

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

แผนงานวิจัย

แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราช
และจังหวัดสุราษฎร์ธานี

Guideline for gastronomic tourism potential development
in Nakhon Si Thammarat and Surat Thani

โดย

นางสาวกมลวรรณ เหล่ายัง

พฤศจิกายน 2562

สัญญาเลขที่ RDG60T0040

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหาร
ในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

Guideline for gastronomic tourism potential development
in Nakhon Si Thammarat and Surat Thani

โดย

นางสาวกมลวรรณ เหล่ายัง

พฤศจิกายน 2562

สนับสนุนโดยสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

และสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (สกสว.)
(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย วช.- สกสว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยโครงการศึกษาภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีจากความร่วมมือของหลายฝ่าย จึงขอขอบคุณมา ณ ที่นี้ คือ สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (สกสว.) ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ให้ข้อเสนอแนะงานวิจัยเพื่อให้งานสมบูรณ์ขึ้น และขอขอบคุณที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวที่ได้ให้ข้อมูลและข้อเสนอแนะในการทำงานวิจัย และขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สาขาสุราษฎร์ธานีและนครศรีธรรมราช สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้ประกอบการร้านอาหาร และผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และตัวแทนชุมชนทุกท่านที่ให้ข้อเสนอแนะในการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือในการทำวิจัยอย่างดียิ่ง

ขอขอบคุณ เพื่อนๆ พี่ๆ นักวิจัยทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือในการวิจัยอย่างดียิ่ง ขอขอบคุณทุกท่านที่มีส่วนร่วมให้รายงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จไปได้ด้วยดี

คณะผู้วิจัย
พฤศจิกายน 2562

บทสรุปผู้บริหาร Executive Summary

รายละเอียดเกี่ยวกับโครงการวิจัย

ชื่อเรื่อง

(ภาษาไทย) แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและ
จังหวัดสุราษฎร์ธานี

(ภาษาอังกฤษ) Guideline for gastronomic tourism potential development in Nakhon Si
Thammarat and Surat Thani

ชื่อคณะผู้วิจัย

นางสาวกมลวรรณ เหล่ายัง

สาขาธุรกิจเกษตร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

ระยะเวลาทำวิจัย ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2560 ถึงวันที่ 31 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2561

1. บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นสาขาที่สำคัญ ที่สร้างรายได้ทางเศรษฐกิจให้กับหลาย ๆ ประเทศในโลก หากทำการศึกษารายได้จากการท่องเที่ยวรวมทั่วโลกในปี 2558 พบว่า รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้น ร้อยละ 3.6 จากปีก่อน คิดเป็น 1.4 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 47.95 ล้านล้านบาท (อัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ยปี 2558: 1 เหรียญดอลลาร์สหรัฐเท่ากับ 34.25 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2559) หรือ คิดเป็นร้อยละ 7 ของมูลค่าการส่งออกสินค้ารวมทั่วโลก หากจำแนกเป็นรายภูมิภาคพบว่าสหภาพยุโรปมี จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวมากที่สุด จำนวน 608 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 51 ของ นักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาเป็นเอเชียแปซิฟิก จำนวน 279 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 24 ของ นักท่องเที่ยวทั้งหมด เมื่อทำการเปรียบเทียบรายได้จากนักท่องเที่ยว พบว่า สหภาพยุโรปมีรายได้จากการท่องเที่ยว 448 ล้านล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 15,344 ล้านล้านบาท ส่วนเอเชียแปซิฟิกมี รายได้จากการท่องเที่ยว 419 ล้านล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 14,350 ล้านล้านบาท คิดเป็น ร้อยละ 36 และ 34 ของรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งโลกตามลำดับ (UNWTO, 2016) แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในเอเชียแปซิฟิกมีการใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวใน สหภาพยุโรป สำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน พบว่า มีรายได้จากการท่องเที่ยวในปี 2558 คิดเป็นร้อยละ 8.8 ของรายได้จากการท่องเที่ยวรวมทั้งโลก หรือประมาณ 108.8 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ (3,726.4 ล้าน ล้านบาท) มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวทั้งสิ้น 105.1 ล้านคน แยกเป็นนักท่องเที่ยวนอกกลุ่ม อาเซียนร้อยละ 53.2 ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด สำหรับประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวจำนวน 29.88 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี 2557 ร้อยละ 20 หรือประมาณ 5.08 ล้านคน โดยในปี 2558 รายได้จากการท่องเที่ยวในปี 2558 คิดเป็น 1.44 ล้านล้านบาท ขยายตัวร้อยละ

23 จากปีก่อนหน้าโดยปี 2557 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยว 1.17 ล้านล้านบาท หรือประมาณร้อยละ 10 ของรายได้ประชาชาติของไทย และพบว่า รายได้จากอาหารและเครื่องดื่มคิดเป็นร้อยละ 40.13 ของรายได้จากการท่องเที่ยวหรือ 202,863 ล้านบาท (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559; องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวยั่งยืน, 2559)

ปัจจุบันรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนเป็นรูปแบบไป กล่าวคือ นักท่องเที่ยวจะเดินทางท่องเที่ยวตามความสนใจของตนเองมากขึ้นและการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม คือ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) โดย ราณี อิลิซียกุล (2557) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารคือ การท่องเที่ยวเฉพาะที่มีจุดมุ่งหมายหรือแรงจูงใจเพื่อประกอบกิจกรรมและหรือชมกระบวนการผลิตอาหาร ซื้อสินค้าที่เกี่ยวข้องกับอาหาร ทดลองทำอาหาร หรือการเข้าร่วมเทศกาลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอาหารทั้งสิ้น อาหารเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวอีกทั้งเป็นแหล่งรายได้ให้กับคนในท้องถิ่นและแหล่งเศรษฐกิจให้กับแหล่งท่องเที่ยว (Cohen & Avieli, 2004; Selwood, 2003 อ้างถึงใน Francise Eric Amuquandoh, 2011) นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงอาหารก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และภาคเกษตรกรรมทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งอาหารได้ใช้ผลผลิตการเกษตรเป็นวัตถุดิบหลัก

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) ในประเทศไทยได้รับความนิยมเพิ่มสูงขึ้น ในหมู่การท่องเที่ยวทางเลือกซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักแสวงหา ความสุนทรีย์ และความจริงแท้ (Authenticity) จากการท่องเที่ยว เกิดกระแสโหยหาความหลัง (Nostalgia) และความอยู่ดีมีสุข (Well-being) นักท่องเที่ยวมากกว่าร้อยละ 85 มีรายได้สูงและต้องการประสบการณ์จากการทานอาหารในร้านอาหารที่แปลกใหม่และมากกว่าร้อยละ 30 ของนักท่องเที่ยวมองหาอาหารการกินดี ๆ ระหว่างการท่องเที่ยว (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวยั่งยืน, 2559)

จังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นจังหวัดในภาคใต้ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก เนื่องจากจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีพื้นที่ทั้งสภาพป่าดิบชื้นอันอุดมสมบูรณ์ด้วยพืชพรรณ เกาะและหมู่เกาะที่มีชื่อเสียง เช่น เกาะสมุย เกาะพะงัน หมู่เกาะอ่างทอง เกาะเต่า เกาะนางยวน และยังมีแหล่งท่องเที่ยวอื่น เช่น เขื่อนรัชชประภา อุทยานแห่งชาติเขาสก วัดพระบรมธาตุไชยาราชวรวิหาร น้ำตกวิภาวดี สวนโมกขพลาราม เป็นต้น สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณ รัชกาลที่ 10 ทรงมีพระราชดำริว่า “เมืองร้อยเกาะ เงาะอร่อย หอยใหญ่ ไข่แดง แหล่งธรรม ชักพระประเพณี” ทั้งนี้ทำให้จังหวัดสุราษฎร์ธานีได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีเพิ่มขึ้นในทุกๆ ปี ประกอบกับ จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นจังหวัดที่อยู่ติดกับจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย แหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นของจังหวัดนครศรีธรรมราช คือ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร เป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวนครศรีธรรมราชและจังหวัดใกล้เคียง และจังหวัดนครศรีธรรมราชยังมีประเพณีทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย หากพิจารณาจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวพบว่าในปี 2557 มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีจำนวน 7,924,408 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 19 ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดในภาคใต้ และเพิ่มขึ้น เป็น 8,681,707 คน ในปี 2558 และพบว่ามากกว่าร้อยละ 30 ของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีใช้จ่ายสำหรับอาหาร (นันทวรรณ ศิริโกภพัฒน์, 2559; ฤทธิชัย ชัยชาติ, 2559) โดย

เอกลักษณ์ของอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีจะเกี่ยวข้องกับอาหารทะเล ไม่ว่าจะเป็นอาหารที่มีการแปรรูปหรือสดจากท้องทะเล การปรุงอาหารจึงมีการปรุงแต่งด้วยการนำเครื่องเทศมาประกอบเพื่อใช้ในการดับคาวของอาหาร เช่น มีการนำขมิ้นมาใช้เป็นเครื่องปรุง อาหารภาคใต้จึงมีสีเหลือง และนิยมปรุงรสให้มีรสจัด เช่น รสเผ็ด เค็มหรือออกไปทางเปรี้ยว นอกจากนี้อาหารทางภาคใต้จึงต้องมีผักต่างๆ รับประทานควบคู่กันไปด้วย ดังนั้น อาหารภาคใต้จึงเป็นอาหารที่น่ารับประทานอีกภาคหนึ่งและเป็นอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายอยู่มาก เนื่องจากเป็นอาหารทะเลซึ่งมีธาตุอาหารอยู่มากมายนั่นเอง (จิรัชญา มณีเนตร, 2553)

ในปัจจุบันงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารยังมีค่อนข้างจำกัด ทั้งด้านการประเมินศักยภาพเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การศึกษาพฤติกรรมและรูปแบบของการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อจัดทำกลยุทธ์การตลาดเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร รวมถึงการรวบรวมเอกลักษณ์เชิงอาหารโดยเน้นภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อจัดทำเส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับเอกลักษณ์เชิงอาหารและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี (นันทวรรณ ศิริโกพัฒน์, 2559 ; อดาวลัย ช่วยชาติ, 2559)

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น ทำให้คณะวิจัยจึงมีความต้องการศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีเพื่อนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ ภายใต้แนวคิดที่ว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารคือความจริงแท้ที่เน้นคุณค่าความเป็นไทย วิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และประวัติศาสตร์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ เกิดความประทับใจ แล้วสามารถส่งมอบคุณค่า จนกระทั่งเกิดการแบ่งปันและบอกต่อและกลับมาเที่ยวอีกครั้ง โดยแผนงานวิจัยฉบับนี้มุ่งเน้นศึกษาใน 3 ประเด็นหลัก คือ การศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร การศึกษากลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และการจัดทำฐานข้อมูลด้านเอกลักษณ์อาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี
- 2) เพื่อกำหนดกลยุทธ์การตลาดของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี
- 3) เพื่อจัดทำฐานข้อมูลด้านเอกลักษณ์อาหารท้องถิ่นในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี
- 4) เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.3 ขอบเขตการวิจัย

ในการทำวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตดังต่อไปนี้

ขอบเขตประชากรที่ศึกษา

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งประชากรแบ่งเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

1) หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่

- (1) สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี
- (2) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สาขานครศรีธรรมราชและสุราษฎร์ธานี
- (3) สมาอุตสาหกรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

2) หน่วยงานเอกชน

- (1) หอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี
- (2) สมาคมการท่องเที่ยว
- (3) ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร
- (4) ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม/รีสอร์ท
- (5) ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว
- (6) มัคคุเทศก์

3) ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว

- (1) นักวิชาการ

4) ชุมชน

- (1) ประชาชนชุมชน
- (2) ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร

5) นักท่องเที่ยว

ขอบเขตของสถานที่ทำการวิจัย

จังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ขอบเขตของเวลา

ระยะเวลาการทำวิจัย 12 เดือน

1.4 วิธีการดำเนินการวิจัย**ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง**

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยกลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่หลักความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) และแบบการสุ่มแบบบอกต่อ (Snowballing sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้ ด้านอาหาร ด้านวัฒนธรรม เป็นผู้นำชุมชน กลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ใช้วิธีการนัดสัมภาษณ์ จำนวน 7 คน เพื่อหาข้อมูลด้านอาหารท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและสุราษฎร์ธานี กลุ่มตัวอย่างในการประชุมเชิงปฏิบัติการ กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็นไปตามสัดส่วนของพื้นที่จังหวัดละ 15 คน ประกอบด้วย ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัดนครศรีธรรมราชและสุราษฎร์ธานี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

สาขานครศรีธรรมราชและสุราษฎร์ธานี สภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชและสุราษฎร์ธานี หน่วยงานเอกชน ได้แก่ หอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราชและสุราษฎร์ธานี สมาคมการท่องเที่ยวผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ผู้ประกอบการโรงแรม/รีสอร์ท ผู้ประกอบการธุรกิจนันทนาการ มัคคุเทศก์ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและอาหารเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี รวมทั้งหมด 2 จังหวัด จำนวน 30 คน โดยการขออนัดประชุม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ การศึกษาเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อย การศึกษาเชิงปริมาณใช้แบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สรุปประเด็นเนื้อหาจากการสัมภาษณ์จากการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อรวบรวมความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยการระดมความคิดเห็น

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ Analytic Hierarchy Process ซึ่งเป็นการนำเอาข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ การประชุมระดมความคิดเห็นเรื่องจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) ในการท่องเที่ยวเชิงอาหารทั้งของจังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดสุราษฎร์ธานี มาให้ค่าน้ำหนักโดยใช้ตัวเลขแทนค่า เพื่อให้เห็นเป็นรูปธรรม ซึ่งมีกระบวนการ 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การจัดโครงสร้างลำดับการตัดสินใจ 2) การวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของเกณฑ์ในการตัดสินใจ 3) การหาค่าน้ำหนักเกณฑ์ 4) การตรวจสอบความสอดคล้องกันของเหตุผล 5) การจัดลำดับทางเลือก

2. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 1 แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

อาหารในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีลักษณะเป็นอาหารท้องถิ่น โดยมีการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นและตามฤดูกาล ในจังหวัดนครศรีธรรมราช เมนูขึ้นชื่อ คือ ขนมจีน ซึ่งมีลักษณะการทำเป็นเส้นสดและน้ำยาหลายชนิด จังหวัดสุราษฎร์ธานี เมนูขึ้นชื่อ คือ การทำอาหารในกระบอกไม้ไผ่ เช่น การหุงข้าว และปลายอก โดยที่อาหารที่มีลักษณะเหมือนกัน คือ อาหารทะเล เมนูแกง ยำ ต้ม และน้ำพริก เป็นต้น แตกต่างที่การใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นมาประกอบอาหาร โดยนำมาสังเคราะห์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารใน 7 เส้นทาง ดังนี้

1) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีถิ่น ถิ่นศรี” ส่วนใหญ่เน้นวัตถุดิบในท้องถิ่นหรือชุมชน เช่น ยำผักกูด ลาบหยวก แกงส้มปลากะพงลูกปะตอง แกงส้มกุ้งไข่เจียวใบเหรียง แกงส้มหยวกกล้วย แกงไก่หยวกกล้วย แกงหัวท้อ คั่วบูก แกงส้มปลาคลองบอนขมิ้น กะทิหยวกกล้วยเถื่อน ผักกูดลวกกะทิ ต้มข้าไก่ ปลีกกล้วย ยอดเหมะผัดไข่ น้ำพริกพริกไทย ผักกูด ไข่เจียวปลีกกล้วย ลาบหยวก ลาบผักแว่น ดอกไม้ทอด ผัดไทยเส้นมะละกอ เห็ดครงทรงเครื่อง และขนมจีนแกงขมิ้น ชมวิถีอาหารเขาริมรถไฟจันดีและตลาดนาบอน และผลไม้ตามฤดูกาล

2) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีกิน ถิ่นลุ่มน้ำ” ส่วนใหญ่เป็นวิถีการดำเนินชีวิตของชุมชนปากพนัง วัตถุประสงค์ที่ใช้ในการปรุงอาหารหาได้จากในท้องถิ่นหรือชุมชน โดยเฉพาะอาหารทะเล เมนูเด่น เช่น ปลากระบอกที่เป็นของขึ้นชื่อของปากพนัง ต้มส้มปลากระบอก (น้ำส้มจาก) ไข่ปลากระบอกทอด น้ำปลา ปลากระบอกร้า และปลากระบอกแดดเดียว หมี่ผัดเมืองปากพนัง แกงส้มปลากระพง แกงส้มปลาลูกเขาคัน ปลากระพงนึ่งมะนาว ยำสมุนไพรทะเล ปลาโคบต้มส้ม ปลากระบอกต้มส้ม ปลากระพงต้มส้ม กุ้งแม่น้ำ ปลากระพงร้า ปลาโคบทอด ยำปลาจิ้งจั้ง และบ๊ะจ่าง เป็นต้น

3) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีกิน ถิ่นเล แลเมือง” บ้านแหลมโฮมสเตย์ ประกอบด้วยเมนูอาหารทะเล เช่น ปู กุ้ง หมึก พร้อมน้ำจิ้มซีฟู้ด ข้าวมันทะเลโคลน ทอดมันใบโกงกาง หมึกต้มน้ำดำ ข้าวมันเครื่องแกงกุ้ง แกงเนื้อ แกงไก่ ข้าวเหนียวไก่ทอด ข้าวเหนียวหน้าต่าง ๆ ของฝาก คือ ผลิตภัณฑ์โคลน เช่น สบู่โคลน โคลนสปา มาส์กพอกหน้าโคลน และสครับโคลน เป็นต้น ผลไม้จากสวน เช่น ทุเรียน มังคุด เงาะ และลองกอง เป็นต้น เมนูอาหารท้องถิ่น เช่น ต้มไก่บ้านแมงดา ทอดมันกุ้ง แกงเลียงยอดมัน ข้าวยาเครื่องแกง ลูกเห็ดทอด ผักเหลียงอบชีส น้ำพริกสะตอ ขนมตาล ขนมชั้น สลวยกล้วย ลูกประทอด และไข่เป็ดอินทรีย์ เป็นต้น

4) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีกิน ถิ่นสองธรรม” มีเมนูอาหารทะเลต่าง ๆ เช่น แกงคั่วปลาตุ๋นทะเล คั่วกลิ้งปลาอินทรีย์ แกงส้มปลากระพงยอดมะพร้าว ปลากระพงผัดฉ่า แกงส้มหมึกไข่ยอดมะพร้าว ปลากระบอกต้มส้ม ปูม้าผัดผงกระหรี่ แกงเลียงกุ้งสด ปลาทรายทอดขมิ้น ปลากระพงทอด น้ำปลา กุ้งผัดซอสมะขาม ปลาหมึกมะนาว เมี่ยงปลาสาละ ยำสาหร่ายพวงองุ่น ยำใบเหลียงทอด และส้มตำปู เป็นต้น สีนมามะพร้าวเป็นแหล่งเรียนรู้และศึกษาการเลี้ยงหอย มีการสาธิตวิธีการเลี้ยงหอยนางรม การแกะหอยนางรมและรับประทานอย่างถูกวิธี สะอาดปลอดภัย มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่น บรรยายเรื่อง วิถีชีวิตชาวประมง มีกิจกรรมการแสดงหนังตะลุงและกิจกรรมสันทนาการของนักท่องเที่ยว

5) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีกิน ถิ่นเขาตก” คลองสกแบบบูรณา มีกิจกรรม คือ “สวมมงกุฎแพ จิบกาแฟบอกไม้มั” มีเมนู ผัดเหรียง แกงไก่บ้านลูกกล้วย น้ำพริกผักพื้นบ้าน ปลาหีบต้มทอด แกงจืด และผลไม้ตามฤดูกาล กิจกรรม Bamboo cooking มีเมนูอาหาร เช่น ไก่ย่างกับไม้มั แกงกะทิปรุงกับไม้มั ต้มกะทิกับหน่อไม้ หุงข้าวด้วยใบเส้าหรือใบคลุ้ม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาเทพพิทักษ์ มีเมนูอาหารท้องถิ่นส่วนใหญ่จะเป็นแบบบุฟเฟ่ผลไม้ โดยเฉพาะทุเรียนคลองแสง มีเมนูอาหารท้องถิ่น เช่น หลามข้าว ปลายอก และปลาต้ม เป็นต้น

6) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีกิน ถิ่นธรรม” เมนูเด็ดคือ โลงโต่งเส้นหมี่น้ำกระดุกหมู ผักบุ้งไต้หวัน พระรามลงสรง และปาต่องโก๋ทอดเตาถ่าน อาหารของชุมชนลิเล็ด เป็นอาหารทะเล เช่น หอยแครง ปูดำ แกงส้มปลากระบอก และปลาจาระเม็ดทอด เป็นต้น ส่วนอาหารทะเลของแหลมโพธิ์เกาะเสร็จ มีสัตว์น้ำหลายหลายชนิด สัตว์น้ำที่ขึ้นชื่อ คือ ปูม้า และหอยสับเค็ด และหอยรอก เป็นต้น อาหารของอำเภอไชยา เช่น ไข่หมก ขนมบอ น้ำพริกปูม้า ผัดไทยไชยา ข้าวยา ข้าวเหนียวกวน ขนมกรูบ และขนมจิ้ง เป็นต้น

7) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีกิน ถิ่นเกาะ” เมนูอาหารพื้นบ้านของเกาะสมุย เช่น วายคววาย ผัดสับปะรด แกงคั่วเห็ดหลูบ (ดอกไม้ทะเล) แกงคั่วปลากระเบนใบรา หมูคั่วเคย แกงปู ปลาต้มเค็ม

ยำไข่เม่นทะเล ห่อหมกทะเลย่าง ยำสาหร่ายช่อ หอยเจอะ ยำหอยกลม ปลากระพงทอดน้ำปลา เคยจี น้ำชุบแห้ง ขนมจีน และอาหารทะเลต่าง ๆ สินค้าที่เป็นของฝาก คือ กาละแม

ข้อมูลด้านนักท่องเที่ยวสำหรับการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัด นครศรีธรรมราช โดยเก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 300 คน และนักท่องเที่ยวต่างประเทศ จำนวน 100 คน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ชาวต่างชาติมีอายุระหว่าง 20-30 ปี สถานภาพสมรสหรืออยู่ด้วยกัน การศึกษาระดับปริญญาตรี นักท่องเที่ยวชาวไทยประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวส่วนใหญ่อาศัยในภาคใต้ นักท่องเที่ยวต่างประเทศส่วนใหญ่ เกษียณอายุมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001-70,000 บาท โดยนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวส่วนใหญ่อาศัยในทวีป ยุโรป นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช มีการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยปีละ 1-3 ครั้ง ส่วนใหญ่มักพักผ่อน โดยเดินทางท่องเที่ยวพร้อมครอบครัว นักท่องเที่ยวชาวไทยใช้รถยนต์เป็นยานพาหนะสำหรับเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว ส่วนนักท่องเที่ยวต่างประเทศใช้รถรับจ้างประจำทางเป็นยานพาหนะสำหรับเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทั้งชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างประเทศไม่รู้จักแนวทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราช ความ คิดเห็นเกี่ยวกับการให้ความสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยเฉลี่ย 2.65 และ นักท่องเที่ยวต่างประเทศให้ความสำคัญโดยเฉลี่ย 2.57 ความคิดเห็นเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า นักท่องเที่ยวมีความสนใจอยากไปท่องเที่ยวเชิงอาหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช แต่นักท่องเที่ยวต่างประเทศมีความสนใจอยากไปท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัด สุราษฎร์ธานี เส้นทางที่นักท่องเที่ยวชาวไทยสนใจและอยากไปท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช คือ เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารคีรีวง ลานสกา และจันดี เส้นทางที่นักท่องเที่ยวชาวไทยสนใจและอยากไป ท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกาะสมุย ความคิดเห็นเกี่ยวกับ เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและ ต่างประเทศให้ความสำคัญความมาก ($\bar{X}=4.16$ $SD=0.55$, $\bar{X}=3.61$ $SD=0.45$) เมื่อพิจารณาเป็นราย ด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับความสำคัญ มากที่สุดเท่ากัน คือ เส้นทางเหมาะสมกับการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้อาหาร สถานที่ท่องเที่ยว แต่ละจุดมี ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึง ($\bar{X}=4.24$ $SD=0.77$) เส้นทางท่องเที่ยวโดยรวมมีศักยภาพที่จะพัฒนา ($\bar{X}=4.24$ $SD=0.76$) ตามลำดับ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความคิดเห็นเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยวเชิง อาหารในระดับความสำคัญมาก คือ สถานที่ท่องเที่ยวในเส้นทางมีความน่าสนใจและสอดคล้องกับแนวคิด การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ($\bar{X}=3.81$ $SD=0.80$)

ข้อมูลด้านนักท่องเที่ยวสำหรับการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ ธานี โดยเก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 240 คน และนักท่องเที่ยวต่างประเทศ จำนวน 360 คน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีสถานภาพสมรสโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี และส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท โดยนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวส่วนใหญ่อาศัยในภาคใต้ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มี สถานภาพสมรสหรืออยู่ด้วยกัน การศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้

เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท โดยนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวส่วนใหญ่อาศัยในทวีปยุโรป นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศที่มาเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยปีละ 1-3 ครั้ง ส่วนใหญ่มาพักผ่อน โดยเดินทางท่องเที่ยวพร้อมครอบครัว นักท่องเที่ยวชาวไทยใช้รถยนต์เป็นยานพาหนะสำหรับเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว ส่วนนักท่องเที่ยวต่างประเทศใช้รถเช่าเป็นยานพาหนะสำหรับเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างประเทศไม่รู้จักแนวความคิดการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ความสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานีในภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยเฉลี่ย 2.54 และนักท่องเที่ยวต่างประเทศให้ความสำคัญโดยเฉลี่ย 2.42 ความคิดเห็นเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า นักท่องเที่ยวมีความสนใจอยากไปท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดสุราษฎร์ธานี และนักท่องเที่ยวต่างประเทศมีความสนใจอยากไปท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดสุราษฎร์ธานี เส้นทางที่นักท่องเที่ยวชาวไทยสนใจและอยากไปท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกาะสมุย ความคิดเห็นเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานีในภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศให้ความสำคัญมาก ($\bar{X}=3.94$ $SD=0.57$, $\bar{X}=3.95$ $SD=0.47$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับความสำคัญมากเท่ากัน คือ เส้นทางท่องเที่ยวโดยรวมมีความน่าสนใจ ($\bar{X}=4.00$ $SD=0.779$) และเส้นทางท่องเที่ยวโดยรวมมีศักยภาพที่จะพัฒนา ($\bar{X}=4.00$ $SD=0.82$) นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความคิดเห็นเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับความสำคัญมาก คือ เส้นทางเหมาะสมกับการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้อาหาร ($\bar{X}=4.18$ $SD=0.62$)

การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยแบ่งองค์ประกอบการประเมิน 4 ด้าน ดังนี้ 1) ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีสัดส่วนร้อยละ 40 2) ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีสัดส่วนร้อยละ 10 3) การบริหารจัดการ มีสัดส่วนร้อยละ 40 และ 4) การมีส่วนร่วมของชุมชน มีสัดส่วนร้อยละ 10 ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับมาตรฐานของศักยภาพอยู่ในระดับดีมาก จำนวน 4 เส้นทาง ประกอบด้วย เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะคะแนนรวม 76.47 รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นคีรี คะแนนรวม 72.69 เส้นทางวิถีกิน ถิ่นธรรม คะแนนรวม 72.34 และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นเขาสก คะแนนรวม 72.16 ระดับมาตรฐานของศักยภาพอยู่ในระดับดีมีจำนวน 1 เส้นทาง คือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นสองธรรม คะแนนรวม 69.32 และระดับมาตรฐานของศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 2 เส้นทาง ประกอบด้วย เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเล แลเมือง คะแนนรวม 58.98 และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นลุ่มน้ำ คะแนนรวม 57.97

1) ด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นธรรม มีศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารมากที่สุด (ร้อยละ 30.21) รองลงมา คือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นคีรี (ร้อยละ 29.97) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะ (ร้อยละ 29.17) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเขาสก (ร้อยละ 28.26) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นสองธรรม (ร้อยละ 27.34) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นลุ่มน้ำ (ร้อยละ 25.62) และเส้นทางวิถีกิน

ถิ่นเล แลเมือง (ร้อยละ 24.58) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านคุณค่าทางวัฒนธรรมอาหาร มีสัดส่วนร้อยละ 23 พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นคีรี มีศักยภาพมากที่สุด (ร้อยละ 16.70) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นธรรม (ร้อยละ 16.02) และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นเขาสก (ร้อยละ 15.90) ตามลำดับ ด้านศักยภาพทางกายภาพและการจัดกิจกรรม มีสัดส่วนร้อยละ 17 พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะ มีศักยภาพมากที่สุด (ร้อยละ 14.87) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นธรรม (ร้อยละ 14.19) และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นคีรี (ร้อยละ 13.27) ตามลำดับ

2) ด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะมีศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารมากที่สุด (ร้อยละ 8.20) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นคีรี (ร้อยละ 7.40) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเล แลเมือง (ร้อยละ 7.00) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นธรรม (ร้อยละ 6.80) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเขาสก (ร้อยละ 6.40) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นลุ่มน้ำ และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นสองธรรม (ร้อยละ 5.80) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านศักยภาพในการพัฒนา สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน มีสัดส่วนร้อยละ 5 พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะ มีศักยภาพมากที่สุด (ร้อยละ 4.20) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเล แลเมือง (ร้อยละ 3.80) และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นคีรี (ร้อยละ 3.60) ตามลำดับ ด้านศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก มีสัดส่วนร้อยละ 5 พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะ มีศักยภาพมากที่สุด (ร้อยละ 4.00) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นคีรี (ร้อยละ 3.80) และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นเล แลเมือง (ร้อยละ 3.20) ตามลำดับ

3) ด้านการบริหารจัดการ พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะ มีศักยภาพในการบริหารจัดการมากที่สุด (ร้อยละ 30.63) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเขาสก (ร้อยละ 28.34) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นสองธรรม (ร้อยละ 27.84) วิถีกิน ถิ่นคีรี (ร้อยละ 26.84) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นธรรม (ร้อยละ 26.17) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นลุ่มน้ำ (ร้อยละ 19.31) และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นเล แลเมือง (ร้อยละ 18.84) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีสัดส่วนร้อยละ 12 พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะ มีศักยภาพมากที่สุด (ร้อยละ 8.99) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นคีรี (ร้อยละ 8.46) และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นสองธรรม (ร้อยละ 8.26) ตามลำดับ ด้านการจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีสัดส่วนร้อยละ 28 พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะ มีศักยภาพมากที่สุด (ร้อยละ 21.64) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเขาสก (ร้อยละ 20.15) และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นสองธรรม (ร้อยละ 19.58) ตามลำดับ

4) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเขาสก และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นธรรม มีศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นมากที่สุด (ร้อยละ 9.16) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเล แลเมือง (ร้อยละ 8.56) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นคีรี (ร้อยละ 8.48) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะ (ร้อยละ 8.47) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นสองธรรม (ร้อยละ 8.33) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นลุ่มน้ำ (ร้อยละ 7.48) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีสัดส่วนร้อยละ 3 พบว่า เส้นทางวิถีกิน เขาสก และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นธรรม มีศักยภาพมากที่สุด (ร้อยละ 3.00) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเล แลเมือง และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นสองธรรม (ร้อยละ 2.62) ตามลำดับ ด้านชุมชนมีส่วนร่วมเชิงเศรษฐกิจจากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีสัดส่วนร้อยละ 7 พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะ มีศักยภาพมากที่สุด (ร้อยละ 6.22) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นคีรี เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเขาสก และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นธรรม (ร้อยละ 6.16) ตามลำดับ

การจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบความเป็นไปได้ของเส้นทางท่องเที่ยวโดยข้อมูลโปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยวมา

จากการจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) จำนวน 30 คน กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็นไปตาม สัดส่วนของพื้นที่จังหวัดละ 15 คน จากตัวแทนทุกภาคส่วนของจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัด สุราษฎร์ธานี โดยจัดทำประชาพิจารณ์เพื่อกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อเชื่อมโยงกับแหล่ง ท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี รวมทั้งการทำแผนที่เส้นทางท่องเที่ยว เชิงอาหารจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี สื่อวิดีโอในการนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยว เชิงอาหาร ข้อเสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร และปัญหา อุปสรรค และแนวทางการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร ประกอบด้วย 7 โปรแกรม ดังนี้

- 1) โปรแกรม “วิถีถิ่น ถิ่นคีรี” แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเส้นทาง 3 อำเภอ “เมือง ลานสกา และช้างกลาง” เป็นการจัดเส้นทางท่องเที่ยวแบบ 3 วัน 2 คืน
- 2) โปรแกรม “วิถีถิ่น ถิ่นลุ่มน้ำ” แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเส้นทาง 2 อำเภอ “เมือง และ ปากพนัง” เส้นทางท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน
- 3) โปรแกรม “วิถีถิ่น ถิ่นเล แลเมือง” แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเส้นทาง 3 อำเภอ “ท่าศาลา เมือง และพรหมคีรี”
- 4) โปรแกรม “วิถีถิ่น ถิ่นสองธรรม” แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเส้นทาง 3 อำเภอ 2 จังหวัด “ท่าศาลา ชนอม และกาญจนดิษฐ์” เส้นทางท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน
- 5) โปรแกรม “วิถีถิ่น ถิ่นเขาสก” แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเส้นทาง 2 อำเภอ “บ้านตาขุน และพนม” เส้นทางท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน
- 6) โปรแกรม “วิถีถิ่น ถิ่นธรรม” แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเส้นทาง 2 อำเภอ “เมือง และไชยา”
- 7) โปรแกรม “วิถีถิ่น ถิ่นเกาะ” แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเส้นทาง 1 อำเภอ “เกาะสมุย” เส้นทางท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน

การจัดทำแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี แบ่งออกเป็น 6 ด้าน ดังนี้

1) ด้านเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น เนื่องจากในแต่ละเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารจะมีความ แตกต่างกันในด้านการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นมาปรุงอาหาร และวัตถุดิบในแต่ละฤดูกาล ดังนั้น ในการทำ เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร ต้องระบุไว้ในโปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารไว้ด้วย เอกลักษณ์ ของอาหารในท้องถิ่นมักมีพฤติกรรมการเล่นแบบ เช่น การทำปลาต้ม การทำข้าวหลาม ดังนั้น ควร ส่งเสริมและสนับสนุนให้ชุมชนหาจุดเด่น หรือเอกลักษณ์ของอาหารในท้องถิ่นเพื่อสร้างความแปลกใหม่ และความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยว

2) ด้านสถานที่จำหน่ายอาหารท้องถิ่นของจังหวัด ควรส่งเสริมและสนับสนุนให้มีจุดศูนย์กลาง อาหารของแต่ละจังหวัด เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ซื้อสินค้าและของที่ระลึกเกี่ยวกับอาหารในพื้นที่ ในปัจจุบัน เป็นร้านของเอกชน ยังไม่มีของภาครัฐบาล ดังนั้น ควรสร้างความร่วมมือกับหอการค้าจังหวัดร่วมกับ ผู้ประกอบการในการจัดตั้งศูนย์กลางอาหารของจังหวัด

3) ด้านมาตรฐานและความสะอาดของอาหาร หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการด้านอาหาร ควรส่งเสริมและยกระดับอาหารและร้านอาหารให้ได้รับมาตรฐานคุณภาพ มีความสะอาดปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งการให้ความรู้ในด้านการจัดงานจากวัตถุดิบจากธรรมชาติในท้องถิ่นเพื่อให้อาหารน่าสนใจ

4) ด้านการเล่าเรื่องราวของอาหาร (Story Food) ในแต่ละเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ควรมีการเล่าเรื่องราวความเป็นมาของอาหาร วัตถุดิบ ส่วนประกอบของอาหาร คุณค่าโภชนาการของอาหาร และอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบ และเป็นการประชาสัมพันธ์และสร้างเอกลักษณ์ คุณค่าให้กับอาหารในท้องถิ่น รวมทั้งให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม เช่น การปรุงอาหาร หรือการสาธิตการทำงานในแต่ละเส้นทางกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อก่อให้เกิดประสบการณ์ และการเรียนรู้ร่วมกันของนักท่องเที่ยว

5) ด้านการสื่อความหมายและการสร้างมัลติมีเดียในการเล่าเรื่องราวในแต่ละเส้นทาง การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เนื่องจากในแต่ละเส้นทางของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีบางเส้นทางที่เป็นเส้นทางใหม่ ขาดการสื่อความหมายของเรื่องราวของอาหารทำให้ขาดความน่าสนใจ ควรพัฒนานักมัลติมีเดียรุ่นใหม่ในพื้นที่ เพื่อสืบสานความเป็นมา เอกลักษณ์ของอาหาร และการสร้างมัลติมีเดียภาษาอังกฤษในชุมชน เพื่อการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

6) ด้านการประชาสัมพันธ์อาหารท้องถิ่น ควรพัฒนาระบบ Mobile Application และการจัดทำ QR Code ทั้งภาษาไทยภาษาอังกฤษ ภาษาจีน หรือภาษาอื่น ๆ เพื่อการอธิบายเรื่องราวของอาหารแต่ละชนิด และเป็นแหล่งข้อมูลสำหรับการเผยแพร่การท่องเที่ยวเชิงอาหาร รวมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนการทำ Content ประชาสัมพันธ์อาหารพื้นเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เทศกาลหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูลก่อนตัดสินใจมาท่องเที่ยว

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 2 กลยุทธ์การตลาดของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เพศหญิง โสด รายได้ปานกลาง เดินทางมาด้วยสายการบินต้นทุนต่ำ ไม่พักโรงแรมหรู วัตถุประสงค์การเดินทางคือ เพื่อการพักผ่อน เยี่ยมเพื่อนหรือญาติ และร่วมประเพณีในท้องถิ่น ส่วนใหญ่มาเที่ยวในพื้นที่อำเภอเมือง ศีรีวงและขนอม การมาเที่ยวซ้ำ 2 – 4 ครั้งในรอบระยะเวลา 5 ปี ภูมิลำเนามาจากกรุงเทพมหานครและจังหวัดในพื้นที่ภาคใต้ เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก เป็นลักษณะของกลุ่มครอบครัวมีขนาดกลุ่มนักท่องเที่ยว 3-4 คน ใช้รถส่วนตัวเข้ามาในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชและท่องเที่ยว ระยะเวลาการมาท่องเที่ยวเฉลี่ยในจังหวัด 3-7 วัน และมักจะย้ายที่พักไปใกล้แหล่งท่องเที่ยววันนั้น ๆ งบประมาณการท่องเที่ยวครั้งเฉลี่ย คนละ 2,654 บาท งบประมาณค่าอาหาร 269 บาทต่อคนต่อมื้อ สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนใหญ่เพศหญิง สมรสแล้ว รายได้ปานกลาง เดินทางมาด้วยสายการบินต้นทุนต่ำ ไม่พักโรงแรมหรู วัตถุประสงค์ในการเดินทางคือ เพื่อการพักผ่อน นิยมท่องเที่ยวในอำเภอเมืองนครศรีธรรมราช ขนอม สีชล ศีรีวง พฤติกรรมมาเที่ยวซ้ำในช่วง 5 ปี ครั้งที่ 2 ภูมิลำเนาจากกลุ่มประเทศในเอเชีย เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวจีนมาเลเซีย ฮองกง เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก เป็นลักษณะของกลุ่ม

ครอบครัวมีขนาดกลุ่มนักท่องเที่ยว 3-4 คน เดินทางมาจังหวัดนครศรีธรรมราชโดยเครื่องบิน ส่วนการเดินทางในจังหวัดนิยมจ้างบริษัทนำเที่ยว ระยะเวลาการมาท่องเที่ยวเฉลี่ย มากกว่า 7 วัน งบประมาณการท่องเที่ยวครั้งเฉลี่ยคนละ 13,790 บาท งบประมาณค่าอาหาร 698 บาทต่อคนต่อมือ โดยเน้นอาหารเย็น

ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี นักท่องเที่ยวชาวไทย เพศหญิง สมรสแล้ว รายได้ปานกลาง เดินทางมาด้วยสายการบินต้นทุนต่ำ พักโรงแรมหรือวัดอุปประสงค์ในการเดินทางคือเพื่อการพักผ่อน เยี่ยมเพื่อนหรือญาติ พื้นที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเขาสูงและเขื่อนรัชชประภา พฤติกรรมการเที่ยวซ้ำในช่วง 5 ปี จำนวน 2-4 ครั้ง ภูมิลำเนามาจากกรุงเทพมหานครและจังหวัดในพื้นที่ภาคใต้ เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก เป็นลักษณะของกลุ่มครอบครัวมีขนาดกลุ่มนักท่องเที่ยว 3-4 คน การเดินทางจะใช้รถส่วนตัวในการเดินทางเข้ามาในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานีและใช้รถส่วนตัวในการเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาการมาท่องเที่ยวเฉลี่ย 3-7 วัน และมักจะย้ายที่พักไปใกล้แหล่งท่องเที่ยววันนั้น ๆ งบประมาณการท่องเที่ยวครั้งเฉลี่ย คนละ 5,180 บาท งบประมาณค่าอาหาร 146 บาทต่อคนต่อมือ นักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนใหญ่เพศชาย สมรสแล้ว รายได้สูง เดินทางมาด้วยสายการบิน full service พักโรงแรมหรือวัดอุปประสงค์เพื่อการพักผ่อน พื้นที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมคือเกาะสมุย มาท่องเที่ยวครั้งแรก ภูมิลำเนาจากอังกฤษ ฝรั่งเศส แคนาดา เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก เป็นลักษณะของกลุ่มครอบครัวมีขนาดกลุ่มนักท่องเที่ยว 1-2 คน เดินทางมาจังหวัดสุราษฎร์ธานีโดยเครื่องบิน ส่วนการเดินทางในจังหวัดนิยมจ้างบริษัทนำเที่ยว ระยะเวลาการมาท่องเที่ยวเฉลี่ยในจังหวัดมากกว่า 7 วัน งบประมาณการท่องเที่ยวครั้งเฉลี่ยคนละ 47,462 บาท งบประมาณค่าอาหาร 313 บาทต่อคนต่อมือ

ด้านรูปแบบอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมักจะเดินทางมาท่องเที่ยวช่วงวันเสาร์อาทิตย์ (นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาทุก ๆ วัน) นักท่องเที่ยวเคยรับประทานอาหารท้องถิ่นนครศรีธรรมราชมาก่อน นึกถึงความเผ็ดร้อนของเครื่องเทศควบคู่กับความสดของอาหารทะเล มีอาหารที่นักท่องเที่ยวนิยมรับประทานอาหารท้องถิ่น คือ มื้อกลางวันและมื้อเย็น เจาะจงที่ประเภทอาหารที่เลือกรับประทาน เช่น อาหารทะเลหรือขนมจีนมากกว่าการที่จะเจาะจงซื้อร้าน ร้านอาหารทั่วไป หรือมีทำเลอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวจะได้รับการพิจารณามากที่สุด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะรับรู้เมนูอาหารท้องถิ่นที่มีชื่อเสียงมาแล้วก่อนที่จะมาท่องเที่ยว การตัดสินใจบริโภคจึงขึ้นกับตัวเองเป็นหลัก รองลงมาคือการตัดสินใจโดยครอบครัว หรือญาติรับรู้ข้อมูลจากคนรู้จัก และสื่อออนไลน์มากที่สุดรูปแบบอาหารท้องถิ่นของนครศรีธรรมราชที่นักท่องเที่ยวนิยมรับประทานที่โดดเด่นคืออาหารท้องถิ่นที่มีเครื่องปรุงที่จัดจ้าน ชอบรสชาติอาหารมากกว่าต้องการลองสิ่งแปลกใหม่

ด้านรูปแบบอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มักจะเดินทางมาท่องเที่ยวช่วงวันเสาร์อาทิตย์และวันหยุดเทศกาล (นักท่องเที่ยวต่างชาติ ช่วงเดือนธันวาคม-เมษายน) นักท่องเที่ยวเคยรับประทานอาหารท้องถิ่นของจังหวัดสุราษฎร์ธานี นึกถึงความสดใหม่และรสชาติจัดจ้านของอาหารทะเล นึกถึงความสดใหม่และรสชาติจัดจ้านของอาหารทะเล มีอาหารที่นักท่องเที่ยวนิยมรับประทานอาหารท้องถิ่น คือ มื้อกลางวัน เจาะจงที่ประเภทอาหารที่เลือกรับประทาน มากกว่าการที่จะเจาะจงซื้อร้าน ร้านอาหารทั่วไป หรือมีท่าเลอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวจะได้รับการพิจารณามากที่สุด รูปแบบอาหารท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวนิยมรับประทาน ที่โดดเด่นคืออาหารท้องถิ่นที่มีวัตถุดิบที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น นักท่องเที่ยวไทยชอบรสกลมกล่อม ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติชอบรสชาติอาหารที่มีความเผ็ดและหวาน

ด้านกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนครศรีธรรมราช สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย กลยุทธ์ที่เหมาะสมคือ 1) สื่อสารเพื่อแสดงถึงอัตลักษณ์ของอาหารปักษ์ใต้ 2) สร้างความร่วมมือกับกลุ่มศักยภาพเพื่อพัฒนาธุรกิจอาหารท้องถิ่น 3) สร้างการรับรู้อัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นผ่านวัฒนธรรมประเพณี 4) กระตุ้นค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพ 5) กลยุทธ์กระจายช่วงเวลาการท่องเที่ยว สำหรับกลยุทธ์ที่เสนอเพิ่มเติม คือ การพัฒนาด้านการขนส่ง พัฒนาศักยภาพอาหารในส่วนของผู้ผลิต และผลไม้ มี Hotline รับปรึกษาปัญหาให้กับผู้ประกอบการที่กำลังเริ่มทำธุรกิจ การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการรับทราบและดำเนินกิจการตามกลยุทธ์การตลาด สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ กลยุทธ์ที่เหมาะสมคือ 1) ขยายการรับรู้คุณค่า 2) สร้างความร่วมมือกับกลุ่มศักยภาพเพื่อพัฒนาธุรกิจอาหารท้องถิ่นสู่มาตรฐานสากล 3) ขยายฐานตลาดกลุ่มความสนใจพิเศษ 4) กระตุ้นการใช้จ่ายของกลุ่มนักท่องเที่ยว AEC กลยุทธ์ที่เสนอเพิ่มเติมคือของฝาก/ขนกลับยาก และการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการรับทราบและดำเนินกิจการตามกลยุทธ์การตลาด กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผลไม้และของฝาก ประกอบด้วย 1) สร้างการรับรู้อัตลักษณ์ของของฝาก/ผลไม้ 2) พัฒนามาตรฐานอาหาร 3) การผลิตสื่อออนไลน์บอกเล่าเรื่องราวของอาหาร 4) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝาก/ผลไม้ กลยุทธ์ที่เสนอเพิ่มเติม การพัฒนาที่ต่อเนื่องให้ผู้ประกอบการเข้าใจและเข้าถึง

ด้านกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดสุราษฎร์ธานี สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย กลยุทธ์ที่เหมาะสมคือ 1) สร้างการรับรู้อัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นผ่านวัฒนธรรมประเพณี 2) สร้างความร่วมมือกับกลุ่มศักยภาพเพื่อพัฒนาธุรกิจอาหารท้องถิ่น 3) สร้างการรับรู้ เรื่องแหล่งวัตถุดิบคุณภาพในท้องถิ่น 4) สื่อสารข้อมูลอาหารท้องถิ่นที่มีจำหน่ายในตลาดอาหาร 5) ขยายฐานการตลาดผ่านการรับรู้ในเวทีระดับชาติ 6) กลยุทธ์กระจายช่วงเวลาการท่องเที่ยว 7) กระตุ้นค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพ สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ กลยุทธ์ที่เหมาะสมคือ 1) สนับสนุนให้เกิดความร่วมมือการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารระหว่างผู้ประกอบการร้านอาหารท้องถิ่นกับผู้ประกอบการรถโดยสารในพื้นที่ 2) สร้างความร่วมมือกับกลุ่มศักยภาพเพื่อพัฒนาธุรกิจอาหารท้องถิ่นสู่มาตรฐานสากล 3) ขยายการรับรู้

คุณค่า 4) ขยายฐานตลาดกลุ่มความสนใจพิเศษ 5) ขยายฐานการตลาดผ่านการรับรู้ในเวทีโลก สำหรับกลยุทธ์ที่เสนอเพิ่มเติม คือ การขนส่งสาธารณะที่มีมาตรฐานการขนส่ง กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผลไม้และของฝากของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ประกอบด้วย 1) พัฒนามาตรฐานอาหาร 2) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝาก 3) การสร้างการรับรู้ด้านอัตลักษณ์ของของฝาก กลยุทธ์ที่เสนอเพิ่มเติม คือ คุณภาพของอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ชุมชนดั้งเดิม ลิขสิทธิ์ของสินค้าชุมชน ความปลอดภัย ปลอดภัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 3 การจัดทำฐานข้อมูลด้านเอกลักษณ์อาหารท้องถิ่นในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ด้านการศึกษาประเภทของอาหารท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า อาหารท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีความหลากหลาย แต่มีลักษณะที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งอาหารท้องถิ่นทั้งสองจังหวัดดังกล่าว เน้นการนำวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นปรุงแต่ง อาหารท้องถิ่นเป็นวัฒนธรรม องค์การยูเนสโกจัดให้ศิลปะของอาหารท้องถิ่นเป็นมรดกทางวัฒนธรรมแห่งมนุษยชาติที่ไม่สามารถจับต้องได้ และอาหารท้องถิ่นก็ยังสามารถเป็นเครื่องมือในการกำหนดภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทาง และสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ซึ่งวัฒนธรรมอาหารการกินของถิ่นได้มีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ คนพื้นถิ่นดั้งเดิมการปรุงอาหารแบบง่าย ๆ เมื่อมีชนชาติอินเดียเป็นผู้ริเริ่มเกิดเป็นวัฒนธรรมการปรุงอาหารโดยมาใช้ในการชั้นปกครองแพร่หลายไปในวิถีของถิ่น ผู้คนเริ่มใช้เครื่องครัว เตาไฟ ห้อมดินจนถึงการทำแกง ขนมนั้นเป็นอาหารเฉพาะท้องถิ่นขึ้น ซึ่งวัฒนธรรมการกินอาหารของชาวใต้จะมีความหลากหลายเนื่องจากเป็นภูมิภาคที่มีการเดินทางเข้าออกของอารยประเทศ มีการวัฒนธรรมมาเผยแพร่ที่หลากหลาย เช่น ชาวจีน นำกระทะ ตะหลิว อังโหล่ ผักดอง กระเทียมดอง และเมล็ดพืชผักจากต่างแดนเข้ามา อาหารไทยท้องถิ่นก็เริ่มเปลี่ยนแปลง ลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ของอาหารได้คือรสชาติเผ็ด ส่วนวัตถุดิบที่เป็นเนื้อสัตว์ที่นิยมใช้ในการปรุงอาหาร เช่น แกงเนื้อ ซึ่งเนื้อจะหมายถึง เนื้อวัวหรือเนื้อควาย หมู ไก่ ปลาทั้งน้ำจืดและน้ำทะเล และสัตว์ปีกต่างๆ ซึ่งแกงเนื้อ อาหารท้องถิ่นใต้จะไม่นิยมใส่ผัก หรือ ภาษาท้องถิ่นเรียกว่า “การทอดผัก” การใส่ผักมากนักยิ่งเพียงใดจะกลายเป็นชื่อเมนูอาหาร เช่น แกงหมู อาจจะมีการใส่ผักแต่อาจจะน้อย แต่ถ้าใส่ผักจำนวนมาก อาจจะเรียกตามผักที่ใส่ เช่น แกงสมรม คือแกงที่มีการใส่ผักหลากหลาย เช่น หน่อไม้ สะตอ ถั่วฝักยาว เป็นต้น แต่แกงสมรม อาจจะมีการใส่เนื้อไก่ หรือ เนื้อหมูก็ได้ หรืออาจจะเรียกทั้งสองอย่างว่า “แกงสมรมหมู” ส่วนแกงเลียงจะต้องประกอบด้วยกะปิ และใส่ผักเป็นวัตถุดิบ และชื่อเรียกแกงเลียงจะเรียกตามวัตถุดิบของผักที่ใส่ เช่น ใส่ หัวปลี จะเรียกว่า แกงเลียงหัวปลี ใส่ลวกอ (มะละกอ) จะเรียกว่าแกงเลียงลวกอ หากแกงเลียงไม่ใส่กะปิ จะเรียกว่าแกงจืด ซึ่งจริงๆ แกงจืดไม่ใช่อาหารท้องถิ่นได้ แต่เป็นอาหารของชาวจีน การเรียกชื่อแกงเลียงก็เช่นกัน จะเรียกตามวัตถุดิบของผักที่ใส่ในแกงเลียง เช่น แกงเลียงหยวกกล้วย แกงเลียงหัวปลี เป็นต้น ส่วนประเภทต้ม มักนิยมใส่เนื้อสัตว์ติดกระดูกเป็นหลัก รวมถึงบางครั้งจะใส่เครื่องในสัตว์ผสมด้วย

ด้านการศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี มี

ความหลากหลาย ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งเรียนรู้ เช่น สีนามะฟาร์ม ศูนย์ผลิตน้ำส้มจาก อำเภอปากพนัง ตลอดจน ตลาดหรือถนนคนเดินที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางซื้อของฝากได้ และยังมีกิจกรรมในการปรุงอาหารต่าง ๆ มากมาย

ฐานข้อมูลที่นักท่องเที่ยวต้องการ คือ การออกแบบฐานข้อมูลที่นักท่องเที่ยวสามารถศึกษาข้อมูลของอาหารท้องถิ่นทั้งสองจังหวัด ซึ่งฐานข้อมูลดังกล่าวยังมีรายละเอียดของวัตถุดิบ กรรมวิธีในการปรุงอาหาร ตลอดจนวิธีการรับประทานอาหารและแหล่งการผลิตอาหารแต่ละประเภท

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 4 เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ด้านการศึกษาจุดแข็ง 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) การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารยังไม่หลากหลาย 3) ขาดการบริการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ของท้องถิ่น 4) บุคลากรด้านการท่องเที่ยวยังขาดทักษะและความพร้อม 5) ขาดแคลนบุคลากรในท้องถิ่นที่ชำนาญด้านการท่องเที่ยว 6) การตกแต่งของร้านอาหารไม่มีความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นภาคใต้ 7) ด้านที่พักและโรงแรมยังมีน้อยในจังหวัดนครศรีธรรมราชยังมีน้อย 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 และด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์

3. ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัย

ชุดโครงการมีความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ และสอดคล้องกับงบประมาณที่วางไว้ในโครงการด้านความคุ้มค่า โดยโครงย่อย 1 คณะวิจัย ได้นำเสนอโครงการวิจัยที่สามารถสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำนวน 7 เส้นทาง ได้แก่ 1) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีกิน ถิ่นศรี” 2) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีกิน ถิ่นลุ่มน้ำ” 3) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีกิน ถิ่นเล แลเมือง” 4) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีกิน ถิ่นสองธรรม” 5) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีกิน ถิ่นเขาสก” 6) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีกิน ถิ่นธรรม” 7) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีกิน ถิ่นเกาะ” นอกจากนี้ได้นำเสนอแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร อันจะนำไปสู่การสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวให้กับจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีอีกทางหนึ่ง

โครงย่อย 2 คณะวิจัย ได้นำเสนอพฤติกรรมกลยุทธ์การตลาดอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยการวิเคราะห์ได้จำแนกการศึกษา ออกเป็นจังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดสุราษฎร์ธานี และการนำเสนอกลยุทธ์การตลาดแยกออกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ชาวต่างชาติ รวมทั้งกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจของฝาก ของที่ระลึก

โครงย่อย 3 คณะวิจัย ได้นำเสนอ ประเภทของอาหารท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี และมีการจัดทำฐานข้อมูลด้านเอกลักษณ์อาหารท้องถิ่นในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีในรูปแบบของเว็บไซต์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวและผู้สนใจสามารถเข้าไปศึกษารายละเอียดของอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีได้ และแผนงานวิจัย ได้นำเสนอ แนวทางแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

4. การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว ผู้ประกอบการร้านอาหาร และชุมชน สามารถนำข้อมูลเอาไปใช้ในการทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารให้มีศักยภาพมากขึ้น เช่น ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวได้รับรางวัลชนะเลิศ แคมเปญประกวด Thailand Food Tourism Challenge งาน Thailand Food Tourism Festival และยังสามารถนำข้อมูลเอาไปใช้ในการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเชิงอาหารให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวได้

หน่วยงานภาครัฐ สามารถนำผลการวิจัยไปวางแผนในเชิงนโยบายเพื่อพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่อื่นๆ ต่อไป

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) ด้านการสื่อความหมายและการสร้างมรดกเทศกในการเล่าเรื่องราวในแต่ละเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร 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) ขนขิม เป็นเมนูที่แนะนำอาหารที่แตกต่างจากการแบ่งเมนูอาหารของทั้งสองจังหวัด 4) ขนซึ๊อป เป็นเมนูที่แนะนำสินค้าที่เป็นของฝากซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถซื้อหาสินค้าทั้งที่เป็นทั้งอาหารและของใช้ต่าง ๆ 5) ขนแซะ 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;

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทสรุปผู้บริหาร	ข
บทคัดย่อ	ท
Abstract	น
สารบัญ	บ
สารบัญตาราง	พ
สารบัญภาพ	ว
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ	5
1.3 กรอบแนวคิดของการวิจัย	6
1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	7
1.5 ขอบเขตการวิจัย	8
1.6 ประโยชน์ที่ได้รับ	9
บทที่ 2 การทบทวนเอกสาร และวรรณกรรม	10
2.1 แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
2.2 การทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้อง	41
บทที่ 3 การดำเนินการวิจัย	60
3.1 ประชากร	62
3.2 กลุ่มตัวอย่าง	63
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	64
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย	65
4.1 โครงการวิจัยย่อย 1 แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี	65

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.2 โครงการวิจัยย่อย 2 กลยุทธ์การตลาดของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี	67
4.3 โครงการวิจัยย่อย 3 ฐานข้อมูลด้านเอกลักษณ์อาหารท้องถิ่นในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี	68
4.4 แผนการวิจัย แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี	72
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	114
5.1 สรุปผลการวิจัย	114
5.2 อภิปรายผล	125
5.3 ข้อเสนอแนะ	129
บรรณานุกรม	132
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก	
ภาคผนวก ข. แบบสอบถามเพื่อการวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของแต่ละเกณฑ์ของจุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราช	
ภาคผนวก ค. แบบสอบถามเพื่อการวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของแต่ละเกณฑ์ของจุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี	
ภาคผนวก ง. บทความสำหรับการเผยแพร่	
ภาคผนวก จ. ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้ และกิจกรรมที่ดำเนินการมาและผลที่ได้รับจากโครงการ	

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคโดยใช้คำถาม 6W 1 H	17
2.2	TOWS Matrix Analysis	26
2.3	ตารางเมตริกซ์ที่ใช้แสดงการเปรียบเทียบรายคู่	31
2.4	แสดงความหมายของการเปรียบเทียบเป็นรายคู่	32
2.5	ค่าของดัชนีความสอดคล้องของเมตริกซ์ (Random Consistency Index: R.I.)	33
3.1	หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและสุราษฎร์ธานี	62
3.2	จำนวนหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี	63
4.1	ตาราง SWOT Matrix ของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราช	90
4.2	ตาราง SWOT Matrix ของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี	93
4.3	การวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของแต่ละเกณฑ์ของจุดแข็งของการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช	96
4.4	การคำนวณค่า Eigenvector ของแต่ละเกณฑ์ของจุดแข็งของการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช	96
4.5	การวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของแต่ละเกณฑ์ของจุดอ่อนของการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช	97
4.6	การคำนวณค่า Eigenvector ของแต่ละเกณฑ์ของจุดอ่อนของการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช	97
4.7	การวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของแต่ละเกณฑ์ของโอกาสของการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช	98
4.8	การคำนวณค่า Eigenvector ของแต่ละเกณฑ์ของโอกาสของการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช	98
4.9	การวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของแต่ละเกณฑ์ของอุปสรรคของการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช	99
4.10	การคำนวณค่า Eigenvector ของแต่ละเกณฑ์ของอุปสรรคของการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช	99

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.11	การวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของแต่ละเกณฑ์	100
4.12	การวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของแต่ละเกณฑ์ของจุดแข็งของการท่องเที่ยว ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี	101
4.13	การคำนวณค่า Eigenvector ของแต่ละเกณฑ์ของจุดแข็งของการท่องเที่ยวใน จังหวัด สุราษฎร์ธานี	101
4.14	การวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของแต่ละเกณฑ์ของจุดอ่อนของการท่องเที่ยว ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี	102
4.15	การคำนวณค่า Eigenvector ของแต่ละเกณฑ์ของจุดอ่อนของการท่องเที่ยวใน จังหวัดสุราษฎร์ธานี	102
4.16	การวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของแต่ละเกณฑ์ของโอกาสของการท่องเที่ยว ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี	103
4.17	การคำนวณค่า Eigenvector ของแต่ละเกณฑ์ของโอกาสของการท่องเที่ยวใน จังหวัด สุราษฎร์ธานี	103
4.18	การวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของแต่ละเกณฑ์ของอุปสรรคของการท่องเที่ยว ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี	104
4.19	การคำนวณค่า Eigenvector ของแต่ละเกณฑ์ของอุปสรรคของการท่องเที่ยวใน จังหวัดสุราษฎร์ธานี	104
4.20	การวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของแต่ละเกณฑ์	105
4.21	การกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยใช้ TOWS Matrix ของ จังหวัดนครศรีธรรมราช	107
4.22	การกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยใช้ TOWS Matrix ของ จังหวัดสุราษฎร์ธานี	109

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	8
2.1	SWOT Analysis	24
2.2	โครงสร้างลำดับขั้นของการตัดสินใจ	29

บทสรุปผู้บริหาร Executive Summary

รายละเอียดเกี่ยวกับโครงการวิจัย

ชื่อเรื่อง

(ภาษาไทย) แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและ
จังหวัดสุราษฎร์ธานี

(ภาษาอังกฤษ) Guideline for gastronomic tourism potential development in Nakhon Si
Thammarat and Surat Thani

ชื่อคณะผู้วิจัย

นางสาวกมลวรรณ เหล่ายัง

สาขาธุรกิจเกษตร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

ระยะเวลาทำวิจัย ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2560 ถึงวันที่ 31 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2561

1. บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นสาขาที่สำคัญ ที่สร้างรายได้ทางเศรษฐกิจให้กับหลาย ๆ ประเทศในโลก หากทำการศึกษารายได้จากการท่องเที่ยวรวมทั่วโลกในปี 2558 พบว่า รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้น ร้อยละ 3.6 จากปีก่อน คิดเป็น 1.4 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 47.95 ล้านล้านบาท (อัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ยปี 2558: 1 เหรียญดอลลาร์สหรัฐเท่ากับ 34.25 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2559) หรือ คิดเป็นร้อยละ 7 ของมูลค่าการส่งออกสินค้ารวมทั่วโลก หากจำแนกเป็นรายภูมิภาคพบว่าสหภาพยุโรปมี จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวมากที่สุด จำนวน 608 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 51 ของ นักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาเป็นเอเชียแปซิฟิก จำนวน 279 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 24 ของ นักท่องเที่ยวทั้งหมด เมื่อทำการเปรียบเทียบรายได้จากนักท่องเที่ยว พบว่า สหภาพยุโรปมีรายได้จากการท่องเที่ยว 448 ล้านล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 15,344 ล้านล้านบาท ส่วนเอเชียแปซิฟิกมี รายได้จากการท่องเที่ยว 419 ล้านล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 14,350 ล้านล้านบาท คิดเป็น ร้อยละ 36 และ 34 ของรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งโลกตามลำดับ (UNWTO, 2016) แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในเอเชียแปซิฟิกมีการใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวใน สหภาพยุโรป สำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน พบว่า มีรายได้จากการท่องเที่ยวในปี 2558 คิดเป็นร้อยละ 8.8 ของรายได้จากการท่องเที่ยวรวมทั้งโลก หรือประมาณ 108.8 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ (3,726.4 ล้าน ล้านบาท) มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวทั้งสิ้น 105.1 ล้านคน แยกเป็นนักท่องเที่ยวนอกกลุ่ม อาเซียนร้อยละ 53.2 ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด สำหรับประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวจำนวน 29.88 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี 2557 ร้อยละ 20 หรือประมาณ 5.08 ล้านคน โดยในปี 2558 รายได้จากการท่องเที่ยวในปี 2558 คิดเป็น 1.44 ล้านล้านบาท ขยายตัวร้อยละ

23 จากปีก่อนหน้าโดยปี 2557 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยว 1.17 ล้านล้านบาท หรือประมาณร้อยละ 10 ของรายได้ประชาชาติของไทย และพบว่า รายได้จากอาหารและเครื่องดื่มคิดเป็นร้อยละ 40.13 ของรายได้จากการท่องเที่ยวหรือ 202,863 ล้านบาท (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559; องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวยั่งยืน, 2559)

ปัจจุบันรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนเป็นรูปแบบไป กล่าวคือ นักท่องเที่ยวจะเดินทางท่องเที่ยวตามความสนใจของตนเองมากขึ้นและการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม คือ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) โดย ราณี อิลิซียกุล (2557) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารคือ การท่องเที่ยวเฉพาะที่มีจุดมุ่งหมายหรือแรงจูงใจเพื่อประกอบกิจกรรมและหรือชมกระบวนการผลิตอาหาร ซื้อสินค้าที่เกี่ยวข้องกับอาหาร ทดลองทำอาหาร หรือการเข้าร่วมเทศกาลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอาหารทั้งสิ้น อาหารเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวอีกทั้งเป็นแหล่งรายได้ให้กับคนในท้องถิ่นและแหล่งเศรษฐกิจให้กับแหล่งท่องเที่ยว (Cohen & Avieli, 2004; Selwood, 2003 อ้างถึงใน Francise Eric Amuquandoh, 2011) นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงอาหารก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และภาคเกษตรกรรมทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งอาหารได้ใช้ผลผลิตการเกษตรเป็นวัตถุดิบหลัก

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) ในประเทศไทยได้รับความนิยมเพิ่มสูงขึ้น ในหมู่การท่องเที่ยวทางเลือกซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักแสวงหา ความสุนทรีย์ และความจริงแท้ (Authenticity) จากการท่องเที่ยว เกิดกระแสโหยหาความหลัง (Nostalgia) และความอยู่ดีมีสุข (Well-being) นักท่องเที่ยวมากกว่าร้อยละ 85 มีรายได้สูงและต้องการประสบการณ์จากการทานอาหารในร้านอาหารที่แปลกใหม่และมากกว่าร้อยละ 30 ของนักท่องเที่ยวมองหาอาหารการกินดี ๆ ระหว่างการท่องเที่ยว (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวยั่งยืน, 2559)

จังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นจังหวัดในภาคใต้ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก เนื่องจากจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีพื้นที่ทั้งสภาพป่าดิบชื้นอันอุดมสมบูรณ์ด้วยพืชพรรณ เกาะและหมู่เกาะที่มีชื่อเสียง เช่น เกาะสมุย เกาะพะงัน หมู่เกาะอ่างทอง เกาะเต่า เกาะนางยวน และยังมีแหล่งท่องเที่ยวอื่น เช่น เขื่อนรัชชประภา อุทยานแห่งชาติเขาสก วัดพระบรมธาตุไชยาราชวรวิหาร น้ำตกวิภาวดี สวนโมกขพลาราม เป็นต้น สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณ รัชกาลที่ 10 ทรงมีพระราชดำริว่า “เมืองร้อยเกาะ เงาะอร่อย หอยใหญ่ ไข่แดง แหล่งธรรม ชักพระประเพณี” ทั้งนี้ทำให้จังหวัดสุราษฎร์ธานีได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีเพิ่มขึ้นในทุกๆ ปี ประกอบกับ จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นจังหวัดที่อยู่ติดกับจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย แหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นของจังหวัดนครศรีธรรมราช คือ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร เป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวนครศรีธรรมราชและจังหวัดใกล้เคียง และจังหวัดนครศรีธรรมราชยังมีประเพณีทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย หากพิจารณาจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวพบว่าในปี 2557 มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีจำนวน 7,924,408 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 19 ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดในภาคใต้ และเพิ่มขึ้น เป็น 8,681,707 คน ในปี 2558 และพบว่ามากกว่าร้อยละ 30 ของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีใช้จ่ายสำหรับอาหาร (นันทวรรณ ศิริโชคพัฒน์, 2559; ฤทธิชัย ช่วยชาติ, 2559) โดยเอกลักษณ์ของอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีจะเกี่ยวข้องกับอาหารทะเล ไม่ว่าจะเป็นอาหารที่มีการแปรรูปหรือสดจากท้องทะเล การปรุงอาหารจึงมีการปรุงแต่งด้วยการนำเครื่องเทศ

มาประกอบเพื่อใช้ในการดับคาวของอาหาร เช่น มีการนำขมิ้นมาใช้เป็นเครื่องปรุง อาหารภาคใต้จึงมีสี เหลือง และนิยมปรุงรสให้มีรสจัด เช่น รสเผ็ด เค็มหรือออกไปทางเปรี้ยว นอกจากนี้อาหารทางภาคใต้จึง ต้องมีผักต่างๆ รับประทานควบคู่กันไปด้วย ดังนั้น อาหารภาคใต้จึงเป็นอาหารที่น่ารับประทานอีกภาค หนึ่งและเป็นอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายอยู่มาก เนื่องจากเป็นอาหารทะเลซึ่งมีธาตุอาหารอยู่มากมาย นั้นเอง (จิรัชญา มณีเนตร, 2553)

ในปัจจุบันงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารยังมีค่อนข้างจำกัด ทั้งด้านการ ประเมินศักยภาพเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การศึกษาพฤติกรรมและรูปแบบของการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อจัดทำกลยุทธ์การตลาดเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร รวมถึงการรวบรวม เอกลักษณ์เชิงอาหารโดยเน้นภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อจัดทำเส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับเอกลักษณ์เชิง อาหารและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี (นันทวรรณ ศิริโกภพัฒน์, 2559 ; ลดาวัลย์ ช่วยชาติ, 2559)

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น ทำให้คณะวิจัยจึงมีความต้องการศึกษาแนวทางการพัฒนา ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีเพื่อนำไปสู่การ พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ ภายใต้แนวคิดที่ว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารคือความจริงแท้ที่เน้นคุณค่า ความเป็นไทย วิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และประวัติศาสตร์เพื่อให้นักท่องเที่ยว ได้เรียนรู้ เกิดความประทับใจ แล้วสามารถส่งมอบคุณค่า จนกระทั่งเกิดการแบ่งปันและบอกต่อและ กลับมาเที่ยวอีกครั้ง โดยแผนงานวิจัยฉบับนี้มุ่งเน้นศึกษาใน 3 ประเด็นหลัก คือ การศึกษาศักยภาพแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงอาหาร การศึกษากลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และการจัดทำฐานข้อมูลด้าน เอกลักษณ์อาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี
- 2) เพื่อกำหนดกลยุทธ์การตลาดของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี
- 3) เพื่อจัดทำฐานข้อมูลด้านเอกลักษณ์อาหารท้องถิ่นในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี
- 4) เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.3 ขอบเขตการวิจัย

ในการทำวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตดังต่อไปนี้

ขอบเขตประชากรที่ศึกษา

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งประชากรแบ่งเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

- 1) หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่
 - (1) สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี
 - (2) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สาขานครศรีธรรมราชและสุราษฎร์ธานี
 - (3) สมาคมอุตสาหกรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี
- 2) หน่วยงานเอกชน
 - (1) หอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี
 - (2) สมาคมการท่องเที่ยว
 - (3) ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร
 - (4) ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม/รีสอร์ท
 - (5) ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว
 - (6) มัคคุเทศก์
- 3) ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว
 - (1) นักวิชาการ
- 4) ชุมชน
 - (1) ประชาชนชุมชน
 - (2) ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร
- 5) นักท่องเที่ยว

ขอบเขตของสถานที่ทำการวิจัย

จังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ขอบเขตของเวลา

ระยะเวลาการทำวิจัย 12 เดือน

1.4 วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยกลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) และแบบการสุ่มแบบบอกต่อ (Snowballing sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้ ด้านอาหาร ด้านวัฒนธรรม เป็นผู้นำชุมชน กลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ใช้วิธีการนัดสัมภาษณ์ จำนวน 7 คน เพื่อหาข้อมูลด้านอาหารท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและสุราษฎร์ธานี กลุ่มตัวอย่างในการประชุมเชิงปฏิบัติการ กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็นไปตามสัดส่วนของพื้นที่จังหวัดละ 15 คน ประกอบด้วย ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัดนครศรีธรรมราชและสุราษฎร์ธานี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สาขานครศรีธรรมราชและสุราษฎร์ธานี สภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชและสุราษฎร์ธานี หน่วยงานเอกชน ได้แก่ หอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราชและสุราษฎร์ธานี สมาคมการท่องเที่ยวผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ผู้ประกอบการโรงแรม/รีสอร์ท ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและอาหารเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี รวมทั้งหมด 2 จังหวัด จำนวน 30 คน โดยการขออนัดประชุม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ การศึกษาเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อย การศึกษาเชิงปริมาณใช้แบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สรุปประเด็นเนื้อหาจากการสัมภาษณ์จากการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อรวบรวมความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยการระดมความคิดเห็น

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ Analytic Hierarchy Process ซึ่งเป็นการนำเอาข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ การประชุมระดมความคิดเห็นเรื่องจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) ในการท่องเที่ยวเชิงอาหารทั้งของจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี มาให้ค่าน้ำหนักโดยใช้ตัวเลขแทนค่า เพื่อให้เห็นเป็นรูปธรรม ซึ่งมีกระบวนการ 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การจัดโครงสร้างลำดับการตัดสินใจ 2) การวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของเกณฑ์ในการตัดสินใจ 3) การหาค่าน้ำหนักเกณฑ์ 4) การตรวจสอบความสอดคล้องกันของเหตุผล 5) การจัดลำดับทางเลือก

2. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 1 แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

อาหารในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีลักษณะเป็นอาหารท้องถิ่น โดยมีการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นและตามฤดูกาล ในจังหวัดนครศรีธรรมราช เมนูขึ้นชื่อ คือ ขนมจีน ซึ่งมีลักษณะการทำเป็นเส้นสดและน้ำยาหลายชนิด จังหวัดสุราษฎร์ธานี เมนูขึ้นชื่อ คือ การทำอาหารในกระบอกไม้ไผ่ เช่น การหุงข้าว และปลายอก โดยที่อาหารที่มีลักษณะเหมือนกัน คือ อาหารทะเล เมนูแกง ยำ ต้ม และน้ำพริก เป็นต้น แตกต่างที่การใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นมาประกอบอาหาร โดยนำมาสังเคราะห์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารใน 7 เส้นทาง ดังนี้

1) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีกิน ถิ่นศรี” ส่วนใหญ่เน้นวัตถุดิบในท้องถิ่นหรือชุมชน เช่น ยำผักกูด ลาบหอยก แกงส้มปลากะพงลูกปะดอง แกงส้มกุ้งไข่เจียวใบเหรียง แกงส้มหอยกกล้วย แกงไก่หอยกกล้วย แกงหัวท้อ คั่วบูก แกงส้มปลาคลองบอนขมิ้น กะทิหอยกกล้วยเถื่อน ผักกูดลวกกะทิ ต้มข้าไก่ ปลีกกล้วย ยอดห่มะผัดไข่ น้ำพริกพริกไทย ผักกูด ไข่เจียวปลีกกล้วย ลาบหอยก ลาบผักแว่น ดอกไม้ทอด ผัดไทยเส้นมะละกอ เห็ดครงทรงเครื่อง และขนมจีนแกงขมิ้น ชมวิถีอาหารเข้าริมรถไฟจันดีและตลาดนาบอน และผลไม้ตามฤดูกาล

2) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีกิน ถิ่นลุ่มน้ำ” ส่วนใหญ่เป็นวิถีการดำเนินชีวิตของชุมชนปากพนัง วัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหารหาได้จากในท้องถิ่นหรือชุมชน โดยเฉพาะอาหารทะเล เมนูเด่น เช่น ปลากะบอกที่เป็นของขึ้นชื่อของปากพนัง ต้มส้มปลากะบอก (น้ำส้มจาก) ไข่ปลากะบอกทอด น้ำปลา ปลากะบอกร้า และปลากะบอกแดดเดียว หมี่ผัดเมืองปากพนัง แกงส้มปลากะพง แกงส้มปลาลูกเขาคัน ปลากะพงนึ่งมะนาว ยำสมุนไพรทะเล ปลาโคบต้มส้ม ปลากะบอกต้มส้ม ปลากะพงต้มส้ม กุ้งแม่น้ำ ปลากะพงร้า ปลาโคบทอด ยำปลาจิ้งจั้ง และบ๊ะจ่าง เป็นต้น

3) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีกิน ถิ่นเล แลเมือง” บ้านแหลมโฮมสเตย์ ประกอบด้วยเมนูอาหารทะเล เช่น ปู กุ้ง หมึก พร้อมน้ำจิ้มซีฟู้ด ข้าวมันทะเลโคลน ทอดมันใบโกงกาง หมึกต้มน้ำดำ ข้าวมันเครื่องแกงกุ้ง แกงเนื้อ แกงไก่ ข้าวเหนียวไก่ทอด ข้าวเหนียวหน้าต่าง ๆ ของฝาก คือ ผลิตภัณฑ์โคลน เช่น สบู่โคลน โคลนสปา มาส์กพอกหน้าโคลน และสครับโคลน เป็นต้น ผลไม้จากสวน เช่น ทุเรียน มังคุด เงาะ และลองกอง เป็นต้น เมนูอาหารท้องถิ่น เช่น ต้มไก่บ้านแมงดา ทอดมันกุ้ง แกงเลี้ยงยอดมัน ข้าวยาเครื่องแกง ลูกเห็ดทอด ผักเหลียงอบชีส น้ำพริกสะตอ ขนมตาล ขนมขึ้น สลลวยแก้ว ลูกประทอด และไข่เป็ดอินทรีย์ เป็นต้น

4) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีกิน ถิ่นสองธรรม” มีเมนูอาหารทะเลต่าง ๆ เช่น แกงคั่วปลาตุ๋นทะเล คั่วกลิ้งปลาอินทรีย์ แกงส้มปลากะพงยอดมะพร้าว ปลากะพงผัดฉ่า แกงส้มหมึกไข่ยอดมะพร้าว ปลากะบอกต้มส้ม ปูม้าผัดผงกระหรี่ แกงเลี้ยงกุ้งสด ปลาทรายทอดขมิ้น ปลากะพงทอดน้ำปลา กุ้งผัดซอสมะขาม ปลาหมึกมะนาว เมี่ยงปลาสาละ ยำสาหร่ายพวงองุ่น ยำใบเหลียงทอด และส้มตำปู เป็นต้น สนิมานะฟาร์มเป็นแหล่งเรียนรู้และศึกษาการเลี้ยงหอย มีการสาธิตวิธีการเลี้ยงหอยนางรม การแกะหอยนางรมและรับประทานอย่างถูกวิธี สะอาดปลอดภัย มีมีคฤหาสน์ท้องถิ่น บรรยายเรื่อง วิถีชีวิตชาวประมง มีกิจกรรมการแสดงหนังตะลุงและกิจกรรมสันทนาการของนักท่องเที่ยว

5) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีกิน ถิ่นเขาสก” คลองสกแบบบูรณา มีกิจกรรม คือ “สวมมงลงแพ จิบกาแฟบอกไม้ไผ่” มีเมนู ผัดเหลียง แกงไก่บ้านลูกกล้วย น้ำพริกผักพื้นบ้าน ปลาหีบต้มทอด แกงจืด และผลไม้ตามฤดูกาล กิจกรรม Bamboo cooking มีเมนูอาหาร เช่น ไก่ย่างกับไม้ไผ่ แกงกะทิปรุงกับไม้ไผ่ ต้มกะทิกับหน่อไม้ หุงข้าวด้วยใบเส้าหรือใบคลุ้ม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาเทพพิทักษ์

มีเมนูอาหารท้องถิ่นส่วนใหญ่จะเป็นแบบบุฟเฟต์ผลไม้ โดยเฉพาะทุเรียนคลองแสง มีเมนูอาหารท้องถิ่น เช่น หลามข้าว ปลาช่อน และปลาสาม เป็นต้น

6) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีถิ่น ถิ่นธรรม” เมนูเด็ดคือ โลงโต่งเส้นหมี่น้ำกระดุกหมู ผักบั้ง ไต๋ราว พระรามลงสรง และปาต่องโก๋ทอดเตาถ่าน อาหารของชุมชนลีเล็ด เป็นอาหารทะเล เช่น หอยแครง ปูดำ แกงส้มปลากระบอก และปลาจาระเม็ดทอด เป็นต้น ส่วนอาหารทะเลของแหลมโพธิ์ เกาะเสร็จ มีสัตว์น้ำหลายหลายชนิด สัตว์น้ำที่ขึ้นชื่อ คือ ปูม้า และหอยสับเค็ด และหอยรอก เป็นต้น อาหารของอำเภอไชยา เช่น ไข่หมก ขนมบอกร น้ำพริกปูม้า ผัดไทยไชยา ข้าวยา ข้าวเหนียวกววน ขนมกรูบ และขนมจิ้ง เป็นต้น

7) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีถิ่น ถิ่นเกาะ” เมนูอาหารพื้นบ้านของเกาะสมุย เช่น วายควัว วายผัดสับปะรด แกงควั่วเห็ดหลุม (ดอกไม้ทะเล) แกงควั่วปลากระเบนใบรา หมูควั่วเคย แกงปู ปลาต้มเค็ม ยำไข่เม่นทะเล ห่อหมกทะเลย่าง ยำสาหร่ายช่อ หอยเจาะ ยำหอยกลม ปลากระพงทอดน้ำปลา เคยจี น้ำขุบแห้ง ขนมจิ้น และอาหารทะเลต่าง ๆ สินค้าที่เป็นของฝาก คือ กาละแม

ข้อมูลด้านนักท่องเที่ยวสำหรับการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัด นครศรีธรรมราช โดยเก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 300 คน และนักท่องเที่ยวต่างประเทศ จำนวน 100 คน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ชาวต่างชาติมีอายุระหว่าง 20-30 ปี สถานภาพสมรสหรืออยู่ด้วยกัน การศึกษาระดับปริญญาตรี นักท่องเที่ยวชาวไทยประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวส่วนใหญ่อาศัยในภาคใต้ นักท่องเที่ยวต่างประเทศส่วนใหญ่ เกษียณอายุมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001-70,000 บาท โดยนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวส่วนใหญ่อาศัยในทวีป ยุโรป นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช มีการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยปีละ 1-3 ครั้ง ส่วนใหญ่มักพักผ่อน โดยเดินทางท่องเที่ยวพร้อมครอบครัว นักท่องเที่ยวชาวไทยใช้รถยนต์เป็นยานพาหนะสำหรับเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว ส่วนนักท่องเที่ยวต่างประเทศใช้รถรับจ้างประจำทางเป็นยานพาหนะสำหรับเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทั้งชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างประเทศไม่รู้จักแนวทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราช ความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ความสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยเฉลี่ย 2.65 และ นักท่องเที่ยวต่างประเทศให้ความสำคัญโดยเฉลี่ย 2.57 ความคิดเห็นเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า นักท่องเที่ยวมีความสนใจอยากไปท่องเที่ยวเชิงอาหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช แต่นักท่องเที่ยวต่างประเทศมีความสนใจอยากไปท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัด สุราษฎร์ธานี เส้นทางที่นักท่องเที่ยวชาวไทยสนใจและอยากไปท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช คือ เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารคีรีวง ลานสกา และจันดี เส้นทางที่นักท่องเที่ยวชาวไทยสนใจและอยากไป ท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกาะสมุย ความคิดเห็นเกี่ยวกับ เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและ ต่างประเทศให้ความสำคัญมาก ($\bar{X}=4.16$ $SD=0.55$, $\bar{X}=3.61$ $SD=0.45$) เมื่อพิจารณาเป็นราย ด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับความสำคัญ มากที่สุดเท่ากัน คือ เส้นทางเหมาะสมกับการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้อาหาร สถานที่ท่องเที่ยว แต่ละจุดมี ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึง ($\bar{X}=4.24$ $SD=0.77$) เส้นทางท่องเที่ยวโดยรวมมีศักยภาพที่จะพัฒนา

($\bar{X}=4.24$ $SD=0.76$) ตามลำดับ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความคิดเห็นเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับความสำคัญมาก คือ สถานที่ท่องเที่ยวในเส้นทางมีความน่าสนใจและสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ($\bar{X}=3.81$ $SD=0.80$)

ข้อมูลด้านนักท่องเที่ยวสำหรับการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยเก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 240 คน และนักท่องเที่ยวต่างประเทศ จำนวน 360 คน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีสถานภาพสมรสโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี และส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท โดยนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวส่วนใหญ่อาศัยในภาคใต้ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีสถานภาพสมรสหรืออยู่ด้วยกัน การศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท โดยนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวส่วนใหญ่อาศัยในทวีปยุโรป นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศที่มาเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยปีละ 1-3 ครั้ง ส่วนใหญ่มาพักผ่อน โดยเดินทางท่องเที่ยวพร้อมครอบครัว นักท่องเที่ยวชาวไทยใช้รถยนต์เป็นยานพาหนะสำหรับเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว ส่วนนักท่องเที่ยวต่างประเทศใช้รถเช่าเป็นยานพาหนะสำหรับเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างประเทศไม่รู้จักแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ความสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานีในภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยเฉลี่ย 2.54 และนักท่องเที่ยวต่างประเทศให้ความสำคัญโดยเฉลี่ย 2.42 ความคิดเห็นเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า นักท่องเที่ยวมีความสนใจอยากไปท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดสุราษฎร์ธานี และนักท่องเที่ยวต่างประเทศมีความสนใจอยากไปท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดสุราษฎร์ธานี เส้นทางที่นักท่องเที่ยวชาวไทยสนใจและอยากไปท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช คือ เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารคีรีวง ลานสกา และจันดี เส้นทางที่นักท่องเที่ยวชาวไทยสนใจและอยากไปท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกาะสมุย ความคิดเห็นเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานีในภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศให้ความสำคัญมาก ($\bar{X}=3.94$ $SD=0.57$, $\bar{X}=3.95$ $SD=0.47$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับความสำคัญมากเท่ากัน คือ เส้นทางท่องเที่ยวโดยรวมมีความน่าสนใจ ($\bar{X}=4.00$ $SD=0.779$) และเส้นทางท่องเที่ยวโดยรวมมีศักยภาพที่จะพัฒนา ($\bar{X}=4.00$ $SD=0.82$) นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความคิดเห็นเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับความสำคัญมาก คือ เส้นทางเหมาะสมกับการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้อาหาร ($\bar{X}=4.18$ $SD=0.62$)

การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยแบ่งองค์ประกอบการประเมิน 4 ด้าน ดังนี้ 1) ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีสัดส่วนร้อยละ 40 2) ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีสัดส่วนร้อยละ 10 3) การบริหารจัดการ มีสัดส่วนร้อยละ 40 และ 4) การมีส่วนร่วมของชุมชน มีสัดส่วนร้อยละ 10 ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับมาตรฐานของศักยภาพอยู่ในระดับดีมาก จำนวน 4 เส้นทาง ประกอบด้วย เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะ คะแนนรวม 76.47 รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นคีรี คะแนนรวม 72.69 เส้นทางวิถีกิน ถิ่นธรรม คะแนน

รวม 72.34 และเส้นทางวิถีกิน ถิ่น เขาสก คะแนนรวม 72.16 ระดับมาตรฐานของศักยภาพอยู่ในระดับดี มีจำนวน 1 เส้นทาง คือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นสองธรรม คะแนนรวม 69.32 และระดับมาตรฐานของศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 2 เส้นทาง ประกอบด้วย เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเล แลเมือง คะแนนรวม 58.98 และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นลุ่มน้ำ คะแนนรวม 57.97

1) ด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นธรรม มีศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารมากที่สุด (ร้อยละ 30.21) รองลงมา คือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นคีรี (ร้อยละ 29.97) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะ (ร้อยละ 29.17) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเขาสก (ร้อยละ 28.26) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นสองธรรม (ร้อยละ 27.34) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นลุ่มน้ำ (ร้อยละ 25.62) และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นเล แลเมือง (ร้อยละ 24.58) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านคุณค่าทางวัฒนธรรมอาหาร มีสัดส่วนร้อยละ 23 พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นคีรี มีศักยภาพมากที่สุด (ร้อยละ 16.70) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นธรรม (ร้อยละ 16.02) และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นเขาสก (ร้อยละ 15.90) ตามลำดับ ด้านศักยภาพทางกายภาพและการจัดกิจกรรม มีสัดส่วนร้อยละ 17 พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะ มีศักยภาพมากที่สุด (ร้อยละ 14.87) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นธรรม (ร้อยละ 14.19) และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นคีรี (ร้อยละ 13.27) ตามลำดับ

2) ด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะมีศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารมากที่สุด (ร้อยละ 8.20) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นคีรี (ร้อยละ 7.40) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเล แลเมือง (ร้อยละ 7.00) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นธรรม (ร้อยละ 6.80) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเขาสก (ร้อยละ 6.40) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นลุ่มน้ำ และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นสองธรรม (ร้อยละ 5.80) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านศักยภาพในการพัฒนา สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน มีสัดส่วนร้อยละ 5 พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะ มีศักยภาพมากที่สุด (ร้อยละ 4.20) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเล แลเมือง (ร้อยละ 3.80) และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นคีรี (ร้อยละ 3.60) ตามลำดับ ด้านศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก มีสัดส่วนร้อยละ 5 พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะ มีศักยภาพมากที่สุด (ร้อยละ 4.00) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นคีรี (ร้อยละ 3.80) และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นเล แลเมือง (ร้อยละ 3.20) ตามลำดับ

3) ด้านการบริหารจัดการ พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะ มีศักยภาพในการบริหารจัดการมากที่สุด (ร้อยละ 30.63) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเขาสก (ร้อยละ 28.34) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นสองธรรม (ร้อยละ 27.84) วิถีกิน ถิ่นคีรี (ร้อยละ 26.84) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นธรรม (ร้อยละ 26.17) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นลุ่มน้ำ (ร้อยละ 19.31) และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นเล แลเมือง (ร้อยละ 18.84) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีสัดส่วนร้อยละ 12 พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะ มีศักยภาพมากที่สุด (ร้อยละ 8.99) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นคีรี (ร้อยละ 8.46) และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นสองธรรม (ร้อยละ 8.26) ตามลำดับ ด้านการจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีสัดส่วนร้อยละ 28 พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะ มีศักยภาพมากที่สุด (ร้อยละ 21.64) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเขาสก (ร้อยละ 20.15) และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นสองธรรม (ร้อยละ 19.58) ตามลำดับ

4) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเขาสก และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นธรรม มีศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นมากที่สุด (ร้อยละ 9.16) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเล แลเมือง (ร้อยละ 8.56) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นคีรี (ร้อยละ 8.48) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะ (ร้อยละ 8.47) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นสองธรรม (ร้อยละ 8.33) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นลุ่มน้ำ (ร้อยละ 7.48) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นราย

ด้าน พบว่า ด้านชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีสัดส่วนร้อยละ 3 พบว่า เส้นทางวิถีกิน เขาสก และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นธรรม มีศักยภาพมากที่สุด (ร้อยละ 3.00) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเล แลเมือง และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นสองธรรม (ร้อยละ 2.62) ตามลำดับ ด้านชุมชนมีส่วนร่วมเชิงเศรษฐกิจจากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีสัดส่วนร้อยละ 7 พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะ มีศักยภาพมากที่สุด (ร้อยละ 6.22) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นคีรี เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเขาสก และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นธรรม (ร้อยละ 6.16) ตามลำดับ

การจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบความเป็นไปได้ของเส้นทางท่องเที่ยวโดยข้อมูลโปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยวมาจากการจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) จำนวน 30 คน กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็นไปตามสัดส่วนของพื้นที่จังหวัดละ 15 คน จากตัวแทนทุกภาคส่วนของจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยจัดทำประชาพิจารณ์เพื่อกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี รวมทั้งการทำแผนที่เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี สื่อวิดีโอในการนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร ข้อเสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร และปัญหาอุปสรรค และแนวทางการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร ประกอบด้วย 7 โปรแกรม ดังนี้

- 1) โปรแกรม “วิถีกิน ถิ่นคีรี” แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเส้นทาง 3 อำเภอ “เมือง ลานสกา และช้างกลาง” เป็นการจัดเส้นทางท่องเที่ยวแบบ 3 วัน 2 คืน
- 2) โปรแกรม “วิถีกิน ถิ่นลุ่มน้ำ” แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเส้นทาง 2 อำเภอ “เมือง และปากพนัง” เส้นทางท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน
- 3) โปรแกรม “วิถีกิน ถิ่นเล แลเมือง” แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเส้นทาง 3 อำเภอ “ท่าศาลา เมือง และพรหมคีรี”
- 4) โปรแกรม “วิถีกิน ถิ่นสองธรรม” แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเส้นทาง 3 อำเภอ 2 จังหวัด “ท่าศาลา ชนอม และกาญจนดิษฐ์” เส้นทางท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน
- 5) โปรแกรม “วิถีกิน ถิ่นเขาสก” แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเส้นทาง 2 อำเภอ “บ้านตาขุน และพนม” เส้นทางท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน
- 6) โปรแกรม “วิถีกิน ถิ่นธรรม” แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเส้นทาง 2 อำเภอ “เมือง และไชยา”
- 7) โปรแกรม “วิถีกิน ถิ่นเกาะ” แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเส้นทาง 1 อำเภอ “เกาะสมุย” เส้นทางท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน

การจัดทำแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี แบ่งออกเป็น 6 ด้าน ดังนี้

1) ด้านเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น เนื่องจากในแต่ละเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารจะมีความแตกต่างกันในด้านการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นมาปรุงอาหาร และวัตถุดิบในแต่ละฤดูกาล ดังนั้น ในการทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร ต้องระบุไว้ในโปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารไว้ด้วย เอกลักษณ์ของอาหารในท้องถิ่นมักมีพฤติกรรมการเล่นแบบ เช่น การทำปลาต้ม การทำข้าวหลาม ดังนั้น ควร

ส่งเสริมและสนับสนุนให้ชุมชนหาจุดเด่น หรือเอกลักษณ์ของอาหารในท้องถิ่นเพื่อสร้างความแปลกใหม่ และความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยว

2) ด้านสถานที่จำหน่ายอาหารท้องถิ่นของจังหวัด ควรส่งเสริมและสนับสนุนให้มีจุดศูนย์กลางอาหารของแต่ละจังหวัด เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ซื้อสินค้าและของที่ระลึกเกี่ยวกับอาหารในพื้นที่ ในปัจจุบันเป็นร้านของเอกชน ยังไม่มีของภาครัฐบาล ดังนั้น ควรสร้างความร่วมมือกับหอการค้าจังหวัดร่วมกับผู้ประกอบการในการจัดตั้งศูนย์กลางอาหารของจังหวัด

3) ด้านมาตรฐานและความสะอาดของอาหาร หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการด้านอาหาร ควรส่งเสริมและยกระดับอาหารและร้านอาหารให้ได้รับมาตรฐานคุณภาพ มีความสะอาดปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งการให้ความรู้ในด้านการจัดงานจากวัตถุดิบจากธรรมชาติในท้องถิ่นเพื่อให้อาหารน่าสนใจ

4) ด้านการเล่าเรื่องราวของอาหาร (Story Food) ในแต่ละเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร ควรมีการเล่าเรื่องราวความเป็นมาของอาหาร วัตถุดิบ ส่วนประกอบของอาหาร คุณค่าโภชนาการของอาหาร และอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบ และเป็นการประชาสัมพันธ์และสร้างเอกลักษณ์ คุณค่าให้กับอาหารในท้องถิ่น รวมทั้งให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม เช่น การปรุงอาหาร หรือการสาธิตการทำงานในแต่ละเส้นทางกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อก่อให้เกิดประสบการณ์ และการเรียนรู้ร่วมกันของนักท่องเที่ยว

5) ด้านการสื่อความหมายและการสร้างมัลติมีเดียในการเล่าเรื่องราวในแต่ละเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร เนื่องจากในแต่ละเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีบางเส้นทางที่เป็นเส้นทางใหม่ ขาดการสื่อความหมายของเรื่องราวของอาหารทำให้ขาดความน่าสนใจ ควรพัฒนานักมัลติมีเดียรุ่นใหม่ในพื้นที่ เพื่อสืบสานความเป็นมา เอกลักษณ์ของอาหาร และการสร้างมัลติมีเดียภาษาอังกฤษในชุมชน เพื่อการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

6) ด้านการประชาสัมพันธ์อาหารท้องถิ่น ควรพัฒนาระบบ Mobile Application และการจัดทำ QR Code ทั้งภาษาไทยภาษาอังกฤษ ภาษาจีน หรือภาษาอื่น ๆ เพื่อการอธิบายเรื่องราวของอาหารแต่ละชนิด และเป็นแหล่งข้อมูลสำหรับการเผยแพร่การท่องเที่ยวเชิงอาหาร รวมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนการทำ Content ประชาสัมพันธ์อาหารพื้นเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เทศกาลหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูลก่อนตัดสินใจมาท่องเที่ยว

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 2 กลยุทธ์การตลาดของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เพศหญิง โสด รายได้ปานกลาง เดินทางมาด้วยสายการบินต้นทุนต่ำ ไม่พักโรงแรมหรู วัตถุประสงค์การเดินทางคือ เพื่อการพักผ่อน เยี่ยมเพื่อนหรือญาติ และร่วมประเพณีในท้องถิ่น ส่วนใหญ่มาเที่ยวในพื้นที่อำเภอเมือง ศีรีวงและขนอม การมาเที่ยวซ้ำ 2 – 4 ครั้งในรอบระยะเวลา 5 ปี ภูมิลำเนามาจากกรุงเทพมหานครและจังหวัดในพื้นที่ภาคใต้ เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก เป็นลักษณะของกลุ่มครอบครัวมีขนาดกลุ่มนักท่องเที่ยว 3-4 คน ใช้รถส่วนตัวเข้ามาในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชและท่องเที่ยว ระยะเวลาการมาท่องเที่ยวเฉลี่ยในจังหวัด 3-7 วัน และมักจะย้ายที่พักไปใกล้แหล่งท่องเที่ยววัน

นั้น ๆ งบประมาณการท่องเที่ยวครั้งเฉลี่ย คนละ 2,654 บาท งบประมาณค่าอาหาร 269 บาทต่อคนต่อมือ สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนใหญ่เพศหญิง สมรสแล้ว รายได้ปานกลาง เดินทางมาด้วยสายการบินต้นทุนต่ำ ไม่พักโรงแรมหรู วัตถุประสงค์ในการเดินทางคือ เพื่อการพักผ่อน นิยมท่องเที่ยวในอำเภอเมืองนครศรีธรรมราช ขนอม สีชล คีรีวง พฤติกรรมการเที่ยวซ้ำในช่วง 5 ปี ครั้งที่ 2 ภูมิลำเนาจากกลุ่มประเทศในเอเชีย เป็นกลุ่มท่องเที่ยวจีนมาเลเซีย ฮองกง เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก เป็นลักษณะของกลุ่มครอบครัวมีขนาดกลุ่มนักท่องเที่ยว 3-4 คน เดินทางมาจังหวัดนครศรีธรรมราชโดยเครื่องบิน ส่วนการเดินทางในจังหวัดนิยมจ้างบริษัทนำเที่ยว ระยะเวลาการมาท่องเที่ยวเฉลี่ย มากกว่า 7 วัน งบประมาณการท่องเที่ยวครั้งเฉลี่ยคนละ 13,790 บาท งบประมาณค่าอาหาร 698 บาทต่อคนต่อมือ โดยเน้นอาหารเย็น

ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี นักท่องเที่ยวชาวไทย เพศหญิง สมรสแล้ว รายได้ปานกลาง เดินทางมาด้วยสายการบินต้นทุนต่ำ พักโรงแรมหรู วัตถุประสงค์ในการเดินทางคือเพื่อการพักผ่อน เยี่ยมเพื่อนหรือญาติ พื้นที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเขา สกและเขื่อนรัชชประภา พฤติกรรมการเที่ยวซ้ำในช่วง 5 ปี จำนวน 2-4 ครั้ง ภูมิลำเนาจากกรุงเทพมหานครและจังหวัดในพื้นที่ภาคใต้ เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก เป็นลักษณะของกลุ่มครอบครัวมีขนาดกลุ่มนักท่องเที่ยว 3-4 คน การเดินทางจะใช้รถส่วนตัวในการเดินทางเข้ามาในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานีและใช้รถส่วนตัวในการเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาการมาท่องเที่ยวเฉลี่ย 3-7 วัน และมักจะย้ายที่พักไปใกล้แหล่งท่องเที่ยววันนั้น ๆ งบประมาณการท่องเที่ยวครั้งเฉลี่ย คนละ 5,180 บาท งบประมาณค่าอาหาร 146 บาทต่อคนต่อมือ นักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนใหญ่เพศชาย สมรสแล้ว รายได้สูง เดินทางมาด้วยสายการบิน full service พักโรงแรมหรู วัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน พื้นที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมคือเกาะสมุย มาท่องเที่ยวครั้งแรก ภูมิลำเนาจากอังกฤษ ฝรั่งเศส แคนาดา เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก เป็นลักษณะของกลุ่มครอบครัวมีขนาดกลุ่มนักท่องเที่ยว 1-2 คน เดินทางมาจังหวัดสุราษฎร์ธานีโดยเครื่องบิน ส่วนการเดินทางในจังหวัดนิยมจ้างบริษัทนำเที่ยว ระยะเวลาการมาท่องเที่ยวเฉลี่ยในจังหวัดมากกว่า 7 วัน งบประมาณการท่องเที่ยวครั้งเฉลี่ยคนละ 47,462 บาท งบประมาณค่าอาหาร 313 บาทต่อคนต่อมือ

ด้านรูปแบบอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมักจะเดินทางมาท่องเที่ยวช่วงวันเสาร์อาทิตย์ (นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาทุก ๆ วัน) นักท่องเที่ยวเคยรับประทานอาหารท้องถิ่นนครศรีธรรมราชมาก่อน นึกถึงความเผ็ดร้อนของเครื่องเทศควบคู่กับความสดของอาหารทะเล มีอาหารที่นักท่องเที่ยวนิยมรับประทานอาหารท้องถิ่น คือ มื้อกลางวันและมื้อเย็น เจาะจงที่ประเภทอาหารที่เลือกรับประทาน เช่น อาหารทะเลหรือขนมจีน มากกว่าการที่จะเจาะจงซื้อร้าน ร้านอาหารทั่วไป หรือมีท่าเลอยูใกล้แหล่งท่องเที่ยวจะได้รับการพิจารณามากที่สุด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะรับรู้เมนูอาหารท้องถิ่นที่มีชื่อเสียงมาแล้วก่อนที่จะมาท่องเที่ยว การตัดสินใจบริโภคจึงขึ้นกับตัวเองเป็นหลัก รองลงมาคือการตัดสินใจโดยครอบครัว หรือญาติรับรู้ข้อมูลจาก

คนรู้จัก และสื่อออนไลน์มากที่สุดรูปแบบอาหารท้องถิ่นของนครศรีธรรมราชที่นักท่องเที่ยวนิยมรับประทานที่โดดเด่นคืออาหารท้องถิ่นที่มีเครื่องปรุงที่จัดจ้าน ชอบรสชาติอาหารมากกว่าต้องการลองสิ่งแปลกใหม่

ด้านรูปแบบอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มักจะเดินทางมาท่องเที่ยวช่วงวันเสาร์อาทิตย์และวันหยุดเทศกาล (นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ช่วงเดือนธันวาคม-เมษายน) นักท่องเที่ยวเคยรับประทานอาหารท้องถิ่นของจังหวัดสุราษฎร์ธานี นึกถึงความสดใหม่และรสชาติจัดจ้านของอาหารทะเล นึกถึงความสดใหม่และรสชาติจัดจ้านของอาหารทะเล เมื่ออาหารที่นักท่องเที่ยวนิยมรับประทานอาหารท้องถิ่น คือ เมื่อกลางวัน เจาะจงที่ประเภทอาหารที่เลือกรับประทาน มากกว่าการที่จะเจาะจงซื้อร้าน ร้านอาหารทั่วไป หรือมีทำเลอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวจะได้รับการพิจารณามากที่สุด รูปแบบอาหารท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวนิยมรับประทาน ที่โดดเด่นคืออาหารท้องถิ่นที่มีวัตถุดิบที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น นักท่องเที่ยวไทยชอบรสกลมกล่อม ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชอบรสชาติอาหารที่มีความเผ็ดและหวาน

ด้านกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนครศรีธรรมราช สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย กลยุทธ์ที่เหมาะสมคือ 1) สื่อสารเพื่อแสดงถึงอัตลักษณ์ของอาหารปักษ์ใต้ 2) สร้างความร่วมมือกับกลุ่มศักยภาพเพื่อพัฒนาธุรกิจอาหารท้องถิ่น 3) สร้างการรับรู้อัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นผ่านวัฒนธรรมประเพณี 4) กระตุ้นค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพ 5) กลยุทธ์กระจายช่วงเวลาการท่องเที่ยว สำหรับกลยุทธ์ที่เสนอเพิ่มเติม คือ การพัฒนาด้านการขนส่ง พัฒนาศักยภาพอาหารในส่วนของผู้ผลิต และผลไม้ มี Hotline รับปรึกษาปัญหาให้กับผู้ประกอบการที่กำลังเริ่มทำธุรกิจ การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการรับทราบและดำเนินกิจการตามกลยุทธ์การตลาด สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ กลยุทธ์ที่เหมาะสมคือ 1) ขยายการรับรู้คุณค่า 2) สร้างความร่วมมือกับกลุ่มศักยภาพเพื่อพัฒนาธุรกิจอาหารท้องถิ่นสู่มาตรฐานสากล 3) ขยายฐานตลาดกลุ่มความสนใจพิเศษ 4) กระตุ้นการใช้จ่ายของกลุ่มนักท่องเที่ยว AEC กลยุทธ์ที่เสนอเพิ่มเติมคือของฝาก/ขนกลับยาก และการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการรับทราบและดำเนินกิจการตามกลยุทธ์การตลาด กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผลไม้และของฝาก ประกอบด้วย 1) สร้างการรับรู้อัตลักษณ์ของของฝาก/ผลไม้ 2) พัฒนามาตรฐานอาหาร 3) การผลิตสื่อออนไลน์บอกเล่าเรื่องราวของอาหาร 4) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝาก/ผลไม้ กลยุทธ์ที่เสนอเพิ่มเติม การพัฒนาที่ต่อเนื่องให้ผู้ประกอบการเข้าใจและเข้าถึง

ด้านกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดสุราษฎร์ธานี สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย กลยุทธ์ที่เหมาะสมคือ 1) สร้างการรับรู้อัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นผ่านวัฒนธรรมประเพณี 2) สร้างความร่วมมือกับกลุ่มศักยภาพเพื่อพัฒนาธุรกิจอาหารท้องถิ่น 3) สร้างการรับรู้ เรื่องแหล่งวัตถุดิบคุณภาพในท้องถิ่น 4) สื่อสารข้อมูลอาหารท้องถิ่นที่มีจำหน่ายในตลาดอาหาร 5) ขยายฐานการตลาดผ่านการรับรู้ในเวทีระดับชาติ 6) กลยุทธ์กระจายช่วงเวลาการท่องเที่ยว 7) กระตุ้นค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพ

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กลยุทธ์ที่เหมาะสมคือ 1) สนับสนุนให้เกิดความร่วมมือการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารระหว่างผู้ประกอบการร้านอาหารท้องถิ่นกับผู้ประกอบการรถโดยสารในพื้นที่ 2) สร้างความร่วมมือกับกลุ่มศักยภาพเพื่อพัฒนาธุรกิจอาหารท้องถิ่นสู่มาตรฐานสากล 3) ขยายการรับรู้คุณค่า 4) ขยายฐานตลาดกลุ่มความสนใจพิเศษ 5) ขยายฐานการตลาดผ่านการรับรู้ในเวทีโลก สำหรับกลยุทธ์ที่เสนอเพิ่มเติม คือ การขนส่งสาธารณะที่มีมาตรฐานการขนส่ง กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผลไม้และของฝากของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ประกอบด้วย 1) พัฒนามาตรฐานอาหาร 2) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝาก 3) การสร้างการรับรู้ด้านอัตลักษณ์ของของฝาก กลยุทธ์ที่เสนอเพิ่มเติม คือ คุณภาพของอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ชุมชนดั้งเดิม ลิขสิทธิ์ของสินค้าชุมชน ความปลอดภัย ปลอดภัยสารพิษ

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 3 การจัดทำฐานข้อมูลด้านเอกลักษณ์อาหารท้องถิ่นในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ด้านการศึกษาประเภทของอาหารท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า อาหารท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีความหลากหลาย แต่มีลักษณะที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งอาหารท้องถิ่นทั้งสองจังหวัดดังกล่าว เน้นการนำวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นปรุงแต่ง อาหารท้องถิ่นเป็นวัฒนธรรม องค์กรยูเนสโกจัดให้ศิลปะของอาหารท้องถิ่นเป็นมรดกทางวัฒนธรรมแห่งมนุษยชาติที่ไม่สามารถจับต้องได้ และอาหารท้องถิ่นก็ยังสามารถเป็นเครื่องมือในการกำหนดภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทาง และสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ซึ่งวัฒนธรรมอาหารการกินของถิ่นได้มีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ คนพื้นถิ่นดั้งเดิมการปรุงอาหารแบบง่ายๆ เมื่อมีชนชาติอินเดียเป็นผู้ริเริ่มเกิดเป็นวัฒนธรรมการปรุงอาหารโดยมาใช้น้ำมันชั้นปกครองแพร่หลายไปในวิถีของถิ่น ผู้คนเริ่มใช้เครื่องครัว เตาไฟ ห้อมดินจนถึงการทำแกง ขนม จนเป็นอาหารเฉพาะท้องถิ่นขึ้น ซึ่งวัฒนธรรมการกินอาหารของชาวใต้จะมีความหลากหลายเนื่องจากเป็นภูมิภาคที่มีการเดินทางเข้าออกของอารยประเทศ มีการวัฒนธรรมมาเผยแพร่ที่หลากหลาย เช่น ชาวจีน นำกระทะ ตะหลิว อังโหล ผักดอง กระเทียมดอง และเมล็ดพืชผักจากต่างแดนเข้ามา อาหารไทยท้องถิ่นก็เริ่มเปลี่ยนแปลง ลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ของอาหารได้คือรสชาติเผ็ด ส่วนวัตถุดิบที่เป็นเนื้อสัตว์ที่นิยมใช้ในการปรุงอาหาร เช่น แกงเนื้อ ซึ่งเนื้อจะหมายถึง เนื้อวัวหรือเนื้อควาย หมู ไก่ ปลาทั้งน้ำจืดและน้ำทะเล และสัตว์ปีกต่างๆ ซึ่งแกงเนื้อ อาหารท้องถิ่นใต้จะไม่นิยมใส่ผัก หรือ ภาษาท้องถิ่นเรียกว่า “การทอดผัก” การใส่ผักมากนักยิ่งเพียงใดจะกลายเป็นชื่อเมนูอาหาร เช่น แกงหมู อาจจะมีการใส่ผักแต่อาจจะน้อย แต่ถ้าใส่ผักจำนวนมาก อาจจะเรียกตามผักที่ใส่ เช่น แกงสมรม คือแกงที่มีการใส่ผักหลากหลาย เช่น หน่อไม้ สะตอ ถั่วฝักยาว เป็นต้น แต่แกงสมรม อาจจะมีการใส่เนื้อไก่ หรือ เนื้อหมูก็ได้ หรืออาจจะเรียกทั้งสองอย่างว่า “แกงสมรมหมู” ส่วนแกงเลียงจะต้องประกอบด้วยกะปิ และใส่ผักเป็นวัตถุดิบ และชื่อเรียกแกงเลียงจะเรียกตามวัตถุดิบของผักที่ใส่ เช่น ใส่ หัวปลี จะเรียกว่า แกงเลียงหัวปลี ใส่ลือกอ (มะละกอ) จะเรียกว่าแกงเลียงลือกอ หากแกงเลียงไม่ใส่กะปิ จะเรียกว่าแกงจืด ซึ่งจริงๆ แกงจืดไม่ใช่อาหารท้องถิ่นได้ แต่เป็นอาหารของชาวจีน การเรียกชื่อแกงเลียงก็เช่นกัน จะเรียกตามวัตถุดิบของผักที่ลงในแกงเลียง เช่น แกงเลียงหยวกกล้วย แกงเลียงหัวปลี เป็นต้น ส่วนประเภทต้ม มักนิยมใส่เนื้อสัตว์ติดกระดูกเป็นหลัก รวมถึงบางครั้งจะใส่เครื่องในสัตว์ผสมด้วย

ด้านการศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีความหลากหลาย ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งเรียนรู้ เช่น สีนมามะฟาร์ม ศูนย์ผลิตน้ำส้มจาก อำเภอปากพั่น ตลอดจน ตลาดหรือถนนคนเดินที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางซื้อของฝากได้ และยังมีกิจกรรมในการปรุงอาหารต่าง ๆ มากมาย

ฐานข้อมูลที่นักท่องเที่ยวต้องการ คือ การออกแบบฐานข้อมูลที่นักท่องเที่ยวสามารถศึกษาข้อมูลของอาหารท้องถิ่นทั้งสองจังหวัด ซึ่งฐานข้อมูลดังกล่าวยังมีรายละเอียดของวัตถุดิบ กรรมวิธีในการปรุงอาหาร ตลอดจนวิธีการรับประทานอาหารและแหล่งการผลิตอาหารแต่ละประเภท

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 4 เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ด้านการศึกษาจุดแข็ง 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) การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารยังไม่หลากหลาย 3) ขาดการบริการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ของท้องถิ่น 4) บุคลากรด้านการท่องเที่ยวยังขาดทักษะและความพร้อม 5) ขาดแคลนบุคลากรในท้องถิ่นที่ชำนาญด้านการท่องเที่ยว 6) การตกแต่งของร้านอาหารไม่มีความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นภาคใต้ 7) ด้านที่พักและโรงแรมยังมีน้อยในจังหวัดนครศรีธรรมราชยังมีน้อย 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

3. ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัย

ชุดโครงการมีความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ และสอดคล้องกับงบประมาณที่วางไว้ในโครงการด้านความคุ้มค่า โดยโครงย่อย 1 คณะวิจัย ได้นำเสนอโครงการวิจัยที่สามารถสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำนวน 7 เส้นทาง ได้แก่ 1) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีกิน ถิ่นคีรี” 2) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีกิน ถิ่นลุ่มน้ำ” 3) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีกิน ถิ่นเล แลเมือง” 4) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีกิน ถิ่นสองธรรม” 5) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีกิน ถิ่นเขาสก” 6) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีกิน ถิ่นธรรม” 7) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีกิน ถิ่นเกาะ”

นอกจากนี้ได้นำเสนอแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร อันจะนำไปสู่การสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวให้กับจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีอีกทางหนึ่ง

โครงย่อย 2 คณะวิจัย ได้นำเสนอพฤติกรรมกลยุทธ์การตลาดอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยการวิเคราะห์ได้จำแนกการศึกษา ออกเป็นจังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดสุราษฎร์ธานี และการนำเสนอกลยุทธ์การตลาดแยกออกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ชาวต่างชาติ รวมทั้งพฤติกรรมการตลาดสำหรับธุรกิจของฝาก ของที่ระลึก

โครงย่อย 3 คณะวิจัย ได้นำเสนอ ประเภทของอาหารท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี และมีการจัดทำฐานข้อมูลด้านเอกลักษณ์อาหารท้องถิ่นในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีในรูปแบบของเว็บไซต์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวและผู้สนใจสามารถเข้าไปศึกษารายละเอียดของอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีได้ และแผนงานวิจัย ได้นำเสนอ แนวทางแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

4. การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว ผู้ประกอบการร้านอาหาร และชุมชน สามารถนำข้อมูลเอาไปใช้ในการทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารให้มีศักยภาพมากขึ้น เช่น ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวได้รับรางวัลชนะเลิศ แคมเปญประกวด Thailand Food Tourism Challenge งาน Thailand Food Tourism Festival และยังสามารถนำข้อมูลเอาไปใช้ในการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเชิงอาหารให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวได้

หน่วยงานภาครัฐ สามารถนำผลการวิจัยไปวางแผนในเชิงนโยบายเพื่อพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่อื่น ๆ ต่อไป

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) ด้านการสื่อความหมายและการสร้างมรดกคู่เทศกในการเล่าเรื่องราวในแต่ละเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร 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) ขวนซื้อป 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;

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นสาขาที่สำคัญ ที่สร้างรายได้ทางเศรษฐกิจให้กับหลายๆประเทศในโลก หากทำการศึกษารายได้จากการท่องเที่ยวรวมทั่วโลกในปี 2558 พบว่า รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 3.6 จากปีก่อน คิดเป็น 1.4 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 47.95 ล้านล้านบาท (อัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ยปี 2558: 1 เหรียญดอลลาร์สหรัฐเท่ากับ 34.25 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2559) หรือคิดเป็นร้อยละ 7 ของมูลค่าการส่งออกสินค้ารวมทั่วโลก หากจำแนกเป็นรายภูมิภาคพบว่าสหภาพยุโรปมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวมากที่สุด จำนวน 608 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 51 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาเป็นเอเชียแปซิฟิก จำนวน 279 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 24 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด เมื่อทำการเปรียบเทียบรายได้จากนักท่องเที่ยว พบว่า สหภาพยุโรปมีรายได้จากการท่องเที่ยว 448 ล้านล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 15,344 ล้านล้านบาท ส่วนเอเชียแปซิฟิกมีรายได้จากการท่องเที่ยว 419 ล้านล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 14,350 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 36 และ 34 ของรายได้จากการท่องเที่ยวทั่วโลกตามลำดับ (UNWTO, 2016) แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในเอเชียแปซิฟิกมีการใช้จ่ายใช้สอยมากกว่านักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในสหภาพยุโรป สำหรับกลุ่มประเทศอาเซียนพบว่ามียาได้จากการท่องเที่ยวในปี 2558 คิดเป็นร้อยละ 8.8 ของรายได้จากการท่องเที่ยวรวมทั่วโลก หรือประมาณ 108.8 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ (3,726.4 ล้านล้านบาท) มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวทั้งสิ้น 105.1 ล้านคนแยกเป็นนักท่องเที่ยวนอกกลุ่มอาเซียนร้อยละ 53.2 ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด สำหรับประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวจำนวน 29.88 ล้านคนเพิ่มขึ้นจากปี 2557 ร้อยละ 20 หรือประมาณ 5.08 ล้านคน โดยในปี 2558 รายได้จากการท่องเที่ยวในปี 2558 คิดเป็น 1.44 ล้านล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 23 จากปีก่อนหน้า โดยปี 2557 ประเทศไทยมียาได้จากการท่องเที่ยว 1.17 ล้านล้านบาท หรือประมาณร้อยละ 10 ของรายได้ประชาชาติของไทย และพบว่ารายได้จากอาหารและเครื่องดื่มคิดเป็นร้อยละ 40.13 ของรายได้จากการท่องเที่ยวหรือ 202,863 ล้านบาท (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559; องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวยั่งยืน, 2559)

ปัจจุบันรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนเป็นรูปแบบไป กล่าวคือ นักท่องเที่ยวจะเดินทางท่องเที่ยวตามความสนใจของตนเองมากขึ้นและการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมคือ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) โดย ราณี อีสัยกุล (2557) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารคือ การท่องเที่ยวเฉพาะที่มีจุดมุ่งหมายหรือแรงจูงใจเพื่อประกอบกิจกรรมและหรือชมกระบวนการผลิตอาหาร ซื้อสินค้าที่เกี่ยวกับอาหาร ทดลองทำอาหาร หรือการเข้าร่วมเทศกาลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอาหารทั้งสิ้น อาหารเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวอีกทั้งเป็นแหล่งรายได้ให้กับคนในท้องถิ่นและแหล่งเศรษฐกิจให้กับแหล่งท่องเที่ยว (Cohen & Avieli, 2004; Selwood, 2003 อ้างถึงใน Francise Eric Amuquandoh, 2011) นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงอาหารก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และภาคเกษตรกรรมทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งอาหารได้ใช้ผลผลิตการเกษตรเป็นวัตถุดิบหลัก

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) ในประเทศไทยได้รับความนิยมเพิ่มสูงขึ้น ในหมู่การท่องเที่ยวทางเลือกซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักแสวงหา ความสุนทรีย์ และความจริงแท้ (Authenticity) จากการท่องเที่ยว เกิดกระแสโหยหาความหลัง (Nostalgia) และความอยู่ดีมีสุข (Well-being) นักท่องเที่ยวมากกว่าร้อยละ 85 มีรายได้สูงและต้องการประสบการณ์จากการทานอาหารในร้านอาหารที่แปลกใหม่และมากกว่าร้อยละ 30 ของนักท่องเที่ยวมองหาอาหารการกินดี ๆ ระหว่างการท่องเที่ยว (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวยั่งยืน, 2559)

จังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นจังหวัดในภาคใต้ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากเนื่องจาก จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีพื้นที่ทั้งสภาพป่าดิบชื้นอันอุดมสมบูรณ์ด้วยพืชพรรณ เกาะและหมู่เกาะที่มีชื่อเสียง เช่น เกาะสมุย เกาะพะงัน หมู่เกาะอ่างทอง เกาะเต่า เกาะนางยวน และยังมีแหล่งท่องเที่ยวอื่น เช่น เขื่อนรัชชประภา อุทยานแห่งชาติเขาสก วัดพระบรมธาตุไชยาราชวรวิหาร น้ำตกวิภาวดี สวนโมกขพลาราม เป็นต้น สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณ รัชกาลที่ 10 ทรงมีพระราชดำริว่า “เมืองร้อยเกาะ เงาะอร่อย หอยใหญ่ ไข่แดง แหล่งธรรม ชักพระประเพณี” ทั้งนี้ทำให้ จังหวัดสุราษฎร์ธานีได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเดินทางท่องเที่ยวใน จังหวัดสุราษฎร์ธานีเพิ่มขึ้นในทุกๆ ปี ประกอบกับ จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นจังหวัดที่อยู่ติดกับจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย แหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นของจังหวัดนครศรีธรรมราช คือ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร เป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวนครศรีธรรมราชและจังหวัดใกล้เคียง และจังหวัดนครศรีธรรมราชยังมีประเพณีทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย หากพิจารณาจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวพบว่าในปี 2557 มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีจำนวน 7,924,408 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 19 ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดในภาคใต้ และเพิ่มขึ้น เป็น 8,681,707 คน ในปี 2558 และพบว่ามากกว่าร้อยละ 30 ของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีใช้จ่ายสำหรับอาหาร (นันทวรรณ ศิริโชคพัฒน์, 2559; ลดาวัลย์ ช่วยชาติ, 2559) โดยเอกลักษณ์ของอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีจะเกี่ยวข้องกับอาหารทะเล ไม่ว่าจะเป็นอาหารที่มีการแปรรูปหรือสดจากท้องทะเล การปรุงอาหารจึงมีการปรุงแต่งด้วยการนำเครื่องเทศมาประกอบเพื่อใช้ในการดับคาวของอาหาร เช่น มีการนำขมิ้นมาใช้เป็นเครื่องปรุง อาหารภาคใต้จึงมีสีเหลือง และนิยมปรุงรสให้มีรสจัด เช่น รสเผ็ด เค็มหรือออกไปทางเปรี้ยว นอกจากนี้อาหารทางภาคใต้จึงต้องมีผักต่างๆ รับประทานควบคู่กันไปด้วย ดังนั้น อาหารภาคใต้จึงเป็นอาหารที่น่ารับประทานอีกภาคหนึ่งและเป็นอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายอยู่มาก เนื่องจากเป็นอาหารทะเลซึ่งมีธาตุอาหารอยู่มากมายนั่นเอง (ฐิรชญา มณีเนตร, 2553)

ในปัจจุบันงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารยังมีค่อนข้างจำกัด ทั้งด้านการประเมินศักยภาพเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การศึกษาพฤติกรรมและรูปแบบของการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อจัดทำกลยุทธ์การตลาดเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร รวมถึงการรวบรวมเอกลักษณ์เชิงอาหารโดยเน้นภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อจัดทำเส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับเอกลักษณ์เชิงอาหารและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี (นันทวรรณ ศิริโชคพัฒน์, 2559 ; ลดาวัลย์ ช่วยชาติ, 2559)

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้นทำให้คณะวิจัยจึงมีความต้องการศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีเพื่อนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ ภายใต้แนวคิดที่ว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารคือความจริงแท้ที่เน้นคุณค่าความเป็นไทย วิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และประวัติศาสตร์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกิดความประทับใจ แล้วสามารถส่งมอบคุณค่า จนกระทั่งเกิดการแบ่งปันและบอกต่อและกลับมาเที่ยวอีกครั้ง โดยแผนงานวิจัยฉบับนี้มุ่งเน้นศึกษาใน 3 ประเด็น หลักคือ การศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร การศึกษากลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และการจัดทำฐานข้อมูลด้านเอกลักษณ์อาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยทำการศึกษาเป็นโครงการย่อยดังนี้

โครงการวิจัยย่อยที่ 1 ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ปิยะ ปานผู้มีทรัพย์ (2557) ได้ศึกษาศักยภาพและมูลค่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต่อการสร้างรายได้ในพื้นที่ภาคใต้การประเมินศักยภาพด้านผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคใต้ โดยแนะนำเส้นทางและโปรแกรมการท่องเที่ยวแต่ยังไม่ครอบคลุมทุกเส้นทางในการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี ประกอบกับยังขาดงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่จะพัฒนามาตรฐานหรือตัวชี้วัดที่จะบ่งชี้ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ดังนั้น คณะวิจัยจึงทำการศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยใช้การสัมภาษณ์ ประกอบด้วย ข้อมูลเกี่ยวกับพื้นที่ ข้อมูลด้านอาหารท้องถิ่น ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร การมีส่วนร่วมของชุมชน และจะจัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อกำหนดชื่อเส้นทางในการท่องเที่ยวเชิงอาหารขึ้น จากนั้นทำการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารทุกแหล่ง การประเมินองค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่บ่งบอกถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวจะต้องประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 4 ปัจจัย ประกอบด้วย 1) ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านพื้นที่ 2) ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านการจัดการ 3) ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านกิจกรรมและการเรียนรู้ และ 4) ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านการเรียนรู้ของชุมชน มีการจัดทำเส้นทางและทำแผนที่เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี รวมไปถึงการจัดทำแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

โครงการวิจัยย่อยที่ 2 แนวทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีจำนวนมากและมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ดังนั้น คณะวิจัยจึงมีความสนใจศึกษาพฤติกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยว และศึกษาเส้นทางในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีเพื่อนำมาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และจัดทำกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุมกลุ่มเพื่อระดมความคิดเห็นและแบบสอบถามและใช้แนวคิดการวิเคราะห์เครือข่าย (Network Analysis) เพื่อศึกษาเส้นทางในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เกิดขึ้นในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานีและจังหวัดนครศรีธรรมราชเพราะทำให้ทราบถึงความต้องการบริโภคและใช้แนวคิดทฤษฎี SWOT TOWS Matrix

เพื่อจัดทำกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีเพื่อจะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น

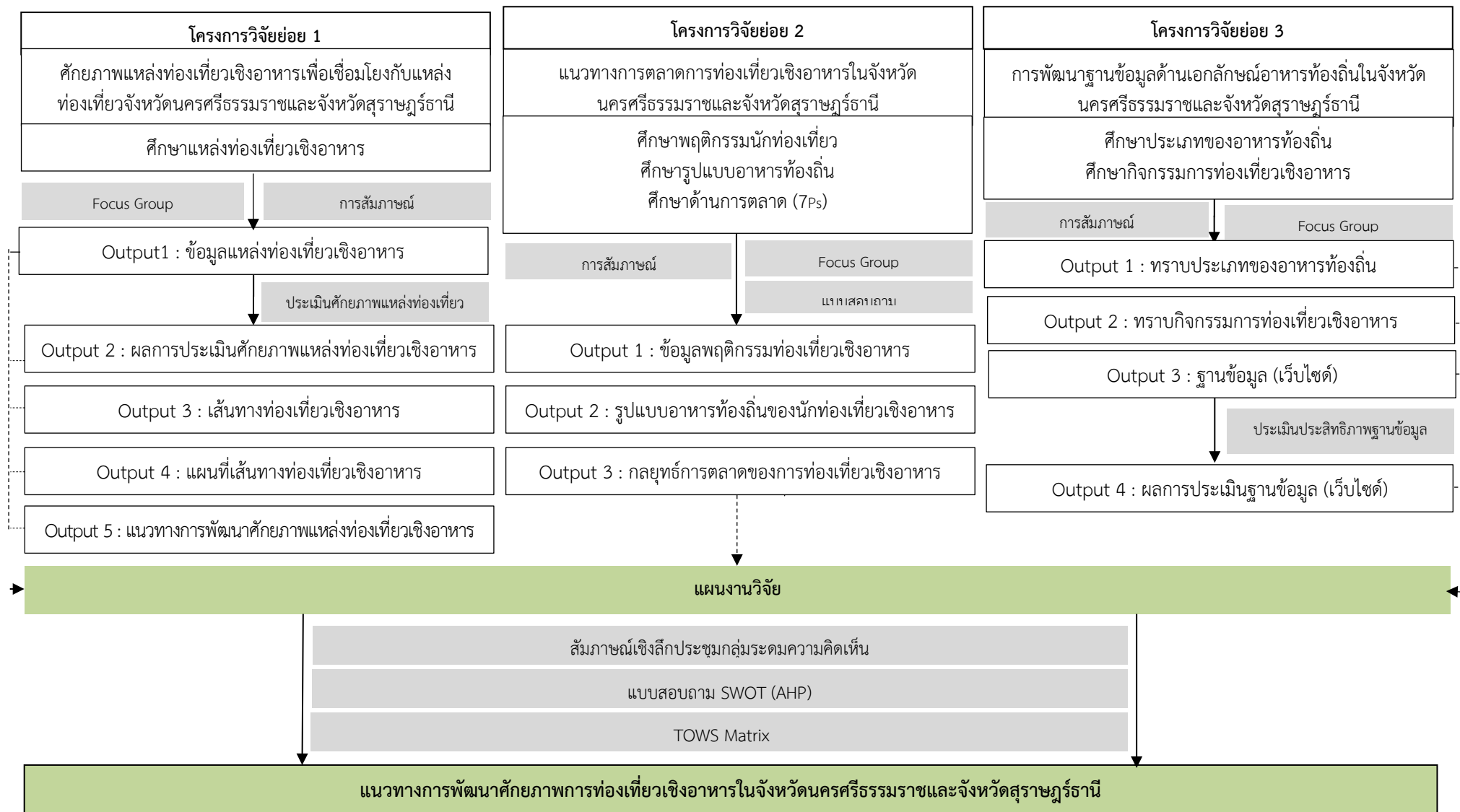
โครงการวิจัยย่อยที่ 3 การพัฒนาฐานข้อมูลด้านเอกลักษณ์อาหารท้องถิ่นในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยทำการศึกษาประเภทของอาหารท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี จากนั้นผู้วิจัยออกแบบและจัดทำฐานข้อมูลด้านเอกลักษณ์อาหารท้องถิ่นในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีขึ้นมา และมีการประเมินประสิทธิภาพของฐานข้อมูลด้านเอกลักษณ์อาหารท้องถิ่นในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีด้านคุณภาพของฐานข้อมูลและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ฐานข้อมูลจะเป็นเครื่องมือสำคัญที่ใช้เป็นสื่อกลางให้นักท่องเที่ยวทราบประวัติความเป็นมา กระบวนการผลิต ประโยชน์และสถานที่จำหน่ายอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

จากนั้นแผนงานวิจัยฉบับนี้นำผลการศึกษาจากโครงการวิจัยย่อยที่ 1 โครงการวิจัยย่อยที่ 2 และโครงการวิจัยย่อยที่ 3 มาสังเคราะห์และลงพื้นที่ สัมภาษณ์เชิงลึก ประชุมกลุ่มเพื่อระดมความคิดเห็นและแบบสอบถาม โดยผ่านการใช้ SWOT TOWS Matrix และ AHP เพื่อให้ได้งานวิจัยแบบผสมผสานเพื่อให้ผลการวิจัยเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำ มีการแทนค่าด้วยตัวเลข ซึ่งผลการศึกษาครั้งนี้ได้เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวแก่จังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี และเพื่อเป็นการเผยแพร่เอกลักษณ์อาหาร กระบวนการผลิต ประโยชน์ของอาหารแต่ละประเภทแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งผลการศึกษาครั้งนี้ได้แนวทางในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในอันที่จะปรับปรุงลักษณะและคุณภาพการบริการในด้านต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว อีกทั้งเป็นแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี
- 1.2.2 เพื่อกำหนดกลยุทธ์การตลาดของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี
- 1.2.3 เพื่อจัดทำฐานข้อมูลด้านเอกลักษณ์อาหารท้องถิ่นในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี
- 1.2.4 เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.3 กรอบแนวความคิดของการวิจัย



1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในงานวิจัย

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวที่ผสมผสานแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม การบริการ การเป็นเจ้าบ้านที่ดี การเข้าถึงทรัพยากรการท่องเที่ยว และเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ โดยเฉพาะการลิ้มรสอาหาร การเรียนรู้วิถีชีวิตและการลงมือทำอาหารด้วยตนเอง รวมเป็นประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร หมายถึง เส้นทางท่องเที่ยวที่มีการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรทางด้านอาหาร รวมถึงการเดินทางไปยังแหล่งอาหาร ทั้งแหล่งผลิตและแหล่งจำหน่าย งานเทศกาลอาหาร การจัดการงาน Event การสาธิตการทำอาหาร การชิมอาหาร หรือกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอาหาร

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร หมายถึง เส้นทางหลักของการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นที่มีอยู่ในแต่ละเส้นทาง ทั้งอาหารในเชิงพื้นที่ และเชิงวัฒนธรรมการกินของชุมชนแต่ละเส้นทางท่องเที่ยว

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร หมายถึง ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ความน่าสนใจของอาหารท้องถิ่นที่จะดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว

อาหารท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี หมายถึง อาหารที่มีจุดกำเนิดจากภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ ถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นของครัวเรือน โดยอาศัยทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นเป็นหลัก โดยจะมีการนำเสนอในประเด็น ชื่ออาหาร ประวัติความเป็นมา เกร็ดประวัติศาสตร์ ส่วนผสม แหล่งวัตถุดิบ กระบวนการผลิต จุดเด่นของอาหาร สรรพคุณของอาหารและวัฒนธรรมและรูปแบบการบริโภค

กิจกรรมการท่องเที่ยวการชม-ชิมอาหาร หมายถึง การแบ่งประเภทของกิจกรรมการชม-ชิมในจังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดสุราษฎร์ธานี 7 ประเภท ได้แก่ 1) การนำชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร 2) การเสนอให้ชิม/รับประทานอาหาร 3) การทดลองทำอาหารของนักท่องเที่ยว 4) การให้นักท่องเที่ยวซื้อสินค้าหรือของที่ระลึกเกี่ยวกับอาหาร 5) การนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับอาหาร 6) การให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น 7) การสร้างความประทับใจอื่นๆ ในกิจกรรมอาหาร (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559)

ฐานข้อมูลด้านเอกลักษณ์อาหารท้องถิ่นในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี หมายถึง การจัดทำเว็บไซต์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลด้านอาหาร ประกอบด้วย ชื่ออาหาร ประวัติความเป็นมา เกร็ดประวัติศาสตร์ ส่วนผสมแหล่งวัตถุดิบ กระบวนการผลิต จุดเด่นของอาหาร และสรรพคุณของส่วนผสมวัฒนธรรมและรูปแบบการบริโภค และกิจกรรมการท่องเที่ยวการชม-ชิมอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดสุราษฎร์ธานี 7 ประเภท ได้แก่ 1) การนำชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร 2) การเสนอให้ชิม/รับประทานอาหาร 3) การทดลองทำอาหารของนักท่องเที่ยว 4) การให้นักท่องเที่ยวซื้อสินค้าหรือของที่ระลึกเกี่ยวกับอาหาร 5) การนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับอาหาร 6) การให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น 7) การสร้างความประทับใจอื่นๆ ในกิจกรรมอาหาร

การประเมินประสิทธิภาพของฐานข้อมูลด้านเอกลักษณ์อาหารท้องถิ่นในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีด้านคุณภาพของฐานข้อมูลและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว หมายถึง การดำเนินการพัฒนาฐานข้อมูลด้านเอกลักษณ์อาหารท้องถิ่นในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี จะดำเนินการให้ผู้ที่มีส่วนที่เกี่ยวข้องได้ประเมินคุณภาพฐานข้อมูล และประเมินความพึง

พอใจของฐานข้อมูล เพื่อให้ทราบว่าฐานข้อมูลที่พัฒนานั้นสามารถที่จะตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องมากน้อยเพียงใด ซึ่งการประเมินคุณภาพของฐานข้อมูลประกอบด้วย 4 มิติ คือ 1) Intrinsic Quality เป็นการประเมินคุณภาพข้อมูลที่แสดงเนื้อแท้ของตนเองตามความเป็นจริง 2) Contextual Quality เป็นการประเมินคุณภาพตามบริบทของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานในกระบวนการผลิตสารสนเทศ 3) Interactional Quality เป็นการประเมินคุณภาพด้านปฏิสัมพันธ์ ได้แก่ ประสิทธิภาพในการเข้าใช้สารสนเทศบนเว็บที่ง่ายและปลอดภัย โดยที่ผู้ใช้ไม่จำเป็นต้องเรียนรู้อะไรเป็นพิเศษ ส่งผลให้ผู้พึงพอใจ และ 4) Representational Quality เป็นการประเมินคุณภาพการแสดงผลสารสนเทศที่เข้าใจง่าย สามารถสกัดความรู้ไปใช้ให้เกิดมูลค่าได้เป็นอย่างดี ส่วนการประเมินความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวโดยให้นักท่องเที่ยวประเมินฐานข้อมูลด้านเอกลักษณ์อาหารท้องถิ่น สามารถตอบสนองต่อความต้องการมากน้อยเพียงใด

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

1.5.1 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี ประกอบด้วย หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัดสุราษฎร์ธานี สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัดนครศรีธรรมราช การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สาขาสุราษฎร์ธานี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สาขานครศรีธรรมราช สภาอุตสาหกรรมจังหวัดสุราษฎร์ธานี สภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช หน่วยงานเอกชน ได้แก่ หอการค้าจังหวัดสุราษฎร์ธานี หอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช สมาคมการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม/รีสอร์ท ผู้ประกอบการธุรกิจนันทนาการ ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวที่เป็นนักวิชาการ ชุมชน ประกอบด้วยปราชญ์ชุมชนและผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร

1.5.2 ขอบเขตด้านสถานที่

สถานที่ทำวิจัยเฉพาะจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.5.3 ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการดำเนินการ 12 เดือน

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) ได้เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มีศักยภาพในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี
- 2) ผู้ประกอบการนำเที่ยวสามารถขายเส้นทางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้
- 3) เกิดการกระจายรายได้แก่ชุมชน
- 4) เป็นการอนุรักษ์และเผยแพร่อาหารท้องถิ่น

1.6.2 หน่วยงานที่จะนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

- 1) สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัดนครศรีธรรมราช
- 2) สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัดสุราษฎร์ธานี
- 3) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสาขานครศรีธรรมราช
- 4) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สาขาสุราษฎร์ธานี
- 5) ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว
- 6) ผู้ประกอบการร้านอาหาร

บทที่ 2 ทบทวนเอกสารและวรรณกรรม

2.1 การทบทวนแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

2.1.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

Long (2004) ให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงอาหารไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการท่องเที่ยวที่มีเป้าหมายเพื่อสำรวจหรือเข้าร่วมสัมผัสวิถีการกินในวัฒนธรรมอื่น เช่น เข้าร่วมรับประทานอาหาร ทำกิจกรรมในขั้นตอนการปรุงและประกอบอาหาร ตั้งแต่การเตรียมวัตถุดิบ การปรุง การจัดตกแต่งจานจนกระทั่งนำเสนอบนโต๊ะอาหาร

Hall & Mitchell (2005) ได้ให้คำจำกัดความที่ครอบคลุมการท่องเที่ยวเชิงอาหารไว้ว่า คือการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เกิดจากแรงจูงใจที่จะไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ด้านอาหารหรือเกี่ยวข้องกับการผลิตอาหาร เทศกาลอาหาร ร้านอาหาร หรือแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะเรื่องอาหาร

Du Rand & Heath (2006) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวอาหาร (Food tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่สมควรได้รับการส่งเสริมสนับสนุนเนื่องจาก“อาหาร” ของแต่ละท้องถิ่นที่รวมเป็นภาพรวมของประเทศนั้นมีศักยภาพสูงที่จะทำให้เกิดกระบวนการแข่งขันทางการตลาดอย่างยั่งยืนได้

Georgica er, al (2014) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหาร หมายถึง การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรทางด้านอาหาร โดยสามารถสร้างประสบการณ์หรือความบันเทิงให้แก่นักท่องเที่ยว รวมถึงการเดินทางไปยังแหล่งอาหาร ทั้งแหล่งผลิต และแหล่งจำหน่าย งานเทศกาลอาหาร การจัดการงาน event การสาธิตการทำอาหาร การชิมอาหาร หรือกิจกรรมอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับอาหาร

ธนภูมิ อติเวทิน (2552) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร หมายถึง รูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวความสนใจพิเศษ โดยที่ความสนใจของนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้จะมุ่งไปในด้านของการสัมผัสและการเติมเต็มประสบการณ์ที่เกิดจากการได้บริโภคอาหารหรือการได้เยี่ยมเยือนสถานที่ซึ่งเป็นแหล่งผลิตหรือแปรรูปอาหารประเภทต่าง ๆ เช่น การเยี่ยมชมฟาร์มปศุสัตว์ ฟาร์มประมง โรงงานผลิตอาหาร ไร่่อ่งุ่น ไร่การเกษตร โดยที่นักท่องเที่ยวจะได้มีโอกาสในการลิ้มลองอาหารที่มีรสชาติแปลกใหม่ที่อาจเป็นของท้องถิ่นหรือพื้นที่นั้นๆ และมีความแตกต่างไปจากอาหารที่รับประทานทั่วไปในชีวิตประจำวัน

ภาณุวัฒน์ ภักดีอักษร (2555) ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเฉพาะที่ต้องมีวัตถุประสงค์ เป้าหมาย หรือแรงจูงใจหลักของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาหาร

กนกกานต์ วีระกุล และคณะ (2556) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหาร หมายถึงการผสมผสานของวัฒนธรรมของพื้นที่ วัฒนธรรม การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก การเข้าถึง การเป็นเจ้าบ้านที่ดีและเอกลักษณ์ของพื้นที่ ซึ่งรวมเป็นประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้จากที่แห่งนั้น โดยเฉพาะการสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้งการลิ้มลองอาหาร การเรียนรู้กระบวนการประกอบอาหาร เป็นต้น เป็นการเพิ่มมูลค่าให้แก่ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว

โรจนศักดิ์ โฉมวิไลลักษณ์ และคณะ (2558) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เน้นความจำเป็นในการสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับอาหารที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ โดยอาจมีการส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านอาหารที่น่าสนใจ และให้ข้อมูลเชิงประสบการณ์เกี่ยวกับอาหารในด้านต่างๆที่อาจจะได้รับ เพื่อเพิ่มจุดดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้กับสถานที่ท่องเที่ยว และทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวนั้น

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (2599) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการท่องเที่ยวที่ผสมผสานธรรมชาติของพื้นที่ วัฒนธรรม วิถีชีวิต การบริการ การเข้าถึง การเป็นเจ้าของที่ดี และเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ รวมเป็นประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะการลิ้มรสอาหาร การได้เรียนรู้วิธีทำและลงมือทำอาหารด้วยตนเอง ซึ่งถือเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้กำหนดให้ธุรกิจอาหารไทย จัดอยู่ในกลุ่มมรดกทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ (Cultural Heritage) ในประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยยึดกรอบขององค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนา (UNCTAD) เป็นเกณฑ์ในการจัดหมวดหมู่ นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงอาหารยังจัดเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพราะเป็นการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวได้พัฒนาความสร้างสรรค์ของตนเองผ่านการติดต่อสื่อสารกับผู้คนในท้องถิ่นและวิถีชีวิตที่สร้างสรรค์ผ่านวัฒนธรรมอาหาร เช่น ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การสอนทำและประเมินคุณภาพอาหาร เทศกาลอาหาร เส้นทางเที่ยวชิมอาหาร และการสร้างเอกลักษณ์ที่สัมพันธ์กับอาหาร เป็นต้น

ดังนั้น อาจทำการสรุปนิยามด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ได้ว่า เป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่างๆ โดยในเส้นทางมีการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรทางด้านอาหารรวมถึงการเดินทางไปยังแหล่งอาหาร ทั้งแหล่งผลิตและแหล่งจำหน่าย งานเทศกาลอาหาร การจัดการงาน event การสาธิตการทำอาหาร การชิมอาหาร หรือกิจกรรมอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับอาหาร

2.1.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นสื่อที่บ่งบอกถึงความเป็นมาของสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นของประเทศต่างๆ ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นสิ่งที่ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่นต่าง ๆ อันจะส่งผลให้การท่องเที่ยวขยายตัวอย่างต่อเนื่องผลของการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกิดประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อเศรษฐกิจการท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวเชิงอาหารก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในทุกกลุ่มคน การท่องเที่ยวเชิงอาหารในปัจจุบันได้รับการขับเคลื่อนจากการเติบโตของเทคโนโลยี สื่อออนไลน์เป็นส่วนสำคัญในการช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยเทคโนโลยีสมัยใหม่สร้างความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยวในการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว เส้นทางท่องเที่ยวชิมอาหาร แหล่งผลิตอาหารที่เป็นต้นฉบับ ร้านอาหารแนะนำ เมนูแนะนำท้องถิ่น เป็นต้น โดยการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่โดดเด่นระดับโลก

เช่น เส้นทางชิมไวน์ ทัวร์ชิมอาหารของญี่ปุ่น การท่องเที่ยวชิมผลไม้ในสวนภาคตะวันออก หรือการเข้าร่วมเทศกาลกินเจ เป็นต้น (เบญจพร ดามาพงศ์ และคณะ, 2556)

การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการท่องเที่ยวด้านอาหาร รัฐบาลจึงมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ ทั้งจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย และนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างต่อเนื่อง อาทิ การจัดโครงการ Amazing Thai Taste เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยวภายใต้โครงการสานพลังประชารัฐ เพื่อกระจายประโยชน์ทางเศรษฐกิจสู่ภาคการเกษตร โดยร่วมกันสร้างภาพลักษณ์ (Brand) ของอาหารและผลไม้ไทยให้เป็นสินค้าเกรดดี (Premium Product) ทั้งส่งเสริมให้ทานผลไม้ไทยตามฤดูกาล ช่วยส่งเสริมให้เกิดการกระจายรายได้จากการซื้ออาหาร/เครื่องดื่มของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเพิ่มขึ้นร้อยละ 50 นอกจากนี้ยังได้กำหนดเป้าหมายอาหารไทย 6 ชนิดของอาหารไทยที่นิยมของนักท่องเที่ยว คือ ผัดไทย ต้มยำกุ้ง แกงเขียวหวาน ส้มตำ มัสมั่น และต้มข้าวไก่ โดยได้รับการส่งเสริมจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจัดทำภาพยนตร์โฆษณา ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญและเรื่องราวของผัดไทย ในมุมมองของการท่องเที่ยวเชิงอาหารเผยแพร่ภายใต้ Discover Amazing Stories: PADTHAI ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ Amazing Thailand Discover Amazing Stories. (สำนักปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (2599) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารได้รับความสนใจโดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวทางเลือก ซึ่งนักท่องเที่ยวมักแสวงหาความสุนทรีย์และความจริงแท้จากการท่องเที่ยว เกิดกระแสโยกย้ายความหลังและความอยู่ดีมีสุข แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เลือกท่องเที่ยวเชิงอาหารประกอบด้วย

- 1) การแสดงออกถึงตัวตน (Self-expression) ต้องการแสดงความแตกต่าง ความโดดเด่น และความเป็นตัวตน
- 2) ความสงสัยและใฝ่รู้ (Curiosity) ต้องการที่จะหาความรู้และค้นพบอะไรใหม่ๆ เพื่อป้องกันการศึกษาและความรู้ที่มีอยู่
- 3) การสืบค้นจากรากฐาน (Grounded) ต้องการที่จะดื่มด่ำกับรากเหง้าของอาหารในชนบทที่สามารถศึกษาวิธีการในการผลิตอาหาร
- 4) ความรื่นรมย์ (Pleasurable Experience) ต้องการที่จะเติมเต็มความสุขทางความรู้สึกและสัมผัสและประสบการณ์ในการกินอาหาร
- 5) ความกังวลใจ (Anxiety) ต้องการที่จะพักผ่อนหรือผ่อนคลายด้วยการกินอาหารและเครื่องดื่มระหว่างการท่องเที่ยว และหลีกเลี่ยงชีวิตประจำวันด้วยการกินอาหารพื้นเมืองและอาหารที่คุ้นเคยในอดีตแต่ไม่ได้กินเป็นประจำ

อาหารไทยแต่ละท้องถิ่นมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันตามวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของแต่ละท้องถิ่น จึงทำให้มีรสชาติที่แตกต่างกัน โดยในแต่ละจังหวัดมีอาหารแนะนำแต่ละท้องถิ่น รวมถึงสินค้าที่เกี่ยวข้องกับอาหาร เช่น ข้าวซอยของจังหวัดเชียงใหม่ ไข่เค็มของฝากจังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นต้น

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร จึงนำเอาอาหารท้องถิ่นมาเป็นเครื่องมือในการดึงดูดนักท่องเที่ยว เพราะอาหารท้องถิ่นสามารถเป็นสื่อบอกเล่าเรื่องราวการดำเนินชีวิต เอกลักษณ์ที่สืบทอดกันมาไม่ว่าจะเป็นเชิงกายภาพ เช่น การเกษตร ภูมิประเทศ และภูมิอากาศ หรือในเชิงจิตใจ เช่น วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม ซึ่งอาหารแต่ละท้องถิ่นก็จะแสดงถึงความจริงแท้ของตัวมันเอง การสามารถเชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวกับอาหารแล้ว อาหารถือเป็นเครื่องมือหนึ่งที่สำคัญในการนำเสนออัตลักษณ์

และวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อกระตุ้นและดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจ ทั้งในรสชาติและความสุนทรีย์ของเรื่องราวอาหาร

2.1.2 แนวคิดด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว คือ ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนา การปรับปรุง หรือการทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลง รวมถึงความน่าสนใจของท้องถิ่นว่ามีเพียงพอที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นหรือไม่

สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2557) ได้ดำเนินการสร้างมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม ซึ่งเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยมีการกำหนดศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 องค์ประกอบ ได้แก่

1) องค์ประกอบด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวหมายถึง การที่แหล่งท่องเที่ยวมีจุดดึงดูดความสนใจหรือมีคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสร้างความประทับใจและความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตและภูมิปัญญา มีความงดงามทางศิลปวัฒนธรรม และจากการที่วัฒนธรรมเป็นมรดกทางสังคมของมนุษย์ที่สั่งสมมาแต่อดีตและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะในแต่ละท้องถิ่น สำหรับองค์ประกอบด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา 2 ด้าน ได้แก่

1.1) คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ประกอบด้วย 7 ดัชนีตัวชี้วัด ได้แก่ 1) ความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ 2) ความต่อเนื่องของการสืบสานวัฒนธรรมประเพณี 3) ความงดงามทางศิลปวัฒนธรรม 4) ความสามารถในการสืบทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง 5) ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีที่สืบค้นได้ 6) ความผูกพันต่อท้องถิ่น 7) ความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์

1.2) ศักยภาพทางกายภาพและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวประกอบด้วย 3 ดัชนีตัวชี้วัด ได้แก่ 1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 2) ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว 3) ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว

2) องค์ประกอบด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวหมายถึง องค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีส่วนช่วยเสริมแหล่งวัฒนธรรมนั้นๆ ให้มีความสำคัญ มีความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยว มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา 2 ด้าน ได้แก่

2.1) ศักยภาพในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน

2.2) ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก

3) องค์ประกอบด้านศักยภาพการบริหารจัดการหมายถึง ความสามารถในการควบคุมดูแล การดำเนินงาน การจัดการแหล่งท่องเที่ยว เกณฑ์ประเมินด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มี 2 ด้าน ได้แก่

3.1) การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 ดัชนีตัวชี้วัด ได้แก่ 1) การจัดการด้านการรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว 2) การจัดการด้านการใช้ประโยชน์พื้นที่ 3) การจัดการด้านการติดตามและการประเมินการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว

3.2) การจัดการด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 ดัชนีตัวชี้วัด ได้แก่ 1) การจัดการด้านการบริการและสาธารณูปโภคแก่นักท่องเที่ยว 2) การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว 3)

การจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก 4) ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว 5) ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว

การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารมีการกำหนดศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว โดยกำหนดปัจจัยที่ทำการศึกษาทั้งหมด 4 ด้าน คือ 1) ปัจจัยปัจจัยศักยภาพด้านพื้นที่ 2) ปัจจัยปัจจัยศักยภาพด้านการจัดการ 3) ปัจจัยปัจจัยศักยภาพด้านกิจกรรมและการเรียนรู้ 4) ปัจจัยปัจจัยศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน

2.1.3 แนวคิดพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

2.1.3.1 พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย

การจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวออกเป็นกลุ่ม ๆ ที่สามารถบอกถึงพฤติกรรมเฉพาะของกลุ่มนักท่องเที่ยว นั้น ๆ แต่ความจริงแต่ละบุคคลมีลักษณะและความต้องการที่แตกต่างจากผู้อื่นไม่มากนัก หากแต่การเสนอบริการทางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเป็นรายคนจะเกิดค่าใช้จ่ายที่สูงและส่งผลต่อราคาค่าบริการที่แพง ดังนั้นธุรกิจท่องเที่ยวจึงพยายามที่จะแบ่งกลุ่มตลาดของตนให้มีความเหมาะสมและบอกความแตกต่างของพฤติกรรมหรือความต้องการในแต่ละกลุ่มของนักท่องเที่ยวได้ จึงสามารถแบ่งกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวสำคัญของประเทศไทยออกเป็น 12 กลุ่มดังนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2557 : 169-179)

1. พฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวครอบครัว (Family Market) ปัจจัยกำหนดการท่องเที่ยวที่สำคัญของครอบครัวคือลูกลูกยังเล็กจะมีความต้องการจะเลือกเดินทางไปในที่ที่มีความปลอดภัยสูงรวมถึงความสะดวกสบายเน้นการเดินทางระยะสั้นและสถานที่ที่สะอาดถูกสุขลักษณะ

2. พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีลูกกลุ่มวัยรุ่นซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวอาจเป็นการทัศนศึกษากับที่โรงเรียนเข้าแคมป์เที่ยวเฉพาะทางไม่ว่าการเดินทางที่จะเล่นเรือ Canoe อาจเป็นการเดินทางระยะสั้น

3. พฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อความสำราญ (Hedonistic Market) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้คือผู้ใหญ่ช่วงต้นจะอยู่ในกลุ่มนี้ช่วงหลังอาจได้ยินคำว่า 4Ss นั่นคือการท่องเที่ยวกลุ่ม Sea, Sun, Sand, Sex และ S ตัวที่ 5 “Sangria” ซึ่งแซงเกรีย (Sangria) มาจากคำว่า แซงเกร (sangre) ในภาษาสเปน และแซงเก (sanguine) ในภาษาโปรตุเกส แปลว่า เลือด เป็นที่มาของเครื่องดื่มฟรังก์ไวน์ ประกอบด้วย ไวน์แดง ผลไม้ชิ้นเล็กๆ สารให้ความหวาน (มักใช้น้ำส้มหรือน้ำผึ้ง) เติมน้ำส้มและโซดา ซึ่งในนี้หมายถึง การกิน การดื่ม ในขณะที่เดินทางไปท่องเที่ยว

4. พฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวแบกเป้ (The Backpacker Market) เน้นการเดินทางท่องเที่ยวแบบอิสระมีค่าใช้จ่ายต่ำและวันที่พานักมักจะยาว (ปกติมากกว่า 1 หรือ 2 อาทิตย์) อาจใช้สื่อแนะนำการเดินทาง

5. พฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวเยี่ยมเพื่อนเยี่ยมญาติ (Visiting Friends and Relatives VFR) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะพากับผู้ที่ตนเองเดินทางไปเยี่ยมจัดเป็นการท่องเที่ยวที่ประหยัดสำหรับผู้ที่มีรายได้น้อย

6. พฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นนักทัศนาจร (Excursionists หรือ One-Day Tourists) กลุ่มนักทัศนาจรจะท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศระยะเวลาไม่เกิน 1 วันแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการของนักทัศนาจรมักจะตั้งเป้าหมายไปที่ผู้พักอาศัยในระยะแรกนั้นคือใช้เวลาเดินทางไม่ควรเกิน 2 ชั่วโมง

7. พฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงการศึกษา (Education Tourists) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในระยะหลังในปัจจุบันการท่องเที่ยวลักษณะนี้มิให้เห็นดังเช่นการแลกเปลี่ยนนักเรียนระหว่างมหาวิทยาลัย การไปภาษาในทางต่างประเทศ มักหมายรวมถึงการไปท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวในประเทศนั้น ๆ และการท่องเที่ยวของกลุ่มที่มีความสนใจตรงกันและต้องการศึกษาในสิ่งที่สนใจ เช่น ประวัติศาสตร์วัฒนธรรมการทำอาหาร เป็นต้น

8. พฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Religious Tourists) การเดินทางโดยมีเหตุผลทางศาสนาเป็นหลักสนใจเข้าชมความงามหรือเข้าไปพักผ่อนหรือสงบจิตใจ

9. พฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวหิมหนาว (The Snowbird Market) ซึ่งคำว่า Snowbird ว่าเป็นสำนวนที่อ้างถึงบุคคลที่อาศัยอยู่ในอากาศที่หนาวเย็นในภูมิภาคตอนเหนือ ของภูมิภาคอเมริกาหรือยุโรปซึ่งมีความตั้งใจจะอพยพลงมาจากใต้หรือประเทศที่มีอากาศที่อบอุ่นกว่าเพื่อท่องเที่ยวหรือพักผ่อน นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวมักจะยาวประมาณ 1-4 เดือน และเป็นนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มผู้เกษียณอายุที่รักษาสุขภาพ

10. พฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ (Elderly Tourists) กลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีเวลามีเงินให้ความสำคัญกับอาหารในระหว่างการท่องเที่ยว

11. พฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นชนกลุ่มน้อย (Ethnic Minority Tourists) ชนกลุ่มน้อยมิให้เห็นในหลายๆประเทศยังมีกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ซื้อ Package Tour ที่เป็นชนกลุ่มน้อยซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักจะเดินทางเยี่ยมญาติมากกว่า

12. พฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มนักเดินทางท่องเที่ยวระยะสั้น (The Short Break Market) การเดินทางท่องเที่ยวระยะสั้นเริ่มแพร่หลายมีระยะเวลาประมาณ 1 สัปดาห์จุดประสงค์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้คือการท่องเที่ยวแบบโรแมนติก เยี่ยมเพื่อนเยี่ยมญาติซื้อของขวัญเพื่อสุขภาพและทำกิจกรรมที่ตนชอบ

2.1.3.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค

เพื่อศึกษาการพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักท่องเที่ยว นักวิจัยใช้แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคซึ่งเป็นกระบวนการหนึ่งของทางด้านจิตใจอารมณ์และกิจกรรมทางกายที่คนที่มีส่วนร่วมในการเลือกการซื้อการใช้และการทำให้หมดไปในสินค้าและบริการเพื่อการตอบสนองความต้องการและความปรารถนา (Bearden et. al., 2007, p. 76) ในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analysis Consumer Behavior) เป็นการวิจัยหรือการค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคและการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทำให้ทราบถึงพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค เป็นการนำคำถาม 6W 1H และค้นหาคำตอบด้วย 7Os มาใช้หาลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภค (ศิริวรรณเสรีรัตน์และคณะ, 2552) คำถาม 7 คำถาม (6 W และ

1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ (7Os) เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคโดยใช้คำถาม 6W 1 H

คำถาม (6W1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)
1.ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market ?)	Occupants ลักษณะผู้บริโภคทางด้านต่าง ๆ ได้แก่ ประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์จิตวิทยาพฤติกรรมศาสตร์
2.ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the customer buy?)	Objects สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ได้แก่ คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ และองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์
3. ทำไมผู้บริโภคถึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	Objective ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการทางด้าน ร่างกายและด้านจิตวิทยา ซึ่งศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมการซื้อ ได้แก่ ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทาง จิตวิทยาปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมปัจจัยเฉพาะบุคคล
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)	Organization บทบาทของกลุ่มอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ผู้ริเริ่ม ผู้ มีอิทธิพล ผู้ซื้อ ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ใช้
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the customer buy?)	Occasions โอกาสในการซื้อ เช่น ช่วงเดือนใดของเดือน ช่วงเวลาใด ของวัน โอกาสพิเศษ หรือเทศกาลวันสำคัญ
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	Outlets ช่องทางหรือแหล่งที่ผู้บริโภคที่ทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้าฯลฯ
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	Operations กระบวนการในการตัดสินใจซื้อ ตามขั้นตอนดังนี้ การรับรู้ ปัญหาการค้นหาข้อมูลการประเมินผลทางเลือกการ ตัดสินใจซื้อความรู้สึกหลังการซื้อ

ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552)

2.1.4 แนวคิดด้านส่วนประสมการตลาด

Kotler, 2003 : 449 ส่วนประสมทางการตลาด 7 Ps ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึงสิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้านำให้พึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย อาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย

สินค้าบริการความคิดสถานที่องค์กรหรือบุคคลผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีค่า (Value) ในสายตาของลูกค้าจึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

2. ราคา (Price) หมายถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงินราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นมาจาก Product ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้าผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาเขาก็จะตัดสินใจซื้อ

3. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึงช่องทางในการทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงและเลือกใช้บริการได้ ซึ่งมักจะทำโดยผ่านตัวกลางต่าง ๆ ที่มีอยู่ในตลาดเช่นบริษัทนำเที่ยว (Tour Operator) และบริษัทตัวแทนท่องเที่ยว (Tour Agent) ต่าง ๆ โดยช่องทางการจัดจำหน่ายต่าง ๆ เหล่านี้ไม่ได้เป็นเพียงช่องทางในการขายสินค้าหรือบริการเท่านั้น แต่ยังเป็นช่องทางในการกระจายข้อมูลข่าวสารการส่งเสริมการขายการจูงและการชำระเงินอีกด้วย

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมในการซื้อการติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย (Personal Selling) และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Non -Personal Selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการซึ่งอาจใช้เครื่องมือการสื่อสารแบบผสมผสานกัน(Integrated Marketing Communication) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้าผลิตภัณฑ์คู่แข่งกันโดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้

5. บุคลากร (People) หรือพนักงาน (Employees) ซึ่งต้องอาศัยการเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจกับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งพนักงานต้องมีความสามารถมีทัศนคติที่ดีที่สามารถตอบสนองลูกค้ามีความคิดริเริ่มมีความสามารถในการแก้ปัญหา

6. กระบวนการ (Process) เป็นการส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจ (Consumer Satisfaction) ในองค์กรธุรกิจด้านบริการกระบวนการในการให้บริการมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งเนื่องจากเป็นกระบวนการที่ลูกค้ามีส่วนร่วมในการผลิตบริการนั้นด้วย

7. การนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) โดยพยายามสร้างรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer - Value Proposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะดวกความรวดเร็วหรือผลประโยชน์อื่นๆด้วยลักษณะที่จับต้องไม่ได้ของการบริการจึงทำให้ผู้ที่คาดว่าจะเป็ลูกค้าไม่สามารถประเมินการบริการได้จนกว่าจะได้รับบริการนั้น

ยังสอดคล้องกับ Termsak Singsomboon (2014) ที่กล่าวว่ากลยุทธ์การตลาดสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย ควรมีการพัฒนาทั้งหมด 8 ด้านได้แก่ 1) ด้านการพัฒนาส่วนบุคคล 2) การปรับปรุงด้านกายภาพ 3) ด้านกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ 4) ด้านกลยุทธ์ทางด้านประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพของการบริการ 5) กลยุทธ์การพัฒนาระบบการผลิต 6) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 7) ด้านกลยุทธ์ด้านราคา และ 8) กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย

จากการแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปได้ว่าการพัฒนาแนวทางการตลาดของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ควรพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด 7Ps คือผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion)บุคลากร (People) กระบวนการ (Process) และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

สำหรับแนวคิดการตลาดธุรกิจเชิงอาหารนั้นได้อ้างงานวิจัยของ Marko Kukanja (2015) ในการนำกลยุทธ์ 7Ps มาวิเคราะห์ได้ผลดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) อาหารนั้นๆต้องมีความเป็นเอกลักษณ์และเป็นที่ยอมรับถึงคุณสมบัติที่โดดเด่นจากการศึกษาวิจัยจำนวนมากได้ระบุถึงองค์ประกอบทางด้านผลิตภัณฑ์ของร้านอาหารไว้โดยSulek and Hensley (2004) กล่าวว่าคุณภาพของอาหารขึ้นอยู่กับความเป็นเอกลักษณ์รสชาติถูกปากความปลอดภัย รวมถึงสรรพคุณของอาหารความน่าสนใจของอาหารและเป็นอาหารที่ย่อยง่ายจำนวนประเภทอาหารที่มีให้เลือกขนาดของอาหารที่ได้รับการนำเสนออาหารและการรับรู้ด้านความปลอดภัย

2. ราคา (Price) การตั้งราคามีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในขณะเดียวกันมีผลต่อกำไรของผู้ผลิตกำไรขั้นต้นของอาหารแต่ละจานควรอยู่ที่ 50-70 เปอร์เซ็นต์หรืออาจมากกว่านั้นก็ได้ขึ้นอยู่กับทำเลและบรรยากาศการตกแต่งร้านที่สวยงาม ทั้งนี้กลยุทธ์ราคาที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจร้านอาหารมีอยู่หลากหลายมาก เช่น การตั้งราคาแบบจิตวิทยาการตั้งราคาแบบเซต การตั้งราคาแบบมีของแถม การตั้งราคาขายแบบมีเงื่อนไข เป็นต้น ในประเด็นด้านราคานี้เราจะศึกษาว่าลูกค้ามีความรู้ความเข้าใจในราคาที่ตั้งขึ้นการแสดงราคาสินค้าแต่ละรายการที่ชัดเจนความคุ้มค่าต่อเงินที่จ่ายการเปรียบเทียบราคากับคู่แข่งอีกทั้งราคาที่คาดหวังและราคาจริง

3. ทำเล (Place) สำหรับการทำการค้าขายใด ๆ ก็ตามเรื่องของการเลือกทำเลเป็นสิ่งสำคัญมากในส่วนนี้เราเลือกศึกษาด้านช่องทางการจำหน่ายได้แก่ทำเลที่ตั้งและการเข้าถึงความสะดวกเรียบร้อยของบริเวณการรับรู้และความคุ้มค่าในการเดินทางไปร้าน การกระจายผลประโยชน์ให้แก่กลุ่มตัวแทนการท่องเที่ยว

4. โปรโมชัน (Promotion) การทำการตลาดในยุคนี้มักจะผสมผสานการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาใช้ประโยชน์อย่างอินเทอร์เน็ตหรือโซเชียลมีเดียต่างๆการทำโปรโมชันก็ไม่จำเป็นที่จะต้องยึดติดกับรูปแบบเดิม ๆ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจและรับรู้ว่าทางร้านก็คึกคักกำไรให้กับลูกค้าที่มาอุดหนุนในการศึกษาครั้งนี้ได้ระบุประเด็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดของร้านอาหารดังนี้การจัดทำป้ายโฆษณาการมอบของที่ระลึกของทางร้านการแนะนำจากผู้ให้บริการการท่องเที่ยวการจัดแคมเปญโฆษณาหรือเสนอส่วนลดรวมทั้งกิจกรรมโฆษณาอื่นๆ

5. บุคลากร (People) การอบรมและเทรนนิ่งพนักงานในด้านการบริการ การต้อนรับให้ดีเพื่อสร้างความแตกต่างและความประทับใจให้กับลูกค้าหลาย ๆ ร้านที่เห็นมักจะรับพนักงานพาร์ทไทม์หรือชาวต่างด้าวแล้วไม่ได้มีการฝึกอบรมพนักงานให้ดีเท่าที่ควร มักจะมีปัญหาในการสื่อสารกับลูกค้าหรือรับออเดอร์ผิดในที่นี้เราให้ความสำคัญในเรื่องการบริการดูแลต้อนรับความสามารถในการให้บริการจำนวนบุคลากรเพียงพอต่อการให้บริการการแสดงตัวในบทบาทหน้าที่ของผู้จัดการร้านและการรวบรวมจากลูกค้าอื่นๆ

6. กระบวนการ (Process) ขั้นตอนในการบริการลูกค้าตั้งแต่เดินเข้าร้านจนกระทั่งออกจากร้านจะต้องมีการกำหนดลงรายละเอียดทุกขั้นตอน แล้วให้พนักงานปฏิบัติตามอย่างมีแบบแผน มีการแบ่งหน้าที่ในการทำงาน เช่น ต้อนรับลูกค้ารับออเดอร์ การเช็คบิลทอนเงิน ฯลฯ อย่างชัดเจนไม่สับสน บางร้านมีการนำเอาเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาใช้ในการบริการช่วยให้การบริการสะดวกและรวดเร็วขึ้นในประเด็นนี้สามารถนำเสนอกระบวนการร้านอาหารในประเด็นต่อไปถึงความรับผิดชอบในการตอบ

คำถามของผู้ให้บริการความช่วยเหลือของบุคลากรตามความต้องการของลูกค้าและชั่วโมงเปิดทำการของทางร้าน

7. สถานที่ (Physical Evidence) การตกแต่งร้านที่สวยงามตั้งแต่ประตูทางเข้าบรรยากาศโดยรวมของร้านก็มีผลอย่างมากต่อการสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้าถึง แม้ว่าบางร้านเป็นร้านแบบธรรมดา ๆ ในส่วนนี้เราจะมุ่งศึกษาในส่วนของความสะอาดของสถานที่ความเพียงพอของที่จอดรถความสะอาดของห้องน้ำพนักงานประณีตและเรียบร้อยและความสะดวกสบายในการออกแบบให้สอดคล้องกับการเสนอขายอาหารและความรู้สึกรักการรักษาคความปลอดภัย

2.1.5 แนวคิดเรื่องการจัดทำฐานข้อมูล

ระบบฐานข้อมูล (database) หมายถึง กลุ่มของข้อมูลที่มีความสัมพันธ์กันและถูกนำมาจัดเก็บในที่เดียวกัน โดยข้อมูลอาจเก็บไว้ในแฟ้มข้อมูลเดียวกันหรือแยกเก็บหลาย ๆ แฟ้มข้อมูล แต่ต้องมีการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลเพื่อประสิทธิภาพในการจัดการข้อมูลในการจัดเก็บข้อมูลในระบบฐานข้อมูลมีข้อดีกว่าการจัดเก็บข้อมูลในระบบแฟ้มข้อมูลพอสรุปประเด็นหลัก ๆ (ดวงแก้ว สวามิภักดิ์, 2534) ได้ดังนี้

1. สามารถลดความซ้ำซ้อนของข้อมูลได้ การเก็บข้อมูลชนิดเดียวกันไว้หลาย ๆ ที่ทำให้เกิดความซ้ำซ้อน (Redundancy) ดังนั้นการนำข้อมูลมารวมเก็บไว้ในฐานข้อมูลจะช่วยลดปัญหาความซ้ำซ้อนของข้อมูลได้โดยระบบจัดการฐานข้อมูล (Database Management System : DBMS) จะช่วยควบคุมความซ้ำซ้อนได้เนื่องจากระบบจัดการฐานข้อมูลจะทราบได้ตลอดเวลาว่ามีข้อมูลซ้ำซ้อนกันที่ใดบ้าง

2. หลีกเลี่ยงความขัดแย้งของข้อมูลได้ หากมีการเก็บข้อมูลชนิดเดียวกันไว้หลาย ๆ ที่และมีการปรับปรุงข้อมูลเดียวกันนี้แต่ปรับปรุงไม่ครบทุกที่ที่มีข้อมูลเก็บอยู่ก็จะทำให้เกิดปัญหาข้อมูลชนิดเดียวกันอาจมีค่าไม่เหมือนกันในแต่ละที่ที่เก็บข้อมูลอยู่จึงก่อให้เกิดความขัดแย้งของข้อมูลขึ้น (Inconsistency)

3. สามารถใช้ข้อมูลร่วมกันได้ ฐานข้อมูลจะเป็นการจัดเก็บข้อมูลรวมไว้ด้วยกัน ดังนั้นหากผู้ใช้ต้องการใช้ข้อมูลในฐานข้อมูลที่มาจากแฟ้มข้อมูลต่าง ๆ ก็จะได้โดยง่าย

4. สามารถรักษาความถูกต้องเชื่อถือได้ของข้อมูล บางครั้งพบว่าการจัดเก็บข้อมูลในฐานข้อมูลอาจมีข้อผิดพลาดเกิดขึ้น เช่น จากการที่ผู้ป้อนข้อมูลป้อนข้อมูลผิดพลาดคือป้อนจากตัวเลขหนึ่งไปเป็นอีกตัวเลขหนึ่งโดยเฉพาะกรณีมีผู้ใช้หลายคนต้องใช้ข้อมูลจากฐานข้อมูลร่วมกันหากผู้ใช้คนใดคนหนึ่งแก้ไขข้อมูลผิดพลาดก็ทำให้ผู้อื่นได้รับผลกระทบตามไปด้วยในระบบจัดการฐานข้อมูล (DBMS) จะสามารถใส่กฎเกณฑ์เพื่อควบคุมความผิดพลาดที่เกิดขึ้น

5. สามารถกำหนดความเป็นมาตรฐานเดียวกันของข้อมูลได้ การเก็บข้อมูลร่วมกันไว้ในฐานข้อมูลจะทำให้สามารถกำหนดมาตรฐานของข้อมูลได้รวมทั้งมาตรฐานต่างๆในการจัดเก็บข้อมูลให้เป็นไปในลักษณะเดียวกันได้เช่นการกำหนดรูปแบบการเขียนวันที่ในลักษณะวัน/เดือน/ปีหรือปี/เดือน/วันทั้งนี้จะมีผู้ที่คอยบริหารฐานข้อมูลที่เราเรียกว่าผู้บริหารฐานข้อมูล (Database Administrator : DBA) เป็นผู้กำหนดมาตรฐานต่างๆ

6. สามารถกำหนดระบบความปลอดภัยของข้อมูลได้ ระบบความปลอดภัยในที่นี้เป็นการป้องกันไม่ให้ผู้ใช้ที่ไม่มีสิทธิมาใช้หรือมาเห็นข้อมูลบางอย่างในระบบผู้บริหารฐานข้อมูลจะสามารถกำหนดระดับการเรียกใช้ข้อมูลของผู้ใช้แต่ละคนได้ตามความเหมาะสม

7. เกิดความเป็นอิสระของข้อมูล ในระบบฐานข้อมูลจะมีตัวจัดการฐานข้อมูลที่ทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมโยงกับฐานข้อมูลโปรแกรมต่าง ๆ อาจไม่จำเป็นต้องมีโครงสร้างข้อมูลทุกครั้งดังนั้นการแก้ไขข้อมูลบางครั้งจึงอาจกระทำเฉพาะกับโปรแกรมที่เรียกใช้ข้อมูลที่เปลี่ยนแปลงเท่านั้นส่วนโปรแกรมที่ไม่ได้เรียกใช้ข้อมูลดังกล่าวก็จะเป็นอิสระจากการเปลี่ยนแปลง

รูปแบบของระบบฐานข้อมูล

รูปแบบของระบบฐานข้อมูล มี 3 ประเภท คือ

1. ฐานข้อมูลเชิงสัมพันธ์ (Relational Database) เป็นการเก็บข้อมูลในรูปแบบที่เป็นตาราง (Table) หรือเรียกว่ารีเลชัน (Relation) มีลักษณะเป็น 2 มิติคือเป็นแถว (row) และเป็นคอลัมน์ (column) การเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างตารางจะเชื่อมโยงโดยใช้แอททริบิวต์ (attribute) หรือคอลัมน์ที่เหมือนกันทั้งสองตารางเป็นตัวเชื่อมโยงข้อมูลฐานข้อมูลเชิงสัมพันธ์นี้จะรูปแบบของฐานข้อมูลที่นิยมใช้ในปัจจุบัน

2. ฐานข้อมูลแบบเครือข่าย (Network Database) ฐานข้อมูลแบบเครือข่ายจะเป็นการรวมระเบียบต่าง ๆ และความสัมพันธ์ระหว่างระเบียบแต่ละแบบจะต่างกับฐานข้อมูลเชิงสัมพันธ์คือในฐานข้อมูลเชิงสัมพันธ์จะแฝงความสัมพันธ์เอาไว้โดยระเบียบที่มีความสัมพันธ์กันจะต้องมีค่าของข้อมูลในแอททริบิวต์ใดแอททริบิวต์หนึ่งเหมือนกันแต่ฐานข้อมูลแบบเครือข่ายจะแสดงความสัมพันธ์อย่างชัดเจน

3. ฐานข้อมูลแบบลำดับชั้น (Hierarchical Database) ฐานข้อมูลแบบลำดับชั้นเป็นโครงสร้างที่จัดเก็บข้อมูลในลักษณะความสัมพันธ์แบบพ่อ-ลูก (Parent-Child Relationship Type : PCR Type) หรือเป็นโครงสร้างรูปแบบต้นไม้ (Tree) ข้อมูลที่จัดเก็บในที่นี้คือระเบียบ (Record) ซึ่งประกอบด้วยค่าของเขตข้อมูล (Field) ของเอนทิตีหนึ่ง ๆ ฐานข้อมูลแบบลำดับชั้นนี้คล้ายคลึงกับฐานข้อมูลแบบเครือข่ายแต่ต่างกันที่ฐานข้อมูลแบบลำดับชั้นมีกฎเพิ่มขึ้นมาอีกหนึ่งประการคือในแต่ละกรอบจะมีลูกศรวิ่งเข้าหาได้ไม่เกิน 1 หัวลูกศร

โปรแกรมฐานข้อมูลที่นิยมใช้

โปรแกรมฐานข้อมูล เป็นโปรแกรมหรือซอฟต์แวร์ที่ช่วยจัดการข้อมูลหรือรายการต่าง ๆ ที่อยู่ในฐานข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นการจัดเก็บ การเรียกใช้ การปรับปรุงข้อมูลโปรแกรมฐานข้อมูลจะช่วยให้ผู้ใช้สามารถค้นหาข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งโปรแกรมฐานข้อมูลที่นิยมใช้มีอยู่ด้วยกันหลายตัว เช่น Access, FoxPro, Clipper, dBase, FoxBase, Oracle, SQL เป็นต้น โดยแต่ละโปรแกรมจะมีความสามารถต่างกัน บางโปรแกรมใช้อย่างง่ายแต่จะจำกัดขอบเขตการใช้งาน บ้างโปรแกรมใช้งานยากกว่า แต่จะมีความสามารถในการทำงานมากกว่า

1. โปรแกรม Access นับเป็นโปรแกรมที่นิยมใช้กันมากในขณะนี้โดยเฉพาะในระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่สามารถสร้างแบบฟอร์มที่ต้องการจะเรียกดูข้อมูลในฐานข้อมูลหลังจากบันทึกข้อมูลในฐานข้อมูลเรียบร้อยแล้วจะสามารถค้นหาหรือเรียกดูข้อมูลจากเขตข้อมูลใดก็ได้ได้นอกจากนี้ Access ยังมี

ระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลโดยการกำหนดรหัสผ่านเพื่อป้องกันความปลอดภัยของข้อมูลในระบบได้

2. โปรแกรม FoxPro เป็นโปรแกรมฐานข้อมูลที่มีผู้ใช้งานมากที่สุดเนื่องจากใช้ง่ายทั้งวิธีการเรียกจากเมนูของ FoxPro และประยุกต์โปรแกรมขึ้นใช้งานโปรแกรมที่เขียนด้วย FoxPro จะสามารถใช้กลับ dBase คำสั่งและฟังก์ชันต่างๆใน dBase จะสามารถใช้งานบน FoxPro ได้นอกจากนี้ใน FoxPro ยังมีเครื่องมือช่วยในการเขียนโปรแกรมเช่นการสร้างรายงาน เป็นต้น

3. โปรแกรม dBase เป็นโปรแกรมฐานข้อมูลชนิดหนึ่งการใช้งานจะคล้ายกับโปรแกรม FoxPro ข้อมูลรายงานที่อยู่ในไฟล์บน dBase จะสามารถส่งไปประมวลผลในโปรแกรม Word Processor ได้และแม้แต่ Excel ก็สามารอ่านไฟล์ .DBF ที่สร้างขึ้นโดยโปรแกรม dBase ได้

4. โปรแกรม SQL เป็นโปรแกรมฐานข้อมูลที่มีโครงสร้างของภาษาที่เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน มีประสิทธิภาพการทำงานสูง สามารถทำงานที่ซับซ้อนได้โดยใช้คำสั่งเพียงไม่กี่คำสั่งโปรแกรม SQL จึงเหมาะที่จะใช้กับระบบฐานข้อมูลเชิงสัมพันธ์และเป็นภาษาหนึ่งที่มีผู้นิยมใช้กันมากโดยทั่วไปโปรแกรมฐานข้อมูลของบริษัทต่าง ๆ ที่มีใช้อยู่ในปัจจุบัน เช่น Oracle, DB2 ก็มักจะมีคำสั่ง SQL ที่ต่างจากมาตรฐานไปบ้างเพื่อให้เป็นจุดเด่นของแต่ละโปรแกรมไป

การบริหารฐานข้อมูล

ในระบบฐานข้อมูลนอกจากจะมีระบบการจัดการฐานข้อมูล ซึ่งเป็นซอฟต์แวร์ที่สร้างขึ้นเพื่อจัดการกับข้อมูลให้เป็นระบบ จะได้นำไปเก็บรักษา เรียกใช้ หรือนำมาปรับปรุงให้ทันสมัยได้ง่ายแล้วในระบบฐานข้อมูลยังต้องประกอบด้วยบุคคลที่มีหน้าที่ควบคุมดูแลระบบฐานข้อมูล คือ ผู้บริหารฐานข้อมูล เหตุผลสำหรับประการหนึ่งของการจัดทำระบบจัดการฐานข้อมูล คือ การมีศูนย์กลางควบคุมทั้งข้อมูลและโปรแกรมที่เข้าถึงข้อมูลเหล่านั้น บุคคลที่มีอำนาจหน้าที่ดูแลการควบคุมนี้ เรียกว่า ผู้บริหารฐานข้อมูล หรือ DBA (data base administer) คือ ผู้มีหน้าที่ควบคุมการบริหารงานของฐานข้อมูลทั้งหมด (รวิวรรณ เทนอิสระ, 2543)

หน้าที่ของผู้บริหารฐานข้อมูล

1. กำหนดโครงสร้างหรือรูปแบบของฐานข้อมูลโดยทำการวิเคราะห์และตัดสินใจว่าจะรวมข้อมูลใดเข้าไว้ในระบบใดบ้างควรจัดเก็บข้อมูลด้วยวิธีใดและใช้เทคนิคใดในการเรียกใช้ข้อมูลอย่างไร

2. กำหนดโครงสร้างของอุปกรณ์เก็บข้อมูลและวิธีการเข้าถึงข้อมูลโดยกำหนดโครงสร้างของอุปกรณ์เก็บข้อมูลและวิธีการเข้าถึงข้อมูลพร้อมทั้งกำหนดแผนการในการสร้างระบบข้อมูลสำรองและการฟื้นฟูสภาพโดยการจัดเก็บข้อมูลสำรองไว้ทุกกระยะและจะต้องเตรียมการไว้ว่าถ้าเกิดความผิดพลาดขึ้นแล้วจะทำการฟื้นฟูสภาพได้อย่างไร

3. มอบหมายขอบเขตอำนาจหน้าที่ของการเข้าถึงข้อมูลของผู้ใช้โดยการประสานงานกับผู้ให้คำปรึกษาให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ใช้และตรวจตราความต้องการของผู้ใช้

หน้าที่ของระบบการจัดการฐานข้อมูล

1. ระบบจัดการฐานข้อมูลเป็นซอฟต์แวร์ที่ทำหน้าที่ดังต่อไปนี้ดูแลการใช้งานให้กับผู้ใช้ในการติดต่อกับตัวจัดการระบบแฟ้มข้อมูลได้ในระบบฐานข้อมูลนี้ข้อมูลจะมีขนาดใหญ่ซึ่งจะถูกจัดเก็บไว้ในหน่วยความจำสำรองเมื่อผู้ใช้ต้องการจะใช้ฐานข้อมูลระบบการจัดการฐานข้อมูลจะทำหน้าที่ติดต่อกับระบบแฟ้มข้อมูลซึ่งเสมือนเป็นผู้จัดการแฟ้มข้อมูล (file manager) นำข้อมูลจากหน่วยความจำสำรองเข้าสู่หน่วยความจำหลักเฉพาะส่วนที่ต้องการใช้งานและทำหน้าที่ประสานกับตัวจัดการระบบแฟ้มข้อมูลในการจัดเก็บเรียกใช้และแก้ไขข้อมูล

2. ควบคุมระบบความปลอดภัยของข้อมูลโดยป้องกันไม่ให้ผู้ที่มิได้รับอนุญาตเข้ามาเรียกใช้หรือแก้ไขข้อมูลในส่วนป้องกันเอาไว้พร้อมทั้งสร้างฟังก์ชันในการจัดทำข้อมูลสำรองโดยเมื่อเกิดความขัดข้องของระบบแฟ้มข้อมูลหรือของเครื่องคอมพิวเตอร์เกิดการเสียหายนั้นฟังก์ชันนี้จะสามารถทำการฟื้นฟูสภาพของระบบข้อมูลกลับเข้าสู่สภาพที่ถูกต้องสมบูรณ์ได้

3. ควบคุมการใช้ข้อมูลในสภาพที่มีผู้ใช้พร้อมๆกันหลายคนโดยจัดการเมื่อมีข้อผิดพลาดของข้อมูลเกิดขึ้น

2.1.6 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค(SWOT Analysis)

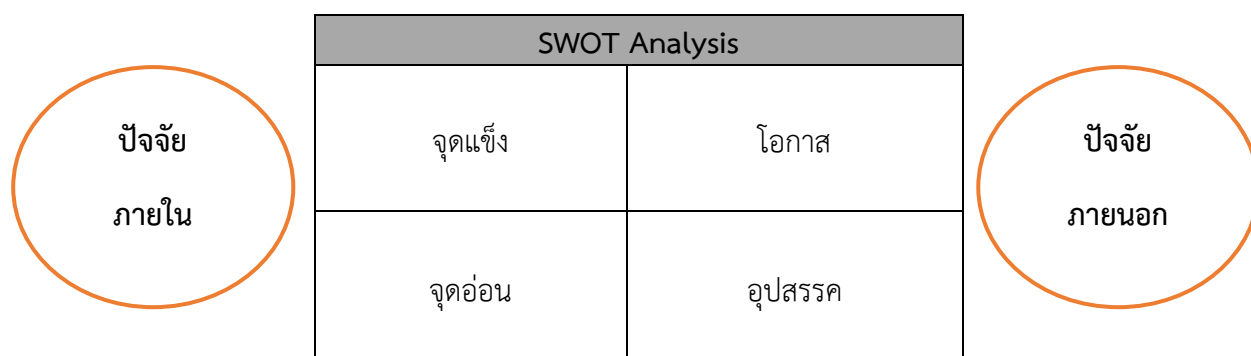
SWOT Analysis เป็นตัวแบบของการประเมินจุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) โดยมีกรอบแนวความคิดว่า หากเป็นการพิจารณาประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสภาพภายในองค์กรจะเป็นการค้นหาจุดแข็งและจุดอ่อน แต่หากเป็นการพิจารณาเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสภาพภายนอกองค์กรก็จะเป็นเรื่องการระบุโอกาสและอุปสรรค

1. จุดแข็ง (Strengths) คือทรัพยากรภายในที่องค์กรได้พัฒนาเป็นขีดความสามารถและกระบวนการซึ่งนำมาใช้และพัฒนาไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืน

2. จุดอ่อน (Weaknesses) คือทรัพยากรและความสามารถที่ยังขาดหรือไม่เพียงพอซึ่งเป็นอุปสรรคในการพัฒนาองค์กร

3. โอกาส (Opportunities) คือแนวโน้มหรือการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกเป็นบวกหรือเอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินการขององค์กร

4. อุปสรรค (Threats) คือแนวโน้มหรือการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นลบหรือเป็นภัยคุกคามบั่นทอนการดำเนินงาน



ภาพที่ 2.1 SWOT Analysis

ที่มา : ชัยยศ สันติวงษ์และนิตยา เจริญประเสริฐ, 2546 : 51

ในการวิเคราะห์ SWOT การกำหนดประเด็น (Area) ในการวิเคราะห์เป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากการกำหนดประเด็นทำให้การวิเคราะห์และประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคได้ถูกต้องโดยเฉพาะ การกำหนดประเด็นหลัก (Key area) ได้ถูกต้องจะทำให้การวิเคราะห์ถูกต้องยิ่งขึ้น การกำหนดกรอบการวิเคราะห์ SWOT ขึ้นอยู่กับลักษณะธุรกิจและธรรมชาติของธุรกิจนั้น ๆ

การวิเคราะห์ SWOT ของบริษัทมีข้อที่ควรคำนึง 4 ประการ (Boseman et al., 1986) คือ 1)องค์กรต้องกำหนดก่อนว่า องค์กรต้องการที่จะทำอะไร 2) การวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคต้องกระทำในช่วงเวลาขณะนั้น 3) องค์กรต้องกำหนดปัจจัยหลัก (Key success factors) ที่เกี่ยวกับการดำเนินงานให้ถูกต้อง 4) องค์กรต้องประเมินความสามารถของตนให้ถูกต้อง

นอกจากข้อที่ควรคำนึงแล้ว ยังมีปัญหาที่ควรระวัง (Goodstein et al., 1993) ดังนี้ 1) การระบุจุดอ่อนต้องกระทำอย่างซื่อสัตย์และบางครั้งจุดอ่อนเฉพาะอย่างเป็นของเฉพาะบุคคล ไม่ได้เป็นจุดอ่อนของธุรกิจ 2) การจัดการกับกลไกการป้องกันตนเองต้องกระทำอย่างรอบคอบ 3) แนวโน้มการขยายจุดแข็งที่เกินความเป็นจริง 4) ความใกล้ชิดกับสถานการณ์ทำให้มองสถานการณ์ขององค์กรไม่ชัดเจน 5) การกำหนดบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการรวบรวมข้อมูลต้องระบุให้ชัดเจน 6) ข้อมูลไม่เพียงพอและข้อมูลสิ่งแวดล้อมภายนอกเปลี่ยนแปลง การเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมภายนอกอาจก่อให้เกิดโอกาสหรืออุปสรรคก็ได้

2.1.7 การวิเคราะห์ TOWS Matrix

หลังจากที่มีการประเมินสภาพแวดล้อมโดยการวิเคราะห์ให้เห็นถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคแล้ว ก็จะนำมาข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ในรูปแบบความสัมพันธ์แบบเมตริกซ์โดยใช้ตารางที่เรียกว่า TOWS Matrix โดย TOWS Matrix เป็นตารางวิเคราะห์ที่นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคมาวิเคราะห์เพื่อกำหนดออกมาเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ประเภทต่างๆ ในการนำเทคนิคที่เรียกว่า TOWS Matrix มาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์และกลยุทธ์นั้น จะมีขั้นตอนการดำเนินการที่สำคัญ 2 ขั้นตอน ดังนี้ (เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์ 2536 : 105)

ขั้นตอนที่ 1 การระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค โดยที่การประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นการระบุให้เห็นถึงจุดแข็งและจุดอ่อนจะเป็นการประเมินภายในองค์กร ส่วนการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นโอกาสและข้อจำกัดจะเป็นการประเมินภายนอกองค์กร กล่าวได้ว่าประสิทธิภาพของการกำหนดกลยุทธ์ที่ใช้เทคนิค TOWS Matrix นี้จะขึ้นอยู่กับความสามารถในการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคที่ละเอียดในทุกแง่มุม เพราะถ้าวิเคราะห์ไม่ละเอียดหรือมองไม่ทุกแง่มุมจะส่งผลทำให้การกำหนดกลยุทธ์ที่ออกมาจะขาดความแหลมคม

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจุดแข็งกับโอกาส จุดแข็งกับอุปสรรค จุดอ่อนกับโอกาส และจุดอ่อนกับอุปสรรค ซึ่งผลของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ในข้อมูลแต่ละคู่ดังกล่าวทำให้เกิดยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท (ตารางที่ 2.2)

ตารางที่ 2.2 TOWS Matrix Analysis

Internal Factors	Strengths (S)	
	Weakness (W)	
External Factors		

Opportunities (O)	SO Strategies Generate Strategies here that use strengths to take advantage of opportunities.	WO Strategies Generate Strategies here that take advantage opportunities by Overcome weaknesses.
Threats (T)	ST Strategies Generate Strategies here that use strengths to take advantage of opportunities.	WT Strategies Generate Strategies here that use strengths to take advantage of opportunities.

ที่มา : Thomas L. Wheelen and J.David Hunger, 2006: 15

1) กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและโอกาสมาพิจารณาาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงรุก ตัวอย่าง จังหวัดสุราษฎร์ธานีจุดแข็ง คือทำเลที่ตั้งเหมาะสมมีความได้เปรียบเป็นประตูสู่ภาคใต้ เชื่อมโยงการคมนาคมและแหล่งท่องเที่ยวทั้งฝั่งอ่าวไทย-อันดามัน สามารถพัฒนาสู่ศูนย์กลางการคมนาคมและศูนย์โลจิสติกส์ภาคใต้ตอนบน มีโอกาสคือรัฐบาลมียุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ (Country Strategy) ที่ชัดเจนและมีการลงทุนพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานคมนาคมทำให้เกิดโอกาสในการพัฒนาระดับพื้นที่ ยุทธศาสตร์ในเชิงรุกคือ ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสุราษฎร์ธานีไปสู่การเป็นศูนย์กลางการคมนาคมและศูนย์โลจิสติกส์ภาคใต้ตอนบน

2) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและอุปสรรคมาพิจารณาาร่วมกันเพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงป้องกัน ทั้งนี้เนื่องจากองค์การมีจุดแข็งขณะเดียวกันองค์การก็เจอกับสภาพแวดล้อมที่เป็นอุปสรรคในการดำเนินงานจากภายนอกที่องค์การควบคุมไม่ได้แต่องค์การสามารถใช้จุดแข็งที่มีอยู่ในการหลีกเลี่ยงอุปสรรค ตัวอย่าง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จุดแข็ง คือมีทุนทางสังคมที่หลากหลาย ได้แก่ บุคลากรทางการศึกษา การท่องเที่ยว ประเพณีวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น กลุ่มองค์กรภาคประชาชน เป็นต้น มีอุปสรรคคือ การก้าวสู่ประชาคมอาเซียนทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายเงินทุนและแรงงานเสรีส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจและแรงงานฝีมือจำนวนมากที่ยังไม่พร้อมโดยเฉพาะปัจจัยด้านภาษาต่างประเทศ สามารถนำมากำหนดยุทธศาสตร์คือ ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านภาษาต่างประเทศ

3) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและโอกาสมาพิจารณาาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงแก้ไข ทั้งนี้เนื่องจากองค์การมีโอกาสนำแนวคิดหรือวิธีใหม่ ๆ มาใช้ในการแก้ไขจุดอ่อนที่องค์การมีอยู่ได้ ตัวอย่าง จุดอ่อนของจังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ ขาดความพร้อมในการบริหารเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการขยายตัวของการท่องเที่ยวและชุมชนเมือง มีโอกาสคือ กระแสนิยมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสอดคล้องกับศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัด สามารถนำมากำหนดยุทธศาสตร์คือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวอันเป็นเอกลักษณ์จังหวัดให้ตอบรับกระแสการท่องเที่ยวโลก

4) กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและข้อจำกัดมาพิจารณาาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงรับ ทั้งนี้เนื่องจาก องค์การเผชิญกับทั้งจุดอ่อนและข้อจำกัดภายนอกที่องค์การไม่สามารถควบคุมได้ ตัวอย่าง จังหวัดสุราษฎร์ธานีขาดการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดี ทั้งในเขตชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวหลัก ส่วนอุปสรรค คือ การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศโลกและภัยธรรมชาติทั้งอุทกภัยและดินถล่ม เกิดความเสียหายทั้งชีวิตและทรัพย์สินจำนวนมาก ทั้งหมดนำมากำหนดยุทธศาสตร์ในเชิงรับคือ การสร้างฐานทรัพยากรธรรมชาติที่มั่นคงและมีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม

2.1.8 การวิเคราะห์ตามลำดับชั้น (Analytical Hierarchy Process)

กระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับชั้น (Analysis Hierarchy Process) หรือเรียกสั้นๆว่า AHP เป็นวิธีการหนึ่งที่ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด (Best Alternative) พัฒนาขึ้นในปี ค.ศ. 1970 โดยศาสตราจารย์ Thomas Saaty (โทมัสซาตตี) ผู้ซึ่งได้รับปริญญาด้านคณิตศาสตร์ จากมหาวิทยาลัยแยล ประเทศสหรัฐอเมริกา AHP เป็นกระบวนการที่ช่วยในการตัดสินใจในประเด็นปัญหาที่มีความซับซ้อนให้มีความง่ายขึ้น โดยเลียนแบบกระบวนการตัดสินใจทางธรรมชาติของมนุษย์ AHP แบ่งองค์ประกอบของปัญหาที่เป็นนามธรรมและรูปธรรมออกมาเป็นส่วน ๆ และจัดแจงใหม่ให้อยู่ในรูปของแผนภูมิลำดับชั้น ต่อจากนั้นกำหนดตัวเลขที่เกิดจากการวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของแต่ละเกณฑ์ และสังเคราะห์ (Synthesis) จากตัวเลขของการวินิจฉัยนั้น เพื่อที่จะคำนวณดูว่าเกณฑ์หรือทางเลือกอะไรที่มีค่าลำดับความสำคัญสูงที่สุดและมีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของการแก้ปัญหาในอย่างไร

นอกจากนี้แล้ว AHP ยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการตัดสินใจที่เป็นกลุ่มหรือหมู่คณะ เพราะ AHP ช่วยจัดระเบียบในกระบวนการคิดของกลุ่มด้วย การกำหนดตัวเลขของแต่ละองค์ประกอบของปัญหา จะทำให้มีความสอดคล้องกันของเหตุผลอย่างสม่ำเสมอ (Consistency) ในกระบวนการตัดสินใจ ที่เพิ่มเติมกว่านั้นคือ AHP เป็นกระบวนการที่สนับสนุนการลงประชามติของกลุ่ม เพื่อช่วยให้การวินิจฉัยมีความสอดคล้องกันของเหตุผลมากขึ้น ดังนั้น AHP จึงเป็นกระบวนการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพ น่าเชื่อถือ (วิฑูรย์ ตันศิริคงคล, 2542)

1) ขั้นตอนกระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับชั้นกระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับชั้นเป็นการนำเอาความคิดความรู้สึกที่เป็นนามธรรมนำมาให้ค่าน้ำหนักโดยใช้ตัวเลขแทนค่า เพื่อให้เห็นเป็นรูปธรรม ซึ่งมีกระบวนการคิด 5 ขั้นตอนดังนี้

1.1) การจัดโครงสร้างลำดับชั้นของการตัดสินใจ ด้วยกระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับชั้นมีโครงสร้างกระบวนการเลียนแบบความคิดของมนุษย์ ดังนั้นจึงมีการสร้างแผนภูมิเลียนแบบกระบวนการคิดเพื่อการตัดสินใจของมนุษย์ โดยแผนภูมิแบ่งออกเป็นหลายระดับชั้นขึ้นอยู่กับความซับซ้อนของปัญหา โดยแต่ละระดับชั้นจะประกอบด้วยกลุ่มของเกณฑ์ต่าง ๆ ได้แก่

ระดับชั้นที่ 1	ระดับชั้นที่ 1 เป็นปัญหาหรือเป้าหมายโดยรวม จะเรียกว่า จุดโฟกัส ซึ่งมีเพียงปัญหาหรือเป้าหมายเดียวเท่านั้น
ระดับชั้นที่ 2	ระดับชั้นที่ 2 เป็นระดับชั้นของเกณฑ์หลัก อาจประกอบด้วยหลายเกณฑ์ขึ้นอยู่กับว่าแผนภูมินั้นมีทั้งหมดกี่ระดับ กี่ชั้น (จำนวนเกณฑ์ในระดับชั้นไม่ควรเกิน 3

	เกณฑ์แต่ถ้ามากกว่า 3 ระดับชั้นจำนวนเกณฑ์อาจมีได้มากถึง 9 เกณฑ์)
ระดับชั้นที่ 3	ระดับชั้นที่ 3 เป็นระดับชั้นของเกณฑ์รอง สำหรับระดับชั้นนี้มีจำนวนเกณฑ์ได้ไม่จำกัด ขึ้นอยู่กับว่าผู้ศึกษามีข้อมูลหรือประสบการณ์และความรู้ความชำนาญมากเท่าไรสร้างขึ้นมานำมาใช้ในกำหนดเกณฑ์ต่าง ๆ
ระดับชั้นที่ 4	เป็นชั้นของทางเลือกหรือหนทางแก้ไขปัญหาที่เหมาะสมที่สุดภายใต้ปัญหาหรือเป้าหมายที่กำหนดไว้ในระดับชั้นที่ 1

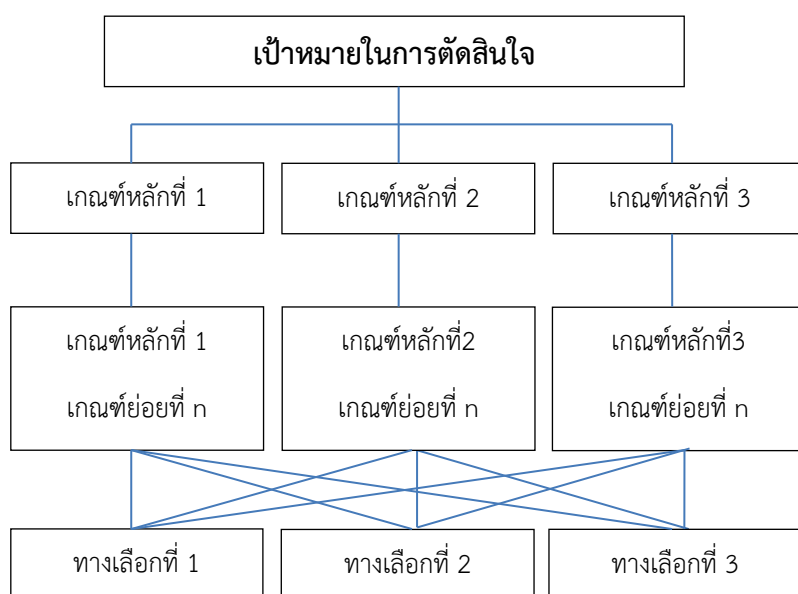
จากข้อมูลที่กล่าวข้างต้น สามารถแสดงได้ดังภาพที่ 2.2

ระดับชั้นที่ 1 เป้าหมายหรือปัญหา

ระดับชั้นที่ 2 เกณฑ์ในการตัดสินใจหลัก

ระดับชั้นที่ 3 เกณฑ์ในการตัดสินใจรอง

ระดับชั้นที่ 4 ทางเลือก



ภาพที่ 2.2 โครงสร้างลำดับชั้นของการตัดสินใจ
ที่มา : วิฑูรย์ ดันศิริคงคล, 2542

1.2) การวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของเกณฑ์ในการตัดสินใจเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Pair wise comparison) ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบเพื่อกำหนดค่าน้ำหนักความสำคัญระหว่างเกณฑ์เป็นรายคู่

โดยใช้ตัวเลขแทนค่าเพื่อนำไปสู่การคำนวณค่าคะแนนความสำคัญของแต่ละทางเลือก เครื่องมือที่เหมาะสมสำหรับการใช้ในการเปรียบเทียบเป็นรายคู่คือ การใช้ตารางเมตริกซ์ นอกจากตารางเมตริกซ์จะสามารถอธิบายการเปรียบเทียบแล้วยังสามารถใช้การทดสอบความสอดคล้องของการเหตุผล และความอ่อนไหวของลำดับความสำคัญของทางเลือกด้วย ซึ่งสามารถเขียนในรูปแบบทางคณิตศาสตร์ได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{กำหนดให้ } C_i &= \text{เกณฑ์ในการตัดสินใจที่ } i \text{ เมื่อ } i = 1, 2, \dots, n \\ A_j &= \text{เกณฑ์รองในลำดับชั้นที่จะทำการวินิจฉัย โดยที่ } j = 1, 2, \dots, n \\ a_{ij} &= \text{ผลการเปรียบเทียบเกณฑ์ในการตัดสินใจแบบคู่} \\ \text{โดยที่ } i &= 1, 2, \dots, n \text{ และ } j = 1, 2, \dots, n \text{ การวินิจฉัยจะทำที่ละคู่เกณฑ์ } C_i \text{ กับ } A_j \\ n &= \text{จำนวนเกณฑ์ในการตัดสินใจ} \end{aligned}$$

ดังนั้น การวินิจฉัยจะทำในรูปของตารางเมตริกซ์ขนาด $n \times n$ และจะได้นิยามเมตริกซ์

$$A = [a_{ij}] \text{ โดยที่ } i = 1, 2, \dots, n \text{ และ } j = 1, 2, \dots, n$$

โดยมีกฎเกณฑ์ในการนำค่า a_{ij} โดยการเปรียบเทียบที่ละเกณฑ์ใส่ลงในตารางเมตริกซ์ มีกฎ 2 ข้อดังต่อไปนี้

(1) ถ้า $a_{ij} = \alpha$ จะได้ $a_{ji} = 1/\alpha$ เมื่อ $\alpha \neq 0$

(2) ถ้าเกณฑ์ในการตัดสินใจ C_i มีความสำคัญเท่ากับเกณฑ์ในการตัดสินใจ C_j จะทำให้ $a_{ij} = a_{ji} = 1$ เสมอ

ดังนั้น เมตริกซ์ A จะสามารถเขียนในรูปแบบที่สมบูรณ์ได้ดังนี้

เกณฑ์	C1	C2	C3	...Cn	เกณฑ์
	1	a_{12}	a_{13}	... a_{1n}	A_1
	$1/a_{12}$	1	a_{23}	... a_{2n}	A_2
	$1/a_{1n}$	$1/a_{2n}$	1	... a_{3n}	A_3
	:	:	:	:	:
	$1/a_{1n}$	$1/a_{2n}$	$1/a_{3n}$	...1	A_n

ตารางที่ 2.3 ตารางเมตริกซ์ที่ใช้แสดงการเปรียบเทียบรายคู่

เกณฑ์		เกณฑ์				
C1	C2 C3 ...Cn	A1	A2	A3	...	A4
เกณฑ์	A1	1	a12	a12	...	a1n
	A2	1/a12	1	a23	...	A2n
	A3	1/a1n	1/a2n	1	...	A3n
	:	:	:	:	...	:
	A4	1/a1n	1/a2n	1/a3n	...	1

ที่มา : วิฑูรย์ ตันศิริคงคล, 2542

สูตรที่ใช้ในการคำนวณหาจำนวนครั้งในการวินิจฉัยเปรียบเทียบมีดังนี้

$$N = \frac{n^2 - n}{2} \quad (1)$$

เมื่อ N = จำนวนครั้งในการวินิจฉัยเปรียบเทียบ
n = จำนวนปัจจัยที่ถูกนำมาเปรียบเทียบเป็นรายคู่

การวินิจฉัยเปรียบเทียบแต่ละคู่เกณฑ์ระหว่างเกณฑ์จะต้องทราบว่าแต่ละเกณฑ์ที่ทำการพิจารณานั้นมีความสำคัญ มีการส่งผล มีอิทธิพลหรือมีประโยชน์มากกว่าเกณฑ์อื่นที่นำมาเปรียบเทียบในระดับใด ซึ่งการเปรียบเทียบนั้นผู้ทำการพิจารณาต้องแสดงออกในรูปของความหมายที่เป็นคำพูด เช่น น้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก มากที่สุดแล้วจึงทำการใช้ตัวเลขแทนค่าเพื่อการพิจารณานั้นมีความถูกต้องและแม่นยำมากขึ้น

สำหรับเทคนิคกระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับขั้นนั้น ได้มีการคิดค้นและคำนวณค่าที่เหมาะสมสำหรับการใช้แทนค่าน้ำหนักในการเปรียบเทียบแต่ละเกณฑ์แต่ละคู่ พบว่า ตัวเลข 1 – 9 นั้นเหมาะสมกับเหตุผลและสะท้อนถึงระดับที่สามารถแยกแยะความสัมพันธ์ได้ดีโดยมีการอธิบายตัวเลขไว้ดังตารางที่ 2.4

ตารางที่ 2.4 แสดงความหมายของการเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ระดับความเข้มข้น ของความสำคัญ	ความหมาย	คำอธิบาย
1	สำคัญเท่ากัน	ทั้ง 2 เกณฑ์กระทบต่อวัตถุประสงค์เท่า ๆ กัน
3	สำคัญกว่าปานกลาง	ผู้วินิจฉัยให้ความเห็นว่าเกณฑ์หนึ่งสำคัญกว่าอีกเกณฑ์หนึ่งในระดับปานกลาง
5	สำคัญกว่ามาก	ผู้วินิจฉัยให้ความเห็นว่าเกณฑ์หนึ่งสำคัญกว่าอีกเกณฑ์หนึ่งในระดับมาก
7	สำคัญกว่ามากที่สุด	ผู้วินิจฉัยให้ความเห็นว่าเกณฑ์หนึ่งสำคัญกว่าอีกเกณฑ์หนึ่งในระดับมากที่สุด
9	สำคัญกว่าสูงสุด	ผู้วินิจฉัยให้ความเห็นว่าเกณฑ์หนึ่งสำคัญกว่าอีกเกณฑ์หนึ่งในระดับสูงสุด
2,4,6,8	อยู่ระหว่างลำดับที่ได้ อธิบายมาแล้วข้างต้น	อยู่ในระดับที่กล่าวมาข้างต้น

ที่มา : Thomas L. Wheelen and J. David Hunger, 2006

1.3) การหาค่าน้ำหนักเกณฑ์ เมื่อได้ค่าน้ำหนักที่ผู้เชี่ยวชาญวินิจฉัยแล้ว โดยออกในรูปแบบของตัวเลขจะนำตัวเลขที่ได้มาคำนวณหาค่าน้ำหนักความสำคัญในแต่ละชั้น แล้วทำการวิเคราะห์ตามลำดับขั้นแต่ละระดับชั้นจากชั้นบนลงสู่ชั้นล่างจนครบทุกชั้น วิธีการคำนวณมีขั้นตอนดังนี้

(1) ทำการเปรียบเทียบเกณฑ์แต่ละคู่ในรูปแบบของตารางเมตริกซ์ ทำได้โดยการเปรียบเทียบทุกเกณฑ์ทั้งในแนวนอนและแนวตั้ง

(2) คำนวณค่าค่า Eigenvector ของเมตริกซ์ในแต่ละแถว (Normalized Matrix) โดยการหา Normalized นี้ทำได้จากการหาค่าเฉลี่ยความสำคัญในแต่ละแถว

(3) การคำนวณหาลำดับความสำคัญของระดับชั้นถัดลงมา ทำโดยคำนวณตั้งแต่วิธีการคำนวณที่ 1 ถึงขั้นตอนที่ 2 แล้วนำค่าที่คำนวณได้จากลำดับขั้นที่อยู่สูงกว่า 1 ระดับชั้นมาเป็นตัวคูณค่า Normalized ของลำดับขั้นที่ 2 ที่ได้จากการคำนวณจะได้ค่าลำดับความสำคัญในลำดับชั้นรองลงมาตามเกณฑ์ในระดับชั้นนั้น ๆ ทำเช่นนี้จนครบทุกเกณฑ์โดยสมการที่ใช้คำนวณค่าน้ำหนักความสำคัญของเกณฑ์ในแต่ละชั้น ดังนี้

$$Aw = \lambda_{\max} w \quad (2)$$

เมื่อ A คือ สแควร์เมตริกซ์ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ แสดงด้วยค่าตัวเลขที่ปรับให้เป็น 1 แล้ว

w คือ Eigenvector แสดงค่าน้ำหนักความสัมพันธ์ของที่อยู่ในลำดับชั้นเดียวกันหรือกลุ่มของที่อยู่ภายใต้ของในลำดับชั้นที่สูงกว่า

1.4) การตรวจสอบความสอดคล้องกันของเหตุผล (Consistency Ratio : CR)เป็นการตรวจสอบผลการเปรียบเทียบที่ได้กระทำในข้อที่ 2 นั้นมีความสอดคล้องกันของเหตุผลหรือไม่ ตรวจสอบโดยใช้การหาค่าดัชนีความสอดคล้องกันของเหตุผลดังนี้

(1) คำนวณหา $\lambda_{\max}$ เป็นค่าที่ได้จากการนำผลรวมของค่าวินิจฉัยของแต่ละเกณฑ์ในแต่ละแถวมาคูณด้วยผลรวมค่าเฉลี่ยในแนวนอนแต่ละแถว แล้วนำเอาผลคูณที่ได้มารวมกันผลลัพธ์ที่จะเท่ากับจำนวนเกณฑ์ทั้งหมดที่ถูกนำมาเปรียบเทียบ โดยถ้าการวินิจฉัยในเกณฑ์นั้นมีความสอดคล้องกันอย่างสมบูรณ์ จะทำให้ค่า $\lambda_{\max} = n$

(2) คำนวณค่าดัชนีวัดความสอดคล้อง (Consistency Index: C.I.) หาได้ดังสมการที่ 3

$$C.I. = \frac{(\lambda_{\max} - n)}{(n - 1)} \quad (3)$$

(3) เปิดตารางค่าดัชนีความสอดคล้องเชิงสุ่ม (Random Consistency Index: R.I.) โดยที่ค่า R.I. เป็นค่าที่ขึ้นกับขนาดของเมตริกซ์ตั้งแต่ 1x1 จนถึง 15x15 ผลของ R.I. แสดงดังตารางที่ 2.5

ตารางที่ 2.5 ค่าของดัชนีความสอดคล้องของเมตริกซ์ (Random Consistency Index: R.I.)

N	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
R.I.	0.00	0.00	0.58	0.90	1.12	1.24	1.32	1.41	1.45	1.49	1.51	1.48	1.56	1.57	1.59

ที่มา : Thomas L. Wheelen and J. David Hunger, 2006

1.5) คำนวณค่าความสอดคล้องกันของเหตุผล (Consistency Ratio: C.R.) คำนวณได้จากอัตราเปรียบเทียบระหว่างค่าดัชนีความสอดคล้อง (Consistency Index: C.I.) ที่คำนวณได้จากตารางเมตริกซ์ กับค่าดัชนีความสอดคล้องเชิงสุ่ม (Random Consistency Index: R.I.) ที่ดูจากตารางที่ 1.5 ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$C.R. = C.I./R.I. \quad (4)$$

สำหรับค่าของ C.R. ถ้าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.10 ถือว่ายอมรับได้ ถ้าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.1 ถือว่ายอมรับไม่ได้ จะต้องทำการทบทวนการให้ค่าน้ำหนักคะแนนเปรียบเทียบในเกณฑ์นั้นใหม่จนได้ค่า C.R. ที่สามารถยอมรับได้

กระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับชั้น เป็นเทคนิคหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ในกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งเป็นเทคนิคที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลกระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับชั้นช่วยให้ผู้ตัดสินใจสามารถสร้างกรอบของปัญหาให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น และเพิ่มประสิทธิภาพในการวินิจฉัยโดยการทบทวนซ้ำแล้วซ้ำอีกได้เป็นวิธีที่ช่วยแก้ปัญหาที่ซับซ้อนให้ดูง่ายขึ้น โดยอาศัยกระบวนการเลียนแบบจากพฤติกรรมของมนุษย์เทคนิคนี้จะใช้การแบ่งองค์ประกอบของปัญหาออกเป็น ส่วน ๆ ในรูปของแผนภูมิตามลำดับชั้น แล้วให้ค่าน้ำหนักของแต่ละองค์ประกอบและนำมาคำนวณค่าน้ำหนัก เพื่อนำไปสู่ค่าลำดับความสำคัญของแต่ละทางเลือกว่าทางเลือกใดมีค่าสูงที่สุด จนสุดท้ายจึงได้ทางเลือกที่ต้องการ ดังนั้นเทคนิคนี้จึงเหมาะกับการตัดสินใจทั้งที่เป็นรายบุคคลและเป็นรายกลุ่ม

2.1.9 ข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

จังหวัดนครศรีธรรมราช

จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 2 ของภาคใต้ มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง ทิศเหนือติดต่อกับจังหวัดสุราษฎร์ธานี ทิศใต้ติดจังหวัดตรัง พัทลุงและจังหวัดสงขลา ทิศตะวันออกติดอ่าวไทย ซึ่งมีฝั่งทะเลยาว 225 กิโลเมตร ทิศตะวันตกติดจังหวัดสุราษฎร์ธานี และจังหวัดกระบี่ ลักษณะภูมิประเทศแตกต่างกันไปตามลักษณะของเทือกเขานครศรีธรรมราช ซึ่งเป็นเทือกเขาที่มีความยาวตามคาบสมุทร เป็นผลให้ลักษณะภูมิประเทศของจังหวัดนครศรีธรรมราช แบ่งได้เป็น 3 ส่วน คือ 1) บริเวณเทือกเขาตอนกลาง ได้แก่บริเวณเทือกเขานครศรีธรรมราช มีอาณาเขตตั้งแต่ตอนเหนือของจังหวัดลงไป ถึงตอนใต้สุด บริเวณพื้นที่ของอำเภอที่อยู่ในเขตเทือกเขาตอนกลางได้แก่ อำเภอสิชล อำเภอนบพิตำ อำเภอท่าศาลา อำเภอเมืองนครศรีธรรมราช อำเภอลานสกา อำเภอพรหมคีรี อำเภอรัตนพิบูลย์ อำเภอชะอวด อำเภอจุฬาภรณ์ และอำเภอพระพรหม ในเขตเทือกเขานี้มีภูเขาสูง สุดในจังหวัด คือเขาหลวง ซึ่งสูงประมาณ 1,835 เมตร เหนือระดับน้ำทะเล นอกจากนี้เทือกเขาดังกล่าวยังเป็นเส้นแบ่งเขตอำเภอ ระหว่างอำเภอทุ่งสง อำเภอดงขลุ่ย กับอำเภอชะอวด อำเภอรัตนพิบูลย์อำเภอลานสกา อำเภอเมืองนครศรีธรรมราช อำเภอพรหมคีรี อำเภอท่าศาลา และเป็นเส้นแบ่งเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช กับอำเภอบ้านนาสาร อำเภอเกาะกูด จังหวัดสุราษฎร์ธานี อีกด้วย บริเวณเทือกเขาตอนกลาง มีเส้นทางคมนาคมผ่านจากบริเวณที่ราบชายฝั่ง ตะวันออก ไปยังบริเวณที่ราบด้านตะวันตกได้ คือทางหลวงหมายเลข 40 ซึ่งข้ามจากอำเภอสิชล อำเภอ นบพิตำเขตอำเภอเกาะกูด จังหวัดสุราษฎร์ธานี และทางหลวง หมายเลข 405 จากอำเภอ ลานสกา ไปสู่อำเภอดงขลุ่ย ในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช และทางหลวง หมายเลข 4 จาก อำเภอรัตนพิบูลย์ ไปสู่อำเภอทุ่งสง 2) บริเวณที่ราบชายฝั่งด้านตะวันออก ได้แก่บริเวณ ตั้งแต่เทือกเขาตอนกลางไปทางตะวันออกถึงฝั่งทะเลอ่าวไทย จำแนกได้ เป็น 2 ตอน คือ ตั้งแต่อำเภอเมืองนครศรีธรรมราชลงไปทางใต้ เป็นที่ราบ ที่มีความกว้างจาก บริเวณเทือกเขาตอนกลางไปถึงชายฝั่ง ทะเลระยะทางประมาณ 95 กิโลเมตร มีแม่น้ำลำคลอง ที่มีต้นน้ำเกิดจากบริเวณเทือกเขาตอนกลางไหลลงสู่อ่าวไทยหลายสาย นับเป็นที่ราบ ซึ่งมีค่า ทางเศรษฐกิจของจังหวัด ลำน้ำสำคัญ ได้แก่ แม่น้ำปากพนัง

และมี คลองสายเล็ก ในเขต อำเภอเมืองนครศรีธรรมราชอีกหลายสาย เช่น คลองปากพญา และคลองท้ายวัง เป็นต้น อีก บริเวณหนึ่ง คือตั้งแต่อำเภอท่าศาลาขึ้นไปทางทิศเหนือ เป็นบริเวณฝั่งแคบ ๆ ไม่เกิน 15 กิโลเมตร อำเภอที่อยู่ในเขตที่ราบด้านนี้คือ อำเภอขนอม อำเภอสิชล อำเภอท่าศาลา อำเภอ เมืองนครศรีธรรมราช อำเภอปากพนัง อำเภอเชียรใหญ่ อำเภอหัวไทร และอำเภอชะอวด และ 3) บริเวณที่ราบด้านตะวันตก ได้แก่ บริเวณที่ราบระหว่างเทือกเขานครศรีธรรมราช และเทือกเขาบรรทัด จึงมีลักษณะเป็นเนินเขาอยู่เป็นแห่ง ๆ อำเภอที่อยู่ในบริเวณที่ราบด้านนี้ คือ อำเภอพิปูน อำเภอทุ่งใหญ่ อำเภอฉวาง อำเภอนาบอน อำเภอบางขัน อำเภอถ้ำพรรณรา และอำเภอทุ่งสง ลำน้ำ สำคัญ ได้แก่ ต้นน้ำของแม่น้ำตาปีไหลผ่าน อำเภอพิปูน อำเภอฉวาง และอำเภอทุ่งใหญ่ นอก จากนี้ ยังมีลำน้ำที่เป็นต้นน้ำของแม่น้ำตรังอีกด้วย คือน้ำตกโยง และคลองวังหีบ ซึ่งไหลผ่าน อำเภอทุ่งสง ไปยังอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง และออกทะเลอันดามัน ที่อำเภอกันตัง

แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดนครศรีธรรมราช

1. วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารนครศรีธรรมราชเดิมชื่อวัดพระบรมธาตุตั้งอยู่ริมถนนราชดำเนินตำบลในเมืองวัดพระมหาธาตุเป็นพระอารามหลวงชั้นเอกชั้นวรมหาวิหารเดิมชื่อวัดพระบรมธาตุเป็นปูชนียสถานที่สำคัญที่สุดแห่งหนึ่งของภาคใต้และประเทศไทยเปรียบเสมือนศูนย์รวมใจของพุทธศาสนิกชนชาวไทยได้มีพระบรมธาตุเจดีย์อันยิ่งใหญ่ที่มีส่วนยอดเจดีย์เป็นทองคำเป็นภาพสะท้อนแห่งความศรัทธาของชาวพุทธที่มีต่อการสร้างพระบรมธาตุเพื่อประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุ (พระทันตธาตุหรือพระเขี้ยวแก้ว เบื้องซ้าย) ตามตำนานพระบรมธาตุนครศรีธรรมราชกล่าวว่าเจ้าชายชนกุมารและพระนางเหมชาลาเป็นผู้นำเสด็จพระบรมธาตุมาประดิษฐานณหาดทรายแก้วและสร้างเจดีย์องค์เล็กๆเป็นที่หมายไว้ต่อมาในปีมหาศกราช 1098 (พ.ศ.1719) พระเจ้าศรีธรรมมาโคกราชทรงสร้างเมืองนครศรีธรรมราชขึ้นพร้อมการก่อสร้างเจดีย์ขึ้นใหม่พระบรมธาตุเจดีย์มีลักษณะรูปแบบศิลปกรรมเป็นเจดีย์ทรงลังกาสูง 55.78 เมตร (กรมศิลปากรวัดเมื่อการบูรณะปัลลียอดทองคำเมื่อพ.ศ. 2538) จากฐานบัวคว่ำบัวหงายถึงปัลลียอด 6.80 เมตรใช้ทองคำเนื้อสิบหุ้มโดยรอบภายในวัดพระมหาธาตุฯมีวิหารที่มีความสำคัญหลายหลังประดิษฐานอยู่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งพระวิหารหลวงมีความงามตามแบบสถาปัตยกรรมสมัยอยุธยา นอกจากนั้นยังมีวิหารสามจอมวิหารที่มีพระพุทธรูปทรงเครื่องอย่างกษัตริย์ชื่อว่า “พระศรีธรรมมาโคกราช” ประดิษฐานอยู่วิหารพระมหาภิเนษกรมณ์ (วิหารพระทรงม้า) ส่วนวิหารเขียนและวิหารโพธิ์ลังกานั้นเป็นสถานที่จัดแสดงโบราณวัตถุที่พุทธศาสนิกชนถวายเป็นพุทธบูชาส่วนฐานขององค์พระบรมธาตุเจดีย์ (วิหารทับเกษตร) มีซุ้มถึง 22 ซุ้มแต่ละซุ้มมีหัวช้างยืนออกมารองรับพระบรมธาตุเจดีย์ประหนึ่งเป็นสัญลักษณ์แห่งการค้ำจุนพระพุทธศาสนาให้มั่นคงนอกจากนี้ยังมีปริศนาธรรมให้ค้นหาและสิ่งศักดิ์สิทธิ์อีกมากมายภายในวัดมีแหล่งจำหน่ายสินค้าที่ระลึกขึ้นชื่อของเมืองนครอาทิเช่นเครื่องเงินเครื่องถมตัวหนังตะลุง เป็นต้นผู้มาเยือนที่นี่นิยมนำผ้าขึ้นห่มองค์พระบรมธาตุเจดีย์เพื่อความเป็นสิริมงคลแก่ชีวิต

2. ศาลหลักเมืองนครศรีธรรมราชศาลหลักเมืองนครศรีธรรมราชอันเป็นที่ประดิษฐานหลักเมืองของจังหวัดนครศรีธรรมราชสร้างขึ้นตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการสร้างสิ่งสำคัญทางประวัติศาสตร์ตั้งอยู่บริเวณทิศเหนือของสนามหน้าเมืองมีเนื้อที่ประมาณ 2 ไร่อาคารหลัก ประกอบด้วยอาคาร 5 หลังหลังกลางเป็นที่ประดิษฐานหลักเมืองลักษณะของการออกแบบมีศิลปะคล้ายศิลปะศรีวิชัย วางศิลาฤกษ์เมื่อวันที่ 4 สิงหาคม พ.ศ. 2532 ส่วนอาคารเล็ก 4 หลังถือเป็นบริวารประจำทิศทั้ง 4 เรียกว่าศาลจตุโลกเทพ ประกอบด้วยพระเสื้อเมือง, พระทรงเมือง, พระพรหมเมือง, และพระบันดาลเมือง

วางศิลาฤกษ์เมื่อวันที่ 7 พฤษภาคม พ.ศ. 2535 เสร็จสมบูรณ์ในปี พ.ศ. 2542 ถือเป็นที่เคารพนับถือและ
เป็นอีก 1 ศูนย์รวมความศรัทธาของชาวนครศรีธรรมราชตัวอาคารมีความสวยงามเป็นอย่างยิ่ง

3. น้ำตกกรุงชิง เป็นน้ำตกที่มีความสวยงามและมีชื่อเสียงมากเป็นอันดับต้นๆของ
จังหวัดนครศรีธรรมราชตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ของอุทยานแห่งชาติเขาหลวงอุทยานแห่งชาติที่ตั้งอยู่ในตำบล
กรุงชิงชื่อ “กรุงชิง” มาจากคำว่า “ตันชิง” ซึ่งเป็นพันธุ์ไม้ตระกูลปาล์มชนิดหนึ่งที่มีอยู่มากเดิมพื้นที่นี้เคย
เป็นที่ตั้งของกลุ่มคอมมิวนิสต์แต่ปัจจุบันกลายมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามที่มีผู้คนมาเยือนไม่ขาด
สายตัวน้ำตกมีขนาด 7 ชั้นมีปริมาณน้ำไหลตลอดปีการเดินทางต้องเดินเข้าไปเป็นระยะทางประมาณ 3.7 กม.

