

การศึกษาระดับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นภาคเหนือตอนล่าง

STUDY ON THE POTENTIAL OF LOCAL FOOD-BASED TOURISM
IN THE LOWER NORTHERN REGION

เตือนใจ ศรีชะฎา
Tuaenjai Srichada

วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโรงแรมและการออกแบบประสบการณ์ท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
College of Tourism and Hospitality, Hotel Business Management and Tourism Experience Design
Sripatum University
E-mail: Tuaenjai.sr@spu.ac.th

Received April 03,2025
Revised July 27,2025
Accepted December 24,2025

บทคัดย่อ

การศึกษาระดับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง
วัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความสนใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นของ
กลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 2) เพื่อยืนยันองค์ประกอบของการวัดระดับความสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิง
อาหารท้องถิ่นภาคเหนือตอนล่าง งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 385 ตัวอย่าง
และทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) เพื่อจัดกลุ่มตัวชี้วัด
โดยใช้การยืนยันจากค่าสถิติของระดับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน
(Confirmatory Factor Analysis) เพื่อใช้สถิติตรวจสอบเครื่องมือที่ได้มาจากการวิเคราะห์องค์ประกอบ
เชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจความสนใจของนักท่องเที่ยวต่อระดับการท่องเที่ยว
เชิงอาหารท้องถิ่นภาคเหนือตอนล่าง ทั้งหมด 38 ตัวแปรสังเกต โดยใช้ค่าน้ำหนัก (Factor Loading)
ที่มีค่าความสัมพันธ์กับกลุ่มที่มีค่า ≥ 0.30 ถือว่าเป็นค่า Loading ขั้นต่ำที่พอใช้ได้ เพื่อนำไปวิเคราะห์
หาความสัมพันธ์ในกระบวนการถัดไปและได้องค์ประกอบทั้งหมด 5 องค์ประกอบ ได้แก่
การท่องเที่ยวที่มองอาหารในภาพรวม (Culinary) การท่องเที่ยวแบบชนบท (Rural) การท่องเที่ยว
เชิงอาหารที่เป็นการเดินทางถึงจุดหมายปลายทาง (Cuisine) การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gourmet)
และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร (Heritage) เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักขององค์ประกอบ พบว่า
นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นการเดินทางถึงจุดหมายปลายทาง
(Cuisine) มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ การท่องเที่ยวทางด้านอาหารในภาพรวม (Culinary)
การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gourmet) การท่องเที่ยวแบบชนบท (Rural) และการท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรมอาหาร (Heritage) ตามลำดับ

คำสำคัญ

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ระดับศักยภาพ ท้องถิ่น

ABSTRACT

The study on the level of potential for local gastronomy tourism in the Lower Northern Region. Therefore, the objectives of this study are, 1) to examine the level of tourist interest in local gastronomy tourism in the Lower Northern Region, and 2) to validate the components for measuring interest in local gastronomy tourism in the Lower Northern Region. This quantitative research collected data from 385 samples and employed Exploratory Factor Analysis (EFA) to group indicators using statistical validation for different levels of gastronomy tourism. Additionally, Confirmatory Factor Analysis (CFA) was conducted to verify the measurement tools obtained from EFA.

The exploratory factor analysis assessed tourists' interest in local gastronomy tourism in the Lower Northern Region using 38 observed variables, using factor loadings that have a correlation with the group of ≥ 0.30 is considered the minimum acceptable loading value. The analysis identified five key components 1) Culinary Tourism General perspectives on food tourism 2) Rural Tourism Gastronomy tourism in rural settings 3) Cuisine Tourism Destination-based gastronomy tourism 4) Gourmet Tourism Fine dining and high-end gastronomy experiences and Food Culture Tourism Cultural aspects of food tourism. The results indicate that tourists prioritize Cuisine Tourism the most, followed by Culinary Tourism, Gourmet Tourism, Rural Tourism, and Food Culture Tourism, respectively.

Keywords

Gastronomy Tourism, Potential Level, Community-Based

ความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงอาหารถือเป็นเทรนด์ที่กำลังมาแรงนักท่องเที่ยวให้ความสนใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยส่วนใหญ่อาหารกลายเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่เป็นแรงจูงใจลำดับต้น ๆ ในการเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว (World Food Travel Association (WFTA), 2020) นอกจากนี้ สัดส่วนค่าใช้จ่ายสำหรับอาหารและเครื่องดื่มในการสร้างประสบการณ์ระหว่างการท่องเที่ยวก็เพิ่มมากขึ้นกว่าในอดีต (Allied Market Research, 2019) รายงานว่า ตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหารมีมูลค่าอยู่ที่ 1,116.7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี ค.ศ. 2019 และคาดว่าจะเติบโตในอัตราเฉลี่ยสะสมต่อปี (CAGR) ที่ร้อยละ 16.8 ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2020 ถึง ค.ศ. 2027 โดยคาดว่าจะมีมูลค่าตลาดเพิ่มขึ้นเป็น 1,796.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี ค.ศ. 2027 กิจกรรมที่เกี่ยวกับเทศกาลอาหาร (Food Festival) มีส่วนแบ่งในตลาดมากที่สุด โดยมีมูลค่าอยู่ที่ร้อยละ 338.6 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

ในปี ค.ศ. 2019 และคาดว่าจะเติบโตเป็น 560.3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี ค.ศ. 2027 ด้วยอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีที่ร้อยละ 17.20 ที่จะกระตุ้นให้เศรษฐกิจในแหล่งท่องเที่ยวขยายตัวร้อยละ 25.00 ขณะเดียวกันในมุมมองของธุรกิจจะเห็นแนวโน้มการเติบโตของบริษัทนำเที่ยวที่นำอาหารมาเป็นปัจจัยตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมากขึ้นเรื่อย ๆ เช่น ทัวร์ชิมอาหารในประเทศไทยที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น จากรายงาน Global Culinary Tourism Market ปี ค.ศ. 2020-2027 (World Food Travel Association (WFTA), 2020) ระบุว่านักท่องเที่ยวเชิงอาหารของโลกกำลังเติบโตที่เฉลี่ยร้อยละ 16.8 ต่อปี โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงถึง 5.4 พันล้านคนต่อปี ที่เดินทางเพื่อไปรับประทานอาหาร ทำให้คาดการณ์ว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารของโลกจะมีมูลค่าทางเศรษฐกิจสูงราว 1,796.5 พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐภายในปี ค.ศ. 2027 รวมถึงข้อมูลจากดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทยปี ค.ศ. 2022 ซึ่งให้เห็นว่านักท่องเที่ยวสนใจกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารมากขึ้นอย่างต่อเนื่องมากถึงร้อยละ 87 ดังนั้นอาหารถือว่าเป็นซอฟต์แวร์ (Soft Power) ที่สำคัญของประเทศไทยเพราะอาหารไทยเป็นที่ชื่นชอบและสร้างชื่อเสียงให้ประเทศไทยโด่งดังไปทั่วโลก เช่น ต้มยำกุ้ง ผัดไทย แกงเขียวหวาน ส้มตำ ข้าวมันไก่ และข้าวเหนียวมะม่วง เป็นต้น

