

บทคัดย่อ

หัวหน้าโครงการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์
Email psiwarit@gmail.com
ระยะเวลาดำเนินการ 1 มิถุนายน 2559 – 31 พฤษภาคม 2560

การศึกษาการพัฒนาภาพลักษณ์ของการเป็นเมืองสร้างสรรค์ทางด้านอาหารท้องถิ่นของจังหวัดภูเก็ต วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของการเป็นเมืองสร้างสรรค์ทางด้านอาหารท้องถิ่นของจังหวัดภูเก็ตในมุมมองของนักท่องเที่ยว กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์และอัตลักษณ์ของการเป็นเมืองสร้างสรรค์ทางด้านอาหารท้องถิ่นของจังหวัดภูเก็ต และกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารภาพลักษณ์ของการเป็นเมืองสร้างสรรค์ทางด้านอาหารท้องถิ่นของจังหวัดภูเก็ต โดยอาศัยระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต และนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยอาศัยแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บข้อมูลได้รวมทั้งสิ้น จำนวน 551 ตัวอย่าง แบ่งออกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 248 ตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 303 ตัวอย่าง นอกจากนี้ผู้วิจัยยังใช้วิธีการ Projective Technique ในการค้นหาการให้คุณค่าของนักท่องเที่ยวเพื่อนำมากำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 34 คน

โดยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศรับรู้เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารท้องถิ่น 5 อันดับแรก คือ อาหารทะเลสดและมีคุณภาพดี รองลงมาคือ มีอาหารการกินที่หลากหลายให้เลือก อาหารท้องถิ่นจังหวัดภูเก็ตมีสูตรลับที่สามารถหาทานยากได้ในจังหวัดอื่น ความโดดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของอาหาร และสูตรอาหารในจังหวัดภูเก็ตมีตำนานและเรื่องราวที่ผูกพันกับบรรพบุรุษที่อพยพมาจากเมืองจีน ตามลำดับ ขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยรับรู้ว่าอาหารท้องถิ่นจังหวัดภูเก็ตมีสูตรลับที่สามารถหาทานยากได้ในจังหวัดอื่น รองลงมาคือ มีอาหารการกินที่หลากหลายให้เลือก อาหารทะเลสดและมีคุณภาพดี ความโดดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของอาหาร และหารับประทานอาหารท้องถิ่นแท้ ๆ ได้ง่าย ตามลำดับ โดยผู้วิจัยกำหนดอัตลักษณ์ของเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารท้องถิ่นคือ ความเป็นเอกลักษณ์ ความจริงแท้ และภูมิปัญญา และสามารถกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเมืองสร้างสรรค์ทางด้านอาหารท้องถิ่นว่า “ภูเก็ต: เมืองแห่งวัฒนธรรมอาหารสร้างสรรค์” อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีการรับรู้ค่อนข้างน้อยเกี่ยวกับการที่ภูเก็ตได้รับการประกาศให้เป็น UNESCO City of Gastronomy รวมไปถึงประเภทอาหาร และตำนานหรือเรื่องราวของอาหารนั้น ดังนั้น จึงต้องดำเนินการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับการเป็นเมืองสร้างสรรค์ทางด้านอาหารท้องถิ่นของจังหวัดภูเก็ต

Abstract

Head of Project Assistant Professor Siwarit Pongsakornrungrungsilp, Ph.D.
Email psiwarit@gmail.com
Duration 1 June 2016 – 31 May 2017

The study of developing image of local gastronomic creative city of Phuket province aimed to study the perceptions toward image of Phuket gastronomic creative city in tourist perspective, to develop local gastronomic creative city product positioning and identity of Phuket province, and to develop communication strategy toward image of local gastronomic creative city, Phuket province. This study employed mixed method to collect the data from tourism stakeholders, domestic and international tourists. Questionnaires were used to collect the data with 551 samples: 248 Thais and 303 international tourists. Furthermore, the projective technique was also used to search for tourist value in order to develop product positioning from 34 international tourists.

The findings show that international tourist perception toward image of local gastronomic creative city are fresh and high quality seafood, a variety of menus to choose, unique recipes of local food which only serve in Phuket, the unique and identity of Phuket local food, and many recipes of Phuket local food contain long history and myth related to the ancestors who immigrated from China, relatively. The unique recipes of local food which only serve in Phuket is mostly perceived by Thai Tourists, following by a variety of menus to choose, fresh and high quality seafood, the unique and identity of Phuket local food, and tourists can easily have the authentic local food, relatively. The results from interviewing stakeholders; i.e. uniqueness, authenticity, and wisdom, were employed to develop the identity of local gastronomic creative city. Product positioning for Phuket city is Phuket: City of Gastronomic Creative Culture. However, the results show that domestic and international tourists perceive least about Phuket province as City of Gastronomy in UNESCO Creative City Network including food menus, and myth or story of gastronomic food. Therefore, the first priority is to increase the perception of local gastronomic creative city, Phuket province.