4. หมู่บ้านคีรีวง ตั้งอยู่ที่ตำบลกำโลนอำเภอลานสกาจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นชุมชน
เก่าแก่ที่อพยพไปอาศัยอยู่เชิงเขาหลวงตำบลกำโลนอันเป็นเส้นทางเดินขึ้นสู่ยอดเขาหลวงชาวบ้านมีวิถี
ชีวิตที่สงบสุขแบบเครือญาติอาชีพหลักคือการทำสวนผลไม้ผสมเรียกว่า “สวนสมรม” เช่นมังคุดเงาะ
ทุเรียนสะท้อนชุมชนบ้านคีรีวงได้แก่กลุ่มมัดย้อมกลุ่มสมุนไพรกลุ่มจักสานกะลามะพร้าวกลุ่มแปรรูปน้ำ
ผลไม้กลุ่มไวน์และกลุ่มทุเรียนกวนซึ่งแต่ละกลุ่มจะมีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคและ
นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวก็มักจะซื้อเป็นของฝากกันอยู่เสมอสินค้าราคาไม่แพงและมีคุณภาพเมื่อ
วันที่ 21 พฤศจิกายน 2531 (ปีเดียวกับเหตุการณ์ที่แหลมตะลุมพุกอำเภopakพนัง) ได้เกิดมหาอุทกธรณี
ภัยหมู่บ้านถูกน้ำพัดหายไปนับ 100 หลังซึ่งวัดและชาวคีรีวงได้รักษาพระอุโบสถและบ้านที่ประสบภัยไว้
เป็นอนุสรณ์สถาน

5. อุทยานแห่งชาติเขาหลวง ครอบคลุมพื้นที่ของอำเภอเมืองอำเภอพิปูนอำเภอพรหม
คีรีอำเภอลานสกาอำเภอฉวางกิ่งอำเภอช้างกลางและกิ่งอำเภอนบพิตำมีเนื้อที่ประมาณ 570 ตาราง
กิโลเมตรประกาศเป็นอุทยานแห่งชาติเมื่อวันที่ 18 ธันวาคม 2517 ประกอบด้วยเทือกเขาที่สลับซับซ้อนมี
ยอดเขาหลวงเป็นยอดเขาสูงสุดประมาณ 1,835 เมตรจากระดับน้ำทะเลซึ่งสูงสุดในภาคใต้เป็นแหล่งของ
ต้นน้ำลำธารและคลองต่างๆกว่า 15 สายมีสภาพเป็นป่าดงดิบชื้นและป่าดิบเขาเส้นทางเดินในอุทยาน
เป็นวงรอบมีธรรมชาติที่สวยงามและมีความหลากหลายทางชีวภาพมีพืชและสัตว์ที่หายากอยู่จำนวนมาก

6. ช่องรูเล็ดเกาะแก่งที่อยู่รายรอบช่องรูเล็ดเป็นตัวเสริมสร้างทัศนียภาพที่สวยงามจับ
ตาไปกับทะเลขนอมสีเขียวมรกตมีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติสูงจึงเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของสัตว์น้ำ
นานาชนิดเหมาะแก่การเที่ยวชมธรรมชาติและวิถีการดำรงชีวิตของสัตว์ตั้งอยู่ในตำบลท้องเนียนอำเภอขน
อมจังหวัดนครศรีธรรมราชซึ่งเป็นรอยต่อเชื่อมกับอำเภอดอนสักจังหวัดสุราษฎร์ธานี

7. หาดหินงามหรือหาดสิชลเป็นหาดโค้งมีทิวทัศน์สวยงามชาวบ้านเรียกว่าอ่าวทอง
โหนดน้ำทะเลใสเล่นน้ำได้ส่วนหาดหินงามเป็นหาดหินที่มีหินทั้งขนาดใหญ่และเล็กอยู่จำนวนมากจึงไม่
เหมาะที่จะเล่นน้ำหาดหินงามเป็นชายฝั่งทะเลด้านตะวันออกของอำเภอสิชลบริเวณเชิงเขาคลองที่มีหาด
ทรายสวยงามมากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีอากาศดีเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจซึ่งประชาชนในอำเภอสิชลและ
อำเภอใกล้เคียงมาพักผ่อนกันมากโดยเฉพาะ

8. หาดในเพลาต้องเรียกว่าหาดนี้เป็นหาดดังที่สุดของอ่าวขนอมเป็นที่รู้จักของ
นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นหาดที่อยู่ทางตอนใต้สุดของอ่าวลักษณะเป็นแนวยาวโค้งครึ่ง
วงกลมขนานกับแนวภูเขาที่ตอนปลายยื่นไปในทะเลหาดทรายเป็นทรายขาวละเอียดเนียนนุ่มสลับกับหาด
หินและโขดหินเป็นช่วงๆมีธารน้ำที่ไหลมาจากน้ำตกหินลาดน้ำทะเลใสสะอาดสีครามในอ่าวกว้างเหมาะ
สำหรับการลงเล่นน้ำทะเลสำหรับคนชอบมองทะเลภาพมุมต่างๆของหาดในเพลาดงตามชายหาดมีทิว
มะพร้าวอันร่มรื่นและยังเขียวชะอุ่มด้วยต้นไม้نانาพันธุ์หาดในเพลาจึงเป็นสถานที่ท่องเที่ยวให้ความ

รื่นรมย์สบายด้วยธรรมชาติมีเสน่ห์ชวนให้ไปพักผ่อนนอกจากทะเลจะสวยแล้วไม่ไกลกันนักมีธารน้ำตกหินลาดให้เที่ยวชมหากมาพักผ่อนในเดือนกุมภาพันธ์และมีนาคมซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ลมตะเภาและลมเกรตาพัดเข้าหาฝั่งทะเลตลอดชายหาดกุ้งเคยมากมายจะถูกคลื่นลมพัดพาเข้ามาใกล้ฝั่งให้ชาวประมงและชาวบ้านบริเวณชายหาดได้ใช้คันร่อนและสวิงตักกุ้งขึ้นมาทำกะปิสดก็กุ้งรำทำกะปิเนื้อละเอียดแน่นกุ้งสายไหมได้กะปิสีสวยน่ารับประทานกะปิเหล่านี้เป็นกะปิที่มีชื่อของอำเภอขนอมเหมาะให้ผู้มาเยี่ยมได้ซื้อหาเป็นของฝากหรือจะเข้าร่วมกิจกรรมกับชาวบ้านก็ยังได้

9. หาดทรายแก้วเป็นหาดทรายที่สวยงามมากแห่งหนึ่งในอำเภอท่าศาลานักท่องเที่ยวสามารถมานั่งชมพระอาทิตย์ขึ้นเล่นน้ำทะเลกินอาหารทะเลสดๆอร่อยได้ที่ร้านอาหารหาดทรายแก้วและมานอนนับดาวได้ที่หาดทรายแก้วรีสอร์ทและถึงแม้ว่าหาดทรายชายหาดแห่งนี้จะไม่เป็นที่รู้จักมากนักแต่เป็นที่พักผ่อนที่สงบร่มรื่นสวยงามตามแบบชายฝั่งทะเลตะวันออกด้วยแนวหาดทรายยาวที่มีทิวสนและดงมะพร้าวเป็นฉากหลัง

10. แหลมตะลุมพุกนครศรีธรรมราชเป็นสถานที่ซึ่งอยู่บริเวณตอนบนของอำเภอปากพนังด้านที่ติดกับทะเลด้านใน (อ่าวนครฯ) มีประชากรตั้งถิ่นฐานอยู่ส่วนด้านนอกที่ติดกับอ่าวไทยเป็นหาดทรายและมีต้นสนขึ้นเป็นแนวยาวลักษณะของชายหาดปากพนังเป็นชายหาดยาวไปตามชายฝั่งทะเลมีแหลมตะลุมพุกเป็นแหลมทรายรูปจันทร์เสี้ยวยื่นไปในอ่าวไทย

จังหวัดสุราษฎร์ธานี

จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีพื้นที่ขนาดใหญ่ที่สุดในภาคใต้ และพื้นที่ใหญ่เป็นอันดับ 6 ของประเทศไทย มีอาณาเขตทิศเหนือติดต่อกับจังหวัดชุมพรและอ่าวไทยทิศใต้ติดต่อกับจังหวัดนครศรีธรรมราชและกระบี่ทิศตะวันตกติดต่อกับจังหวัดพังงาและระนองทิศตะวันออกติดต่อกับอ่าวไทยและจังหวัดนครศรีธรรมราชฝั่งทะเลด้านอ่าวไทยในจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีความยาวรวมกันประมาณ 156 กม. มีเกาะขนาดใหญ่ได้แก่ เกาะสมุย เนื้อที่ 227.250 ตารางกิโลเมตร เกาะพะงันมี เนื้อที่ 194.2 ตารางกิโลเมตร นอกจากนี้ยังมีหมู่เกาะอ่างทอง และบรีวาร 42 เกาะ เกาะสมุยเป็นเกาะที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัด ห่างจากฝั่งทะเลประมาณ 20 กิโลเมตร และห่างจากจังหวัดประมาณ 80 กิโลเมตร

จังหวัดสุราษฎร์ธานีตั้งอยู่ในฝั่งตะวันออกของภาคใต้ โดยมีสภาพภูมิประเทศที่หลากหลายทั้งที่ราบสูง ภูมิประเทศแบบภูเขา รวมทั้งที่ราบชายฝั่ง มีพื้นที่ครอบคลุมถึงในบริเวณอ่าวไทยทั้งบริเวณที่เป็นทะเลและเป็นเกาะ เกาะในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์มีทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็ก เกาะขนาดใหญ่เป็นที่รู้จักเช่นเกาะสมุย เกาะพะงัน และหมู่เกาะอ่างทอง เนื่องจากทำเลที่ตั้งจึงได้รับอิทธิพลจากมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ ซึ่งเกิดบริเวณทะเลอันดามันบ้างเป็นครั้งคราวเนื่องจากจะมีแนวเทือกเขาตะนาวศรี เทือกเขาภูเก็ต และเทือกเขานครศรีธรรมราช แลบริเวณจังหวัดระนอง จังหวัดชุมพร จังหวัดพังงา จังหวัดภูเก็ต และจังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นแนวช่วยลดอิทธิพลของลมมรสุมดังกล่าว ในทางกลับกันพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานีจะได้รับอิทธิพลจากมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือเป็นส่วนใหญ่ มรสุมตะวันออกเฉียงเหนือปกติจะมีแหล่งกำเนิดบริเวณทะเลจีนใต้และอ่าวไทย ทำให้จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีช่วงฤดูฝนกินระยะเวลาตั้งแต่เดือนตุลาคมจนถึงเดือนมกราคมจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีจำนวนเกาะในเขตพื้นที่จังหวัดมากถึง 108 เกาะ นับว่ามากที่สุดเป็นอันดับ 3 ของประเทศ ประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ

โดยประกอบอาชีพทางการเกษตรเป็นหลัก โดยใช้พื้นที่ในการทำเกษตรประมาณร้อยละ 45 ของพื้นที่ทั้งหมด นอกจากนี้ ยังประกอบอาชีพทางด้านปศุสัตว์ ประมง อุตสาหกรรม รวมทั้งมีการทำเหมืองแร่ด้วย

แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

1. เกาะสมุยเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญอันดับต้นๆของประเทศไทยเพราะเกาะที่มีชื่อเสียงไปทั่วโลกอยู่บริเวณอ่าวไทยห่างจากสุราษฎร์ธานีไปทางทิศตะวันออก 84 กิโลเมตรมีเนื้อที่ 247 ตารางกิโลเมตรพื้นที่ 1 ใน 3 ของเกาะเป็นที่ราบล้อมรอบภูเขา รวมถึงชายหาดที่ทอดตัวยาวขนานไปกับท้องทะเลและทิวต้นมะพร้าวเกาะสมุยมีหาดทรายสวยทรายขาวหลายแห่งอาทิหาดเฉวงหาดนาเทียนหาดตลิ่งงามหาดละไมเป็นต้นนอกจากทะเลสวยน้ำใส เกาะสมุยยังมีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่มีชื่อเสียงมากมายและหลากหลายรูปแบบเช่นหินตาหินยายน้ำตกหน้าเหมืองวัดพระใหญ่หรือศูนย์วัฒนธรรมวัดละไม ในเดือนมกราคมถึงเดือนพฤษภาคมเป็นช่วงคลื่นลมสงบเหมาะแก่การท่องเที่ยว

2. เกาะพะงันที่ตั้งอยู่ในอุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงันเพราะเป็นเกาะที่สวยงามและมีความอุดมสมบูรณ์ของระบบนิเวศทางทะเลด้วยน้ำทะเลสะอาดใสหาดทรายละเอียดทำให้แหล่งท่องเที่ยวได้รับความสนใจของชาวต่างชาติอย่างมากยิ่งในช่วงคืนพระจันทร์เต็มดวงเกาะพะงันจะคึกคักเป็นพิเศษเพราะเป็นสถานที่จัดฟูลมูนปาร์ตี้กิจกรรมริมหาดยามค่ำคืนระดับโลกซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำในคืนที่พระจันทร์เต็มดวงณบริเวณหาดรีนจึงเป็นที่ร่ำลือกันว่าเกาะพะงันนั้นเป็นสถานที่ชมพระจันทร์เต็มดวงได้งดงามที่สุดแห่งหนึ่งของโลกและเกาะพะงันยังมีธรรมชาติที่เป็นจุดเด่นอีกอย่างที่ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมายังเกาะแห่งนี้เช่นหาดศรีกันตังชายหาดเจียบสงบรรมรีนช่วงเดือนธันวาคม-มกราคมน้ำทะเลของที่นี่จะสวยงามเป็นพิเศษเพราะชายหาดสวยและน้ำทะเลใสกว่าเดือนอื่น ๆ หาดท้องนายปานเป็นหาดที่สงบร่มรื่นบรรยากาศเป็นส่วนตัวเหมาะกับการลงเล่นน้ำอาบแดดและทำกิจกรรมต่างๆนอกจากนี้เกาะพะงันมีสถานที่ท่องเที่ยวมากมายทั้งป่าเขาน้ำตกชายหาดท้องทะเลวัดวาอารามแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแหล่งท่องเที่ยวเชิงผจญภัยเช่นอุทยานแห่งชาติน้ำตกธารเสด็จหาดรีนนอกหาดท้องนายปานใหญ่หาดท้องนายปานน้อย เป็นต้น

3. เกาะเต่าอยู่ห่างจากอำเภอเกาะพะงัน 45 กิโลเมตรในอดีตเกาะแห่งนี้ถูกกรมราชทัณฑ์ใช้เป็นเรือนจำกักขังนักโทษการเมือง (กบฏบวรเดช) สมัยการปกครองของคณะราษฎรแต่ปัจจุบันเป็นแหล่งดำน้ำตื้นอันดับโลกเพราะความงดงามที่ธรรมชาติปั้นแต่งขึ้นท่ามกลางน้ำทะเลสีครามของอ่าวไทยมีหาดทรายขาวละเอียดธรรมชาติสวยงามและมีความสมบูรณ์ทางทะเลด้วยหมู่ปลาน้อยใหญ่ที่สำคัญคือแนวปะการังทั้งน้ำตื้นและน้ำลึกซึ่งมีพื้นที่ทอดยาวประมาณ 8 กิโลเมตรซึ่งการดำน้ำเป็นจุดสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาที่เกาะนี้เพราะมีทั้งจุดดำน้ำลึกและดำน้ำตื้นซึ่งรอบๆเกาะเต่ามีจุดดำน้ำลึกให้เราได้พบความตระการตาของโลกใต้ทะเลหรือหากใครอยากชื่นชมธรรมชาติรอบเกาะก็แวะลงเล่นน้ำได้เนื่องจากวิหิตวิทัศน์รอบเกาะนั้นสวยงามน้ำสะอาดใสเย็นเป็นที่น่าประทับใจรวมถึงเกาะเต่ารายรอบด้วยอ่าวและหาดทรายที่สวยงามมากมายรอบเกาะโดยมีหาดทรายรีเป็นชายหาดที่ยาวที่สุดของเกาะอ่าวมะม่วงเป็นอ่าวที่น้ำลึกพอสมควรมีแนวปะการังสวยงามและเป็นจุดสำหรับนักดำน้ำเริ่มต้นนอกจากนี้มหาดปะการังอ่าวโฉลกบ้านเก่าหาดแม่หาดอ่าวแหลมเทียนอ่าวหินงอ่าวเทียนนอกจุดชมวิวนางยวน ฯลฯ

4. เกาะนางยวนอยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือของเกาะเต่าเป็นเกาะที่มีเกาะเล็กๆ 3 เกาะเชื่อมต่อถึงกันด้วยสันทรายสีขาวเหมือนถนนธรรมชาติที่เชื่อมเกาะให้เดินถึงกันได้ยามเมื่อน้ำลดระดับลงรอบๆเกาะสวยงามด้วยน้ำใสสะอาดเหมาะแก่การเล่นน้ำทะเลดำน้ำดูปะการังเพราะเป็นเกาะที่มี

ปะการังน้ำตื้นและน้ำลึกที่ยังสมบูรณ์และสวยงามนอกจากนี้ยังมีจุดชมวิวยที่สวยงามโดยต้องเดินขึ้นไปบนยอดประมาณ 20 นาทีด้านบนเป็นลานหินกว้างสำหรับนั่งชมวิวยทิวทัศน์หาดทรายขาวสันทายเชื่อมต่อกันอย่างสวยงามและน้ำทะเลสีเขียวใสที่อยู่ล้อมรอบเกาะอีกทั้งยังมีที่พักเอกชนที่ปลูกอยู่ตามไหล่เขาสามารถมองเห็นความงามของท้องทะเลได้อยู่หนึ่งแห่ง

5. อุทยานแห่งชาติเขาสกเป็นผืนป่าดิบชื้นผืนใหญ่ที่สุดและมีความสำคัญของภาคใต้อันประกอบไปด้วยอุทยานแห่งชาติเขาสกเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าคลองแสงเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าคลองยันเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าคลองนาคาอุทยานแห่งชาติศรีพังงาอุทยานแห่งชาติแก่งกรุงมีพื้นที่ 2,229,879 ไร่มีความหลากหลายทางชีวภาพอุดมไปด้วยพืชพรรณหลายชนิดทั้งพืชพรรณที่หายากและพืชพรรณเฉพาะถิ่นบัวผุดปาล์มเจ้าเมืองถลางนอกจากนี้ยังเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่านานาชนิด

6. น้ำตกวิภาวดีหรือที่เรียกกันในภาษาท้องถิ่นว่าน้ำตกหม่อมเจ้าเป็นน้ำตกที่มี 98 ชั้นมีความสวยงามชั้นของน้ำตกที่มีสวยงามเป็นพิเศษคือโตรนไทรโตรนลมและโตรนของสภาพโดยทั่วไปมีพืชพรรณอุดมสมบูรณ์สายน้ำแก่งหินรุ่มรื่นเหมาะแก่การพักผ่อน

7. วัดพระบรมธาตุไชยาราชวรวิหารอยู่ตำบลเวียงอำเภอไชยาห่างจากตัวเมืองสุราษฎร์ธานีประมาณ 45 กิโลเมตรเป็นสถานที่บรรจุพระบรมสารีริกธาตุของสมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้า นับเป็นปูชนียสถานสำคัญคู่บ้านคู่เมืองของจังหวัดสุราษฎร์ธานีและเป็นหนึ่งในสามของโบราณสถานอันศักดิ์สิทธิ์ที่เคารพบูชาของภาคใต้ได้แก่เจดีย์พระมหาธาตุจังหวัดนครศรีธรรมราชและพระพุทธรูปไสยาสน์ถ้ำคูหาภิมุข จังหวัดยะลาองค์พระเจดีย์เป็นโบราณสถานที่ยังสร้างขึ้นตามแบบลัทธิมหายานตั้งแต่ครั้งอาณาจักรศรีวิชัยรุ่งเรืองรอบองค์พระธาตุมีเจดีย์เล็กๆ 4 ทิศล้อมรอบด้วยวิหารคดซึ่งประดิษฐานพระพุทธรูปเก่าแก่ขนาดต่างๆ โดยรอบทั้ง 4 ด้านพระธาตุไชยานับเป็นปูชนียสถานที่สำคัญทางพุทธศาสนาของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

8. น้ำพุร้อนท่าสะทอนบ่อน้ำพุร้อนท่าสะทอนหรือบ่อน้ำพุร้อนรัตนโกสัยคือแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีชื่อเสียงของบ้านท่าสะทอนบ่อน้ำพุร้อนท่าสะทอนหรือบ่อน้ำพุร้อนรัตนโกสัยคือแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีชื่อเสียงของบ้านท่าสะทอนหมู่ที่ 6 ตำบลท่าสะทอนอำเภอบ้านนาสารจังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นบ่อน้ำร้อนแบบเปิดโล่งมีค่าความเป็นกรด-ด่าง 7.90 ปริมาณมวลสารทั้งหมดและแร่ธาตุอื่นๆ 1,980 ppm. บ่อน้ำพุร้อนท่าสะทอนเหมาะสำหรับบ่อแช่เท้าบ่อแช่ตัวภายในบ่อน้ำร้อนมีอุณหภูมิประมาณ 70 องศาเซลเซียสนอกจากนี้บริเวณบ่อน้ำร้อนยังมีสวนสาธารณะและสนามเด็กเล่นและมีบ้านพักเพื่อให้บริการแก่ผู้มาพักด้วยน้ำแร่ธรรมชาติอีกด้วย

9. น้ำตกดาตฟ้าเป็นน้ำตกขนาดใหญ่ที่สูงที่สุดแห่งหนึ่งของภาคใต้ตั้งอยู่บริเวณที่ทำการอุทยานแห่งชาติได้ร่มเย็นซึ่งอุทยานแห่งชาติได้ร่มเย็นมีพื้นที่ครอบคลุมท้องที่อำเภอบ้านนาสารอำเภอเวียงสระจังหวัดสุราษฎร์ธานีสภาพป่าส่วนใหญ่เป็นป่าดงดิบชื้นมีสภาพป่าที่อุดมสมบูรณ์เป็นแหล่งต้นน้ำลำธารเป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่านานาชนิดและมีจุดเด่นตามธรรมชาติที่สวยงามเช่นหน้าผาถ้ำน้ำตก

10. สวนโมกขพลารามสวนโมกขพลารามอยู่บริเวณเขาพุทธทองริมทางหลวงหมายเลข 41 บริเวณกิโลเมตรที่ 134 เดิมชื่อวัดธารน้ำไหลมีท่านพุทธทาสภิกขุเป็นผู้ริเริ่มสร้างขึ้นเมื่อพ.ศ. 2502 เพื่อเป็นสถานที่สำหรับแสวงหาความสงบและศึกษารธรรมมีโรงมหรสพทางวิญญาณซึ่งประกอบด้วยภาพศิลปบทวิจิตรธรรมคำสอนในพุทธศาสนานิกายต่างๆ ภาพพุทธประวัติภาพจำลองจากภาพหินสลักเรื่องพุทธประวัติในอินเดียรอบบริเวณร่มรื่นเหมาะสำหรับเป็นที่ฝึกอบรมจิตใจและศึกษาพุทธศาสนาโรงมหรสพทางวิญญาณห้องสมุดโมกขพลบรรณาลย์ลานหินโค้งศาลาโรงธรรมโรงปั้นภาพพระอวโลกิเตศวรโพธิสัตว์พระนาถิเกร์ที่สร้างขึ้นเพื่อเป็นสื่อสอนธรรมะโดยจำลองมาจากบทเพลงกล่อมลูกของชุมชนรอบ

อ่าวบ้านดอนในอดีตอันแสดงถึงภูมิปัญญาของปู่ย่าตายายที่ฝากปรีชาธรรมชั้นโลกุตระด้วยสุนทรียารมณ์ไว้ในตัวลูกหลานตั้งแต่ยังเป็นเด็กเล็กๆโตขึ้นวันใดแก่ปรีศานี้ตักดวงตาก็สว่างชีวิตก็เข้าสู่พระนิพพาน

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทางคณะผู้วิจัยทำการแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับฐานข้อมูลด้านเอกลักษณ์อาหารท้องถิ่น และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ดังนี้

2.2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร

กนกกานต์ วีระกุล และคณะ (2556) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาเส้นทาง การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร เพื่อเป็นการส่งเสริมและผลักดันให้แหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นมีอัตลักษณ์ และความโดดเด่นในเชิงวัฒนธรรมอาหาร ที่สอดคล้องกับความต้องการอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเส้นทาง การท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร สำหรับพื้นที่ในเขตจังหวัดภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก ภาคใต้ และกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับอาหารการกินในระหว่าง การท่องเที่ยวมากเป็นพิเศษ แหล่งข้อมูลที่ใช้ศึกษาเกี่ยวกับร้านอาหารและอาหารเด่นๆ ในเส้นทางท่องเที่ยว ก่อนการเดินทาง คือสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต โดยเลือกร้านอาหารที่สะอาดและปลอดภัย เลือก ร้านอาหารที่มีชื่อเสียงด้านความอร่อย ภาคเหนือเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยว ทางประวัติศาสตร์ อาหารท้องถิ่นที่เป็นที่นิยม ได้แก่ ผลไม้เมืองหนาว ชา ไร่ข้าว ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีสถานที่แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ อาหารท้องถิ่นที่นิยม ได้แก่ อาหารประเภทขนมจีน ส้มตำ แหนมเนือง อาหารจากปลา โดยมีวัฒนธรรมการกินเข้าคำเป็นเอกลักษณ์ ภาคกลางมีสถานที่ท่องเที่ยว ทางประวัติศาสตร์ อาหารท้องถิ่น ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากปลาน้ำจืด กว๊านเดียวเรือในจังหวัดอยุธยา และ ตลาดเก่า ภาคตะวันออก สถานที่ท่องเที่ยวเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อาหารได้แก่ ผลไม้ตาม ฤดูกาล หมูชะมวง และเส้นจันทร์ ภาคตะวันตก เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีอาหารท้องถิ่น ได้แก่ ขนมหวานในจังหวัดเพชรบุรี อาหารทะเลในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ภาคใต้ เป็นแหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ อาหารท้องถิ่นได้แก่ อาหารทะเล อาหารจีนฮกเกี้ยน และต้มยำ กรุงเทพมหานคร มีแหล่ง ที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดยเฉพาะวัด วัง สถานที่ช้อปปิ้ง อาหารรอบเกาะรัตนโกสินทร์ เป็นแหล่ง วัฒนธรรมอาหารที่สำคัญของกรุงเทพฯ

อรุณศรี ลีจรรยาเนียร และคณะ (2556) ได้ทำการศึกษาศักยภาพเส้นทาง การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้: กรณีศึกษาขนมไทยท้องถิ่นเป็นการศึกษาและสำรวจข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อการ เรียนรู้อาหารด้านขนมไทยและสภาพการณ์ท่องเที่ยวในพื้นที่ภูมิภาควัดพระบาท ในพื้นที่ 8 จังหวัด คือ นครปฐม ราชบุรี สุพรรณบุรี กาญจนบุรี เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ สมุทรสงคราม และสมุทรสาคร ด้าน การพัฒนาและการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ภายใต้เส้นทางท่องเที่ยว 4 เส้นทาง มี

การแบ่งรูปแบบการท่องเที่ยว 3 รูปแบบ คือ การท่องเที่ยวแบบไปเช้า-เย็นกลับ การท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน และการท่องเที่ยวแบบ 3 วัน 2 คืน ผลการศึกษา พบว่า คือ

1) เส้นทางที่ 1 ตามรอยน้ำตาล (โตนด) ในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ มีรูปแบบการเดินทางแบบไปเช้า-เย็นกลับ (ตามรอยน้ำตาลโตนด) การท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน (นครพนมหวาน) การท่องเที่ยวแบบ 3 วัน 2 คืน (สืบสานตำนานตาลโตนด)

2) เส้นทางที่ 2 ถิ่นคำหวาน ในพื้นที่สมุทรสงครามและสมุทรสาคร มีรูปแบบการเดินทางแบบไปเช้า-เย็นกลับ (ย้อนรอยคำหวาน) การท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน (สืบสานวันวาน) การท่องเที่ยวแบบ 3 วัน 2 คืน (รักษาด่านเรื่องเล่า)

3) เส้นทางที่ 3 ชุตองลงลิ้ม ในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี และราชบุรี มีรูปแบบการเดินทางแบบไปเช้า-เย็นกลับ (ชุตอง) การท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน (วิถีทอง) การท่องเที่ยวแบบ 3 วัน 2 คืน (จำลองทอง)

4) เส้นทางที่ 4 ทองคำขาวแห่งธรรมชาติ (จากเมล็ดข้าวสู่คุณค่าขนมไทย) ในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรีและราชบุรี มีรูปแบบการเดินทางแบบไปเช้า-เย็นกลับ (เส้นทางแรกนาขวัญ) การท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน (เส้นทางสู่ขวัญข้าว) การท่องเที่ยวแบบ 3 วัน 2 คืน (เส้นทางทองคำขาวแห่งธรรมชาติ จากเมล็ดข้าว...สู่ขนมไทย)

มีการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านการท่องเที่ยว กลุ่มผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว พบว่าเส้นทางการท่องเที่ยวมีความน่าสนใจที่จะสามารถนำไปพัฒนาให้เกิดศักยภาพในเชิงพาณิชย์เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ด้านขนมไทย มีการจัดกิจกรรม FAM Trip โดยผู้ประกอบการที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เจ้าหน้าที่ ททท. ประจำจังหวัด นักท่องเที่ยวและผู้ทรงคุณวุฒิร่วมเดินทางไปกับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 4 เส้นทาง โดยใช้รูปแบบการท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน เพื่อทดสอบศักยภาพของเส้นทางการท่องเที่ยว พบว่าเส้นทางการท่องเที่ยวล้วนมีศักยภาพในเชิงพาณิชย์ โดยสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยวแบบเป็นหมู่คณะ บริษัททัวร์ การท่องเที่ยวแบบอิสระ (FIT)

แสงสรรค์ ภูมิสถาน และคณะ (2558) การศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดตราด พบรายการแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมด 39 แห่ง สสำรวจพบจริงเพียง 32 แห่ง โดยแบ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จำนวน 9 แห่ง และแหล่งท่องเที่ยวประเภทชุมชน วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิต จำนวน 23 แห่ง พบว่า ไม่มีแหล่งท่องเที่ยวใดมีผลการประเมินอยู่ในระดับสูงมาก และระดับต่ำมาก จุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวของชุดกิจกรรม ที่สามารถสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่แตกต่างกัน ได้ 3 แนวทางได้แก่ 1) เล่าเรื่องเมืองตราด เรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม 2) ชุมชนสร้างสรรค์ เรียนรู้วัฒนธรรมชาวตราด 3) อาหารการกิน เยือนถิ่นผลไม้รสเลิศ ดังนั้นการท่องเที่ยวแบบ “อาหารการกิน เยือนถิ่นผลไม้รสเลิศ” เป็นการท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร (Gastronomic tourism/culinary tourism) กับกิจกรรมเที่ยวไปชิมไป กับ “ขนมพื้นบ้าน อาหารพื้นถิ่น” เมืองตราด ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สนใจในเรื่องของความ เป็นเอกลักษณ์ของอาหารการกิน อาหารพื้นบ้านเมืองตราด เช่น หมูชะมวง ข้าวเกรียบปากหม้อ น้ำพริก กะปิปลาทุ้มหวาน กว๋ายเตี้ยผัดปู กว๋ายเตี้ยอ่อนน้ำพริกกุ้งแห้ง ข้าวหลามหม้อแกง ขนมชั้นเมืองตราด

ขนมจาก ข้าวเหนียวเหลือง ขนมไข่เต่า ขนมบันดุก ข้าวต้มมัด งานมหรหรรษาอาหารทะเลพื้นบ้านเมืองตราด งานผลไม้ เช่น งานสวนสวรรค์ตะวันออก อร่อยทุกไร่ ชิมไปทุกสวน งานระกำหวานของดีเมืองตราด ดังนั้น จังหวัดตราดเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในการจัดกิจกรรมเรียนรู้วิถีชีวิตชาวสวนผลไม้ควบคู่กับการทำอาหารพื้นบ้าน

มัลลิกา คิริพิศ และคณะ (2559) ศึกษาศักยภาพเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในภูมิภาคตะวันออก สำรวจข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้อาหารด้านอาหารไทยในพื้นที่ภูมิภาคตะวันออก 8 จังหวัด ได้แก่ นครปฐม ราชบุรี กาญจนบุรี สุพรรณบุรี เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ สมุทรสงคราม และสมุทรสาคร เพื่อกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้อาหารที่มีศักยภาพ พบว่าอัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมอาหารในภาคตะวันออก สามารถแบ่งได้เป็น 3 ส่วน คือ 1) จังหวัดที่มีพื้นที่ชายฝั่งติดทะเล ได้แก่ สมุทรสาคร สมุทรสงคราม เพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งจะมุ่งเน้นวัตถุดิบที่ได้จากทะเล 2) จังหวัดที่มีลุ่มแม่น้ำ และภูเขา ได้แก่ ราชบุรี กาญจนบุรี สุพรรณบุรีและนครปฐม มุ่งเน้นวัตถุดิบที่ได้จากลุ่มแม่น้ำ ภูเขา และพื้นที่ทางการเกษตร และ 3) อาหารกับชาติพันธุ์ ซึ่งจะเป็นการศึกษาชนชาติต่างๆ ที่อพยพมาจากประเทศ หรือชนเผ่าต่างๆ ที่มาพำนักอาศัยอยู่ในบริเวณพื้นที่ 8 จังหวัด เช่น ชาวกระเหรี่ยง ไทยทรงดำ มอญ และลาวครั่ง จึงกำหนดจุดสนใจทางการท่องเที่ยวได้ แล้วนำมาเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวเดิมในพื้นที่ด้วย และกำหนดเป็นเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ ด้านอาหารตามพื้นที่ทั้ง 3 แล้วจึงจัดการประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นร่วมกับชาวบ้าน เจ้าหน้าที่ ททท. ผู้ประกอบการด้านธุรกิจนำเที่ยวและบริการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 100 คน พบว่าเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้อาหารที่น่าสนใจและคิดว่ามีศักยภาพในเชิงพาณิชย์ และเส้นทางเที่ยวชิมริม ทะเลน่าสนใจมากที่สุด สูงถึงร้อยละ 75 รองลงมาคือ เที่ยวชิมริมแม่น้ำ และอาหารกับชาติพันธุ์ไทยทรงดำ มีความสนใจเท่ากับเที่ยวชิมกินปลา เพื่อยืนยันผลดังกล่าว จึงได้ทำการสำรวจความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวทั่วไปจำนวน 400 คน และพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ 4 อันดับแรก คือ เที่ยวชิมริมทะเล เที่ยวชิมริมแม่น้ำ สันทันย์จากอ่าวไทยและเที่ยวชิมกินปลา จึงได้ทำการ สังเคราะห์และผสมผสานเส้นทางที่มีลักษณะคล้ายกัน จนได้เส้นทางท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้อาหาร ได้ 3 เส้นทางคือ 1) เส้นทางทรัพย์สมุทร สูดहरษา พาไปชิม นำเสนอวัฒนธรรมอาหารการกินที่สามารถเล่าเรื่องราวของวิถีชีวิตของผู้คนริมทะเลอ่าวไทย 2) เส้นทางล่องนที เอ็มอิมพี วิถีไทย นำเสนอวิถีชีวิตของคนไทยในพื้นที่ที่มีแม่น้ำไหลผ่านก่อให้เกิดการเชื่อมโยงวัฒนธรรมด้านอาหารการกิน และเส้นทางอาหารไทยหลากหลายน่าเรียนรู้ นำเสนอเส้นทางของอาหารไทยในภูมิภาคที่ผูกพันกับปลาทั้งปลาน้ำจืดและปลาน้ำทะเล เมื่อกำหนดเส้นทางแล้วได้จัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อใช้เป็นตัวอย่างของการท่องเที่ยวเพื่อการ เรียนรู้ อาหารของทั้ง 3 เส้นทางไว้ในรูปแบบ 1 วัน (one day trip) 2 วัน 1 คืน (Two days trip) และ 3 วัน 2 คืน (Three days trip) เพื่อใช้ในการแนะนำนักท่องเที่ยวแบบอิสระ และได้ทำการทดสอบ ศักยภาพของเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้อาหารที่ได้ โดยจัดกิจกรรม Familiarization trip ให้กับผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวภาครัฐและเอกชน ตลอดจนนักท่องเที่ยว ผลการทดสอบปรากฏว่าผู้เข้าร่วมมีความพอใจในเส้นทางและให้ความเห็นว่ามีศักยภาพในเชิงพาณิชย์

PaneeSuanpang (2015) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในอาเซียน กรณีศึกษา กลุ่มประเทศ CLMV โดยเลือกสถานที่ท่องเที่ยวเกี่ยวกับมรดกโลกหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ เสียมเรียบ ประเทศกัมพูชา หลวงพระบาง ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตย

ประชาชนลาว อย่างกุ่ม ประเทศเมียนมาร์ และฮานอย ประเทศเวียดนามการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ (key informant) ด้านร้านอาหารท้องถิ่น ที่พักและบริษัทนำเที่ยว เก็บข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น ภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่น และวัฒนธรรมอาหาร เลือกเส้นทางหลักที่นิยมท่องเที่ยวเพียงวันเดียว และการจัดการการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศ เลือกเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในอาเซียน ประเมินผลโดยผู้เชี่ยวชาญและเขียนแผนที่เส้นทางท่องเที่ยว ลงใน www.foodasean.org

ผลการศึกษา พบว่า เส้นทางท่องเที่ยวในสยามเรียบ เริ่มจากการรับประทาน อาหารเช้าในตลาดที่มีข้าวต้ม ขนมปังฝรั่งเศส แล้วเริ่มต้นเดินทางเที่ยวรอบนครวัด นครธม แล้ว รับประทานอาหารกลางวันที่ร้านอาหาร Ankor Reach เกี่ยวกับอาหารเขมร เมนูปลา ทั้งปลาร้าและแกง หลังจากนั้นไปเที่ยวปราสาทตาพรหมวัด ทานอาหารค่ำและชมการแสดงชุดอัปสร แล้วเดินเที่ยวตลาด กลางคืน

เส้นทางท่องเที่ยวในหลวงพระบาง เริ่มต้นเข้าด้วยการตัดบาตรข้าวเหนียว ผลไม้และขนมในท้องถิ่นที่เรียกว่า “Binhabat” เดินเที่ยวในตลาดเช้าและรับประทานอาหารตอนเช้าที่ ร้านกาแฟ Phachaniyom ไปเที่ยว Wat Chunaarat temple และวัดเชียงทอง และทานอาหารกลางวัน ที่ร้านอาหารท่าหนักลาวกับอาหารหลวงพระบาง วัดพระพุทธรบาท ตลาดพูสี ภูเขาพูสี อาหารเย็นที่ ร้านอาหาร Mee Chai Pon เป็นอาหารท้องถิ่นหลวงพระบางคือ ส้มตำ Aur Lam, Khai pan, Fish Amok และผักสด และเที่ยวตลาดกลางคืน

เส้นทางท่องเที่ยวหนึ่งวันในย่างกุ้ง เริ่มต้นด้วยอาหารที่ตลาด Mohinga at Scott เที่ยวพระพุทธรไสยาสน์เจ้าทัตจี พระเจดีย์โบตาทาวนั วัดชเวตอเมียด วัดพระเขี้ยวแก้วจุฬามณี อาหาร กลางวันที่ร้านอาหารท้องถิ่น เมนูหลักคือ กุ้งแม่น้ำ ผัดผักรวม สลัดมะเขือเทศกับปลากรอบ น้ำพริกและ เต้าหู้ทอด อาหารค่ำที่ร้าน Karaweik เป็นร้านอาหารนานาชาติและอาหารท้องถิ่น มีการเต้นรำแบบดั้งเดิม และไปเจดีย์ชเวดากอง

การท่องเที่ยวหนึ่งที่ฮานอย เริ่มต้นรับประทานอาหารเช้าในตลาดท้องถิ่นขนมปัง Banh Mi ไปเที่ยวสุสานโฮจิมินห์ เจดีย์เสาเดียว ถนน 36 หรือจัตุรัสเก่าฮานอย อาหารกลางวันเกี่ยวกับ ผอ ปอเปี๊ยะ หมูย่างและกาแฟเวียดนามที่ร้าน Pho Ga วัดเนินหยก วิหารวรรณกรรม ทานอาหารเย็นที่ ร้าน Thang Long เมนู ปลาทอด (Cha ca) ขนมเบ็องญวน ปอเปี๊ยะ ปอเปี๊ยะทอด อาหารทะเล การ แสดง Water Puppet และตลาดกลางคืนที่ จัตุรัสเก่าฮานอย

ทั้งนี้จากการตรวจสอบเอกสาร พบว่า มีการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย แต่ส่วนใหญ่จะเน้นอาหารที่เป็นที่นิยมของประเทศไทยการท่องเที่ยวเชิงอาหารในภาคใต้มีอาหารที่ขึ้นชื่อหลายชนิด และมีแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยว ดังนั้น การศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชและ จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อการพัฒนามาตรฐานหรือตัวชี้วัดที่จะบ่งชี้ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

2.2.2 วิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

พวงผกา คำงาม (2551) ศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดบริการและ พฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารไทยในเมืองแฮมป์ตันโรดส์ มลรัฐเวอร์จิเนีย ประเทศ

สหรัฐอเมริกา โดยมีจุดมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค ที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านอาหารไทยในเมืองแฮมป์ตันโรดส์ มลรัฐเวอร์จิเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารไทยในเมืองแฮมป์ตันโรดส์ มลรัฐเวอร์จิเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา 3) เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารไทยในเมืองแฮมป์ตันโรดส์ มลรัฐเวอร์จิเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา ผลการวิจัยพบว่า เมื่อพิจารณาโดยรวมด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อปี มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารไทยในเมืองแฮมป์ตันโรดส์ มลรัฐเวอร์จิเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหาร ในด้าน ความถี่ในการใช้บริการ ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง อาหารประเภทอาหารว่าง ประเภทซุพ และประเภทยำ อาหารประเภทผัดและอาหารประเภทของหวานที่ขอรับประทาน และระยะเวลาที่ยืนติดคอยหากร้านอาหารไทยที่นั่งเต็ม ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ ผู้ที่มีส่วนร่วมในการไปใช้บริการ จำนวนคนที่ไปใช้บริการด้วยต่อครั้ง

จุศลลักษณ์ ฐประจำง (2552) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารไทยของผู้บริโภค กรณีศึกษาเขต Miami-Dade County มลรัฐฟลอริดา ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารไทยของผู้บริโภค 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารไทย ในการนี้ได้ระบุพฤติกรรมเป็น พฤติกรรมให้ความสำคัญกับรสชาติอาหาร ด้านประเภทอาหารไทยที่ชอบทานมากที่สุด ด้านสิ่งสำคัญในการจูงใจการบริโภคอาหารไทย ด้านเหตุผลในการบริโภคอาหารไทย ด้านบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ด้านความถี่ ด้านวันในการบริโภค ด้านช่วงเวลา ด้านสถานที่ ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง วิธีการชำระค่าอาหาร ด้านความพึงพอใจ ด้านการแนะนำอาหารไทยให้ผู้อื่นรู้จัก ด้านบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ

พรพิศ พูลศรีสวัสดิ์ (2554) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ส่งผลกระทบต่อประกอบการของร้านอาหารในถนนข้าวสาร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวต่างชาติ 2) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ส่งผลกระทบต่อประกอบการของร้านอาหารในถนนข้าวสาร ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ชาวยุโรป อายุ 21-30 ปี มีการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประกอบอาชีพอิสระ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 601-900 USD และสถานภาพโสดส่วนด้านพฤติกรรมผู้บริโภค พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติมักไปรับประทานอาหารกับเพื่อน เพื่อนเป็นผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกร้าน เหตุผลหลักในการมาร้านอาหาร คือ เพื่อรับประทานอาหาร มักมารับประทานอาหารไทย อาหารไทยที่ชอบรับประทานมากที่สุด คือ ผัดไทย อาหารสากล คือ พาสต้า เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ คือ น้ำผลไม้ปั่น เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ คือ เบียร์ มักมาใช้บริการในเวลา 19.01-21.00น. ในการใช้บริการแต่ละครั้ง เสียค่าใช้จ่ายประมาณ 6.1-9 USD มาใช้บริการร้านอาหารวันละ 2 ครั้ง ในการใช้บริการแต่ละครั้งใช้เวลามากกว่า 40 นาที แต่ไม่เกิน 1 ชั่วโมง วิธีการชำระค่าบริการ ส่วนใหญ่มักชำระด้วยเงินสด มักเลือกร้านอาหารที่ตั้งอยู่ริมถนน โดยไป 2-3 ร้านสลับกันไปมา และแหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้านอาหาร คือ เพื่อนหรือญาติ

นักท่องเที่ยวต่างชาติมีทัศนคติโดยรวมที่ดีต่อการประกอบการของร้านอาหารในถนนข้าวสาร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการให้บริการ และการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ การเพิ่มผลผลิต และคุณภาพในการทำงาน ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพทางด้านการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวต่างชาติกับทัศนคติต่อการประกอบการของร้านอาหารในถนนข้าวสาร พบว่า พฤติกรรมการบริโภคมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการประกอบการของร้านอาหารในถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ธารทิพย์ อุบลสถิตย์ (2558) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติในอำเภอเกาะสมุยจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมาน คือ ไคสแควร์ (Chi-square) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนใหญ่รับประทานอาหารไทยช่วงมื้อเย็น อาหารประเภทเรียกน้ำย่อยที่เลือกเป็นอันดับ 1 คือ ประเภทอาหารว่าง (สะเต๊ะไก่, ปอเปี๊ยะ, ทอดมันกุ้ง) อาหารจานหลักเลือกเป็นอันดับ 1 คือ ประเภทข้าวผัด ผัดไทยและอื่นๆ (ราดหน้า, ผัดซีอิ้ว) ประเภทของหวานเลือกเป็นอันดับ 1 คือ ข้าวเหนียวมะม่วง โดยมีค่าใช้จ่าย/มื้อ/คน ไม่เกิน 250 บาท ชอบอาหารไทยที่มีรสเผ็ด เลือกรับประทานอาหารไทยเพราะชอบอาหารไทย ตัดสินใจเลือกรับประทานด้วยตนเอง ในร้านอาหารไทยทั่วไป และมีความถี่ในการรับประทานอาหารไทยมากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์ ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารไทยของนักท่องเที่ยวทุกด้านอยู่ในระดับมากและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารไทย โดยรวมอยู่ในระดับมากผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่าอายุ ทวีป/ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัย ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ประสบการณ์ในการรับประทานอาหารไทยมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ได้รับประทานอาหารไทยอาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การมีคนรู้จักเป็นคนไทย ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว ประสบการณ์ในการรับประทานอาหารไทยมีความสัมพันธ์กับการเลือกรับประทานอาหารประเภทอาหารเรียกน้ำย่อยเพศ อายุ สถานภาพ การมีคนรู้จักเป็นคนไทยมีความสัมพันธ์กับการเลือกรับประทานอาหารประเภทอาหารจานหลักระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์ในการรับประทานอาหารไทยมีความสัมพันธ์กับการเลือกรับประทานอาหารประเภทของหวาน อายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารไทย/มื้อ/คนเพศ สถานภาพ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว ประสบการณ์ในการรับประทานอาหารไทยมีความสัมพันธ์กับรสชาติอาหารไทยที่ชอบทวีป/ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัยรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การมีคนรู้จักเป็นคนไทย จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว ประสบการณ์ในการรับประทานอาหารไทยมีความสัมพันธ์กับเหตุผลหลักที่รับประทานอาหารไทยอายุ ทวีป/ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวอาศัย สถานภาพ การมีคนรู้จักเป็นคนไทย จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว ประสบการณ์ในการรับประทานอาหารไทยมีความสัมพันธ์กับบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจรับประทานอาหารไทยสถานภาพ การมีคนรู้จักเป็นคนไทย จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ระยะเวลาที่ใช้

ในการท่องเที่ยว ประสบการณ์ในการรับประทานอาหารไทยมีความสัมพันธ์กับสถานที่ที่ไปรับประทานอาหารไทยเพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว ประสบการณ์ในการรับประทานอาหารไทยมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการรับประทานอาหารไทยปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับการเลือกรับประทานอาหารจานหลัก และเหตุผลหลักที่รับประทานอาหารไทย ด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับรสชาติอาหารไทยที่ชอบ ด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์กับการเลือกรับประทานอาหารไทยประเภทของหวาน และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจรับประทานอาหารไทย และด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับประเภทอาหารย่อยที่เลือกรับประทานปัจจัยแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับการเลือกรับประทานอาหารประเภทอาหารเรียกน้ำย่อยและความถี่ในการรับประทานอาหารไทยดังนั้น ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยควรให้ความสำคัญ และนำข้อมูลเหล่านี้วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างความพึงใจให้แก่ลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

อภิสิทธิ์ บุญนาค (2558) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคใต้ของประเทศ กลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ในส่วนที่หนึ่งเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการร้านอาหาร ภัตตาคารชั้นนำที่ให้บริการจำหน่ายอาหารท้องถิ่น 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดกระบี่ จังหวัดสงขลา จังหวัดภูเก็ตและจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 77 ผู้ประกอบการ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่ให้ความร่วมมือในการให้เข้าไปสัมภาษณ์จำนวน 3 ตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ชอบการท่องเที่ยวเดินทางด้วยตนเอง นักท่องเที่ยวเน้นคุณภาพความสดใหม่ของอาหารทะเลและรสชาติของเครื่องแกงผักหนาะหรือผักสดที่มีไว้สำหรับจิ้มน้ำพริก นักท่องเที่ยวต้องการรสชาติอาหารดั้งเดิมจากพ่อครัวที่มีชื่อเสียงในท้องถิ่นนั้น นักท่องเที่ยวจะเลือกรับประทานอาหารในร้านอาหารท้องถิ่นต่างๆ จะทำการหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์ต่าง เช่น เฟซบุ๊ก เว็บไซต์ของทางร้าน และการบอกต่อกัน ส่วนที่สอง เป็นการตอบแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 1,160 ตัวอย่างทั้ง 4 จังหวัด การกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ตัวแบบจำลอง (Structural Equation model : SEM) เป็นการศึกษาลักษณะผู้บริโภคอาหาร รูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ความสัมพันธ์ที่มีบทบาทต่ออาหารไทยในการท่องเที่ยว การบริโภคอาหารในการท่องเที่ยว อาหารท้องถิ่นภาคใต้บนบริบทการท่องเที่ยวในประเทศไทย อัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นภาคใต้ของประเทศไทย วัฒนธรรมการบริโภคของผู้บริโภคในท้องถิ่นภาคใต้ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ที่บริโภคอาหารท้องถิ่นทางภาคใต้เป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิง นิยมการท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดและวันหยุดยาวตามเทศกาลต่างๆ มากกว่าการท่องเที่ยวในช่วงวันธรรมดา นักท่องเที่ยวแบ่งเส้นทางการท่องเที่ยวออกเป็น 2 เส้นทางคือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดภาคใต้ตะวันออก(สุราษฎร์ธานี สงขลา) และเส้นทางท่องเที่ยวจังหวัดทางภาคใต้ฝั่งตะวันตก(กระบี่ ภูเก็ต) นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาโทจะชื่นชอบการบริโภคอาหารท้องถิ่นมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีความรู้ระดับปริญญาตรี ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารท้องถิ่นต่อครั้งมากกว่า 300 บาท

ทั้งนี้จากการตรวจสอบเอกสาร พบว่า มีการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย ส่วนใหญ่จะเน้นไปที่อาหารของภาคเหนือ อภิสิทธิ์ บุญนาค (2558) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคใต้ แต่ยังไม่ครอบคลุมในพื้นที่จังหวัด

นครศรีธรรมราช ซึ่งมีวัฒนธรรมการกินที่เป็นเอกลักษณ์และโดดเด่น ที่จะสามารถนำมาพัฒนาเป็นรูปแบบอาหารให้กับนักท่องเที่ยวได้หลากหลายและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น

2.2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับฐานข้อมูลด้านเอกลักษณ์อาหารท้องถิ่น

อรุณศรี ลีจิระจำเนียรและคณะ (2556) ทำการพัฒนาคัลสเตอร์ของกลุ่มธุรกิจขนมไทยท้องถิ่นและการจัดทำระบบฐานข้อมูลสารสนเทศสำหรับเส้นทางใหม่ของการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้อาหารในภูมิภาคตะวันตก 8 จังหวัดคือนครปฐมราชบุรีกาญจนบุรีสุพรรณบุรีเพชรบุรีประจวบคีรีขันธ์ สมุทรสงคราม และสมุทรสาคร มีวัตถุประสงค์ย่อยเพื่อศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารของขนมไทยท้องถิ่น โดยพบว่าเส้นทางการท่องเที่ยวขนมไทยท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์มีจำนวน 4 เส้นทาง ได้แก่ เส้นทางที่ 1 ตามรอยน้ำตาล(โตนด) เป็นเส้นทางการท่องเที่ยวตั้งแต่แหล่งปลูกตาลโตนดโดยจะเป็นการศึกษาวิธีการปลูกตาลขึ้นตาลและเก็บตาลจนถึงอธิบายส่วนประกอบของตาลและการนำไปใช้ประโยชน์โดยจัดให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับตาลเช่นวิธีการเก็บน้ำตาลเชื่อมโยงภูมิปัญญาพื้นบ้านในการเคี่ยวตาลการหยอดตาลการทำน้ำตาลสดน้ำตาลโตนดแบบผงบการทำขนมตาลการนำใบตาลไปจักสานการนำน้ำตาลโตนดไปใช้แปรรูปเป็นขนมไทยเช่นขนมหม้อแกงขนมข้าวตอกแล้วโดยเป็นการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ถึงขนมชนิดต่างๆรวมทั้งการแปรรูปและกระบวนการผลิตจนออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ขนมไทยเส้นทางที่ 2 นำคำหวาน เป็นเส้นทางการท่องเที่ยวตั้งแต่แหล่งปลูกมะพร้าวอ่อนและมะพร้าวที่กินมะพร้าวห้าวเป็นต้นโดยดูวิธีการปลูก การเก็บการปาดวงตาลและการคั้นกะทิโดยจัดให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องเช่นวิธีการปาดวงตาลวิธีการขูดมะพร้าวเป็นต้น ชิมน้ำมะพร้าวอ่อนสถานที่ผลิตขนมที่ใช้มะพร้าวเช่นวุ้นมะพร้าวเชื่อมโยงกับการเคี่ยวน้ำตาลมะพร้าวการนำน้ำตาลมะพร้าวไปแปรรูปเป็นขนมไทยเช่นลอดช่องน้ำกะทิขนมใส่ไส้ขนมหม้อแกงขนมเทียนสัตงาเป็นต้นขนมไอศกรีมมะพร้าวโดยเป็นการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ถึงขนมชนิดต่างๆรวมทั้งการแปรรูปและกระบวนการผลิตจนออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ขนมไทยเส้นทางที่ 3 ชูทองลงลิ้ม เป็นการนำแนวคิดของผลิตภัณฑ์ขนมไทยที่เป็นตระกูลทองซึ่งเป็นขนมมงคล 9 อย่างคือ ทองหยิบทองหยอดทองชมพูนุชทองอัฐทองนพคุณทองพลุทองตัดทองเอกทองม้วนโดยจัดเป็นการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับขนมไทยโดยให้ไปเที่ยวพิพิธภัณฑ์ขนมไทยที่อัมพวาเพื่อศึกษาประวัติความเป็นมาของขนมไทยท่องเที่ยวเพื่อตามหาขนมทองไทย 9 อย่างเพื่อเรียนรู้สูตรและกระบวนการผลิตตลอดจนประวัติความเป็นมาพร้อมทั้งกำหนดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องเช่น สอนทำขนมทองไทยเป็นต้นและเส้นทางที่ 4 ทองคำขาวแห่งธรรมชาติ (จากเมล็ดข้าวสู่คุณค่าขนมไทย) เป็นเส้นทางการท่องเที่ยวที่เริ่มจากแปลงนาสาธิตเพื่อดูวิถีชาวบ้านในสมัยโบราณในการปลูกข้าวทำนาเกี่ยวข้าวดำข้าวโดยศึกษาที่พิพิธภัณฑ์บ้านควายแล้วเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับขนมไทยโดยนำข้าวมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ขนมไทยเช่นข้าวตังข้าวแต่นข้าวแช่ข้าวหมากข้าวเม่าข้าวหลามข้าวตู่ข้าวเกรียบอ่อนและขนมทรายเป็นต้นเพื่อเรียนรู้สูตรและกระบวนการผลิตตลอดจนประวัติความเป็นมาพร้อมทั้งกำหนดกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่นสอนทำขนมต่างๆเป็นต้น

ศิริสุภา เหมหยวกและสนทยา สาลี (2559) ทำการพัฒนาระบบฐานข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารในพื้นที่ชุมชนวัดโบสถ์จังหวัดพิษณุโลก มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาชนิดของอาหารที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารในพื้นที่ชุมชนวัดโบสถ์จังหวัดพิษณุโลก 2) เพื่อจัดทำฐานข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารในพื้นที่ชุมชนวัดโบสถ์ ใช้วิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือปราชญ์ชาวบ้าน ผู้นำชุมชน และชาวบ้านในตำบลต่างๆ ที่อยู่ในเขตอำเภอวัดโบสถ์ จังหวัด

พิษณุโลก จำนวน 6 ตำบล เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็น แบบสัมภาษณ์ แบบประเมินคุณภาพด้านการออกแบบและด้านเนื้อหาของฐานข้อมูลและแบบประเมินผลความพึงพอใจด้านการออกแบบและด้านเนื้อหาของฐานข้อมูล ผลการวิจัยพบว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารในพื้นที่ชุมชนวัดโบสถ์สามารถแบ่งออกเป็นหมวดหมู่ได้ 3 ประเภท คือ อาหารคาว 21 ชนิด อาหารหวาน 14 ชนิดและอาหารแปรรูป 9 ชนิด และฐานข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารในพื้นที่ชุมชนวัดโบสถ์ สร้างขึ้นด้วยโปรแกรมโอเพนซอร์สจุมลา มีเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารใน 6 ตำบลในพื้นที่ชุมชนวัดโบสถ์สามารถสืบค้นได้แบบโล่เสียง (Browse Search) และค้นในรูปแบบคำค้น (Keyword) ในการประเมินคุณภาพด้านการออกแบบของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน พบว่าการออกแบบฐานข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารในพื้นที่ชุมชนวัดโบสถ์โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก การประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน พบว่าเนื้อหาภายในฐานข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารในพื้นที่ชุมชนวัดโบสถ์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และการประเมินความพึงพอใจผู้ใช้ฐานข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารในพื้นที่ชุมชนวัดโบสถ์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สามารถนำไปใช้เป็นแหล่งอ้างอิงได้

Magda AntonioliCorigliano and Rodolfo Baggio (2002) ทำการศึกษาการจัดทำฐานข้อมูลด้านอาหารอิตาลีรวมทั้งทำการประเมินเว็บไซต์ด้านอาหารดังกล่าว ผลการศึกษาพบว่าสาเหตุของการทำฐานข้อมูลด้านอาหารผ่านทางเว็บไซต์เนื่องจากต้องการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์อาหารอิตาลีให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักมากขึ้นก่อนเดินทางมาท่องเที่ยวเนื่องจากปัจจุบันอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทมากยิ่งขึ้นในการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยแนวคิดในการจัดทำฐานข้อมูลด้านอาหารมีประเด็นหลัก 6 ประเด็น ได้แก่ 1) ความรู้สึกในการเข้ามาดูเว็บไซต์เพื่อตัดสินใจในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว 2) การออกแบบเว็บไซต์และกราฟิก และความสวยงามระหว่างรูปภาพกับตัวอักษร 3) ข้อมูลด้านอาหารและประโยชน์จากข้อมูลด้านอาหาร 4) การบริการที่สามารถเข้าถึงเว็บไซต์ได้ง่าย ผู้ใช้สามารถแสดงความคิดเห็นได้จากเว็บไซต์ 5) รูปแบบของเว็บไซต์ และการนำทาง และ 6) การบริหารจัดการด้านเทคนิค ได้แก่การปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัย ถูกต้องแม่นยำ จากนั้นทำการประเมินเว็บไซต์ด้านอาหารอิตาลีที่มีอยู่จำนวน 4 ประเด็น ได้แก่ 1) เนื้อหาเกี่ยวกับอาหาร 2) ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการ การเข้าถึงเว็บไซต์ 3) รายละเอียดของเนื้อหาที่นักท่องเที่ยวนำมาใช้เป็นประโยชน์ก่อนมาท่องเที่ยวจริง และ 4) ด้านการนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์และการจัดทำในเชิงธุรกิจ ผลการประเมินจากนักท่องเที่ยวและลูกค้าพบว่า มีเพียงร้อยละ 58.3 ของเว็บไซต์ด้านอาหารอิตาลีที่มีข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ครบถ้วน และยากที่จะจะสามารถจะสั่งจองอาหารจากเว็บไซต์ได้โดยตรงรวมทั้งเป็นการยากที่จะเข้าถึงเรื่องราวของอาหารโดยตรง เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับอาหารมีเพียงร้อยละ 56 ของเว็บไซต์ทั้งหมด มีข้อมูลด้านอาหารที่ครบถ้วน และพบว่ามีเพียงร้อยละ 38 ที่ได้รับการประเมินในระดับดีเยี่ยม

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปได้ว่า การศึกษาเอกลักษณ์เชิงอาหารเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการศึกษาค่อนข้างน้อย และพบว่าส่วนใหญ่เป็นการศึกษาภาพรวมของประเทศ โดยทำการเลือกบางจังหวัดเป็นตัวแทนของแต่ละภาค สำหรับภาคใต้ส่วนใหญ่จะทำการศึกษาที่จังหวัดภูเก็ต สำหรับจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีงานวิจัยที่ทำการศึกษาเอกลักษณ์เชิงอาหารแต่ไม่มีการเชื่อมโยงเพื่อการท่องเที่ยวส่วนการศึกษาเอกลักษณ์เชิงอาหารเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชพบว่ามีการศึกษาแต่เน้นการจัดทำฐานข้อมูลด้านเอกลักษณ์อาหารสำหรับผู้หญิงและเส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวด้านอาหารสำหรับผู้หญิง และพบว่าการวิจัยส่วนใหญ่ใช้ข้อมูลจากการ

สัมภาษณ์เชิงลึก ประชุมกลุ่มเพื่อระดมความคิดเห็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และแบบสอบถาม เพื่อสอบถามนักท่องเที่ยว โดยผ่านการใช้ SWOT และ TOWS Matrix

2.2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

คณิศร วังเวียน และคณะ(2555) ได้ทำการศึกษาเรื่องการพัฒนา ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน ที่เกาะเสม็ด จังหวัดระยองการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยว ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนา การท่องเที่ยวที่เกาะเสม็ด และสร้าง ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน ที่เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ประชากรและกลุ่มตัวอย่างใน การวิจัยมี 6 กลุ่ม คือ บุคลากรในหน่วยงานภาครัฐ บุคลากรในภาคธุรกิจ ประชาชนท้องถิ่น มีวัตถุประสงค์ นักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยใช้เครื่องมือในการวิจัยคือ แนวทางการสัมภาษณ์ เชิงลึก แบบสอบถาม แบบประเมินร่างยุทธศาสตร์ และแบบประเมินยุทธศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่า เกาะ เสม็ดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความพร้อมด้านทรัพยากรธรรมชาติทางทะเลและป่าไม้ มีความสวยงามและ จุดเด่นในด้านหาดทรายขาวละเอียด น้ำทะเลใส มีอ่าวต่างๆ มากมายและเป็นสัญลักษณ์ของวรรณคดีเรื่อง พระอภัยมณี มีความเหมาะสมของกิจกรรมการท่องเที่ยว การบริการทางการท่องเที่ยว การจัดการ ทางการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม และการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวของเกาะเสม็ด โดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลางถึงมาก ในด้านปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เกาะเสม็ด คือ ปัญหาด้าน มลภาวะทางสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติเสื่อมโทรม ความขัดแย้งด้านกรรมสิทธิ์ที่ดิน และปริมาณ น้ำจืดไม่เพียงพอ ส่วนอุปสรรคคือ ขาดการประสานงานระหว่างภาครัฐอย่างบูรณาการ งบประมาณในการ บริหารจัดการท่องเที่ยวและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมไม่เพียงพอ ขาดการบังคับใช้ กฎหมายอย่างจริงจัง ขาดการวางแผนพื้นที่เฉพาะในการพัฒนา/อนุรักษ์เกาะเสม็ดและขาดหน่วยงานหลัก หรือกลไกการประสานความร่วมมือในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาเกาะเสม็ดอย่างจริงจัง สำหรับ ยุทธศาสตร์นี้ประกอบด้วย 3 ประเด็นยุทธศาสตร์ คือ 1) เสริมสร้างคุณภาพชีวิตและความมั่นคงปลอดภัย ในชีวิตและทรัพย์สิน เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2) เสริมสร้างการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อมและระบบสาธารณสุขปโภค-สาธารณูปการ เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน และ 3) ส่งเสริมศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการตลาดท่องเที่ยวเชิงคุณภาพอย่างยั่งยืน

นริศ คำแก่นและคณะ (2556) ทำการศึกษายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อการ เรียนรู้เกี่ยวกับอาหารใช้การวิจัยเชิงผสมโดยการวิจัยเชิงปริมาณทำการรวบรวมจากแบบสอบถาม และ การวิจัยเชิงคุณภาพทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวผลการศึกษาพบว่า แหล่ง ท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย หากจำแนกเป็นรายจังหวัดพบว่าจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และสุพรรณบุรีรวมถึงกรุงเทพมหานครเป็นจังหวัดที่ได้รับความนิยมด้านการท่องเที่ยวในภาคกลาง สำหรับ ภาคตะวันตกได้แก่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์และเพชรบุรีด้านภาคตะวันออกได้แก่จังหวัดจันทบุรีและระยอง ส่วนภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้แก่จังหวัดนครราชสีมาและหนองคายภาคเหนือได้แก่จังหวัดเชียงรายและ เชียงใหม่และภาคใต้ได้แก่จังหวัดสุราษฎร์ธานีและภูเก็ตนอกจากนี้ได้ทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการ ท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารพบว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารของไทย ตกอยู่ในสถานะ “ดาวรุ่ง” หมายถึงมีโอกาสเจริญเติบโตบนจุดแข็งที่มีอยู่และได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์การ ท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารโดยมีวิสัยทัศน์คือประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางด้านการท่องเที่ยว

เพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารของอาเซียนประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์คือยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในท้องถิ่นให้มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐเอกชนและชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารยุทธศาสตร์ที่ 4 ส่งเสริมและพัฒนาการประชาสัมพันธ์และการตลาดท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารสุดท้ายผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพนำมาสังเคราะห์เป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการส่งเสริมนักท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารสู่ประเทศไทยคือนโยบายที่ 1 การพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านการท่องเที่ยวนโยบายที่ 2 การสนับสนุนและส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร

พรณี สวนเพลงและพรเทพ ลีทองอินทร์ (2558) ทำการศึกษายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในภูมิภาคอาเซียนการศึกษาวิจัยแผนงานนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหารท้องถิ่นในภูมิภาคอาเซียน 2) เพื่อพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในภูมิภาคอาเซียน 3) เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารและ 4) เพื่อจัดทำแผนยุทธศาสตร์การสร้างมูลค่าเพิ่มและความได้เปรียบในการแข่งขันของการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยในภูมิภาคอาเซียน ซึ่งมีการวิจัยแบบบูรณาการ (Integrated approaches) มีการเก็บข้อมูลในเชิงปริมาณ เชิงคุณภาพ วิจัยเชิงพัฒนานวัตกรรม และมีการสังเคราะห์องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยในโครงการย่อยทั้ง 3 โครงการย่อย และจัดทำแผนยุทธศาสตร์ ซึ่งมีผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

การศึกษาศักยภาพของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหารท้องถิ่นในภูมิภาคอาเซียน ผลการสำรวจพฤติกรรมการบริโภคและทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออาหารท้องถิ่นในภูมิภาคอาเซียน พบว่าทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออาหารท้องถิ่นในภูมิภาคอาเซียน ในภาพรวม อยู่ในระดับมากหรือเห็นด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีทัศนคติอยู่ในระดับมากหรือเห็นด้วยทุกด้าน โดยมีอันดับแรกคือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ และอันดับสุดท้าย คือ ด้านราคา แรงจูงใจที่เลือกบริโภคอาหารท้องถิ่นในภูมิภาคอาเซียนของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย อันดับแรก คือ เนื่องจากอาหารท้องถิ่นเป็นที่นิยมในท้องถิ่น ร้อยละ 57.23 รองลงมา คือ อาหารท้องถิ่นบ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้น ร้อยละ 42.77 และความแปลกใหม่ของอาหารท้องถิ่น ร้อยละ 41.74 ตามลำดับ และลำดับสุดท้าย คือ การที่มีผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร/นักชิมแนะนำอาหาร ร้อยละ 10.95 รายการอาหารท้องถิ่นในภูมิภาคอาเซียนที่นักท่องเที่ยวชาวไทยรู้จักมากที่สุดเป็นอันดับแรกคือ สะเต๊ะ (Satay) ของประเทศอินโดนีเซีย ร้อยละ 78.93 รองลงมา คือ ข้าวมันไก่ (Hainanese Chicken Rice) ของประเทศสิงคโปร์ ร้อยละ 77.27 และจำห่วย/ปอเปี๊ยะทอด (cha gio /spring rolls) ของประเทศเวียดนาม ร้อยละ 67.77 ตามลำดับ

ผลการสำรวจพฤติกรรมการบริโภคและทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่ออาหารท้องถิ่นในภูมิภาคอาเซียน ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่ออาหารท้องถิ่นในภูมิภาคอาเซียนในภาพรวม อยู่ในระดับมากหรือเห็นด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับแรกคือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านราคา และด้านสถานที่ ตามลำดับ และอันดับสุดท้าย คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด

แรงจูงใจที่เลือกบริโภคอาหารท้องถิ่นในภูมิภาคอาเซียนของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ อันดับแรก คือ เนื่องจากอาหารท้องถิ่นเป็นที่นิยมในท้องถิ่น ร้อยละ 67.36 รองลงมา คือ ความแปลกใหม่ของอาหารท้องถิ่น ร้อยละ 62.69 และ ชื่อเสียง/บรรยากาศของร้านอาหารท้องถิ่น ร้อยละ 49.74 ตามลำดับ และลำดับสุดท้าย คือ การโฆษณาตามสื่อต่างๆ ร้อยละ 3.63 รายการอาหารท้องถิ่นในภูมิภาคอาเซียนที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศรู้จักมากที่สุดเป็นอันดับแรกคือ ต้มยำกุ้ง (Tom Yam Goong) ของประเทศไทย ร้อยละ 86.27 รองลงมา คือ ผัดไทย (Noodle Pad Thai) ของประเทศไทย ร้อยละ 76.47 และอาม็อก (Amok) ของประเทศกัมพูชา ร้อยละ 49.67 ตามลำดับ

การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในภูมิภาคอาเซียน ผลการวิจัยคือการจัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารจำนวน 7 เส้นทางใน 7 ประเทศ โดยเลือกเส้นทางเป็นแบบ One Day Trip และเลือกเมืองที่เป็นเมือง มรดกโลกหรือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์

เส้นทางที่ 1 หลวงพระบาง -เช้า ตักบาตรข้าวเหนียว ->ตลาดเช้าเมืองหลวงพระบาง และรับประทานอาหารเช้า ->พระราชวังหลวงพระบาง ->พระธาตุหมากโม (วัดวิชุนราช) ->วัดเชียงทอง ->เที่ยง รับประทานอาหารเที่ยง (ส้มตำลาว, ใส่อั่วข้าวเหนียว) ->บ่าย วัดพระบาทใต้ ->ตลาดโพสี ->เย็น พระธาตุพูสี ->ค่ำ รับประทานอาหาร (สลัดหลวงพระบาง, เอาะหลาม, หมกปลาพอก) ->เดินตลาดมืด (Night market)

เส้นทางที่ 2 ฮานอย -เช้า รับประทานอาหารเช้า (เฟอ, ขนมปังฝรั่งเศส) ->สุสานของ โฮจิมินห์ ->พิพิธภัณฑสถานโฮจิมินห์ ->เจดีย์เสาเดียว ->ถนนย่านการค้า 36 สาย (E) ->เที่ยง รับประทานอาหารเที่ยง (ปอเปี๊ยะ, หมูย่าง, กาแฟเวียดนาม) ->บ่าย ทะเลสาบคินดาบ ->วัด หง็อก เซิน ->วิหารวรรณกรรม->เย็น การแสดงหุ่นกระบอกน้ำ ->ตลาดค่ำ (Night market) (A)

เส้นทางที่ 3 เสียมเรียบ -เช้า รับประทานอาหารเช้า (ข้าวต้มทรงเครื่อง ขนมปังฝรั่งเศส) ->ปราสาทนครวัด ->นครธม ปราสาทบายน ->เที่ยง รับประทานอาหารเช้า (แกงเผ็ด, ปลา ร้าทอด, อาม็อก) ->บ่าย ปราสาทบันทายสีรี ->ปราสาทตาพรหม ->พนมบาเค็ง ->เย็น รับประทานอาหารเช้าและชมโชว์ระบำอ้อปสรา ->ถนนคนเดินเสียมเรียบ

เส้นทางที่ 4 มะละกา -เช้า รับประทานอาหารเช้า (นาซีเลอมักและบะกุ๊ดเต้) ->ถนนคนเดินเมืองมะละกา ->วัดเซ่งฮุนเตง ->เที่ยง รับประทานอาหารเช้า (ข้าวมันไก่ไหหลำ) ->บ่าย จัตุรัสดัชชแควร์ ->โบสถ์เซนต์ปอล ->ป้อมปืน A'Famosa ->เย็น รับประทานอาหารเช้า (โรตีสีบะตะบะ, หยีซัง)

เส้นทางที่ 5 พม่า -เช้า รับประทานอาหารเช้า (พื้นเมืองตลาดสก๊อต (โมอิงกา) ->พระพุทธรูปไสยาสน์เจาทัตตี ->เจดีย์โบดาทาวน์ ->เทพทันใจ (นัดโบโบยี) ->วัดพระเชี้ยวแก้วจุฬามณี ->เที่ยง รับประทานอาหารเช้า (ก๋วยเตี๋ยว, น้ำพริกปลาป่น, ฟองเต้าหู้ทอด) ->บ่าย เจดีย์เยเลพญา ->เย็น รับประทานอาหารเช้าและชมโชว์การะเวก ->พระมหาเจดีย์ชเวดากอง

เส้นทางที่ 6 สิงคโปร์ -เช้า รับประทานอาหารเช้า (หมีโกเร็ง, ผัดหมี่ฮกเกี้ยน) ->วัดเจ้าแม่กวนอิม ->วัดเทียนฮกเก้ง ->วัดพระเชี้ยวแก้ว ->วัดศรีมารีอัมมันต์ ->เที่ยง รับประทานอาหารเช้า

เที่ยง (ข้าวมันไก่สิงคโปร์, ซี่โครงหมอบ) ->บ่าย เมอร์ไลออน ->อนุสาวรีย์เซอร์โทมัสสแตมฟอร์ดแรฟเฟิลส์ ->ชั้นเทศชิตี ->ข้อปั้งบนถนนออชาร์ด ->เย็น รับประทานอาหารเย็น (อาหารจีน) ->คลาร์กคีย์

เส้นทางที่ 7 พระนครศรีอยุธยา -เช้า รับประทานอาหารเช้า (ตลาดหัวรอ) ->วัดไชยวัฒนาราม ->วัดพนัญเชิงวรวิหาร ->ตลาดน้ำกรุงเก่าวัดท่าการ้อง->เที่ยง รับประทานอาหารเที่ยง (ก๋วยเตี๋ยวเรือ,ก๋วยเตี๋ยวไก่ฉีก) ->บ่าย วัดใหญ่ชัยมงคล ->วัดมหาธาตุ ->วัดมงคลบพิตร + ชี่ช้าง ->เย็น รับประทานอาหารเย็น (แกงเขียวหวาน ต้มยำกุ้ง กุ้งแม่น้ำเผา)

การพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร ผลการวิจัย ระบบฐานข้อมูล ภาพ ข้อมูลด้านอาหาร ข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก โดยสามารถเรียกดูผ่านทางเว็บไซต์ <http://foodasean.org/> ได้รายการโทรทัศน์ “เที่ยวไปชิมไปในอาเซียน” (ASEAN Food)” จำนวน 7 ตอน โมบายแอปพลิเคชัน (Mobile application) “ASEAN Food”

แผนยุทธศาสตร์การสร้างมูลค่าเพิ่มและความได้เปรียบในการแข่งขันของการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยในภูมิภาคอาเซียน วิสัยทัศน์ “ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางด้านการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารของอาเซียน” (Hub of gastronomic tourism of ASEAN) ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการทางด้านการท่องเที่ยวและทางด้านอาหาร เพื่อส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในภูมิภาคอาเซียน ยุทธศาสตร์ที่ 2 การศึกษาวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในภูมิภาคอาเซียน ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมประชาสัมพันธ์และการตลาดท่องเที่ยว เพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทย ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชนและชุมชนเพื่อพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทย ในการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ประกอบด้วยโครงการจำนวน 12 โครงการ โครงการที่ 1 อบรมให้ความรู้ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในภูมิภาคอาเซียน โครงการที่ 2 เปิดเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยแห่งใหม่ โครงการที่ 3 อบรมให้ความรู้ผู้ประกอบการทางด้านการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารเกี่ยวกับการบริหารจัดการ และภาษาอังกฤษเพื่อรองรับการให้ประเทศไทยเป็น Hub ทางด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารของอาเซียน โครงการที่ 4 ส่งเสริมให้มีการเปิดโรงเรียนสอนทำอาหาร หรือ คอร์สการทำอาหารไทย (Thai Cooking School/Thai Cooking Class) เพิ่มมากขึ้น โครงการที่ 5 การพัฒนานวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสนับสนุน การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร โครงการที่ 6 การเผยแพร่การนำนวัตกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไปใช้ โครงการที่ 7 วิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ทางด้านการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร โครงการที่ 8 จัดทำแผนการตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อ การเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารของประเทศไทย โครงการที่ 9 การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อสร้างกระแสการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ โครงการที่ 10 การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อโปรโมตโรงเรียนสอนทำอาหารให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ โครงการที่ 11 จัดให้มี Brand Ambassador ของการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร โครงการที่ 12 พัฒนาชุมชนต้นแบบด้านการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร

ศุภวรรณ ห่มันดี (2558) ทำการศึกษายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงอาหารกับการส่งเสริมศักยภาพการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย งานวิจัยฉบับนี้ทำการศึกษาค้นคว้าศักยภาพอาหารไทยกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อนำไปจัดทำยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของประเทศไทย โดยการศึกษาครั้งนี้ได้นำประยุกต์ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) SWOT Analysis และ TOWS Matrix มาใช้ในการวิจัย การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสม การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารจำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามและการใช้การสุ่มแบบบังเอิญ ใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลักคือผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและอาหาร จากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน จำนวน 8 ท่าน ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า อาหารไทยมีศักยภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยว จำนวน 14 ปัจจัย จากการศึกษาศักยภาพอาหารไทยภายใต้ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps)งานวิจัยครั้งนี้ค้นพบส่วนประสมทางการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (14Ps)โดยมีปัจจัยที่ส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพิ่มอีก 7 ปัจจัย ประกอบด้วย ความมีชื่อเสียง บรรจุภัณฑ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การรับรู้ ศักยภาพ นโยบาย และด้านความร่วมมือ ส่วนการวิเคราะห์ TOWS Matrix ทำให้ได้ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารจำนวน 13 ยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับประเทศไทยด้วยการนำชื่อเสียงของอาหารไทยมาเป็นสื่อในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ที่ 3 สนับสนุนและเผยแพร่วัฒนธรรมอาหาร ยุทธศาสตร์ที่ 4 ส่งเสริมและพัฒนากรุงเทพมหานครให้กลายเป็นเมืองต้นแบบแห่งการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับประเทศไทย ยุทธศาสตร์ที่ 5 ส่งเสริมและพัฒนาอาหารไทยเพื่อขยายตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ยุทธศาสตร์ที่ 6 การดูแลสัญลักษณ์ของอาหารไทย ยุทธศาสตร์ที่ 7 การพัฒนารูปแบบการสื่อสารสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ ยุทธศาสตร์ที่ 8 การพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับประเทศไทย ยุทธศาสตร์ที่ 9 การสร้างตราสินค้าให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย คือ ภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องควรนำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงอาหารปรับใช้เป็นแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารของประเทศไทยในอนาคต ยุทธศาสตร์ที่ 10 การสร้างสร้างเครือข่ายพันธมิตรการท่องเที่ยวเชิงอาหารกับประเทศในภูมิภาคอาเซียน ยุทธศาสตร์ที่ 11 พัฒนามาตรฐานการบริการของบุคลากรทางการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ที่ 12 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ยุทธศาสตร์ที่ 13 ทำการตลาดและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยใช้การตลาดสมัยใหม่และเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย คือ ควรให้ภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องนำแผนยุทธศาสตร์ไปปรับใช้เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย

Chaney, S. and Ryan, C. (2012) ทำการศึกษากการพัฒนาสิงคโปร์สู่การเป็นเมืองอาหารระดับโลกกรณีศึกษาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารของประเทศสิงคโปร์มีจุดเด่นคือการมีคนปรุงอาหารที่มีชื่อเสียงทำให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวมากินอาหาร นอกจากนี้การมุ่งเน้นกระบวนการพัฒนาอาหารที่มีอัตลักษณ์เป็นของตนเอง การพัฒนาด้านทรัพยากรด้านกายภาพ และการลดข้อกีดกันต่างๆ เช่น ภาษา และความรู้ จะเป็นตัวช่วยสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร รวมถึงการทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงความปลอดภัยในอาหารที่รับประทาน

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและการพัฒนาอาหารไปพร้อมๆกันเพื่อทำเส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวและมีการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นตัวกลางในการส่งผ่านเส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวด้านอาหาร ปัจจัยสำคัญที่ทำให้สิ่งนี้ประสบความสำเร็จเติบโตด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับโลกอย่างรวดเร็วเนื่องจาก 1) การพัฒนาอาหารที่เป็นลักษณะการหลอมรวมอาหารท้องถิ่นจากที่ต่างๆเพื่อมาจัดทำเป็นอาหาร และมีการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวนิยมทานเป็นอาหารเย็น 2) การอนุรักษ์และการพัฒนาด้านวัฒนธรรม มรดกทางด้านอาหาร จากการศึกษาการสร้างเมือง 3) การพัฒนาคุณภาพด้านอาหารอย่างต่อเนื่อง 4) มีพัฒนาช่องทางการประชาสัมพันธ์เป็นพิเศษ โดยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น หน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งชาติ กลุ่มโรงแรม และมีการพัฒนาสินค้าและขายโดยบริษัททัวร์ผ่านทางเว็บไซต์ [www. Worldgourmetsumit.com](http://www.Worldgourmetsumit.com) 5) การมีโครงสร้างพื้นฐานที่ดี และมีการวางแผนจากส่วนกลางจากการระดมความคิดเห็นจากทุกภาคส่วน 6) มีจุดแข็งในเรื่องของสินค้าภาพลักษณ์ และตราสินค้า 7) การจัดการศึกษาและการพัฒนาด้านอาหารสามารถสร้างบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านอาหาร 8) การแก้ไขกฎหมายและการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และ 9) การพัฒนาในระยะยาวด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อมของประเทศ

Termsak Singsomboon (2014) ทำการศึกษากลยุทธ์การตลาดสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย โดยการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทยจำนวน 77 ราย จาก 4 กลุ่ม ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ เอกชน ประชาชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน 400ราย ผลการศึกษาพบว่า ผัดไท แกงพแนง และมัสมั่นคืออาหารที่ชาวต่างชาติอยากเรียนมากที่สุด ด้านกลยุทธ์การตลาดสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย พบว่าควรมีการพัฒนาทั้งหมด 8 ด้าน ได้แก่ 1)ด้านการพัฒนาส่วนบุคคล โดยโรงเรียนสอนการทำอาหารควรมีการพัฒนาทักษะด้านอาหารไทย ความรู้ด้านอาหาร ทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ 2) การปรับปรุงด้านกายภาพ โรงเรียนสอนทำอาหารควรมีการพัฒนาสถานที่ให้สะอาด มีการจัดการสภาพแวดล้อมที่ดี 3) ด้านกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ โรงเรียนสอนทำอาหารจะต้องมีการพัฒนาสื่อการเรียนการสอน วิธีการสอน และการพัฒนาหลักสูตรตามความต้องการของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว 4) ด้านกลยุทธ์ทางด้านประสิทธิภาพการผลิต และคุณภาพของการบริการ โรงเรียนควรมีการพัฒนาหลักสูตรที่นักท่องเที่ยวสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันและสามารถนำไปประกอบธุรกิจได้ หลักสูตรควรมีการจัดการเรียนการสอนระหว่างอาหารและการให้พลังงานของอาหาร 5) กลยุทธ์การพัฒนากระบวนการผลิต โรงเรียนควรมีการพัฒนากระบวนการผลิตอาหารให้นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและสามารถสอบถามกระบวนการผลิต 6) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โรงเรียนสอนทำอาหารควรมีการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่าย โดยนักท่องเที่ยวสามารถซื้อได้หลายช่องทาง 7) ด้านกลยุทธ์ด้านราคา โรงเรียนควรสนใจเรื่องการจัดการด้านราคาโดยกำหนดราคาผ่านทางความต้องการของนักท่องเที่ยวและความจำเป็น และ 8) กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย ควรมีกลยุทธ์การส่งเสริมการขายที่หลากหลาย

Sormaz, U.et,al. (2016) ทำการศึกษาความสำคัญของอาหารในการท่องเที่ยวในประเทศตุรกี ผลการศึกษาพบว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการท่องเที่ยวที่สนับสนุนการพัฒนาและเป็นตัวเชื่อมระหว่างอาหารและเครื่องดื่ม การท่องเที่ยว วัฒนธรรมท้องถิ่น การศึกษาด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในประเทศตุรกียังมีไม่มากนัก ดังนั้นแนวทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศ

ควรก็ควรทำการศึกษาในระดับชาติและนานาชาติด้วย รวมถึงการโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวด้านอาหารทั้งในและต่างประเทศ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การประชุมสัมมนา การอบรมเชิงปฏิบัติการ ควรมีการเชิญนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเข้าร่วมและในการประชุมควรมีการแนะนำ ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร นอกจากนี้ควรมีการจัดงานเทศกาลอาหารระดับชาติและนานาชาติที่แหล่งท่องเที่ยวเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอาหาร การพัฒนาดังกล่าวข้างต้นควรมีความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ เอกชน สถานศึกษา และหน่วยงานไม่แสวงหากำไร

จากการทบทวนงานวิจัยวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร พบว่ามีการจัดทำแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย โดยทำการเก็บข้อมูลจากตัวอย่างจากตัวแทนแต่ละภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันตก และภาคใต้ สำหรับภาคใต้ สุ่มตัวอย่างจากจังหวัดภูเก็ต สำหรับการศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารเฉพาะจังหวัดยังไม่มีการศึกษา ส่วนใหญ่การจัดทำแนวทางการพัฒนาจะใช้ การสัมภาษณ์เชิงลึกและประชุมกลุ่มเพื่อระดมความคิดเห็น โดยผ่านการใช้ SWOT และ TOWS Matrix ดังนั้นงานวิจัยชิ้นนี้มีความแตกต่างจากงานวิจัยชิ้นอื่นๆ ในหลายประเด็นดังนี้

โครงการวิจัยย่อยที่ 1 มุ่งศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีใช้การสัมภาษณ์ เพื่อศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี ประกอบด้วย ข้อมูลเกี่ยวกับพื้นที่ ข้อมูลด้านอาหารท้องถิ่น ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร การมีส่วนร่วมของชุมชน และจัดประชุมกลุ่มย่อยเชิงปฏิบัติการเพื่อกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี การจัดประชุมกลุ่มย่อย เพื่อกำหนดชื่อเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี และมุ่งประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้แบบสอบถามเพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี และแบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

โครงการวิจัยย่อยที่ 2 มุ่งศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยว มุ่งศึกษารูปแบบอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร และกำหนดกลยุทธ์การตลาดของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้การประชุมกลุ่มย่อยและการสัมภาษณ์เชิงลึกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลมาสร้างแบบสอบถามรูปแบบการบริโภคอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตรวจสอบเครื่องมือ (แบบสอบถาม) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ นำแบบสอบถามเก็บข้อมูล

โครงการวิจัยย่อยที่ 3 มุ่งศึกษาประเภทของอาหารท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี มุ่งศึกษากิจกรรม (Activity) การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี และจัดทำฐานข้อมูลด้านเอกลักษณ์อาหารท้องถิ่นในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี จากนั้นทำการประเมินประสิทธิภาพของฐานข้อมูลด้านเอกลักษณ์อาหารท้องถิ่นในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีด้านคุณภาพของฐานข้อมูลและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

แผนงานวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก ประชุมกลุ่มเพื่อระดมความคิดเห็นและแบบสอบถาม โดยผ่านการใช้ SWOT TOWS Matrix และ AHP เพื่อให้ได้งานวิจัยแบบผสมผสาน เพื่อให้ผลการวิจัยเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำ มีการแทนค่าด้วยตัวเลข ซึ่งงานวิจัยที่ผ่านมาส่วนใหญ่การจัดทำแนวทางการพัฒนาจะใช้ การสัมภาษณ์เชิงลึกและประชุมกลุ่มเพื่อระดมความคิดเห็น โดยผ่านการใช้ SWOT และ TOWS Matrix

บทที่ 3 การดำเนินการวิจัย

การจัดทำแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีขั้นตอนการดำเนิน 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ

