วิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์
ปีที่ 4 ฉบับที่ 3 เดือนกันยายน – ธันวาคม ปี พ.ศ. 2566

พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออาหารท้องถิ่นภาคเหนือของจังหวัดเชียงใหม่

BEHAVIOR AND NEEDS OF THAI TOURIST TOWARD THE NORTHERN LOCAL FOOD IN CHIANG MAI PROVINCE

อภิไทย แก้วจรัส[1] ชวลีย์ ณ ถลาง[2] และเสรี วงษ์มณฑา[3]
Apithai Kaewjurs[1] Chawalee Na Thalang[2] and Seri Wongmontha[3]

[1] นิสิตระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา
[2,3] รองศาสตราจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา
[1,] Ph.D. Candidate, Tourism and Hotel Management University of Phayao
[2,3] Associate Professor, Tourism and Hotel Management University of Phayao
E-mail [1]apithai@gmail.com, [2]ajarnchawalee@gmail.com, [3]ajarnseri@gmail.com

Received July 11,2023
Revised October 20,2023
Accepted December 24,2023

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออาหารท้องถิ่นภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ และ 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือของจังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นภาคเหนือในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งหมด 405 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ Chi – Square ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่สนใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ มีความชื่นชอบในอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ รับประทาน 1 – 2 ครั้งต่อสัปดาห์ ประเภทแกง ในช่วงมื้ออาหารกลางวัน มีการสืบค้นข้อมูลผ่านแอพพลิเคชั่นจัดส่งอาหาร ส่วนใหญ่รับประทานกับครอบครัว หรือญาติ รับประทานในร้านอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ มีค่าใช้จ่าย 201 – 300 บาทต่อครั้ง โดยใช้รถจักรยานยนต์ในการเดินทางไปรับประทานอาหารท้องถิ่น ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการในการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเลือกจากรูปลักษณ์ของอาหาร

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ในภาพรวมลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือของจังหวัดเชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิตที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ

พฤติกรรมและความต้องการ อาหารท้องถิ่นภาคเหนือ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ABSTRACT

The objectives of this research were to 1) study the behavior and needs that affect northern food of Chiang Mai province and 2) study the correlation analysis revealed a statistically significant relationship between tourist behavior and demographic. The sample was 405 consumers. The instruments used in this research were questionnaires. Statistics used to analyze data were frequency, percentage, and hypothesis testing by Chi-Square.

The results revealed that the majority of Thai tourists who are interested in visiting Chiang Mai are passionate about the region's cuisine and eat it once or twice a week. Most of the foods were curry type during lunch. They searched for information through food delivery applications with the family/ relatives by the cost 201 – 300 baht per time. Most of them used motorcycles when they travelled to the local restaurant. Tourists had the highest level of opinions towards the needs of tourists in northern local food consumption, namely food appearance.

The correlation study showed that a statistically significant relationship between tourist behavior and demographic was statistically significant at 0.05 level.

Keywords

Behavior and Needs, Northern Local food, Gastronomy Tourism

ความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการเดินทางไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งผลิตอาหาร เทศกาลอาหาร ร้านอาหาร และเป็นการเรียนรู้ประสบการณ์ทางด้านอาหารกับการชิมอาหารในท้องถิ่นนั้น ๆ โดยมีความสำคัญเป็นตัวแทนในการนำเสนอสังคมและวัฒนธรรม ผ่านการใช้อาหารเป็นสื่อในการชักจูงให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวมาลิ้มลองอาหารพื้นถิ่น ส่งผลให้เกิดการกระจายรายได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม (เบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา, 2561) ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงอาหารมีการสร้างรายได้มูลค่าสูงถึง 150,000 ล้านเหรียญสหรัฐ โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่นิยมรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารมากที่สุด 4 อันดับแรก ได้แก่ สเปน ฝรั่งเศส อิตาลี และอังกฤษ โดยพิจารณาจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีการใช้จ่ายด้านอาหารมากที่สุด (พรรณี สวนเพลง และพรเทพ ลี่ทองอิน, 2559)

อาหารไทยจัดเป็นหนึ่งใน Soft Power ที่ช่วยสร้างจุดขายทางด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในหลังสถานการณ์โควิด 19 เป็นการสร้างโอกาสให้กับขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์อันเนื่องมาจาก ความเป็นที่นิยมของชาวต่างชาติ ดังนั้นภาครัฐจึงการผลักดัน อาหารไทยซึ่งเป็น

Soft Power ผ่านการผลักดันโครงการ 5F คือ Food (อาหาร) ภาพยนตร์และวีดีทัศน์ (Flim) ผ้าไทยและการออกแบบแฟชั่น (Fashion) มวยไทย (Fighting) และการอนุรักษ์และขับเคลื่อนเทศกาลและประเพณีสู่ระดับโลก (Festival) (ไทยแลนด์พลัส, 2566) ซึ่งอาหารไทยเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสรสชาติอาหาร รวมทั้งการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเป็นการฟื้นฟูเศรษฐกิจไทย (ไทยโพสต์ออนไลน์, 2566)

ประเภทอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ อาหารล้านนา หรืออาหารพื้นเมือง เป็นวัฒนธรรมอาหารที่ควรอนุรักษ์ เนื่องจากอาหารท้องถิ่นของแต่ละท้องถิ่นจะมีเอกลักษณ์ตามแบบฉบับของแต่ละวัฒนธรรม อาหารเหล่านี้ได้รับการถูกปรุงแต่งและถ่ายทอดสูตรอาหารแบบรุ่นต่อรุ่น ตำรับอาหารพื้นบ้านจึงเป็นความผสมผสานที่ลงตัวระหว่างชนิดของอาหาร ปริมาณของผัก เนื้อสัตว์และเครื่องปรุง มีเสน่ห์ของความเป็นไทยในตัวของมันเอง มีรสชาติกลมกล่อมและหลากหลายรสชาติในอาหารชนิดเดียวกัน นอกจากนี้อาหารพื้นบ้านไทยยังแสดงออกถึงภูมิปัญญาหลักแหลมของบรรพบุรุษไทย ที่คิดค้นปรุงแต่งให้เป็นอาหารแห่งความมีคุณค่าทางโภชนาการ เป็นอาหารแห่งสุขภาพโดยแท้จริง (อรอนงค์ ทองมี, 2558) อาหารท้องถิ่นของภาคเหนือมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นทั้งในเรื่องของการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น กระบวนการผลิต ตำรับอาหารที่มีความแตกต่างจากจังหวัดอื่น ๆ ทางภาคเหนือ รสชาติที่คงความเป็นเอกลักษณ์

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงทางด้านการท่องเที่ยว เนื่องด้วยการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรน่า 19 ส่งผลทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติลดลง จากสถิติของนักท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยและจังหวัดเชียงใหม่ลดลง โดยสถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยสะสมระหว่างเดือนมกราคมถึงเดือนธันวาคม ปี พ.ศ. 2563 มีจำนวน 6.7 ล้านคน ลดลงจากช่วงเดียวกันของปี 2562 ซึ่งอยู่ที่ประมาณ 39.9 ล้านคน นอกจากนี้ การแพร่ระบาดของโควิด-19 ยังส่งผลให้ประเทศไทยสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงเป็นอย่างมาก โดยในช่วงเดือนมกราคมถึงธันวาคม 2563 รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติอยู่ที่ 332,013 ล้านบาท ลดลงจากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2562 ซึ่งอยู่ที่ 1,911,808 ล้านบาท (ลดลงร้อยละ 82.6) (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565) โดยภาครัฐได้มีนโยบายของในการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศหลายโครงการพยายามกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศ ทดแทนการสูญเสียรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยการผลักดันเรื่องของอาหารท้องถิ่นตามแผนพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อสร้างอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ (สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่, 2565)

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาวิจัยถึงพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออาหารท้องถิ่นภาคเหนือของจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือของจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเชียงใหม่ในอนาคต

