited experience after I listen suggestion from the other persons	Kim and Eves (2012), Kim et al. (2013)
	Learning desire	lear1 lear2 lear3	I want to increase my knowledge about different cultures I want to discover something new about local food. I want to see the things that I don't normally see.	Kim and Eves (2012), Kim et al. (2013)
	Sensory appeal	sens1 sens2 sens3	Nice food photo affecting my wish to taste Food comments from the other tourists affecting my wish to taste Kinds of food taste (e.g., sour, spicy, salt and sweet) affecting my wish to taste.	Kim and Eves (2012), Kim et al. (2013)
Need of food information via mobile devices	Need of food information via mobile devices	need1 need2	I want to see food information based on proper multimedia (e.g., text, photo and audio) I want to receive the recommended restaurants and direction	Wang et al. (2012), Wong et al. (2015)

Group of Factors	Variable	Items	Question	Source
		need3	I want to read the other tourists' suggestions through my mobile devices	
		need4	I want to share my experiences to others through my mobile devices	

แบบสอบถามที่ออกแบบได้ถูกตรวจสอบความถูกต้องด้านภาษาจากผู้เชี่ยวชาญ และทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน และวิเคราะห์ค่าสถิติ Factor Loading (FL), Average Variance Extracted (AVE) และ Composite Reliability (CR) พบว่าค่าที่ได้จากการทดสอบสูงกว่าค่ามาตรฐานที่กำหนด ($FL \geq 0.6$, $AVE \geq 0.5$, $CR \geq 0.7$) ซึ่งผลการทดสอบได้ค่า FL ของทุกข้อคำถามสูงกว่า 0.7 และมีค่า AVE และ CR ของแต่ละตัวแปร ดังนี้

1) ปัจจัยประสบการณ์ด้านเทคโนโลยี (การใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่นอกเหนือการโทรศัพท์ การใช้เทคโนโลยีเพื่อการท่องเที่ยว การใช้แอปพลิเคชันต่างๆ บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ และการใช้แอปพลิเคชันบนอุปกรณ์เคลื่อนที่เพื่อการท่องเที่ยว) ค่า AVE = 0.56 และ CR = 0.84

2) ปัจจัยประสบการณ์ด้านอาหารไทย (การเคยรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับอาหารไทย การมีประสบการณ์ชิมอาหารไทย และการเคยร่วมงานแฟร์อาหารไทย) ค่า AVE = 0.58 และ CR = 0.86

3) ปัจจัยจุดใจด้านความกังวลเกี่ยวกับสุขภาพ (ความกังวลเรื่องส่วนประกอบอาหาร ความกังวลเรื่องกรรมสุขโภชนาการ และ ความกังวลเรื่องอาหารกับสุขภาพ) ค่า AVE = 0.58 และ CR = 0.81

4) ปัจจัยจุดใจด้านความตื่นเต้น (ความตื่นเต้นจากอาหารพื้นเมืองในพื้นที่ ความตื่นเต้นจากการได้ยินคำบอกเล่าหรืออ่านข้อมูลมาก่อน การตื่นเต้นจากความแปลกใหม่จากอาหารในชีวิตประจำวัน) ค่า AVE = 0.60 และ CR = 0.88

5) ปัจจัยจุดใจด้านความปรารถนาที่จะเรียนรู้ (ความปรารถนาในการเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่าง ความปรารถนาในการค้นพบสิ่งใหม่ และ ความปรารถนาในการเห็นสิ่งต่างๆ ที่ปกติไม่สามารถพบเห็น) ค่า AVE = 0.53 และ CR = 0.82

6) ปัจจัยจุดใจการดึงดูดประสาทสัมผัส (ภาพอาหารไทยดึงดูดให้เกิดความต้องการชิมอาหาร คำแนะนำจากผู้มีประสบการณ์ด้านอาหารไทยดึงดูดให้เกิดความต้องการชิม และประเภทของรสชาติอาหารมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชิม) ค่า AVE = 0.60 และ CR = 0.82