ทบทวนวรรณกรรม และรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจาก เอกสาร ผลงานวิจัย บทความ เอกสารที่เกี่ยวข้องการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การจัดทำยุทธศาสตร์ การจัดทำแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร นโยบายและการดำเนินงานในหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน

ขั้นตอนที่ 2 การเก็บรวบรวมโดยการสัมภาษณ์

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้มีส่วนได้เสีย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่วนเสริมการท่องเที่ยวรวมทั้งภาคเอกชน นำมาสรุปประเด็นเพื่อวิเคราะห์ถึงจุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) โดยมีกรอบแนวความคิดว่า หากเป็นการพิจารณาประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมภายในจะเป็นการค้นหาค้นหาจุดแข็งและจุดอ่อน แต่หากเป็นการพิจารณาเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสภาพภายนอกก็จะเป็นเรื่องการระบุโอกาสและอุปสรรค

- 1) จุดแข็ง (Strengths) คือทรัพยากรภายในว่ามีส่วนดี มีความเข้มแข็ง สามารถพัฒนาเป็นขีดความสามารถและกระบวนการซึ่งนำมาใช้และพัฒนาไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืน
- 2) จุดอ่อน (Weaknesses) คือทรัพยากรและความสามารถที่ยังขาดหรือไม่เพียงพอซึ่งเป็นอุปสรรคในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร
- 3) โอกาส (Opportunities) คือแนวโน้มหรือการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกเป็นบวกหรือเอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินการด้านการท่องเที่ยว
- 4) อุปสรรค (Threats) คือแนวโน้มหรือการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นลบหรือเป็นภัยคุกคามบั่นทอนการดำเนินงาน

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์ตามลำดับชั้น (Analysis Hierarchy Process)

การวิเคราะห์เพื่อตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด (Best Alternative) โดยแบ่งองค์ประกอบของจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ออกมาเป็นส่วน ๆ และจัดแจงใหม่ให้อยู่ในรูปของแผนภูมิลำดับชั้น ต่อกันนั้นกำหนดตัวเลขที่เกิดจากการวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของแต่ละเกณฑ์ และสังเคราะห์ (Synthesis) จากตัวเลขของการวินิจฉัยนั้น เพื่อที่จะคำนวณดูว่าเกณฑ์หรือทางเลือกอะไรที่มีค่าลำดับความสำคัญสูงสุดและมีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของการแก้ปัญหาในอย่างไร กระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับชั้นเป็นการนำเอาความคิดความรู้สึกที่เป็นนามธรรมนำมาให้ค่าน้ำหนักโดยใช้ตัวเลขแทนค่า เพื่อให้เห็นเป็นรูปธรรม

ขั้นตอนที่ 4 การกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยใช้ TOWS Matrix

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจุดแข็งกับโอกาส จุดแข็งกับอุปสรรค จุดอ่อนกับโอกาส และจุดอ่อนกับอุปสรรค ซึ่งผลของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ในข้อมูลแต่ละคู่ดังกล่าว ทำให้เกิดยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท ดังนี้

1) กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและโอกาสมาพิจารณาด้วยกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงรุก

2) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและอุปสรรคมาร่วมกันเพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงป้องกัน ทั้งนี้เนื่องจากองค์การมีจุดแข็งขณะเดียวกันองค์การก็เจอกับสภาพแวดล้อมที่เป็นอุปสรรคในการดำเนินงานจากภายนอกที่องค์การควบคุมไม่ได้แต่องค์การสามารถใช้จุดแข็งที่มีอยู่ในการหลีกเลี่ยงอุปสรรคได้

3) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและโอกาสมาพิจารณาด้วยกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงแก้ไข ทั้งนี้เนื่องจากองค์การมีโอกาสนำแนวคิดหรือวิธีใหม่ ๆ มาใช้ในการแก้ไขจุดอ่อนที่องค์การมีอยู่ได้

4) กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและข้อจำกัดมาพิจารณา ร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงรับ ทั้งนี้เนื่องจากองค์การเผชิญกับทั้งจุดอ่อนและข้อจำกัดภายนอกที่องค์การไม่สามารถควบคุมได้

ขั้นตอนที่ 5 แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

การจัดทำแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี ประกอบด้วย บทนำ การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค แนวทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราช แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก ประชุมกลุ่มเพื่อระดมความคิดเห็นและแบบสอบถาม โดยผ่านการใช้ SWOT TOWS Matrix และ AHP เพื่อให้ได้งานวิจัยแบบผสมผสาน เพื่อให้ผลการวิจัยเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำ มีการแทนค่าด้วยตัวเลข

3.1 ประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและสุราษฎร์ธานี

หน่วยงานภาครัฐ
1) สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัดสุราษฎร์ธานี
2) สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัดนครศรีธรรมราช
3) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สาขาสุราษฎร์ธานี
4) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สาขานครศรีธรรมราช
5) สภาอุตสาหกรรมจังหวัดสุราษฎร์ธานี
6) สภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช
หน่วยงานเอกชน
1) หอการค้าจังหวัดสุราษฎร์ธานี
2) หอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช
3) สมาคมการท่องเที่ยว
4) ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร
5) ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม/รีสอร์ท
6) ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว
7) มัคคุเทศก์
ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว
1) นักวิชาการ
ชุมชน
1) ปราชญ์ชุมชน
2) ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร

3.2 กลุ่มตัวอย่าง

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี ดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 จำนวนหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	จำนวน (ราย)
หน่วยงานภาครัฐ	6
1) สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัดสุราษฎร์ธานี	1
2) สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัดนครศรีธรรมราช	1
3) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สาขาสุราษฎร์ธานี	1
4) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สาขานครศรีธรรมราช	1
5) สมาอุตสาหกรรมจังหวัดสุราษฎร์ธานี	1
6) สมาอุตสาหกรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช	1
หน่วยงานเอกชน	19
1) หอการค้าจังหวัดสุราษฎร์ธานี	1
2) หอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช	1
3) สมาคมการท่องเที่ยว	2
4) ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร	6
5) ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม/รีสอร์ท	2
6) ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว	3
7) มัคคุเทศก์	4
ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว	1
1) นักวิชาการ	1
ชุมชน	4
1) ประชาชนชุมชน	2
2) ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร	2
รวม	30

กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) และแบบการสุ่มแบบบอกต่อ (Snowballing sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้ ด้านอาหาร ด้านวัฒนธรรม เป็นผู้นำชุมชน กลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ใช้วิธีการนัดสัมภาษณ์ จำนวน 7 คน เพื่อหาข้อมูลด้านอาหารท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและสุราษฎร์ธานี กลุ่มตัวอย่างในการประชุมเชิงปฏิบัติการ กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็นไปตามสัดส่วนของพื้นที่จังหวัดละ 15 คน

ประกอบด้วย ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัด นครศรีธรรมราชและสุราษฎร์ธานี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสาขานครศรีธรรมราชและสุราษฎร์ธานี สภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชและสุราษฎร์ธานี หน่วยงานเอกชน ได้แก่ หอการค้าจังหวัด นครศรีธรรมราชและสุราษฎร์ธานี สมาคมการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ผู้ประกอบการ โรงแรม/รีสอร์ท ผู้ประกอบการธุรกิจนันทนาการ มัคคุเทศก์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและอาหารเพื่อเป็น แนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี รวมทั้งหมด 2 จังหวัด จำนวน 30 คน โดยการขออนัดประชุม

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ การศึกษาเชิงคุณภาพ ใช้การ สัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อย การศึกษาเชิงปริมาณใช้แบบสอบถาม

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย

ชุดโครงการวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี ประกอบด้วยโครงการวิจัยย่อย 3 โครงการ และแผนงานวิจัย ซึ่งขอเสนอผลการวิจัยตามลำดับ ดังนี้

โครงการวิจัยย่อย 1 แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

โครงการวิจัยย่อย 2 กลยุทธ์การตลาดของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

โครงการวิจัยย่อย 3 ฐานข้อมูลด้านเอกลักษณ์อาหารท้องถิ่นในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

แผนงานวิจัย แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

โครงการวิจัยย่อย 1 แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี 2) เพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี 3) เพื่อจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี 4) เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี คณะผู้วิจัยทำการศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยใช้การสัมภาษณ์ ประกอบด้วย ข้อมูลเกี่ยวกับพื้นที่ ข้อมูลด้านอาหารท้องถิ่น ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร การมีส่วนร่วมของชุมชน การจัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อกำหนดชื่อเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร ทำการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารทุกแหล่งด้วยองค์ประกอบ 4 ปัจจัย ประกอบด้วย 1) ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านพื้นที่ 2) ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านการจัดการ 3) ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านกิจกรรมและการเรียนรู้ และ 4) ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านการเรียนรู้ของชุมชน มีการจัดทำเส้นทางและทำแผนที่เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีการจัดทำแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า การจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี ประกอบด้วย 7 โปรแกรม ดังนี้

เส้นทางที่ 1 เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราช โปรแกรม “วิถีถิ่น ถิ่นศิริ” แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเส้นทาง 3 อำเภอ ประกอบด้วยอำเภอ “เมือง ลานสกา และช้างกลาง” เป็นการจัดเส้นทางท่องเที่ยวแบบ 3 วัน 2 คืน

เส้นทางที่ 2 เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชโปรแกรม “วิถีกิน ถิ่นลุ่มน้ำ” แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเส้นทาง 2 อำเภอ ประกอบด้วยอำเภอ “เมือง และปากพนัง” เส้นทางท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน

เส้นทางที่ 3 เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชโปรแกรม “วิถีกิน ถิ่นเล แล เมือง” แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเส้นทาง 3 อำเภอ ประกอบด้วยอำเภอ “ท่าศาลา เมือง และพรหมคีรี”

เส้นทางที่ 4 เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี โปรแกรม “วิถีกิน ถิ่นสองธรรม” แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเส้นทาง 3 อำเภอ 2 จังหวัด ประกอบด้วยอำเภอ “ท่าศาลา ชนอม และกาญจนดิษฐ์” เส้นทางท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน

เส้นทางที่ 5 เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โปรแกรม “วิถีกิน ถิ่นเขาสก” แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเส้นทาง 2 อำเภอ ประกอบด้วยอำเภอ “บ้านตาขุน และพนม” เส้นทางท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน

เส้นทางที่ 5 เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานีโปรแกรม “วิถีกิน ถิ่นธรรม” แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเส้นทาง 2 อำเภอ ประกอบด้วยอำเภอ “เมือง และไชยา”

เส้นทางที่ 6 เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โปรแกรม “วิถีกิน ถิ่นเกาะ” แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเส้นทาง 1 อำเภอ คืออำเภอ “เกาะสมุย” เส้นทางท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน

การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยแบ่งองค์ประกอบการประเมิน 4 ด้าน คือ ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารมีสัดส่วนร้อยละ 40 ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีสัดส่วนร้อยละ 10 การบริหารจัดการ มีสัดส่วนร้อยละ 40 และการมีส่วนร่วมของชุมชน มีสัดส่วนร้อยละ 10 ผลการประเมิน พบว่าส่วนใหญ่มีระดับมาตรฐานของศักยภาพอยู่ใน **ระดับดีมาก 4 เส้นทาง** ประกอบด้วย เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะ (คะแนนรวม 76.47) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นคีรี (คะแนนรวม 72.69) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นธรรม (คะแนนรวม 72.34) และเส้นทางวิถีกิน ถิ่น เขาสก (คะแนนรวม 72.16) ระดับมาตรฐานของศักยภาพอยู่ใน**ระดับดี 1 เส้นทาง** คือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นสองธรรม (คะแนนรวม 69.32) และระดับมาตรฐานของศักยภาพอยู่ใน**ระดับปานกลาง 2 เส้นทาง** ประกอบด้วย เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเล แลเมือง (คะแนนรวม 58.98) และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นลุ่มน้ำ (คะแนนรวม 57.97)

แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี แบ่งออกเป็น 6 ด้าน ดังนี้ ด้านเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น เนื่องจากในแต่ละเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารจะมีความแตกต่างกันในด้านการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นมาปรุงอาหาร และวัตถุดิบในแต่ละฤดูกาล ดังนั้น ในการทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร ต้องระบุไว้ในโปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารไว้ด้วย ด้านสถานที่จำหน่ายอาหารท้องถิ่นของจังหวัด ควรส่งเสริมและสนับสนุนให้มีจุดศูนย์กลางอาหารของแต่ละจังหวัด เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ซื้อสินค้าและของที่ระลึกเกี่ยวกับอาหารในพื้นที่ ด้านมาตรฐานและความสะอาดของอาหาร หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการด้านอาหาร ควรส่งเสริมและยกระดับอาหารและร้านอาหารให้ได้รับมาตรฐานคุณภาพ มีความสะอาดปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งการให้ความรู้ในด้านการจัดจ้านจากวัตถุดิบจากธรรมชาติในท้องถิ่นเพื่อทำให้อาหารน่าสนใจ ด้านการเล่าเรื่องราวของอาหาร (Story Food) ในแต่ละเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร ควรมีการเล่าเรื่องราวความเป็นมาของอาหาร วัตถุดิบ ส่วนประกอบของอาหาร คุณค่าโภชนาการของอาหาร และอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบ และเป็นการประชาสัมพันธ์และสร้าง

เอกลักษณ์ คุณค่าให้กับอาหารในท้องถิ่น รวมทั้งให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม เช่น การปรุงอาหาร หรือการสาธิตการทำงานในแต่ละเส้นทางกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อก่อให้เกิดประสบการณ์ และการเรียนรู้ร่วมกันของนักท่องเที่ยว ด้านการสื่อความหมายและการสร้างมีคฤเทศก์ในการเล่าเรื่องราวในแต่ละเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร ควรพัฒนานักมีคฤเทศก์รุ่นใหม่ในพื้นที่ เพื่อสืบสานความเป็นมาเอกลักษณ์ของอาหาร และการสร้างมีคฤเทศก์ภาษาอังกฤษในชุมชน เพื่อการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างประเทศ และด้านการประชาสัมพันธ์อาหารท้องถิ่น ควรพัฒนาระบบ Mobile Application และการจัดทำ QR Code ทั้งภาษาไทยภาษาอังกฤษ ภาษาจีน หรือภาษาอื่น ๆ เพื่อการอธิบายเรื่องราวของอาหารแต่ละชนิด และเป็นแหล่งข้อมูลสำหรับการเผยแพร่การท่องเที่ยวเชิงอาหาร รวมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนการทำ Content ประชาสัมพันธ์อาหารพื้นเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เทศกาลหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูลก่อนตัดสินใจมาท่องเที่ยว

โครงการวิจัยย่อย 2 กลยุทธ์การตลาดของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

การศึกษาค้นคว้ามีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี 2) เพื่อศึกษารูปแบบอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี 3) เพื่อกำหนดกลยุทธ์การตลาดของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี คณะวิจัยใช้การ Focus Group และการสัมภาษณ์เชิงลึกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่วนเสริมการท่องเที่ยว รวมทั้งภาคเอกชนทั้งธุรกิจจัดบริการนำเที่ยวในประเทศ ธุรกิจร้านอาหาร สมาคมการท่องเที่ยว สมาคมด้านอาหาร เพื่อนำข้อมูลมาสร้างแบบสอบถาม มีการตรวจสอบเครื่องมือ (แบบสอบถาม) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ และนำแบบสอบถามเก็บข้อมูล ผลการศึกษาค้นคว้าพฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยใช้แบบสอบถามในจังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เพศหญิง โสด รายได้ปานกลาง เดินทางมาด้วยสายการบินต้นทุนต่ำ ไม่พักโรงแรมหรู วัตถุประสงค์การเดินทางคือ เพื่อการพักผ่อน เยี่ยมเพื่อนหรือญาติ และร่วมประเพณีในท้องถิ่น ส่วนใหญ่มาเที่ยวในพื้นที่อำเภอเมือง ศีรีวงและขนอม การมาเที่ยวซ้ำ 2 – 4 ครั้งในรอบระยะเวลา 5 ปี ภูมิลำเนาจากกรุงเทพมหานครและจังหวัดในพื้นที่ภาคใต้ เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก เป็นลักษณะของกลุ่มครอบครัวมีขนาดกลุ่มนักท่องเที่ยว 3-4 คน ใช้รถส่วนตัวเข้ามาในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชและท่องเที่ยว ระยะเวลาการมาท่องเที่ยวเฉลี่ยในจังหวัด 3-7 วัน และมักจะย้ายที่พักไปใกล้แหล่งท่องเที่ยววันนั้น ๆ งบประมาณการท่องเที่ยวครั้งเฉลี่ย คนละ 2,654 บาท งบประมาณค่าอาหาร 269 บาทต่อคนต่อมื้อ สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนใหญ่เพศหญิง สมรสแล้ว รายได้ปานกลาง เดินทางมาด้วยสายการบินต้นทุนต่ำ ไม่พักโรงแรมหรู วัตถุประสงค์ในการเดินทางคือ เพื่อการพักผ่อน นิยมท่องเที่ยวในอำเภอเมืองนครศรีธรรมราช ขนอม สีชล ศีรีวง พฤติกรรมการเที่ยวซ้ำในช่วง 5 ปี ครั้งที่ 2 ภูมิลำเนาจากกลุ่มประเทศในเอเชีย เป็นกลุ่มท่องเที่ยวจีนมาเลเซีย ฮองกง เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก เป็นลักษณะของกลุ่มครอบครัวมีขนาดกลุ่มนักท่องเที่ยว 3-4 คน เดินทางมาจังหวัดนครศรีธรรมราชโดย

เครื่องบิน ส่วนการเดินทางในจังหวัดนิยมจ้างบริษัทนำเที่ยว ระยะเวลาการมาท่องเที่ยวเฉลี่ย มากกว่า 7 วัน งบประมาณการท่องเที่ยวครั้งเฉลี่ยคนละ 13,790 บาท งบประมาณค่าอาหาร 698 บาทต่อคนต่อมื้อ โดยเน้นอาหารเย็น

ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี นักท่องเที่ยวชาวไทย เพศหญิง สมรสแล้ว รายได้ปานกลาง เดินทางมาด้วยสายการบินต้นทุนต่ำ พักโรงแรมหรือ วัตถุประสงค์ในการเดินทางคือเพื่อการพักผ่อน เยี่ยมเพื่อนหรือญาติ พื้นที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมคือ เขาอกและเขื่อนรัชชประภา พฤติกรรมการเที่ยวซ้ำในช่วง 5 ปี จำนวน 2-4 ครั้ง ภูมิลำเนามาจาก กรุงเทพมหานครและจังหวัดในพื้นที่ภาคใต้ เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก เป็นลักษณะของกลุ่มครอบครัวมี ขนาดกลุ่มนักท่องเที่ยว 3-4 คน การเดินทางจะใช้รถส่วนตัวในการเดินทางเข้ามาในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี และใช้รถส่วนตัวในการเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาการมาท่องเที่ยวเฉลี่ย 3-7 วัน และมักจะย้ายที่พักไป ไกลแหล่งท่องเที่ยววันนั้น ๆ งบประมาณการท่องเที่ยวครั้งเฉลี่ย 5,180 บาทต่อคน งบประมาณค่าอาหาร 146 บาทต่อคนต่อมื้อ นักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนใหญ่เพศชาย สมรสแล้ว รายได้สูง เดินทางมาด้วยสาย การบิน full service พักโรงแรมหรู วัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน พื้นที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมคือ เกาะสมุย ส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวครั้งแรก ภูมิลำเนาจากอังกฤษ ฝรั่งเศส แคนาดา เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่ม เล็ก เป็นลักษณะของกลุ่มครอบครัวมีขนาดกลุ่มนักท่องเที่ยว 1-2 คน เดินทางมาจังหวัดสุราษฎร์ธานีโดย เครื่องบิน ส่วนการเดินทางในจังหวัดนิยมจ้างบริษัทนำเที่ยว ระยะเวลาการมาท่องเที่ยวเฉลี่ยในจังหวัด มากกว่า 7 วัน งบประมาณการท่องเที่ยวครั้งเฉลี่ยคนละ 47,462 บาท งบประมาณค่าอาหาร 313 บาท ต่อคนต่อมื้อ

ด้านรูปแบบอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมักจะเดินทางมาท่องเที่ยวช่วงวันเสาร์อาทิตย์ (นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้า มาทุก ๆ วัน) นักท่องเที่ยวเคยรับประทานอาหารท้องถิ่นนครศรีธรรมราชมาก่อน นึกถึงความเผ็ดร้อนของ เครื่องเทศควบคู่กับความสดของอาหารทะเล มีอาหารที่นักท่องเที่ยวนิยมรับประทานอาหารท้องถิ่น คือ มื้อกลางวันและมื้อเย็น เจาะจงที่ประเภทอาหารที่เลือกรับประทาน เช่น อาหารทะเลหรือขนมจีน มากกว่าการที่จะเจาะจงซื้อร้าน ร้านอาหารทั่วไป หรือมีท่าเลอยูใกล้แหล่งท่องเที่ยวจะได้รับการพิจารณา มากที่สุด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะรับรู้เมนูอาหารท้องถิ่นที่มีชื่อเสียงมาแล้วก่อนที่จะมาท่องเที่ยว การ ตัดสินใจบริโภคจึงขึ้นกับตัวเองเป็นหลัก รองลงมาคือการตัดสินใจโดยครอบครัว หรือญาติรับรู้ข้อมูลจาก คนรู้จัก และสื่อออนไลน์มากที่สุดรูปแบบอาหารท้องถิ่นของนครศรีธรรมราชที่นักท่องเที่ยวนิยม รับประทานที่โดดเด่นคืออาหารท้องถิ่นที่มีเครื่องปรุงที่จัดจ้าน ชอบรสชาติอาหารมากกว่าต้องการลองสิ่ง แปลกใหม่

ด้านรูปแบบอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มักจะเดินทางมาท่องเที่ยวช่วงวันเสาร์อาทิตย์และวันหยุดเทศกาล

(นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ช่วงเดือนธันวาคม-เมษายน) นักท่องเที่ยวเคยรับประทานอาหารท้องถิ่นของจังหวัดสุราษฎร์ธานี นึกถึงความสดใหม่และรสชาติจัดจ้านของอาหารทะเล นึกถึงความสดใหม่และรสชาติจัดจ้านของอาหารทะเล มื้ออาหารที่นักท่องเที่ยวนิยมรับประทานอาหารท้องถิ่น คือ มื้อกลางวัน เจาะจงที่ประเภทอาหารที่เลือกรับประทาน มากกว่าการที่จะเจาะจงซื้อร้าน ร้านอาหารทั่วไป หรือมีทำเลอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวจะได้รับการพิจารณามากที่สุด รูปแบบอาหารท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวนิยมรับประทาน ที่โดดเด่นคืออาหารท้องถิ่นที่มีวัตถุดิบที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น นักท่องเที่ยวไทยชอบรสกลมกล่อม ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชอบรสชาติอาหารที่มีความเผ็ดและหวาน

ด้านกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนครศรีธรรมราช สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย กลยุทธ์ที่เหมาะสมคือ 1) สื่อสารเพื่อแสดงถึงอัตลักษณ์ของอาหารปักษ์ใต้ 2) สร้างความร่วมมือกับกลุ่มศักยภาพเพื่อพัฒนาธุรกิจอาหารท้องถิ่น 3) สร้างการรับรู้อัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นผ่านวัฒนธรรมประเพณี 4) กระตุ้นค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพ 5) กลยุทธ์กระจายช่วงเวลาการท่องเที่ยว สำหรับกลยุทธ์ที่เสนอเพิ่มเติม คือ การพัฒนาด้านการขนส่ง พัฒนาศักยภาพอาหารในส่วนของผู้ผลิต และผลไม้ มี Hotline รับปรึกษาปัญหาให้กับผู้ประกอบการที่กำลังเริ่มทำธุรกิจ การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการรับทราบและดำเนินกิจการตามกลยุทธ์การตลาด สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ กลยุทธ์ที่เหมาะสมคือ 1) ขยายการรับรู้คุณค่า 2) สร้างความร่วมมือกับกลุ่มศักยภาพเพื่อพัฒนาธุรกิจอาหารท้องถิ่นสู่มาตรฐานสากล 3) ขยายฐานตลาดกลุ่มความสนใจพิเศษ 4) กระตุ้นการใช้จ่ายของกลุ่มนักท่องเที่ยว AEC กลยุทธ์ที่เสนอเพิ่มเติมคือของฝาก/ขนมกล้วย และการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการรับทราบและดำเนินกิจการตามกลยุทธ์การตลาด กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผลไม้และของฝาก ประกอบด้วย 1) สร้างการรับรู้อัตลักษณ์ของของฝาก/ผลไม้ 2) พัฒนามาตรฐานอาหาร 3) การผลิตสื่อออนไลน์บอกเล่าเรื่องราวของอาหาร 4) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝาก/ผลไม้ กลยุทธ์ที่เสนอเพิ่มเติม การพัฒนาที่ต่อเนื่องให้ผู้ประกอบการเข้าใจและเข้าถึง

ด้านกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดสุราษฎร์ธานี สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย กลยุทธ์ที่เหมาะสมคือ 1) สร้างการรับรู้อัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นผ่านวัฒนธรรมประเพณี 2) สร้างความร่วมมือกับกลุ่มศักยภาพเพื่อพัฒนาธุรกิจอาหารท้องถิ่น 3) สร้างการรับรู้ เรื่องแหล่งวัตถุดิบคุณภาพในท้องถิ่น 4) สื่อสารข้อมูลอาหารท้องถิ่นที่มีจำหน่ายในตลาดอาหาร 5) ขยายฐานการตลาดผ่านการรับรู้ในเวทีระดับชาติ 6) กลยุทธ์กระจายช่วงเวลาการท่องเที่ยว 7) กระตุ้นค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพ สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ กลยุทธ์ที่เหมาะสมคือ 1) สนับสนุนให้เกิดความร่วมมือการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารระหว่างผู้ประกอบการร้านอาหารท้องถิ่นกับผู้ประกอบการรถโดยสารในพื้นที่ 2) สร้างความร่วมมือกับกลุ่มศักยภาพเพื่อพัฒนาธุรกิจอาหารท้องถิ่นสู่มาตรฐานสากล 3) ขยายการรับรู้คุณค่า 4) ขยายฐานตลาดกลุ่มความสนใจพิเศษ 5) ขยายฐานการตลาดผ่านการรับรู้ในโลก สำหรับกลยุทธ์ที่เสนอเพิ่มเติม คือ การขนส่งสาธารณะที่มีมาตรฐานการขนส่ง กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผลไม้

และของฝากของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ประกอบด้วย 1) พัฒนามาตรฐานอาหาร 2) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝาก 3) การสร้างการรับรู้ด้านอัตลักษณ์ของของฝาก กลยุทธ์ที่เสนอเพิ่มเติม คือ คุณภาพของอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ชุมชนดั้งเดิม ลิขสิทธิ์ของสินค้าชุมชน ความปลอดภัย ปลอดภัยสารพิษ

โครงการวิจัยย่อย 3 ฐานข้อมูลด้านเอกลักษณ์อาหารท้องถิ่นในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาประเภทของอาหารท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี 2) ศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี 3) จัดทำฐานข้อมูลด้านเอกลักษณ์อาหารท้องถิ่นในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี และ 4) เพื่อประเมินประสิทธิภาพของฐานข้อมูลด้านเอกลักษณ์อาหารท้องถิ่นในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีด้านคุณภาพของฐานข้อมูลและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ด้านการศึกษาประเภทของอาหารท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า อาหารท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีความหลากหลาย แต่มีลักษณะที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งอาหารท้องถิ่นทั้งสองจังหวัดเน้นการนำวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นปรุงแต่งอาหารท้องถิ่นเป็นวัฒนธรรม องค์การยูเนสโกจัดให้ศิลปะของอาหารท้องถิ่นเป็นมรดกทางวัฒนธรรมแห่งมนุษยชาติที่ไม่สามารถจับต้องได้ และอาหารท้องถิ่นก็ยังสามารถเป็นเครื่องมือในการกำหนดภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทาง และสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ซึ่งวัฒนธรรมอาหารการกินของถิ่นใดมีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ คนพื้นถิ่นดั้งเดิมการปรุงอาหารแบบง่ายๆ เมื่อมีชนชาติอินเดียเป็นผู้ริเริ่มเกิดเป็นวัฒนธรรมการปรุงอาหารโดยมาใช้ในการชนชั้นปกครอง แพร่หลายไปในวิถีของถิ่น ผู้คนเริ่มใช้เครื่องครัว เตาไฟ ห่อหมกจนถึงการทำแกง ขนมน จนเป็นอาหารเฉพาะท้องถิ่นขึ้น ซึ่งวัฒนธรรมการกินอาหารของชาวใต้จะมีความหลากหลายเนื่องจากเป็นภูมิภาคที่มีการเดินทางเข้าออกของอารยประเทศ มีการวัฒนธรรมมาเผยแพร่ที่หลากหลาย เช่น ชาวจีน นำกระเพาะ หลาว อังไล้ ผักดอง กระเทียมดอง และเมล็ดพืชผักจากต่างแดนเข้ามา อาหารไทยท้องถิ่นก็เริ่มเปลี่ยนแปลง ลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ของอาหารใต้คือรสชาติเผ็ด ส่วนวัตถุดิบที่เป็นเนื้อสัตว์ที่นิยมใช้ในกาปรุงอาหาร เช่น แกงเนื้อ ซึ่งเนื้อจะหมายถึง เนื้อวัวหรือเนื้อควาย หมู ไก่ ปลาทั้งน้ำจืดและน้ำทะเล และสัตว์ปีกต่างๆ ซึ่งแกงเนื้ออาหารท้องถิ่นใต้จะไม่นิยมใส่ผัก หรือ ภาษาท้องถิ่นเรียกว่า “การทอดผัก” การใส่ผักมากนักยิ่งใดจะกลายเป็นชื่อเมนูอาหาร เช่น แกงหมู อาจจะมีการใส่ผักแต่อาจจะน้อย แต่ถ้าใส่ผักจำนวนมาก อาจจะมีชื่อตามผักที่ใส่ เช่น แกงสมรม คือแกงที่มีการใส่ผักหลากหลาย เช่น หน่อไม้ สะตอ ถั่วฝักยาว เป็นต้น แต่แกงสมรม อาจจะมีการใส่เนื้อไก่ หรือ เนื้อหมูก็ได้ หรืออาจจะเรียกทั้งสองอย่างว่า “แกงสมรมหมู” ส่วนแกงเลียงจะต้องประกอบด้วยกะปิ และใส่ผักเป็นวัตถุดิบ และชื่อเรียกแกงเลียงจะเรียกตามวัตถุดิบของผักที่ใส่ เช่น ใส่ หัวปลี จะเรียกว่า แกงเลียงหัวปลี ใส่ล่อกอ (มะละกอ) จะเรียกว่าแกงเลียงล่อกอ หากแกงเลียงไม่ใส่กะปิ จะเรียกว่าแกงจืด ซึ่งจริงๆ แกงจืดไม่ใช่อาหารท้องถิ่นได้แต่เป็นอาหารของชาวจีน การเรียกชื่อแกงเลียงก็เช่นกัน จะเรียกตามวัตถุดิบของผักที่ใส่ในแกงเลียง เช่น แกงเลียงหยวกกล้วย แกงเลียงหัวปลี เป็นต้น ส่วนประเภทต้ม มักนิยมใส่เนื้อสัตว์ติดกระดูกเป็นหลัก รวมถึงบางครั้งจะใส่เครื่องในสัตว์ผสมด้วย

ด้านการศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีความหลากหลาย ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งเรียนรู้ เช่น สีนามะฟาร์ม ศูนย์ผลิตน้ำส้มจาก อำเภอปากพั่น ตลอดจน ตลาดหรือถนนคนเดินที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางซื้อของฝากได้ และยังมีกิจกรรมในการปรุงอาหารต่าง ๆ มากมาย

ฐานข้อมูลที่นักท่องเที่ยวต้องการ คือ การออกแบบฐานข้อมูลที่นักท่องเที่ยวสามารถศึกษาข้อมูลของอาหารท้องถิ่นทั้งสองจังหวัด ซึ่งฐานข้อมูลดังกล่าวยังมีรายละเอียดของวัตถุดิบ กรรมวิธีในการปรุงอาหาร ตลอดจนวิธีการรับประทานอาหารและแหล่งการผลิตอาหารแต่ละประเภท

แผนการวิจัย แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

แผนงานวิจัยนำผลการศึกษาจากโครงการวิจัยย่อยที่ 1 โครงการวิจัยย่อยที่ 2 และโครงการวิจัยย่อยที่ 3 มาสังเคราะห์และลงพื้นที่ สัมภาษณ์เชิงลึก ประชุมกลุ่มเพื่อระดมความคิดเห็นและแบบสอบถาม โดยผ่านการใช้ SWOT TOWS Matrix และ AHP เพื่อให้ได้งานวิจัยแบบผสมผสาน เพื่อให้ผลการวิจัยเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำ มีการแทนค่าด้วยตัวเลข ผลการศึกษาค้นคว้าได้แนวทางในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในอันที่จะปรับปรุงลักษณะและคุณภาพการบริการในด้านต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว อีกทั้งเป็นแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น มีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์นโยบายและเงื่อนไขการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงเอกสาร (documentary research) เพื่อศึกษา เอกสาร ผลงานวิจัย บทความ เอกสารที่เกี่ยวข้องการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การจัดทำยุทธศาสตร์ การจัดทำแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร นโยบายและการดำเนินงานในหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน เอกสารทางวิชาการและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการศึกษา พบว่า มียุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว ดังนี้

ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาฉบับที่ 4 (พ.ศ.2560 - 2564)

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นหน่วยงานที่มีวิสัยทัศน์และบทบาทในฐานะเป็นองค์กรหลักในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว การกีฬาและนันทนาการ เพื่อให้ภาคส่วนต่าง ๆ ตามที่มีกฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาหรือส่วนราชการที่สังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวเหล่านี้สามารถเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและพัฒนาสังคมได้อย่างยั่งยืน โดยในยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาฉบับที่ 4 (พ.ศ.2560 - 2564) ได้กำหนดวิสัยทัศน์ไว้ว่า “มุ่งพัฒนาและบูรณาการด้านการท่องเที่ยวและการกีฬาสร้างเสริมความเจริญเติบโตของเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ” เป้าหมายของยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นเป้าหมายที่เน้นการ

พัฒนาการท่องเที่ยวและกีฬาในมิติที่สำคัญต่าง ๆ โดยเป้าหมาย (Goal) ของการดำเนินงานตามประเด็นยุทธศาสตร์ คือ “การพัฒนาและบูรณาการตามมิติราชการ (Function Base) มิติยุทธศาสตร์ (Agenda Base) และมิติพื้นที่ (Area Base)” โดยสามารถแยกออกเป็นเป้าหมายย่อยที่เป็นรากฐานของการกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issues) ของยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ดังนี้ 1) นโยบายและยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวและกีฬาประสบความสำเร็จในการพัฒนาสินค้าและบริการและการอำนวยความสะดวกในตลาดการท่องเที่ยวและกีฬาอย่างมีความสมดุลและยั่งยืน และสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาของประเทศในภาพรวม 2) การจัดสรรทรัพยากรเพื่อการดำเนินงานของทุกภาคส่วนนั้นเป็นไปอย่างสมดุลและเพียงพอ การกระจายการพัฒนานั้นไปอย่างทั่วถึงในทุกพื้นที่ ทำให้ชุมชนมีความสามารถในการแข่งขันและได้รับโอกาสจากตลาดท่องเที่ยวและกีฬาอย่างทั่วถึง 3) บุคลากรและภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วนในตลาดการท่องเที่ยวและกีฬามีคุณภาพและสามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพตลอดจนได้รับปัจจัยสนับสนุนและมาตรฐานต่าง ๆ ที่จำเป็นในการส่งเสริมให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและกีฬาประสบความสำเร็จในระดับสากล 4) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้ ผ่านการพัฒนาระบบเทคโนโลยีและสารสนเทศเพื่อการบริหารและให้บริการตลอดจนการพัฒนาองค์ความรู้และสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ อย่างเป็นระบบ และ 5) การบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและมีการบูรณาการร่วมกันกับทุกระดับและทุกภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้อง และทุกฝ่ายสามารถมีส่วนร่วมในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและกีฬาได้อย่างแท้จริง

จากเป้าหมายข้างต้นสามารถจำแนกยุทธศาสตร์ 6 ประเด็นยุทธศาสตร์ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาสินค้าบริการ การอำนวยความสะดวกในการสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวผ่านการตลาดมาตรการและแนวทางการปฏิบัติ 1) พัฒนาแหล่งสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของความสมดุลและยั่งยืน โดยเน้นการยกระดับมาตรฐานของแหล่งสินค้าและบริการของการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่มีศักยภาพ พร้อมกับการกระจายความเจริญเติบโตไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพแหล่งรอง เพื่อเป็นการรักษาสมดุลเชิงพื้นที่ พร้อมทั้งสร้างความยั่งยืนของแหล่งสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวที่อาศัยทรัพยากรด้านการพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้มีศักยภาพเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล 2) ส่งเสริมและพัฒนาด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว โดยนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อรองรับสนับสนุนภาคการท่องเที่ยว เพื่อความปลอดภัย และความมั่นใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยให้แก่นักท่องเที่ยว ด้วยการปรับปรุงพัฒนาระดับมาตรการวิธีการดำเนินงานด้านความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว 3) ส่งเสริมการกระจายการเดินทางท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ เวลาและกลุ่มตลาด โดยใช้ภาพลักษณ์และเอกลักษณ์ความเป็นไทยประสานกับการตลาด ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อจัดการท่องเที่ยวในมิติเชิงพื้นที่ เวลาในกลุ่มตลาด เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทยสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่แตกต่างด้วยเอกลักษณ์วิถีไทย การเพิ่มการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ การกระจายการเดินทางท่องเที่ยวเชิงพื้นที่และเวลาการท่องเที่ยวกระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มกระแสหลัก การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าการท่องเที่ยวและการเพิ่มขีดความสามารถทางการตลาด

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาศักยภาพบุคลากรและภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มาตรการและแนวทางการปฏิบัติ 1) พัฒนาศักยภาพชุมชนผู้ประกอบการและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยการเพิ่มทักษะเพิ่มศักยภาพการพัฒนาและ

เสริมสร้างองค์ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้ประกอบการ ตลอดจนบุคลากรด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่การสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว โดยศักยภาพนี้หมายถึงความรวมถึงการเป็นเจ้าภาพที่ดีการมีสมรรถนะตามมาตรฐานบุคลากรด้านการท่องเที่ยวระดับภูมิภาคและระดับสากลการสร้างระบบการเรียนรู้และการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการพัฒนาศักยภาพภาคีเครือข่ายและการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและท้องถิ่นและการสร้างภาพลักษณ์โดยการสร้างความภาคภูมิใจในอาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นำไปสู่ขีดความสามารถในการแข่งขันทางการตลาดท่องเที่ยวของประเทศที่เพิ่มขึ้นได้

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมและสนับสนุนการออกกำลังกาย กีฬาพื้นฐาน และกีฬามวลชน มาตรการและแนวปฏิบัติ สนับสนุนส่งเสริมการออกกำลังกายการเล่นกีฬาพื้นฐานนักกีฬามวลชนโดยส่งเสริมการพัฒนาการออกกำลังกายกีฬานันทนาการ และวิทยาศาสตร์การกีฬา เพื่อให้ประชาชนโดยทั่วไปเป็นพื้นฐานการเล่นกีฬาและการประกอบกิจกรรมกีฬา การส่งเสริมพัฒนาอาสาสมัครกีฬาและผู้นำการออกกำลังกาย และการเผยแพร่ความรู้และส่งเสริมการตระหนักรู้ด้านการออกกำลังกาย การเล่นกีฬาและการดูแลสุขภาพให้กับประชาชน อันจะเป็นการกระตุ้นการเล่นกีฬาพื้นฐานและกีฬามวลชน ตลอดจนการจัดทำแนวทางกิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการออกกำลังกาย และการเล่นกีฬาสำหรับประชาชนผู้พิการผู้ด้อยโอกาสและผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นการส่งเสริมกีฬามวลชนที่สมบูรณ์อย่างแท้จริง

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ส่งเสริมและสนับสนุนกีฬาเป็นเลิศและกีฬาอาชีพ มาตรการและแนวทางปฏิบัติ 1) พัฒนาการกีฬาเพื่อความเป็นเลิศทุกมิติอย่างเป็นระบบ โดยการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนากีฬาจังหวัด (Sport Hero) การเตรียมความพร้อม การจัดส่ง การจัดแข่งขันสำหรับคนพิการ และการปรับปรุงระบบพัฒนากีฬา ตั้งแต่เริ่มตั้งแต่ระบบการสอน หานักกีฬา การพัฒนาศักยภาพนักกีฬา การจัดทำเส้นทางพัฒนากีฬา การส่งเสริมโอกาสการแข่งขันทุกระดับ และการสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการพัฒนากีฬาในระดับต่าง ๆ และการสร้างความภูมิใจของบุคลากรการกีฬาระดับต่าง ๆ เพื่อพัฒนาองค์กรกีฬาให้เป็นเลิศในทุกมิติ 2) พัฒนากีฬาสู่ความสำเร็จในระดับอาชีพอย่างเป็นระบบและครบวงจร โดยเริ่มตั้งแต่การพัฒนาหลักสูตรและบุคลากรการกีฬาภายในประเทศให้มีความเข้มแข็ง ตลอดจนมีการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนากีฬาอาชีพที่เป็นที่นิยม และได้รับการยอมรับ 3) พัฒนาการกีฬาให้มีมาตรฐานโดยเริ่มจากการจัดการศึกษาและส่งเสริมการวิจัยด้านการกีฬาพื้นฐานและอุดมศึกษาไปสู่การปรับเปลี่ยนสถานะของสถาบันพลศึกษาไปสู่การเป็นมหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ นอกจากนี้ยังหมายความรวมถึงการให้บริการด้านวิชาการและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมของประเทศ และส่งเสริมและพัฒนากีฬาในภาพรวมสู่ความเป็นเลิศด้วย

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การพัฒนาอุตสาหกรรมกีฬาและการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและองค์ความรู้และนวัตกรรม มาตรการและแนวทางปฏิบัติ 1) พัฒนาส่งเสริมและสนับสนุนการเติบโตของอุตสาหกรรมกีฬาและการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวและนันทนาการ โดยส่งเสริมการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวและกีฬาและสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาซึ่งเป็นแนวทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่มีศักยภาพคล้อยกับแนวโน้มระดับสากล ตลอดจนจัดทำฐานข้อมูลสำหรับอุตสาหกรรมกีฬา อาทิ การพัฒนาระบบ Sport Intelligence Center (SIC) การทำการศึกษาและพัฒนาเมืองกีฬาต้นแบบ เพื่อให้คนอื่น ๆ นำไปเป็นแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมกีฬาและการท่องเที่ยว และนันทนาการ ในพื้นที่ของตนด้วย 2) รวบรวมจัดการพัฒนาองค์ความรู้นวัตกรรมการกีฬาอย่างเป็นระบบ โดยสร้างเครือข่ายและจัดทำฐานข้อมูลกลางสำหรับวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีกีฬา และพัฒนาศูนย์วิทยาศาสตร์การกีฬาอย่างครบวงจรเพื่อนำไปสู่การ

สร้างนวัตกรรมการศึกษา และการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ องค์ความรู้ นวัตกรรมด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีกีฬาที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน เพื่อให้ทุกฝ่ายสามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ อันจะนำไปสู่ประโยชน์ของวงการกีฬาของประเทศทั้งระบบ

ยุทธศาสตร์ที่ 6 การบูรณาการการบริหาร การจัดการท่องเที่ยวและกีฬาทุกระดับให้มีประสิทธิภาพ มาตรการและแนวทางปฏิบัติ 1) ส่งเสริมพัฒนาปรับปรุงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของการบริหารจัดการท่องเที่ยวทั้งระบบ โดยการกำหนดมาตรการและแผนงานที่มีส่วนผลักดันและขับเคลื่อนการดำเนินงาน และการประเมินผลการพัฒนาของการพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติภายใต้คณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งชาติ การแก้ไขข้อบกพร่องและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการพัฒนาและปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวทุกระยะ 5 ปีด้วย 2) ส่งเสริมพัฒนาปรับปรุงปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการกีฬาทั้งระบบ โดยกำหนดมาตรการและแผนงานที่มีส่วนผลักดันและขับเคลื่อนการดำเนินการ ประเมินผลการพัฒนาตามแผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติภายใต้คณะกรรมการกีฬาแห่งชาติ และการพัฒนาระบบฐานข้อมูลกลางด้านการออกกำลังกาย และการกีฬา อาทิ แผนพัฒนาข้อมูลด้านการออกกำลังกายกีฬา นันทนาการ และวิทยาศาสตร์การกีฬา การพัฒนาการจัดตั้ง และระบบทะเบียนนักกีฬา ระบบบุคลากรทางกีฬา เพื่อความเป็นเลิศ ตลอดจนการจัดทำแผนพัฒนากีฬาทุกๆ 5 ปีและส่งเสริมและพัฒนาการออกกำลังกายและการเล่นกีฬาในระดับท้องถิ่นให้แพร่หลายและทั่วถึง

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. 2560 - 2564)

การจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ เป็นภารกิจของคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ท.ท.ช.) ที่กำหนดไว้ตามพระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2551 สาระสำคัญของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. 2560 - 2564) ได้ให้ความสำคัญกับการวางรากฐานและแก้ไขปัญหาที่เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ทั้งด้านคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรการท่องเที่ยว และโครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้งการสร้างสมดุลของการพัฒนาทั้งในมิติของพื้นที่ เวลา กิจกรรม รูปแบบ และกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อการสร้างรายได้และกระจายรายได้สู่ชุมชน และการเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่การเติบโตในอนาคตบนพื้นฐานของ การลงทุนพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ ตลอดจนการให้ความสำคัญกับการทำงานอย่างบูรณาการระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และระหว่างประเทศ ทั้งนี้ เพื่อให้แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 - 2564) สามารถใช้เป็นแผนแม่บทในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยสู่วิสัยทัศน์ที่คาดหวังได้อย่างแท้จริง

วิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579 กำหนดไว้ว่า “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีดุลยภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน” โดยมีแนวคิดหลักในการพัฒนาตามองค์ประกอบ 5 ประการ ดังนี้

1. ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก ด้วยการยกระดับคุณภาพและเพิ่มความหลากหลายของสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล มุ่งเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวโดยเน้นการเพิ่มค่าใช้จ่ายและวันพักต่อครั้งของการเดินทางของนักท่องเที่ยว และเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศ

2. การเติบโตอย่างมีคุณภาพ โดยส่งเสริมคุณภาพการเติบโตของการท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยว เช่น ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ระหว่างนักท่องเที่ยวตามถิ่นที่อยู่ และระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปและนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะ ส่งเสริมคุณภาพการเติบโตระหว่างพื้นที่ท่องเที่ยว โดยเน้นการกระจายการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองท่องเที่ยวรองและพื้นที่ชุมชนท้องถิ่น ส่งเสริมคุณภาพการเติบโตระหว่างช่วงเวลาและฤดูกาล โดยเน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วงเดือนมิถุนายน – กันยายน รวมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ที่ประเทศไทยมีศักยภาพหรือรูปแบบที่ควรพัฒนา

3. การเติบโตบนพื้นฐานความเป็นไทยโดยเน้นการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์และวิถีไทย เสริมสร้างความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวและประชาชนถึงอัตลักษณ์ความเป็นไทย และเสริมสร้างความภาคภูมิใจในความเป็นไทยและการเป็นเจ้าบ้านที่ดีสำหรับประชาชนทุกระดับ

4. การส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วน โดยมุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งเพิ่มรายได้ และกระจายรายได้ แก่ประเทศพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นกลไกหนึ่งในการขับเคลื่อนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ และสร้างโอกาสเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชาติ พัฒนาการท่องเที่ยวในภูมิภาคและเขตพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเฉพาะพื้นที่เมืองรองและชนบท และสนับสนุนภาคเอกชนลงทุนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

5. การพัฒนาอย่างยั่งยืน ด้วยการส่งเสริมความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยการอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่เสี่ยงต่อการเสื่อมโทรม การบริหารความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวและการปลูกฝังจิตสำนึกความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมความยั่งยืนของวัฒนธรรม โดยการเชิดชูและรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของไทย คุณค่าดั้งเดิม และภูมิปัญญาท้องถิ่น

ยุทธศาสตร์การพัฒนาในระยะแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) ประกอบด้วย 5 ประเด็นยุทธศาสตร์ดังนี้ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน มาตรการและแนวทางปฏิบัติ 1) พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการทุกรูปแบบอย่างมีมาตรฐาน โดยการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบ เสริมสร้าง พัฒนาและปรับปรุงมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวและบริการให้ครอบคลุมทุกรูปแบบ และส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันด้านธุรกิจการถ่ายภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย รวมถึงการเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับด้านการท่องเที่ยว เพื่อก้าวสู่การเป็นผู้นำคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการระดับโลกสากล 2) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสินค้าและบริการอย่างยั่งยืน โดยการส่งเสริมให้ภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมด้านการบริหารจัดการ ตั้งอยู่บนพื้นฐานการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งในเชิงอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และสิ่งแวดล้อมในระดับพื้นที่ ได้แก่ การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว การส่งเสริมการลงทุนในพื้นที่ การส่งเสริมสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนผู้ประกอบการให้ใช้นวัตกรรมในการผลิตสินค้าและบริการ การดูแลรักษา และปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นต้น และ 3) สร้างสมดุลในแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการ ทั้งในเชิงพื้นที่เชิงเวลา ฤดูกาลและรูปแบบการท่องเที่ยวโดยการส่งเสริมความสมดุลเชิงพื้นที่ในการท่องเที่ยว ทั้งในแง่การกระจายรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยว ได้แก่ การจัดตั้งเขตพัฒนาการ

ท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดและพื้นที่ที่มีศักยภาพ การพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองรอง การพัฒนาการท่องเที่ยวในชนบท การพัฒนาสินค้าและบริการที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น เป็นต้น และการส่งเสริมความสมดุลเชิงเวลาและฤดูกาลในการท่องเที่ยว ได้แก่ การสร้างสรรคกิจกรรมหรือเทศกาลประจำปีในพื้นที่ต่างๆ การสร้างสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ (Man - Made Attractions) เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มาตรการและแนวทางปฏิบัติ 1) พัฒนาระบบโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวโดยการพัฒนาระบบการคมนาคมขนส่งในการเดินทางเข้าสู่ประเทศทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ ได้แก่ การพัฒนาเส้นทางคมนาคมทางบกเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ยุกระดับระบบขนส่งสาธารณะ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวพัฒนาเส้นทางคมนาคมทางน้ำที่สามารถเชื่อมโยงกับรูปแบบการเดินทางอื่นๆ พัฒนาศักยภาพของสนามบินในการรองรับนักท่องเที่ยว เพิ่มเส้นทางและจำนวนเที่ยวบินระหว่างประเทศและภายในประเทศที่เชื่อมโยงระหว่างเมืองท่องเที่ยวหลักและเมืองท่องเที่ยวรอง 2) พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว โดยการปรับปรุงระบบการตรวจคนเข้าเมือง ปรับปรุงและอำนวยความสะดวกในการเดินทางผ่านแดน ปรับปรุงป้ายบอกทางและป้ายสัญลักษณ์ให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน จัดทำแผนที่ท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกแหล่ง เพิ่มจุดบริการ Free - WiFi ในแหล่งท่องเที่ยว จัดทำระบบบัตรโดยสารเดียวที่ใช้ได้กับทุกช่องทางการเดินทาง พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่ปราศจากอุปสรรคสำหรับคนทั้งมวล (Tourism for All) ได้แก่ ห้องน้ำคนพิการ ทางลาด รววจับ เป็นต้น และพัฒนาแอปพลิเคชันที่อำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว และ 3) พัฒนาระบบความปลอดภัยและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยว โดยการสนับสนุนเครื่องมือและอุปกรณ์เพื่อป้องกันและช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ได้แก่ กล้องวงจรปิด เครื่องแปลภาษา การติดตั้งไฟในสถานที่ท่องเที่ยว อุปกรณ์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเบื้องต้น จัดตั้งศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ท่องเที่ยว ส่งเสริมสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ปรับปรุงสุขาสาธารณะ การจัดการขยะและระบบบำบัดน้ำเสียในแหล่งท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชน ในการพัฒนาการท่องเที่ยว มาตรการและแนวทางปฏิบัติ 1) พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน สอดคล้องกับมาตรฐานสากล และเพียงพอต่อความต้องการของตลาด โดยการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนในการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่สอดคล้องความต้องการของตลาดแรงงาน สร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวสนับสนุนบุคลากรให้มีสมรรถนะขั้นพื้นฐานตามตำแหน่งงาน และได้รับการฝึกอบรมที่ได้มาตรฐานสากล 2) ส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวโดยการส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เปิดโอกาสให้ประชาชนและชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้าและบริการบนพื้นฐานของมรดกและวัฒนธรรมท้องถิ่น จัดทำหลักสูตรการฝึกอบรมทักษะธุรกิจพื้นฐานเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพิ่มช่องทางการลงทุนและพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้แก่ ภาคเอกชน ภายใต้หลักการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม Thailand 4.0

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทย ผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทยและการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว มาตรการและแนวทางปฏิบัติ 1) เสริมสร้าง

ภาพลักษณ์คุณภาพและความปลอดภัยให้กับประเทศไทย โดยการพัฒนาภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นด้านคุณภาพ มุ่งเน้นการสื่อสารคุณค่าและภาพลักษณ์ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (Preferred Destination) ที่มีคุณภาพสูงต่อนักท่องเที่ยว การทำการตลาดเป้าหมายและสร้างการรับรู้แก่นักท่องเที่ยวผ่านช่องทางต่างๆ ด้านมาตรการรักษาความปลอดภัยและมาตรการป้องกันของประเทศไทย ข้อควรปฏิบัติเพื่อความปลอดภัย และสิ่งที่ควรกระทำในกรณีฉุกเฉิน เพื่อช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย รวมถึงการส่งเสริมการบังคับใช้และให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องแก่นักท่องเที่ยวและสาธารณชน 2) ส่งเสริมการตลาดเฉพาะกลุ่มเพื่อดึงดูดการเดินทางท่องเที่ยว และกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ โดยการส่งเสริมการตลาดแบบเฉพาะกลุ่มสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป กลุ่มตลาดระดับกลาง - บน (มีรายได้ส่วนบุคคลสูงกว่า ๒๐,๐๐๐ เหรียญสหรัฐต่อปี) ในพื้นที่ตลาดที่มีศักยภาพ และการทำการตลาดแบบเฉพาะกลุ่มสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษ เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อมและนิเวศ 3) ส่งเสริมเอกลักษณ์ของประเทศไทยและของแต่ละท้องถิ่น ด้วยการสื่อสารเอกลักษณ์ความเป็นไทยให้เป็นที่เข้าใจในเวทีโลก อาทิ การสร้างคุณค่าความเป็นไทยในสินค้าและบริการต่างๆ ผ่านสัญลักษณ์ “Thainess” บนสินค้าและบริการที่คงอัตลักษณ์ความเป็นไทย การสื่อสารเอกลักษณ์ความเป็นไทยผ่านสื่อสร้างสรรค์และนวัตกรรมทางสื่อต่าง ๆ เช่น รายการโทรทัศน์ การจัดแสดง Roadshow เป็นต้น และการส่งเสริมเอกลักษณ์ของแต่ละภูมิภาคและจังหวัดโดยการพัฒนาแบรนด์และสื่อสารความแตกต่างของภาคและจังหวัดต่างๆ ในรูปแบบการเล่าเรื่อง (Storytelling) การสื่อสารเรื่องราวอย่างสร้างสรรค์ผ่านช่องทางการตลาดที่เป็นที่นิยมในกลุ่มเป้าหมาย และ 4) ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศและการท่องเที่ยวที่สมดุลเชิงพื้นที่และเวลา โดยการสร้างการรับรู้สินค้า บริการ และแหล่งท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาล อาทิ การจัดกิจกรรม เทศกาล และงานประเพณีประจำถิ่นในแต่ละเดือน การสร้างความนิยมของจังหวัดท่องเที่ยวรอง เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขายแพ็คเกจการท่องเที่ยวร่วมกับภาคเอกชน เป็นต้น และการส่งเสริม “ไทยเที่ยวไทย” ได้แก่ การสร้างค่านิยมการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศให้แก่คนไทยทุกคนในทุกเพศทุกวัย การส่งเสริมการตลาดแบบมีเป้าหมายเฉพาะ เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มนักเรียนนักศึกษา กลุ่มสุขภาพสตรี รวมถึงการสนับสนุนมาตรการทางการเงินเพื่อส่งเสริมการใช้จ่ายช่วงการท่องเที่ยว อาทิ มาตรการการลดหย่อนทางภาษี และ 5) ส่งเสริมความร่วมมือกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและการใช้เทคโนโลยีในการทำการตลาด ด้วยการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาคส่วนในการทำการตลาด ได้แก่ การร่วมมือกับชุมชนในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ให้สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนและสอดคล้องแบรนด์จังหวัด การส่งเสริมการตลาดร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน และการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการตลาด เช่น การสนับสนุนการพัฒนาและต่อยอดแอปพลิเคชันที่ส่งเสริมการทำการตลาด เพิ่มประสิทธิภาพหน่วยงานที่รับผิดชอบการตลาดดิจิทัล ทั้งในด้านการดูแลบริหาร และวิเคราะห์สถิติ ข้อมูลออนไลน์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ มาตรการและแนวทางปฏิบัติ 1) ส่งเสริมการกำกับดูแลการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการเสริมสร้างการทำงานอย่างบูรณาการระหว่างหน่วยงานระดับนโยบาย โดยมีคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติและกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นหน่วยงานหลักในการกำหนดนโยบาย ประสานงาน กำกับติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน ส่งเสริมการกระจายอำนาจสู่หน่วยงานระดับภูมิภาคและท้องถิ่น ขับเคลื่อนแผนและการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับ

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชาติ พัฒนาระบบงานการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ เอกชนและประชาชน ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนข้อมูลองค์ความรู้ จัดสรรงบประมาณและบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการของหน่วยงานในทุกระดับ ผลักดันให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community - based Tourism: CBT) จัดให้มีแผนบริหารจัดการความเสี่ยงและแผนบริหารจัดการสภาวะวิกฤตด้านการท่องเที่ยวในทุกมิติ 2) ปรับปรุงกฎหมายข้อบังคับและมาตรฐานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง โดยการทบทวนแก้ไขกฎหมายและกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐในการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง กำหนดบทบาทและความรับผิดชอบของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจน ส่งเสริมการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อระเบียบด้านการท่องเที่ยวต่างๆ ประชาสัมพันธ์ เสริมสร้างความเข้าใจในระเบียบและกฎหมายด้านการท่องเที่ยว 3) สนับสนุนการลงทุนจากภาคเอกชนและการจัดทำศูนย์ข้อมูลสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว อาทิ ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการลงทุนต่าง ๆ และการจัดตั้งหน่วยบริหารและวิเคราะห์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การจัดทำ Tourism Intelligence Center และสนับสนุนการแบ่งปันข้อมูลกลางแก่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งาน 4) ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยการประสานความร่วมมือกับนานาประเทศในการส่งเสริมการพัฒนาท่องเที่ยวและการสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงภายใต้กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศระดับต่างๆ เช่น APEC ASEAN GMS ACMECS IMT - GT สนับสนุนให้ตัวแทนประเทศไทยในองค์กรและหน่วยงานต่าง ๆ มีบทบาทในเวทีนานาชาติ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยและอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวในระดับภูมิภาค เช่น การลดขั้นตอนการเดินทางเข้าประเทศ การตรวจลงตราและใบขับขี่ที่ครอบคลุมทั้งภูมิภาค เป็นต้น ส่งเสริมความสัมพันธ์ในรูปแบบเมืองพี่เมืองน้องด้านการท่องเที่ยวกับต่างประเทศ ส่งเสริมความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวบนเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (Greater Mekong Subregion: GMS) เส้นทางระเบียงเศรษฐกิจแนวตะวันออก - ตะวันตก (East-West Economic Corridor: EWEC) เส้นทางระเบียงเศรษฐกิจเหนือ - ใต้ (North South Economic Corridor: NSEC) และส่งเสริมการตลาดการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในภาพรวมของกลุ่มประเทศตามกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศต่างๆ

แผนปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำปี 2562 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

แผนปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำปี 2562 ของ ททท. จัดทำขึ้นภายใต้กรอบแนวคิดของแผนยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 นโยบายรัฐบาล ทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจ : โมเดลประเทศไทย 4.0 แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560-2564 และแผนวิสาหกิจ ททท. พ.ศ. 2560-2564 (ฉบับทบทวน พ.ศ. 2562-2564) ผูกพันกับการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมในสถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต เพื่อให้ได้แผนที่เกิด ประโยชน์ต่อประเทศชาติและมีประสิทธิภาพสูงสุด เป้าหมายของแผนคือ ปี 2562 คาดว่าประเทศไทยจะยังคงรักษาอันดับ 1 ใน 4 ของประเทศที่สร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวสูงสุดของโลก โดยกำหนดเป้าหมายรายได้รวมทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.5 โดยเป็นรายได้ที่เกิดจาก ตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 12 และตลาดในประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 10

ทิศทางการส่งเสริมตลาดต่างประเทศ (นักท่องเที่ยวต่างชาติ) ททท. มุ่งสานต่อให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วโลก ปรับโครงสร้างตลาดนักท่องเที่ยวสู่กลุ่มตลาดระดับกลาง-บน และเพิ่มรายได้อย่างยิ่งยืนจากการเติบโตของ ค่าใช้จ่ายมากกว่าจำนวนนักท่องเที่ยว ด้วยการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาสัมผัสประสบการณ์จริง Thai Unique Local Experience ผ่านแคมเปญ “Amazing Thailand: Open to the New Shades” โดยนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ไม่เหมือนที่ไหนในโลก สัมผัสวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงตามกาลเวลา แต่ยังคงกลิ่นอายความเป็นไทยอย่างสมบูรณ์ คนท้องถิ่นพร้อมแบ่งปันและแลกเปลี่ยนภูมิปัญญาที่สั่งสมอย่างต่อเนื่อง นับเป็นประสบการณ์ที่จะเปิดประสาทสัมผัสของนักท่องเที่ยวทั้งร่างกายจิตใจและจิตวิญญาณ ภายใต้การดำเนินงาน 3 ทิศทางหลัก ประกอบด้วย

1. ขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพในการใช้จ่ายที่มีรายได้ระดับกลาง-บน (รายได้ต่อคน ตั้งแต่ 20,000 เหรียญสหรัฐต่อคนต่อปีขึ้นไป) โดยทำการตลาดในลักษณะ Fragmentation เจาะกลุ่ม นักท่องเที่ยวตามความสนใจเฉพาะบุคคล ได้แก่ กลุ่ม DINKs, LGBTQ, Family, Millennial, นักท่องเที่ยวสตรี และกลุ่ม Active Senior ในพื้นที่ตลาดที่ไม่ได้รับผลกระทบจากปัญหาภาวะเศรษฐกิจ เช่น จีน อินเดีย รัสเซีย สหรัฐอเมริกา ตะวันออกกลาง ฯลฯ ผสมผสานนำเสนอสินค้าและบริการท่องเที่ยวคุณภาพระดับ Premium Mass และหรูหราเหนือความคาดหมาย (Luxury) และเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวความสนใจพิเศษที่ใช้จ่ายสูง ต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มฮันนีมูนและแต่งงาน กลุ่มสุขภาพและความงาม กลุ่มที่สนใจวิถีชีวิตและสิ่งแวดล้อม (Green Tourism) ซึ่งนิยมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Soft Adventure) การท่องเที่ยว ชุมชน และกลุ่มท่องเที่ยวเชิงกีฬา (จักรยาน มาราธอน มวยไทย และไตรกีฬา)

2. เจาะตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยเดินทางมาประเทศไทย (First Visitor) โดยทำการตลาดเชิงรุก ได้แก่ เข้าร่วมงานส่งเสริมการขาย จัดกิจกรรม Road Show เพื่อเจาะตลาดพื้นที่เมืองรอง จัดกิจกรรม Seminar/ Workshop และจัด Fam Trip นำสื่อมวลชน/ผู้ประกอบการมาทดสอบสินค้า รวมถึงการส่งเสริม การจัด Charter Flight จากพื้นที่ตลาดใหม่มายังประเทศไทย นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้แบ่งเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่

2.1 กลุ่มเชิงพื้นที่ (Market Area) เน้นส่งเสริมนักท่องเที่ยวจากพื้นที่ตลาดเกิดใหม่ เช่น ละติน อเมริกา แคนาดา ยุโรปตะวันออก อิหร่าน และกาตาร์ในตะวันออกกลาง รวมถึงพื้นที่เมืองรอง (Tier 2-3 cities) ในตลาดเดิม เช่น เมืองอู่ฮั่น เซี่ยงไฮ้ หนานหนิง ในสาธารณรัฐประชาชนจีน เมืองมิงนิก สตูลการ์ท ดุสเซลดอร์ฟ ในสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีและเกาหลี

2.2 กลุ่มตลาดใหม่ (Segment) ที่มีแนวโน้มเติบโตดี ขนาดตลาดใหญ่ (Market Size) และมี ศักยภาพใช้จ่ายสูง เช่น กลุ่มสตรีในญี่ปุ่น กลุ่ม High End ในสาธารณรัฐประชาชนจีน กลุ่มครอบครัวในกลุ่ม ประเทศอาเซียน กลุ่มเดินทางเพื่อรักษาพยาบาลในประเทศกลุ่ม CLMV กลุ่มมุสลิมในมาเลเซียและอินโดนีเซีย

3. เพิ่มมูลค่าสินค้าการท่องเที่ยวที่ทรงคุณค่า โดย

3.1 เลือกพื้นที่ตั้งแหล่งท่องเที่ยวและบริการทางการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพพร้อมขายและเหมาะสมกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งกลุ่มที่ไม่เคยและเคยเดินทางมาประเทศไทย แล้วทำการ

วิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละตลาด จากนั้นคัดเลือกพื้นที่ที่เหมาะสม โดยใช้เทคนิคทางการตลาดการเสนอขายสินค้า พ่วงกับพื้นที่เมืองหลักหรือเมืองรองข้างเคียง เพื่อสร้างความน่าสนใจของสินค้าการท่องเที่ยว ส่งผลต่อการขยาย ระยะเวลาวันพักและดึงดูดให้เกิดการใช้จ่ายมากขึ้น ตัวอย่างเช่น ตลาดเยอรมันเสนอขายพื้นที่จันทบุรี-ตราด ,สุโขทัย-แพร่-น่าน-ลำปาง ตลาดอิตาลี เสนอขายพื้นที่เมืองรอง สุโขทัย-ลำปาง

3.2 ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวได้ทุกช่วงเวลา (All Year Round Destination) โดยเฉพาะช่วง นอกฤดูการท่องเที่ยว (เดือนพฤษภาคม-มิถุนายน และกันยายน-ตุลาคม) โดยนำเสนอสินค้าการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ได้แก่ กิจกรรมดนตรี กีฬา เทศกาล คาร์นิวัล งานศิลปะ แฟชั่น และงานส่งเสริมการช้อปปิ้ง เพื่อกระตุ้นและเพิ่มความน่าสนใจให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว รวมถึงมูลค่าเพิ่มให้กับแหล่งท่องเที่ยวนอกเหนือ ช่วงเทศกาลหรือฤดูกาลท่องเที่ยว ทั้งนี้ ยังคงตระหนักถึงการบริหาร flow ของการเดินทางและพำนักรในประเทศไทยด้วยเช่นกัน

3.3 ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศในกลุ่มอาเซียน โดยเฉพาะกลุ่ม CLMV จากประสานความร่วมมือกับพันธมิตรในอาเซียนร่วมกันทำตลาดเพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยวจากยุโรปและอเมริกาเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยแบบเชื่อมโยงในเส้นทาง AEC Connectivity ผสมผสานการเดินทาง สัมผัส Local Experience ในพื้นที่เมืองรองของไทยและประเทศเพื่อนบ้าน

ทิศทางการส่งเสริมตลาดในประเทศ (นักท่องเที่ยวชาวไทย)

ททท.เน้นสร้างความเข้มแข็งจากภายใน (Strengthen from within) ให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือที่จะทำให้คนไทยรักและภาคภูมิใจในประเทศไทย สร้างความต้องการมีส่วนร่วมในการดูแลสิ่งแวดล้อมและรักษาเอกลักษณ์ความเป็นไทย โดย ททท. จะเปลี่ยนมุมมองให้เห็นว่าการเที่ยวเมืองไทยนั้นดีกว่าที่เคย ด้วยการเที่ยวแบบลึกซึ้งและเข้าถึงผ่านการมีส่วนร่วมกับคนท้องถิ่นหรือ Local Hero ผู้อนุรักษ์วิถีชีวิต วัฒนธรรม สืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น ถ่ายทอดเรื่องราวสร้างแรงบันดาลใจ และทำให้คนไทยได้รับมุมมองใหม่ จากการเดินทางท่องเที่ยวผ่านแคมเปญสื่อสารการตลาด “Amazing ไทยเท่” ซึ่งเรื่องราวประสบการณ์ การท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาคที่จะนำเสนอเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าทางการท่องเที่ยวนั้นประกอบไปด้วยเรื่องราวศิลปวัฒนธรรมที่บอกเล่าวิถีชาวเหนือ (More Authentic) เรื่องราวอาหารที่ถ่ายทอดวิถีคนอีสาน (More Gastronomy) เรื่องราวมรดกแห่งสยามในภาคกลาง ทั้งศิลปกรรมชั้นสูง การหลอมรวม วัฒนธรรมนานาชาติและวิถีชาวน้ำ (More Legacy) เรื่องราวกิจกรรมแสนสนุกที่จะเต็มสัสนให้ชีวิต ในภาคตะวันออก (More Fun) และเรื่องราวนวัตกรรมและสร้างสรรค์ที่มีรากฐานมาจากวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นในภาคใต้ (More Inspired) ภายใต้การดำเนินงาน 3 ทิศทางหลักประกอบด้วย

1. กระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทย ทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวกระแสหลัก (Gen-Y, Multigeneration Family และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบกิจกรรมไลฟ์สไตล์ ได้แก่ อาหาร กีฬาและดนตรี) และนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย (Silver Age กลุ่มผู้หญิง Millennial Family รวมถึงกลุ่มเฉพาะ และกลุ่มความสนใจพิเศษ อาทิ กลุ่ม Couple และกลุ่มผู้มีรายได้สูง โดยแต่ละภูมิภาคจะดำเนินงาน ด้วยแนวทางที่แตกต่างกัน ดังนี้

1.1 ภาคเหนือจะสร้างแรงบันดาลใจจากการท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูกาลด้วยการสร้างสรรค์ Content “Amazing Stories of the North” นำเสนอแหล่งท่องเที่ยวเรียนรู้ พิพิธภัณฑ

และชุมชนที่บอกเล่า เรื่องราวความเป็นมา ประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมสำหรับกลุ่ม Multi-generation Family และเจาะ กลุ่มผู้หญิง ผู้ชื่นชอบประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและศิลปะผ่านโครงการ “ผ้าม่านเล่าเรื่องเมืองเหนือ” กระตุ้น ความต้องการใช้จ่ายด้วยเรื่องราวผ้าพื้นเมืองที่บอกเล่าวิถีชีวิตอันเป็นเอกลักษณ์ของคนในภูมิภาค

1.2 ปรับภาพลักษณ์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้เป็น Cool I-san ที่ดูทันสมัย เท่และเก๋ไก๋ ด้วยโครงการ “Cool I-san เด้อ” นำเสนออาหารท้องถิ่น งานฝีมือและเทศกาลที่ต่อยอดด้วยความคิด สร้างสรรค์ และขยายฐานกลุ่ม Silver Age ด้วยการเข้าร่วมงานบุญตามประเพณีฮีต 12 คอง 14 รู้จักวิถีชีวิต ของคนอีสานผ่านอาหารในงานประเพณี ปฏิบัติธรรม ชมนานาชาติกรรมและทำกิจกรรม D.I.Y

1.3 ภาคกลางจะเจาะกลุ่มศักยภาพที่ชื่นชอบประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมให้เดินทางสัมผัส ประสบการณ์ย้อนอดีตภายใต้โครงการ “Premium Nostalgia: มรดกแห่งสยาม” เพื่อกระตุ้นการใช้จ่าย โดยนำเสนอสินค้าทางการท่องเที่ยวที่เป็นมรดกตกทอดตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาจนถึงกรุงรัตนโกสินทร์ ทั้งวัด/วัง งานศิลปะชั้นสูงและโครงการพระราชาริ

1.4 ตอกย้ำความมีสีสันของภาคตะวันออกด้วยการนำเสนอ Fun & Creative Activities และยกระดับภาพลักษณ์ภูมิภาคด้วย Gastro-luxperience น าเสนอสินค้า บริการและประสบการณ์ท่องเที่ยว แบบ Luxury ควบคู่กับ Creative Gastronomy ให้กับกลุ่ม Millennial Family ในโครงการ Luxperience @ตะวันออก

1.5 แก้ปัญหานักท่องเที่ยวชาวไทยกระจุกตัวในเมืองหลักด้วยการปรับมุมมอง การรับรู้ใหม่ ว่าภาคใต้ไม่ได้มีดีแค่ทะเลผ่านโครงการ More than You can SEA นำเสนอนวัตกรรมและ ความสร้างสรรค์ ที่พัฒนามาจากรากฐานวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น และขยายฐานตลาดกลุ่ม ศักยภาพเพื่อลดการพึ่งพิง รายได้จากตลาดต่างประเทศ ด้วยการนำเสนอประสบการณ์ท่องเที่ยวครั้งหนึ่ง ในชีวิต (Once-in-a-life Experience)

2. ส่งเสริมการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวสู่พื้นที่รองตามศักยภาพของพื้นที่ผ่านโครงการ “เมืองรอง ต้องลอง” โดยเจาะกลุ่มเป้าหมายตรงกับ Destination Branding เพื่อคัดกรองเฉพาะ นักท่องเที่ยว ที่ชื่นชอบเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นอย่างแท้จริง ทั้งนี้ จะแบ่งเมืองรองเป็น 3 ประเภทตาม ศักยภาพ ได้แก่

2.1 เส้นทางเมืองหลักเชื่อมเมืองรอง (Additional): เชียงใหม่-ลำพูน-ลำปาง ขอนแก่นมหาสารคามและหาดใหญ่-พัทลุง

2.2 เมืองรองศักยภาพ (Brand New): แม่ฮ่องสอน เพชรบูรณ์ อุทัยธานี เลย อุบลราชธานี บุรีรัมย์ สกลนคร จันทบุรี ตราด ราชบุรี สมุทรสงคราม สตูล นครศรีธรรมราช

2.3 เส้นทางเมืองรองเชื่อมเมืองรอง (Combined): สุโขทัย-กำแพงเพชร น่าน-แพร่ อุตรดิตถ์หนองคาย นครพนม-มุกดาหาร สิงห์บุรี-อ่างทอง นราธิวาส-ยะลา-ปัตตานี

3. ผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างใส่ใจสิ่งแวดล้อม เพื่อรักษาและฟื้นฟูทรัพยากรทางท่องเที่ยว ที่สำคัญของท้องถิ่น โดยเฉพาะในพื้นที่ภาคกลางและภาคใต้ ผ่านโครงการ “เมืองไทยสดใส ใส่ใจ สิ่งแวดล้อม - ลด โลก เลอะ” ที่ต้องการฟื้นฟูและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติชายฝั่งทะเลและพื้นที่ลุ่มแม่น้ำ

เพื่อให้การส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวในภาพรวมประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย ททท. จะสานต่อ การทำงานร่วมกับคู่ค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ทั้งต้นน้ำ – กลางน้ำ – ปลายน้ำ ตั้งแต่ชุมชน ท้องถิ่น ภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงธุรกิจเกี่ยวเนื่อง เพื่อสนับสนุน

การสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว พัฒนาความรู้ด้านการตลาด สร้างความเข้มแข็งจากภายใน ให้ชุมชน รวมถึงสร้างสรรค์แนวคิดทางการท่องเที่ยวที่ให้คุณค่าและคำนึงถึงระบบนิเวศ โดยรอบร่วมกับภาครัฐ และเอกชนเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยอย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราช พ.ศ. 2560 – 2564

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราชได้รวบรวมข้อมูลหลักการที่สำคัญของนโยบาย แผนยุทธศาสตร์ กฎหมาย และวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด โดยมีการกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ 3 ประเด็น ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความยั่งยืน เป้าประสงค์ 1) แหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชได้รับการพัฒนาคุณภาพบนพื้นฐานการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม และผ่านเกณฑ์ประเมินมาตรฐาน 2) ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ วัฒนธรรม และสืบสานงานประเพณีท้องถิ่นอันเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดให้คงอยู่ตลอดไป และพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวระดับชุมชนให้สามารถ เชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัด/กลุ่มจังหวัด เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจของจังหวัดและกระจายรายได้สู่ชุมชน 3) นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวทั้งในตัวเมืองและชนบทอย่างสะดวกสบายมากขึ้น ซึ่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังพื้นที่ต่างๆ ในจังหวัดได้กว้างมากขึ้น เพื่อส่งเสริมรายได้และกระจายรายได้ให้กับพื้นที่ต่างๆ ทั่วจังหวัด 4) นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ที่ดีทั้งในด้านความปลอดภัย สุขอนามัย รวมถึงคุณภาพโครงสร้าง พื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก กลยุทธ์/แนวทางการพัฒนา 1) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานและมีศักยภาพเชิงเศรษฐกิจแก่จังหวัด 2) ยกระดับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวให้เป็นแบรนด์การท่องเที่ยวระดับนานาชาติ 3) พัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการท่องเที่ยว 4) พัฒนาและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว 5) พัฒนาและปรับปรุงความปลอดภัยและสุขอนามัยด้านการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวเชิงรุก เป้าหมาย/วัตถุประสงค์ 1) ยกระดับตำแหน่งทางการตลาดจากการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ 2) นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจและเชื่อมั่นในการเดินทางสู่จังหวัดนครศรีธรรมราช กลยุทธ์/แนวทางการพัฒนา 1) ยกระดับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสู่การเป็น Quality Destination 2) ส่งเสริมความร่วมมือทางการตลาดกับภาคส่วนต่างๆ และการใช้เทคโนโลยีในการทำการตลาด

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เป้าหมาย/วัตถุประสงค์ 1) การวางแผนและดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของทุกภาคส่วนอย่างมีการบูรณาการ มีความสอดคล้องและเป็นไปตามทิศทางเดียวกัน 2) ทุกภาคส่วนมีความร่วมมือในการพัฒนาและบริหารการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราช 3) บุคลากรด้านการท่องเที่ยวมีคุณภาพมาตรฐานและจรรยาบรรณ กลยุทธ์/แนวทางการพัฒนา 1) พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและยกระดับผู้ประกอบการ 2) พัฒนาระบบข้อมูลและสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว 3) ส่งเสริมมาตรการเกี่ยวกับการควบคุม/กฎหมายที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัดสุราษฎร์ธานี พ.ศ. 2560 – 2564

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราชได้รวบรวมข้อมูลหลักการที่สำคัญของนโยบาย แผนยุทธศาสตร์ กฎหมาย และวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด โดยมีการกำหนดวิสัยทัศน์ว่า “เป็นองค์กรที่ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการ โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนเพื่อเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน” โดยมีประเด็นยุทธศาสตร์ 5 ประเด็น ดังนี้ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาเครือข่ายบุคลากรสินค้าบริการ กิจกรรมการท่องเที่ยวกีฬา และนันทนาการ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การส่งเสริมสนับสนุนความร่วมมือการท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 การเสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการ

