

## บทคัดย่อ

รหัสโครงการ: RDG5550096

ชื่อโครงการ “แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร”

ชื่อนักวิจัย เบญจพร ดามาพงศ์, พรรณี สนวนเพลง, จิรานุช โสภา, ลฎาภา พูลโพธิ์ทอง, จารินี ศานติจรรยาพร, ศัชชญาส์ ดวงจันทร์ และวริษฐา แก่นสานสันติ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) พัฒนาระบบฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร 2) จัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร การวิจัยโครงการนี้เป็นการวิจัยเชิงบูรณาการ (Integrated Approach) ที่การวิจัยเพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศและการศึกษาเชิงคุณภาพใช้แบบสัมภาษณ์ และการศึกษาเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถาม โดยการใช้เทคนิคเดลฟาย เพื่อนำมาจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร

ผลการวิจัยพบว่า

1. การพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร ประกอบด้วยเว็บไซต์ ที่ให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารที่อยู่ในรูปแบบของข้อความ รูปภาพและรายการโทรทัศน์ (เที่ยวชิมลิ้มลอง) และยังสามารถเรียกดูผ่านทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Application) ได้อีกด้วย ซึ่งข้อมูลทั้งหมดแสดงผลอยู่ในรูปแบบของ Real Time ที่สามารถเชื่อมต่อกับระบบแผนที่และภาพถ่ายทางดาวเทียมได้

2. ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม, วิเคราะห์ SWOT และ BCG Matrix ที่ได้จากการประเมินและกำหนดค่าคะแนนสถานะแวดล้อมการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร มีค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักสูงสุดอยู่ระหว่าง จุดแข็ง (Strength) กับ โอกาส (Opportunity) ซึ่งตัดกันที่ +3.92, +3.77 ดังนั้นสถานะแวดล้อมหรือสถานการณ์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารตกอยู่ในสถานะ “ดาวรุ่ง” (Star) ซึ่งหมายถึง มีโอกาสเจริญเติบโตบนจุดแข็งที่มีอยู่ เช่น ประเทศไทยมีจุดแข็งทางด้านวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่สามารถสร้างเป็นจุดขายในระดับนานาชาติได้และโอกาสของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการที่จะเรียนรู้ถึงวัฒนธรรมในเรื่องของอาหารท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร มีวิสัยทัศน์ คือ ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารของอาเซียน (Hub of gastronomic tourism of ASEAN) ประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์ และ 12 กลยุทธ์ คือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์ที่ 1 มีการวางแผนและบูรณาการเชิงนโยบายในการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารของอาเซียน กลยุทธ์ที่ 2 มีระบบและกลไกในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในระดับจังหวัด กลยุทธ์ที่ 3 สร้างกระแสนิยมในการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารของประเทศไทย และ กลยุทธ์ที่ 4 มีระบบติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามแผนแม่บทการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารของประเทศไทย ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในท้องถิ่นให้

มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์ที่ 5 ส่งเสริมให้ชุมชนใช้ศักยภาพที่มีในท้องถิ่นเพื่อพัฒนาให้เป็นเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร กลยุทธ์ที่ 6 พัฒนาบุคลากรขององค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาลและองค์การบริหารส่วนตำบลให้มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร กลยุทธ์ที่ 7 ส่งเสริมและให้ความรู้กับชุมชนให้มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชนและชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์ที่ 8 เพิ่มประสิทธิภาพในการประสานงานของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนให้กับประชาชน กลยุทธ์ที่ 9 เพิ่มศักยภาพด้านการดำเนินธุรกิจการค้าและการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารให้กับชุมชน ยุทธศาสตร์ที่ 4 ส่งเสริมและพัฒนาการประชาสัมพันธ์และการตลาดท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์ที่ 10 พัฒนาระบบฐานข้อมูลสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารของแต่ละจังหวัด กลยุทธ์ที่ 11 ใช้ระบบ Mobile Application เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร และ กลยุทธ์ที่ 12 การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร โดยภาพรวมแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารมีความเป็นไปได้สูงที่จะนำแผนนี้ไปสู่การนำไปปฏิบัติและประสบความสำเร็จ

## Abstract

**Code** RDG5550096  
**Title** Strategic of Gastronomic Tourism  
**Authors** Benjaporn Damapong, Pannee Suanpang, Chiranut Sopha, Ladapha Pullphotong, Jarinee Santijunyaporn, Shatchaya Duangchant and Varistha Kankarensanti

The objective of this subject was to 1) develop database system for support gastronomic tourism of Thailand and 2) develop strategic gastronomic tourism plan. This research was used integrated approaches by developing information systems and qualitative research approached. The data were collected from in depth interview, survey, and Delphi for developing strategic gastronomic tourism plan.

The results of the studies were as follows:

1. Website and mobile application were developed for providing information in term of text, graphics and VDO (Tiew Chim Lim Long television series). Those information display in real time and connected with GPS and satellite to show the route of gastronomic tourism in many provinces.

2. The result of SWOT and BCG Matrix analysis was in “Star” position (+3.92, +3.77) that means the situation of gastronomic tourism in Thailand is growing up and expanding. The vision in the strategic plan “Hub of gastronomic tourism of ASEAN”. There were 4 strategic issues and 12 strategic in the gastronomic tourism strategy plan.

Strategic issues 1: Developing Thailand becomes hub of gastronomic tourism of ASEAN. This combine with 4 strategies including: Strategy 1: Conducting strategy plan and integrated policy for developing Thailand as hub of gastronomic tourism of ASEAN; Strategy 2: Develop system and mechanism for gastronomic tourism activity in every province; Strategy 3: Develop social value and trends in gastronomic tourism; Strategy 4: Develop monitoring and assessment of the gastronomic master plan.

Strategic issue 2: Developing human capital in the local community to gain knowledge about gastronomic tourism. This combine with 3 strategies including: Strategy 5: Educate local community about gastronomic tourism. Strategy 6: Training government officer in the local community about gastronomic tourism.

Strategy 7: Support and educate people in the local community about gastronomic tourism.

Strategic issue 3: Developing network between government, private sectors and community for developing gastronomic tourism. This combine with 2 strategies including: Strategy 8: Enhancing the cooperation between the government and private sector. Strategy 9: Incasing capacity of the business in gastronomic tourism.

Strategic issue 4: Promoting and marketing in gastronomic tourism. This combine with 3 strategies including: Strategy 10: Developing database system of gastronomic tourism in every province. Strategy 11: Developing mobile application for supporting gastronomic tourism. Strategy 12: Using social network for promoting gastronomic tourism.

The experts were evaluated the strategy gastronomic tourism plan found that overall high potential to successful when implement the strategy plan.