7) ความต้องการสารสนเทศอาหารไทย (ความต้องการสารสนเทศอาหารที่มีการใช้มัลติมีเดียที่เหมาะสม เช่น ตัวอักษร ภาพ เสียง และคลิปวิดีโอ ความต้องการแผนที่และการนำทางไปยังร้านอาหารใกล้เคียง ความต้องการคำแนะนำร้านอาหารจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติคนอื่น และ ความต้องการแลกเปลี่ยนประสบการณ์อาหารกับคนอื่น) ค่า AVE = 0.54 และ CR = 0.83

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิเคราะห์สถิติเชิงปริมาณ (Quantitative Method) ด้วย WarpPLS และ SPSS ซึ่ง WarpPLS เป็นซอฟต์แวร์ที่มีความสามารถในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA)

แบบ Partial Least Square (PLS) ที่มีประสิทธิภาพโดยผู้วิจัยได้ใช้ WarpPLS เพื่อทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือแบบสอบถามและทดสอบสมมติฐาน และใช้ SPSS เพื่อหาค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างและหาค่าระดับความต้องการสารสนเทศอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ผลการวิจัย

จากข้อมูลที่ได้จากการแบบสอบถามที่ได้จัดเก็บจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ สามารถนำมาวิเคราะห์ผลการวิจัยในประเด็นต่างๆ ได้ ดังนี้

ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 497 คน เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพศชาย 47.5% และเพศหญิง 52.5% อายุส่วนใหญ่ (51.1%) อยู่ระหว่าง 21-31 ปี โดยมีนักท่องเที่ยวที่น้อยกว่า 21 ปี 15.9%, 31-40 ปี 15.7%, 41-50 ปี 8.5%, และ มากกว่า 50 ปี 8.8% ด้านการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษา ดังนี้ น้อยกว่าปริญญาตรี 35.7% ปริญญาตรี 37.3% ปริญญาโท 22.0% และสูงกว่าปริญญา 5.0%

ส่วนด้านศาสนา เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ไม่มีศาสนาถึงร้อยละ 31.8 นับถือศาสนาคริสต์ร้อยละ 29.8 ศาสนาอิสลามร้อยละ 21.9 ศาสนาฮินดูร้อยละ 5.4 ศาสนาพุทธร้อยละ 3.2 ความเชื่อลัทธิจีนร้อยละ 2.8 และอื่นๆ ร้อยละ 5.1 โดยส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากทวีปเอเชีย (38.6%) และทวีปยุโรป (32.6%) รองลงมา คือ ทวีปอเมริกา (15.1%) ทวีปโอเชียเนีย (7.3%) ทวีปตะวันออกกลาง (5.0%) และทวีปแอฟริกา (1.4%) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ร้อยละ 62.0 มีประสบการณ์การใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่ (สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต) เพื่อท่องเที่ยว และร้อยละ 45.5 มีทักษะการใช้แอปพลิเคชันบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ในระดับสูง ร้อยละ 40.4 อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 8.5 อยู่ในระดับต่ำ และร้อยละ 5.6 ไม่มีทักษะด้านนี้เลย

นอกจากนี้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ร้อยละ 89.9 เมื่อได้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับการรับประทานอาหารไทย และมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวนไม่น้อยในกลุ่มนี้ที่ประสบปัญหาหลังจากลองรับประทานอาหารไทยโดยได้ระบุปัญหาไว้ในแบบสอบถามส่วนที่ 5 ได้แก่ การไม่ทราบส่วนประกอบอาหารทำให้เกิดปัญหาภูมิแพ้อาหารระหว่างการท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งส่งผลทำให้การท่องเที่ยวหลังจากนั้นไม่สนุกเท่าที่ควร การไม่ทราบกรรมวิธีการประกอบอาหารทำให้นักท่องเที่ยวบางคนที่ไม่สามารถรับประทานอาหารที่ไม่ผ่านความร้อนหรือสุกดิบเกิดอาการท้องเสียหลังจากลองรับประทานอาหารไทยบางชนิด และการไม่ทราบระดับความเผ็ดและไม่ทราบว่าอาหารที่ลองรับประทานมีเครื่องเทศเป็นส่วนประกอบทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเกิดความกังวลและกลัวที่จะทดลองชิมอาหารไทยเมนูอื่นๆ อีก