เป้าประสงค์ 1) นโยบายและแผนการท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการสามารถนำไปปฏิบัติได้เป็นรูปธรรมและเกิดผลสัมฤทธิ์ 2) พัฒนาระบบบริหารจัดการองค์กรแบบบูรณาการ 3) การพัฒนาและเสริมสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับบุคลากรเครือข่ายการท่องเที่ยวและกีฬานันทนาการให้เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวม 4) ส่งเสริมและสร้างความร่วมมือด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและกีฬานันทนาการให้เกิดความยั่งยืน 5) เสียประโยชน์จากการท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการอย่างทั่วถึงและมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านการกีฬาและนันทนาการเพิ่มขึ้น 6) พัฒนาระบบบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการอย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการวิเคราะห์ยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว

ผลการศึกษาวิเคราะห์นโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า การท่องเที่ยวอีกหนึ่งยุทธศาสตร์ที่สำคัญของประเทศไทย ทั้งนี้ สามารถวิเคราะห์นโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวทาง ตามกรอบการวิเคราะห์แบบ SWOT ได้ดังนี้

1. นโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศไทย มีจุดแข็ง คือ นโยบายด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยทุกหน่วยงานมุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวในทุกองค์ประกอบของการท่องเที่ยว (4As) ประกอบด้วย องค์ประกอบที่ 1 การพัฒนาด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) เกิดจากสถานที่ (Site) หรือเหตุการณ์ (Event) ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดของทรัพยากรท่องเที่ยวในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังมเยือนสถานที่นั้น ๆ ส่งผลให้เกิดการวางแผนและส่งเสริมให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวตลอดจนอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวภายในประชาคมอาเซียนสามารถเดินทางถึงกันได้สะดวกยิ่งขึ้น องค์ประกอบที่ 2 การพัฒนาเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) คือ ต้องมีเส้นทางโครงข่ายขนส่งที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้น ตลอดจนสามารถติดต่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียงได้ องค์ประกอบที่ 3 อำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) บริการกับท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนให้ได้รับความสุขสบายและประทับใจ และองค์ประกอบที่ 4 การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) เป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่เอื้อให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ

ประกอบด้วย การบริหารจัดการและการปฏิบัติการ ซึ่งหมายรวมถึงเรื่องการตลาด ระบบข้อมูลข่าวสาร การประสานงาน การส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว นโยบายการท่องเที่ยว การวางแผนอำนวยความสะดวกเพื่อจัดการการท่องเที่ยว และความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

2. นโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศไทย มีจุดอ่อน คือ ยังไม่มีนโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยตรง ทั้งที่จังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีอัตลักษณ์อาหารที่มีความโดดเด่น สามารถให้เป็นสิ่งดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ได้ และวัฒนธรรมการบริโภคอาหารสามารถยกระดับแนวทางการบริหารจัดการให้เป็นสิ่งดึงดูดหลักในการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในภาคใต้ได้

3. นโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศไทย มีโอกาสคือ การที่นโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวมีการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ส่งผลประการหนึ่งที่สำคัญคือ เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวจำนวนมากเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

4. นโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศไทย มีอุปสรรคคือ การที่นโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ขาดความต่อเนื่องในการดำเนินการ เนื่องจากปัญหาทางการเมืองจะเห็นได้ว่าที่ผ่านมาการที่ปัญหาทางการเมืองของประเทศไทย ซึ่งในหลายกรณีส่งกระทบความการพัฒนาความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านถือเป็นอุปสรรคที่จะพัฒนาความร่วมมือและการดำเนินนโยบายให้มีความต่อเนื่อง รวมทั้งยังขาดการให้ความสำคัญต่อการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 2 การเก็บรวบรวมโดยการสัมภาษณ์เพื่อวิเคราะห์ จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้มีส่วนได้เสีย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่วนเสริมการท่องเที่ยวรวมทั้งภาคเอกชน นำมาสรุปประเด็นเพื่อวิเคราะห์ถึงจุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) โดยมีกรอบแนวความคิดว่า หากเป็นการพิจารณาประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมภายในจะเป็นการค้นหาจุดแข็งและจุดอ่อน แต่หากเป็นการพิจารณาเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมภายนอกก็จะเป็นเรื่องการระบุโอกาสและอุปสรรค จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครราชสีมา มีดังนี้

การวิเคราะห์ SWOT ของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครราชสีมา

จุดแข็ง (Strengths)

- 1) จังหวัดนครราชสีมามีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ทั้งหาดทราย ชายทะเล อ่าว ภูเขา นาและป่า
- 2) จังหวัดนครราชสีมามีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี และบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่มีชื่อเสียง เช่น วัดพระ มหาธาตุวรมหาวิหาร วัดเจติยโสโฆ ประเพณีแห่ผ้าขึ้นธาตุ งานบุญสารทเดือนสิบ

- 3) จังหวัดนครศรีธรรมราชมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีชื่อเสียง ได้แก่ ไร่องามสุข คีรีวง ชิมวงศ์ฟาร์ม เป็นต้น
- 4) จังหวัดนครศรีธรรมราชมีอาหารที่เป็นอัตลักษณ์และมีชื่อเสียงของแต่ละท้องถิ่น เช่น ขนมจีนเมืองนคร น้ำชา โรตีสายดำ ข้าวแกงพื้นบ้านที่มีรสชาติอาหารพื้นเมืองที่โดดเด่น มีรสชาติ จัดจ้าน
- 5) ผักพื้นบ้านที่เป็นเครื่องเคียงอาหารประเภท ข้าวแกงและขนมจีน มีความหลากหลาย และ คุณประโยชน์ทางด้านสมุนไพร จึงสามารถ สร้างความโดดเด่นให้อาหารพื้นบ้านของ จังหวัด นครศรีธรรมราช
- 6) จังหวัดนครศรีธรรมราชมีร้านอาหารจำนวนมาก และกระจายอยู่ทั่วไป
- 7) จังหวัดนครศรีธรรมราชมีตลาดที่จำหน่ายอาหารที่หลากหลาย เช่น ตลาดหน้าพระธาตุ ตลาดสวนสร้างบุญ ตลาดย้อนยุคปากพนัง ตลาดริมน้ำเขียวใหญ่ ตลาดริมคลองหัวไทร

จุดอ่อน (Weaknesses)

- 1) จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแหล่งค่อนข้างไกล ต้องใช้เวลาเดินทางนานและการขนส่งสาธารณะยังไม่สะดวก รวมทั้งขาดการเชื่อมโยง
- 2) การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารยังไม่หลากหลาย
- 3) ขาดการรวบรวมข้อมูลและแหล่งให้บริการร้านอาหาร และข้อมูลด้านอาหารที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นจังหวัดนครศรีธรรมราช
- 4) บุคลากรด้านการท่องเที่ยวยังขาดทักษะและความพร้อมในการให้บริการ (Service Mind) รวมทั้งทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ
- 5) ขาดแคลนบุคลากรในท้องถิ่นที่ชำนาญด้านการท่องเที่ยว
- 6) การตกแต่งของร้านอาหารไม่มีความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นภาคใต้ และยังไม่มีเมนูภาษาอังกฤษไว้รองรับลูกค้าต่างชาติ
- 7) สิ่งอำนวยความสะดวกคือ ที่พักและโรงแรม รองรับนักท่องเที่ยวไม่หลากหลาย

โอกาส (Opportunities)

- 1) นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช และส่วนใหญ่นิยมมาท่องเที่ยวซ้ำ
- 2) การส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐผ่านนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ททท. ไทยเที่ยวไทย เก้ไก๋ สไตล์ลิคซิ่ง ทำให้นักท่องเที่ยวมีจำนวนมากขึ้น
- 3) การเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวมากขึ้น ปัจจัยที่สนับสนุน คือ มีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์ มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี และแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนที่มีชื่อเสียง
- 4) กระแสนิยมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพทำให้อาหารพื้นเมืองได้รับความนิยม
- 5) มื้อที่นักท่องเที่ยวนิยมรับประทานอาหาร พื้นเมืองเป็นมื้อเที่ยง ซึ่งจังหวัดนครศรีธรรมราชมีอาหารพื้นเมืองที่หลากหลาย

อุปสรรค (Threats)

- 1) ปัญหาเศรษฐกิจโลก ทำให้นักท่องเที่ยวลดลง
- 2) ปัญหาเสถียรภาพทางการเมือง ทำให้ไม่มีความเชื่อมั่นในการเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย และส่งผลต่อนโยบายด้านการท่องเที่ยว
- 3) มีคู่แข่งด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารจากจังหวัด ใกล้เคียงคือจังหวัดสุราษฎร์ธานี
- 4) ฤดูฝนที่ยาวนานและมีการเปลี่ยนแปลงทำให้ส่งผลต่อการวางแผนการเดินทางของ นักท่องเที่ยว
- 5) วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอาหารที่มีอัตลักษณ์ ไม่สามารถผลิตอาหารได้ทุกฤดูกาล

ตารางที่ 4.1 ตาราง SWOT Matrix ของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราช

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
(S1) จังหวัดนครศรีธรรมราชมีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ทั้งหาดทราย ชายทะเล อ่าว ภูเขา นาและป่า (S2) จังหวัดนครศรีธรรมราชมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี และบุขาลึงค์ศักดิ์สิทธิ์ที่มีชื่อเสียง เช่น วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร วัดเจดีย์ไถ่ไข ประเพณี แห่ผ้าขึ้นธาตุ สารทเดือนสิบ (S3) จังหวัดนครศรีธรรมราชมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีชื่อเสียง ได้แก่ ไร่เกษมสุข ศิริวงศ์ ชิมวงศ์ฟาร์ม (S4) จังหวัดนครศรีธรรมราชมีอาหารที่เป็นอัตลักษณ์และมีชื่อเสียงของแต่ละท้องถิ่น เช่น ขนมจีนเมืองนคร น้ำชา โรตีสี ข้าวยา ข้าวแกงพื้นบ้านที่มีรสชาตอาหารพื้นเมืองที่โดดเด่น มีรสชาติ จัดจ้าน (S5) ผักพื้นบ้านที่เป็นเครื่องเคียงอาหารประเภท ข้าวแกงและขนมจีน มีความหลากหลายและ คุณประโยชน์ ทางด้านสมุนไพร จึงสามารถสร้างความโดดเด่นให้อาหารพื้นบ้านของ จังหวัดนครศรีธรรมราช (S6) จังหวัดนครศรีธรรมราชมีร้านอาหารจำนวนมาก และกระจายอยู่ทั่วไป (S7) จังหวัดนครศรีธรรมราชมีตลาดที่จำหน่ายอาหารที่หลากหลาย เช่น ตลาดหน้าพระธาตุ ตลาดสวนสร้างบุญ ตลาด ย่อนยุคปากพนัง ตลาดริมน้ำเขียวใหญ่ ตลาดริมคลองหัวไทร	(W1) จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแหล่งค่อนข้างไกล ต้องใช้เวลาเดินทางนานและการขนส่งสาธารณะยังไม่สะดวก รวมทั้งขาดการเชื่อมโยง (W2) การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารยังไม่หลากหลาย (W3) ขาดการรวบรวมข้อมูลและแหล่งให้บริการ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องด้านอาหารที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น (W4) บุคลากรด้านการท่องเที่ยวยังขาดทักษะและความพร้อมในการให้บริการ (Service Mind) รวมทั้งทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ (W5) ขาดแคลนบุคลากรในท้องถิ่นที่ชำนาญด้านการท่องเที่ยว (W6) การตกแต่งของร้านอาหารไม่มีความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นภาคใต้ และยังไม่มีความภาษาอังกฤษไว้วางรับลูกค้าต่างชาติ (W7) สิ่งอำนวยความสะดวกคือ ที่พักและโรงแรม รองรับนักท่องเที่ยวไม่หลากหลาย
โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
(O1) นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช และส่วนใหญ่นิยมมาท่องเที่ยวซ้ำ (O2) การส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐผ่านนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ททท. ไทยเที่ยวไทย เก้ไก๋ สไตร์ลิ่งซิ่ง ทำให้นักท่องเที่ยวมีจำนวนมากขึ้น (O3) การเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวมากขึ้น ปัจจัยที่สนับสนุน คือ มีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์ มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี และแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนที่มีชื่อเสียง (O4) กระแสนิยมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพทำให้อาหารพื้นเมืองได้รับความนิยม (O5) มื้อที่นักท่องเที่ยวนิยมรับประทานอาหาร พื้นเมืองเป็นมื้อเที่ยง ซึ่งจังหวัดนครศรีธรรมราช มีอาหารพื้นเมืองที่หลากหลาย	(T1) ปัญหาเศรษฐกิจโลก ทำให้นักท่องเที่ยวลดลง (T2) ปัญหาเสถียรภาพทางการเมือง ทำให้ไม่มีความเชื่อมั่นในการเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย และส่งผลต่อนโยบายด้านการท่องเที่ยว (T3) มีคู่แข่งด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารจากจังหวัด ใกล้เคียงคือจังหวัดสุราษฎร์ธานี (T4) ฤดูฝนที่ยาวนานและมีการเปลี่ยนแปลงทำให้ส่งผลต่อการวางแผนการเดินทางของนักท่องเที่ยว (T5) วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอาหารที่มีอัตลักษณ์ ไม่สามารถผลิตอาหารได้ทุกฤดูกาล

การวิเคราะห์ SWOT ของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

จุดแข็ง (Strengths)

- 1) จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่สามารถดึงดูด นักท่องเที่ยวได้ทั้ง หาดทราย ชายทะเล เกาะ อ่าว ภูเขา นา และป่า ที่มีชื่อเสียงเป็น Word Destination ของนักท่องเที่ยวทั่วโลก เช่น เกาะสมุย เกาะพะงัน เกาะเต่า เกาะนางยวน เขื่อนรัชชประภา และอุทยานแห่งชาติเขาสก
- 2) จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประเพณีที่มี ชื่อเสียง เช่นพระบรมธาตุไชยา สวนโมกขพลาราม และประเพณีชักพระ
- 3) จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีชื่อเสียง ได้แก่ สวน สละอาทิตย์ ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงลุง ประสงค์ สิมมานะฟาร์มและฟาร์มรักฟาร์ม เมล่อน
- 4) จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีอาหารที่เป็นอัตลักษณ์และมีชื่อเสียงของแต่ละ ท้องถิ่น เช่น ผัดไทยไข่เค็ม หอยนางรม ปูม้า ปลา เชื้อน และอาหารทะเลพื้นบ้านของเกาะสมุย
- 5) จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวิถีชุมชนที่มีความโดดเด่น ด้านอาหาร เช่น หาหอยที่เกาะเสร็จ แบบบุคกั้ง การทำไข่เค็ม
- 6) จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีแหล่งวัตถุดิบอาหารทางธรรมชาติที่มีชื่อเสียงและ หลากหลาย เช่น หอย ปู ปลาเชื้อน เงาะโรงเรียนนาสาร มังคุดทุเรียน
- 7) จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีตลาดที่จำหน่ายอาหารที่หลากหลาย เช่น ตลาด น้ำประชารัฐ ตลาดน้ำ อบจ. ตลาดศาลเจ้า ถนนคนเดินพุมเรียงและตลาด Fisherman Village
- 8) จังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นศูนย์กลางการคมนาคมภาคใต้ตอนบน สามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวพื้นที่ฝั่งอ่าวไทยและทะเลอันดามันได้ และมีสนามบินนานาชาติ 2 แห่งคือที่อำเภอฟุนพินและอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- 9) มีที่พักและโรงแรมรองรับนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย

จุดอ่อน (Weaknesses)

- 1) การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารยังไม่หลากหลาย
- 2) ขาดการรวบรวมข้อมูลและแหล่งให้บริการ และข้อมูลด้านอาหารที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นจังหวัดสุราษฎร์ธานี
- 3) บุคลากรด้านการท่องเที่ยวยังขาดทักษะและความพร้อมในการให้บริการ (Service Mind) รวมทั้งทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ
- 4) ขาดแคลนบุคลากรในท้องถิ่นที่ชำนาญด้านการท่องเที่ยว
- 5) การตกแต่งของร้านอาหารไม่มีความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นภาคใต้ และยังไม่มีเมนูภาษาอังกฤษไว้รองรับลูกค้าต่างชาติ

โอกาส (Opportunities)

- 1) นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีมากขึ้นเนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในระดับโลก (แนวโน้มนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นทุกปี)
- 2) นักท่องเที่ยวชื่นชอบรสชาติอาหารแบบกลมกล่อมซึ่งจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีอาหารพื้นเมืองที่รสชาติกลมกล่อม ทำให้นักท่องเที่ยวชื่นชอบ
- 3) กระแสนิยมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพทำให้อาหารพื้นเมืองได้รับความนิยม
- 4) มื้อที่นักท่องเที่ยวนิยมรับประทานอาหาร พื้นเมืองเป็นมื้อเที่ยง ซึ่งจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีอาหารพื้นเมืองที่หลากหลายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐผ่านนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ททท. ไทยเที่ยวไทย เก้เก้ สไตลส์ซึ่ง ทำให้นักท่องเที่ยวมีจำนวนมากขึ้น
- 5) การเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวมากขึ้น ปัจจัยที่สนับสนุน คือ มีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์ มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี และแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนที่มีชื่อเสียง

อุปสรรค (Threats)

- 1) ภาวะเศรษฐกิจโลก ทำให้นักท่องเที่ยวลดลง
- 2) ปัญหาเสถียรภาพทางการเมือง ทำให้ไม่มีความเชื่อมั่นในการเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย และส่งผลต่อนโยบายด้านการท่องเที่ยว
- 3) มีคู่แข่งด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารจากจังหวัด ใกล้เคียงคือจังหวัดนครศรีธรรมราช
- 4) ฤดูฝนที่ยาวนานและการเปลี่ยนแปลงทำให้ส่งผลต่อการวางแผนการเดินทางของนักท่องเที่ยว
- 5) วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอาหารที่มีอัตลักษณ์ ไม่สามารถผลิตอาหารได้ทุกฤดูกาล

ตารางที่ 4.2 ตาราง SWOT Matrix ของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
(S1) จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่สามารถดึงดูด นักท่องเที่ยวได้ทั้ง หาดทราย ชายทะเล เกาะ อ่าว ภูเขา นา และป่า ที่มีชื่อเสียงเป็น Word Destination ของนักท่องเที่ยวทั่วโลก เช่น เกาะสมุย เกาะพะงัน เกาะเต่า เกาะนางยวน เชื่อนรัชชประภา และเขาสก (S2) จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประเพณีที่มี ชื่อเสียง เช่นพระบรมธาตุไชยา สวน โมกขพลาราม และประเพณีชักพระ (S3) จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีชื่อเสียง ได้แก่ สวน สละอาทิตย์ ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงลุง ประสงค์ สินมานะฟาร์มและฟาร์มรักฟาร์ม เมล่อน (S4) จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีอาหารที่เป็นอัตลักษณ์และมีชื่อเสียงของแต่ละ ท้องถิ่น เช่น ผัดไทย ไข่เค็ม หอยนางรม ปูม้า ปลา เชื้อน และอาหารทะเลพื้นบ้านของเกาะสมุย (S5) จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวิถีชุมชนที่มีความโดดเด่น ด้านอาหาร เช่น หาดหอยที่เกาะเสร็จ แบบบุคกั้ง การทำไข่เค็ม (S6) จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีแหล่งวัตถุดิบอาหารทางธรรมชาติที่มีชื่อเสียงและ หลากหลาย เช่น หอย ปู ปลา เชื้อน เงาะโรงเรียนนา สาร มังคุด ทุเรียน (S7) จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีตลาดที่จำหน่ายอาหารที่หลากหลาย เช่น ตลาด น้ำประชารัฐ ตลาดน้ำ อบจ. ตลาด ศาลเจ้า ถนนคนเดินพุมเรียงและตลาด Fisherman Village (S8) จังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นศูนย์กลางการคมนาคมภาคใต้ตอนบน สามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวพื้นที่ฝั่งอ่าวไทยและทะเลอันดามันได้ และมีสนามบินนานาชาติ 2 แห่งคือที่สุราษฎร์ธานีและเกาะสมุย (S9) มีที่พักและโรงแรมรองรับนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย	(W1) การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารยังไม่หลากหลาย (W2) ขาดการรวบรวมข้อมูลและแหล่งให้บริการ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องด้านอาหารที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น (W3) บุคลากรด้านการท่องเที่ยวยังขาดทักษะและความพร้อมในการให้บริการ (Service Mind) รวมทั้งทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ (W4) ขาดแคลนบุคลากรในท้องถิ่นที่ชำนาญด้านการท่องเที่ยว (W5) การตกแต่งของร้านอาหารไม่มีความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นภาคใต้ และยังไม่มีเมนูภาษาอังกฤษไว้รองรับลูกค้าต่างชาติ
โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
(O1) นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีมากขึ้นเนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในระดับโลก (แนวโน้มนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นทุกปี) (O2) นักท่องเที่ยวชื่นชอบรสชาติอาหารแบบกลมกล่อมซึ่งจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีอาหารพื้นเมืองที่รสชาติกลม	(T1) ภาวะเศรษฐกิจโลก ทำให้นักท่องเที่ยวลดลง (T2) ปัญหาเสถียรภาพทางการเมือง ทำให้ไม่มีความเชื่อมั่นในการเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย และส่งผลต่อนโยบายด้านการท่องเที่ยว

กลุ่ม ทำให้นักท่องเที่ยวชื่นชอบ (O3) กระแสนิยมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพทำให้อาหารพื้นเมืองได้รับความนิยม (O4) มื้อที่นักท่องเที่ยวนิยมรับประทานอาหาร พื้นเมืองเป็นมื้อเที่ยง ซึ่งจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีอาหารพื้นเมืองที่หลากหลายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐผ่านนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ททท. ไทยเที่ยวไทย เก้ไก่ สโตล์ลิ่งซิ่ง ทำให้นักท่องเที่ยวมีจำนวนมากขึ้น (O5) การเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวมากขึ้น ปัจจัยที่สนับสนุน คือ มีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์ มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี และแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนที่มีชื่อเสียง	(T3) มีคู่แข่งชั้นการท่องเที่ยวเชิงอาหารจากจังหวัด ใกล้เคียงคือจังหวัดนครศรีธรรมราช (T4) ฤดูฝนที่ยาวนานและการเปลี่ยนแปลงทำให้ส่งต่อการวางแผนการเดินทางของนักท่องเที่ยว (T5) วัตถุประสงค์ที่ใช้ในการผลิตอาหารที่มีอัตลักษณ์ ไม่สามารถผลิตอาหารได้ทุกฤดูกาล
---	--

จากตารางที่ 4.1 และ 4.2 การพิจารณาเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมภายใน (Internal Factors) และสิ่งแวดล้อมภายนอก (External Factors) เพื่อระบุ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารของทั้งสองจังหวัดมีความคล้ายคลึงกันมากคือ จุดแข็ง ประกอบด้วย 1) มีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ 2) มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3) มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 4) มีอาหารที่เป็นอัตลักษณ์และมีชื่อเสียงของแต่ละท้องถิ่น 5) ผักพื้นบ้านมีความหลากหลาย 6) มีร้านอาหารเพียงพอ 7) มีตลาดที่จำหน่ายเพียงพอ ทั้งนี้จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีความได้เปรียบคือมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็น Word Destination ของนักท่องเที่ยวทั่วโลกและเป็นจังหวัดที่เป็นศูนย์ในการคมนาคมขนส่งในภาคใต้ตอนบน จุดอ่อน ประกอบด้วย 1) ขนส่งสาธารณะยังไม่สะดวก 2) การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารยังไม่หลากหลาย 3) ขาดการบริการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ของท้องถิ่น 4) บุคลากรด้านการท่องเที่ยวยังขาดทักษะและความพร้อม 5) ขาดแคลนบุคลากรในท้องถิ่นที่ชำนาญด้านการท่องเที่ยว 6) การตกแต่งของร้านอาหารไม่มีความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นภาคใต้ 7) ด้านที่พักและโรงแรมยังมีน้อยในจังหวัดนครศรีธรรมราชยังมีน้อย โอกาส ประกอบด้วย 1) นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยว 2) มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐ 3) การเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวมากขึ้น 4) อาหารพื้นเมืองได้รับความนิยมมากขึ้น 5) นักท่องเที่ยวนิยมรับประทานอาหารมือเที่ยงซึ่งจังหวัดนครศรีธรรมราชมีอาหารเที่ยงที่หลากหลาย สำหรับการศึกษาค้นคว้า จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า มีความใกล้เคียงกับจังหวัดนครศรีธรรมราช แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีมี 6 ด้าน ประกอบด้วย ด้านเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น ด้านคุณภาพของอาหารท้องถิ่น ด้านราคา ด้านการบริการ ด้านลักษณะของร้านอาหารพื้นเมือง และด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์ตามลำดับขั้น (Analysis Hierarchy Process)

การวิเคราะห์เพื่อตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด (Best Alternative) โดยแบ่งองค์ประกอบของจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ออกมาเป็นส่วน ๆ และจัดแจงใหม่ให้อยู่ในรูปของแผนภูมิลำดับขั้น ต่อจากนั้นกำหนดตัวเลขที่เกิดจากการวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของแต่ละเกณฑ์ และสังเคราะห์ (Synthesis) จากตัวเลขของการวินิจฉัยนั้น เพื่อที่จะคำนวณดูว่าเกณฑ์หรือทางเลือกอะไรที่มีค่าลำดับความสำคัญสูงสุดและมีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของการแก้ปัญหาในอย่างไร กระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับขั้นเป็นการนำเอาความคิดความรู้สึกที่เป็นนามธรรมนำมาให้ค่าน้ำหนักโดยใช้ตัวเลขแทนค่า เพื่อให้เห็นเป็นรูปธรรม ซึ่งมีผลการศึกษา ดังนี้

การวิเคราะห์ตามลำดับขั้น (Analysis Hierarchy Process) ของ SWOT การท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราช

ตารางที่ 4.3 การวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของแต่ละเกณฑ์ของจุดแข็งของการท่องเที่ยวใน
จังหวัดนครศรีธรรมราช

Strengths	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	รวม
S1	1.000	3.533	2.467	5.000	3.533	3.533	3.400	22.467
S2	0.283	1.000	1.933	4.600	3.200	3.000	3.000	17.016
S3	0.405	0.517	1.000	4.333	6.933	2.533	3.000	18.723
S4	0.200	0.217	0.231	1.000	3.667	1.733	1.400	8.448
S5	0.283	0.313	0.144	0.273	1.000	1.000	2.667	5.679
S6	0.283	0.333	0.395	0.577	1.000	1.000	1.133	4.721
S7	0.294	0.333	0.333	0.714	0.375	0.882	1.000	3.932
รวม	2.749	6.247	6.503	16.497	19.708	13.682	15.600	

ตารางที่ 4.4 การคำนวณค่า Eigenvector ของแต่ละเกณฑ์ของจุดแข็งของการท่องเที่ยวในจังหวัด
นครศรีธรรมราช

Strengths	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	รวม	ค่าเฉลี่ย
S1	0.364	0.566	0.379	0.303	0.179	0.258	0.218	2.267	0.324
S2	0.103	0.160	0.297	0.279	0.162	0.219	0.192	1.413	0.202
S3	0.147	0.083	0.154	0.263	0.352	0.185	0.192	1.376	0.197
S4	0.073	0.035	0.035	0.061	0.186	0.127	0.090	0.606	0.087
S5	0.103	0.050	0.022	0.017	0.051	0.073	0.171	0.486	0.069
S6	0.103	0.053	0.061	0.035	0.051	0.073	0.073	0.448	0.064
S7	0.107	0.053	0.051	0.043	0.019	0.064	0.064	0.403	0.058
รวม	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000		1.000
C.R = 0.087									

จากตารางที่ 4.3 เป็นการสร้างเมทริกซ์ที่ใช้แสดงการเปรียบเทียบเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจเป็นรายคู่ พบว่า พื้นที่สีเทาเป็นค่าตัวเลขที่ได้มาจากผู้เชี่ยวชาญ 15 ราย เป็นผู้ประเมินสำหรับช่องที่เป็นสีขาวยุติจะใส่ค่าเองโดยค่าเป็นส่วนกลับของเกณฑ์ที่จับคู่เหมือนกัน โดยค่าตัวเลขต่าง ๆ ที่เติมลงในตารางประกอบด้วยในแนวเส้นทแยงมุมประกอบด้วยเลข 1 เท่านั้นเนื่องจากเป็นจุดที่เกณฑ์แต่ละตัวเปรียบเทียบเปรียบเทียบกับตัวเองและพื้นที่ส่วนที่อยู่เหนือเส้นทแยงมุมจะเป็นตัวเปรียบเทียบระหว่างเกณฑ์ 2 เกณฑ์จากนั้นในตารางที่ 4.4 เป็นการคำนวณหาค่าน้ำหนักเกณฑ์

คณะผู้วิจัยทำการตรวจสอบความสอดคล้องกันของเหตุผลว่าค่าเปรียบเทียบเกณฑ์ของผู้เชี่ยวชาญซึ่งนำไปคำนวณค่า Eigenvector มีความสมเหตุสมผลหรือไม่ถ้า C.R. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.1 แสดงว่าค่าปัจจัยมีความสอดคล้องกันสามารถนำ Eigenvector ไปใช้เป็นค่าน้ำหนักได้ หาก C.R. มากกว่า 0.1 แสดงว่าค่าปัจจัยไม่มีความสอดคล้องกันหรือต้องปรับค่าปัจจัยใหม่ ทั้งนี้จากตาราง 4.4 พบว่า ค่า C.R = 0.087 แสดงว่า ค่าปัจจัยมีความสอดคล้องกัน

ตารางที่ 4.5 การวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของแต่ละเกณฑ์ของจุดอ่อนของการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช

Weaknesses	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7	รวม
W1	1.000	1.133	2.333	3.267	1.133	1.133	1.000	11.000
W2	0.882	1.000	3.133	3.000	3.000	2.867	2.933	16.816
W3	0.429	0.319	1.000	1.000	3.000	2.533	3.000	11.281
W4	0.306	0.333	1.000	1.000	3.667	1.733	1.400	9.439
W5	0.882	0.333	0.333	0.273	1.000	1.000	2.667	6.488
W6	0.882	0.349	0.395	0.577	1.000	1.000	1.000	5.203
W7	1.000	0.341	0.333	0.714	0.375	1.000	1.000	4.764
รวม	5.382	3.809	8.528	9.831	13.175	11.267	13.000	

ตารางที่ 4.6 การคำนวณค่า Eigenvector ของแต่ละเกณฑ์ของจุดอ่อนของการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช

Weaknesses	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7	รวม	ค่าเฉลี่ย
W1	0.186	0.298	0.274	0.332	0.086	0.101	0.077	1.353	0.193
W2	0.164	0.263	0.367	0.305	0.228	0.254	0.226	1.807	0.258
W3	0.080	0.084	0.117	0.102	0.228	0.225	0.231	1.066	0.152
W4	0.057	0.088	0.117	0.102	0.278	0.154	0.108	0.903	0.129
W5	0.164	0.088	0.039	0.028	0.076	0.089	0.205	0.688	0.098
W6	0.164	0.092	0.046	0.059	0.076	0.089	0.077	0.602	0.086
W7	0.186	0.090	0.039	0.073	0.028	0.089	0.077	0.581	0.083
รวม	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000		1.000
C.R = 0.087									

จากตารางที่ 4.5 เป็นการสร้างเมทริกซ์ที่ใช้แสดงการเปรียบเทียบเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจเป็นรายคู่ พบว่า พื้นที่สีเทาเป็นค่าตัวเลขที่ได้มาจากผู้เชี่ยวชาญ 15 ราย เป็นผู้ประเมินสำหรับช่องที่เป็นสีขาวยุติจะใส่ค่าเองโดยค่าเป็นส่วนกลับของเกณฑ์ที่จับคู่เหมือนกัน โดยค่าตัวเลขต่าง ๆ ที่เติมลงในตารางประกอบด้วยในแนวเส้นทแยงมุมประกอบด้วยเลข 1 เท่านั้นเนื่องจากเป็นจุดที่เกณฑ์แต่ละตัวเปรียบเทียบเปรียบเทียบกับตัวเองและพื้นที่ส่วนที่อยู่เหนือเส้นทแยงมุมจะเป็นตัวเปรียบเทียบระหว่างเกณฑ์ 2 เกณฑ์จากนั้นในตารางที่ 4.6 เป็นการคำนวณหาค่าน้ำหนักเกณฑ์

คณะผู้วิจัยทำการตรวจสอบความสอดคล้องกันของเหตุผลว่าค่าเปรียบเทียบเกณฑ์ของผู้เชี่ยวชาญซึ่งนำไปคำนวณค่า Eigenvector มีความสมเหตุสมผลหรือไม่ถ้า C.R. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.1 แสดงว่าค่าปัจจัยมีความสอดคล้องกันสามารถนำ Eigenvector ไปใช้เป็นค่าน้ำหนักได้ หาก C.R. มากกว่า 0.1 แสดงว่าค่าปัจจัยไม่มีความสอดคล้องกันหรือต้องปรับค่าปัจจัยใหม่ ทั้งนี้จากตาราง 4.6 พบว่า ค่า C.R = 0.087 แสดงว่า ค่าปัจจัยมีความสอดคล้องกัน

ตารางที่ 4.7 การวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของแต่ละเกณฑ์ของโอกาสของการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช

Opportunities	O1	O2	O3	O4	O5	รวม
O1	1.000	1.000	3.000	2.533	3.000	10.533
O2	1.000	1.000	3.667	1.733	1.400	8.800
O3	0.333	0.273	1.000	1.000	2.667	5.273
O4	0.395	0.714	0.375	1.000	1.000	3.484
O5	0.333	0.714	0.375	1.000	1.000	3.423
รวม	3.061	3.701	8.417	7.267	9.067	

ตารางที่ 4.8 การคำนวณค่า Eigenvector ของแต่ละเกณฑ์ของโอกาสของการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช

Opportunities	O1	O2	O3	O4	O5	รวม	ค่าเฉลี่ย
O1	0.327	0.270	0.356	0.349	0.331	1.633	0.327
O2	0.327	0.270	0.436	0.239	0.154	1.425	0.285
O3	0.109	0.074	0.119	0.138	0.294	0.733	0.147
O4	0.129	0.193	0.045	0.138	0.110	0.614	0.123
O5	0.109	0.193	0.045	0.138	0.110	0.594	0.119
รวม	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000		1.000
C.R = 0.057							

จากตารางที่ 4.7 เป็นการสร้างเมทริกซ์ที่ใช้แสดงการเปรียบเทียบเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจเป็นรายคู่ พบว่า พื้นที่สีเทาเป็นค่าตัวเลขที่ได้มาจากผู้เชี่ยวชาญ 15 ราย เป็นผู้ประเมินสำหรับช่องที่เป็นสีขาว คณะผู้วิจัยจะใส่ค่าเองโดยค่าเป็นส่วนกลับของเกณฑ์ที่จับคู่เหมือนกัน โดยค่าตัวเลขต่าง ๆ ที่เติมลงในตารางประกอบด้วยในแนวเส้นทแยงมุมประกอบด้วยเลข 1 เท่านั้นเนื่องจากเป็นจุดที่เกณฑ์แต่ละตัวเปรียบเทียบเปรียบเทียบกับตัวเองและพื้นที่ส่วนที่อยู่เหนือเส้นทแยงมุมจะเป็นตัวเปรียบเทียบระหว่างเกณฑ์ 2 เกณฑ์จากนั้นในตารางที่ 4.8 เป็นการคำนวณหาค่าน้ำหนักเกณฑ์

คณะผู้วิจัยทำการตรวจสอบความสอดคล้องกันของเหตุผลว่าค่าเปรียบเทียบเกณฑ์ของผู้เชี่ยวชาญซึ่งนำไปคำนวณค่า Eigenvector มีความสมเหตุสมผลหรือไม่ถ้า C.R. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.1 แสดงว่าค่าปัจจัยมีความสอดคล้องกันสามารถนำ Eigenvector ไปใช้เป็นค่าน้ำหนักได้ หาก C.R. มากกว่า 0.1 แสดงว่าค่าปัจจัยไม่มีความสอดคล้องกันหรือต้องปรับค่าปัจจัยใหม่ ทั้งนี้จากตาราง 4.8 พบว่า ค่า C.R = 0.057 แสดงว่า ค่าปัจจัยมีความสอดคล้องกัน

ตารางที่ 4.9 การวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของแต่ละเกณฑ์ของอุปสรรคของการท่องเที่ยวใน
จังหวัดนครศรีธรรมราช

Threat	T1	T2	T3	T4	T5	รวม
T1	1.000	1.000	3.533	3.533	3.267	12.333
T2	1.000	1.000	3.667	1.933	1.400	9.000
T3	0.283	0.273	1.000	1.000	2.400	4.956
T4	0.283	0.714	0.417	1.000	1.000	3.414
T5	0.306	0.714	0.417	1.000	1.000	3.437
รวม	2.872	3.701	9.033	8.467	9.067	

ตารางที่ 4.10 การคำนวณค่า Eigenvector ของแต่ละเกณฑ์ของอุปสรรคของการท่องเที่ยวในจังหวัด
นครศรีธรรมราช

Threat	T1	T2	T3	T4	T5	รวม	ค่าเฉลี่ย
T1	0.348	0.270	0.391	0.417	0.360	1.787	0.357
T2	0.348	0.270	0.406	0.228	0.154	1.407	0.281
T3	0.099	0.074	0.111	0.118	0.265	0.666	0.133
T4	0.099	0.193	0.046	0.118	0.110	0.566	0.113
T5	0.107	0.193	0.046	0.118	0.110	0.574	0.115
รวม	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000		1.000
C.R = 0.061							

จากตารางที่ 4.9 เป็นการสร้างเมทริกซ์ที่ใช้แสดงการเปรียบเทียบเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจเป็นรายคู่ พบว่า พื้นที่สีเทาเป็นค่าตัวเลขที่ได้มาจากผู้เชี่ยวชาญ 15 ราย เป็นผู้ประเมินสำหรับช่องที่เป็นสีขาว คณะผู้วิจัยจะใส่ค่าเองโดยค่าเป็นส่วนกลับของเกณฑ์ที่จับคู่เหมือนกัน โดยค่าตัวเลขต่าง ๆ ที่เติมลงในตารางประกอบด้วยในแนวเส้นทแยงมุมประกอบด้วยเลข 1 เท่านั้นเนื่องจากเป็นจุดที่เกณฑ์แต่ละตัวเปรียบเทียบเปรียบเทียบกับตัวเองและพื้นที่ส่วนที่อยู่เหนือเส้นทแยงมุมจะเป็นตัวเปรียบเทียบระหว่างเกณฑ์ 2 เกณฑ์จากนั้นในตารางที่ 4.10 เป็นการคำนวณหาค่าน้ำหนักเกณฑ์

คณะผู้วิจัยทำการตรวจสอบความสอดคล้องกันของเหตุผลว่าค่าเปรียบเทียบเกณฑ์ของผู้เชี่ยวชาญซึ่งนำไปคำนวณค่า Eigenvector มีความสมเหตุสมผลกันหรือไม่ถ้า C.R. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.1 แสดงว่าค่าปัจจัยมีความสอดคล้องกันสามารถนำ Eigenvector ไปใช้เป็นค่าน้ำหนักได้ หาก C.R. มากกว่า 0.1 แสดงว่าค่าปัจจัยไม่มีความสอดคล้องกันหรือต้องปรับค่าปัจจัยใหม่ ทั้งนี้จากตาราง 4.10 พบว่า ค่า C.R = 0.061 แสดงว่า ค่าปัจจัยมีความสอดคล้องกัน

ตารางที่ 4.11 การวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของแต่ละเกณฑ์

SWOT Groups	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)	Importance Degrees of SWOT Groups
จุดแข็ง (Strengths)	1.000	3.000	1.000	1.000	0.415
จุดอ่อน (Weaknesses)	2.000	1.000	0.250	0.333	0.218
โอกาส (Opportunities)	2.000	4.000	1.000	1.000	0.233
อุปสรรค (Threats)	1.000	0.500	0.500	1.000	0.144
CR = 0.067					

จากตารางที่ 4.11 การวิเคราะห์ตามลำดับชั้น (Analysis Hierarchy Process) ของ SWOT การท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราช เมื่อเรียงลำดับ พบว่า จุดแข็งมีลำดับความสำคัญมากที่สุด (Importance Degrees of SWOT Groups 45.1%) รองลงมาคือ โอกาส (Importance Degrees of SWOT Groups 23.3%) จุดอ่อน (Importance Degrees of SWOT Groups 21.8%) และอุปสรรค (Importance Degrees of SWOT Groups 14.4%) ตามลำดับ

การวิเคราะห์ตามลำดับชั้น (Analysis Hierarchy Process) ของ SWOT การท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตารางที่ 4.12 การวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของแต่ละเกณฑ์ของจุดแข็งของการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

Strengths	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	รวม
S1	1.000	3.533	2.467	5.000	3.533	3.533	3.400	3.400	3.400	22.467
S2	0.283	1.000	1.933	4.600	3.200	3.000	3.000	3.000	3.000	17.016
S3	0.405	0.517	1.000	4.333	6.933	2.533	3.000	3.000	3.000	18.723
S4	0.200	0.217	0.231	1.000	3.667	1.733	1.400	1.400	1.400	8.448
S5	0.283	0.313	0.144	0.273	1.000	1.000	2.667	2.667	2.667	5.679
S6	0.283	0.333	0.395	0.577	1.000	1.000	1.133	1.133	1.133	4.721
S7	0.294	0.333	0.333	0.714	0.375	0.882	1.000	1.000	1.000	3.932
S8	0.333	0.333	0.714	0.375	0.882	1.000	1.000	1.000	1.000	4.638
S9	0.333	0.714	0.375	0.882	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	5.305
รวม	2.749	6.247	6.503	16.497	19.708	13.682	15.600	15.600	15.600	

ตารางที่ 4.13 การคำนวณค่า Eigenvector ของแต่ละเกณฑ์ของจุดแข็งของการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

Strengths	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	รวม	ค่าเฉลี่ย
S1	0.364	0.566	0.379	0.303	0.179	0.258	0.218	0.218	0.218	0.364	0.566
S2	0.103	0.160	0.297	0.279	0.162	0.219	0.192	0.192	0.192	0.103	0.160
S3	0.147	0.083	0.154	0.263	0.352	0.185	0.192	0.192	0.192	0.147	0.083
S4	0.073	0.035	0.035	0.061	0.186	0.127	0.090	0.090	0.090	0.073	0.035
S5	0.103	0.050	0.022	0.017	0.051	0.073	0.171	0.171	0.171	0.103	0.050
S6	0.103	0.053	0.061	0.035	0.051	0.073	0.073	0.073	0.073	0.103	0.053
S7	0.107	0.053	0.051	0.043	0.019	0.064	0.064	0.064	0.064	0.107	0.053
รวม	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000		1.000
C.R = 0.087											

จากตารางที่ 4.12 เป็นการสร้างเมทริกซ์ที่ใช้แสดงการเปรียบเทียบเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจเป็นรายคู่ พบว่า พื้นที่สีเทาเป็นค่าตัวเลขที่ได้มาจากผู้เชี่ยวชาญ 15 ราย เป็นผู้ประเมินสำหรับช่องที่เป็นสีขาว คณะผู้วิจัยจะใส่ค่าเองโดยค่าเป็นส่วนกลับของเกณฑ์ที่จับคู่เหมือนกัน โดยค่าตัวเลขต่าง ๆ ที่เติมลงในตารางประกอบด้วยในแนวเส้นทแยงมุมประกอบด้วยเลข 1 เท่านั้นเนื่องจากเป็นจุดที่เกณฑ์แต่ละตัวเปรียบเทียบเปรียบเทียบกับตัวเองและพื้นที่ส่วนที่อยู่เหนือเส้นทแยงมุมจะเป็นตัวเปรียบเทียบระหว่างเกณฑ์ 2 เกณฑ์จากนั้นในตารางที่ 4.13เป็นการคำนวณหาค่าน้ำหนักเกณฑ์

คณะผู้วิจัยทำการตรวจสอบความสอดคล้องกันของเหตุผลว่าค่าเปรียบเทียบเกณฑ์ของผู้เชี่ยวชาญซึ่งนำไปคำนวณค่า Eigenvector มีความสมเหตุสมผลหรือไม่ถ้า C.R. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.1 แสดงว่าค่าปัจจัยมีความสอดคล้องกันสามารถนำ Eigenvector ไปใช้เป็นค่าน้ำหนักได้ หาก C.R. มากกว่า 0.1 แสดงว่าค่าปัจจัยไม่มีความสอดคล้องกันหรือต้องปรับค่าปัจจัยใหม่ ทั้งนี้จากตาราง 4.13 พบว่า ค่า C.R = 0.087 แสดงว่า ค่าปัจจัยมีความสอดคล้องกัน

ตารางที่ 4.14 การวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของแต่ละเกณฑ์ของจุดอ่อนของการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

Weaknesses	W1	W2	W3	W4	W5	รวม
W1	1.000	1.333	2.533	2.533	1.267	8.667
W2	0.750	1.000	3.667	2.133	1.400	8.950
W3	0.395	0.273	1.000	1.267	2.667	5.601
W4	0.395	0.714	0.375	1.000	1.000	3.484
W5	0.789	0.714	0.375	1.000	1.000	3.879
รวม	3.329	4.035	7.950	7.933	7.333	

ตารางที่ 4.15 การคำนวณค่า Eigenvector ของแต่ละเกณฑ์ของจุดอ่อนของการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

Weaknesses	W1	W2	W3	W4	W5	รวม	ค่าเฉลี่ย
W1	0.300	0.330	0.319	0.319	0.173	1.442	0.288
W2	0.225	0.248	0.461	0.269	0.191	1.394	0.279
W3	0.119	0.068	0.126	0.160	0.364	0.835	0.167
W4	0.119	0.177	0.047	0.126	0.136	0.605	0.121
W5	0.237	0.177	0.047	0.126	0.136	0.724	0.145
รวม	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000		1.000
C.R = 0.098							

จากตารางที่ 4.14 เป็นการสร้างเมทริกซ์ที่ใช้แสดงการเปรียบเทียบเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจเป็นรายคู่ พบว่า พื้นที่สีเทาเป็นค่าตัวเลขที่ได้มาจากผู้เชี่ยวชาญ 15 ราย เป็นผู้ประเมินสำหรับช่องที่เป็นสีขาว คณะผู้วิจัยจะใส่ค่าเองโดยค่าเป็นส่วนกลับของเกณฑ์ที่จับคู่เหมือนกัน โดยค่าตัวเลขต่าง ๆ ที่เติมลงในตารางประกอบด้วยในแนวเส้นทแยงมุมประกอบด้วยเลข 1 เท่านั้น เนื่องจากเป็นจุดที่เกณฑ์แต่ละตัวเปรียบเทียบเปรียบเทียบกับตัวเองและพื้นที่ส่วนที่อยู่เหนือเส้นทแยงมุมจะเป็นตัวเปรียบเทียบระหว่างเกณฑ์ 2 เกณฑ์จากนั้นในตารางที่ 4.15 เป็นการคำนวณหาค่าน้ำหนักเกณฑ์

คณะผู้วิจัยทำการตรวจสอบความสอดคล้องกันของเหตุผลว่าค่าเปรียบเทียบเกณฑ์ของผู้เชี่ยวชาญซึ่งนำไปคำนวณค่า Eigenvector มีความสมเหตุสมผลกันหรือไม่ถ้า C.R. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.1 แสดงว่าค่าปัจจัยมีความสอดคล้องกันสามารถนำ Eigenvector ไปใช้เป็นค่าน้ำหนักได้ หาก C.R. มากกว่า 0.1 แสดงว่าค่าปัจจัยไม่มีความสอดคล้องกันหรือต้องปรับค่าปัจจัยใหม่ ทั้งนี้จากตาราง 4.15 พบว่า ค่า C.R = 0.098 แสดงว่า ค่าปัจจัยมีความสอดคล้องกัน

ตารางที่ 4.16 การวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของแต่ละเกณฑ์ของโอกาสของการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

Opportunities	O1	O2	O3	O4	O5	รวม
O1	1.000	1.000	2.533	2.533	1.267	8.333
O2	1.000	1.000	3.667	2.133	1.400	9.200
O3	0.395	0.273	1.000	1.000	2.667	5.334
O4	0.395	0.714	0.375	1.000	1.000	3.484
O5	0.789	0.714	0.375	1.000	1.000	3.879
รวม	3.579	3.701	7.950	7.667	7.333	

ตารางที่ 4.17 การคำนวณค่า Eigenvector ของแต่ละเกณฑ์ของโอกาสของการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

Opportunities	O1	O2	O3	O4	O5	รวม	ค่าเฉลี่ย
O1	0.279	0.270	0.319	0.330	0.173	1.371	0.274
O2	0.279	0.270	0.461	0.278	0.191	1.480	0.296
O3	0.110	0.074	0.126	0.130	0.364	0.804	0.161
O4	0.110	0.193	0.047	0.130	0.136	0.617	0.123
O5	0.221	0.193	0.047	0.130	0.136	0.728	0.146
รวม	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000		1.000
C.R = 0.084							

จากตารางที่ 4.16 เป็นการสร้างเมทริกซ์ที่ใช้แสดงการเปรียบเทียบเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจเป็นรายคู่ พบว่า พื้นที่สี่เหลี่ยมเป็นค่าตัวเลขที่ได้มาจากผู้เชี่ยวชาญ 15 ราย เป็นผู้ประเมินสำหรับช่องที่เป็นสีขาว คณะผู้วิจัยจะใส่ค่าเองโดยค่าเป็นส่วนกลับของเกณฑ์ที่จับคู่เหมือนกัน โดยค่าตัวเลขต่าง ๆ ที่เติมลงในตารางประกอบด้วยในแนวเส้นทแยงมุมประกอบด้วยเลข 1 เท่านั้นเนื่องจากเป็นจุดที่เกณฑ์แต่ละตัวเปรียบเทียบเปรียบเทียบกับตัวเองและพื้นที่ส่วนที่อยู่เหนือเส้นทแยงมุมจะเป็นตัวเปรียบเทียบระหว่างเกณฑ์ 2 เกณฑ์จากนั้นในตารางที่ 4.17 เป็นการคำนวณหาค่าน้ำหนักเกณฑ์

คณะผู้วิจัยทำการตรวจสอบความสอดคล้องกันของเหตุผลว่าค่าเปรียบเทียบเกณฑ์ของผู้เชี่ยวชาญซึ่งนำไปคำนวณค่า Eigenvector มีความสมเหตุสมผลหรือไม่ถ้า C.R. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.1 แสดงว่าค่าปัจจัยมีความสอดคล้องกันสามารถนำ Eigenvector ไปใช้เป็นค่าน้ำหนักได้ หาก C.R. มากกว่า 0.1 แสดงว่าค่าปัจจัยไม่มีความสอดคล้องกันหรือต้องปรับค่าปัจจัยใหม่ ทั้งนี้ จากตาราง 4.17 พบว่า ค่า C.R = 0.084 แสดงว่า ค่าปัจจัยมีความสอดคล้องกัน

ตารางที่ 4.18 การวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของแต่ละเกณฑ์ของอุปสรรคของการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

Threat	T1	T2	T3	T4	T5	รวม
T1	1.000	1.733	3.533	3.533	3.267	13.067
T2	0.577	1.000	3.667	3.067	1.400	9.710
T3	0.283	0.273	1.000	1.000	2.400	4.956
T4	0.283	0.174	0.417	1.000	1.000	3.141
T5	0.306	0.714	0.417	1.000	1.000	3.437
รวม	2.449	4.315	9.033	9.600	9.067	

ตารางที่ 4.19 การคำนวณค่า Eigenvector ของแต่ละเกณฑ์ของอุปสรรคของการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

Threat	T1	T2	T3	T4	T5	รวม	ค่าเฉลี่ย
T1	0.408	0.391	0.391	0.368	0.360	1.919	0.384
T2	0.236	0.225	0.406	0.319	0.154	1.341	0.268
T3	0.116	0.061	0.111	0.104	0.265	0.657	0.131
T4	0.116	0.161	0.046	0.104	0.110	0.537	0.107
T5	0.125	0.161	0.046	0.104	0.110	0.547	0.109
รวม	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000		1.000
C.R = 0.079							

จากตารางที่ 4.18 เป็นการสร้างเมทริกซ์ที่ใช้แสดงการเปรียบเทียบเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจเป็นรายคู่ พบว่า พื้นที่สีเทาเป็นค่าตัวเลขที่ได้มาจากผู้เชี่ยวชาญ 15 ราย เป็นผู้ประเมินสำหรับช่องที่เป็นสีขาว คณะผู้วิจัยจะใส่ค่าเองโดยค่าเป็นส่วนกลับของเกณฑ์ที่จับคู่เหมือนกัน โดยค่าตัวเลขต่าง ๆ ที่เติมลงในตารางประกอบด้วยในแนวเส้นทแยงมุมประกอบด้วยเลข 1 เท่านั้นเนื่องจากเป็นจุดที่เกณฑ์แต่ละตัวเปรียบเทียบเปรียบเทียบกับตัวเองและพื้นที่ส่วนที่อยู่เหนือเส้นทแยงมุมจะเป็นตัวเปรียบเทียบระหว่างเกณฑ์ 2 เกณฑ์จากนั้นในตารางที่ 4.19 เป็นการคำนวณหาค่าน้ำหนักเกณฑ์

คณะผู้วิจัยทำการตรวจสอบความสอดคล้องกันของเหตุผลว่าค่าเปรียบเทียบเกณฑ์ของผู้เชี่ยวชาญซึ่งนำไปคำนวณค่า Eigenvector มีความสมเหตุสมผลหรือไม่ถ้า C.R. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.1 แสดงว่าค่าปัจจัยมีความสอดคล้องกันสามารถนำ Eigenvector ไปใช้เป็นค่าน้ำหนักได้ หาก C.R. มากกว่า 0.1 แสดงว่าค่าปัจจัยไม่มีความสอดคล้องกันหรือต้องปรับค่าปัจจัยใหม่ ทั้งนี้จากตาราง 4.19 พบว่า ค่า C.R = 0.079 แสดงว่า ค่าปัจจัยมีความสอดคล้องกัน

ตารางที่ 4.20 การวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของแต่ละเกณฑ์

SWOT Groups	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)	Importance Degrees of SWOT Groups
จุดแข็ง (Strengths)	1.000	3.000	1.000	1.000	0.415
จุดอ่อน (Weaknesses)	2.000	1.000	0.250	0.333	0.144
โอกาส (Opportunities)	2.000	4.000	1.000	1.000	0.325
อุปสรรค (Threats)	1.000	0.500	0.500	1.000	0.116
CR = 0.067					

จากตารางที่ 4.20 การวิเคราะห์ตามลำดับชั้น (Analysis Hierarchy Process) ของ SWOT การท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เมื่อเรียงลำดับ พบว่า จุดแข็งมีลำดับความสำคัญมากที่สุด (Importance Degrees of SWOT Groups 45.1%) รองลงมาคือ โอกาส (Importance Degrees of

SWOT Groups 32.5%) จุดอ่อน (Importance Degrees of SWOT Groups 14.4%) และอุปสรรค (Importance Degrees of SWOT Groups 11.6%) ตามลำดับ

ขั้นตอนที่ 4 การกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยใช้ TOWS Matrix

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจุดแข็งกับโอกาส จุดแข็งกับอุปสรรค จุดอ่อนกับโอกาส และจุดอ่อนกับอุปสรรค ซึ่งผลของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ในข้อมูลแต่ละคู่ดังกล่าว ทำให้เกิดยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท ดังนี้

1) กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและโอกาสมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงรุก

2) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและอุปสรรคมาพิจารณาร่วมกันเพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงป้องกัน ทั้งนี้เนื่องจากองค์การมีจุดแข็งขณะเดียวกันองค์การก็เจอกับสภาพแวดล้อมที่เป็นอุปสรรคในการดำเนินงานจากภายนอกที่องค์การควบคุมไม่ได้แต่องค์การสามารถใช้จุดแข็งที่มีอยู่ในการหลีกเลี่ยงอุปสรรคได้

3) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและโอกาสมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงแก้ไข ทั้งนี้เนื่องจากองค์การมีโอกาสนำแนวคิดหรือวิธีใหม่ ๆ มาใช้ในการแก้ไขจุดอ่อนที่องค์การมีอยู่ได้

4) กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและข้อจำกัดมาพิจารณา ร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงรับ ทั้งนี้เนื่องจากองค์การเผชิญกับทั้งจุดอ่อนและข้อจำกัดภายนอกที่องค์การไม่สามารถควบคุมได้

TOWS Matrix	จุดแข็ง (Strengths) (S1) จังหวัดนครศรีธรรมราชมีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ทั้งหาดทราย ชายทะเล อ่าว ภูเขา นาและป่า (S2) จังหวัดนครศรีธรรมราชมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี และบุขาศักดิ์สิทธิ์ที่มีชื่อเสียง เช่น วัดพระ มหาธาตุวรมหาวิหาร วัดเจดีย์ไธโย่ ประเพณี ผ้าขึ้นธาตุ สารทเดือนสิบ (S3) จังหวัดนครศรีธรรมราชมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีชื่อเสียง ได้แก่ ไร่เกษมสุข ศิริวงศ์ ชิมวงศ์ฟาร์ม (S4) จังหวัดนครศรีธรรมราชมีอาหารที่เป็นอัตลักษณ์และมีชื่อเสียงของแต่ละท้องถิ่น เช่น ขนมจีนเมืองนคร น้ำชา โรตีสายยา ข้าวแกงพื้นบ้านที่มีรสชาติอาหารพื้นเมืองที่โดดเด่น มีรสชาติ จัดจ้าน (S5) ผักพื้นบ้านที่เป็นเครื่องเคียงอาหารประเภท ข้าวแกงและขนมจีน มีความหลากหลายและ คุณประโยชน์ทางด้านสมุนไพร จึงสามารถ สร้างความโดดเด่นให้อาหารพื้นบ้านของ จังหวัด นครศรีธรรมราช (S6) จังหวัดนครศรีธรรมราชมีร้านอาหารจำนวนมาก และกระจายอยู่ทั่วไป (S7) จังหวัดนครศรีธรรมราชมีตลาดที่จำหน่ายอาหารที่หลากหลาย เช่น ตลาดหน้าพระธาตุ ตลาดสวนสร้างบุญ ตลาด ย่อนยุคปากพั่น ตลาดริมน้ำเขียวใหญ่ ตลาดริมคลองหัวไทร	จุดอ่อน (Weaknesses) (W1) จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแหล่งค่อนข้างไกล ต้องใช้เวลาเดินทางนานและการขนส่งสาธารณะยังไม่สะดวก รวมทั้งขาดการเชื่อมโยง (W2) การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารยังไม่หลากหลาย (W3) ขาดการรวบรวมข้อมูลและแหล่งให้บริการ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องด้านอาหารที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น (W4) บุคลากรด้านการท่องเที่ยวยังขาดทักษะและความพร้อมในการให้บริการ (Service Mind) รวมทั้งทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ (W5) ขาดแคลนบุคลากรในท้องถิ่นที่ชำนาญด้านการท่องเที่ยว (W6) การตกแต่งของร้านอาหารไม่มีความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นภาคใต้ และยังไม่มีเมนูภาษาอังกฤษไว้รองรับลูกค้าชาวต่างชาติ (W7) สิ่งอำนวยความสะดวกคือ ที่พักและโรงแรม รองรับนักท่องเที่ยวไม่หลากหลาย
โอกาส (Opportunities) (O1) นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช และส่วนใหญ่มีแนวโน้มมาท่องเที่ยวซ้ำ (O2) การส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐผ่านนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ททท. ไทยเที่ยวไทย เก้ไก๋ สโตร์ลิสซิ่ง ทำให้ นักท่องเที่ยวมีจำนวนมากขึ้น (O3) การเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวมากขึ้น ปัจจัยที่สนับสนุน คือ มีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์ มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี และแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนที่มีชื่อเสียง (O4) กระแสนิยมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพทำให้อาหารพื้นเมืองได้รับความนิยม (O5) มื้อที่นักท่องเที่ยวนิยมรับประทานอาหาร พื้นเมืองเป็นมื้อเที่ยง ซึ่งจังหวัดนครศรีธรรมราช มีอาหารพื้นเมืองที่หลากหลาย	SO Strategy ● พัฒนาด้านอัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น ควรมีการส่งเสริมให้ชุมชนหาจุดเด่นหรืออัตลักษณ์ของอาหารประจำท้องถิ่นของตนขึ้นมา จากนั้นสร้างความแปลกใหม่และสร้างจุดขายให้กับนักท่องเที่ยว (S4,S5,S6,O1,O2) ● พัฒนาคุณภาพของอาหารท้องถิ่น ร้านอาหารควรมีมาตรฐานคุณภาพของอาหารท้องถิ่น โดยใช้เครื่องหมายรับประกัน เช่น รางวัล หรือใบประกาศเกียรติคุณ เช่น ป้าย อาหารสะอาด รสชาติอร่อย (Clean Food Good Taste) เพื่อช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว เนื่องจาก ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (S4,S5,S6,O4,O5) ● ด้านราคา ร้านอาหารควรกำหนดมาตรฐานราคากลาง ของอาหารพื้นเมือง เพื่อให้ราคามีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับอาหารทั่วไป (S6,O1)	Wo Strategy ● ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ควรสร้างกระแสการบริโภคอาหารท้องถิ่น และส่งมอบประสบการณ์ท่องเที่ยวใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว ผ่านการสัมผัสประสบการณ์การรับประทานอาหารที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น (W1,O1) ● ด้านการบริการ ควรมีการพัฒนาทักษะบุคลากรและความพร้อมในการให้บริการ (Service Mind) รวมทั้งทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ (W3,O1) ● ด้านลักษณะของร้านอาหารท้องถิ่น ควรพัฒนาให้มีศักยภาพและมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช (W5,O1)
	ST Strategy	WT Strategy

อุปสรรค (Threats) (T1) ปัญหาเศรษฐกิจโลก ทำให้นักท่องเที่ยวลดลง (T2) ปัญหาเสถียรภาพทางการเมือง ทำให้ไม่มีความเชื่อมั่นในการเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย และส่งผลต่อนโยบายด้านการท่องเที่ยว (T3) มีคู่แข่งด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารจากจังหวัด ใกล้เคียงคือจังหวัด สุราษฎร์ธานี (T4) ฤดูฝนที่ยาวนานและมีการเปลี่ยนแปลงทำให้ส่งผลต่อการวางแผนการเดินทางของนักท่องเที่ยว (T5) วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอาหารที่มีอัตลักษณ์ ไม่สามารถผลิตอาหารได้ ทุกฤดูกาล		
---	--	--

ตารางที่ 4.21 การกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยใช้ TOWS Matrix ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

ตารางที่ 4.22 การกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยใช้ TOWS Matrix ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

TOWS Matrix	จุดแข็ง (Strengths) (S1) จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ทั้ง หาดทราย ชายทะเล เกาะ อ่าว ภูเขา นา และป่า ที่มีชื่อเสียงเป็น Word Destination ของนักท่องเที่ยวทั่วโลก เช่น เกาะสมุย เกาะพะงัน เกาะเต่า เกาะนางยวน เขื่อนรัชชประภา และเขาสก (S2) จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประเพณีที่มีชื่อเสียง เช่นพระบรมธาตุไชยา สวนโมกขพลาราม และประเพณีชักพระ (S3) จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีชื่อเสียง ได้แก่ สวนสละอาทิตย์ ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงลุง ประสงค์ สิมมานะฟาร์ม และฟาร์มรักฟาร์ม เมล่อน (S4) จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีอาหารที่เป็นอัตลักษณ์และมีชื่อเสียงของแต่ละท้องถิ่น เช่น ผัดไทย ไข่เค็ม หอยนางรม ปูม้า ปลา เชื้อน และอาหารทะเลพื้นบ้านของเกาะสมุย (S5) จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวิชุมชนที่มีความโดดเด่นด้านอาหาร เช่น หาดหอยที่เกาะเสร็จ แบบบุคกั้ง การทำไข่เค็ม (S6) จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีแหล่งวัตถุดิบอาหารทางธรรมชาติที่มีชื่อเสียงและหลากหลาย เช่น หอย ปู ปลาเชื้อน เงาะโรงเรียนนา สาร มังคุด ทุเรียน (S7) จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีตลาดที่จำหน่ายอาหารที่หลากหลาย เช่น ตลาดน้ำประจักษ์รัฐ ตลาดน้ำ อบจ. ตลาดศาลเจ้า ถนนคนเดินพุมเรียงและตลาด Fisherman Village (S8) จังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นศูนย์กลางการคมนาคมภาคใต้ตอนบน สามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวพื้นที่ฝั่งอ่าวไทยและทะเลอันดามันได้ และมีสนามบินนานาชาติ 2 แห่งคือที่สุราษฎร์ธานีและเกาะสมุย (S9) มีที่พักและโรงแรมรองรับนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย	จุดอ่อน (Weaknesses) (W1) การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารยังไม่หลากหลาย (W2) ขาดการรวบรวมข้อมูลและแหล่งให้บริการ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องด้านอาหารที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น (W3) บุคลากรด้านการท่องเที่ยวยังขาดทักษะและความพร้อมในการให้บริการ (Service Mind) รวมทั้งทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ (W4) ขาดแคลนบุคลากรในท้องถิ่นที่ชำนาญด้านการท่องเที่ยว (W5) การตกแต่งของร้านอาหารไม่มีความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นภาคใต้ และยังไม่มีเมนูภาษาอังกฤษไว้รองรับลูกค้าต่างชาติ
โอกาส (Opportunities) (O1) นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีมากขึ้นเนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในระดับโลก (แนวโน้มนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นทุกปี) (O2) นักท่องเที่ยวชื่นชอบรสชาติอาหารแบบกลมกล่อมซึ่งจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีอาหารพื้นเมืองที่รสชาติกลมกล่อม ทำให้นักท่องเที่ยวชื่นชอบ (O3) กระแสนิยมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพทำให้อาหารพื้นเมืองได้รับ	SO Strategy ● พัฒนาด้านอัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น ควรมีการส่งเสริมให้ชุมชนหาจุดเด่นหรืออัตลักษณ์ของอาหารประจำท้องถิ่นของตนขึ้นมา จากนั้นสร้างความแปลกใหม่และสร้างจุดขายให้กับนักท่องเที่ยว (S4,S5,S6,O1,O2) ● พัฒนาคุณภาพของอาหารท้องถิ่น ร้านอาหารควรมีมาตรฐานคุณภาพของอาหารท้องถิ่น โดยใช้เครื่องหมายรับประกัน เช่น	Wo Strategy ● ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ควรสร้างกระแสการบริโภคอาหารท้องถิ่น และส่งเสริมประสบการณ์ท่องเที่ยวใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว ผ่านการสัมผัสประสบการณ์การรับประทานอาหารที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น (W1,O1) ● ด้านการบริการ ควรมีการพัฒนาทักษะบุคลากรและความพร้อมในการให้บริการ (Service Mind) รวมทั้งทักษะการ

ความนิยม (O4) มื้อที่นักท่องเที่ยวนิยมรับประทานอาหาร พื้นเมืองเป็นมื้อเที่ยง ซึ่งจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีอาหารพื้นเมืองที่หลากหลายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐผ่านนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ททท. ไทยเที่ยวไทย เก้ไก่ สดลิ้มซึ่ง ทำให้นักท่องเที่ยวมีจำนวนมากขึ้น (O5) การเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวมากขึ้น ปัจจัยที่สนับสนุน คือ มีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์ มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี และแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนที่มีชื่อเสียง	รางวัล หรือใบประกาศเกียรติคุณ เช่น ป้าย อาหารสะอาด รสชาติอร่อย (Clean Food Good Taste) เพื่อช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว เนื่องจาก ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (S4,S5,S6,O4,O5) • ด้านราคา ร้านอาหารควรกำหนดมาตรฐานราคากลาง ของอาหารพื้นเมือง เพื่อให้ราคามีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับอาหารทั่วไป (S6,O1)	สื่อสารภาษาต่างประเทศ (W3,O1) • ด้านลักษณะของร้านอาหารท้องถิ่น ควรพัฒนาให้มีศักยภาพและมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี (W5,O1)
อุปสรรค (Threats) (T1) ภาวะเศรษฐกิจโลก ทำให้นักท่องเที่ยวลดลง (T2) ปัญหาเสถียรภาพทางการเมือง ทำให้ไม่มีความเชื่อมั่นในการเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย และส่งผลต่อนโยบายด้านการท่องเที่ยว (T3) มีคู่แข่งด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารจากจังหวัด ใกล้เคียงคือจังหวัด นครศรีธรรมราช (T4) ฤดูฝนที่ยาวนานและการเปลี่ยนแปลงทำให้ส่งผลต่อการวางแผนการเดินทางของนักท่องเที่ยว (T5) วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอาหารที่มีอัตลักษณ์ ไม่สามารถผลิตอาหารได้ทุกฤดูกาล	ST Strategy	WT Strategy

ขั้นตอนที่ 5 แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี ประกอบด้วย 6 ด้านคือ

1. การพัฒนาอัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น

พื้นที่ที่แตกต่างกัน จะมีวัตถุดิบที่นำมาปรุงอาหารก็มีความหลากหลาย ดังนั้น จึงควรมีการส่งเสริมให้ชุมชนหาจุดเด่นหรืออัตลักษณ์ของอาหารประจำท้องถิ่นของตนขึ้นมา จากนั้นสร้างความแปลกใหม่และสร้างจุดขายให้กับนักท่องเที่ยว (ซึ่งสอดคล้องกับโครงการวิจัยย่อย 1 ที่ระบุว่านักท่องเที่ยวชอบรับประทานอาหารท้องถิ่นในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว) ซึ่งการบริโภคอาหารท้องถิ่นถือว่ามีส่วนช่วยอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ ทำให้เราได้มีโอกาสลิ้มลองรสชาติที่แตกต่าง ผลไม้ประจำท้องถิ่น เช่น ทุเรียนพันธุ์พื้นบ้านที่บ้านเขาเทพพิทักษ์ ต.เขาพัง อ.บ้านตาขุน จ.สุราษฎร์ธานี ที่เรียกว่า "ทุเรียนคลองแสง" เป็นผลไม้ที่มีความโดดเด่นในพื้นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ต่างจากทุเรียนพื้นเมืองทั่วไป เพราะมีรสชาติหวานมัน เนื้อสีทองหนาแน่นรับประทาน ปัจจุบันเริ่มเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากขึ้น นอกจากนี้ ข้อดีของการบริโภคอาหารท้องถิ่นคืออาหารท้องถิ่นจะสดใหม่ เป็นอาหารตามฤดูกาลและมีรสชาติดี การบริโภคอาหารท้องถิ่นถือว่ามีส่วนช่วยให้เศรษฐกิจชุมชนดีขึ้น เป็นการช่วยสนับสนุนเกษตรกรรายย่อย สร้างความมั่นคงทางอาชีพให้เกษตรกรได้อีกทางหนึ่ง อัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น จะไม่มีวัตถุดิบตายตัว (พืชผักตามฤดูกาล) ขึ้นอยู่กับวัตถุดิบที่สรรหาได้ในช่วงเวลานั้น ๆ ดังนั้น การพัฒนาอัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น เริ่มต้นคนในท้องถิ่นที่จะต้องร่วมมือกัน จากนั้นต้องมีการต่อยอดพัฒนาระบบอาหารท้องถิ่นให้เกิดขึ้นในเมืองได้ด้วยเช่นกัน เช่น การนำวัตถุดิบท้องถิ่นมาส่งให้กับร้านอาหารเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการปรุงอาหาร ด้านเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น เนื่องจากในแต่ละเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารจะมีความแตกต่างกันในด้านการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นมาปรุงอาหาร และวัตถุดิบในแต่ละฤดูกาล เช่น ฤดูกาลผลไม้ ดังนั้น ควรส่งเสริมและสนับสนุนให้ชุมชนหาจุดเด่น หรือเอกลักษณ์ของอาหารในท้องถิ่นเพื่อสร้างความแปลกใหม่และความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยว

2. ด้านคุณภาพของอาหารท้องถิ่น

ร้านอาหารควรมีมาตรฐานคุณภาพของอาหารท้องถิ่น โดยใช้เครื่องหมายรับประกัน เช่น รางวัล หรือใบประกาศเกียรติคุณ เช่น ป้าย อาหารสะอาด รสชาติอร่อย (Clean Food Good Taste) เพื่อช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว เนื่องจาก ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านมาตรฐานและความสะอาดของอาหาร หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการด้านอาหาร ควรส่งเสริมและยกระดับอาหารและร้านอาหารให้ได้รับมาตรฐานคุณภาพ มีความสะอาด ปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งการให้ความรู้ในด้านการจัดงานจากวัตถุดิบจากธรรมชาติในท้องถิ่น เพื่อทำให้อาหารน่าสนใจ เช่น การจัดงานด้วยใบตอง กะลามะพร้าว และใบเล็บครุฑยักษ์ เป็นต้น

3. ด้านราคา

ร้านอาหารควรกำหนดมาตรฐานราคากลาง ของอาหารพื้นบ้าน เพื่อให้ราคามีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับอาหารทั่วไป

4. ด้านการบริการ

ด้านการบริการ ควรมีการพัฒนาทักษะบุคลากรและความพร้อมในการให้บริการ (Service Mind) รวมทั้งทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ และที่สำคัญคือ บุคลากรควรมีการเล่าเรื่องราวของอาหาร (Story Food) ได้ ควรมีการเล่าเรื่องราวความเป็นมาของอาหาร วัตถุดิบ ส่วนประกอบของอาหาร คุณค่าโภชนาการของอาหาร และอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อให้พนักงานท่องเที่ยวได้รับทราบ และเป็นการประชาสัมพันธ์และสร้างเอกลักษณ์ คุณค่าให้กับอาหารในท้องถิ่น รวมทั้งให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม เช่น การปรุงอาหาร หรือการสาธิตการทำงานในแต่ละเส้นทางกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อก่อให้เกิดประสบการณ์และการเรียนรู้ร่วมกันของนักท่องเที่ยว

5. ด้านลักษณะของร้านอาหารท้องถิ่น

ลักษณะของร้านอาหารท้องถิ่น ควรพัฒนาให้มีศักยภาพและมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี และควรส่งเสริมและสนับสนุนให้มีจุดศูนย์กลางอาหารของแต่ละจังหวัด เพื่อให้พนักงานท่องเที่ยวได้ซื้อสินค้าและของที่ระลึกเกี่ยวกับอาหารในพื้นที่ ในปัจจุบันเป็นร้านของเอกชน ยังไม่มีของภาครัฐบาล ดังนั้น ควรสร้างความร่วมมือกับหอการค้าจังหวัดร่วมกับผู้ประกอบการในการจัดตั้งศูนย์กลางอาหารของจังหวัด

6. ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์

ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ควรสร้างกระแสการบริโภคอาหารท้องถิ่น และส่งมอบประสบการณ์ท่องเที่ยวใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว ผ่านการสัมผัสประสบการณ์การรับประทานอาหารที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น (ทั้งจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี) นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และคนในชุมชนเกิดความรักและภาคภูมิใจในท้องถิ่นของตนเอง ซึ่งจะดำเนินการผลิตสื่อโฆษณาในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งภาพยนตร์โฆษณา ชิ้นงานโฆษณา สปอตวิทยุ ฯลฯ และเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ (ฟรีทีวี เคเบิลทีวี และดิจิทัลทีวี) สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ และสื่อออนไลน์ ผนวกกับการเผยแพร่แนวคิดแคมเปญผ่าน Online Video Clip บนสื่อสังคมออนไลน์ อาทิ Facebook Youtube และ Instagram รวมถึงการจัดทำ Online Content สร้างสร้างแรงบันดาลใจให้คนไทยออกเดินทางท่องเที่ยวในประเทศผ่าน Celebrity Influencer และ Blogger ที่มีชื่อเสียง และพัฒนาฐานข้อมูลอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นของจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยให้ข้อมูลข่าวสารทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษผ่านเว็บไซต์ และ Mobile Application รวมถึงจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี พร้อมภาพวิดีโอของแต่ละเส้นทาง และเผยแพร่และจัดส่งไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สำหรับการประชาสัมพันธ์อาหารท้องถิ่น ควรพัฒนาระบบ Mobile Application และการจัดทำ QR Code ทั้งภาษาไทยภาษาอังกฤษ ภาษาจีน หรือภาษาอื่น ๆ เพื่อการอธิบายเรื่องราวของอาหารแต่ละชนิด และเป็นแหล่งข้อมูลสำหรับการเผยแพร่การท่องเที่ยวเชิงอาหาร รวมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนการทำ Content ประชาสัมพันธ์อาหารพื้นเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เทศกาลหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูลก่อนตัดสินใจมาท่องเที่ยว

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 1 แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

อาหารในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีลักษณะเป็นอาหารท้องถิ่น โดยมีการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นและตามฤดูกาล ในจังหวัดนครศรีธรรมราช เมนูขึ้นชื่อ คือ ขนมจีน ซึ่งมีลักษณะการทำเป็นเส้นสดและน้ำยาหลายชนิด จังหวัดสุราษฎร์ธานี เมนูขึ้นชื่อ คือ การทำอาหารในกระบอกไม้ไผ่ เช่น การหุงข้าว และปลายอก โดยที่อาหารที่มีลักษณะเหมือนกัน คือ อาหารทะเล เมนูแกง ยำ ต้ม และน้ำพริก เป็นต้น แตกต่างที่การใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นมาประกอบอาหาร โดยนำมาสังเคราะห์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารใน 7 เส้นทาง ดังนี้

1) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีถิ่น ถิ่นศรี” ส่วนใหญ่เน้นวัตถุดิบในท้องถิ่นหรือชุมชน เช่น ยำผักกูด ลาบหอยก แกงส้มปลากะพงลูกปะตอง แกงส้มกุ้งไข่เจียวใบเหรียง แกงส้มหอยกกล้วย แกงไก่หอยกกล้วย แกงหัวท้อ คั่วบูก แกงส้มปลาคลองบอนขม้น กะทิหอยกกล้วยเถื่อน ผักกูดลวกกะทิ ต้มข้าไก่ ปลีกกล้วย ยอดห่มะผัดไข่ น้ำพริกพริกไทย ผักกูด ไข่เจียวปลีกกล้วย ลาบหอยก ลาบผักแว่น ดอกไม้ทอด ผัดไทยเส้นมะละกอ เห็ดครงทรงเครื่อง และขนมจีนแกงขม้น ชมวิถีอาหารเข้าริมรถไฟจันดีและตลาดนาบอน และผลไม้ตามฤดูกาล

2) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีถิ่น ถิ่นลุ่มน้ำ” ส่วนใหญ่เป็นวิถีการดำเนินชีวิตของชุมชนปากพนัง วัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหารหาได้จากในท้องถิ่นหรือชุมชน โดยเฉพาะอาหารทะเล เมนูเด่น เช่น ปลากระบอกที่เป็นของขึ้นชื่อของปากพนัง ต้มส้มปลากระบอก (น้ำส้มจาก) ไข่ปลากระบอกทอด น้ำปลา ปลากระบอกร้า และปลากระบอกแดดเดียว หมี่ผัดเมืองปากพนัง แกงส้มปลากะพง แกงส้มปลาลูกเขาคัน ปลากระพงนึ่งมะนาว ยำสมุนไพรทะเล ปลาโคบต้มส้ม ปลากระบอกต้มส้ม ปลากระพงต้มส้ม กุ้งแม่น้ำ ปลากระพงร้า ปลาโคบทอด ยำปลาจิ้งจั้ง และบ๊ะจ่าง เป็นต้น

3) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีถิ่น ถิ่นเล แลเมือง” บ้านแหลมโฮมสเตย์ ประกอบด้วยเมนูอาหารทะเล เช่น ปู กุ้ง หมึก พร้อมน้ำจิ้มซีฟู้ด ข้าวมันทะเลโคลน ทอดมันใบโกงกาง หมึกต้มน้ำดำ ข้าวมันเครื่องแกงกุ้ง แกงเนื้อ แกงไก่ ข้าวเหนียวไก่ทอด ข้าวเหนียวหน้าต่าง ๆ ของฝาก คือ ผลิตภัณฑ์โคลน เช่น สบู่โคลน โคลนสปา มาส์กพอกหน้าโคลน และสครับโคลน เป็นต้น ผลไม้จากสวน เช่น ทุเรียน มังคุด เงาะ และลองกอง เป็นต้น เมนูอาหารท้องถิ่น เช่น ต้มไก่บ้านแมงดา ทอดมันกุ้ง แกงเลียงยอดมัน ข้าวยาเครื่องแกง ลูกเห็ดทอด ผักเหลียงอบชีส น้ำพริกสะตอ ขนมตาล ขนมขึ้น สลล่อยแก้ว ลูกประทอด และไข่เป็ดอินทรีย์ เป็นต้น

4) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีถิ่น ถิ่นสองธรรม” มีเมนูอาหารทะเลต่าง ๆ เช่น แกงคั่วปลาตุ๋นทะเล คั่วกลิ้งปลาอินทรีย์ แกงส้มปลากระพงยอดมะพร้าว ปลากระพงผัดฉ่า แกงส้มหมึกไข่ยอดมะพร้าว ปลากระบอกต้มส้ม ปูม้าผัดผงกระหรี่ แกงเลียงกุ้งสด ปลาทรายทอดขม้น ปลากระพงทอด น้ำปลา กุ้งผัดซอสมะขาม ปลาหมึกมะนาว เมี่ยงปลาสาละ ยำสาหร่ายพวงองุ่น ยำใบเหลียงทอด และส้มตำปู เป็นต้น สนิมมานะฟาร์มเป็นแหล่งเรียนรู้และศึกษาการเลี้ยงหอย มีการสาธิตวิธีการเลี้ยงหอย

นางรม การแกะหอยนางรมและรับประทานอย่างถูกวิธี สะอาดปลอดภัย มีมีคฤหะศักดิ์ท้องถิ่น บรรยายเรื่อง วิถีชีวิตชาวประมง มีกิจกรรมการแสดงหนังตะลุงและกิจกรรมสันตนาการของนักท่องเที่ยว

5) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีถิ่น ถิ่นเขาสก” คลองสกแบบบูรณาการ มีกิจกรรม คือ “สวมมงกุฎ จิบกาแฟบอกไม่ว่า” มีเมนู ผัดเหรียง แกงไก่บ้านลูกกล้วย น้ำพริกผักพื้นบ้าน ปลาหีบต้มทอด แกงจืด และผลไม้ตามฤดูกาล กิจกรรม Bamboo cooking มีเมนูอาหาร เช่น ไก่ย่างกับไม่ว่า แกงกะทิปรุงกับไม่ว่า ต้มกะทิกับหน่อไม้ หุงข้าวด้วยใบเส้ดหรือใบคลุ้ม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาเทพพิทักษ์ มีเมนูอาหารท้องถิ่นส่วนใหญ่จะเป็นแบบบุฟเฟ่ผลไม้ โดยเฉพาะทุเรียนคลองแสง มีเมนูอาหารท้องถิ่น เช่น หลามข้าว ปลาช่อน และปลาสาม เป็นต้น

6) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีถิ่น ถิ่นธรรม” เมนูเด็ดคือ โลงโต่งเส้นหมี่น้ำกระดุกหมู ผักบุ้งไต้หวัน พระรามลงสรง และปลาทองโกทอดเตาถ่าน อาหารของชุมชนลีเล็ด เป็นอาหารทะเล เช่น หอยแครง ปูดำ แกงส้มปลากระบอก และปลาจาระเม็ดทอด เป็นต้น ส่วนอาหารทะเลของแหลมโพธิ์เกาะเสร็จ มีสัตว์น้ำหลายหลายชนิด สัตว์น้ำที่ขึ้นชื่อ คือ ปูม้า และหอยสับเค็ด และหอยรอก เป็นต้น อาหารของอำเภอไชยา เช่น ไข่หมก ขนมบอก น้ำพริกปูม้า ผัดไทยไชยา ข้าวยา ข้าวเหนียวกวน ขนมกรูบ และขนมจิ้ง เป็นต้น

7) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีถิ่น ถิ่นเกาะ” เมนูอาหารพื้นบ้านของเกาะสมุย เช่น วายควว วายผัดสับปะรด แกงควเห็ดหลุม (ดอกไมทะเล) แกงควปลากระเบนใบรา หมูควเคย แกงปู ปลาต้มเค็ม ยำไข่เม่นทะเล ห่อหมกทะเลย่าง ยำสาหร่ายข้อ หอยเจอะ ยำหอยกลม ปลากระพงทอดน้ำปลา เคยจี่ น้ำซุบแห้ง ขนมจีน และอาหารทะเลต่าง ๆ สินค้าที่เป็นของฝาก คือ กาละแม

ข้อมูลด้านนักท่องเที่ยวสำหรับการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยเก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 300 คน และนักท่องเที่ยวต่างประเทศ จำนวน 100 คน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ชาวต่างชาติมีอายุระหว่าง 20-30 ปี สถานภาพสมรสหรืออยู่ด้วยกัน การศึกษาระดับปริญญาตรี นักท่องเที่ยวชาวไทยประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวส่วนใหญ่อาศัยในภาคใต้ นักท่องเที่ยวต่างประเทศส่วนใหญ่เกษียณอายุมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001-70,000 บาท โดยนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวส่วนใหญ่อาศัยในทวีปยุโรป นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช มีการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยปีละ 1-3 ครั้ง ส่วนใหญ่มักพักผ่อน โดยเดินทางท่องเที่ยวพร้อมครอบครัว นักท่องเที่ยวชาวไทยใช้รถยนต์เป็นยานพาหนะสำหรับเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว ส่วนนักท่องเที่ยวต่างประเทศใช้รถรับจ้างประจำทางเป็นยานพาหนะสำหรับเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างประเทศไม่รู้จักแนวทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราช ความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ความสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวมพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยเฉลี่ย 2.65 และนักท่องเที่ยวต่างประเทศให้ความสำคัญโดยเฉลี่ย 2.57 ความคิดเห็นเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า นักท่องเที่ยวมีความสนใจอยากไปท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนครศรีธรรมราช แต่นักท่องเที่ยวต่างประเทศมีความสนใจอยากไปท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดสุราษฎร์ธานี เส้นทางที่นักท่องเที่ยวชาวไทยสนใจและอยากไปเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช คือ เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารคีรีวง ลานสกา และจันดี เส้นทางที่นักท่องเที่ยวชาวไทยสนใจและอยากไป

ท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกาะสมุย ความคิดเห็นเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศให้ความสำคัญความสำคัญมาก ($\bar{X}=4.16$ $SD=0.55$, $\bar{X}=3.61$ $SD=0.45$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับความสำคัญมากที่สุดเท่ากัน คือ เส้นทางเหมาะสมกับการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้อาหาร สถานที่ท่องเที่ยว แต่ละจุดมีความสะดวกในการเดินทางเข้าถึง ($\bar{X}=4.24$ $SD=0.77$) เส้นทางท่องเที่ยวโดยรวมมีศักยภาพที่จะพัฒนา ($\bar{X}=4.24$ $SD=0.76$) ตามลำดับ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความคิดเห็นเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับความสำคัญมาก คือ สถานที่ท่องเที่ยวในเส้นทางมีความน่าสนใจและสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ($\bar{X}=3.81$ $SD=0.80$)

ข้อมูลด้านนักท่องเที่ยวสำหรับการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยเก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 240 คน และนักท่องเที่ยวต่างประเทศ จำนวน 360 คน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีสถานภาพสมรสโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี และส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท โดยนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวส่วนใหญ่อาศัยในภาคใต้ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีสถานภาพสมรสหรืออยู่ด้วยกัน การศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท โดยนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวส่วนใหญ่อาศัยในทวีปยุโรป นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศที่มาเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยปีละ 1-3 ครั้ง ส่วนใหญ่มาพักผ่อน โดยเดินทางท่องเที่ยวพร้อมครอบครัว นักท่องเที่ยวชาวไทยใช้รถยนต์เป็นยานพาหนะสำหรับเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว ส่วนนักท่องเที่ยวต่างประเทศใช้รถเช่าเป็นยานพาหนะสำหรับเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างประเทศไม่รู้จักแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ความสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานีในภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยเฉลี่ย 2.54 และนักท่องเที่ยวต่างประเทศให้ความสำคัญโดยเฉลี่ย 2.42 ความคิดเห็นเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า นักท่องเที่ยวมีความสนใจอยากไปท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดสุราษฎร์ธานี และนักท่องเที่ยวต่างประเทศมีความสนใจอยากไปท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดสุราษฎร์ธานี เส้นทางที่นักท่องเที่ยวชาวไทยสนใจและอยากไปท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารเกาะสมุย ความคิดเห็นเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานีในภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศให้ความสำคัญความสำคัญมาก ($\bar{X}=3.94$ $SD=0.57$, $\bar{X}=3.95$ $SD=0.47$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับความสำคัญมากเท่ากัน คือ เส้นทางท่องเที่ยวโดยรวมมีความน่าสนใจ ($\bar{X}=4.00$ $SD=0.779$) และเส้นทางท่องเที่ยวโดยรวมมีศักยภาพที่จะพัฒนา ($\bar{X}=4.00$ $SD=0.82$) นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความคิดเห็นเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับความสำคัญมาก คือ เส้นทางเหมาะสมกับการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้อาหาร ($\bar{X}=4.18$ $SD=0.62$)

การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยแบ่งองค์ประกอบการประเมิน 4 ด้าน ดังนี้ 1) ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีสัดส่วนร้อยละ 40 2) ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีสัดส่วนร้อยละ 10 3) การบริหารจัดการ มีสัดส่วนร้อยละ 40 และ 4) การมีส่วนร่วมของชุมชน มีสัดส่วนร้อยละ 10 ผลการประเมิน ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับมาตรฐานของศักยภาพอยู่ในระดับดีมาก จำนวน 4 เส้นทาง ประกอบด้วย เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะ คะแนนรวม 76.47 รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นคีรี คะแนนรวม 72.69 เส้นทางวิถีกิน ถิ่นธรรม คะแนนรวม 72.34 และเส้นทางวิถีกิน ถิ่น เขาสก คะแนนรวม 72.16 ระดับมาตรฐานของศักยภาพอยู่ในระดับดี มีจำนวน 1 เส้นทาง คือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นสองธรรม คะแนนรวม 69.32 และระดับมาตรฐานของศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 2 เส้นทาง ประกอบด้วย เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเล แลเมือง คะแนนรวม 58.98 และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นลุ่มน้ำ คะแนนรวม 57.97

1) ด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นธรรม มีศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารมากที่สุด (ร้อยละ 30.21) รองลงมา คือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นคีรี (ร้อยละ 29.97) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะ (ร้อยละ 29.17) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเขาสก (ร้อยละ 28.26) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นสองธรรม (ร้อยละ 27.34) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นลุ่มน้ำ (ร้อยละ 25.62) และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นเล แลเมือง (ร้อยละ 24.58) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านคุณค่าทางวัฒนธรรมอาหาร มีสัดส่วนร้อยละ 23 พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นคีรี มีศักยภาพมากที่สุด (ร้อยละ 16.70) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นธรรม (ร้อยละ 16.02) และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นเขาสก (ร้อยละ 15.90) ตามลำดับ ด้านศักยภาพทางกายภาพและการจัดกิจกรรม มีสัดส่วนร้อยละ 17 พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะ มีศักยภาพมากที่สุด (ร้อยละ 14.87) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นธรรม (ร้อยละ 14.19) และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นคีรี (ร้อยละ 13.27) ตามลำดับ

2) ด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะมีศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารมากที่สุด (ร้อยละ 8.20) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นคีรี (ร้อยละ 7.40) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเล แลเมือง (ร้อยละ 7.00) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นธรรม (ร้อยละ 6.80) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเขาสก (ร้อยละ 6.40) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นลุ่มน้ำ และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นสองธรรม (ร้อยละ 5.80) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านศักยภาพในการพัฒนา สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน มีสัดส่วนร้อยละ 5 พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะ มีศักยภาพมากที่สุด (ร้อยละ 4.20) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเล แลเมือง (ร้อยละ 3.80) และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นคีรี (ร้อยละ 3.60) ตามลำดับ ด้านศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก มีสัดส่วนร้อยละ 5 พบว่า เส้นทางวิถีกินถิ่นเกาะ มีศักยภาพมากที่สุด (ร้อยละ 4.00) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นคีรี (ร้อยละ 3.80) และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นเล แลเมือง (ร้อยละ 3.20) ตามลำดับ

3) ด้านการบริหารจัดการ พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะ มีศักยภาพในการบริหารจัดการมากที่สุด (ร้อยละ 30.63) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเขาสก (ร้อยละ 28.34) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นสองธรรม (ร้อยละ 27.84) วิถีกิน ถิ่นคีรี (ร้อยละ 26.84) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นธรรม (ร้อยละ 26.17) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นลุ่มน้ำ (ร้อยละ 19.31) และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นเล แลเมือง (ร้อยละ 18.84) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีสัดส่วนร้อยละ 12 พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะ มีศักยภาพมากที่สุด (ร้อยละ 8.99) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นคีรี (ร้อยละ 8.46) และเส้นทางวิถีกิน

ถิ่นสองธรรม (ร้อยละ 8.26) ตามลำดับ ด้านการจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีสัดส่วนร้อยละ 28 พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะ มีศักยภาพมากที่สุด (ร้อยละ 21.64) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเขาสก (ร้อยละ 20.15) และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นสองธรรม (ร้อยละ 19.58) ตามลำดับ

4) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเขาสก และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นธรรม มีศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นมากที่สุด (ร้อยละ 9.16) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเล แลเมือง (ร้อยละ 8.56) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นคีรี (ร้อยละ 8.48) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะ (ร้อยละ 8.47) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นสองธรรม (ร้อยละ 8.33) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นลุ่มน้ำ (ร้อยละ 7.48) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีสัดส่วนร้อยละ 3 พบว่า เส้นทางวิถีกิน เขาสก และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นธรรม มีศักยภาพมากที่สุด (ร้อยละ 3.00) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเล แลเมือง และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นสองธรรม (ร้อยละ 2.62) ตามลำดับ ด้านชุมชนมีส่วนร่วมเชิงเศรษฐกิจจากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีสัดส่วนร้อยละ 7 พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะ มีศักยภาพมากที่สุด (ร้อยละ 6.22) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นคีรี เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเขาสก และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นธรรม (ร้อยละ 6.16) ตามลำดับ

การจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบความเป็นไปได้ของเส้นทางท่องเที่ยวโดยข้อมูลโปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยวมาจากการจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) จำนวน 30 คน กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็นไปตามสัดส่วนของพื้นที่จังหวัดละ 15 คน จากตัวแทนทุกภาคส่วนของจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยจัดทำประชาพิจารณ์เพื่อกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี รวมทั้งการทำแผนที่เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี สื่อวิดีโอในการนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร ข้อเสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร และปัญหาอุปสรรค และแนวทางการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร ประกอบด้วย 7 โปรแกรม ดังนี้

- 1) โปรแกรม “วิถีกิน ถิ่นคีรี” แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเส้นทาง 3 อำเภอ “เมือง ลานสกา และช้างกลาง” เป็นการจัดเส้นทางท่องเที่ยวแบบ 3 วัน 2 คืน
- 2) โปรแกรม “วิถีกิน ถิ่นลุ่มน้ำ” แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเส้นทาง 2 อำเภอ “เมือง และปากพนัง” เส้นทางท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน
- 3) โปรแกรม “วิถีกิน ถิ่นเล แลเมือง” แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเส้นทาง 3 อำเภอ “ท่าศาลา เมือง และพรหมคีรี”
- 4) โปรแกรม “วิถีกิน ถิ่นสองธรรม” แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเส้นทาง 3 อำเภอ 2 จังหวัด “ท่าศาลา ชนอม และกาญจนดิษฐ์” เส้นทางท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน
- 5) โปรแกรม “วิถีกิน ถิ่นเขาสก” แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเส้นทาง 2 อำเภอ “บ้านตาขุน และพนม” เส้นทางท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน
- 6) โปรแกรม “วิถีกิน ถิ่นธรรม” แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเส้นทาง 2 อำเภอ “เมือง และไชยา”
- 7) โปรแกรม “วิถีกิน ถิ่นเกาะ” แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเส้นทาง 1 อำเภอ “เกาะสมุย” เส้นทางท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน

การจัดทำแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี แบ่งออกเป็น 6 ด้าน ดังนี้

1) ด้านเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น เนื่องจากในแต่ละเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารจะมีความแตกต่างกันในด้านการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นมาปรุงอาหาร และวัตถุดิบในแต่ละฤดูกาล ดังนั้น ในการทำเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ต้องระบุไว้ในโปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารไว้ด้วย เอกลักษณ์ของอาหารในท้องถิ่นมักมีพฤติกรรมการเล่นแบบ เช่น การทำปลาต้ม การทำข้าวหลาม ดังนั้น ควรส่งเสริมและสนับสนุนให้ชุมชนหาจุดเด่น หรือเอกลักษณ์ของอาหารในท้องถิ่นเพื่อสร้างความแปลกใหม่และความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยว

2) ด้านสถานที่จำหน่ายอาหารท้องถิ่นของจังหวัด ควรส่งเสริมและสนับสนุนให้มีจุดศูนย์กลางอาหารของแต่ละจังหวัด เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ซื้อสินค้าและของที่ระลึกเกี่ยวกับอาหารในพื้นที่ ในปัจจุบันเป็นร้านของเอกชน ยังไม่มีของภาครัฐบาล ดังนั้น ควรสร้างความร่วมมือกับหอการค้าจังหวัดร่วมกับผู้ประกอบการในการจัดตั้งศูนย์กลางอาหารของจังหวัด

3) ด้านมาตรฐานและความสะอาดของอาหาร หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการด้านอาหาร ควรส่งเสริมและยกระดับอาหารและร้านอาหารให้ได้รับมาตรฐานคุณภาพ มีความสะอาดปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งการให้ความรู้ในด้านการจัดงานจากวัตถุดิบจากธรรมชาติในท้องถิ่นเพื่อให้อาหารน่าสนใจ

4) ด้านการเล่าเรื่องราวของอาหาร (Story Food) ในแต่ละเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร ควรมีการเล่าเรื่องราวความเป็นมาของอาหาร วัตถุดิบ ส่วนประกอบของอาหาร คุณค่าโภชนาการของอาหาร และอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบ และเป็นการประชาสัมพันธ์และสร้างเอกลักษณ์ คุณค่าให้กับอาหารในท้องถิ่น รวมทั้งให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม เช่น การปรุงอาหาร หรือการสาธิตการทำงานในแต่ละเส้นทางกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อก่อให้เกิดประสบการณ์และการเรียนรู้ร่วมกันของนักท่องเที่ยว

5) ด้านการสื่อความหมายและการสร้างมัลติมีเดียในการเล่าเรื่องราวในแต่ละเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร เนื่องจากในแต่ละเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีบางเส้นทางที่เป็นเส้นทางใหม่ ขาดการสื่อความหมายของเรื่องราวของอาหารทำให้ขาดความน่าสนใจ ควรพัฒนานักมัลติมีเดียรุ่นใหม่ในพื้นที่ เพื่อสืบสานความเป็นมา เอกลักษณ์ของอาหาร และการสร้างมัลติมีเดียภาษาอังกฤษในชุมชน เพื่อการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

6) ด้านการประชาสัมพันธ์อาหารท้องถิ่น ควรพัฒนาระบบ Mobile Application และการจัดทำ QR Code ทั้งภาษาไทยภาษาอังกฤษ ภาษาจีน หรือภาษาอื่น ๆ เพื่อการอธิบายเรื่องราวของอาหารแต่ละชนิด และเป็นแหล่งข้อมูลสำหรับการเผยแพร่การท่องเที่ยวเชิงอาหาร รวมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนการทำ Content ประชาสัมพันธ์อาหารพื้นเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เทศกาลหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูลก่อนตัดสินใจมาท่องเที่ยว

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 2 กลยุทธ์การตลาดของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เพศหญิง โสด รายได้ปานกลาง เดินทางมาด้วยสายการบินต้นทุนต่ำ ไม่พักโรงแรมหรู วัตถุประสงค์การเดินทางคือ เพื่อการพักผ่อน เยี่ยมเพื่อนหรือญาติ และร่วมประเพณีในท้องถิ่น ส่วนใหญ่

มาเที่ยวในพื้นที่อำเภอเมือง ศีรีวงและชนอม การมาเที่ยวซ้ำ 2 – 4 ครั้งในรอบระยะเวลา 5 ปี ภูมิลำเนา มาจากกรุงเทพมหานครและจังหวัดในพื้นที่ภาคใต้ เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก เป็นลักษณะของกลุ่ม ครอบครัวมีขนาดกลุ่มนักท่องเที่ยว 3-4 คน ใช้รถส่วนตัวเข้ามาในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชและท่องเที่ยว ระยะเวลาการมาท่องเที่ยวเฉลี่ยในจังหวัด 3-7 วัน และมักจะย้ายที่พักไปใกล้แหล่งท่องเที่ยววัน นั้น ๆ งบประมาณการท่องเที่ยวครั้งเฉลี่ย คนละ 2,654 บาท งบประมาณค่าอาหาร 269 บาทต่อคนต่อ มื้อ สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนใหญ่เพศหญิง สมรสแล้ว รายได้ปานกลาง เดินทางมาด้วยสายการ บินต้นทุนต่ำ ไม่พักโรงแรมหรู วัตถุประสงค์ในการเดินทางคือ เพื่อการพักผ่อน นิยมท่องเที่ยวในอำเภอ เมืองนครศรีธรรมราช ชนอม สิชล ศีรีวง พฤติกรรมการเที่ยวซ้ำในช่วง 5 ปี ครั้งที่ 2 ภูมิลำเนาจากกลุ่ม ประเทศในเอเชีย เป็นกลุ่มท่องเที่ยวจีนมาเลเซีย ฮองกง เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก เป็นลักษณะของกลุ่ม ครอบครัวมีขนาดกลุ่มนักท่องเที่ยว 3-4 คน เดินทางมาจังหวัดนครศรีธรรมราชโดยเครื่องบิน ส่วนการ เดินทางในจังหวัดนิยมจ้างบริษัทนำเที่ยว ระยะเวลาการมาท่องเที่ยวเฉลี่ย มากกว่า 7 วัน งบประมาณการ ท่องเที่ยวครั้งเฉลี่ยคนละ 13,790 บาท งบประมาณค่าอาหาร 698 บาทต่อคนต่อมื้อ โดยเน้นอาหารเย็น

ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี นักท่องเที่ยวชาว ไทย เพศหญิง สมรสแล้ว รายได้ปานกลาง เดินทางมาด้วยสายการบินต้นทุนต่ำ พักโรงแรมหรู วัตถุประสงค์ในการเดินทางคือเพื่อการพักผ่อน เยี่ยมเพื่อนหรือญาติ พื้นที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเขา สกและเขื่อนรัชชประภา พฤติกรรมการเที่ยวซ้ำในช่วง 5 ปี จำนวน 2-4 ครั้ง ภูมิลำเนาจาก กรุงเทพมหานครและจังหวัดในพื้นที่ภาคใต้ เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก เป็นลักษณะของกลุ่มครอบครัวมี ขนาดกลุ่มนักท่องเที่ยว 3-4 คน การเดินทางจะใช้รถส่วนตัวในการเดินทางเข้ามาในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ ธานีและใช้รถส่วนตัวในการเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาการมาท่องเที่ยวเฉลี่ย 3-7 วัน และมักจะย้ายที่ พักไปใกล้แหล่งท่องเที่ยววันนั้น ๆ งบประมาณการท่องเที่ยวครั้งเฉลี่ย คนละ 5,180 บาท งบประมาณ ค่าอาหาร 146 บาทต่อคนต่อมื้อ นักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนใหญ่เพศชาย สมรสแล้ว รายได้สูง เดินทางมาด้วยสายการบิน full service พักโรงแรมหรู วัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน พื้นที่ท่องเที่ยวที่ ได้รับความนิยมคือเกาะสมุย มาท่องเที่ยวครั้งแรก ภูมิลำเนาจากอังกฤษ ฝรั่งเศส แคนาดา เป็น นักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก เป็นลักษณะของกลุ่มครอบครัวมีขนาดกลุ่มนักท่องเที่ยว 1-2 คน เดินทางมาจังหวัด สุราษฎร์ธานีโดยเครื่องบิน ส่วนการเดินทางในจังหวัดนิยมจ้างบริษัทนำเที่ยว ระยะเวลาการมาท่องเที่ยว เฉลี่ยในจังหวัด มากกว่า 7 วัน งบประมาณการท่องเที่ยวครั้งเฉลี่ยคนละ 47,462 บาท งบประมาณ ค่าอาหาร 313 บาทต่อคนต่อมื้อ

ด้านรูปแบบอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมักจะเดินทางมาท่องเที่ยวช่วงวันเสาร์อาทิตย์ (นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้า มาทุก ๆ วัน) นักท่องเที่ยวเคยรับประทานอาหารท้องถิ่นนครศรีธรรมราชมาก่อน นึกถึงความเผ็ดร้อนของ เครื่องเทศควบคู่กับความสดของอาหารทะเล มีอาหารที่นักท่องเที่ยวนิยมรับประทานอาหารท้องถิ่น คือ

มื่อกลางวันและมื่อเย็น เจาะจงที่ประเภทอาหารที่เลือกรับประทาน เช่น อาหารทะเลหรือขนมจีนมากกว่าการที่จะเจาะจงซื้อร้าน ร้านอาหารทั่วไป หรือมีทำเลอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวจะได้รับการพิจารณามากที่สุด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะรับรู้เมนูอาหารท้องถิ่นที่มีชื่อเสียงมาแล้วก่อนที่จะมาท่องเที่ยว การตัดสินใจบริโภคจึงขึ้นกับตัวเองเป็นหลัก รองลงมาคือการตัดสินใจโดยครอบครัว หรือญาติรับรู้ข้อมูลจากคนรู้จัก และสื่อออนไลน์มากที่สุดรูปแบบอาหารท้องถิ่นของนครศรีธรรมราชที่นักท่องเที่ยวนิยมรับประทาน ที่โดดเด่นคืออาหารท้องถิ่นที่มีเครื่องปรุงที่จัดจ้าน ชอบรสชาติอาหารมากกว่าต้องการลองสิ่งแปลกใหม่

ด้านรูปแบบอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มักจะเดินทางมาท่องเที่ยวช่วงวันเสาร์อาทิตย์และวันหยุดเทศกาล (นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ช่วงเดือนธันวาคม-เมษายน) นักท่องเที่ยวเคยรับประทานอาหารท้องถิ่นของจังหวัดสุราษฎร์ธานี นึกถึงความสดใหม่และรสชาติจัดจ้านของอาหารทะเล นึกถึงความสดใหม่และรสชาติจัดจ้านของอาหารทะเล มื่ออาหารที่นักท่องเที่ยวนิยมรับประทานอาหารท้องถิ่น คือ มื่อกลางวัน เจาะจงที่ประเภทอาหารที่เลือกรับประทาน มากกว่าการที่จะเจาะจงซื้อร้าน ร้านอาหารทั่วไป หรือมีทำเลอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวจะได้รับการพิจารณามากที่สุด รูปแบบอาหารท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวนิยมรับประทาน ที่โดดเด่นคืออาหารท้องถิ่นที่มีวัตถุดิบที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น นักท่องเที่ยวไทยชอบรสกลมกล่อม ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชอบรสชาติอาหารที่มีความเผ็ดและหวาน

ด้านกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนครศรีธรรมราช สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย กลยุทธ์ที่เหมาะสมคือ 1) สื่อสารเพื่อแสดงถึงอัตลักษณ์ของอาหารปักษ์ใต้ 2) สร้างความร่วมมือกับกลุ่มศักยภาพเพื่อพัฒนาธุรกิจอาหารท้องถิ่น 3) สร้างการรับรู้อัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นผ่านวัฒนธรรมประเพณี 4) กระตุ้นค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพ 5) กลยุทธ์กระจายช่วงเวลาการท่องเที่ยว สำหรับกลยุทธ์ที่เสนอเพิ่มเติม คือ การพัฒนาด้านการขนส่ง พัฒนาศักยภาพอาหารในส่วนของผู้ผลิต และผลไม้ มี Hotline รับปรึกษาปัญหาให้กับผู้ประกอบการที่กำลังเริ่มทำธุรกิจ การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการรับทราบและดำเนินกิจการตามกลยุทธ์การตลาด สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ กลยุทธ์ที่เหมาะสมคือ 1) ขยายการรับรู้คุณค่า 2) สร้างความร่วมมือกับกลุ่มศักยภาพเพื่อพัฒนาธุรกิจอาหารท้องถิ่นสู่มาตรฐานสากล 3) ขยายฐานตลาดกลุ่มความสนใจพิเศษ 4) กระตุ้นการใช้จ่ายของกลุ่มนักท่องเที่ยว AEC กลยุทธ์ที่เสนอเพิ่มเติมคือของฝาก/ขนมกล้วย และการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการรับทราบและดำเนินกิจการตามกลยุทธ์การตลาด กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผลไม้และของฝาก ประกอบด้วย 1) สร้างการรับรู้อัตลักษณ์ของของฝาก/ผลไม้ 2) พัฒนามาตรฐานอาหาร 3) การผลิตสื่อออนไลน์บอกเล่าเรื่องราวของอาหาร 4) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝาก/ผลไม้ กลยุทธ์ที่เสนอเพิ่มเติม การพัฒนาที่ต่อเนื่องให้ผู้ประกอบการเข้าใจและเข้าถึง

ด้านกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดสุราษฎร์ธานี สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย กลยุทธ์ที่เหมาะสมคือ 1) สร้างการรับรู้อัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นผ่านวัฒนธรรมประเพณี 2) สร้างความร่วมมือกับกลุ่มศักยภาพเพื่อพัฒนาธุรกิจอาหารท้องถิ่น 3) สร้างการรับรู้ เรื่องแหล่งวัตถุดิบคุณภาพในท้องถิ่น 4) สื่อสารข้อมูลอาหารท้องถิ่นที่มีจำหน่ายในตลาดอาหาร 5) ขยายฐานการตลาดผ่านการรับรู้ในเวทีระดับชาติ 6) กลยุทธ์กระจายช่วงเวลาการท่องเที่ยว 7) กระตุ้นค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพ สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ กลยุทธ์ที่เหมาะสมคือ 1) สนับสนุนให้เกิดความร่วมมือการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารระหว่างผู้ประกอบการร้านอาหารท้องถิ่นกับผู้ประกอบการรถโดยสารในพื้นที่ 2) สร้างความร่วมมือกับกลุ่มศักยภาพเพื่อพัฒนาธุรกิจอาหารท้องถิ่นสู่มาตรฐานสากล 3) ขยายการรับรู้คุณค่า 4) ขยายฐานตลาดกลุ่มความสนใจพิเศษ 5) ขยายฐานการตลาดผ่านการรับรู้ในเวทีโลก สำหรับกลยุทธ์ที่เสนอเพิ่มเติม คือ การขนส่งสาธารณะที่มีมาตรฐานการขนส่ง กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผลไม้และของฝากของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ประกอบด้วย 1) พัฒนามาตรฐานอาหาร 2) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝาก 3) การสร้างการรับรู้ด้านอัตลักษณ์ของของฝาก กลยุทธ์ที่เสนอเพิ่มเติม คือ คุณภาพของอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ชุมชนดั้งเดิม ลิขสิทธิ์ของสินค้าชุมชน ความปลอดภัยปลอดภัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 3 การจัดทำฐานข้อมูลด้านเอกลักษณ์อาหารท้องถิ่นในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ด้านการศึกษาประเภทของอาหารท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า อาหารท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีความหลากหลาย แต่มีลักษณะที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งอาหารท้องถิ่นทั้งสองจังหวัดดังกล่าว เน้นการนำวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นปรุงแต่ง อาหารท้องถิ่นเป็นวัฒนธรรม องค์การยูเนสโกจัดให้ศิลปะของอาหารท้องถิ่นเป็นมรดกทางวัฒนธรรมแห่งมนุษยชาติที่ไม่สามารถจับต้องได้ และอาหารท้องถิ่นก็ยังสามารถเป็นเครื่องมือในการกำหนดภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทาง และสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ซึ่งวัฒนธรรมอาหารการกินของถิ่นได้มีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ คนพื้นถิ่นดั้งเดิมการปรุงอาหารแบบง่ายๆ เมื่อมีชนชาติอินเดียเป็นผู้ริเริ่มเกิดเป็นวัฒนธรรมการปรุงอาหารโดยมาใช้ในการชันปกรองแพร่หลายไปในวิถีของถิ่น ผู้คนเริ่มใช้เครื่องครัว เตาไฟ ห้อมดินจนถึงการทำแกง ทำขนม จนเป็นอาหารเฉพาะท้องถิ่นขึ้น ซึ่งวัฒนธรรมการกินอาหารของชาวใต้จะมีความหลากหลายเนื่องจากเป็นภูมิภาคที่มีการเดินทางเข้าออกของอารยประเทศ มีการวัฒนธรรมมาเผยแพร่ที่หลากหลาย เช่น ชาวจีน นำกระทะ ตะหลิว อังโหล่ ผักดอง กระเทียมดอง และเมล็ดพืชผักจากต่างแดนเข้ามา อาหารไทยท้องถิ่นก็เริ่มเปลี่ยนแปลง ลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ของอาหารได้คือรสชาติเผ็ด ส่วนวัตถุดิบที่เป็นเนื้อสัตว์ที่นิยมใช้ในการปรุงอาหาร เช่น แกงเนื้อ ซึ่งเนื้อจะหมายถึง เนื้อวัวหรือเนื้อควาย หมู ไก่ ปลาทั้งน้ำจืดและน้ำทะเล และสัตว์ปีกต่างๆ ซึ่งแกงเนื้อ อาหารท้องถิ่นใต้จะไม่นิยมใส่ผัก หรือ ภาษาท้องถิ่นเรียกว่า “การทอดผัก” การใส่ผักมากนักยิ่งจะกลายเป็นชื่อเมนูอาหาร เช่น แกงหมู อาจจะมีการใส่ผักแต่อาจจะน้อย แต่ถ้าใส่ผักจำนวนมาก อาจจะถูกเรียกว่าผักที่ใส่ เช่น แกงสมรม คือแกงที่มีการใส่ผักหลากหลาย เช่น หน่อไม้ สะตอ ถั่วฝักยาว เป็นต้น แต่แกงสมรม อาจจะมีการใส่เนื้อไก่ หรือ เนื้อหมูก็ได้ หรืออาจจะเรียกทั้งสอง

อย่างไรว่า “แกงสมรมหมู” ส่วนแกงเลียงจะต้องประกอบด้วยกะปิ และใส่ผักเป็นวัตถุดิบ และชื่อเรียกแกงเลียงจะเรียกตามวัตถุดิบของผักที่ใส่ เช่นใส่ หัวปลี จะเรียกว่า แกงเลียงหัวปลี ใส่ลวกอ (มะละกอ) จะเรียกว่าแกงเลียงลวกอ หากแกงเลียงไม่ใส่กะปิ จะเรียกว่าแกงจืด ซึ่งจริงๆ แกงจืดไม่ใช่อาหารท้องถิ่นได้ แต่เป็นอาหารของชาวจีน การเรียกชื่อแกงเลียงก็เช่นกัน จะเรียกตามวัตถุดิบของผักที่ใส่ในแกงเลียง เช่น แกงเลียงหยวกกล้วย แกงเลียงหัวปลี เป็นต้น ส่วนประเภทต้ม มักนิยมใส่น้ำสต็อกกระดูกเป็นหลัก รวมถึงบางครั้งจะใส่เครื่องในสัตว์ผสมด้วย

ด้านการศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีความหลากหลาย ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งเรียนรู้ เช่น สีนามะฟาร์ม ศูนย์ผลิตน้ำส้มจาก อำเภอปากพะยูนย์ ตลอดจน ตลาดหรือถนนคนเดินที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางซื้อของฝากได้ และยังมีกิจกรรมในการปรุงอาหารต่าง ๆ มากมาย

ฐานข้อมูลที่นักท่องเที่ยวต้องการ คือ การออกแบบฐานข้อมูลที่นักท่องเที่ยวสามารถศึกษาข้อมูลของอาหารท้องถิ่นทั้งสองจังหวัด ซึ่งฐานข้อมูลดังกล่าวยังมีรายละเอียดของวัตถุดิบ กรรมวิธีการปรุงอาหาร ตลอดจนวิธีการรับประทานอาหารและแหล่งการผลิตอาหารแต่ละประเภท

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 4 เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ด้านการศึกษาจุดแข็ง 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) การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารยังไม่หลากหลาย 3) ขาดการบริการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ของท้องถิ่น 4) บุคลากรด้านการท่องเที่ยวยังขาดทักษะและความพร้อม 5) ขาดแคลนบุคลากรในท้องถิ่นที่ชำนาญด้านการท่องเที่ยว 6) การตกแต่งของร้านอาหารไม่มีความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นภาคใต้ 7) ด้านที่พักและโรงแรมยังมีน้อยในจังหวัดนครศรีธรรมราชยังมีน้อย โอกาส ประกอบด้วย 1) นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยว 2) มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐ 3) การเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวมากขึ้น 4) อาหารพื้นเมืองได้รับความนิยมมากขึ้น 5) นักท่องเที่ยวนิยมรับประทานอาหารมื้อเที่ยงซึ่งจังหวัดนครศรีธรรมราชมีอาหารเที่ยงที่หลากหลาย สำหรับการศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรคด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า มีความใกล้เคียงกับจังหวัดนครศรีธรรมราช แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีมี 6 ด้าน ประกอบด้วย ด้านเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น ด้านคุณภาพของอาหารท้องถิ่น ด้านราคา ด้านการบริการ ด้าน ลักษณะของร้านอาหารพื้นเมือง และด้านการการตลาดและการประชาสัมพันธ์

5.2 อภิปรายผล

ด้านแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomic tourism) การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นแนวโน้มการท่องเที่ยวในปัจจุบันที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีลักษณะพิเศษ โดยมีอาหารเป็นปัจจัยหลักในการเสริมประสบการณ์ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว Hall, Sharples, Mitchell, Macionis, Cambourne (2003) ได้ให้คำนิยามว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) เป็นการเดินทางไปในพื้นที่เพื่อการพักผ่อนรวมถึง การไปชมอาหาร งานเทศกาลอาหาร งานแสดงสินค้า ด้านอาหาร การสาธิตการทำอาหาร รวมถึงการชิม ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพในพื้นที่นั้นๆ โดยนักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสวัฒนธรรมของประเทศ หรือวัฒนธรรมท้องถิ่นที่แปลกใหม่ผ่านการชิม อาหาร ซึ่งรสชาติของอาหารจะสะท้อนถึงวัฒนธรรมของประเทศการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) จึงเป็นการท่องเที่ยวที่ใช้ประสาทสัมผัส ทุกความรู้สึกและส่งผลให้อาหารเป็นศูนย์กลาง สำคัญในประสบการณ์ท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับผลของการวิจัยนี้ เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีเมนูอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น โดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น และตามฤดูกาล มีการสาธิตกระบวนการทำอาหาร เพื่อสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต้องการที่จะสัมผัสกับรากเหง้าของอาหารในชนบทและวิธีการผลิตอาหาร รวมถึงการแสดงออกถึงตัวตน (Self-expression) ต้องการแสดงความแตกต่างโดดเด่นและความเป็นตัวตนในด้านการรับประทานอาหารจากแรงจูงใจที่เกิดขึ้นส่งผลให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารเพิ่มมากขึ้น (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2559)

ด้านศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารและความได้เปรียบการท่องเที่ยวเชิงอาหารของประเทศไทย จากสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย พรธณี สวนเพลง และคณะ (2559) กล่าวว่า ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงอาหารจำนวน 456,0000 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 20 จาก รายได้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งหมด สำหรับ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีการใช้จ่ายในด้านอาหาร และเครื่องดื่มระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวใน ประเทศไทยที่สูงที่สุด คือ ชาวจีน ชาวอังกฤษ และ ชาวรัสเซีย แนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 4 ด้าน ดังนี้ 1) องค์ประกอบด้านพื้นที่ ความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรมและประเพณีในท้องถิ่น 2) เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบด้านการจัดการ คือ ความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในพื้นที่และบริเวณใกล้เคียง การจัดการสิ่งแวดล้อมความสะอาดในการเข้าถึง 3) เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ และ 4) เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม คือ การพิจารณาว่าองค์กรท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการควบคุมดูแลแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบใดบ้างและประชาชนในท้องถิ่นมีความพอใจ (มัลลิกา ศิริพิศ และคณะ, 2559) สอดคล้องกับงานวิจัยครั้งนี้ เมื่อประเมินศักยภาพการท่องเที่ยว ในการประเมินศักยภาพ 4 ด้าน ดังนี้ 1) ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 2) ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 3) การบริหารจัดการ มีสัดส่วน และ 4) การมีส่วนร่วมของชุมชน ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับมาตรฐานของศักยภาพอยู่ในระดับดีมาก จำนวน 4 เส้นทาง ประกอบด้วย เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะ รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นศรี เส้นทางวิถีกิน ถิ่นธรรม และเส้นทางวิถีกิน ถิ่น เขาสก ระดับมาตรฐานของศักยภาพอยู่ในระดับดี มีจำนวน 1 เส้นทาง คือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นสองธรรม และระดับมาตรฐานของศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 2 เส้นทาง ประกอบด้วย เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเล แลเมือง และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นลุ่มน้ำ

ด้านการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร กิจกรรมในโปรแกรมการนำเที่ยวเชิงอาหาร ต้องประกอบด้วย 1) การสร้างความประทับใจอื่น ๆ ในระหว่างการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 2) การเสนอให้นักท่องเที่ยว ชิม/รับประทานอาหาร 3) การให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น 4) การให้นักท่องเที่ยวได้ซื้อสินค้าหรือของที่ระลึกเกี่ยวกับอาหาร 5) การนำเสนอเรื่องราวความรู้เกี่ยวกับอาหาร 6) การนำนักท่องเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางอาหาร และ 7) การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวทดลองทำอาหาร (ภัทรพร พันธุ์, 2558) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในครั้งนี้ในการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยโปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยวแนะนำให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการสาธิตการทำอาหารและวิถีของชุมชน นำเสนอเรื่องราวความเป็นมาของอาหารวัตถุดิบที่ใช้ ก่อนการลงมือทำอาหาร การชิมและรับประทานอาหารในท้องถิ่น รวมทั้งการทำแผนที่และสื่อประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ด้านแนวทางการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวหนึ่งที่นักท่องเที่ยวมีการเดินทางท่องเที่ยว และมีความสนใจในด้านอาหารอย่างแท้จริง นอกจากนักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์ทางด้านการท่องเที่ยวแล้วนักท่องเที่ยวยังมีส่วนร่วมในการรับประทานอาหารท้องถิ่น อาหารพื้นเมืองหรืออาหารขึ้นชื่อของท้องถิ่นนั้นๆ ซึ่งในปัจจุบันมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารและส่งผลให้แนวโน้มของการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น ในการวิจัยครั้งนี้ มีแนวทางในการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร 6 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น ต้องมีความแตกต่าง และหาจุดเด่นและสร้างเอกลักษณ์ของอาหารในท้องถิ่น 2) ด้านสถานที่จำหน่ายอาหารท้องถิ่นของจังหวัด ควรส่งเสริมและสนับสนุนให้มีจุดศูนย์กลางอาหารของแต่ละจังหวัด เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ซื้อสินค้าและของที่ระลึกเกี่ยวกับอาหารในพื้นที่ ดังนั้นควรสร้างความร่วมมือกับหอการค้าจังหวัดร่วมกับผู้ประกอบการในการจัดตั้งศูนย์กลางอาหารของจังหวัด 3) ด้านมาตรฐานและความสะอาดของอาหาร หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการด้านอาหาร ควรส่งเสริมและยกระดับอาหารและร้านอาหารให้ได้รับมาตรฐานคุณภาพ มีความสะอาด ปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว 4) ด้านการเล่าเรื่องราวของอาหาร (Story Food) ในแต่ละเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร ควรมีการเล่าเรื่องราวความเป็นมาของอาหาร วัตถุดิบ ส่วนประกอบของอาหาร คุณค่าโภชนาการของอาหาร และอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบ รวมทั้งให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม เพื่อก่อให้เกิดประสบการณ์และการเรียนรู้ร่วมกันของนักท่องเที่ยว 5) ด้านการสื่อความหมายและการสร้างมัลติมีเดียในการเล่าเรื่องราวในแต่ละเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร ควรพัฒนานักมัลติมีเดียกรุ่นเยาว์ในพื้นที่ เพื่อสืบสานความเป็นมา เอกลักษณ์ของอาหาร และการสร้างมัลติมีเดียภาษาอังกฤษในชุมชน เพื่อการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างประเทศ 6) ด้านการประชาสัมพันธ์อาหารท้องถิ่น ควรพัฒนาระบบ Mobile Application และการจัดทำ QR Code ทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน หรือภาษาอื่นๆ เพื่อการอธิบายเรื่องราวของอาหารแต่ละชนิด และเป็นแหล่งข้อมูลสำหรับการเผยแพร่การท่องเที่ยวเชิงอาหาร รวมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนการทำ Content ประชาสัมพันธ์อาหารพื้นเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า นักท่องเที่ยวในพื้นที่ จังหวัดนครศรีธรรมราช ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย มีชาวต่างชาติบ้าง แต่ค่อนข้างน้อย เมื่อ

เปรียบเทียบ เปรียบเทียบกับจังหวัดสุราษฎร์ธานีซึ่งเป็นจังหวัดใกล้เคียงซึ่งเป็น World Destination และนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อายุน้อยกว่า 40 ปีสถานภาพโสด ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีสถานภาพสมรสมากกว่า โดยรายได้ของนักท่องเที่ยวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นกลุ่มที่มีรายได้ไม่สูงมากนัก สอดคล้องกับงานวิจัย พฤติกรรมนักท่องเที่ยวนครศรีธรรมราชที่ผ่านมา ของอนุมาน จันทวงศ์ (2553) สรุปได้ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่ เข้ามาเที่ยวนครศรีธรรมราช เป็นกลุ่มผู้มีรายได้ระดับกลาง และมีกลุ่มนักศึกษารวมอยู่ด้วย เป็นการเที่ยวแบบ ครอบครัวเพื่อทำบุญไหว้พระและพักผ่อนหย่อนใจในแหล่งธรรมชาติ หากต้องการเพิ่มค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยว แล้วควรยกระดับการบริการให้มีมาตรฐานที่สูงขึ้นเพื่อดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยว Hi End

ในส่วนพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีนั้น มีความแตกต่างกัน กล่าวคือ นักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เนื่องจากจังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นเมืองร้อย เกาะ มีทะเลที่สวยงาม ให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชอบมาท่องเที่ยว โดยเฉพาะเกาะสมุย เกาะพะงัน เกาะเต่า เกาะนางยวน ฯลฯ และนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง แต่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อายุน้อยกว่า 40 ปีสถานภาพสมรสและ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สำเร็จ การศึกษาระดับปริญญาตรี โดยรายได้ของนักท่องเที่ยวไทย ที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็น กลุ่มที่มีรายได้ไม่สูงมากนักส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีรายได้ค่อนข้างสูง ทั้งนี้ เพราะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่มาเที่ยวเกาะสมุย เพราะนอกจากบนเกาะจะมีธรรมชาติที่สวยงามแล้ว ยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบ ครัน พร้อมทั้งยังมีโรงแรม รีสอร์ทหรูหราร้านอาหาร 5 ดาว มากมาย

นักท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารในกลางวันและมื้อเย็นมากที่สุด มื้อเย็นนั้นจะเป็นการรับประทานอาหาร มื้อใหญ่และใช้เวลาในการรับประทานอาหารมากที่สุดสอดคล้องกับงานวิจัยของธารทิพย์ อุบลสถิต (2557) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ส่วนใหญ่รับประทานอาหารไทยช่วงมื้อเย็น ส่วนมื้อกลางวันนั้นนักท่องเที่ยวนิยมรับประทานเป็นอาหารจานเดียว โดยร้านอาหารดังกล่าวอาจจะเป็นร้านอาหารทั่วไป หรือมีทำเลอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวจะได้รับการพิจารณามากที่สุด กลยุทธ์การตลาดที่มีความสำคัญมากที่สุด คือกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ถึงอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่น ซึ่งแนวทางการสร้างการรับรู้ นั้นสามารถทำได้หลากหลายทางควบคู่กัน ผ่านการสื่อสารผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ (Social Network) ซึ่งเป็นช่องทางที่นักท่องเที่ยวรับรู้ได้มากที่สุด (ข้อมูล : จากแบบสอบถาม) เช่น การทำรายการสาธิต ทำอาหาร การทำรายการเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นต้น โดยเนื้อหาการสื่อสารนั้น ควรสื่อสารให้ผู้รับชมได้ทราบความโดดเด่นของอาหารท้องถิ่น (ข้อมูล : จากเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็น) รวมทั้ง การทำความเข้าใจในอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นว่า อัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นคือความแตกต่าง จะไม่มีสูตรและวัตถุดิบตายตัวขึ้นอยู่กับวัตถุดิบที่สรรหาได้ในช่วงเวลานั้น ๆ ประเด็นนี้เป็นเรื่องที่สำคัญและสร้างความรู้สึก ทำทายให้กับนักท่องเที่ยว สามารถกระตุ้นอุปสงค์นักท่องเที่ยวได้อย่างดี

ด้านกลยุทธ์การตลาด กลยุทธ์การตลาดที่มีความสำคัญมากที่สุด คือกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ถึงอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่น ซึ่งแนวทางการสร้างการรับรู้ นั้นสามารถทำได้หลากหลายทางควบคู่กัน ผ่านการสื่อสารผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางที่นักท่องเที่ยวรับรู้ได้มากที่สุด (ข้อมูล:จากแบบสอบถาม) เช่นการทำรายการสาธิตทำอาหาร การทำรายการเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นต้น โดยเนื้อหาการสื่อสารนั้น ควรสื่อสารให้ผู้รับชมได้ทราบความโดดเด่นของอาหารท้องถิ่น (ข้อมูล: จาก

เวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็น) รวมทั้งการทำความเข้าใจในอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่น ว่า อัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น คือความแตกต่าง จะไม่มีสูตรและวัตถุดิบตายตัวขึ้นอยู่กับวัตถุดิบที่สรรหาได้ในเวลานั้น ๆ ประเด็นนี้เป็นเรื่องที่สำคัญและสร้างความรู้สึกท้าทายให้กับนักท่องเที่ยว สามารถกระตุ้นอุปสงค์นักท่องเที่ยวได้ดี

อาหารท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีความหลากหลาย แต่มีลักษณะที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งอาหารท้องถิ่นทั้งสองจังหวัดดังกล่าว เน้นการนำวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นปรุงแต่ง อาหารท้องถิ่นเป็นวัฒนธรรม องค์การยูเนสโกจัดให้ศิลปะของอาหารท้องถิ่นเป็นมรดกทางวัฒนธรรมแห่งมนุษยชาติที่ไม่สามารถจับต้องได้ และอาหารท้องถิ่นก็ยังสามารถเป็นเครื่องมือในการกำหนดภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทางลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ของอาหารใต้คือรสชาติเผ็ด และต้องมีทุกๆมือ หากไม่มีแกงต้องมี “น้ำซุบ” (น้ำพริก) น้ำซุบส่วนใหญ่มีครกไว้ตำ (ตำ) แต่หากไม่มีครก อาจจะประยุกต์โดยใช้วิธีการไม่ต้องตำ ที่เรียกว่า น้ำซุบโจร การเรียกชื่อน้ำพริกจะเรียกตามวัตถุดิบที่ใส่ เช่น น้ำซุบแมงดانا น้ำซุบโคร (ตะไคร้) น้ำซุบลูกประ น้ำซุบส้มขาม (มะขาม)

แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีความหลากหลาย ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งเรียนรู้ เช่น มานะฟาร์ม ศูนย์ผลิตน้ำส้มจาก อำเภอบางขัน ตลอดจน ตลาดหรือถนนคนเดินที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางซื้อของฝากได้ และยังมีกิจกรรมในการปรุงอาหารต่างๆ มากมาย

ฐานข้อมูลที่นักท่องเที่ยวต้องการคือ การออกแบบฐานข้อมูลที่นักท่องเที่ยวสามารถศึกษาข้อมูลของอาหารท้องถิ่นทั้งสองจังหวัด ซึ่งฐานข้อมูลดังกล่าวยังมีรายละเอียดของวัตถุดิบ กรรมวิธีในการปรุงอาหาร ตลอดจนวิธีการรับประทานอาหาร และแหล่งการผลิตอาหารแต่ละประเภท

5.3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงอาหารกับการท่องเที่ยวชุมชน และขยายพื้นที่ให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้นทั้งในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. การอบรมและพัฒนาให้ชุมชนได้มีความรู้ในการจัดงาน ผู้ประกอบการควรใช้ภาษาหรือวัตถุดิบในท้องถิ่น การพัฒนาอาหารท้องถิ่นให้มีความน่าสนใจ โดยนำเอาความคิดสร้างสรรค์และเอกลักษณ์ของอาหารโดยการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นทำให้เกิดความแตกต่างของอาหารและสินค้า เพื่อพัฒนาอาหารท้องถิ่นให้มีเอกลักษณ์และคุณภาพ รวมทั้งการพัฒนาสินค้าที่เป็นของฝากของที่ระลึกของท้องถิ่น
3. การสื่อความหมายและการเล่าเรื่องราวของอาหารท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ และในแต่ละเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร ควรให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมด้านอาหาร เพื่อเป็นการสร้างประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว

4. การส่งเสริมด้านการตลาดแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ผู้ประกอบที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ควรเน้นการส่งเสริมการตลาดให้มากขึ้น เช่น การสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์และคุณค่าอาหารท้องถิ่นในเชิงรุกให้มากขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจต้องการมาท่องเที่ยวเชิงอาหารมากขึ้น

5. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยว โดยผ่านสื่อต่างๆ และให้มีความหลากหลาย ทั้งการลงโฆษณาในวิทยุ แผ่นพับ นิตยสาร เว็บไซต์ และ Application mobile ในการเรียกดูข้อมูลในรูปแบบต่างๆ และหลายภาษา เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้าถึงข้อมูลและเป็นแหล่งข้อมูลในการเผยแพร่การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เนื่องจากนักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีพฤติกรรมหาสืบค้นหาข้อมูลก่อนการท่องเที่ยว และเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจให้กับประเทศ

6. ควรเพิ่มแนวทางเพิ่มค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดสุราษฎร์ธานี จากผลการวิจัยพบว่าแม้จังหวัดสุราษฎร์ธานี จะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติสูงกว่าจังหวัดนครศรีธรรมราช แต่ค่าใช้จ่ายทางด้านอาหารกลับน้อยกว่าจังหวัดนครศรีธรรมราช จึงควรมีแนวทางยกระดับรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่สร้างการรับรู้อัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น (อปท. ททท.) สร้างการรับรู้ เรื่องแหล่งวัตถุดิบคุณภาพในท้องถิ่น (อปท. ททท.) สื่อสารข้อมูลอาหารท้องถิ่นที่มีจำหน่ายในตลาดอาหาร (อปท.) ขยายฐานการตลาดผ่านการรับรู้ในเวทีระดับชาติ(ททท.) และการสร้างการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สนใจเป็นพิเศษ เช่นการเรียนรู้การทำอาหารท้องถิ่น การท่องเที่ยวสัมผัสวิถีชุมชน (ผู้ประกอบการในท้องถิ่น พห)

7. การสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายผู้ประกอบการอาหาร ในส่วนของผู้ประกอบการอาหารท้องถิ่นนั้น นับว่ามีส่วนสำคัญที่ขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จากผลการศึกษาพบว่า การยกระดับการท่องเที่ยวเชิงอาหารสู่มาตรฐานสากลนั้น ต้องมีการสร้างความร่วมมือกับกลุ่มศักยภาพเพื่อพัฒนาธุรกิจอาหารท้องถิ่น เพื่อพัฒนามาตรฐานร้านค้าทั้งในเรื่องสถานที่ การตกแต่งร้านค้า มาตรฐานการให้บริการ อีกทั้งการสนับสนุนส่งเสริมในเรื่องของการพัฒนาด้านภาษาเพื่อใช้ในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ นอกจากนี้สนับสนุนให้เกิดความร่วมมือการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารระหว่างผู้ประกอบการร้านอาหารท้องถิ่นกับผู้ประกอบการรถโดยสารในพื้นที่ เนื่องจากผู้ประกอบการรถโดยสารในพื้นที่เป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวรับรู้และเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารได้สะดวกขึ้น

8. การยกระดับมาตรฐานสินค้าทางด้านอาหาร จากผลการศึกษา พบว่า แม้จังหวัดนครศรีธรรมราชและสุราษฎร์ธานี จะมีอาหารท้องถิ่นที่เป็นที่รู้จักหลาย ๆ อย่าง แต่ยังมีส่วนน้อยมากที่ได้รับมาตรฐานการผลิตที่เป็นที่ยอมรับ ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญที่จะยกระดับมาตรฐานและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าได้ การส่งเสริมให้เกิดมาตรฐาน ควบคู่กับการสร้างการรับรู้ด้านมาตรฐานให้กับกลุ่มลูกค้า จึงเป็นเรื่องที่ควรส่งเสริม ทั้งในส่วนของมาตรฐานอาหารที่เป็นที่รับรู้ในระดับสากล เช่น มาตรฐานอาหารปลอดภัย GAP (กรมวิชาการเกษตร) มาตรฐานอาหารอินทรีย์ รวมทั้งการสร้างมาตรฐานอาหารท้องถิ่น ซึ่งแสดงถึงการเป็นร้านอาหารท้องถิ่นที่คงความเป็นเอกลักษณ์ความเป็นท้องถิ่นไว้ เพื่อเป็นมาตรฐานของชุมชน หรือของจังหวัดนั้น ๆ (อปท.)

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเพิ่มเติมด้านอาหารท้องถิ่นในชุมชนอื่นๆ หรือจังหวัดอื่นๆ ที่ใกล้เคียงกับจังหวัด นครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อนำข้อมูลมาเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารให้เป็น เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในภาคใต้
2. ควรบูรณาการทฤษฎีและแนวคิดทางวิชาการหลายศาสตร์ เพื่อการสร้างองค์ความรู้ที่ ครอบคลุม และชัดเจน เพื่อความสมบูรณ์และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้มากขึ้น
3. ในการศึกษาเรื่องการพัฒนาฐานข้อมูลด้านเอกลักษณ์อาหารท้องถิ่นในจังหวัด นครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี ควรมีการศึกษาอาหารท้องถิ่นของภาคใต้ทั้ง 14 จังหวัด และ แบ่งประเภทอาหารที่ความสนใจของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มรักสุขภาพ นักท่องเที่ยวกลุ่มฮาลาล เป็นต้น ในส่วนของการส่งเสริมการตลาดหรือการเผยแพร่ข้อมูล ควรมีการพัฒนา เป็น Application เพื่อให้นักท่องเที่ยวสะดวกในการใช้งานมากยิ่งขึ้น
4. ในการศึกษาเรื่องการพัฒนาฐานข้อมูลด้านเอกลักษณ์อาหารท้องถิ่นในจังหวัด นครศรีธรรมราชและ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ควรมีการศึกษาอาหารท้องถิ่นของภาคใต้ทั้ง 14 จังหวัด และ แบ่งประเภทอาหารที่ความสนใจของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มรักสุขภาพ นักท่องเที่ยวกลุ่มฮาลาล เป็นต้น ในส่วนของการส่งเสริมการตลาดหรือการเผยแพร่ข้อมูล ควรมีการพัฒนา เป็น Application เพื่อให้นักท่องเที่ยวสะดวกในการใช้งานมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กนกกานต์ วีระกุลและคณะ.(2556). การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร.รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- คณิงภรณ์ วงเวียนและคณะ. (2555,กรกฎาคม-ธันวาคม). การพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยววิถีอย่างยั่งยืนที่เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง. วารสารบริการและการท่องเที่ยว. 7(2) หน้า 86.
- ชัยยศ สันตวงษ์ และนิตยา เจริญประเสริฐ. (2546). การบริหารระบบสารสนเทศเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: บริษัทประชุมช่าง.
- ณภัทร นาคสวัสดิ์ และคณะ. (2562). แผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านอาหารภาคใต้เชิงสร้างสรรค์ แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ประเทศไทย.วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ. ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2562.
- ดวงแก้ว สวามิภักดิ์. (2534). ระบบฐานข้อมูล Database System. กรุงเทพฯ.ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์. (2536). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างประสิทธิภาพของการนำนโยบายการให้บริการแก่ประชาชนไปปฏิบัติ : กรณีศึกษาสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ฐิธญา มณีเนตร. (2553). ไทยศึกษาเพื่อการท่องเที่ยว. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร : โอ.เอส.พรีนติ้งเฮาส์.
- ธนภูมิ อติเวทิน.(2552). พัฒนาการของการท่องเที่ยวเพื่อรับประทานอาหารในประเทศไทย. วารสารศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ,131(1), 38-57
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2559). ธนาคารแห่งประเทศไทย (ข้อมูลสถิติ) FM_FX_001_S3 อัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ย. สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2559. จาก www2.bot.or.th/statistics/BOTWEBSTAT.aspx?reportID=123&language=TH
- ธารทิพย์ อุบลสถิต. (2558). พฤติกรรมการบริโภคอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอเกาะสมุยจังหวัดสุราษฎร์ธานี. การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- นริศ คำแก่นและคณะ (2556).ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร.รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ และ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- นันทวรรณศิริโชคพัฒน์. (2559). ผู้ช่วยผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสุราษฎร์ธานี. สัมภาษณ์.
- เบญจพร ดามาพงศ์ และคณะ. (2556). แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2557). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. (พิมพ์ครั้งที่ 2). นนทบุรี : เพรินทร์ข้าหลวง พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ปิยะ ปานผู้มีทรัพย์. (2557). การศึกษาศักยภาพและมูลค่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต่อการสร้างรายได้ในพื้นที่ภาคใต้. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- พรพิศพลศรีสวัสดิ์. (2554). พฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ส่งผลต่อการประกอบการของร้านอาหารในถนนข้าวสาร.วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พรรณี สวนเพลงและพรเทพ ลีทองอินทร์. (2558).ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในภูมิภาคอาเซียน. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

- พวงผกาคาม. (2551). ส่วนประสมทางการตลาดบริการและพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารไทยในเมืองแฮมป์ตันโรดส์มลรัฐเวอร์จิเนียประเทศสหรัฐอเมริกา. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ภาณุวัฒน์ ภักดีอักษร. (2555). ทฤษฎีแรงจูงใจการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร. วารสารวิทยาการจัดการ. 29(2), 129-147.
- มัลลิกา ศิริพิศ และคณะ. (2559) ” การศึกษาศักยภาพเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในภูมิภาคตะวันตก. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- ลัดดาวัลย์ ช่วยชาติ (2559). ผู้ช่วยผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช. สัมภาษณ์.
- ราณี อีสัยกุล. (2557). การจัดการการท่องเที่ยวเฉพาะทาง. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- รวีวรรณ เทนอิสระ. (2543). **ฐานข้อมูลและการออกแบบ**. กรุงเทพฯ : เอ็ดดูเคชั่น.
- โรจนศักดิ์ โฉมวิไลลักษณ์ และ คณะ (2558). การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารโดยกลุ่มหาบเร่แผงลอยกับการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว. รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ และ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. หน้า9-11.
- รุจศักดิ์ ฐปณการ. (2552). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารไทยของผู้บริโภคกรณีศึกษาเขต Miami-Dade County มลรัฐฟลอริดาประเทศสหรัฐอเมริกา**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วิฑูรย์ ตันศิริมงคล. (2542). **AHP กระบวนการตัดสินใจที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในโลก**. กรุงเทพฯ: กราฟฟิคแอนดป์ริ้นติ้งเซ็นเตอร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภกร เสรีรัตน์, ปริญลักษณ์ตานนท์,องอาจ ปทะวานิช, ปศิณา มีจินดา, จิระวัฒน์อนุวิชา นนท์ และอรัญย์ เลิศวรรณวิทย์.(2552). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- ศิริสุภา เอมหยวก และ สนทยา สาลี (2559). **การพัฒนาฐานข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารในพื้นที่ชุมชนวัดโบสถ์จังหวัดพิษณุโลก**. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.10(1),35-48.
- ศุภวรรณ หมั่นดี. (2558). **ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงอาหารกับการเสริมศักยภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย**. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- แสงสรรค์ ภูมิสถาน และคณะ. (2558). **การศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดตราด**. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). **การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ด้านอาหาร.รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว**. ฉบับที่ 4 เมษายน-มิถุนายน 2559.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). **ท่องเที่ยวไทยปี 58 ทำสถิติใหม่**. สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2559. จาก <http://www.thansettakij.com/2016/01/08/25115>
- สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2557). **คู่มือการตรวจประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม**. กรมการท่องเที่ยว,กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึกในพระบรมราชูปถัมภ์. กรุงเทพฯ.

- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2559). **การท่องเที่ยวเชิงอาหาร**. สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2559. จาก <http://www.dasta.or.th/th/component/k2/item/3013-gastronomy>
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2599). **การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism)**.งานองค์ความรู้ สำนักบริหารยุทธศาสตร์. โคขุน แอน์ โค จำกัด. กรุงเทพฯ.
- อภิสิทธิ์บุคณาค. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคใต้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. **วารสารกระแสนวัตกรรม**. 15(28). (2557, กรกฎาคม – ธันวาคม). 13-16.
- อรุณศรี ลีจิระจำเริญและคณะ (2556). **การพัฒนาคลัสเตอร์ของกลุ่มธุรกิจขนมไทยท้องถิ่นและการจัดทำระบบฐานข้อมูลสารสนเทศสำหรับเส้นทางใหม่ของการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้อาหารในภูมิภาคตะวันตก**.รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติและสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- อรุณศรี ลีจิระจำเริญ และคณะ. (2556). **การศึกษาศักยภาพเส้นทางทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้: กรณีศึกษาขนมไทยท้องถิ่น**. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- Bearden, W. O., Ingram, T. N. & Raymond W. Laforge. (2007). **The Nature of Consumer Behavior and Decision Making**. (5th ed). Boston: McGraw-Hill.
- Chaney, S. and Ryan, C. (2012). **Analyzing the evolution of Singapore's World Gourmet Summit: An example of gastronomic tourism**. International journal of Hospitality Management. 31(2012) 309-318.
- Du Rand, G.E. and Heath, E. (2006) Towards a Framework for Food Tourism as an Element of Destination marketing. **Current Issues in Tourism**, 9:206-234.
- F. Glenn Boleman, Arvind Phatak, Robert E. Schellenberger. (1986). **Strategic Management: Text and Cases**. Wiley.
- Georgica er, al. (2014). **Gastronomic Tourism a new trend for contemporary tourism?**. Cactus Tourism Journal Vol. 9, Issue 1/2014, Pages 12-21,
- Goodstein, Leonard D., Nolan, Timothy M., Pfeiffer, J. William. (1993). **Applied Strategic Planning: A Comprehensive Guide**. 2nd. Pfeiffer & Company / McGraw-Hill.
- Hall, M., Mitchell, R., (2005). Gastronomic tourism: comparing food and wine tourism experiences, Icinde M. Novelli (Editor), Niche Tourism, **Contemporary Issues, Trends and Cases**, ss. 89-100.
- Kotler, Philip. (2003). **Marketing Management**. 11th ed. Upper Saddle River, New Jersey : Prentice-Hall.
- Long L.M. (2004). **Culinary Tourism**. Lexington, KY: The University Press of Kentucky.
- Magda Antonioli Corigliano and Rodolfo Baggio. (2002). Italian culinary tourism on the internet. Antwerpen: **Academie voor de Streekgebonden Gastronomie**, pp 92-106.
- Marko Kukanja. (2015). **Restaurant Quality Measurement Based on Marketing Factors – The Managers' Perspective**. *Academica Turistica Tourism & Innovation Journal – Revijazaturizem in inovativnost* Year 8, No. 2, November 2015, issn 1855-3303. p.15

- PaneeSuanpang. (2015). Gastronomic Tourism Routes in ASEAN Case Study CLMV Countries. **Indian journal of applied research**. 5(7). pp138-142.
- Sormaz, Umit. (2016). **Gastronomy in Tourism**. 3rd Global Conference on Business, Economics, Management and Tourism, 26-28 November 2015, Rome, Italy. Pages 725-730.
- TermsakbSingsomboon. (2014). **Marketing Strategies for Thai Gastronomic Tourism Promotion**. Dissertation. Graduated School of Tourism Management National Institute of Development Administration. Thailand.
- Thomas L. Wheelen, J. David Hunger.(2006). **Concepts in Strategic Management and Business Policy**.Prentice Hall. USA.

ภาคผนวก ก
แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก
แผนโครงการ แนวทางการพัฒนาศักยภาพท่องเที่ยวเชิงอาหาร
ในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์เชิงลึกฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ของ การท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี ประกอบด้วย ปัจจัยภายในและ ปัจจัยภายนอกที่กระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ผู้ให้สัมภาษณ์.....เบอร์โทรศัพท์.....

1. จังหวัด ☐ จังหวัดนครศรีธรรมราช ☐ จังหวัดสุราษฎร์ธานี

2. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

1) หน่วยงานภาครัฐ

- ☐ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี
- ☐ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สาขานครศรีธรรมราชและสุราษฎร์ธานี
- ☐ สภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

2) หน่วยงานเอกชน

- ☐ หอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี
- ☐ สมาคมการท่องเที่ยว
- ☐ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร
- ☐ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม/รีสอร์ท
- ☐ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว
- ☐ มัคคุเทศก์

3) ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว

- ☐ นักวิชาการ

4) ชุมชน

- ☐ ปราชญ์ชุมชน
- ☐ ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร

3. ปัจจัยภายในที่กระทบต่อที่กระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี ประกอบด้วยอะไรบ้าง

จุดแข็ง	จุดอ่อน

4. ปัจจัยภายนอกที่กระทบต่อที่กระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี ประกอบด้วยอะไรบ้าง

โอกาส	อุปสรรค

ภาคผนวก ข

แบบสอบถามเพื่อการวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของแต่ละเกณฑ์ของ
จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats)
ของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราช

แบบสอบถาม
แผนโครงการ แนวทางการพัฒนาศักยภาพท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี
ฉบับนี้ ☒ จังหวัดนครศรีธรรมราชเท่านั้น

คำชี้แจง
แบบสอบถามฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์สอบถามความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อการวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของแต่ละเกณฑ์ของจุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราช

ตารางที่ 1 การวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของแต่ละเกณฑ์ของจุดแข็งของการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช

จุดแข็ง	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7
S1 จังหวัดนครศรีธรรมราชมีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ทั้งหาดทราย ชายทะเล อ่าว ภูเขา นาและป่า	1.000						
S2 จังหวัดนครศรีธรรมราชมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี และบุขาสังคคีตศิลป์ที่มีชื่อเสียง เช่น วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร ประเพณีแห่ผ้าขึ้นธาตุ งานบุญสารทเดือนสิบ		1.000					
S3 จังหวัดนครศรีธรรมราชมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีชื่อเสียง ได้แก่ ไร่เกษมสุข ศีรีวง ชิมวงศ์ฟาร์ม เป็นต้น			1.000				
S4 จังหวัดนครศรีธรรมราชมีอาหารที่เป็นอัตลักษณ์และมีชื่อเสียงของแต่ละท้องถิ่น เช่น ขนมจีนเมืองนคร น้ำชา โรตี่ ข้าวยา ข้าวแกงพื้นบ้านที่มีรสชาติ จัดจ้าน				1.000			
S5 ผักพื้นบ้านที่เป็นเครื่องเคียงอาหารประเภท ข้าวแกงและขนมจีน มีความหลากหลายและคุณประโยชน์ทางด้านสมุนไพร จึงสามารถสร้างความโดดเด่นให้อาหารได้					1.000		
S6 จังหวัดนครศรีธรรมราชมีร้านอาหารจำนวนมาก และกระจายอยู่ทั่วไป						1.000	
S7 จังหวัดนครศรีธรรมราชมีตลาดที่จำหน่ายอาหารที่หลากหลาย เช่น ตลาดหน้าพระธาตุ ตลาดสวนสร้างบุญ ตลาดย้อนยุคปากพนัง ตลาดริมน้ำเขียวใหญ่ เป็นต้น							1.000

ตารางที่ 2 การวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของแต่ละเกณฑ์ของจุดอ่อนของการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช

จุดอ่อน	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7
W1 จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแหล่งค่อนข้างไกล ต้องใช้เวลาเดินทางนานและการขนส่งสาธารณะยังไม่สะดวก รวมทั้งขาดการเชื่อมโยง	1.000						
W2 การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารยังไม่หลากหลาย		1.000					
W3 ขาดการรวบรวมข้อมูลและแหล่งให้บริการร้านอาหาร และข้อมูลด้านอาหารที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นจังหวัดนครศรีธรรมราช			1.000				
W4 บุคลากรด้านการท่องเที่ยวยังขาดทักษะและความพร้อมในการให้บริการ (Service Mind) รวมทั้งทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ				1.000			
W5 ขาดแคลนบุคลากรในท้องถิ่นที่ชำนาญด้านการท่องเที่ยว					1.000		
W6 การตกแต่งของร้านอาหารไม่มีความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นภาคใต้ และยังไม่มีเมนูภาษาอังกฤษไว้รองรับลูกค้าต่างชาติ						1.000	
W7 สิ่งอำนวยความสะดวกคือ ที่พักและโรงแรม รองรับนักท่องเที่ยวไม่หลากหลาย							1.000

ตารางที่ 3 การวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของแต่ละเกณฑ์ของโอกาสของการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช

โอกาส	O1	O2	O3	O4	O5
O1 นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช และส่วนใหญ่นิยมมาท่องเที่ยวซ้ำ	1.000				
O2 การส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐผ่านนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ททท. ไทยเที่ยวไทย เก้ไก่ สไตล์ ลีคซึ่ง ทำให้นักท่องเที่ยวมีจำนวนมากขึ้น		1.000			
O3 การเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวมากขึ้น ปัจจัยที่สนับสนุน คือ มีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์ มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี และแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนที่มีชื่อเสียง			1.000		
O4 กระแสนิยมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพทำให้อาหารพื้นเมืองได้รับความนิยม				1.000	
O5 มือนักท่องเที่ยวนิยมรับประทานอาหาร พื้นเมืองเป็นมือเที่ยง ซึ่งจังหวัดนครศรีธรรมราช มีอาหารพื้นเมืองที่หลากหลาย					1.000

ตารางที่ 4 การวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของแต่ละเกณฑ์ของอุปสรรคของการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช

โอกาส	T1	T2	T3	T4	T5
T1 ปัญหาเศรษฐกิจโลก ทำให้นักท่องเที่ยวลดลง	1.000				
T2 ปัญหาเสถียรภาพทางการเมือง ทำให้ไม่มีความเชื่อมั่นในการเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย และส่งผลต่อนโยบายด้านการท่องเที่ยว		1.000			
T3 มีคู่แข่งด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารจากจังหวัด ใกล้เคียงคือจังหวัดสุราษฎร์ธานี			1.000		
T4 ฤดูฝนที่ยาวนานและมีการเปลี่ยนแปลงทำให้ส่งผลต่อการวางแผนการเดินทางของนักท่องเที่ยว				1.000	
T5 วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอาหารที่มีอัตลักษณ์ ไม่สามารถผลิตอาหารได้ทุกฤดูกาล					1.000

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมืออย่างดียิ่ง

ภาคผนวก ค.

