

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ RDG5550096

ชื่อโครงการ ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร

ชื่อนักวิจัย นริศา คำแก่น, กนกกานต์ วีระกุล, เบญจพร ดามาพงศ์ และคณะ

แผนงานวิจัย เรื่อง “ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร” ประกอบด้วยโครงการวิจัยย่อย (1) การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร และ (2) แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร สำหรับพื้นที่ในเขตจังหวัดภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก ภาคใต้ และกรุงเทพมหานคร (2) จัดทำคู่มือการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร สำหรับพื้นที่ดังกล่าว (3) พัฒนาระบบฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร โดยสามารถเรียกดูผ่านทางโทรศัพท์มือถือ และ (4) จัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยและการเก็บข้อมูล ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณจากแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยว และการวิจัยเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้มีส่วนได้เสียทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง ผลการวิจัย พบว่า แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม คือแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ การวิจัยภาคสนาม แบ่งตามรายภูมิภาค ภาคกลาง ได้แก่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาและสุพรรณบุรี รวมถึงกรุงเทพมหานคร ภาคตะวันตก ได้แก่ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และเพชรบุรี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดจันทบุรีและระยอง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมาและหนองคาย ภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ และภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี และภูเก็ต คณะผู้วิจัย ได้นำเสนอเส้นทางท่องเที่ยว 7 เส้นทาง โดยนำข้อมูลจากการศึกษาข้างต้นและข้อเสนอแนะของสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในแต่ละจังหวัด เพื่อให้นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว รวมถึงหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน ใช้เป็นแนวทางในการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร การพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร ประกอบด้วยเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร ที่อยู่ในรูปแบบของข้อความ รูปภาพและรายการวีดิทัศน์ “เที่ยวชิมลิ้มลอง” ที่เผยแพร่ในเครือข่ายสังคมออนไลน์ และสามารถเรียกดูผ่านทางโทรศัพท์มือถือได้ ซึ่งข้อมูลทั้งหมดแสดงผลอยู่ในรูปแบบเวลาจริง ที่สามารถเชื่อมต่อกับระบบแผนที่และภาพถ่ายทางดาวเทียมได้ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่ได้จากการประเมินและกำหนดค่าคะแนนสถานะแวดล้อมการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร มีค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักสูงสุดอยู่ระหว่างจุดแข็งกับโอกาส ดังนั้นสถานการณ์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารตกอยู่ในสถานะ “ดาวรุ่ง” ซึ่งหมายถึง มีโอกาสเจริญเติบโตบนจุดแข็งที่มีอยู่ คณะผู้วิจัย ได้นำเสนอแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร มีวิสัยทัศน์ คือ ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางด้านการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารของอาเซียน ประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์ คือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางด้านการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในท้องถิ่นให้มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชนและชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร ยุทธศาสตร์ที่ 4 ส่งเสริมและพัฒนาการประชาสัมพันธ์ และการตลาดท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร สุดท้าย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพ นำมาสังเคราะห์เป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ในการส่งเสริมนักท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารสู่ประเทศไทย คือ นโยบายที่ 1 การพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านการท่องเที่ยว นโยบายที่ 2 การสนับสนุนและส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร

Abstract

Code RDG5550096 (Research program)
Title Strategic of Gastronomic Tourism
Authors Narisa Kamkaen, Kanokkarn Weerakul, Benjaporn Damapong, et al

This research program titled “Strategic of Gastronomic Tourism” consisted of two sub-projects: (1) Route of Gastronomic Tourism, and (2) Strategy of Gastronomic Tourism. The aims of the research program were to (1) study the main and important scenic routes and local communities in order to study about food and cultures in the northern, northeastern, central, eastern, western, and southern parts of Thailand as well as in Bangkok (2) produce the tourist guides for these seven main scenic routes in collaboration with local government agencies (3) develop the database system of gastronomic tourism through social network and mobile application, and (4) develop the strategic plan of gastronomic tourism in Thailand. Various kinds of quantitative and qualitative research were applied included questionnaire, group discussions among tourism practitioners, tourism instructors and tourism stakeholders. The research indicated that the most popular tourist attractions are the natural, historical and archaeological sites. The field researches were conducted in seven regions of Thailand: the capital city (Bangkok), the central provinces (Phra Nakhon Si Ayutthaya and Suphanburi), the west provinces (Prachuap Khiri Khan and Phetchaburi), the east provinces (Chanthaburi and Rayong), the northeast provinces (Nakhon Ratchasima and Nong Khai), the north provinces (Chiang Mai and Chiang Rai), and the south provinces (Surat Thani and Phuket). The researchers have proposed the routes of food and culture tourism in seven main parts of Thailand with interesting outcomes. In addition, Social network including web site and mobile application were developed for providing information in term of text, graphics and VDO “Tiew Chim Lim Long series”. Those information display in real time and connected with GPS and satellite to show the route of gastronomic tourism in many provinces. The result of SWOT and BCG Matrix analysis was in “Star” position that means the situation of gastronomic tourism in Thailand is growing up and expanding. The vision in the strategic plan is “Hub of gastronomic tourism in ASEAN”. There were 4 strategic issues in the proposed gastronomic tourism strategic plan. Issue 1: Developing Thailand becomes hub of gastronomic tourism of ASEAN. Issue 2: Developing human capital in the local community to gain knowledge about gastronomic tourism. Issue 3: Developing network between government, private and community sectors for developing gastronomic tourism. Issue 4: Promoting and marketing in gastronomic tourism. Finally, the quantitative and qualitative data were analyzed and synthesized to the government policy in order to promote the gastronomic tourists to Thailand. Policy issue 1: Development and improvement of infrastructure and facilities. Policy issue 2: Supporting and promoting the gastronomic tourism

Key words Gastronomic Tourism, Attraction route, Strategic plan, Tiew Chim Lim Long