ชุมชนท้องถิ่นมีบทบาทมากขึ้นเมื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ขยายอาณาเขตของกิจกรรมทางเศรษฐกิจเข้าใกล้วิถีชีวิตของชุมชน ในขณะที่แนวโน้มการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการเติบโตในทิศทางบวกนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งให้ความสนใจกับการเดินทางไปสัมผัสความจริงแท้ ความดั้งเดิมของพื้นที่ต่าง ๆ ในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น การท่องเที่ยวไม่ได้กระจุกตัวอยู่ในเมืองใหญ่ หากมีการกระจายตัวสู่ชุมชนท้องถิ่นเกิดการท่องเที่ยวเมืองรอง การท่องเที่ยวท้องถิ่นเกิดขึ้นมากมาย ส่งผลให้ท้องถิ่นหลายแห่งตั้งรับการมาถึงของนักท่องเที่ยวและนำการท่องเที่ยวมาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิต ขณะเดียวกันภาครัฐก็ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวมีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นไปในทิศทางที่ยั่งยืนที่จะสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยเพิ่ม สร้างความเป็นอยู่ของประชาชนในประเทศให้ดีขึ้น การเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแม้ว่าจะก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจมีการจ้างงานเพิ่มขึ้น มีการลงทุนและสร้างรายได้เข้าประเทศแต่ก็ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม วิถีชีวิต หากไม่มีการจัดการที่ดีพอ ดังนั้นเพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการพัฒนาจึงได้เกิดแนวความคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและต่อยอดมาเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวทางเลือกที่หลากหลาย หนึ่งในนั้นคือ “การท่องเที่ยวโดยชุมชน” ซึ่งเน้นให้ชุมชนมีบทบาทสำคัญในการจัดการและถ่ายทอดคุณค่าอัตลักษณ์ท้องถิ่นผ่านกิจกรรมต่าง ๆ (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2561)

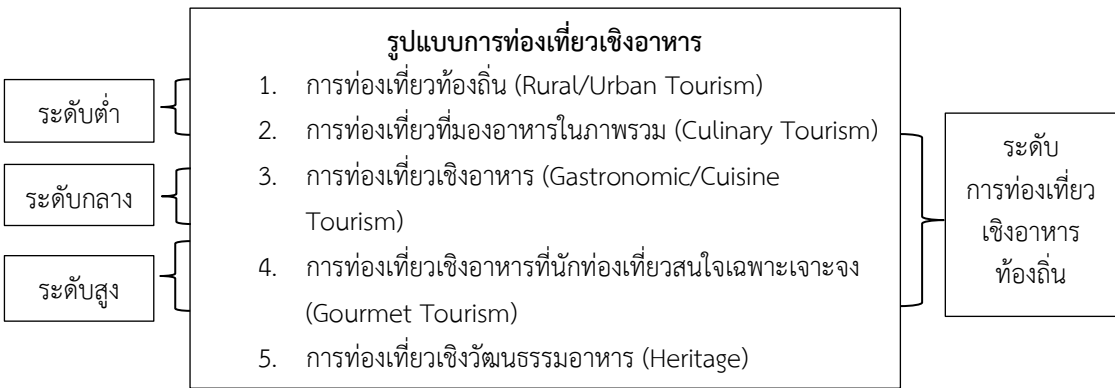
ในบริบทนี้ “การท่องเที่ยวเชิงอาหาร” ถือเป็นหนึ่งในรูปแบบของการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากสามารถเชื่อมโยงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเข้ากับวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่นได้อย่างกลมกลืน อาหารไม่เพียงเป็นสิ่งตอบสนองความต้องการพื้นฐานของนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังเป็นช่องทางสำคัญในการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น การสื่อสารเรื่องราวของแหล่งผลิตและการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากให้กับชุมชน ที่ผู้วิจัยต้องการนำเสนออาหารพื้นถิ่นในฐานะ “ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร” จึงเป็นแนวทางที่ชุมชนสามารถใช้เป็นซอฟต์แวร์ (Soft Power)

เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ เช่น การทำอาหารท้องถิ่น การเยี่ยมชมแหล่งวัตถุดิบและการสัมผัสวัฒนธรรมอาหารอย่างแท้จริง ซึ่งสิ่งเหล่านี้ช่วยสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้นักท่องเที่ยว ขณะเดียวกันก็ยังคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและสนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืนในระดับชุมชน

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1. เพื่อศึกษาระดับความสนใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นของกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง
- 2. เพื่อยืนยันองค์ประกอบของการวัดระดับความสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นของกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัยจากการวิเคราะห์องค์ประกอบ

นิยามศัพท์

ศักยภาพการท่องเที่ยว หมายถึง ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการพัฒนา การปรับปรุงและการส่งเสริมท้องถิ่นให้เพียงพอที่จะดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่นภาคเหนือตอนล่าง

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อไปรับประทานอาหารที่ขึ้นชื่อของท้องถิ่นภาคเหนือตอนล่าง เช่น งานเทศกาลอาหารท้องถิ่น งานแสดงสินค้า ด้านอาหาร การสาธิตการทำอาหาร รวมถึงการชิม ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพในพื้นที่นั้น ๆ สัมผัสวัฒนธรรมของอาหารท้องถิ่นผ่านการชิมอาหาร ที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยบริบทของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร แนวคิดการท่องเที่ยวที่มองอาหารในภาพรวม (Culinary) และ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gourmet) มีความสัมพันธ์กัน แต่มีขอบเขตและสาระสำคัญที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน โดย แนวคิดการท่องเที่ยวที่มองอาหารในภาพรวม (Culinary) หมายถึงศาสตร์และศิลป์ของการปรุงอาหาร ครอบคลุมกระบวนการ เทคนิค และทักษะที่ใช้ในการแปรรูปวัตถุดิบจนเกิดเป็นอาหาร ซึ่งสะท้อนความเชี่ยวชาญของผู้ประกอบการและคุณภาพด้านการผลิตอาหาร ในขณะที่ การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นการเดินทางถึงจุดหมายปลายทาง (Cuisine) หมายถึงรูปแบบอาหารที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของภูมิภาคหรือ

วัฒนธรรม อันเป็นผลจากปัจจัยทางประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ และสังคม ทำให้มีรสชาติ วิธีปรุง และการนำเสนอที่เป็นแบบแผน ส่วน อาหารระดับพรีเมียม (Gourmet) เน้นที่ประสบการณ์การบริโภค อาหารระดับพรีเมียม โดยให้ความสำคัญกับคุณภาพ ความประณีต และความพิเศษของการลิ้มรส ส่วนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร (Heritage) ในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร หมายถึง มรดกทาง วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่น ซึ่งเป็นทั้งประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ความรู้ ภูมิปัญญา และ ขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่นที่สืบทอดกันมา เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้อาหารท้องถิ่นมี เอกลักษณ์และคุณค่า สามารถสร้างประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผ่านเรื่องราว การทำอาหาร การบริโภค การผลิต ไปจนถึงการเรียนรู้วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารเหล่านั้น

การท่องเที่ยวเชิงอาหารในภาคเหนือตอนล่าง หมายถึง พื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวชุมชน และมี รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่ท้องถิ่น ในการวิจัยนี้ ได้แก่ จังหวัดพิษณุโลก เพชรบูรณ์ นครสวรรค์ และสุโขทัย ซึ่งเป็นพื้นที่การท่องเที่ยวในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง

ระดับศักยภาพ หมายถึง ชีตความสามารถหรือความพร้อมของชุมชนในการพัฒนาและ ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยพิจารณาจากองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น ความหลากหลาย ของอาหารพื้นถิ่น การมีวัตถุดิบในท้องถิ่น การมีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สามารถถ่ายทอดได้ ความพร้อม ของบุคลากรในชุมชน ระบบโครงสร้างพื้นฐาน ตลอดจนความสามารถในการบริหารจัดการและสร้าง ประสบการณ์ที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยวในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง

กลุ่มภาคเหนือตอนล่าง หมายถึง กลุ่มจังหวัดที่ตั้งอยู่ทางตอนล่างของภาคเหนือของประเทศไทย ซึ่งมีลักษณะทางภูมิศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตที่คล้ายคลึงกัน โดยทั่วไปประกอบด้วย จังหวัดพิษณุโลก พิจิตร สุโขทัย เพชรบูรณ์ และอุตรดิตถ์ ซึ่งถือเป็นพื้นที่สำคัญด้านเกษตรกรรม อุตสาหกรรม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มีความโดดเด่นทั้งในด้านวัตถุดิบ ภูมิปัญญาท้องถิ่นและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของอาหารพื้นถิ่น