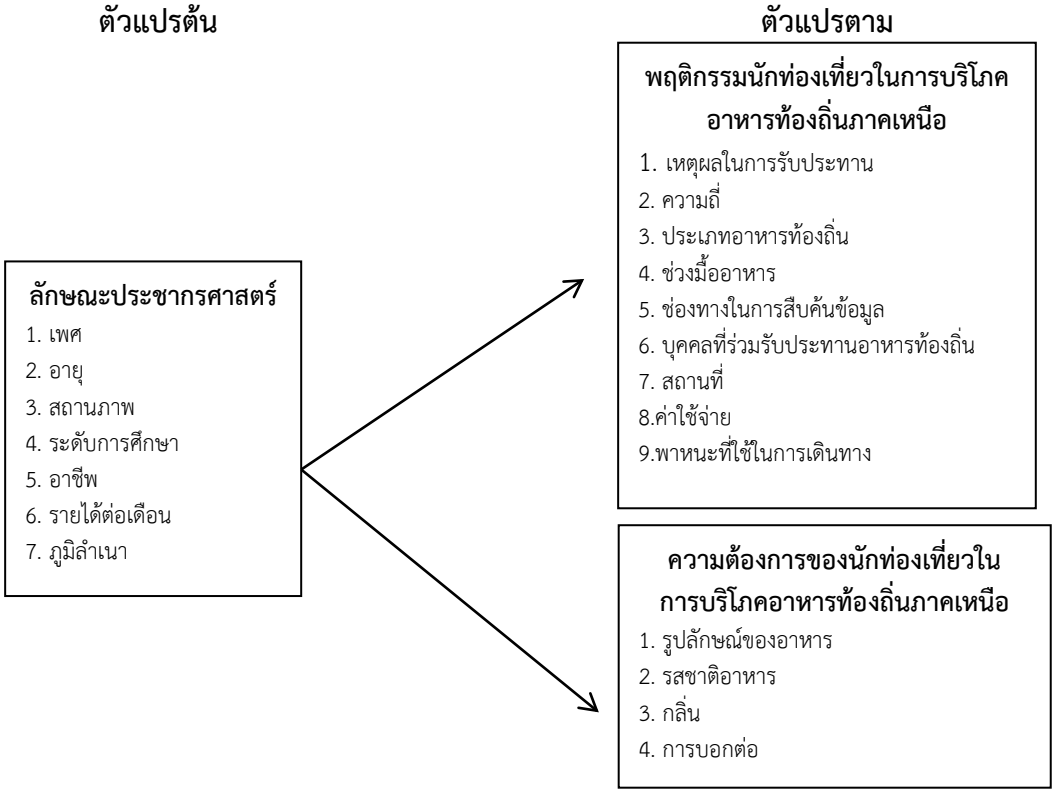
วัตถุประสงค์การวิจัย

1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือของจังหวัดเชียงใหม่

2) เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือของจังหวัดเชียงใหม่

3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือของจังหวัดเชียงใหม่

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

นิยามศัพท์

1. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอาหารยังจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วย เหตุผลในการรับประทาน ความถี่ ประเภทอาหารท้องถิ่น ช่วงมื้ออาหาร ช่องทางในการสืบค้นข้อมูล บุคคลที่ร่วมรับประทานอาหารท้องถิ่น สถานที่ ค่าใช้จ่าย และพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว

2. ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ หมายถึง สิ่งที่แสดงออกถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ โดยคำนึงถึง

รูปลักษณ์ของอาหาร รสชาติ กลิ่น และมีการบอกต่อเรื่องราวอาหารท้องถิ่นภาคเหนือของจังหวัดเชียงใหม่ได้

3. อาหารท้องถิ่นภาคเหนือของจังหวัดเชียงใหม่ หมายถึง อาหารที่ประชาชนบริโภคอยู่ในชีวิตประจำวันและบริโภคในโอกาสต่าง ๆ ของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งผลิตวัตถุดิบ พืชผัก สมุนไพรต่าง ๆ โดยมีประเภทและกระบวนการผลิต และรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น สะท้อนถึงความเป็นตัวตนของจังหวัดเชียงใหม่

4. การท่องเที่ยวเชิงอาหาร หมายถึง การเดินทางไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเป็นแหล่งผลิตอาหาร เทศกาลอาหาร ร้านอาหาร และการเรียนรู้ประสบการณ์ทางด้านอาหารในการชิมอาหารในท้องถิ่นนั้น ๆ

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวคือการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวทั้งที่รู้ตัวและไม่รู้ตัวที่ตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง หรือพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist’s Over Behavior) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้ ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist’s Covert Behavior) ได้แก่ ความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ ทัศนคติ ค่านิยม ซึ่งเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอก ส่งผลต่อพฤติกรรมต่าง ๆ ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ บริโภคสินค้า และบริการทางการท่องเที่ยว (วชิราภรณ์ โลหะชาละ, 2562) พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นความรู้สึกนึกคิดของนักท่องเที่ยวที่แสดงออกมาในลักษณะต่าง ๆ ทั้งก่อนการเดินทางท่องเที่ยว ระหว่างการท่องเที่ยวและภายหลังการท่องเที่ยว ทั้งนี้อาจมีปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกในชีวิตและส่งผลต่อการแสดงออกนั้น (รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์, 2558) นอกจากนั้นพิบูล ทีปะปาล (2543) ได้กล่าวถึงกระบวนการของพฤติกรรม (Process of Behavior) 3 ประการดังนี้ 1) พฤติกรรมเกิดขึ้นได้จะต้องมีสาเหตุให้เกิด (Behavior is Caused) ซึ่งหมายความว่าการที่คนเราจะแสดงพฤติกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดออกมานั้น จะต้องมีสาเหตุทำให้เกิดและสิ่งที่เป็นสาเหตุก็คือความต้องการที่เกิดขึ้นในตัวคนนั่นเอง 2) พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีสิ่งจูงใจหรือแรงกระตุ้น (Behavior is Motivated) คือ เมื่อคนเรามีความต้องการเกิดขึ้นแล้ว คนก็ปรารถนาที่จะบรรลุถึงความต้องการนั้นจนกลายเป็นแรงกระตุ้นหรือแรงจูงใจให้แสดงพฤติกรรมต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น และ 3) พฤติกรรมที่เกิดขึ้นย่อมมุ่งไปสู่เป้าหมาย (Behavior is Goal-Directed) หมายถึง การที่คนแสดงพฤติกรรมอะไรออกมานั้น มิได้กระทำไปอย่างเลื่อนลอยโดยปราศจากจุดมุ่งหมายหรือไร้ทิศทางตรงข้ามกลับมุ่งไปสู่เป้าหมายที่แน่นอนเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จแห่งความต้องการของตน

ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว มาปรับใช้ซึ่งประกอบด้วย 1) เหตุผลในการรับประทาน 2) ความถี่ 3) ประเภทอาหารท้องถิ่น 4) ช่วงมื้ออาหาร 5) ช่องทางในการสืบค้นข้อมูล 6) บุคคลที่ร่วมรับประทานอาหารท้องถิ่น 7) สถานที่ 8) ค่าใช้จ่าย และ 9) พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง

2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ

เมธา หริมเทพาธิป (2565) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีความต้องการ ประกอบด้วย ความต้องการมีชีวิตอยู่ ความต้องการมีสัมพันธภาพกับบุคคลอื่นและความต้องการความเจริญก้าวหน้า ความต้องการทั้ง 3 นี้ ไม่จำเป็นต้องเกิดเรียงเป็นลำดับ 1) การดำรงชีพ (Existence) เป็นความต้องการที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยในการดำรงชีวิตของมนุษย์ เปรียบได้กับความต้องการต่าง ๆ ในขั้นที่ 1 (ความต้องการทางร่างกายหรือสรีระ) และขั้นที่ 2 (ความต้องการความมั่นคงและปลอดภัย) ของมาสโลว์ 2) สัมพันธภาพ (Relatedness) เป็นความต้องการที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น อันได้แก่ ความต้องการความรักและความผูกพัน (Love and Belonging Needs) และความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) ตามทฤษฎีของมาสโลว์ และ 3) การงอกงาม (Growth) เป็นความต้องการที่จะพัฒนาศักยภาพในตนเอง ซึ่งถ้าเปรียบเทียบกับทฤษฎีของมาสโลว์ ได้แก่ ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) และความต้องการรู้จักตนเองอย่างแท้จริงและพัฒนาตนเองให้สมบูรณ์ (Need for Self - Actualization) นอกจากนั้นในงานวิจัยของเลิศพร ภาระสกุล (2553) ได้สรุปถึงปัจจัยกำหนดพฤติกรรมความต้องการของนักท่องเที่ยว 13 ประการ ดังนี้ 1) ความเจริญทางเศรษฐกิจ 2) การเพิ่มขึ้นของรายได้ที่ใช้จ่าย 3) ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง 4) รสนิยมของประชาชน 5) ลัทธิเอาอย่าง 6) การกระจายตัวของประชากร 7) เวลาว่าง 8) การพัฒนาหรือสร้างแหล่งท่องเที่ยว 9) ฤดูกาล 10) การศึกษา 11) สื่อมวลชน 12) การตลาดท่องเที่ยว และ 13) นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล

ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ มาปรับใช้ ซึ่งประกอบด้วย 1) รูปลักษณ์ของอาหาร 2) รสชาติอาหาร 3) กลิ่น และ 4) การบอกต่อ

3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

Ellis, Park, Kim and Yeoman (2018) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) กล่าวคือ การเดินทางไปในพื้นที่เพื่อการพักผ่อนรวมถึงการไปชมอาหาร งานเทศกาลอาหาร งานแสดงสินค้าด้านอาหาร การสาธิตการทำอาหาร รวมถึงการชิมผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพในพื้นที่นั้น ๆ โดยนักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสวัฒนธรรมของประเทศหรือวัฒนธรรมท้องถิ่นที่แปลกใหม่ผ่านการชิมอาหาร ซึ่งรสชาติของอาหารจะสะท้อนถึงวัฒนธรรมของประเทศ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) จึงเป็นการท่องเที่ยวที่ใช้ประสาทสัมผัสทุกความรู้สึกและส่งผลให้อาหารเป็นศูนย์กลางสำคัญในประสบการณ์ท่องเที่ยว

Tsai and Wang (2017) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) ถือเป็นหนึ่งในรูปแบบการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นควบคู่กันมากับการท่องเที่ยว เพราะการรับประทานอาหารถือเป็นหนึ่งในกิจกรรมหลักที่นักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายเงินและมีเวลามากที่สุด ประมาณ 1 ใน 3 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมดสำหรับการเดินทาง

จากแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารมาใช้เป็นแนวทางในการเขียนกรอบแนวคิดการวิจัยด้านความต้องการการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือของจังหวัดเชียงใหม่

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

กลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่สนใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวนทั้งหมด 3,703,008 คน (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565) จึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1973) ซึ่งกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่น เท่ากับร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้เท่ากับ 399.98 คน ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในงานวิจัยเท่ากับ 400 คน

การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ในพื้นที่ 5 อำเภอของจังหวัดเชียงใหม่ คือ อำเภอเมือง อำเภอสารภี อำเภอหางดง อำเภอสันป่าตอง และอำเภอจอมทอง อำเภอละ 3 ร้านอาหาร ร้านอาหารละ 27 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 405 คน โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกร้านอาหารจากการรีวิวของสื่อออนไลน์ มีชื่อเสียงเป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยว และคัดเลือกอำเภอที่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

วิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออาหารท้องถิ่นภาคเหนือของจังหวัดเชียงใหม่ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีคำตอบให้เป็นตัวเลือก ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือของจังหวัดเชียงใหม่ และตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือของจังหวัดเชียงใหม่

การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อตรวจสอบความตรงของเนื้อหา ความสอดคล้องของข้อคำถามกับนิยามศัพท์เฉพาะ ความเหมาะสมของปริมาณข้อคำถาม ความชัดเจนของภาษารูปแบบของแบบสอบถาม เมื่อได้ข้อเสนอแนะ ผู้วิจัยจึงได้ปรับปรุงแบบตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา เมื่อแก้ไขแบบสอบถามเรียบร้อย จึงนำแบบสอบถามเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิที่เชี่ยวชาญทางด้านการท่องเที่ยว 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องด้านเนื้อหา โดยกำหนดเกณฑ์ความสอดคล้อง (IOC) แล้วนำแบบสอบถามไปทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการทดสอบความเชื่อมั่นจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ตัวอย่าง ซึ่งแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.96

