

บทคัดย่อภาษาไทย

รหัสโครงการ: ABTC/NKP/0002

ชื่อโครงการ: โครงการแนวทางยกระดับตราสินค้าของสินค้าเกษตรและแหล่งท่องเที่ยว
สู่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม

ชื่อนักวิจัย: แสงแข บุญศิริ, พงษ์สันต์ ตันหยง, ณัฏชา ศิริธนาธร
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

ระยะเวลาโครงการ: 1 ตุลาคม 2551 – 30 กันยายน 2552

การวิจัยเพื่อหาแนวทางการยกระดับตราสินค้าของสินค้าเกษตรและแหล่งท่องเที่ยว
สู่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อ 1) เพื่อศึกษา
พฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสินค้าเกษตรและแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม
2) เพื่อเทียบเคียง (Benchmarking) ตราสินค้าของสินค้าเกษตรและแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม
จากนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมเปรียบเทียบกับคู่แข่ง 3) เพื่อหาตราสินค้าของสินค้าทาง
การเกษตรและแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมใหม่ และ 4) เพื่อหาแนวทางการยกระดับและ
เชื่อมโยงตราสินค้าของสินค้าเกษตรและแหล่งท่องเที่ยวสู่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัด
นครปฐม ทำการเก็บข้อมูลโดยการประชุมระดมสมอง การสัมภาษณ์เชิงลึก และแบบสอบถาม
โดยใช้สถิติวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ นำเสนอผลการวิจัยในรูป
บรรยายเชิงพรรณนา ตาราง แผนภาพ และมีคำบรรยายประกอบ จำแนกตามวัตถุประสงค์การ
ศึกษาวิจัย มีสาระสำคัญดังต่อไปนี้

ผลการวิจัยพบว่า องค์พระปฐมเจดีย์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวมาก
ที่สุด และส้มโอเป็นสินค้าเกษตรที่นักท่องเที่ยวนิยมซื้อมากที่สุด ส่วนการเทียบเคียงกับคู่แข่ง
พบว่าส้มโอได้เปรียบทางการแข่งขันในด้านยอดขายรวม รูปแบบการผลิต สถานที่จัดจำหน่าย
และการจัดทรัพยากรปัญหา องค์พระปฐมเจดีย์มีความเสียเปรียบทางการแข่งขันในด้าน
การให้บริการนักท่องเที่ยว และการประชาสัมพันธ์ ดังนั้นจังหวัดนครปฐมจึงควรเพิ่มผลผลิตส้มโอ
นำสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) มาใช้ให้เห็นเป็นรูปธรรม พัฒนาการประชาสัมพันธ์และสถานที่จัด
จำหน่ายร่วมกัน

คำหลัก : แนวทางยกระดับ, ตราสินค้า, สินค้าเกษตร, แหล่งท่องเที่ยว, อุตสาหกรรมท่องเที่ยว

Abstract

Project Code: ABTC/NKP/0002

Project Title: A Guideline for Leveraging the Brand of Agricultural Product and Tourism Destination into Development Tourism Industry of Nakhonpathom Province

Investigators: Punyasiri S. ,Tanyong P. ,Sirintanathorn N.
Nakhonpathom Rajabhat University

Project Duration: 1 October 2008 – 30 September 2009

A Guideline for Leveraging the Brand of Agricultural Product and Tourism Destination into Development Tourism Industry of Nakhonpathom Province aims to 1) study tourists' consumption behavior in agricultural products and tourist destinations in Nakhon Pathom province, 2) benchmark brands of agricultural products and tourist destinations in Nakhon Pathom province with the competitors, 3) find the new brand of brands of agricultural products and tourist destinations in Nakhon Pathom province. And 4) find a guideline for Leveraging the Brand of Agricultural Product and Tourism Destination into Development Tourism Industry of Nakhonpathom Province. The study employed various techniques for data collection. These included brain storming, in-depth interviews and questionnaires. The data were analyzed by statistical analysis through the use of Means, Frequency and Percentage.

The result found that the most popularity destination is Prapathom Jadi and the most popularity agricultural product is Pamelon. The competitive benchmarking of the pamelon found that the total-sale, production, channel of sale and the Geographic index had more advantages. The competitive benchmarking of Prapathom Jadi found that the public relations and visitor services were disadvantages. Therefore, Nakhonpathom province should increase the productivity of pamelon, use geographic index implementation, and the integration of the development in the channel of sale and the public relations.

Keywords: A Guideline for Leveraging, Brand, Agricultural Product, Tourism Destination, Tourism Industry