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

จากการศึกษาแนวคิดของนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร สามารถแบ่งออกได้เป็น 7 ประเด็นหลัก ดังนี้ 1) วัฒนธรรมและเอกลักษณ์ท้องถิ่น (Culture & Authenticity) การท่องเที่ยวเชิงอาหารเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และเอกลักษณ์ของสถานที่อาหาร สะท้อนถึงเมนู วัตถุดิบ และกรรมวิธีการปรุงที่มีรากฐานจากท้องถิ่นนั้น ๆ (UNESCO, 2019; Hall et al., 2003; Richards, 2012) 2) ประเพณีและเทศกาล (Tradition & Festivals) การจัดกิจกรรม เช่น เทศกาลอาหาร หรือประเพณีท้องถิ่น ส่งเสริมเศรษฐกิจและเพิ่มคุณค่าให้อาหารในพื้นที่ (Hall et al., 2003; Richards, 2012; Du Rand, & Heath, 2006) 3) วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Science & Innovation in Food Tourism) นำองค์ความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมา พัฒนา เช่น การปรับปรุงกระบวนการผลิตอาหารหรือเทคโนโลยีอาหารใหม่ ๆ (Yeoman, 2008; OECD, 2009) 4) ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom & Culinary Heritage) การปรุงอาหารแต่ละท้องถิ่นมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยใช้ภูมิปัญญาดั้งเดิม วัตถุดิบและเทคนิคที่สืบทอดกันมา (Pine, & Gilmore, 1999; Greg Richards, 2012; Yeoman, 2008) 5) เกษตรกรรมและวัตถุดิบ

(Agriculture & Food Supply Chain) เกษตรกรรมเป็นแหล่งวัตถุดิบสำคัญของอาหารและการท่องเที่ยวเชิงอาหารช่วยสนับสนุนเศรษฐกิจในภาคเกษตร (Hall et al., 2003; Richards, 2012; OECD, 2009) 6) การเรียนรู้และฝึกอบรม (Learning & Culinary Training) นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมกิจกรรม เช่น ทดลองทำอาหาร เรียนรู้เทคนิคการทำอาหารเฉพาะถิ่น (OECD, 2009; Richards, 2002; พิมพ์วิโรจน์รุ่งสัจ, 2554) และ 7) ประสบการณ์การท่องเที่ยว (Experiential Tourism & Food Tourism Experience) นักท่องเที่ยวไม่ได้เพียงแค่รับประทานอาหาร แต่ได้สัมผัสประสบการณ์ใหม่ผ่านการเดินทางและการเรียนรู้ (Hjalager, & Richards, 2002; Long, 1998; OECD, 2009) จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เชื่อมโยงกับบริบทชุมชนท้องถิ่นการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิตและเอกลักษณ์ของอาหารพื้นถิ่นเข้าไว้ด้วยกัน จากการศึกษาทบทวนแนวคิดของนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ พบว่าองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอาหารทั้ง 7 ด้านข้างต้น เป็นกรอบแนวคิดที่สำคัญในการพิจารณาศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในแต่ละพื้นที่ของภาคเหนือตอนล่างที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม อัตลักษณ์ของอาหารพื้นถิ่นและทรัพยากรชุมชนที่โดดเด่น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยว

กัลยา สว่างคง (2558) กล่าวถึงการเสนอหลักเกณฑ์การพิจารณาและการกำหนดศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวไว้ ดังนี้ 1) ด้านความสะดวกในการเข้าถึง 2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว 3) ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว 4) ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่น 5) ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว และ 6) ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่น สรุปได้ว่าศักยภาพทางการท่องเที่ยวถือเป็นขีดความสามารถและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยว ทั้งในด้านทรัพยากรการจัดการและการสร้างประสบการณ์ที่ดี ซึ่งจะส่งผลต่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยวในระยะยาว จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยว อันประกอบด้วยความหมายของหลักเกณฑ์การพิจารณาศักยภาพการท่องเที่ยว เพื่อเป็นเครื่องมือบ่งชี้ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและเกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ร่วมกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารทั้ง 6 ด้าน เพื่อมาเป็นตัวชี้วัดในการกำหนดคำถามในการวิจัยและนำมาใช้ในแบบสอบถามเพื่อใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการหาแนวทางการส่งเสริมอาหารท้องถิ่นภาคเหนือตอนล่างได้

ทฤษฎีระดับความสนใจของการท่องเที่ยว (Tourist Interest Level Theory)

ทฤษฎีระดับความสนใจของนักท่องเที่ยวอธิบายถึงความรู้สึกซึ่งของความสนใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อกิจกรรมหรือจุดหมายปลายทาง โดยสามารถจำแนกระดับความสนใจออกเป็น 3 ระดับหลัก (Cohen, 1979; McKercher, & du Cros, 2002) ได้แก่ 1) ความสนใจหลัก (Primary Interest) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีเป้าหมายหลักคือการเดินทางเพื่อกิจกรรมเฉพาะ เช่น เดินทางเพื่อประสบการณ์ด้านอาหารโดยตรง เช่น การชิมอาหารพื้นถิ่น เรียนทำอาหารหรือเยี่ยมชมแหล่งผลิต 2) ความสนใจระดับกลาง (Moderate Interest) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้ความสนใจในกิจกรรมด้านอาหารในระดับหนึ่งแต่ไม่ใช่เหตุผลหลักของการเดินทาง อาจเข้าร่วมกิจกรรมหากมีโอกาส เช่น แวะชิมอาหารท้องถิ่นระหว่างเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและ 3) ความสนใจโดยบังเอิญ (Incidental Interest)

นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่ได้ให้ความสนใจกับกิจกรรมเชิงอาหารเป็นพิเศษ แต่อาจเข้าร่วมโดยไม่ได้ตั้งใจ หรือเพื่อความสะดวก เช่น รับประทานอาหารพื้นถิ่นเพราะอยู่ในเส้นทาง สามารถวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนและวางแผนออกแบบกิจกรรมให้สอดคล้องกับระดับความสนใจของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มได้

องค์ประกอบของการวัดระดับความสนใจของนักท่องเที่ยว

1. ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว (Awareness) หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความรู้หรือรับรู้เกี่ยวกับสถานที่หรือกิจกรรมท่องเที่ยวและช่องทางการรับรู้ข้อมูล เช่น สื่อสังคมออนไลน์ โฆษณา หรือคำแนะนำจากคนรู้จัก
2. ความต้องการหรือแรงจูงใจ (Motivation) หมายถึง เหตุผลหรือแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวสนใจ เช่น ความอยากลองชิมอาหารท้องถิ่น ต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมหรือการพักผ่อน
3. ความคาดหวัง (Expectation) หมายถึง สิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังว่าจะได้รับจากการท่องเที่ยว เช่น คุณภาพอาหาร บรรยากาศ ความสะดวกสบายหรือประสบการณ์ที่น่าจดจำ
4. ทัศนคติ (Attitude) หมายถึง ความคิดเห็นหรือความรู้สึกที่มีต่อตัวแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรม เช่น ชอบ ไม่ชอบ หรือรู้สึกว่ามีคุณค่า
5. พฤติกรรมความตั้งใจ (Behavioral Intention) หมายถึง การแสดงเจตนาว่าจะเข้าร่วมกิจกรรมหรือไม่ เช่น การวางแผนเดินทาง การจองที่พักหรือการบอกต่อ
6. ระดับความพึงพอใจในอดีต (Past Satisfaction) หมายถึง หากเคยไปเยือนมาก่อน ความพึงพอใจจากประสบการณ์เก่าจะมีผลต่อความสนใจในครั้งต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจุดมุ่งหมายการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่น