แบบสอบถามเพื่อการวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของแต่ละเกณฑ์ของ
จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats)
ของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

แบบสอบถาม
 ยภาพท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี
 ฉบับนี้ ☒ จังหวัดสุราษฎร์ธานีเท่านั้น

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์สอบถามความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อการวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของแต่ละเกณฑ์ของจุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตารางที่ 1 การวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของแต่ละเกณฑ์ของจุดแข็งของการท่องเที่ยวในจังหวัดสราษร์ธานี

จุดแข็ง	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9
S1 จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ทั้ง หาดทราย ชายทะเล เกาะ อ่าว ภูเขา นา และป่า ที่มีชื่อเสียงเป็น Word Destination ของนักท่องเที่ยวทั่วโลก	1.000								
S2 จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประเพณีที่มีชื่อเสียง เช่นพระบรมธาตุไชยา สวนโมกขพลาราม และประเพณีชักพระ		1.000							
S3 จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีชื่อเสียง ได้แก่ สวนสละอาทิตย์ ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงลุงประสงค์ สินมานะฟาร์มและฟาร์มรักฟาร์ม เมล่อน			1.000						
S4 จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีอาหารที่เป็นอัตลักษณ์และมีชื่อเสียงของแต่ละท้องถิ่น เช่น ผัดไทย ไข่เค็ม หอยนางรม ปูม้า ปลา เชื้อน และอาหารทะเลพื้นบ้านของเกาะสมุย				1.000					
S5 จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวิถีชุมชนที่มีความโดดเด่นด้านอาหาร เช่น หาดหอยที่เกาะเสร็จ แบบบุคูกกึ่ง การทำไข่เค็ม					1.000				
S6 จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีแหล่งวัตถุดิบอาหารทางธรรมชาติที่มีชื่อเสียงและหลากหลาย เช่น หอย ปู ปลาเชื้อน เงาะโรงเรียนนาสาร มังคุด ทุเรียน						1.000			
S7 จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีตลาดที่จำหน่ายอาหารที่หลากหลาย เช่น ตลาดน้ำประจักษ์ ตลาดน้ำ อบจ. ตลาดศาลเจ้า ถนนคนเดินพมเรียงและ							1.000		

จุดแข็ง	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9
ตลาด Fisherman Village									
S8 จังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นศูนย์กลางการคมนาคมภาคใต้ตอนบนสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวพื้นที่ฝั่งอ่าวไทยและทะเลอันดามันได้ และมีสนามบินนานาชาติ 2 แห่งคือที่ อำเภอพุนพินและอำเภอกะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี								1.000	
S9 มีที่พักและโรงแรมรองรับนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย									1.000

ตารางที่ 2 การวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของแต่ละเกณฑ์ของจุดอ่อนของการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

จุดอ่อน	W1	W2	W3	W4	W5
W1 การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารยังไม่หลากหลาย	1.000				
W2 ขาดการรวบรวมข้อมูลและแหล่งให้บริการ และข้อมูลด้านอาหารที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นจังหวัดสุราษฎร์ธานี		1.000			
W3 บุคลากรด้านการท่องเที่ยวยังขาดทักษะและความพร้อมในการให้บริการ (Service Mind) รวมทั้งทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ			1.000		
W4 ขาดแคลนบุคลากรในท้องถิ่นที่ชำนาญด้านการท่องเที่ยว				1.000	
W5 การตกแต่งของร้านอาหารไม่มีความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นภาคใต้ และยังไม่มีเมนูภาษาอังกฤษไว้รองรับลูกค้าต่างชาติ					1.000

ตารางที่ 3 การวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของแต่ละเกณฑ์ของโอกาสของการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

โอกาส	O1	O2	O3	O4	O5
O1 นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีมากขึ้นเนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในระดับโลก (แนวโน้มนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นทุกปี)	1.000				
O2 นักท่องเที่ยวชื่นชอบรสชาติอาหารแบบกลมกล่อมซึ่งจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีอาหารพื้นเมืองที่รสชาติกลมกล่อมทำให้นักท่องเที่ยวชื่นชอบ		1.000			
O3 กระแสนิยมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพทำให้อาหารพื้นเมืองได้รับความนิยม			1.000		
O4 มือที่นักท่องเที่ยวนิยมรับประทานอาหาร พื้นเมืองเป็นมือเที่ยง ซึ่งจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีอาหารพื้นเมืองที่				1.000	

หลากหลายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐผ่านนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ททท. ไทยเที่ยวไทย เก้ไก๋ สไตร์ลิกซิ่ง ทำให้นักท่องเที่ยวมีจำนวนมากขึ้น					
O5 การเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ทำให้นักท่องเที่ยวมากขึ้น ปัจจัยที่สนับสนุน คือ มีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์ มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี และแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนที่มีชื่อเสียง					1.000

ตารางที่ 4 การวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของแต่ละเกณฑ์ของอุปสรรคของการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

โอกาส	T1	T2	T3	T4	T5
T1 ภาวะเศรษฐกิจโลก ทำให้นักท่องเที่ยวลดลง	1.000				
T2 ปัญหาเสถียรภาพทางการเมือง ทำให้ไม่มีความเชื่อมั่นในการเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย และส่งผลต่อนโยบายด้านการท่องเที่ยว		1.000			
T3 มีคู่แข่งด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารจากจังหวัด ใกล้เคียงคือจังหวัดนครศรีธรรมราช			1.000		
T4 ฤดูฝนที่ยาวนานและมีการเปลี่ยนแปลงทำให้ส่งผลต่อการวางแผนการเดินทางของนักท่องเที่ยว				1.000	
T5 วัดฤดูบิที่ใช้ในการผลิตอาหารที่มีอัตลักษณ์ ไม่สามารถผลิตอาหารได้ทุกฤดูกาล					1.000

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมืออย่างยิ่ง

ภาคผนวก ง
บทความสำหรับการเผยแพร่

แผนโครงการ แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

กมลวรรณ เหล่ายัง

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) ด้านการสื่อความหมายและการสร้างมรดกภูมิปัญญาในการเล่าเรื่องราวในแต่ละเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร 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) ขวนซีอปป 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 ทั้งนี้จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีความ

ได้เปรียบคือมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็น Word Destination ของนักท่องเที่ยวทั่วโลกและเป็นจังหวัดที่เป็นศูนย์ในการคมนาคมขนส่งในภาคใต้ตอนบน จุดอ่อน ประกอบด้วย 1) ขนส่งสาธารณะยังไม่สะดวก 2) การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารยังไม่หลากหลาย 3) ขาดการบริการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ของท้องถิ่น 4) บุคลากรด้านการท่องเที่ยวยังขาดทักษะและความพร้อม 5) ขาดแคลนบุคลากรในท้องถิ่นที่ชำนาญด้านการท่องเที่ยว 6) การตกแต่งของร้านอาหารไม่มีความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นภาคใต้ 7) ด้านที่พักและโรงแรมยังมีน้อยในจังหวัดนครศรีธรรมราชยังมีน้อย 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;

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) ในประเทศไทยได้รับความนิยมเพิ่มสูงขึ้น ในหมู่การท่องเที่ยวทางเลือกซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักแสวงหา ความสุนทรีย์ และความจริงแท้ (Authenticity) จากการท่องเที่ยว เกิดกระแสโหยหาความหลัง (Nostalgia) และความอยู่ดีมีสุข (Well-being) นักท่องเที่ยวมากกว่าร้อยละ 85 มีรายได้สูงและต้องการประสบการณ์จากการทานอาหารในร้านอาหารที่แปลกใหม่และมากกว่าร้อยละ 30 ของนักท่องเที่ยวมองหาอาหารการกินดี ๆ ระหว่างการท่องเที่ยว (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวยั่งยืน, 2559)

จังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นจังหวัดในภาคใต้ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากเนื่องจาก จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีพื้นที่ทั้งสภาพป่าดิบชื้นอันอุดมสมบูรณ์ด้วยพืชพรรณ เกาะและหมู่เกาะที่มีชื่อเสียง เช่น เกาะสมุย เกาะพะงัน หมู่เกาะอ่างทอง เกาะเต่า เกาะนางยวน และยังมีแหล่งท่องเที่ยวอื่น เช่น เขื่อนรัชชประภา อุทยานแห่งชาติเขาสก วัดพระบรมธาตุไชยาราชวรวิหาร น้ำตกถิรวาดี สวนโมกขพลาราม เป็นต้น สมดังคำขวัญประจำจังหวัดที่ว่า “เมืองร้อยเกาะ เงาะอร่อย หอยใหญ่ ไข่แดง แหล่งธรรม ชักพระประเพณี” ทั้งนี้ทำให้ จังหวัดสุราษฎร์ธานีได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเดินทางท่องเที่ยวใน จังหวัดสุราษฎร์ธานีเพิ่มขึ้นในทุกๆ ปี ประกอบกับ จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นจังหวัดที่อยู่ติดกับจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย แหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นของจังหวัดนครศรีธรรมราช คือ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร เป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวนครศรีธรรมราชและจังหวัดใกล้เคียง และจังหวัดนครศรีธรรมราชยังมีประเพณีทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย หากพิจารณาด้านจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวพบว่าในปี 2557 มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีจำนวน 7,924,408 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 19 ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดในภาคใต้ และเพิ่มขึ้น เป็น 8,681,707 คน ในปี 2558 และพบว่ามากกว่าร้อยละ 30 ของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีใช้จ่ายสำหรับอาหาร (นันทวรรณ ศิริโชคพัฒน์, 2559; ลดาวัลย์ ช่วยชาติ, 2559) โดยเอกลักษณ์ของอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีจะเกี่ยวข้องกับอาหารทะเล ไม่ว่าจะเป็นอาหารที่มีการแปรรูปหรือสดจากท้องทะเล การปรุงอาหารจึงมีการปรุงแต่งด้วยการนำเครื่องเทศมาประกอบเพื่อใช้ในการดับคาวของอาหาร เช่น มีการนำขมิ้นมาใช้เป็นเครื่องปรุง อาหารภาคใต้จึงมีสีเหลือง และนิยมปรุงรสให้มีรสจัด เช่น รสเผ็ด เค็มหรือออกไปทางเปรี้ยว นอกจากนี้อาหารทางภาคใต้จึงต้องมีผักต่างๆ รับประทานควบคู่กันไปด้วย ดังนั้น อาหารภาคใต้จึงเป็นอาหารที่น่ารับประทานอีกภาคหนึ่งและเป็นอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายอยู่มาก เนื่องจากเป็นอาหารทะเลซึ่งมีธาตุอาหารอยู่มากมายนั่นเอง (ฐิรชญา มณีเนตร, 2553)

ในปัจจุบันงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารยังมีค่อนข้างจำกัด ทั้งด้านการประเมินศักยภาพเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การศึกษาพฤติกรรมและรูปแบบของการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อจัดทำกลยุทธ์การตลาดเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร รวมถึงการรวบรวมเอกลักษณ์เชิงอาหารโดยเน้นภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อจัดทำเส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับเอกลักษณ์เชิงอาหารและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี (นันทวรรณ ศิริโชคพัฒน์, 2559 ; ลดาวัลย์ ช่วยชาติ, 2559)

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้นทำให้คณะวิจัยจึงมีความต้องการศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีเพื่อนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ ภายใต้แนวคิดที่ว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารคือความจริงแท้ที่เน้นคุณค่าความเป็นไทย วิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และประวัติศาสตร์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ เกิดความประทับใจ แล้วสามารถส่งมอบคุณค่า จนกระทั่งเกิดการแบ่งปันและบอกต่อและกลับมาเที่ยวอีกครั้ง โดยแผนงานวิจัยฉบับนี้มุ่งเน้นศึกษาใน 3 ประเด็น หลักคือ การศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร การศึกษากลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหารและการจัดทำฐานข้อมูลด้านเอกลักษณ์อาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ทางผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ไว้ดังนี้

- 1) เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี
- 2) เพื่อกำหนดกลยุทธ์การตลาดของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี
- 3) เพื่อจัดทำฐานข้อมูลด้านเอกลักษณ์อาหารท้องถิ่นในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี
- 4) เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

วิธีการดำเนินงานวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยกลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่หลักความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) และแบบการสุ่มแบบบอกต่อ (Snowballing sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้ด้านอาหาร ด้านวัฒนธรรม เป็นผู้นำชุมชน กลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ใช้วิธีการนัดสัมภาษณ์จำนวน 7 คน เพื่อหาข้อมูลด้านอาหารท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและสุราษฎร์ธานี กลุ่มตัวอย่างในการประชุมเชิงปฏิบัติการ กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็นไปตามสัดส่วนของพื้นที่จังหวัดละ 15 คน ประกอบด้วย ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัดนครศรีธรรมราชและสุราษฎร์ธานี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสาขานครศรีธรรมราชและสุราษฎร์ธานี สมาคมอุตสาหกรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชและสุราษฎร์ธานี หน่วยงานเอกชน ได้แก่ หอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราชและสุราษฎร์ธานี สมาคมการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ผู้ประกอบการโรงแรม/รีสอร์ท ผู้ประกอบการธุรกิจนันทนาการ มัคคุเทศก์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและ

อาหารเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี รวมทั้งหมด 2 จังหวัด จำนวน 30 คน โดยการขออนัดประชุม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ การศึกษาเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อย การศึกษาเชิงปริมาณใช้แบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สรุปประเด็นเนื้อหาจากการสัมภาษณ์จากการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อรวบรวมความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยการระดมความคิดเห็น การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ Analytic Hierarchy Process ซึ่งเป็นการนำเอาข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ การประชุมระดมความคิดเห็นเรื่องจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) ในการท่องเที่ยวเชิงอาหารทั้งของจังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดสุราษฎร์ธานี มาให้ค่าน้ำหนักโดยใช้ตัวเลขแทนค่า เพื่อให้เห็นเป็นรูปธรรม ซึ่งมีกระบวนการ 5 ขั้น ดังนี้ 1) การจัดโครงสร้างลำดับการตัดสินใจ 2) การวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของเกณฑ์ในการตัดสินใจ 3) การหาค่าน้ำหนักเกณฑ์ 4) การตรวจสอบความสอดคล้องกันของเหตุผล 5) การจัดลำดับทางเลือก

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 1 แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

อาหารในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีลักษณะเป็นอาหารท้องถิ่น โดยมีการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นและตามฤดูกาล ในจังหวัดนครศรีธรรมราช เมนูขึ้นชื่อ คือ ขนมจีน ซึ่งมีลักษณะการทำเป็นเส้นสดและน้ำยาหลายชนิด จังหวัดสุราษฎร์ธานี เมนูขึ้นชื่อ คือ การทำอาหารในกระบอกไม้ไผ่ เช่น การหุงข้าว และปลายอก โดยที่อาหารที่มีลักษณะเหมือนกัน คือ อาหารทะเล เมนูแกง ยำ ต้ม และน้ำพริก เป็นต้น แตกต่างที่การใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นมาประกอบอาหาร โดยนำมาสังเคราะห์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารใน 7 เส้นทาง ดังนี้

1) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีถิ่น ถิ่นศรี” ส่วนใหญ่เน้นวัตถุดิบในท้องถิ่นหรือชุมชน เช่น ยำผักกูด ลาบหยวก แกงส้มปลากะพงลูกปะตอง แกงส้มกุ้งไข่เจียวใบเหรียง แกงส้มหยวกกล้วย แกงไก่หยวกกล้วย แกงหัวท้อ คั่วบูก แกงส้มปลาคลองบอนขมิ้น กะทิหยวกกล้วยเถื่อน ผักกูดลวกกะทิ ต้มข้าไก่ ปลีกกล้วย ยอดเหมะผัดไข่ น้ำพริกพริกไทย ผักกูด ไข่เจียวปลีกกล้วย ลาบหยวก ลาบผักแว่น ดอกไม้ทอด ผัดไทยเส้นมะละกอ เห็ดครงทรงเครื่อง และขนมจีนแกงขมิ้น ชมวิถีอาหารเขาริมรถไฟจันดีและตลาดนาบอน และผลไม้ตามฤดูกาล

2) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีถิ่น ถิ่นลุ่มน้ำ” ส่วนใหญ่เป็นวิถีการดำเนินชีวิตของชุมชนปากพนัง วัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหารหาได้จากในท้องถิ่นหรือชุมชน โดยเฉพาะอาหารทะเล เมนูเด่น เช่น ปลากะบอกที่เป็นของขึ้นชื่อของปากพนัง ต้มส้มปลากะบอก (น้ำส้มจาก) ไข่ปลากะบอกทอด

น้ำปลา ปลากระบอกร้า และปลากระบอกแดดเดียว หมี่ผัดเมืองปากพนัง แกงส้มปลากระพง แกงส้มปลาช่อน ปลากระพงนึ่งมะนาว ยำสมุนไพรทะเล ปลาโคกต้มส้ม ปลากระบอกต้มส้ม ปลากระพงต้มส้ม กุ้งแม่น้ำ ปลากระพงร้า ปลาโคกทอด ยำปลาจิ้งจั้ง และบ๊ะจ่าง เป็นต้น

3) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีกิน ถิ่นเล แลเมือง” บ้านแหลมโฮมสเตย์ ประกอบด้วยเมนูอาหารทะเล เช่น ปู กุ้ง หมึก พร้อมน้ำจิ้มซีฟู้ด ข้าวมันทะเลโคลน ทอดมันใบโงกยาง หมึกต้มน้ำดำ ข้าวมันเครื่องแกงกุ้ง แกงเนื้อ แกงไก่ ข้าวเหนียวไก่ทอด ข้าวเหนียวหน้าต่าง ๆ ของฝาก คือ ผลิตภัณฑ์โคลน เช่น สบู่โคลน โคลนสปา มาส์กพอกหน้าโคลน และสครับโคลน เป็นต้น ผลไม้จากสวน เช่น ทุเรียน มังคุด เงาะ และลองกอง เป็นต้น เมนูอาหารท้องถิ่น เช่น ต้มไก่บ้านแมงดา ทอดมันกุ้ง แกงเลียงยอดมัน ข้าวย่ำเครื่องแกง ลูกเห็ดทอด ผักเหลียงอบชีส น้ำพริกสะตอ ขนมตาล ขนมชั้น สลสลอยแก้ว ลูกประทอด และไข่เป็ดอินทรีย์ เป็นต้น

4) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีกิน ถิ่นสองธรรม” มีเมนูอาหารทะเลต่าง ๆ เช่น แกงคั่วปลาตุ๋นทะเล คั่วกลิ้งปลาอินทรีย์ แกงส้มปลากระพงยอดมะพร้าว ปลากระพงผัดฉ่า แกงส้มหมึกไข่ยอดมะพร้าว ปลากระบอกต้มส้ม ปูม้าผัดผงกระหรี่ แกงเลียงกุ้งสด ปลาทรายทอดขมิ้น ปลากระพงทอดน้ำปลา กุ้งผัดขอส้มข่า ปลาหมึกมะนาว เมี่ยงปลาสาหร่าย ยำสาหร่ายพวงองุ่น ยำใบเหลียงทอด และส้มตำปู เป็นต้น สนิมานะฟาร์มเป็นแหล่งเรียนรู้และศึกษาการเลี้ยงหอย มีการสาธิตวิธีการเลี้ยงหอยนางรม การแกะหอยนางรมและรับประทานอย่างถูกวิธี สะอาดปลอดภัย มีมีคฤหาสน์ท้องถิ่น บรรยายเรื่อง วิถีชีวิตชาวประมง มีกิจกรรมการแสดงหนังตะลุงและกิจกรรมสันทนาการของนักท่องเที่ยว

5) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีกิน ถิ่นเขาสก” คลองสกแบบบูรณาการ มีกิจกรรม คือ “สวมมงกุฎแพ จิบกาแฟบอกไม้ไผ่” มีเมนู ผัดเหรียง แกงไก่บ้านลูกกล้วย น้ำพริกผักพื้นบ้าน ปลาหีบต้มทอดแกงจืด และผลไม้ตามฤดูกาล กิจกรรม Bamboo cooking มีเมนูอาหาร เช่น ไก่ย่างกับไม้ไผ่ แกงกะทิปรุงกับไม้ไผ่ ต้มกะทิกับหน่อไม้ หุงข้าวด้วยใบเส้าหรือใบคลุ้ม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาเทพพิทักษ์ มีเมนูอาหารท้องถิ่นส่วนใหญ่จะเป็นแบบบุฟเฟต์ผลไม้ โดยเฉพาะทุเรียนคลองแสง มีเมนูอาหารท้องถิ่น เช่น หลามข้าว ปลาช่อน และปลาสาม เป็นต้น

6) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีกิน ถิ่นธรรม” เมนูเด็ดคือ โลงโต่งเส้นหมี่น้ำกระดุกหมู ผักบุ้งไต้หวัน พระรามลงสรง และปาต่องไก่ทอดเตาถ่าน อาหารของชุมชนลีเล็ด เป็นอาหารทะเล เช่น หอยแครง ปูดำ แกงส้มปลากระบอก และปลาจาระเม็ดทอด เป็นต้น ส่วนอาหารทะเลของแหลมโพธิ์เกาะเสร็จ มีสัตว์น้ำหลายหลายชนิด สัตว์น้ำที่ขึ้นชื่อ คือ ปูม้า และหอยสับเค็ด และหอยรอก เป็นต้น อาหารของอำเภอไชยา เช่น ไข่หมก ขนมบอ น้ำพริกปูม้า ผัดไทยไชยา ข้าวย่ำ ข้าวเหนียวกวน ขนมกรูบ และขนมจิ้ง เป็นต้น

7) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร “วิถีกิน ถิ่นเกาะ” เมนูอาหารพื้นบ้านของเกาะสมุย เช่น วายคั่ว วายผัดสับปะรด แกงคั่วเห็ดหลิน (ดอกไม้ทะเล) แกงคั่วปลากระเบนใบรา หมูคั่วเคย แกงปู ปลาต้มเค็ม ยำไข่เม่นทะเล ห่อหมกทะเลย่าง ยำสาหร่ายช่อ หอยเจอะ ยำหอยกลม ปลากระพงทอดน้ำปลา เคยจีน้ำซุบแห้ง ขนมจีน และอาหารทะเลต่าง ๆ สินค้าที่เป็นของฝาก คือ กาละแม

ข้อมูลด้านนักท่องเที่ยวสำหรับการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยเก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 300 คน และนักท่องเที่ยวต่างประเทศ จำนวน 100 คน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ชาวต่างชาติมีอายุระหว่าง 20-30 ปี สถานภาพสมรสหรืออยู่ด้วยกัน การศึกษา

ระดับปริญญาตรี นักท่องเที่ยวชาวไทยประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวส่วนใหญ่อาศัยในภาคใต้ นักท่องเที่ยวต่างประเทศส่วนใหญ่เกษียณอายุมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001-70,000 บาท โดยนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวส่วนใหญ่อาศัยในทวีปยุโรป นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช มีการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยปีละ 1-3 ครั้ง ส่วนใหญ่มาพักผ่อน โดยเดินทางท่องเที่ยวพร้อมครอบครัว นักท่องเที่ยวชาวไทยใช้รถยนต์เป็นยานพาหนะสำหรับเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว ส่วนนักท่องเที่ยวต่างประเทศใช้รถรับจ้างประจำทางเป็นยานพาหนะสำหรับเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างประเทศไม่รู้จักแนวทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราช ความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ความสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวมพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยเฉลี่ย 2.65 และนักท่องเที่ยวต่างประเทศให้ความสำคัญโดยเฉลี่ย 2.57 ความคิดเห็นเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า นักท่องเที่ยวมีความสนใจอยากไปท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนครศรีธรรมราช แต่นักท่องเที่ยวต่างประเทศมีความสนใจอยากไปท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดสุราษฎร์ธานี เส้นทางที่นักท่องเที่ยวชาวไทยสนใจและอยากไปท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช คือ เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารศรีวิชัย ลานสกา และจันดี เส้นทางที่นักท่องเที่ยวชาวไทยสนใจและอยากไปท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกาะสมุย ความคิดเห็นเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศให้ความสำคัญมาก ($\bar{X}=4.16$ $SD=0.55$, $\bar{X}=3.61$ $SD=0.45$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับความสำคัญมากที่สุดเท่ากัน คือ เส้นทางเหมาะสมกับการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้อาหาร สถานที่ท่องเที่ยว แต่ละจุดมีความสะดวกในการเดินทางเข้าถึง ($\bar{X}=4.24$ $SD=0.77$) เส้นทางท่องเที่ยวโดยรวมมีศักยภาพที่จะพัฒนา ($\bar{X}=4.24$ $SD=0.76$) ตามลำดับ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความคิดเห็นเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับความสำคัญมาก คือ สถานที่ท่องเที่ยวในเส้นทางมีความน่าสนใจและสอดคล้องกับแนวทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ($\bar{X}=3.81$ $SD=0.80$)

ข้อมูลด้านนักท่องเที่ยวสำหรับการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยเก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 240 คน และนักท่องเที่ยวต่างประเทศ จำนวน 360 คน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีสถานภาพสมรสโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี และส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท โดยนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวส่วนใหญ่อาศัยในภาคใต้ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีสถานภาพสมรสหรืออยู่ด้วยกัน การศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท โดยนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวส่วนใหญ่อาศัยในทวีปยุโรป นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศที่มาเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยปีละ 1-3 ครั้ง ส่วนใหญ่มาพักผ่อน โดยเดินทางท่องเที่ยวพร้อมครอบครัว นักท่องเที่ยวชาวไทยใช้รถยนต์เป็นยานพาหนะสำหรับเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว ส่วนนักท่องเที่ยวต่างประเทศใช้รถเช่าเป็นยานพาหนะสำหรับเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างประเทศไม่รู้จักแนวทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ความสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยว

เชิงอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานีในภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยเฉลี่ย 2.54 และนักท่องเที่ยวต่างประเทศให้ความสำคัญโดยเฉลี่ย 2.42 ความคิดเห็นเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า นักท่องเที่ยวมีความสนใจอยากไปท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดสุราษฎร์ธานี และนักท่องเที่ยวต่างประเทศมีความสนใจอยากไปท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดสุราษฎร์ธานี เส้นทางที่นักท่องเที่ยวชาวไทยสนใจและอยากไปท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช คือ เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารคีรีวง ลานสกา และจันดี เส้นทางที่นักท่องเที่ยวชาวไทยสนใจและอยากไปท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกาะสมุย ความคิดเห็นเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานีในภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศให้ความสำคัญมาก ($\bar{X}=3.94$ $SD=0.57$, $\bar{X}=3.95$ $SD=0.47$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับความสำคัญมากเท่ากัน คือ เส้นทางท่องเที่ยวโดยรวมมีความน่าสนใจ ($\bar{X}=4.00$ $SD=0.779$) และเส้นทางท่องเที่ยวโดยรวมมีศักยภาพที่จะพัฒนา ($\bar{X}=4.00$ $SD=0.82$) นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความคิดเห็นเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับความสำคัญมาก คือ เส้นทางเหมาะสมกับการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้อาหาร ($\bar{X}=4.18$ $SD=0.62$)

การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยแบ่งองค์ประกอบการประเมิน 4 ด้าน ดังนี้ 1) ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีสัดส่วนร้อยละ 40 2) ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีสัดส่วนร้อยละ 10 3) การบริหารจัดการ มีสัดส่วนร้อยละ 40 และ 4) การมีส่วนร่วมของชุมชน มีสัดส่วนร้อยละ 10 ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับมาตรฐานของศักยภาพอยู่ในระดับดีมาก จำนวน 4 เส้นทาง ประกอบด้วย เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะคะแนนรวม 76.47 รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นคีรี คะแนนรวม 72.69 เส้นทางวิถีกิน ถิ่นธรรม คะแนนรวม 72.34 และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นเขาสก คะแนนรวม 72.16 ระดับมาตรฐานของศักยภาพอยู่ในระดับดีมีจำนวน 1 เส้นทาง คือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นสองธรรม คะแนนรวม 69.32 และระดับมาตรฐานของศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 2 เส้นทาง ประกอบด้วย เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเล แลเมือง คะแนนรวม 58.98 และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นลุ่มน้ำ คะแนนรวม 57.97

1) ด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นธรรม มีศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารมากที่สุด (ร้อยละ 30.21) รองลงมา คือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นคีรี (ร้อยละ 29.97) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะ (ร้อยละ 29.17) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเขาสก (ร้อยละ 28.26) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นสองธรรม (ร้อยละ 27.34) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นลุ่มน้ำ (ร้อยละ 25.62) และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นเล แลเมือง (ร้อยละ 24.58) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านคุณค่าทางวัฒนธรรมอาหาร มีสัดส่วนร้อยละ 23 พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นคีรี มีศักยภาพมากที่สุด (ร้อยละ 16.70) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นธรรม (ร้อยละ 16.02) และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นเขาสก (ร้อยละ 15.90) ตามลำดับ ด้านศักยภาพทางกายภาพและการจัดกิจกรรม มีสัดส่วนร้อยละ 17 พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะ มีศักยภาพมากที่สุด (ร้อยละ 14.87) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นธรรม (ร้อยละ 14.19) และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นคีรี (ร้อยละ 13.27) ตามลำดับ

2) ด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะ มีศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารมากที่สุด (ร้อยละ 8.20) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่น

คีรี (ร้อยละ 7.40) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเล แลเมือง (ร้อยละ 7.00) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นธรรม (ร้อยละ 6.80) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเขาสก (ร้อยละ 6.40) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นลุ่มน้ำ และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นสองธรรม (ร้อยละ 5.80) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านศักยภาพในการพัฒนา สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน มีสัดส่วนร้อยละ 5 พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะ มีศักยภาพมากที่สุด (ร้อยละ 4.20) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเล แลเมือง (ร้อยละ 3.80) และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นคีรี (ร้อยละ 3.60) ตามลำดับ ด้านศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก มีสัดส่วนร้อยละ 5 พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะ มีศักยภาพมากที่สุด (ร้อยละ 4.00) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นคีรี (ร้อยละ 3.80) และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นเล แลเมือง (ร้อยละ 3.20) ตามลำดับ

3) ด้านการบริหารจัดการ พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะ มีศักยภาพในการบริหารจัดการมากที่สุด (ร้อยละ 30.63) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเขาสก (ร้อยละ 28.34) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นสองธรรม (ร้อยละ 27.84) วิถีกิน ถิ่นคีรี (ร้อยละ 26.84) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นธรรม (ร้อยละ 26.17) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นลุ่มน้ำ (ร้อยละ 19.31) และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นเล แลเมือง (ร้อยละ 18.84) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีสัดส่วนร้อยละ 12 พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะ มีศักยภาพมากที่สุด (ร้อยละ 8.99) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นคีรี (ร้อยละ 8.46) และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นสองธรรม (ร้อยละ 8.26) ตามลำดับ ด้านการจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีสัดส่วนร้อยละ 28 พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะ มีศักยภาพมากที่สุด (ร้อยละ 21.64) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเขาสก (ร้อยละ 20.15) และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นสองธรรม (ร้อยละ 19.58) ตามลำดับ

4) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเขาสก และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นธรรม มีศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นมากที่สุด (ร้อยละ 9.16) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเล แลเมือง (ร้อยละ 8.56) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นคีรี (ร้อยละ 8.48) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะ (ร้อยละ 8.47) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นสองธรรม (ร้อยละ 8.33) เส้นทางวิถีกิน ถิ่นลุ่มน้ำ (ร้อยละ 7.48) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีสัดส่วนร้อยละ 3 พบว่า เส้นทางวิถีกิน เขาสก และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นธรรม มีศักยภาพมากที่สุด (ร้อยละ 3.00) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเล แลเมือง และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นสองธรรม (ร้อยละ 2.62) ตามลำดับ ด้านชุมชนมีส่วนร่วมเชิงเศรษฐกิจจากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีสัดส่วนร้อยละ 7 พบว่า เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะ มีศักยภาพมากที่สุด (ร้อยละ 6.22) รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นคีรี เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเขาสก และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นธรรม (ร้อยละ 6.16) ตามลำดับ

การจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบความเป็นไปได้ของเส้นทางท่องเที่ยวโดยข้อมูลโปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยวมาจากการจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) จำนวน 30 คน กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็นไปตามสัดส่วนของพื้นที่จังหวัดละ 15 คน จากตัวแทนทุกภาคส่วนของจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยจัดทำประชาพิจารณ์เพื่อกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี รวมทั้งการทำแผนที่เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี สื่อวิดีโอในการนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร ข้อเสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร และปัญหาอุปสรรค และแนวทางการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร ประกอบด้วย 7 โปรแกรม ดังนี้

- 1) โปรแกรม “วิถีถิ่น ถิ่นคีรี” แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเส้นทาง 3 อำเภอ “เมือง ลานสกา และช้างกลาง” เป็นการจัดเส้นทางท่องเที่ยวแบบ 3 วัน 2 คืน
- 2) โปรแกรม “วิถีถิ่น ถิ่นลุ่มน้ำ” แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเส้นทาง 2 อำเภอ “เมือง และ ปากพนัง” เส้นทางท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน
- 3) โปรแกรม “วิถีถิ่น ถิ่นเล แลเมือง” แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเส้นทาง 3 อำเภอ “ท่าศาลา เมือง และพรหมคีรี”
- 4) โปรแกรม “วิถีถิ่น ถิ่นสองธรรม” แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเส้นทาง 3 อำเภอ 2 จังหวัด “ท่าศาลา ขนอม และกาญจนดิษฐ์” เส้นทางท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน
- 5) โปรแกรม “วิถีถิ่น ถิ่นเขาskog” แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเส้นทาง 2 อำเภอ “บ้านตาขุน และพนม” เส้นทางท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน
- 6) โปรแกรม “วิถีถิ่น ถิ่นธรรม” แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเส้นทาง 2 อำเภอ “เมือง และไชยา”
- 7) โปรแกรม “วิถีถิ่น ถิ่นเกาะ” แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเส้นทาง 1 อำเภอ “เกาะสมุย” เส้นทางท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน

การจัดทำแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี แบ่งออกเป็น 6 ด้าน ดังนี้

1) ด้านเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น เนื่องจากในแต่ละเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารจะมีความแตกต่างกันในด้านการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นมาปรุงอาหาร และวัตถุดิบในแต่ละฤดูกาล ดังนั้น ในการทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร ต้องระบุไว้ในโปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารไว้ด้วย เอกลักษณ์ของอาหารในท้องถิ่นมักมีพฤติกรรมการเล่นแบบ เช่น การทำปลาต้ม การทำข้าวหลาม ดังนั้น ควรส่งเสริมและสนับสนุนให้ชุมชนหาจุดเด่น หรือเอกลักษณ์ของอาหารในท้องถิ่นเพื่อสร้างความแปลกใหม่ และความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยว

2) ด้านสถานที่จำหน่ายอาหารท้องถิ่นของจังหวัด ควรส่งเสริมและสนับสนุนให้มีจุดศูนย์กลางอาหารของแต่ละจังหวัด เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ซื้อสินค้าและของที่ระลึกเกี่ยวกับอาหารในพื้นที่ ในปัจจุบันเป็นร้านของเอกชน ยังไม่มีของภาครัฐบาล ดังนั้น ควรสร้างความร่วมมือกับหอการค้าจังหวัดร่วมกับผู้ประกอบการในการจัดตั้งศูนย์กลางอาหารของจังหวัด

3) ด้านมาตรฐานและความสะอาดของอาหาร หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการด้านอาหาร ควรส่งเสริมและยกระดับอาหารและร้านอาหารให้ได้รับมาตรฐานคุณภาพ มีความสะอาดปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งการให้ความรู้ในการจัดงานจากวัตถุดิบจากธรรมชาติในท้องถิ่นเพื่อทำให้อาหารน่าสนใจ

4) ด้านการเล่าเรื่องราวของอาหาร (Story Food) ในแต่ละเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร ควรมีการเล่าเรื่องราวความเป็นมาของอาหาร วัตถุดิบ ส่วนประกอบของอาหาร คุณค่าโภชนาการของอาหาร และอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบ และเป็นการประชาสัมพันธ์และสร้างเอกลักษณ์ คุณค่าให้กับอาหารในท้องถิ่น รวมทั้งให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม เช่น การปรุงอาหาร หรือการสาธิตการทำงานในแต่ละเส้นทางกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อก่อให้เกิดประสบการณ์ และการเรียนรู้ร่วมกันของนักท่องเที่ยว

5) ด้านการสื่อความหมายและการสร้างมัลติมีเดียในการเล่าเรื่องราวในแต่ละเส้นทาง การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เนื่องจากในแต่ละเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีบางเส้นทางที่เป็นเส้นทางใหม่ ขาดการสื่อความหมายของเรื่องราวของอาหารทำให้ขาดความน่าสนใจ ควรพัฒนานักมัคคุเทศก์รุ่นเยาว์ในพื้นที่ เพื่อสืบสานความเป็นมา เอกลักษณ์ของอาหาร และการสร้างมัลติมีเดียภาษาอังกฤษในชุมชน เพื่อการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

6) ด้านการประชาสัมพันธ์อาหารท้องถิ่น ควรพัฒนาระบบ Mobile Application และการจัดทำ QR Code ทั้งภาษาไทยภาษาอังกฤษ ภาษาจีน หรือภาษาอื่น ๆ เพื่อการอธิบายเรื่องราวของอาหารแต่ละชนิด และเป็นแหล่งข้อมูลสำหรับการเผยแพร่การท่องเที่ยวเชิงอาหาร รวมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนการทำ Content ประชาสัมพันธ์อาหารพื้นเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เทศกาลหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูลก่อนตัดสินใจมาท่องเที่ยว

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 2 กลยุทธ์การตลาดของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัด นครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เพศหญิง โสด รายได้ปานกลาง เดินทางมาด้วยสายการบินต้นทุนต่ำ ไม่พักโรงแรมหรู วัตถุประสงค์การเดินทางคือ เพื่อการพักผ่อน เยี่ยมเพื่อนหรือญาติ และร่วมประเพณีในท้องถิ่น ส่วนใหญ่มาเที่ยวในพื้นที่อำเภอเมือง ศีรีวงและขนอม การมาเที่ยวซ้ำ 2 – 4 ครั้งในรอบระยะเวลา 5 ปี ภูมิลำเนามาจากกรุงเทพมหานครและจังหวัดในพื้นที่ภาคใต้ เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก เป็นลักษณะของกลุ่มครอบครัวมีขนาดกลุ่มนักท่องเที่ยว 3-4 คน ใช้รถส่วนตัวเข้ามาในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชและท่องเที่ยว ระยะเวลาการมาท่องเที่ยวเฉลี่ยในจังหวัด 3-7 วัน และมักจะย้ายที่พักไปใกล้แหล่งท่องเที่ยววันนั้น ๆ งบประมาณการท่องเที่ยวครั้งเฉลี่ย คนละ 2,654 บาท งบประมาณค่าอาหาร 269 บาทต่อคนต่อมื้อ สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนใหญ่เพศหญิง สมรสแล้ว รายได้ปานกลาง เดินทางมาด้วยสายการบินต้นทุนต่ำ ไม่พักโรงแรมหรู วัตถุประสงค์ในการเดินทางคือ เพื่อการพักผ่อน นิยมท่องเที่ยวในอำเภอเมืองนครศรีธรรมราช ขนอม สีชล ศีรีวง พฤติกรรมการเที่ยวซ้ำในช่วง 5 ปี ครั้งที่ 2 ภูมิลำเนาจากกลุ่มประเทศในเอเชีย เป็นกลุ่มท่องเที่ยวจีนมาเลเซีย ฮองกง เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก เป็นลักษณะของกลุ่มครอบครัวมีขนาดกลุ่มนักท่องเที่ยว 3-4 คน เดินทางมาจังหวัดนครศรีธรรมราชโดยเครื่องบิน ส่วนการเดินทางในจังหวัดนิยมจ้างบริษัทนำเที่ยว ระยะเวลาการมาท่องเที่ยวเฉลี่ย มากกว่า 7 วัน งบประมาณการท่องเที่ยวครั้งเฉลี่ยคนละ 13,790 บาท งบประมาณค่าอาหาร 698 บาทต่อคนต่อมื้อ โดยเน้นอาหารเย็น

ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี นักท่องเที่ยวชาวไทย เพศหญิง สมรสแล้ว รายได้ปานกลาง เดินทางมาด้วยสายการบินต้นทุนต่ำ พักโรงแรมหรู วัตถุประสงค์ในการเดินทางคือเพื่อการพักผ่อน เยี่ยมเพื่อนหรือญาติ พื้นที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเขา สกและเขื่อนรัชชประภา พฤติกรรมการเที่ยวซ้ำในช่วง 5 ปี จำนวน 2-4 ครั้ง ภูมิลำเนาจากกรุงเทพมหานครและจังหวัดในพื้นที่ภาคใต้ เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก เป็นลักษณะของกลุ่มครอบครัวมี

ขนาดกลุ่มนักท่องเที่ยว 3-4 คน การเดินทางจะใช้รถส่วนตัวในการเดินทางเข้ามาในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานีและใช้รถส่วนตัวในการเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาการมาท่องเที่ยวเฉลี่ย 3-7 วัน และมักจะย้ายที่พักไปใกล้แหล่งท่องเที่ยววันนั้น ๆ งบประมาณการท่องเที่ยวครั้งเฉลี่ย คนละ 5,180 บาท งบประมาณค่าอาหาร 146 บาทต่อคนต่อมื้อ นักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนใหญ่เพศชาย สมรสแล้ว รายได้สูง เดินทางมาด้วยสายการบิน full service พักโรงแรมหรู วัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน พื้นที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมคือเกาะสมุย มาท่องเที่ยวครั้งแรก ภูมิลำเนามาจากอังกฤษ ฝรั่งเศส แคนาดา เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก เป็นลักษณะของกลุ่มครอบครัวมีขนาดกลุ่มนักท่องเที่ยว 1-2 คน เดินทางมาจังหวัดสุราษฎร์ธานีโดยเครื่องบิน ส่วนการเดินทางในจังหวัดนิยมจ้างบริษัทนำเที่ยว ระยะเวลาการมาท่องเที่ยวเฉลี่ยในจังหวัดมากกว่า 7 วัน งบประมาณการท่องเที่ยวครั้งเฉลี่ยคนละ 47,462 บาท งบประมาณค่าอาหาร 313 บาทต่อคนต่อมื้อ

ด้านรูปแบบอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมักจะเดินทางมาท่องเที่ยวช่วงวันเสาร์อาทิตย์ (นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาทุก ๆ วัน) นักท่องเที่ยวเคยรับประทานอาหารท้องถิ่นนครศรีธรรมราชมาก่อน นึกถึงความเผ็ดร้อนของเครื่องเทศควบคู่กับความสดของอาหารทะเล มีอาหารที่นักท่องเที่ยวนิยมรับประทานอาหารท้องถิ่น คือ มื้อกลางวันและมื้อเย็น เจาะจงที่ประเภทอาหารที่เลือกรับประทาน เช่น อาหารทะเลหรือขนมจีนมากกว่าการที่จะเจาะจงซื้อร้าน ร้านอาหารทั่วไป หรือมีทำเลอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวจะได้รับการพิจารณามากที่สุด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะรับรู้เมนูอาหารท้องถิ่นที่มีชื่อเสียงมาแล้วก่อนที่จะมาท่องเที่ยว การตัดสินใจบริโภคจึงขึ้นกับตัวเองเป็นหลัก รองลงมาคือการตัดสินใจโดยครอบครัว หรือญาติรับรู้ข้อมูลจากคนรู้จัก และสื่อออนไลน์มากที่สุดรูปแบบอาหารท้องถิ่นของนครศรีธรรมราชที่นักท่องเที่ยวนิยมรับประทาน ที่โดดเด่นคืออาหารท้องถิ่นที่มีเครื่องปรุงที่จัดจ้าน ชอบรสชาติอาหารมากกว่าต้องการลองสิ่งแปลกใหม่

ด้านรูปแบบอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มักจะเดินทางมาท่องเที่ยวช่วงวันเสาร์อาทิตย์และวันหยุดเทศกาล (นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ช่วงเดือนธันวาคม-เมษายน) นักท่องเที่ยวเคยรับประทานอาหารท้องถิ่นของจังหวัดสุราษฎร์ธานี นึกถึงความสดใหม่และรสชาติจัดจ้านของอาหารทะเล นึกถึงความสดใหม่และรสชาติจัดจ้านของอาหารทะเล มีอาหารที่นักท่องเที่ยวนิยมรับประทานอาหารท้องถิ่น คือ มื้อกลางวัน เจาะจงที่ประเภทอาหารที่เลือกรับประทาน มากกว่าการที่จะเจาะจงซื้อร้าน ร้านอาหารทั่วไป หรือมีทำเลอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวจะได้รับการพิจารณามากที่สุด รูปแบบอาหารท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวนิยมรับประทาน ที่โดดเด่นคืออาหารท้องถิ่นที่มีวัตถุดิบที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น นักท่องเที่ยวไทยชอบรสกลมกล่อม ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติชอบรสชาติอาหารที่มีความเผ็ดและหวาน

ด้านกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนครศรีธรรมราช สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย กลยุทธ์ที่เหมาะสมคือ 1) สื่อสารเพื่อแสดงถึงอัตลักษณ์ของอาหารปักษ์ใต้ 2) สร้างความร่วมมือกับกลุ่ม ศักยภาพเพื่อพัฒนาธุรกิจอาหารท้องถิ่น 3) สร้างการรับรู้อัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นผ่านวัฒนธรรม ประเพณี 4) กระตุ้นค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพ 5) กลยุทธ์กระจายช่วงเวลาการท่องเที่ยว สำหรับกลยุทธ์ที่เสนอเพิ่มเติม คือ การพัฒนาด้านการขนส่ง พัฒนาศักยภาพอาหารในสวนของผู้ผลิต และ ผลไม้ มี Hotline รับปรึกษาปัญหาให้กับผู้ประกอบการที่กำลังเริ่มทำธุรกิจ การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ รับทราบและดำเนินกิจการตามกลยุทธ์การตลาด สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ กลยุทธ์ที่เหมาะสมคือ 1) ขยายการรับรู้คุณค่า 2) สร้างความร่วมมือกับกลุ่มศักยภาพเพื่อพัฒนาธุรกิจอาหารท้องถิ่นสู่ มาตรฐานสากล 3) ขยายฐานตลาดกลุ่มความสนใจพิเศษ 4) กระตุ้นการใช้จ่ายของกลุ่มนักท่องเที่ยว AEC กลยุทธ์ที่เสนอเพิ่มเติมคือของฝาก/ขนมกล้วย และ การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการรับทราบและดำเนิน กิจการตามกลยุทธ์การตลาด กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผลไม้และของฝาก ประกอบด้วย 1) สร้างการ รับรู้อัตลักษณ์ของของฝาก/ผลไม้ 2) พัฒนามาตรฐานอาหาร 3) การผลิตสื่อออนไลน์บอกเล่าเรื่องราว ของอาหาร 4) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝาก/ผลไม้ กลยุทธ์ที่เสนอเพิ่มเติม การพัฒนาต่อเนื่องให้ ผู้ประกอบการเข้าใจและเข้าถึง

ด้านกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดสุราษฎร์ธานี สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย กลยุทธ์ที่เหมาะสมคือ 1) สร้างการรับรู้อัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นผ่านวัฒนธรรมประเพณี 2) สร้างความ ร่วมมือกับกลุ่มศักยภาพเพื่อพัฒนาธุรกิจอาหารท้องถิ่น 3) สร้างการรับรู้ เรื่องแหล่งวัตถุดิบคุณภาพใน ท้องถิ่น 4) สื่อสารข้อมูลอาหารท้องถิ่นที่มีจำหน่ายในตลาดอาหาร 5) ขยายฐานการตลาดผ่านการรับรู้ใน เวทีระดับชาติ 6) กลยุทธ์กระจายช่วงเวลาการท่องเที่ยว 7) กระตุ้นค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพ สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ กลยุทธ์ที่เหมาะสมคือ 1) สนับสนุนให้เกิดความร่วมมือการพัฒนาการ ท่องเที่ยวเชิงอาหารระหว่างผู้ประกอบการร้านอาหารท้องถิ่นกับผู้ประกอบการรถโดยสารในพื้นที่ 2) สร้างความร่วมมือกับกลุ่มศักยภาพเพื่อพัฒนาธุรกิจอาหารท้องถิ่นสู่มาตรฐานสากล 3) ขยายการรับรู้ คุณค่า 4) ขยายฐานตลาดกลุ่มความสนใจพิเศษ 5) ขยายฐานการตลาดผ่านการรับรู้ในเวทีโลก สำหรับกล ยุทธ์ที่เสนอเพิ่มเติม คือ การขนส่งสาธารณะที่มีมาตรฐานการขนส่ง กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผลไม้ และของฝากของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ประกอบด้วย 1) พัฒนามาตรฐานอาหาร 2) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ของฝาก 3) การสร้างการรับรู้ด้านอัตลักษณ์ของของฝาก กลยุทธ์ที่เสนอเพิ่มเติม คือ คุณภาพของอาหารที่ เป็นเอกลักษณ์ชุมชนดั้งเดิม ลิขสิทธิ์ของสินค้าชุมชน ความปลอดภัย ปลอดภัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 3 การจัดทำฐานข้อมูลด้านเอกลักษณ์อาหารท้องถิ่นใน จังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ด้านการศึกษาประเภทของอาหารท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัด สุราษฎร์ธานี พบว่า อาหารท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี มี

ความหลากหลาย แต่มีลักษณะที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งอาหารท้องถิ่นทั้งสองจังหวัดดังกล่าว เน้นการนำวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นปรุงแต่ง อาหารท้องถิ่นเป็นวัฒนธรรม องค์การยูเนสโกจัดให้ศิลปะของอาหารท้องถิ่นเป็นมรดกทางวัฒนธรรมแห่งมนุษยชาติที่ไม่สามารถจับต้องได้ และอาหารท้องถิ่นก็ยังสามารถเป็นเครื่องมือในการกำหนดภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทาง และสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ซึ่งวัฒนธรรมอาหารการกินของถิ่นได้มีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ คนพื้นถิ่นดั้งเดิมการปรุงอาหารแบบง่ายๆ เมื่อมีชนชาติอินเดียเป็นผู้ริเริ่มเกิดเป็นวัฒนธรรมการปรุงอาหารโดยมาใช้ในการชั้นปกครองแพร่หลายไปในวิถีของถิ่น ผู้คนเริ่มใช้เครื่องครัว เตาไฟ ห้อมดินจนถึงการทำแกง ขนม จนเป็นอาหารเฉพาะท้องถิ่นขึ้น ซึ่งวัฒนธรรมการกินอาหารของชาวใต้จะมีความหลากหลายเนื่องจากเป็นภูมิภาคที่มีการเดินทางเข้าออกของอารยประเทศ มีการวัฒนธรรมมาเผยแพร่ที่หลากหลาย เช่น ชาวจีน นำกระทะ ตะหลิว อังโล่ ผักตบถ กระเทียมดอง และเมล็ดพืชผักจากต่างแดนเข้ามา อาหารไทยท้องถิ่นก็เริ่มเปลี่ยนแปลง ลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ของอาหารใต้คือรสชาติเผ็ด ส่วนวัตถุดิบที่เป็นเนื้อสัตว์ที่นิยมใช้ในการปรุงอาหาร เช่น แกงเนื้อ ซึ่งเนื้อจะหมายถึง เนื้อวัวหรือเนื้อควาย หมู ไก่ ปลาทั้งน้ำจืดและน้ำทะเล และสัตว์ปีกต่างๆ ซึ่งแกงเนื้อ อาหารท้องถิ่นใต้จะไม่นิยมใส่ผัก หรือ ภาษาท้องถิ่นเรียกว่า “การทอดผัก” การใส่ผักมากนักน้อยเพียงใดจะกลายเป็นชื่อเมนูอาหาร เช่น แกงหมู อาจจะมีการใส่ผักแต่อาจจะน้อย แต่ถ้าใส่ผักจำนวนมาก อาจจะเรียกตามผักที่ใส่ เช่น แกงสมรม คือแกงที่มีการใส่ผักหลากหลาย เช่น หน่อไม้ สะตอ ถั่วฝักยาว เป็นต้น แต่แกงสมรม อาจจะมีการใส่เนื้อไก่ หรือ เนื้อหมูก็ได้ หรืออาจจะเรียกทั้งสองอย่างว่า “แกงสมรมหมู” ส่วนแกงเลียงจะต้องประกอบด้วยกะปิ และใส่ผักเป็นวัตถุดิบ และชื่อเรียกแกงเลียงจะเรียกตามวัตถุดิบของผักที่ใส่ เช่น ใส่ หัวปลี จะเรียกว่า แกงเลียงหัวปลี ใส่ลวก (มะละกอ) จะเรียกว่าแกงเลียงลวก หากแกงเลียงไม่ใส่กะปิ จะเรียกว่าแกงจืด ซึ่งจริงๆ แกงจืดไม่ใช่อาหารท้องถิ่นได้ แต่เป็นอาหารของชาวจีน การเรียกชื่อแกงเลียงก็เช่นกัน จะเรียกตามวัตถุดิบของผักที่ใส่ในแกงเลียง เช่น แกงเลียงหยวกกล้วย แกงเลียงหัวปลี เป็นต้น ส่วนประเภทต้ม มักนิยมใส่เนื้อสัตว์ติดกระดูกเป็นหลัก รวมถึงบางครั้งจะใส่เครื่องในสัตว์ผสมด้วย

ด้านการศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีความหลากหลาย ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งเรียนรู้ เช่น สีนามะฟาร์ม ศูนย์ผลิตน้ำส้มจาก อำเภอปากพั่น ตลอดจน ตลาดหรือถนนคนเดินที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางซื้อของฝากได้ และยังมีกิจกรรมในการปรุงอาหารต่าง ๆ มากมาย

ฐานข้อมูลที่นักท่องเที่ยวต้องการ คือ การออกแบบฐานข้อมูลที่นักท่องเที่ยวสามารถศึกษาข้อมูลของอาหารท้องถิ่นทั้งสองจังหวัด ซึ่งฐานข้อมูลดังกล่าวยังมีรายละเอียดของวัตถุดิบ กรรมวิธีในการปรุงอาหาร ตลอดจนวิธีการรับประทานอาหารและแหล่งการผลิตอาหารแต่ละประเภท

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 4 เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ด้านการศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรคด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารของทั้งสองจังหวัดมีความคล้ายคลึงกันมาก คือ จุดแข็งประกอบด้วย 1) มีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ 2) มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3) มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 4) มีอาหารที่เป็นอัตลักษณ์และมีชื่อเสียงของแต่ละท้องถิ่น 5) ผักพื้นบ้านมี

ความหลากหลาย 6) มีร้านอาหารเพียงพอ 7) มีตลาดที่จำหน่ายเพียงพอ ทั้งนี้จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีความได้เปรียบคือมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็น Word Destination ของนักท่องเที่ยวทั่วโลกและเป็นจังหวัดที่เป็นศูนย์ในการคมนาคมขนส่งในภาคใต้ตอนบน จุดอ่อน ประกอบด้วย 1) ขนส่งสาธารณะยังไม่สะดวก 2) การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารยังไม่หลากหลาย 3) ขาดการบริการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ของท้องถิ่น 4) บุคลากรด้านการท่องเที่ยวยังขาดทักษะและความพร้อม 5) ขาดแคลนบุคลากรในท้องถิ่นที่ชำนาญด้านการท่องเที่ยว 6) การตกแต่งของร้านอาหารไม่มีความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นภาคใต้ 7) ด้านที่พักและโรงแรมยังมีน้อยในจังหวัดนครศรีธรรมราชยังมีน้อย 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

สรุปและอภิปรายผล

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า การจัดทำแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี แบ่งออกเป็น 6 ด้าน ดังนี้ ด้านเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น ด้านสถานที่จำหน่ายอาหารท้องถิ่นของจังหวัด ด้านมาตรฐานและความสะอาดของอาหาร ด้านการเล่าเรื่องราวของอาหาร (Story Food) ด้านการสื่อความหมายและการสร้างมรดกคู่เทศกในการเล่าเรื่องราวในแต่ละเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร 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 อุปสรรคด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชและ จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารของทั้งสองจังหวัดมีความคล้ายคลึงกันมาก คือ จุดแข็ง ประกอบด้วย 1) มีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ 2) มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3) มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 4) มีอาหารที่เป็นอัตลักษณ์และมีชื่อเสียงของแต่ละท้องถิ่น 5) ผักพื้นบ้านมีความหลากหลาย 6) มีร้านอาหารเพียงพอ 7) มีตลาดที่จำหน่ายเพียงพอ ทั้งนี้จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีความได้เปรียบคือมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็น Word Destination ของนักท่องเที่ยวทั่วโลกและเป็นจังหวัดที่เป็นศูนย์ในการคมนาคมขนส่งในภาคใต้ตอนบน จุดอ่อน ประกอบด้วย 1) ขนส่งสาธารณะยังไม่สะดวก 2) การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารยังไม่หลากหลาย 3) ขาดการบริการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ของท้องถิ่น 4) บุคลากรด้านการท่องเที่ยวยังขาดทักษะและความพร้อม 5) ขาดแคลนบุคลากรในท้องถิ่นที่ชำนาญด้านการท่องเที่ยว 6) การตกแต่งของร้านอาหารไม่มีความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นภาคใต้ 7) ด้านที่พักและโรงแรมยังมีน้อยในจังหวัดนครศรีธรรมราชยังมีน้อย โอกาส ประกอบด้วย 1) นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยว 2) มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐ 3) การเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวมากขึ้น 4) อาหารพื้นเมืองได้รับความนิยมมากขึ้น 5) นักท่องเที่ยวนิยมรับประทานอาหารมื้อเที่ยงซึ่งจังหวัดนครศรีธรรมราชมีอาหารเที่ยงที่หลากหลาย สำหรับการศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรคด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า มีความใกล้เคียงกับจังหวัดนครศรีธรรมราช แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีมี 6 ด้าน ประกอบด้วย ด้านเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น ด้านคุณภาพของอาหารท้องถิ่น ด้านราคา ด้านการบริการ ด้าน ลักษณะของร้านอาหารพื้นเมือง และด้านการการตลาดและการประชาสัมพันธ์

อภิปรายผล

ด้านแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomic tourism) การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นแนวโน้มการท่องเที่ยวในปัจจุบันที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีลักษณะพิเศษ โดยมีอาหารเป็นปัจจัยหลักในการเสริมประสบการณ์ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว Hall, Sharples, Mitchell, Macionis, Cambourne (2003) ได้ให้คำนิยามว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) เป็นการเดินทางไปในพื้นที่เพื่อการพักผ่อนรวมถึง การไปชมอาหาร งานเทศกาลอาหาร งานแสดงสินค้า ด้านอาหาร การสาธิตการทำอาหาร รวมถึงการชิม ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพในพื้นที่นั้นๆ โดย นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสวัฒนธรรมของประเทศ หรือวัฒนธรรมท้องถิ่นที่แปลกใหม่ผ่านการชิม อาหาร ซึ่งรสชาติของอาหารจะสะท้อนถึงวัฒนธรรมของประเทศการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) จึงเป็นการท่องเที่ยวที่ใช้ประสาทสัมผัส ทุกความรู้สึกและส่งผลให้อาหารเป็นศูนย์กลาง สำคัญในประสบการณ์ท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับผลของการวิจัยนี้ เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีเมนูอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น โดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น และตามฤดูกาล มีการสาธิตกระบวนการทำอาหาร เพื่อสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต้องการที่จะสัมผัสกับรากเหง้าของอาหารในชนบทและวิธีการผลิตอาหาร รวมถึงการแสดงออกถึงตัวตน (Self-expression) ต้องการแสดงความแตกต่างโดดเด่นและความเป็น ตัวตนในด้านการรับประทานอาหารจากแรงจูงใจที่เกิดขึ้นส่งผลให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพิ่มขึ้น (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2559)

ด้านศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารและความสะดวกสบายการท่องเที่ยวเชิงอาหารของประเทศไทย จากสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย พรณี สวนเพลง และคณะ (2559) กล่าวว่า ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงอาหารจำนวน 456,0000 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 20 จากรายได้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งหมด สำหรับ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีการใช้จ่ายในด้านอาหารและเครื่องดื่มระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยที่สูงที่สุด คือ ชาวจีน ชาวอังกฤษ และ ชาวรัสเซีย แนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 4 ด้าน ดังนี้ 1) องค์ประกอบด้านพื้นที่ ความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรมและประเพณีในท้องถิ่น 2) เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบด้านการจัดการ คือ ความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในพื้นที่และบริเวณใกล้เคียง การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึง 3) เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ และ 4) เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม คือ การพิจารณาว่าองค์กรท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการควบคุมดูแลแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบใดบ้างและประชาชนในท้องถิ่นมีความพอใจ (มัลลิกา ศิริพิศ และคณะ, 2559) สอดคล้องกับงานวิจัยครั้งนี้ เมื่อประเมินศักยภาพการท่องเที่ยว ในการประเมินศักยภาพ 4 ด้าน ดังนี้ 1) ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 2) ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 3) การบริหารจัดการ มีสัดส่วนและ 4) การมีส่วนร่วมของชุมชน ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับมาตรฐานของศักยภาพอยู่ในระดับดีมาก จำนวน 4 เส้นทาง ประกอบด้วย เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเกาะ รองลงมาคือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นคีรี เส้นทางวิถีกิน ถิ่นธรรม และเส้นทางวิถีกิน ถิ่น เขาสก ระดับมาตรฐานของศักยภาพอยู่ในระดับดี มีจำนวน 1 เส้นทาง คือ เส้นทางวิถีกิน ถิ่นสองธรรม และระดับมาตรฐานของศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 2 เส้นทาง ประกอบด้วย เส้นทางวิถีกิน ถิ่นเล แลเมือง และเส้นทางวิถีกิน ถิ่นลุ่มน้ำ

ด้านการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร กิจกรรมในโปรแกรมการนำเที่ยวเชิงอาหาร ต้องประกอบด้วย 1) การสร้างความประทับใจอื่น ๆ ในระหว่างการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 2) การเสนอให้นักท่องเที่ยว ชิม/รับประทานอาหาร 3) การให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น 4) การให้นักท่องเที่ยวได้ซื้อสินค้าหรือของที่ระลึกเกี่ยวกับอาหาร 5) การนำเสนอเรื่องราวความรู้เกี่ยวกับอาหาร 6) การนำนักท่องเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางอาหาร และ 7) การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวทดลองทำอาหาร (ภัทรพร พันธุ์, 2558) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในครั้งนี้ในการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยโปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยวแนะนำเสนอให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการสาธิตการทำอาหารและวิถีของชุมชน นำเสนอเรื่องราวความเป็นมาของอาหารวัตถุดิบที่ใช้ ก่อนการลงมือทำอาหาร การชิมและรับประทานอาหารในท้องถิ่น รวมทั้งการทำแผนที่และสื่อประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ด้านแนวทางการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวหนึ่งที่นักท่องเที่ยวมีการเดินทางท่องเที่ยว และมีความสนใจในด้านอาหารอย่างแท้จริง นอกจากนักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์ทางด้านการท่องเที่ยวแล้วนักท่องเที่ยวยังมีส่วนร่วมในการรับประทานอาหารท้องถิ่น อาหารพื้นเมืองหรืออาหารขึ้นชื่อของท้องถิ่นนั้นๆ ซึ่งในปัจจุบันมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารและส่งผลให้แนวโน้มของการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น ในการวิจัยครั้งนี้ มีแนวทางในการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร 6 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้าน

เอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น ต้องมีความแตกต่าง และหาจุดเด่นและสร้างเอกลักษณ์ของอาหารในท้องถิ่น 2) ด้านสถานที่จำหน่ายอาหารท้องถิ่นของจังหวัด ควรส่งเสริมและสนับสนุนให้มีจุดศูนย์กลางอาหารของแต่ละจังหวัด เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ซื้อสินค้าและของที่ระลึกเกี่ยวกับอาหารในพื้นที่ ดังนั้นควรสร้างความร่วมมือกับหอการค้าจังหวัดร่วมกับผู้ประกอบการในการจัดตั้งศูนย์กลางอาหารของจังหวัด 3) ด้านมาตรฐานและความสะอาดของอาหาร หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการด้านอาหาร ควรส่งเสริมและยกระดับอาหารและร้านอาหารให้ได้รับมาตรฐานคุณภาพ มีความสะอาด ปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว 4) ด้านการเล่าเรื่องราวของอาหาร (Story Food) ในแต่ละเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร ควรมีการเล่าเรื่องราวความเป็นมาของอาหาร วัตถุดิบ ส่วนประกอบของอาหาร คุณค่าโภชนาการของอาหาร และอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบ รวมทั้งให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม เพื่อก่อให้เกิดประสบการณ์และการเรียนรู้ร่วมกันของนักท่องเที่ยว 5) ด้านการสื่อความหมายและการสร้างมรดกเทศกในการเล่าเรื่องราวในแต่ละเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร ควรพัฒนานักมรดกเทศกรุ่นเยาว์ในพื้นที่ เพื่อสืบสานความเป็นมา เอกลักษณ์ของอาหาร และการสร้างมรดกเทศกภาษาอังกฤษในชุมชน เพื่อการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างประเทศ 6) ด้านการประชาสัมพันธ์อาหารท้องถิ่น ควรพัฒนาระบบ Mobile Application และการจัดทำ QR Code ทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน หรือภาษาอื่นๆ เพื่อการอธิบายเรื่องราวของอาหารแต่ละชนิด และเป็นแหล่งข้อมูลสำหรับการเผยแพร่การท่องเที่ยวเชิงอาหาร รวมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนการทำ Content ประชาสัมพันธ์อาหารพื้นเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า นักท่องเที่ยวในพื้นที่ จังหวัดนครศรีธรรมราช ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย มีชาวต่างชาติบ้าง แต่ค่อนข้างน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดสุราษฎร์ธานีซึ่งเป็นจังหวัดใกล้เคียงซึ่งเป็น World Destination และนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อายุน้อยกว่า 40 ปีสถานภาพโสด ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีสถานภาพสมรสมากกว่า โดยรายได้ของนักท่องเที่ยวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นกลุ่มที่มีรายได้ไม่สูงมากนัก สอดคล้องกับงานวิจัย พฤติกรรมนักท่องเที่ยวนครศรีธรรมราชที่ผ่านมา ของอนุมาน จันทวงศ์ (2553) สรุปไว้ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่ เข้ามาเที่ยวนครศรีธรรมราช เป็นกลุ่มผู้มีรายได้ระดับกลาง และมีกลุ่มนักศึกษารวมอยู่ด้วย เป็นการเที่ยวแบบ ครอบครัวเพื่อทำบุญไหว้พระและพักผ่อนหย่อนใจในแหล่งธรรมชาติ หากต้องการเพิ่มค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยว แล้วควรยกระดับการบริการให้มีมาตรฐานที่สูงขึ้นเพื่อดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยว Hi End

ในส่วนพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีนั้น มีความแตกต่างกัน กล่าวคือ นักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เนื่องจากจังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นเมืองร้อย เกาะ มีทะเลที่สวยงาม ให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชอบมาท่องเที่ยว โดยเฉพาะเกาะสมุย เกาะพะงัน เกาะเต่า เกาะนางยวน ฯลฯ และนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง แต่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อายุน้อยกว่า 40 ปีสถานภาพสมรสและนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สำเร็จ การศึกษาระดับปริญญาตรี โดยรายได้ของนักท่องเที่ยวไทย ที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็น กลุ่มที่มีรายได้ไม่สูงมากนักส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีรายได้ค่อนข้างสูง ทั้งนี้เพราะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่มาเที่ยวเกาะสมุย เพราะนอกจากบนเกาะจะมีธรรมชาติที่สวยงามแล้ว ยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบ ครัน พร้อมทั้งยังมีโรงแรม รีสอร์ททิวารา ร้านอาหาร 5 ดาว มากมาย

นักท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานีทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารในกลางวันและมื้อเย็นมากที่สุด มื้อเย็นนั้นจะเป็นการรับประทานอาหาร มื้อใหญ่และใช้เวลาในการรับประทานอาหารมากที่สุดสอดคล้องกับงานวิจัยของธารทิพย์ อุบลสถิต (2557) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ส่วนใหญ่รับประทานอาหารไทยช่วงมื้อเย็น ส่วนมื้อกลางวันนั้นนักท่องเที่ยวนิยมรับประทานเป็นอาหารจานเดียว โดยร้านอาหารดังกล่าวอาจจะเป็นร้านอาหารทั่วไป หรือมีท่าเลอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวจะได้รับการพิจารณามากที่สุด กลยุทธ์การตลาดที่มีความสำคัญมากที่สุด คือกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ถึงอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่น ซึ่งแนวทางการสร้างการรับรู้ นั้นสามารถทำได้หลากหลายทางควบคู่กัน ผ่านการสื่อสารผ่านช่องทางสังคม ออนไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางที่นักท่องเที่ยวรับรู้ได้มากที่สุด (ข้อมูล : จากแบบสอบถาม) เช่นการทำรายการสาธิตทำอาหาร การทำรายการเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นต้น โดยเนื้อหาการสื่อสารนั้น ควรสื่อสารให้ ผู้รับชมได้ทราบความโดดเด่นของอาหารท้องถิ่น (ข้อมูล : จากเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็น) รวมทั้งการท า ความเข้าใจในอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่น ว่า อัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น คือความแตกต่าง จะไม่มีสูตรและวัตถุดิบตายตัวขึ้นอยู่กับวัตถุดิบที่สรรหาได้ในเวลานั้น ๆ ประเด็นนี้เป็นเรื่องที่สำคัญและสร้างความรู้สึกรักทำขายให้กับนักท่องเที่ยว สามารถกระตุ้นอุปสงค์นักท่องเที่ยวได้ดี

ด้านกลยุทธ์การตลาด กลยุทธ์การตลาดที่มีความสำคัญมากที่สุด คือกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ถึงอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่น ซึ่งแนวทางการสร้างการรับรู้ นั้นสามารถทำได้หลากหลายทางควบคู่กัน ผ่านการสื่อสารผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางที่นักท่องเที่ยวรับรู้ได้มากที่สุด (ข้อมูล : จากแบบสอบถาม) เช่น การทำรายการสาธิตทำอาหาร การทำรายการเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นต้น โดยเนื้อหาการสื่อสารนั้น ควรสื่อสารให้ผู้รับชมได้ทราบความโดดเด่นของอาหารท้องถิ่น (ข้อมูล: จากเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็น) รวมทั้งการทำความเข้าใจในอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่น ว่า อัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น คือความแตกต่าง จะไม่มีสูตรและวัตถุดิบตายตัวขึ้นอยู่กับวัตถุดิบที่สรรหาได้ในเวลานั้น ๆ ประเด็นนี้เป็นเรื่องที่สำคัญและสร้างความรู้สึกรักทำขายให้กับนักท่องเที่ยว สามารถกระตุ้นอุปสงค์นักท่องเที่ยวได้ดี

อาหารท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีความหลากหลาย แต่มีลักษณะที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งอาหารท้องถิ่นทั้งสองจังหวัดดังกล่าว เน้นการนำวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นปรุงแต่ง อาหารท้องถิ่นเป็นวัฒนธรรม องค์การยูเนสโกจัดให้ศิลปะของอาหารท้องถิ่นเป็นมรดกทางวัฒนธรรมแห่งมนุษยชาติที่ไม่สามารถจับต้องได้ และอาหารท้องถิ่นก็ยังสามารถเป็นเครื่องมือในการกำหนดภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทางลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ของอาหารใต้คือรสชาติเผ็ด และต้องมีทุก ๆ มื้อ หากไม่มีแกงต้องมี “น้ำซุบ” (น้ำพริก) น้ำซุบส่วนใหญ่มีครกไว้ตำ (ตำ) แต่หากไม่มีครก อาจจะประยุกต์โดยใช้วิธีการไม่ต้องตำ ที่เรียกว่า น้ำซุบโจร การเรียกชื่อน้ำพริกจะเรียกตามวัตถุดิบที่ใส่ เช่น น้ำซุบแมงดา น้ําสับไคร (ตะไคร้) น้ำซุบลูกประ น้ำซุบส้มขาม (มะขาม)

แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีความหลากหลาย ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งเรียนรู้ เช่น มานะฟาร์ม ศูนย์ผลิตน้ำส้มจาก อำเภอปากพนัง ตลอดจน ตลาดหรือถนนคนเดินที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางซื้อของฝากได้ และยังมีกิจกรรมในการปรุงอาหารต่างๆ มากมาย

ฐานข้อมูลที่นักท่องเที่ยวต้องการคือ การออกแบบฐานข้อมูลที่นักท่องเที่ยวสามารถศึกษาข้อมูลของอาหารท้องถิ่นทั้งสองจังหวัด ซึ่งฐานข้อมูลดังกล่าวยังมีรายละเอียดของ วัตถุดิบ กรรมวิธีในการปรุงอาหาร ตลอดจนวิธีการรับประทานอาหาร และแหล่งการผลิตอาหารแต่ละประเภท

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยชิ้นนี้ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

เอกสารอ้างอิง

- กนกกานต์ วีระกุลและคณะ.(2556). **การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร.** รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- คณิงภรณ์ วงเวียนและคณะ. (2555,กรกฎาคม-ธันวาคม). การพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในเวศอย่างยั่งยืนที่เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง. **วารสารบริการและการท่องเที่ยว**. 7(2) หน้า 86.
- ชัยยศ สันติวณิช และนิตยา เจริญประเสริฐ. (2546). **การบริหารระบบสารสนเทศเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: บริษัทประชุมช่าง.
- ณภัทร นาคสวัสดิ์ และคณะ. (2562). แผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านอาหารภาคใต้เชิงสร้างสรรค์ แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ประเทศไทย.**วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ**. ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2562.
- ดวงแก้ว สวามิภักดิ์. (2534). **ระบบฐานข้อมูล Database System**. กรุงเทพฯ:ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์. (2536). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างประสิทธิภาพของการนำนโยบายการให้บริการแก่ประชาชนไปปฏิบัติ : กรณีศึกษาสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ฐิรชญา มณีเนตร. (2553). **ไทยศึกษาเพื่อการท่องเที่ยว**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร : โอ.เอส.พรีนติ้งเฮ้าส์.
- ธนภูมิ อติเวทิน.(2552). พัฒนาการของการท่องเที่ยวเพื่อรับประทานอาหารในประเทศไทย. **วารสารศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ**,131(1), 38-57
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2559). **ธนาคารแห่งประเทศไทย (ข้อมูลสถิติ) FM_FX_001_S3 อัตราแลกเปลี่ยนเงินเยน . สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2559 .** จาก www2.bot.or.th/statistics/BOTWEBSTAT.aspx?reportID=123&language=TH
- ธารทิพย์ อุบลสถิต. (2558). **พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติในอำเภอเกาะสมุยจังหวัดสุราษฎร์ธานี**. การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- นริศ คำแก่นและคณะ (2556).**ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร**.รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ และ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- นันทวรรณศิริโชคพัฒน์. (2559). **ผู้ช่วยผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสุราษฎร์ธานี**. สัมภาษณ์.

- เบญจพร ดามาพงศ์ และคณะ. (2556). แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2557). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. (พิมพ์ครั้งที่ 2). นนทบุรี : เพ็ญข้าหลวง พรินต์ติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง.
- ปิยะ ปานผู้มีทรัพย์. (2557). การศึกษาศักยภาพและมูลค่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต่อการสร้างรายได้ในพื้นที่ภาคใต้. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- พรพิศพลศรีสวัสดิ์. (2554). พฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ส่งผลต่อการประกอบการของร้านอาหารในถนนข้าวสาร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พรรณี สวนเพลงและพรเทพ ลีทองอินทร์. (2558). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในภูมิภาคอาเซียน. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- พวงผกาคาม. (2551). ส่วนประสมทางการตลาดบริการและพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารไทยในเมืองแฮมป์ตันโรดส์มลรัฐเวอร์จิเนียประเทศสหรัฐอเมริกา. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ภานุวัฒน์ ภักดิ์อักษร. (2555). ทฤษฎีแรงจูงใจการท่องเที่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร. วารสารวิทยาการจัดการ. 29(2), 129-147.
- มัลลิกา ศิริพิศ และคณะ. (2559). "การศึกษาศักยภาพเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในภูมิภาคตะวันตก. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- ลัดดาวัลย์ ช่วยชาติ (2559). ผู้ช่วยผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช. สัมภาษณ์.
- ราณี อิศัยกุล. (2557). การจัดการการท่องเที่ยวเฉพาะทาง. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- รวีวรรณ เทนอิสระ. (2543). ฐานข้อมูลและการออกแบบ. กรุงเทพฯ : เอ็ดดูเคชั่น.
- โรจนศักดิ์ โฉมวิไลลักษณ์ และ คณะ (2558). การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารโดยกลุ่มหาบเร่แผงลอยกับการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว. รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ และ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. หน้า 9-11.
- รุจศักดิ์ ฐประจำง. (2552). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารไทยของผู้บริโภคกรณีศึกษาเขต Miami-Dade County มลรัฐฟลอริดาประเทศสหรัฐอเมริกา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- วิฑูรย์ ตันศิริมงคล. (2542). AHP กระบวนการตัดสินใจที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในโลก. กรุงเทพฯ: กราฟฟิคแอนดปรินต์ติ้งเซ็นเตอร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภกร เสรีรัตน์, ปริญลักษ์ตานนท์, งามอาจ ปะวานิช, ปศิณา มีจินดา, จิระวัฒน์อนุวิชานนท์ และอรทัย เลิศวรรณวิทย์. (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- ศิริสุภา เอมหยวก และ สนทยา สาลี (2559). การพัฒนาฐานข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารในพื้นที่ชุมชนวัดโบสถ์จังหวัดพิษณุโลก. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม. 10(1), 35-48.

- ศุภวรรณ หนั่นดี. (2558). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงอาหารกับการเสริมศักยภาพอุตสาหกรรม **ท่องเที่ยวไทย**. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- แสงสรรค์ ภูมิสถาน และคณะ. (2558). การศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว **เชิงสร้างสรรค์จังหวัดตราด**. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ด้านอาหาร. **รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว**. ฉบับที่ 4 เมษายน-มิถุนายน 2559.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). **ท่องเที่ยวไทยปี 58 ทำสถิติใหม่**. สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2559. จาก <http://www.thansettakij.com/2016/01/08/25115>
- สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2557). **คู่มือการตรวจประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม**. กรมการท่องเที่ยว, กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึกในพระบรมราชูปถัมภ์. กรุงเทพฯ.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2559). **การท่องเที่ยวเชิงอาหาร**. สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2559. จาก <http://www.dasta.or.th/th/component/k2/item/3013-gastronomy>
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2599). **การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism)**. งานองค์ความรู้ สำนักบริหารยุทธศาสตร์. โคคุน แอน์ โค จำกัด. กรุงเทพฯ.
- อภิสิทธิ์บุณนาค. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคใต้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. **วารสารกระแสวัฒนธรรม**. 15(28). (2557, กรกฎาคม – ธันวาคม). 13-16.
- อรุณศรี ลีจิระจำเนียรและคณะ (2556). การพัฒนาศักยภาพของกลุ่มธุรกิจขนมไทยท้องถิ่นและการ **จัดทำระบบฐานข้อมูลสารสนเทศสำหรับเส้นทางใหม่ของการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้อาหารในภูมิภาคตะวันตก**. รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติและสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- อรุณศรี ลีจิระจำเนียร และคณะ. (2556). **การศึกษาศักยภาพเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้: กรณีศึกษาขนมไทยท้องถิ่น**. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- Bearden, W. O., Ingram, T. N. & Raymond W. Laforge. (2007). **The Nature of Consumer Behavior and Decision Making**. (5th ed). Boston: McGraw-Hill.
- Chaney, S. and Ryan, C. (2012). **Analyzing the evolution of Singapore's World Gourmet Summit: An example of gastronomic tourism**. International journal of Hospitality Management. 31(2012) 309-318.
- Du Rand, G.E. and Heath, E. (2006) Towards a Framework for Food Tourism as an Element of Destination marketing. **Current Issues in Tourism**, 9:206-234.

- F. Glenn Boleman, Arvind Phatak, Robert E. Schellenberger. (1986). **Strategic Management: Text and Cases**. Wiley.
- Georgica er, al. (20 14). **Gastronomic Tourism a new trend for contemporary tourism?**. Cactus Tourism Journal Vol. 9, Issue 1/2014, Pages 12-21,
- Goodstein, Leonard D., Nolan, Timothy M., Pfeiffer, J. William. (1993). **Applied Strategic Planning: A Comprehensive Guide**. 2nd. Pfeiffer & Company / McGraw-Hill.
- Hall, M., Mitchell, R., (20 0 5). Gastronomic tourism: comparing food and wine tourism experiences, Icinde M. Novelli (Editor), Niche Tourism, **Contemporary Issues, Trends and Cases**, ss. 89-100.
- Koler, Philip. (2003). **Marketing Management**. 11th ed. Upper Saddle River, New Jersey : Prentice-Hall.
- Long L.M. (2004). **Culinary Tourism**. Lexington, KY: The University Press of Kentucky.
- Magda Antonioli Corigliano and Rodolfo Baggio. (20 0 2). Italian culinary tourism on the internet. Antwerpen: **Academie voor de Streekgebonden Gastronomie**, pp 92-106.
- Marko Kukanja. (2015). **Restaurant Quality Measurement Based on Marketing Factors – The Managers’ Perspective**. *Academica Turistica Tourism & Innovation Journal – Revijazaturizem in inovativnost* Year 8, No. 2, November 2015, issn 1855-3303. p.15
- Panee Suanpang. (20 15). Gastronomic Tourism Routes in ASEAN Case Study CLMV Countries. **Indian journal of applied research**. 5(7). pp138-142.
- Sormaz, Umit. (20 16). **Gastronomy in Tourism**. 3rd Global Conference on Business, Economics, Management and Tourism, 26-28 November 20 15, Rome, Italy. Pages 725-730.
- Termsak Singsomboon. (20 14). **Marketing Strategies for Thai Gastronomic Tourism Promotion**. Dissertation. Graduated School of Tourism Management National Institute of Development Administration. Thailand.
- Thomas L. Wheelen, J. David Hunger. (20 0 6). **Concepts in Strategic Management and Business Policy**. Prentice Hall. USA.

ภาคผนวก จ

ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้
และกิจกรรมที่ดำเนินการมาและผลที่ได้รับจากโครงการ

สัญญาเลขที่ RDG60T0040
แผนโครงการ แนวทางการพัฒนาศักยภาพท่องเที่ยวเชิงอาหาร
ในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี
สรุปรายงานความก้าวหน้าครั้งที่ 2 รอบ 12 เดือน

Output		ในกรณีล่าช้า (ผลสำเร็จไม่ถึง 100%) ให้ท่านระบุสาเหตุและการแก้ไขที่ท่านดำเนินการ
กิจกรรมในข้อเสนอโครงการ/ หรือจากการปรับแผน	ผลสำเร็จ (%)	
1. ทบทวน รวบรวมข้อมูล เอกสารที่เกี่ยวข้อง และวางแผนการดำเนินงาน	100	
2. สร้างแบบสัมภาษณ์เพื่อใช้ศึกษาข้อมูลอาหารท้องถิ่นของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี	100	
3. สร้างแบบสอบถามเพื่อใช้ในการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตรวจสอบเครื่องมือโดยผู้ทรงคุณวุฒิ และทดลองใช้ก่อนใช้จริง	100	
4. ลงพื้นที่เพื่อสำรวจข้อมูลอาหารท้องถิ่นของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี	100	
5. สังเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจอาหารท้องถิ่นของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี	100	
6. จัด Focus Group ครั้งที่ 1 เพื่อระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี (หน่วยงาน ผู้ประกอบการ และบุคคลที่เกี่ยวข้อง)	100	
7. ลงพื้นที่ภาคสนามเพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี	100	
8. วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัด นครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี	100	
9. กำหนดร่างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี	100	

10. เก็บแบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อ เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัด นครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี	100	
---	-----	--

ลงนาม (หัวหน้าโครงการวิจัยผู้รับทุน)
วันที่