แม้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีปัญหาเกี่ยวกับภูมิแพ้อาหารบางชนิดจะมีจำนวนไม่มากเมื่อเทียบกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่มีปัญหาดังกล่าว แต่พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม 2-4 คน ดังนั้น หากมีนักท่องเที่ยวคนใดคนหนึ่งในกลุ่มที่มีปัญหาการไม่สามารถ

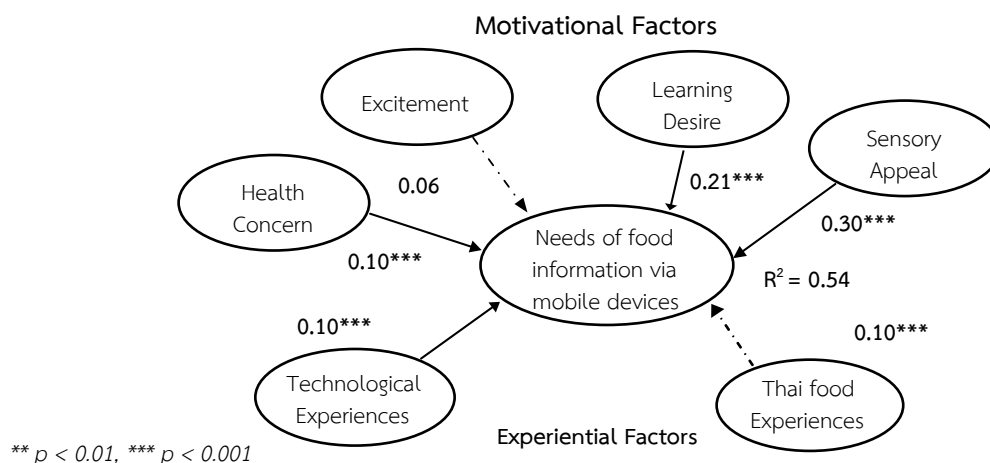
รับประทานอาหารบางชนิดได้และไม่ทราบส่วนผสมของเครื่องปรุงอาหารไทย ส่งผลให้นักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวเลือกจะใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด เช่น KFC หรือ แมคโดนัลด์แทน จากข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างพบว่า มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีปัญหาภูมิแพ้อาหารบางชนิดที่ไม่รวมอาหารต้องห้ามตามความเชื่อและศาสนาถึงร้อยละ 15.5 ซึ่งได้ระบุชนิดอาหารที่เป็นสาเหตุของการแพ้เรียงลำดับจากจำนวนมากไปหาน้อย ดังนี้ อาหารรสจัด (Spicy Food) ถั่วลิสงหรือถั่วชนิดอื่นๆ (Peanut or Nut) ผลิตภัณฑ์จากนมและนม (Dairy and Milk) อาหารทะเล (กุ้ง ปลา และปู) ข้าวสาลี (Wheat) โปรตีนจากข้าว (Gluten) พริกไทย มะเขือเทศ สับปะรด ไข่ หัวหอม ถั่วเหลือง (Soy) ซีสต์ ก๋วย ไก่ น้ำผึ้ง อะโวคาโด และปลาแห้ง

ความต้องการสารสนเทศอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

จากข้อมูลวิจัยพบว่า ความต้องการสารสนเทศอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.77 คะแนน) และมีประเด็นความต้องการที่แตกต่างกัน ดังนี้ ประเด็นด้านความต้องการสารสนเทศอาหารที่มีการใช้มัลติมีเดียที่เหมาะสม เช่น ตัวอักษร ภาพ เสียง และ คลิปวิดีโอ อยู่ในระดับปานกลาง (3.31) ประเด็นด้านความต้องการแผนที่และการนำทางไปยังร้านอาหารใกล้เคียงอยู่ในระดับมาก (3.99 คะแนน) ประเด็นด้านความต้องการคำแนะนำร้านอาหารจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติคนอื่นอยู่ในระดับมาก (3.73 คะแนน) และประเด็นด้านความต้องการแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับนักท่องเที่ยวคนอื่นก็อยู่ในระดับมากเช่นกัน (4.03 คะแนน)

การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ

ผลจากการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อความต้องการสารสนเทศอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้วย WarpPLS ได้ผลการทดสอบดังภาพที่ 2 โดยมีค่าคุณภาพความเหมาะสม (Goodness of Fit : GoF) ของข้อมูลกับโมเดล เท่ากับ 0.30 ซึ่ง Wetzels et al. (2009) ได้ระบุว่าในการวิเคราะห์โครงสร้างด้วย PLS คุณภาพความเหมาะสมระดับน้อย จะมีค่า $GoF \geq 0.10$ ระดับปานกลาง $GoF \geq 0.25$ และระดับสูง $GoF \geq 0.36$ ดังนั้นผลการทดสอบโมเดลที่น่าเสนอในกรอบแนวคิดงานวิจัยนี้จึงมีคุณภาพความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลางและเป็นที่ยอมรับได้ นอกจากนี้โมเดลที่น่าเสนอนี้ยังมีความเหมาะสมในการพยากรณ์และอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ กับความต้องการใช้สารสนเทศอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ($R^2 = 0.54$)



ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์โครงสร้างโมเดลด้วย WARPPLS

ปัจจัยด้านประสบการณ์ (Experience factors)

ผลจากการวิจัยพบว่า ประสบการณ์ด้านเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อความต้องการสารสนเทศอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (Beta = 0.08, $p < 0.01$) โดยนักท่องเที่ยวที่เคยมีประสบการณ์การใช้โปรแกรมประยุกต์บนอุปกรณ์เคลื่อนที่เพื่อการท่องเที่ยวจะมีความต้องการสารสนเทศอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่มากกว่านักท่องเที่ยวที่ไม่เคยมีประสบการณ์การใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่เพื่อการท่องเที่ยว

แต่ประสบการณ์ด้านอาหารไทยไม่มีอิทธิพลต่อความต้องการสารสนเทศอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (Beta = 0.03, $p > 0.05$) หมายความว่าไม่ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะมีประสบการณ์ด้านอาหารไทยมาก่อนหรือไม่ ก็ไม่มีความแตกต่างในด้านความต้องการสารสนเทศอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่

ปัจจัยด้านแรงจูงใจ (Motivation factors)

จากผลการวิจัยพบว่ามีเพียงปัจจัยแรงจูงใจประเด็นด้านความตื่นเต้นที่ไม่มีอิทธิพลต่อความต้องการสารสนเทศอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (Beta = 0.06, $p > 0.05$) อธิบายได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ชอบความตื่นเต้นจากการท่องเที่ยวจะมีความต้องการสารสนเทศอาหารไทยฯ ไม่แตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่ชื่นชอบความตื่นเต้นหรือความแปลกใหม่ นอกจากนี้ผลการวิจัยยังแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของปัจจัยด้านแรงจูงใจอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการสารสนเทศอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ปัจจัยความกังวลด้านสุขภาพ (Beta = 0.10, $p < 0.01$) ปัจจัยความปรารถนาที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมอาหารไทย (Beta = 0.21, $p < 0.001$) และปัจจัยการดึงดูดประสาทสัมผัสของอาหารไทย (Beta = 0.30, $p < 0.001$) โดยพบว่านักท่องเที่ยวที่มีความกังวลด้านสุขภาพมากกว่าจะมีความต้องการสารสนเทศอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่มากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่มีความกังวลด้านสุขภาพ เช่นเดียวกับปัจจัยด้านความปรารถนาที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมอาหารไทยและปัจจัยด้านความสนใจด้านการดึงดูดประสาทสัมผัสของอาหารไทย ที่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สนใจด้านนี้จะมีความต้องการสารสนเทศอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่มากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้ให้ความสนใจด้านนี้ เนื่องจากปัจจัยทั้งสองมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความต้องการสารสนเทศอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติยังมีความต้องการสารสนเทศอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่เพื่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่มาก แม้ว่าในปัจจุบันจะมีแอปพลิเคชันอาหารไทยที่ให้บริการบนอุปกรณ์เคลื่อนที่เป็นจำนวนมากไม่น้อย แต่แอปพลิเคชันเหล่านี้ไม่ได้รองรับความต้องการสารสนเทศอาหารไทยตามพฤติกรรมการรับประทานอาหารและข้อจำกัดในการรับประทานอาหารบางชนิดของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อจำกัดด้านศาสนา ความเชื่อ การภูมิแพ้อาหารบางชนิด และการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้เสนอแนะเพิ่มเติมว่าแอปพลิเคชันสารสนเทศอาหารไทยควรแสดงรายละเอียดส่วนผสมอาหารของแต่ละเมนู โดยแสดงทั้งชื่อที่เป็นทางการ ชื่อที่ออกเสียงเป็นภาษาไทย และภาพประกอบ เนื่องจากร้านอาหารไทยส่วนใหญ่มีพนักงานรับออเดอร์อาหารที่ไม่สามารถสื่อสารและ