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ เลือกเก็บตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวและสนใจเกี่ยวกับอาหารในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง จำนวน 4 จังหวัดในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง คือ จังหวัดพิษณุโลก 100 คน เพชรบูรณ์ 100 คน นครสวรรค์ 85 คน และสุโขทัย 100 คน รวมเป็น 385 คน 4 จังหวัดนี้ถือเป็นพื้นที่สำคัญในกลุ่มภาคเหนือตอนล่างที่มีศักยภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นอย่างโดดเด่นทั้งในด้านวัฒนธรรม วิถีชีวิต และความหลากหลายของอาหารท้องถิ่น ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกจังหวัดพิษณุโลก เพชรบูรณ์ นครสวรรค์ และสุโขทัย เป็นพื้นที่ตัวแทนในการศึกษา ซึ่งมีพื้นฐานจากการจัดกลุ่มภูมิภาคของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561) และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566) ซึ่งกำหนดให้ทั้ง 4 จังหวัดอยู่ในกลุ่มภาคเหนือตอนล่างที่มีบทบาทสำคัญด้านการท่องเที่ยว ทั้งในมิติศักยภาพทางวัฒนธรรม ภูมิศาสตร์ และเศรษฐกิจ โดยแต่ละจังหวัดมีเอกลักษณ์ทางอาหารท้องถิ่นที่โดดเด่นและสามารถสะท้อนภาพรวมของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในภูมิภาคได้อย่างครบถ้วน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมา แล้วนำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อตรวจการหาค่า IOC จากการให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถามการวิจัยเพื่อความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และให้คำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขในข้อความที่ไม่สมบูรณ์ ซึ่งได้ค่า IOC ที่ 0.906 เมื่อได้ปรับปรุงแก้ไขตามผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว จึงนำแบบสอบถามทดลอง (Try-out) กับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำไปคำนวณค่าความเชื่อถือได้ (Reliability) ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของค่าครอนบาค (Cronbach, 1974) ได้ค่าเท่ากับ 0.924

การวิเคราะห์ข้อมูล

- สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
- การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) ใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มตัวชี้วัดค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor Loading) จากการหมุนแกนด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยหลัก (Principal Component Analysis) แบบ Varimax มีค่าเท่ากับสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรกับปัจจัย มีค่าความสัมพันธ์กับกลุ่มที่มีค่า ≥ 0.30 ถือว่าเป็นค่า Loading ขึ้นต่ำที่พอใช้ได้ (Hair et al., 2010) ที่มีค่า Total Eigenvalues มากกว่า 1
- การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์และแบบแผนของโครงสร้างความสัมพันธ์ในโมเดลที่ได้มาจากการวิเคราะห์องค์ประกอบต่าง ๆ ของความสนใจต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารชุมชนในเขตพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาระดับความสนใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นของกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสนใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นภาคเหนือตอนล่าง

รหัส	ระดับความสนใจของนักท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
X1	การเดินทางท่องเที่ยวท้องถิ่นเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	4.27	.613	มากที่สุด
X2	การเดินทางท่องเที่ยวท้องถิ่นเพื่อให้ได้ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ	4.09	.653	มาก
X3	การเดินทางท่องเที่ยวท้องถิ่นเพื่อหลีกเลี่ยงความวุ่นวายจากการท่องเที่ยวในเมือง	4.18	.780	มาก
X4	การเดินทางท่องเที่ยวท้องถิ่นและได้มีส่วนร่วมกิจกรรมอื่น ๆ นอกเหนือจากอาหารท้องถิ่นที่จัดเตรียมไว้	4.13	.766	มาก
X5	การได้รับรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยวท้องถิ่น	4.21	.695	มากที่สุด
X6	การได้รับประทานอาหารท้องถิ่นระหว่างท่องเที่ยว	4.25	.725	มากที่สุด

รหัส	ระดับความสนใจของนักท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
X7	การได้เห็นการทำอาหารในท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	4.24	.709	มากที่สุด
X8	การเดินทางมาท่องเที่ยวท้องถิ่นเพราะชื่อเสียงและอาหารที่มีชื่อเสียงของจังหวัดหรือท้องถิ่นนั้น ๆ	4.27	.770	มากที่สุด
X9	การเดินทางท่องเที่ยวท้องถิ่นเพราะมีความสะดวกสบายหลายช่องทางในการเดินทางท่องเที่ยว	4.28	.719	มากที่สุด
X10	การเดินทางท่องเที่ยวท้องถิ่นเพราะมีความปลอดภัย	4.34	.727	มากที่สุด
X11	สามารถรับประทานอาหารท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวได้ด้วยความสะดวกสบาย	4.20	.698	มาก
X12	การเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นตามที่ท่านสามารถรับประทานได้	4.07	.672	มาก
X13	การเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้เพื่อต้องการทำกิจกรรมการทำอาหารท้องถิ่น	4.08	.814	มาก
X14	มีการรับประทานอาหารเฉพาะเมนูขึ้นชื่อหรือเมนูแนะนำของท้องถิ่นเท่านั้น	4.13	.840	มาก
X15	มีการรับประทานอาหารของท้องถิ่นเพราะมีความแปลกกว่าอาหารทั่วไป	4.21	.790	มากที่สุด
X16	อาหารประจำท้องถิ่นของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวมีส่วนในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว	4.25	.749	มากที่สุด
X17	การรับประทานอาหารท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวเพราะความปลอดภัยและถูกสุขอนามัย	4.23	.739	มากที่สุด
X18	การรับประทานอาหารท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวเพราะมีความสดใหม่ในการประกอบอาหาร	4.25	.719	มากที่สุด
X19	การรับประทานอาหารท้องถิ่นเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น	4.31	.717	มากที่สุด
X20	การเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวเพราะทำจากวัตถุดิบท้องถิ่นที่หารับประทานได้ยาก	4.33	.714	มากที่สุด
X21	กิจกรรมหลัก ๆ ของท้องถิ่น คือ ขายอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว	4.19	.755	มาก
X22	การได้ชิมอาหารท้องถิ่นของแหล่งท่องเที่ยวทุกครั้งที่ได้เดินทางท่องเที่ยว	3.98	.659	มาก
X23	การได้ดื่มเครื่องดื่มที่ทำมาจากวัตถุดิบของท้องถิ่นนั้น	4.20	.779	มาก
X24	การได้รับประทานอาหารที่เป็นรสชาติของคนในท้องถิ่นนั้น	4.24	.738	มากที่สุด
X25	การได้เห็นกรรมวิธีในการรังสรรค์อาหารของคนในท้องถิ่นนั้น	4.23	.755	มากที่สุด
X26	ความคาดหวังที่จะได้รับประทานอาหารท้องถิ่นจากการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	4.27	.761	มากที่สุด
X27	คนในท้องถิ่นให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่เน้นอาหารท้องถิ่นเป็นหลัก	4.25	.761	มากที่สุด
X28	แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นเพื่อรับประทานโดยเฉพาะ	4.25	.756	มากที่สุด
X29	การเดินทางท่องเที่ยวท้องถิ่นเพราะอยากมีส่วนร่วมในการทดลอง สานิตและการทำอาหารท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว	4.25	.714	มากที่สุด
X30	มีความชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นในภาคเหนือตอนล่าง	4.21	.788	มากที่สุด
X31	มีความชอบเดินทางไปท่องเที่ยวงานเทศกาลอาหารที่ชุมชนท่องเที่ยวจัดขึ้น	4.41	.698	มากที่สุด
X32	มีความชื่นชอบการรับประทานอาหารพื้นถิ่นหรืออาหารท้องถิ่นของการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง	4.09	.766	มาก
X33	การได้เรียนรู้การกระบวนการและเกิดทักษะการทำอาหารท้องถิ่นจากการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นในแต่ละครั้ง	3.99	.682	มาก
X34	แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นในภาคเหนือตอนล่างมีการนำวัตถุดิบมาประกอบอาหารที่มีความโดดเด่น และมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นที่น่าสนใจ	4.18	.699	มาก

