

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาแนวทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี 2) เพื่อศึกษารูปแบบอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี 3) เพื่อกำหนดกลยุทธ์การตลาดของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี รูปแบบของการวิจัยครั้งนี้ เป็นวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เนื่องจากเป็นการวิจัยที่ผู้ทำวิจัยทำการศึกษาค้นคว้าโดยอาศัยข้อมูลปฐมภูมิเป็นหลัก โดยใช้ข้อมูลจากการสำรวจ ซึ่งเก็บมาด้วยการใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ การประชุมกลุ่มย่อยจากนั้นนำผลที่ได้มาประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาข้อสรุป ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวนครศรีธรรมราช เป็นแบบครอบครัว และเป็นกลุ่มใหญ่กว่านักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดสุราษฎร์ธานีเล็กน้อย นักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เล็กกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นนักท่องเที่ยวที่ใหญ่กว่าจังหวัดสุราษฎร์ธานีเล็กน้อย การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวใช้จ่ายในจังหวัดสุราษฎร์ธานีสูงกว่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช ส่วนค่าใช้จ่ายเรื่องอาหารนั้นพบว่า นักท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช มีค่าใช้จ่ายด้านอาหารสูงกว่านักท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานี

การกำหนดกลยุทธ์การตลาดของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีคณะผู้วิจัยแบ่งผลการดำเนินงานออกเป็น 2 ส่วน คือ กลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนครศรีธรรมราช และกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดสุราษฎร์ธานี ออกเป็น 2 กลุ่ม คือนักท่องเที่ยวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งแต่ละกลุ่มมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวดังนี้

กลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนครศรีธรรมราช “อาหารพื้นถิ่น ดินแดนวัฒนธรรม” กลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดสุราษฎร์ธานี “อาหารพื้นถิ่น วัตถุประสงค์คุณภาพสูง” การกำหนดกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนครศรีธรรมราช และ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ดังกล่าวสามารถแบ่งได้เป็น 3 ด้านหลัก ๆ ได้แก่ 1) เพิ่มแนวทางเพิ่มค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดสุราษฎร์ธานี 2) การสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายผู้ประกอบการอาหาร 3) การยกระดับมาตรฐานสินค้าทางด้านอาหาร

คำสำคัญ: แนวทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงอาหาร

Abstract

This research is a study of gastronomic tourism marketing in Nakhon Si Thammarat and Surat Thani provinces. With the goals 1.) to study gastronomy tourism behaviors of tourists in Nakhon Si Thammarat and Surat Thani provinces 2.) to study the local food patterns of food tourists in Nakhon Si Thammarat and Surat Thani 3.) to determine the marketing strategy of gastronomy tourism in Nakhon Si Thammarat and Surat Thani. This is a survey research that the researcher studied primarily based on primary data from surveys by using questionnaires, interviews, focus group. The population used in this research is both Thai and foreign tourists in Nakhon Si Thammarat and Surat Thani provinces.

The results showed that Group 1, Thai tourists visiting Nakhon Si Thammarat as a family and the group is slightly larger than tourists visiting Surat Thani Province. Group 2 Foreign tourists are tourists who are smaller than Thai tourists and Nakhon Si Thammarat province is slightly larger than Surat Thani province. The spending of foreign tourists is higher than Thai tourists. And tourists spending in Surat Thani province is higher than tourist spending in Nakhon Si Thammarat Province. For food expenses, it was found that Tourist in Nakhon Si Thammarat have higher food costs than tourists in Surat Thani

Determining the marketing strategy of food tourism in Nakhon Si Thammarat and Surat Thani Province, the researchers divided the results into 2 parts, namely, the tourism marketing strategy, Nakhon Si Thammarat province. And marketing strategies for food tourism in Surat Thani Province The researcher determined the target group of tourists in Nakhon Si Thammarat. and Surat Thani province into 2 groups: Thai tourists and foreign tourists which each group has tourism marketing strategy as follows

Gastronomic tourism marketing strategy, Nakhon Si Thammarat province “Local Cuisine, Land of Culture”

Gastronomic tourism marketing strategy in Surat Thani province “Local Food with High Quality Ingredients”

Formulation of marketing strategies for food tourism in Nakhon Si Thammarat and Surat Thani provinces It can be divided into 3 main areas: 1. Increase guidelines for increasing food tourism expenses in Surat Thani Province 2. Strengthening the network of food operators 3. Raising food product standards.

Keywords : Marketing approach, Gastronomic Tourism