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ใช้วิธีการทางสถิติที่ใช้ข้อมูลเชิงปริมาณทางด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมและระดับความต้องการด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic Analysis) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) การทดสอบสมมติฐานด้วยไคสแควร์(Chi-Square Test) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (คิดเป็นร้อยละ 54.07) อยู่ในช่วงอายุ 36 – 50 ปี (คิดเป็นร้อยละ 41.73) มีสถานภาพโสด (คิดเป็นร้อยละ 54.32) มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า (คิดเป็นร้อยละ 56.54) มีอาชีพหลักธุรกิจส่วนตัว (คิดเป็นร้อยละ 28.64) มีรายได้ต่อเดือน 15,000 บาท หรือน้อยกว่า (คิดเป็นร้อยละ 41.73) และภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง (คิดเป็นร้อยละ 34.32)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือของจังหวัดเชียงใหม่

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่สนใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ มีเหตุผลในการเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ ส่วนใหญ่มีความชื่นชอบในอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ (คิดเป็นร้อยละ 64.90) มีความถี่ในการรับประทาน 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ (คิดเป็นร้อยละ 48.89) โดยประเภทอาหารท้องถิ่นภาคเหนือที่เลือกรับประทานทุกครั้งเป็นอาหารประเภทแกง เช่น ขนมจีนน้ำเงี้ยว, ข้าวซอยไก่, แกงแค, แกงโฮ๊ะ, แกงฮังเล เป็นต้น (คิดเป็นร้อยละ 61.70) ส่วนใหญ่เป็นช่วงมื้ออาหารกลางวัน (คิดเป็นร้อยละ 50.12) ส่วนใหญ่สืบค้นข้อมูลผ่านแอพพลิเคชั่นจัดส่งอาหาร เช่น Grab Food, Food panda (คิดเป็นร้อยละ 54.80) รับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ กับครอบครัว หรือญาติ (คิดเป็นร้อยละ 51.11) ในร้านอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ (คิดเป็นร้อยละ 30.86) มีค่าใช้จ่าย 201 – 300 บาทต่อครั้ง โดยมีการใช้รถจักรยานยนต์/จักรยานเป็นพาหนะในการเดินทาง (คิดเป็นร้อยละ 55.08)

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออาหารท้องถิ่นภาคเหนือของจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาวิจัยดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออาหารท้องถิ่นภาคเหนือของจังหวัดเชียงใหม่

ความต้องการของนักท่องเที่ยว	$\overline{X}$	S.D.	ความหมาย
1. ด้านรูปลักษณ์ของอาหาร	4.37	0.36	มากที่สุด
2. ด้านรสชาติของอาหาร	4.09	0.36	มาก
3. ด้านกลิ่น	4.20	0.43	มาก
4. ด้านการบอกต่อ	4.28	0.38	มากที่สุด
รวม	**4.23**	**0.25**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อความต้องการ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ($\overline{X}$ = 4.23, S.D. = 0.25) เมื่อพิจารณารายด้าน เรียงจากมากไปน้อย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือมากที่สุด คือ ด้านรูปลักษณ์ของอาหาร ($\overline{X}$ = 4.37, S.D. = 0.36) รองลงมา คือ ด้านการบอกต่อ ($\overline{X}$ = 4.28, S.D. = 0.38) ด้านกลิ่น ($\overline{X}$ = 4.20, S.D. = 0.43) และด้านที่นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความคิดเห็นต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือน้อยที่สุด คือ ด้านรสชาติของอาหาร ($\overline{X}$ = 4.09, S.D. = 0.36)

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือของจังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 2 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือของจังหวัดเชียงใหม่

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว		ลักษณะประชากรศาสตร์						
		เพศ	อายุ	สถานภาพ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้ต่อเดือน	ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว
1. เหตุผลในการเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ	χ^2	12.710	85.814	28.855	47.416	67.991	57.231	75.016
	Sig.	0.048*	0.000*	0.004*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*
2. ความถี่ในการรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ	χ^2	9.719	22.223	10.281	38.151	34.862	32.551	23.171
	Sig.	0.008	0.001	0.036	0.000*	0.000*	0.000*	0.010
3. ประเภทอาหารท้องถิ่นภาคเหนือที่เลือก	χ^2	34.060	62.879	20.427	50.417	72.047	57.363	51.513