รหัส	ระดับความสนใจของนักท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
X35	การได้ซื้ออาหารพื้นถิ่นจากแหล่งท่องเที่ยวของกลุ่มภาคเหนือตอนล่างกลับบ้าน ทุกครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว	4.24	.728	มากที่สุด
X36	เรื่องราวและความเป็นมาของอาหารท้องถิ่นทำให้ท่านต้องการที่จะเดินทางมา ท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง	4.26	.766	มากที่สุด
X37	ความสนใจเทศกาลอาหารที่มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและประเพณีของท้องถิ่น ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง	4.30	.692	มากที่สุด
X38	การเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นจากคำบอกเล่าของเพื่อนหรือคนรู้จัก	4.43	.726	มากที่สุด
รวม		4.22	.463	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าระดับของตัวแปรต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นภาคเหนือตอนล่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจต่อการเดินทางท่องเที่ยวท้องถิ่นในเขตพื้นที่ภาคเหนือตอนล่างในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$) โดยข้อคำถามจำนวน 38 ข้อ อยู่ในระดับมากที่สุดจำนวน 25 ข้อ ระดับมาก จำนวน 13 ข้อ ดังนั้นความสนใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นในภาคเหนือตอนล่างมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 25 ข้อ ได้แก่ การเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นจากคำบอกเล่าของเพื่อนหรือคนรู้จัก ($\bar{X} = 4.43$) มีความชอบเดินทางไปท่องเที่ยวงานเทศกาลอาหารที่ชุมชนท่องเที่ยวจัดขึ้น ($\bar{X} = 4.41$) การเดินทางท่องเที่ยวท้องถิ่นเพราะมีความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.34$) ตามลำดับ

ความสนใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นในภาคเหนือตอนล่างมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก จำนวน 13 ข้อ ได้แก่ สามารถรับประทานอาหารท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวได้ด้วยความสะดวกสบาย และการได้ดื่มเครื่องดื่มที่ทำมาจากวัตถุดิบของท้องถิ่นนั้น ($\bar{X} = 4.20$) กิจกรรมหลัก ๆ ของท้องถิ่น คือ ขายอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.19$) การเดินทางท่องเที่ยวท้องถิ่นเพื่อหลีกเลี่ยงความวุ่นวายจากการท่องเที่ยวในเมืองและแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่น ในภาคเหนือตอนล่างมีการนำวัตถุดิบมาประกอบอาหารที่มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นที่น่าสนใจ ($\bar{X} = 4.18$) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อยืนยันองค์ประกอบของการวัดระดับความสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นของกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) เพื่อระบุความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Variable) กับองค์ประกอบ (Factor) จัดกลุ่มตัวแปรที่มีลักษณะสัมพันธ์กันจัดเข้าไว้ในกลุ่มเดียวกัน ซึ่งผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) ของความสนใจต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารชุมชนในเขตพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงค่าไคเซอร์ เมเยอร์ โอลกิน (The Kaiser-Meyer-Olkin-KMO) และการทดสอบบาร์เล็ท (Bartlett's Test) ขององค์ประกอบหลัก

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) and Bartlett's Test	
ค่าสถิติทดสอบสมมุติฐาน (Bartlett's Test of Sphericity Approx. Chi-Square)	4086.786
df	703
Sig.	.000
ค่าความเพียงพอเหมาะสมของข้อมูล (KMO)	.941

จากตารางที่ 2 แสดงถึง ค่า Kaiser-Meyer-Olkin = 0.941 ซึ่งมากกว่า 0.50 สามารถสรุปได้ว่าข้อมูลความสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท้องถิ่นในเขตพื้นที่ภาคเหนือตอนล่างมีความเหมาะสมและสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจได้ โดยมีค่าประมาณการทางสถิติของ Chi-Square = 4086.786 และ ค่า Significant = 0.000 น้อยกว่า 0.05 สามารถสรุปได้ว่าตัวแปรปัจจัยต่าง ๆ ทั้ง 38 ตัวแปรนั้นมีความสัมพันธ์กัน โดยสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจได้จากตารางที่ 3 - 7 เป็นส่วนที่มาจากค่าสั่งให้หมุนแกน เป็นค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor Loading) ที่ได้มาจากการหมุนแกนด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยหลัก (Principal Component Analysis) แบบ Varimax มีค่าเท่ากับสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรกับปัจจัยที่หมุนแกนแล้ว จัดเข้ากลุ่มตัวแปรที่มีค่าความสัมพันธ์กับกลุ่มที่มีค่า ≥ 0.30 ถือว่าเป็นค่า Loading ขั้นต่ำที่พอใช้ได้ (Hair et al., 2010) ซึ่งเป็นตัวแปรที่มีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดสำคัญและเป็นประเด็นเฉพาะของชุมชนและวัฒนธรรม และเลือกองค์ประกอบที่มีค่า Total Eigenvalues มากกว่า 1 ได้องค์ประกอบจำนวน 5 องค์ประกอบ ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA) ปรากฏดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 องค์ประกอบที่ 1 การท่องเที่ยวที่มองอาหารในภาพรวม (Culinary Tourism)

ตัวแปร	น้ำหนัก องค์ประกอบ
X28 แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นเพื่อรับประทานอาหารโดยเฉพาะ	.699
X26 การคาดหวังที่จะได้รับประทานอาหารท้องถิ่นจากการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	.638
X30 มีความชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นในภาคเหนือตอนล่าง	.619
X20 การเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวเพราะทำจากวัตถุดิบท้องถิ่นที่หาบรับประทานได้ยาก	.567
X35 แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่น ในภาคเหนือตอนล่างมีการนำวัตถุดิบมาประกอบอาหารที่มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นที่น่าสนใจ	.564
X16 การคิดว่าอาหารประจำท้องถิ่นของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวมีส่วนในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของท่าน	.545
X24 การได้รับประทานอาหารที่เป็นรสชาติของคนในท้องถิ่นนั้น	.510
X37 ความสนใจเทศกาลอาหารที่มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและประเพณีของท้องถิ่นในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง	.472
X22 การได้ชิมอาหารท้องถิ่นของแหล่งท่องเที่ยวทุกครั้งที่ได้เดินทางท่องเที่ยว	.446
X18 การรับประทานอาหารท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวเพราะมีความสดใหม่ในการประกอบอาหาร	.372
ค่าความแปรปรวนร่วม (Eigenvalues) = 40.255	

จากตารางที่ 3 แสดงค่าน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่ 1 ประกอบด้วย 10 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักอยู่ระหว่าง 0.372 ถึง 0.699 มีค่าความแปรปรวนร่วม 40.255 เมื่อพิจารณาจากตัวแปรชี้วัดสามารถตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า Culinary

ตารางที่ 4 องค์ประกอบที่ 2 การท่องเที่ยวท้องถิ่น (Rural/Urban Tourism)