เข้าใจภาษาอังกฤษ การมีชื่อเรียกภาษาไทยและภาพช่วยในการสื่อสารเพื่อลดปัญหาการรับประทานอาหารบางชนิดที่ต้องห้าม นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวต่างประเทศยังได้เสนอแนะความต้องการเพิ่มเติมว่าจะเป็นการดีมากหากแอปพลิเคชันสารสนเทศอาหารไทยจะมีปุ่มที่สามารถเลือกกดแล้วออกเสียงเป็นภาษาไทยในประโยคที่จำเป็นหรือใช้บ่อยๆ เพื่อช่วยการสื่อสารกับพนักงานรับออเดอร์ เช่น นักท่องเที่ยวสามารถชี้ไปที่รูปถั่วลิสบนอุปกรณ์เคลื่อนที่แล้วกดปุ่มเสียงให้แอปพลิเคชันออกเสียงว่า “อันนี้กินไม่ได้” หรือ “อันนี้มีในเมนูนี้ไหม” หรือ “อย่าใส่อันนี้ลงอาหารนะ เป็นโรครูมิแพ้อาหาร” เป็นต้น หรือ อาจจะเป็นการแสดงข้อความทั้งภาษาอังกฤษและภาษาไทย เพื่อให้ทั้งนักท่องเที่ยวต่างชาติและพนักงานรับออเดอร์เข้าใจตรงกันว่าเมนูที่สั่งไม่ต้องใส่ส่วนผสมอาหารที่ต้องห้ามลงไป อาทิเช่น นักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นภูมิแพ้นมและผลิตภัณฑ์ที่ทำจากนม นักท่องเที่ยวก็สามารถใส่ข้อมูลอาหารต้องห้ามลงไปในระบบสารสนเทศ จากนั้นให้แอปพลิเคชันแปลงเป็นภาษาไทยว่า “เป็นโรครูมิแพ้อาหาร อย่าใส่นมและผลิตภัณฑ์จากนมในอาหารที่สั่ง” แล้วนักท่องเที่ยวยังสามารถยื่นอุปกรณ์เคลื่อนที่ที่มีข้อความดังกล่าวให้กับพนักงานรับออเดอร์ดูเพื่อช่วยในการสื่อสารระหว่างกัน