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว		ลักษณะประชากรศาสตร์						
		เพศ	อายุ	สถานภาพ	ระดับการศึกษาสูงสุด	อาชีพ	รายได้ต่อเดือน	ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว
รับประทานทุกครั้ง	Sig.	0.000*	0.000*	0.117	0.000*	0.000*	0.000*	0.036
4. ช่วงมื้ออาหารที่เลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือบ่อยที่สุด	χ^2	1.594	30.576	5.696	13.513	15.727	21.609	7.843
	Sig.	0.451	0.000*	0.223	0.019	0.046	0.001*	0.644
5. ช่องทางสำหรับสืบค้นข้อมูลของอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ	χ^2	17.941	46.244	40.652	86.544	55.812	96.142	73.947
	Sig.	0.003*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*
6. บุคคลที่ร่วมรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ	χ^2	2.609	6.210	9.340	18.897	25.913	17.493	15.878
	Sig.	0.456	0.719	0.155	0.004*	0.011	0.042	0.535
7. สถานที่ที่เลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ	χ^2	11.637	55.705	18.606	39.139	46.407	40.688	34.576
	Sig.	0.040	0.000*	0.046	0.000*	0.001	0.000*	0.096
8. ค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้ออาหารท้องถิ่นภาคเหนือต่อครั้ง	χ^2	4.481	33.854	9.341	20.215	33.224	26.285	22.596
	Sig.	0.214	0.000*	0.155	0.003*	0.001*	0.002*	0.093
9. พาหนะที่ใช้ในการเดินทางไปรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ	χ^2	5.147	13.668	6.156	16.637	13.000	34.595	7.280
	Sig.	0.929	0.034	0.188	0.002*	0.112	0.000*	0.699
ภาพรวม		**สัมพันธ์**	**สัมพันธ์**	**ไม่สัมพันธ์**	**สัมพันธ์**	**สัมพันธ์**	**สัมพันธ์**	**ไม่สัมพันธ์**

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือของจังหวัดเชียงใหม่ สรุปผลวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ลักษณะประชากรศาสตร์ ในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้ต่อเดือน กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือของจังหวัดเชียงใหม่ ในภาพรวมมีความสัมพันธ์กัน สามารถอธิบายเป็นรายด้าน ดังนี้

เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือของจังหวัดเชียงใหม่ ในเรื่องเหตุผลในการเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ ความถี่ในการรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ ประเภทอาหารท้องถิ่นภาคเหนือที่เลือกรับประทานทุกครั้ง ช่องทางสำหรับสืบค้นข้อมูลของอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ และสถานที่ที่เลือกรับประทานอาหารท้องถิ่น

อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือของจังหวัดเชียงใหม่ ในเรื่องเหตุผลในการเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ ความถี่ในการรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ ประเภทอาหารท้องถิ่นภาคเหนือที่เลือกรับประทานทุกครั้ง ช่วงมื้ออาหารที่เลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือบ่อยที่สุด ช่องทางสำหรับสืบค้นข้อมูลของอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ สถานที่ที่เลือกรับประทานอาหารท้องถิ่น ค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้ออาหารท้องถิ่นภาคเหนือต่อครั้ง และพาหนะที่ใช้ในการเดินทางไปรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ

สถานภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือของจังหวัดเชียงใหม่ ในเรื่องเหตุผลในการเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ ความถี่ในการรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ ช่องทางสำหรับสืบค้นข้อมูลของอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ และสถานที่ที่เลือกรับประทานอาหารท้องถิ่น

ระดับการศึกษาสูงสุดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือของจังหวัดเชียงใหม่ ในเรื่องเหตุผลในการเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ ความถี่ในการรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ ประเภทอาหารท้องถิ่นภาคเหนือที่เลือกรับประทานทุกครั้ง ช่วงมื้ออาหารที่เลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือบ่อยที่สุด ช่องทางสำหรับสืบค้นข้อมูลของอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ บุคคลที่ร่วมรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ สถานที่ที่เลือกรับประทานอาหารท้องถิ่น ค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้ออาหารท้องถิ่นภาคเหนือต่อครั้ง และพาหนะที่ใช้ในการเดินทางไปรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ

อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือของจังหวัดเชียงใหม่ ในเรื่องเหตุผลในการเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ ความถี่ในการรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ ประเภทอาหารท้องถิ่นภาคเหนือที่เลือกรับประทานทุกครั้ง ช่วงมื้ออาหารที่เลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือบ่อยที่สุด ช่องทางสำหรับสืบค้นข้อมูลของอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ บุคคลที่ร่วมรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ สถานที่ที่เลือกรับประทานอาหารท้องถิ่น และค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้ออาหารท้องถิ่นภาคเหนือต่อครั้ง

รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือของจังหวัดเชียงใหม่ ในเรื่องเหตุผลในการเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ ความถี่ในการรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ ประเภทอาหารท้องถิ่นภาคเหนือที่เลือกรับประทานทุกครั้ง ช่วงมื้ออาหารที่เลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือบ่อยที่สุด ช่องทางสำหรับสืบค้นข้อมูลของอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ บุคคลที่ร่วมรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ สถานที่ที่เลือกรับประทานอาหารท้องถิ่น ค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้ออาหารท้องถิ่นภาคเหนือต่อครั้ง และพาหนะที่ใช้ในการเดินทางไปรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ

ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือของจังหวัดเชียงใหม่ ในเรื่องเหตุผลในการเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ ความถี่ในการรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ ประเภทอาหารท้องถิ่นภาคเหนือที่เลือกรับประทานทุกครั้ง และช่องทางสำหรับสืบค้นข้อมูลของอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออาหารท้องถิ่นภาคเหนือของจังหวัดเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. พฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออาหารท้องถิ่นภาคเหนือ ในภาพรวมพบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ ส่วนใหญ่ มีความชื่นชอบในอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ รับประทาน 1 - 2 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยเลือกรับประทานอาหารประเภทแกง เช่น ขนมจีนน้ำเงี้ยว, ข้าวซอยไก่, แกงแค, แกงโฮ๊ะ, แกงฮังเล เป็นต้น ส่วนใหญ่รับประทานอาหาร