ตัวแปร		น้ำหนัก องค์ประกอบ
X29	การเดินทางท่องเที่ยวท้องถิ่นเพราะอยากมีส่วนร่วมในการทดลอง สาธิต การทำอาหารท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว	.732
X27	คนในท้องถิ่นให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่เน้นอาหารท้องถิ่นเป็นหลัก	.682
X25	การได้เห็นกรรมวิธีในการรังสรรค์อาหารของคนในท้องถิ่นนั้น	.586
X33	มีการเรียนรู้กระบวนการและเกิดทักษะการทำอาหารท้องถิ่นจากการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นในแต่ละครั้ง	.514
X17	การรับประทานอาหารท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวเพราะความปลอดภัยและถูกสุขอนามัย	.501
X31	มีความชอบเดินทางไปท่องเที่ยวงานเทศกาลอาหารที่ชุมชนท่องเที่ยวจัดขึ้น	.498
X19	การรับประทานอาหารท้องถิ่นเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น	.406
ค่าความแปรปรวนร่วม (Eigenvalues) = 5.038		

จากตารางที่ 4 แสดงค่าน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่ 2 ประกอบด้วย 7 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักอยู่ระหว่าง 0.406 ถึง 0.732 มีค่าความแปรปรวนร่วม 5.038 เมื่อพิจารณาจากตัวแปรชี้วัดสามารถตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า Rural

ตารางที่ 5 องค์ประกอบที่ 3 การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomic/Cuisine Tourism)

ตัวแปร		น้ำหนัก องค์ประกอบ
X32	มีความชื่นชอบในการรับประทานอาหารพื้นถิ่นหรืออาหารท้องถิ่นของการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง	.782
X1	การเดินทางท่องเที่ยวท้องถิ่นเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	.777
X21	กิจกรรมหลัก ๆ ของท้องถิ่น คือ ขายอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว	.734
X11	การสามารถรับประทานอาหารท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวได้ด้วยความสะดวกสบาย	.718
X12	การเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นตามที่ท่านสามารถรับประทานได้	.511
X3	การเดินทางท่องเที่ยวท้องถิ่นเพื่อหลีกเลี่ยงความวุ่นวาย จากการท่องเที่ยวในเมือง	.488
X23	การได้ดื่มเครื่องดื่มที่ทำมาจากวัตถุดิบของท้องถิ่นนั้น	.478
X2	การเดินทางท่องเที่ยวท้องถิ่นเพื่อให้ได้ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ	.452
X13	การที่ท่านเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้เพื่อต้องการทำกิจกรรมการทำอาหารท้องถิ่น	.435
X34	แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นในภาคเหนือตอนล่างมีการนำวัตถุดิบมาประกอบอาหารที่มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นที่น่าสนใจ	.406
ค่าความแปรปรวนร่วม (Eigenvalues) = 3.745		

จากตารางที่ 5 แสดงค่าน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่ 3 ประกอบด้วย 10 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักอยู่ระหว่าง 0.406 ถึง 0.782 มีค่าความแปรปรวนร่วม 3.745 เมื่อพิจารณาจากตัวแปรชี้วัดสามารถตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า Cuisine

ตารางที่ 6 การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่นักท่องเที่ยวสนใจเฉพาะเจาะจง (Gourmet Tourism)

ตัวแปร		น้ำหนัก องค์ประกอบ
X6	การได้รับประทานอาหารท้องถิ่นระหว่างท่องเที่ยว	.710
X7	การได้เห็นการทำอาหารในท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	.650
X9	การเดินทางท่องเที่ยวท้องถิ่นเพราะมีความสะดวกสบายหลายช่องทางการเดินทางท่องเที่ยว	.614
X8	การเดินทางมาท่องเที่ยวท้องถิ่นเพราะชื่อเสียงและอาหารที่มีชื่อเสียงของจังหวัดหรือท้องถิ่นนั้น ๆ	.499

ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ
X15 การรับประทานอาหารของท้องถิ่นเพราะมีความแปลกกว่าอาหารทั่วไป	.491
X4 การเดินทางท่องเที่ยวท้องถิ่นและได้มีส่วนร่วมกิจกรรมอื่น ๆ นอกเหนือจากอาหารท้องถิ่นที่จัดเตรียมไว้	.449
X10 การเดินทางท่องเที่ยวท้องถิ่นเพราะมีความปลอดภัย	.433
X14 การจะรับประทานอาหารเฉพาะเมนูขึ้นชื่อหรือเมนูแนะนำของท้องถิ่นเท่านั้น	.418
ค่าความแปรปรวนรวม (Eigenvalues) = 3.179	

จากตารางที่ 6 แสดงค่าน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่ 4 ประกอบด้วย 8 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักอยู่ระหว่าง 0.418 ถึง 0.710 มีค่าความแปรปรวนรวม 3.179 เมื่อพิจารณาจากตัวแปรชี้วัดสามารถตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า Gourmet

ตารางที่ 7 องค์ประกอบที่ 5 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร (Heritage)

ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ
X5 การได้รับรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยวท้องถิ่น	.732
X38 การเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นจากคำบอกเล่าของเพื่อนหรือคนรู้จัก	.350
X36 มีเรื่องราวและความเป็นมาของอาหารท้องถิ่นทำให้ท่านต้องการที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง	.303
ค่าความแปรปรวนรวม (Eigenvalues) = 3.087	

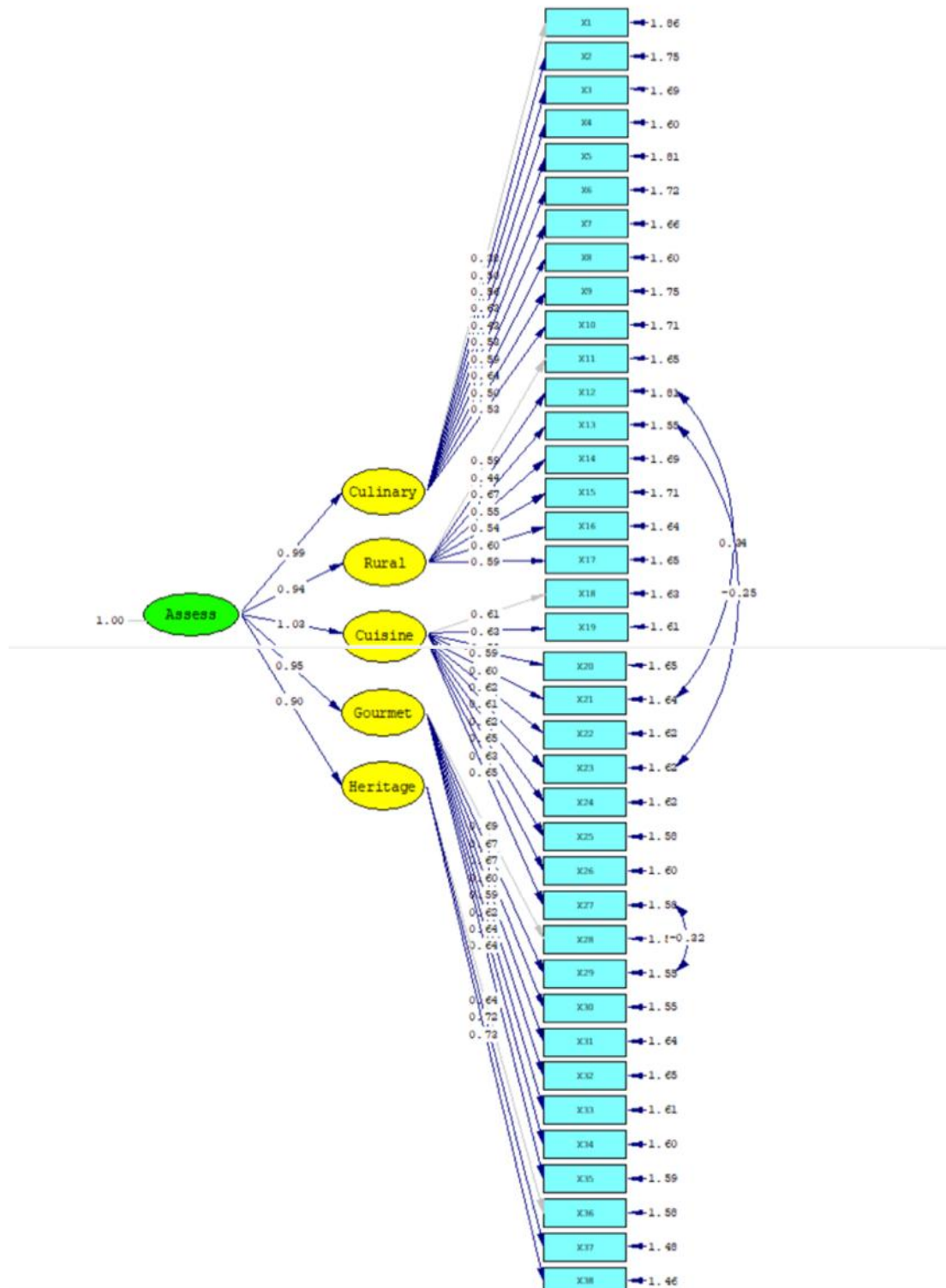
จากตารางที่ 7 แสดงค่าน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่ 5 ประกอบด้วย 3 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักอยู่ระหว่าง 0.303 ถึง 0.732 มีค่าความแปรปรวนรวม 3.087 เมื่อพิจารณาจากตัวแปรชี้วัดสามารถตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า Heritage