ผลการวิจัยยังชี้ให้เห็นว่า จากปัจจัยที่ศึกษาทั้ง 6 ปัจจัย พบเพียง 4 ปัจจัยเท่านั้นที่มีผลต่อความต้องการสารสนเทศอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ ได้แก่ ปัจจัยประสบการณ์ด้านเทคโนโลยี ปัจจัยความกังวลด้านสุขภาพ ปัจจัยความปรารถนาที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมอาหารไทย และปัจจัยการดึงดูดประสาทสัมผัสของอาหารไทย โดยที่ปัจจัยการดึงดูดประสาทสัมผัสของอาหารไทยเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความต้องการสารสนเทศอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ของนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุด ในสี่ปัจจัยดังกล่าว รองลงมา คือ ปัจจัยความต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมอาหารไทย ปัจจัยความกังวลด้านสุขภาพ และปัจจัยประสบการณ์ด้านเทคโนโลยี ตามลำดับ ซึ่งปัจจัยประสบการณ์ด้านเทคโนโลยีของนักท่องเที่ยวต่างชาติส่งผลต่อความต้องการสารสนเทศอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่น้อยมากหรือแทบจะไม่ค่อยส่งผลเท่าใด สาเหตุหนึ่งอาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวต่างชาติไม่ว่าจะมีทักษะด้านการใช้งานบนอุปกรณ์เคลื่อนที่มากหรือน้อย ต่างก็มีความต้องการใช้งานสารสนเทศอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกด้านข้อมูลการท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้งสิ้น และเหตุผลนี้ก็อาจจะเป็นเหตุผลเดียวกันที่ทำให้ประสบการณ์ด้านอาหารไทยไม่ใช่ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการสารสนเทศอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งแตกต่างปัจจัยการดึงดูดประสาทสัมผัสของอาหารไทยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการสารสนเทศอาหารไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติบนอุปกรณ์เคลื่อนที่อย่างเห็นได้ชัด โดยผลการวิจัยชี้ให้เห็นถึงประเด็นที่สำคัญของปัจจัยนี้ ดังนี้ นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่พึงพอใจที่จะเห็นภาพเมนูอาหารบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ก่อนอ่านรายละเอียดข้อมูลเกี่ยวกับอาหารนั้นๆ และภาพอาหารพื้นเมืองที่สวยงามบนอุปกรณ์เคลื่อนที่สามารถส่งผลทำให้เกิดความต้องการที่จะชิมหรือหาร้านอาหารไทย นอกจากนี้ คำแนะนำเกี่ยวกับรสชาติของอาหารไทยเมนูต่างๆ ของนักท่องเที่ยวคนอื่นก็มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชิมอาหารไทยเช่นกัน

ดังนั้น การจัดเตรียมสารสนเทศอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติต่างประเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศ ควรต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านแรงจูงใจเป็นหลักที่ส่งผลต่อความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการใช้งาน โดยควรมีภาพประกอบเมนูอาหารและภาพร้านอาหารไทยที่สวยงามให้รองรับการแสดงผลกับอุปกรณ์เคลื่อนที่ที่แตกต่าง และควรมีการนำเสนอ

สารสนเทศเกี่ยวกับคำแนะนำและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวคนอื่นๆ เพื่อให้เกิดแรงจูงใจในการทดลองรับประทานอาหารไทย นอกจากนี้ สารสนเทศอาหารไทยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ควรรองรับข้อจำกัดด้านการบริโภคอาหารของนักท่องเที่ยวตามศาสนา ความเชื่อ พฤติกรรมการบริโภค และการภูมิแพ้อาหารบางชนิด ทั้งในการนำเสนอรายละเอียดสารสนเทศของเมนูอาหารและแนะนำร้านอาหารที่สอดคล้องกับข้อจำกัดด้านการบริโภคอาหารของนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคล โดยควรจัดเตรียมสารสนเทศเกี่ยวกับส่วนผสมอาหารแต่ละเมนูและกรรมวิธีในการประกอบอาหาร เพื่อรองรับความต้องการบริโภคอาหารไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติและหลีกเลี่ยงปัญหาการบริโภคอาหารต้องห้าม ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถใช้เวลาในการท่องเที่ยวได้นานเท่าที่ได้วางแผนไว้และเกิดความประทับใจในการที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง ส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอนาคต

References

- Chang, R. C., Kivela, J. & Mak, A. H. (2010). **Food Preferences of Chinese Tourists**. *Annals of Tourism Research*, 37(4), 989-1011.
- Cohen, E. & Neal, M. (2012). **A Middle Eastern Muslim Tourist Enclave in Bangkok**. *Tourism Geographies*, 14(4), 570-598.
- Department of Tourism. (2015). **Summary of Situation of Tourist in August, 2015**. Retrieved December, 12, 2015, from <http://newdot2.samartmultimedia.com/home/details/11/222/24839>.
- Eriksson, N. & Strandvik, P. (2009). **Possible Determinants Affecting the Use of Mobile Tourism Services**. *e-Business and Telecommunications*, 61-73.
- Flurry Analytic. (2012). **App Session Growth by Country between Q1 2011 and Q1 2012**. Retrieved May 5, 2013, from <http://blog.flurry.com/bid/83261/China-Now-Leads-the-World-in-New-iOS-and-Android-Device-Activations>.
- Flurry Insights. (2015). **Mobile use Grows 76% Year-over-Year**. Retrieved December, 12, 2015, from <http://flurrymobile.tumblr.com/post/115194992530/shopping-productivity-and-messaging-give-mobile>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010). **Multivariate Data Analysis (7th ed.)**. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Jung, J., Chan-Olmsted, S., Park, B. & Kim, Y. (2012). **Factors Affecting E-book Reader Awareness, Interest, and Intention to Use**. *New Media & Society*, 14(2), 204-224.
- Kim, Y. G., Eves, A. & Scarles, C. (2009). Building a Model of Local Food Consumption on Trips and Holidays: A Grounded Theory Approach. *International Journal of Hospitality Management*, 28(3), 423-431.
- Kim, Y. G., Eves, A. & Scarles, C. (2013). Empirical Verification of a Conceptual Model of Local Food Consumption at a Tourist Destination. *International Journal of*

- Hospitality Management*. 33, 484-489.
- Mak, A. H., Lumbers, M., Eves, A. & Chang, R. C. (2012). Factors Influencing Tourist Food Consumption. *International Journal of Hospitality Management*. 31(3), 928-936.
- Promburom, Tanya & Kimpakorn, Narumon. (2015a). Factors Affecting Tourist Experience of Eco, Culture, and Wellness Tourism in the Upper Northern Provincial Cluster 1 of Thailand : Chaing Mai, Lamphun, Lampang, Mae Hongson. *Journal of Thai Hospitality & Tourism*. 10(1), 71-87.
- Promburom, Tanya & Kimpakorn, Narumon. (2015b). Perception of International Tourists on Thailand Tourism Brand under the “Amazing Thailand” Campaign. *Journal of Thai Hospitality & Tourism*. 10(1), 15-29.
- Oh, S., Lehto, X. Y. & Park, J. (2009). Travelers’ intent to use Mobile Technologies as a Function of Effort and Performance Expectancy. *Journal of Hospitality Marketing & Management*. 18(8), 765-781.
- Rittichainuwat., Bongkosh. Ngamsom., Qu, H. & Mongkhonvanit, Chollada. (2008). Understanding the Motivation of Travelers on Repeat Visits to Thailand. *Journal of Vacation Marketing*. 14(1), 5-21.
- Sekaran, U. & Bougie, R. (2010). **Research Methods for Business : A Skill Building Approach (5thed.)**. UK : John Wiley & Sons.
- Tussyadiah, I. P. & Fesenmaier, D. R. (2009). **Mediating Tourist Experiences : Access to Places via Shared Videos**. *Annals of Tourism Research*, 36(1), 24-40.
- Wechakama, Thitisak. (2014). Creative Tourism for Prepare Thai Tourist. *Journal of Thai Hospitality & Tourism*. 9(1), 64-77.
- Wetzels, M., Odekerken-Schroder, G. & Van Oppen, C. (2009). **Using PLS Path Modeling for Assessing Hierarchical Construct Models : Guidelines and Empirical Illustration**. *MIS Quarterly*, 33(1), 177-196.