เป็นช่วงมื้ออาหารกลางวัน มีการสืบค้นข้อมูลผ่านแอพพลิเคชั่นจัดส่งอาหาร เช่น Grab Food, Food panda โดยรับประทานร่วมกับครอบครัว หรือญาติ และรับประทานอาหารในร้านอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ ซึ่งมีค่าใช้จ่าย 201 – 300 บาทต่อครั้ง โดยใช้รถจักรยานยนต์ หรือจักรยานเป็นพาหนะในการเดินทาง สอดคล้องกับงานวิจัยของพิชญ์สินี บุญญานุพงศ์ และปิยะลักษณ์ พุทธวงศ์ (2564) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารและความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนมากที่สุด มีความนิยมรับประทานอาหารสูงสุดคือ อาหารพื้นเมืองในชุมชน เหตุผลที่ชอบสูงสุดคือ มีรสชาติอร่อย โดยมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่มโดยเฉลี่ยต่ำกว่า 300 บาท และชอบทำกิจกรรมอาหารสูงถึง และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของนันทิยา ตันตราสืบ และวารัชต์ มัธยมบุรุษ (2561) ศึกษาเรื่องวัฒนธรรมอาหารพื้นถิ่นสู่รูปแบบการท่องเที่ยวอาหารในจังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า นักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ให้ความเห็นว่า เป็นเรื่องที่ดีที่ควรรับประทานอาหาร จากแหล่งผลิตดั้งเดิม มีรสชาติหลากหลาย อาหารยอดนิยม คือ ข้าวซอย ปัจจัยด้านกระบวนการเป็นปัจจัย ด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารพื้นถิ่นมากที่สุด โดยรวมแล้วมีทัศนคติที่ดีต่ออาหารพื้นถิ่นและคนพื้นถิ่นส่งผลต่อการอนุรักษ์วัฒนธรรมอาหารพื้นถิ่นเป็นอย่างมาก

2. ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออาหารท้องถิ่นภาคเหนือของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือมากที่สุด คือ ด้านรูปลักษณ์ของอาหาร รองลงมา ด้านการบอกต่อ ด้านกลิ่น และด้านรสชาติของอาหาร มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของชิษณุพงศ์ ศิริโชตินิศากร (2559) ศึกษาเรื่องการพัฒนารูปแบบนวัตกรรมอาหารพื้นถิ่นเชิงสร้างสรรค์เพื่อการเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหารพื้นถิ่นอยู่ที่ระดับมากที่สุดในแต่ละด้าน คือ 1) ด้านเครื่องปรุงและวัตถุดิบที่แสดงออกถึงอาชีพของคนในพื้นที่ 2) ด้านอาหารพื้นถิ่นมีคุณค่าแก่การสืบทอด ด้วยการสร้างเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว 3) ขั้นตอนการประกอบอาหารเป็นปัจจัยดึงดูดใจในการรับประทานอาหารของนักท่องเที่ยว 4) รสชาติของอาหารพื้นถิ่นทำให้เกิดการกระตุ้นความต้องการเดินทางของนักท่องเที่ยว และ 5)รูปแบบอาหารที่ทันสมัยส่งผลต่อการเลือกบริโภคของนักท่องเที่ยวในอาหารพื้นถิ่น สอดคล้องกับงานวิจัยของอัญชลี สมใจ และพันธุ์รวี ณ ลำพูน (2563) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตำบลบางโฉลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในเรื่องของความหลากหลาย คุณภาพอาหารในร้านอาหาร ความสะอาดถูกสุขลักษณะของร้านอาหาร ณ แหล่งท่องเที่ยว

3. ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือในจังหวัดเชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในภาพรวมทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธัญลักษณ์ ถาวรจิต (2564) ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในเทศบาลหาดใหญ่ พบว่า เพศ อายุ ระดับ

การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้งาน

1.1 นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมในเรื่องของการเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือของจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากมีเหตุผลความชื่นชอบในอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ มีการสืบค้นข้อมูลของอาหารท้องถิ่นภาคเหนือผ่านแอพพลิเคชั่นจัดส่งอาหาร เช่น Grab Food และ Food Panda ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ส่งเสริมการตลาดออนไลน์การท่องเที่ยวเชิงอาหารภายในประเทศได้เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมวิถีชีวิตของนักท่องเที่ยวยุคหลังสถานการณ์โควิด 19

1.2 นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือของจังหวัดเชียงใหม่ คือ ด้านรูปลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นภาคเหนือของจังหวัดเชียงใหม่ ในเรื่องของอาหารท้องถิ่นภาคเหนือมีการตกแต่งของอาหารที่มีสีสันสวยงามน่าดึงดูดใจ อาหารท้องถิ่นภาคเหนือมีการวางอยู่ในภาชนะที่สวยงาม ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการส่งเสริมสนับสนุนในเรื่องของการยกระดับรูปลักษณ์อาหารท้องถิ่นภาคเหนือของจังหวัดเชียงใหม่เพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเชียงใหม่

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยที่บริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือของจังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปต้องมีการศึกษาในกลุ่มของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้วย

เอกสารอ้างอิง

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2565). **สถิติของนักท่องเที่ยวชาวไทย**. สืบค้นจาก, https://secretary.mots.go.th/policy/.