ตารางที่ 8 แสดงเกณฑ์สถิติที่ใช้วัดความกลมกลืน (Model Fit)

สถิติที่ใช้วัดความกลมกลืน	เกณฑ์
χ^2/df	น้อยกว่า 3.00
p-value	มากกว่า 0.05
CFI	มากกว่า 0.90
GFI	มากกว่า 0.90
AGFI	มากกว่า 0.90
RMSEA	น้อยกว่า 0.08

ที่มา: Analyzed and concluded by the author, 1 พฤษภาคม 2568

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อทดสอบความสอดคล้องของเครื่องมือวัดที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบองค์ประกอบความสนใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นในเขตพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง



Chi-Square=805.46, df=657, p-value=0.00, RMSEA=0.01

ภาพที่ 2 โมเดลความสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นในเขตพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง

จากการวิเคราะห์ พบว่าโมเดลประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 5 ด้าน รวมทั้งหมด 38 ตัวแปรสังเกต (Observed Variables) ทั้งนี้ ได้นำเสนอโครงสร้างโมเดลความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่น ซึ่งในการทดสอบรอบแรก พบว่าโมเดลยังไม่ผ่านเกณฑ์ความสอดคล้องเชิงสถิติที่กำหนดไว้ จึงได้ดำเนินการปรับปรุงโมเดลจำนวน 2 ครั้ง จนกระทั่งโมเดลที่ปรับปรุงแล้วมีค่าดัชนีความสอดคล้องที่เหมาะสม และผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนด ดังแสดงในภาพที่ 2

ในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ความแตกต่างดังกล่าวมีความสำคัญต่อการสร้างความเที่ยงตรงของโมเดล เนื่องจากต้องยืนยันว่าแต่ละองค์ประกอบวัดคุณลักษณะเฉพาะของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Convergent Validity) และมีความแตกต่างจากองค์ประกอบอื่นอย่างชัดเจน (Discriminant Validity) โดย Convergent Validity สามารถตรวจสอบผ่านค่าการถ่วงน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ที่ควรมีค่า ≥ 0.30 , ค่าขั้นต่ำที่พอใช้ได้ค่า Average Variance Extracted (AVE) ≥ 0.50 และค่า Composite Reliability (CR) ≥ 0.70 ส่วน Discriminant Validity สามารถประเมินโดยใช้เกณฑ์ Fornell-Larcker ซึ่งกำหนดให้รากที่สองของ AVE ของแต่ละองค์ประกอบต้องมีความมากกว่าค่าสหสัมพันธ์กับองค์ประกอบที่ควรมีค่าต่ำกว่า 0.85 เพื่อยืนยันว่า การท่องเที่ยวที่มองอาหารในภาพรวม (Culinary) การท่องเที่ยวแบบชนบท (Rural) การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นการเดินทางถึงจุดหมายปลายทาง (Cuisine) การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gourmet) และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร (Heritage) แม้จะเกี่ยวข้องกันแต่เป็นโครงสร้างเชิงแนวคิดที่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลความสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่น ในเขตพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง ได้ทำการหมุนสองครั้งในการทดสอบ จนได้ผลการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล ได้แก่ ค่าสถิติทดสอบไคสแควร์ (χ^2) เท่ากับ 805.46 ที่องศาอิสระ (df) เท่ากับ 657 ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 1.089 ค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.000 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI) เท่ากับ 0.90 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.98 ดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือ (RMR) เท่ากับ 0.082 ค่ารากของเฉลี่ยกำลังสองของเศษเหลือในรูปคะแนนมาตรฐาน (SRMR) เท่ากับ 0.041 ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (RMSEA) เท่ากับ 0.015 ทั้งนี้โมเดลตามสมมติฐานสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยที่องค์ประกอบ การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นการเดินทางถึงจุดหมายปลายทาง (Cuisine) มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด รองลงมาได้แก่ การท่องเที่ยวที่มองอาหารในภาพรวม (Culinary) ลำดับที่สามได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gourmet) และการท่องเที่ยวแบบชนบท (Rural) และลำดับสุดท้าย การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร (Heritage) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาระดับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง พบว่ามีความสอดคล้องกันในหลายประการ พบว่าองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นการเดินทางถึงจุดหมายปลายทาง "Cuisine" ที่มีน้ำหนักมากที่สุด สอดคล้องกับระดับศักยภาพด้าน "วัตถุดิบอาหาร" และ "ความโดดเด่นของรสชาติท้องถิ่น" ซึ่งเป็นจุดแข็งของพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง ที่มีการอนุรักษ์สูตรดั้งเดิมและใช้วัตถุดิบพื้นบ้านเป็นหลัก นอกจากนี้ องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มองอาหารในภาพรวม "Culinary" และการท่องเที่ยวเชิงอาหาร "Gourmet" ยังสะท้อนถึงกิจกรรมเชิงประสบการณ์ เช่น การเรียนรู้การทำอาหารพื้นเมืองมีกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับชุมชน ซึ่งตรงกับ

ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนและการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ส่วนของการท่องเที่ยวแบบชนบท "Rural" และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร "Heritage" ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่มีน้ำหนักน้อยกว่าด้านอื่น แสดงให้เห็นถึงโอกาสในการพัฒนาศักยภาพด้านวัฒนธรรม วิถีชีวิตและมรดกท้องถิ่น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ ๆ ที่สนใจชุมชนและความดั้งเดิม ซึ่งผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) มีความสอดคล้องกับภาพรวมของศักยภาพพื้นที่ในภาคเหนือตอนล่าง โดยชี้ให้เห็นว่าอาหารท้องถิ่นและกิจกรรมเชิงอาหารสามารถเป็นจุดขายหลักที่ส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในระยะยั่งยืนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อภิปรายผล

ระดับความสนใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นภาคเหนือตอนล่าง

