

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี 2) เพื่อกำหนดกลยุทธ์การตลาดของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี 3) เพื่อจัดทำฐานข้อมูลด้านเอกลักษณ์อาหารท้องถิ่นในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี 4) เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ และผู้เชี่ยวชาญ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ใช้ Social Network Analysis ใช้ Content Analysis และใช้กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ Analytic Hierarchy Process

ผลการวิจัยพบว่า การจัดทำแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี แบ่งออกเป็น 6 ด้าน ดังนี้ ด้านเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น ด้านสถานที่จำหน่ายอาหารท้องถิ่นของจังหวัด ด้านมาตรฐานและความสะอาดของอาหาร ด้านการเล่าเรื่องราวของอาหาร (Story Food) ด้านการสื่อความหมายและการสร้างมัลติมีเดียในการเล่าเรื่องราวในแต่ละเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร และด้านการประชาสัมพันธ์อาหารท้องถิ่น

การกำหนดกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี สามารถแบ่งได้เป็น 3 ด้าน ดังนี้ 1) เพิ่มแนวทางเพิ่มค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดสุราษฎร์ธานี 2) การสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายผู้ประกอบการอาหาร 3) การยกระดับมาตรฐานสินค้าทางด้านอาหาร

การจัดทำฐานข้อมูลด้านเอกลักษณ์อาหารท้องถิ่นในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี หน้าแรกของเว็บไซต์ ประกอบด้วยเมนูต่างๆ ของเว็บไซต์ ได้แก่ 1) เมนูอาหารแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ เมนูอาหารคาว ขนมหวาน ผลไม้ 2) แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี 3) ขวนชิม เป็นเมนูที่แนะนำอาหารที่แตกต่างจากการแบ่งเมนูอาหารของทั้งสองจังหวัด 4) ขวนช้อป เป็นเมนูที่แนะนำสินค้าที่เป็นของฝากซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถซื้อหาสินค้าทั้งที่เป็นทั้งอาหารและของใช้ต่าง ๆ 5) ขวนแชะ เป็นเมนูแนะนำการถ่ายภาพในแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถถ่ายภาพทั้งร้านอาหารและวิถีชีวิตของคนท้องถิ่นในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี 6) ติดต่อเรา เป็นเมนูที่บอกรายละเอียดของฐานข้อมูลซึ่งฐานข้อมูลดังกล่าวจะนำไปใช้ในหน่วยงานต่าง ๆ โดยหน่วยงานสามารถเขียนแก้รายละเอียดของแต่ละหน่วยงานได้

การศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรคด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารของทั้งสองจังหวัดมีความคล้ายคลึงกันมาก คือ จุดแข็งประกอบด้วย 1) มีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ 2) มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3) มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 4) มีอาหารที่เป็นอัตลักษณ์และมีชื่อเสียงของแต่ละท้องถิ่น 5) ผักพื้นบ้านมีความหลากหลาย 6) มีร้านอาหารเพียงพอ 7) มีตลาดที่จำหน่ายเพียงพอ ทั้งนี้จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีความได้เปรียบคือมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็น Word Destination ของนักท่องเที่ยวทั่วโลกและเป็นจังหวัดที่เป็นศูนย์ในการคมนาคมขนส่งในภาคใต้ตอนบน จุดอ่อน ประกอบด้วย 1) ขนส่งสาธารณะยังไม่สะดวก 2) การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวยังไม่หลากหลาย 3) ขาดการบริการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ของท้องถิ่น 4) บุคลากรด้านการท่องเที่ยวยังขาดทักษะและความพร้อม 5) ขาดแคลนบุคลากรในท้องถิ่นที่ชำนาญด้านการท่องเที่ยว 6) การตกแต่งของร้านอาหารไม่มีความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นภาคใต้ 7) ด้านที่พักและ

โรงแรมยังมีน้อยในจังหวัดนครศรีธรรมราชยังมีน้อย โอกาส ประกอบด้วย 1) นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยว 2) มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐ 3) การเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวมากขึ้น 4) อาหารพื้นเมืองได้รับความนิยมมากขึ้น 5) นักท่องเที่ยวนิยมรับประทานอาหารมือเที่ยงซึ่งจังหวัดนครศรีธรรมราชมีอาหารเที่ยงที่หลากหลาย สำหรับการศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรคด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า มีความใกล้เคียงกับจังหวัดนครศรีธรรมราช แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีมี 6 ด้าน ประกอบด้วย ด้านเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น ด้านคุณภาพของอาหารท้องถิ่น ด้านราคา ด้านการบริการ ด้าน ลักษณะของร้านอาหารพื้นเมือง และด้านการการตลาดและการประชาสัมพันธ์

**คำสำคัญ :** การท่องเที่ยวเชิงอาหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดสุราษฎร์ธานี

## Abstract

This research aims 1) to generate the course to improve the potentials of gastronomic tourism and connect it with tourist attractions in Nakhon Si Thammarat and Surat Thani; 2) to specify marketing strategies for gastronomic tourism for Nakhon Si Thammarat and Surat Thani; 3) to create the database of gastronomic identity of local food in Nakhon Si Thammarat and Surat Thani; and 4) to Guideline for gastronomic tourism potential development in Nakhon Si Thammarat and Surat Thani. This research gathered data from both Thai and international visitors, and experts in the field of tourism. The data were then analysed with descriptive statistics, social network analysis, content analysis, and analytic hierarchy process.

In relations to the first objective of the study, there are six approaches to develop the potentials of gastronomic tourism of tourist attractions in the two provinces. These approaches are local food identity, province's local food markets, food hygiene and standards, food stories, communication and food guides for each gastronomic route, and local food publicizing.

For marketing strategies, there are three approaches: 1) multiplying means to increase gastronomic tourism-related expenditures; 2) strengthening food providers' network; and 3) raising the standard of food products.

The food identity database is in a form of a website. The website's menu includes 1) the three types of food – savoury, dessert, and fruit; 2) gastronomic attractions in Nakhon Si Thammarat and Surat Thani; 3) *shuan shim* – special food selections; 4) *shuan shop* – souvenir offers; 5) *shuan shae* – locations for photographs in the two provinces; and 6) contact us – index of information which can be used and corrected by related organisations.

The SWOT analysis finds that the two provinces share similarities in gastronomic tourism. For strengths: 1) there are many natural resources to attract tourists; 2) there are cultural attractions; 3) there are agricultural attractions; 4) each region has famous local food with distinctive identity; 5) there are various local vegetables; 6) there is adequate amount of eateries; and 7) there is adequate amount of markets. Though Surat Thani has an advantage of having a world class destination, as well as being the upper-southern transportation hub. For weaknesses: 1) poor public transportation system; 2) insufficient advertisement of gastronomic tourism; 3) lack of information distribution of local identity; 4) tourism staff lack of relevant skills; 5) shortage of local tourism experts; 6) decoration of eateries lack local identity; and 7) insufficient number of accommodations in Nakhon Si Thammarat. For opportunities: 1) frequent visits by tourists to the two provinces; 2) there is a support from government; 3) ASEAN Community raises the number of visitors;

4) local food becomes more popular; 5) visitors have a tendency to have lunch when travelling and Nakhon Si Thammarat has varieties of lunches. The results of SWOT analysis of Surat Thani finds similarities to those of Nakhon Si Thammarat. The course of potential development of gastronomic tourism of both provinces are local identity, quality of local food, pricing, services, types of eateries, and marketing and advertisement.

**Keywords:** Gastronomic Tourism, Nakhon Si Thammarat, Surat Thani;