ชิษณุพงศ์ ศิริโชตินิศากร. (2559). **การพัฒนารูปแบบนวัตกรรมอาหารพื้นถิ่นเชิงสร้างสรรค์เพื่อการเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์**. (วิทยานิพนธ์หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ไทยโพสต์ออนไลน์. (2566). **Soft Power อาหารไทย เครื่องมือใหม่ในการสร้างรายได้เข้าประเทศ.** สืบค้นจาก, https://www.thaipost.net/economy-news/361161/.

ไทยแลนด์พลัสออนไลน์. (2566). **Soft Power อาหารไทย ฟันเฟืองใหม่ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย**. สืบค้นจาก, https://www.thailandplus.tv/archives.

ธัญลักษณ์ ถาวรจิต. (2564). การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อสุขภาพในเทศบาลนครหาดใหญ่. **วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.** 3(1), 41-56.

นันทิยา ตันตราสืบ และวารัชต์ มัธยมบุรุษ. (2561). วัฒนธรรมอาหารพื้นถิ่นสู่รูปแบบการท่องเที่ยวอาหารในจังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, **วารสารอารยธรรมศึกษาโขง-สาละวิน.** 9(1), 139-158.

เบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา. (2561). การท่องเที่ยวเชิงอาหาร: ศักยภาพและความได้เปรียบของประเทศไทย. **วารสารสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย**, 24(1), 103-116.

พิบูล ทีปะปาล. (2543). **แนวคิดและทฤษฎีด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว การบริหารการตลาดยุคใหม่ในศตวรรษที่ 21.** (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.

พิชญ์สินี บุญญานุพงศ์ และปิยะลักษณ์ พุทธวงศ์. (2564). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารและความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่. **วารสารเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.** 1(1), 37-47.

พรรณี สวนเพลง และพรเทพ ลี่ทองอิน. (2559). การท่องเที่ยวเชิงอาหาร **รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว 2559**, 4(2), 38-45.

เมธา หริมเทพาธิป. (2565). **ทฤษฎีความต้องการของแมกคลีลแลน์.** สืบค้นจาก, http://www.gotoknow.org/posts/629840.

รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์. (2558). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

เลิศพร ภาระสกุล. (2553). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว.** กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วชิราภรณ์ โลหะชาละ. (2562). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว.** กรุงเทพฯ: แม็คเอ็ดดูเคชั่น.

สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่. (2565). **แผนพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ (พ.ศ. 2561-2565)**. สืบค้นจาก, https://www.chiangmai.go.th/managing/public/article3.

อัญชลี สมใจ และ พันธุ์รวี ณ ลำพูน. (2563). พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตำบลบางโฉลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ. **วารสารศิลปศาสตร์ปริทัศน์.** 15(2), 13-27.

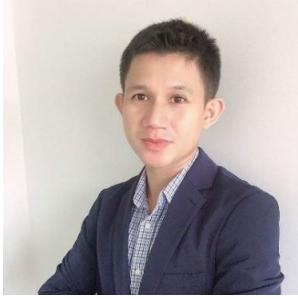
อรอนงค์ ทองมี. (2558). วัฒนธรรมอาหารล้านนา: การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์. **วารสารศิลปกรรมศาสตร์วิจัยและงานสร้างสรรค์**. 2(1), 25-54.

Ellis, A., Park, E., Kim, S. & Yeoman, I. (2018). **What is food tourism? Progress in Tourism Management**, 68, 250-263.

Tsai, C. T. S., & Wang, Y. C. (2017). Experiential value in branding food tourism**. Journal of Destination Marketing & Management**, 6(1), 56-65.

Taro Yamane (1973). **Statistics: An Introductory Analysis. 3rd Ed.** New York. Harper and Row Publications.

ประวัติแนบท้ายบทความ

	**Name and Surname:** Apithai Kaewjarus **Highest Education:** Ph.D. (Student) Tourism and Hotel management **University or Agency**: University of Phayao **Field of Expertise:** Tourism and Hotel Management **Address:** Wave Place building, 8th Floor Pathum Wan district, Bangkok
	Name and Surname: Chawalee Na Thalang **Highest Education:** Master of Arts (History) **University or Agency:** University of Phayao **Field of Expertise:** Tourism and Hotel Management **Address:** Wave Place building, 8th Floor Pathum Wan district, Bangkok
	Name and Surname: Seri Wongmontha **Highest Education:** Ph.D. (Journalism) **University or Agency:** University of Phayao **Field of Expertise:** Tourism, Marketing **Address:** Wave Place building, 8th Floor Pathum Wan district, Bangkok