ผลการวิเคราะห์ค่าระดับของตัวแปรต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นภาคเหนือตอนล่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความสนใจ ต่อการเดินทางท่องเที่ยวท้องถิ่นในเขตพื้นที่ภาคเหนือตอนล่างในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ความสนใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นในภาคเหนือตอนล่าง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นจากคำบอกเล่าของเพื่อนหรือคนรู้จัก มีความชอบเดินทางไปท่องเที่ยวงานเทศกาลอาหารที่ชุมชนท่องเที่ยวจัดขึ้น การเดินทางท่องเที่ยวท้องถิ่นเพราะมีความปลอดภัย การเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวเพราะทำจากวัตถุดิบท้องถิ่นที่หารับประทานได้ยาก การรับประทานอาหารท้องถิ่นเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น ความสนใจเทศกาลอาหารที่มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและประเพณีของท้องถิ่นในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (กชกร จุลศิลป์, 2561) ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การจัดการการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าระดับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนส่งผลต่อระดับความสนใจต่อการเดินทางท่องเที่ยวชุมชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากกับการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ รองลงมาเป็นการเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อให้ได้ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อหลีกเลี่ยงความวุ่นวายจากการท่องเที่ยวในเมือง เพื่อได้รับวิถีชีวิตของชุมชนการท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวชุมชน ได้รับประทานอาหารพื้นถิ่นของชุมชนระหว่างท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งข้อค้นพบของผู้วิจัยมีความแตกต่างจากกชกร จุลศิลป์ (2561) ในด้านแรงจูงใจเชิงสังคม ความสนใจในเทศกาลอาหารเชิงวัฒนธรรมและความต้องการประสบการณ์จากวัตถุดิบที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นที่แตกต่างจากที่พบในภาคตะวันออก นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการเดินทางเพื่อพักผ่อนและสัมผัสประสบการณ์ใหม่ ๆ ขณะที่งานวิจัยนี้ พบว่าในภาคเหนือตอนล่าง นักท่องเที่ยวมีความสนใจในแรงจูงใจเชิงสังคม เช่น เทศกาลอาหารเชิงวัฒนธรรมและประสบการณ์จากวัตถุดิบท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ โดยสามารถวิเคราะห์ถึงบริบทเฉพาะของภาคเหนือตอนล่างที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นที่โดดเด่นและแตกต่างในเรื่องรสชาติและวัตถุดิบพื้นบ้านที่ยากจะหาได้ในพื้นที่อื่นมีการอนุรักษ์สูตรดั้งเดิมและวิถีชีวิตวัฒนธรรมเกี่ยวกับอาหาร รวมถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมเชิงประสบการณ์ด้านอาหาร เช่น การเรียนรู้ทำอาหารท้องถิ่น การจัด

เทศกาลอาหาร ซึ่งเหตุผลเหล่านี้เป็นปัจจัยที่ทำให้ความสนใจของนักท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนล่าง มีมิติที่ลึกซึ้งและหลากหลายกว่าภูมิภาคอื่น

องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลความสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นในเขตพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลความสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นในเขตพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง สรุปได้ว่าโมเดลตามสมมติฐานสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือเครื่องมือที่สร้างขึ้นนี้ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ การท่องเที่ยวที่มองอาหารในภาพรวม (Culinary) การท่องเที่ยวแบบชนบท (Rural) การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นการเดินทางถึงจุดหมายปลายทาง (Cuisine) การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gourmet) และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร (Heritage) โดยที่องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นการเดินทางถึงจุดหมายปลายทาง (Cuisine) มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด รองลงมาได้แก่ การท่องเที่ยวที่มองอาหารในภาพรวม (Culinary) ลำดับที่สามได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gourmet) และการท่องเที่ยวแบบชนบท (Rural) และลำดับสุดท้าย การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร (Heritage) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันความสนใจของนักท่องเที่ยวต่อระดับการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นในเขตพื้นที่ภาคเหนือตอนล่างมี 5 องค์ประกอบ 38 ตัวแปรสังเกตได้ เป็นตัวแปรที่สำคัญของความสนใจของนักท่องเที่ยวต่อระดับการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นในเขตพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง พบว่าจากความสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท้องถิ่นในเขตพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง มีความเหมาะสมและสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจได้ทั้งหมด 38 ตัวแปรนั้นมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 5 รูปแบบ คือ องค์ประกอบที่ 1 การท่องเที่ยวที่มองอาหารในภาพรวม (Culinary) องค์ประกอบที่ 2 การท่องเที่ยวแบบชนบท (Rural) องค์ประกอบที่ 3 การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นการเดินทางถึงจุดหมายปลายทาง (Cuisine) องค์ประกอบที่ 4 การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gourmet) และองค์ประกอบที่ 5 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร (Heritage)

องค์ประกอบที่ 1 การท่องเที่ยวที่มองอาหารในภาพรวม (Culinary) เกิดแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นเพื่อรับประทาน การคาดหวังที่จะได้รับประทานอาหารท้องถิ่นจากการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีความชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นในภาคเหนือตอนล่าง การเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวเพราะทำจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นในภาคเหนือตอนล่างมีการนำวัตถุดิบมาประกอบอาหารที่มีความโดดเด่น และมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นที่น่าสนใจ การคิดว่าอาหารประจำท้องถิ่นของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว มีส่วนในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว การได้รับประทานอาหารที่เป็นรสชาติของคนในท้องถิ่นนั้น ความสนใจเทศกาลอาหารที่มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและประเพณีของท้องถิ่นในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง การได้ชิมอาหารท้องถิ่นของแหล่งท่องเที่ยว ทุกครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวและการรับประทานอาหารท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวเพราะมีความสดใหม่ในการประกอบอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา (2561) ศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ศักยภาพและความได้เปรียบของประเทศไทย กล่าวถึงในปัจจุบันการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญ กับอาหาร เนื่องจากเป็นองค์ประกอบหลักของกิจกรรมการท่องเที่ยว แม้งานวิจัยของเบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา (2561) ชี้ให้เห็นว่าอาหารเป็นองค์ประกอบหลักที่มีบทบาทสำคัญ

ในกิจกรรมการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวโดยทั่วไปให้ความสำคัญกับการได้รับประสบการณ์ด้านอาหารระหว่างการเดินทาง แต่ข้อค้นพบจากองค์ประกอบที่ 1 การท่องเที่ยวที่มองอาหารในภาพรวม "Culinary" ในการศึกษาที่มีความแตกต่างในเชิงลึกในเรื่องของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารในภาคเหนือตอนล่าง มีความเฉพาะเจาะจงมากขึ้น โดยไม่ได้เพียงให้ความสำคัญกับ “การรับประทานอาหาร” เท่านั้น แต่ยังรวมถึงการคาดหวังรสชาติแบบท้องถิ่นและการเข้าถึงวัตถุดิบเฉพาะถิ่น ซึ่งมีเอกลักษณ์แตกต่างจากพื้นที่อื่น ทั้งนี้งานวิจัยนี้เน้นย้ำว่า "เทศกาลอาหารท้องถิ่นที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมและประเพณี" เป็นปัจจัยที่กระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยว ด้านมิติทางวัฒนธรรม ซึ่งผู้วิจัยได้ขยายขอบเขตจากแนวคิดทั่วไปที่มองการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นเพียงองค์ประกอบหนึ่งของการท่องเที่ยวไปสู่การมองอาหารท้องถิ่นในฐานะปัจจัยหลักที่มีความสามารถในการกำหนดแรงจูงใจ ค่านิยม และการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวได้อย่างลึกซึ้งและเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ท้องถิ่น

องค์ประกอบที่ 2 การท่องเที่ยวแบบชนบท “Rural” นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นเพราะต้องการมีส่วนร่วมในการทดลองสาธิต คนในท้องถิ่นให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่เน้นอาหารท้องถิ่นเป็นหลักการได้เห็นกรรมวิธีในการรังสรรค์อาหารของคนในท้องถิ่นนั้น มีการเรียนรู้กระบวนการและเกิดทักษะการทำอาหารท้องถิ่นจากการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นในแต่ละครั้ง การรับประทานอาหารท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวเพราะความปลอดภัยและถูกสุขอนามัย มีความชอบเดินทางไปท่องเที่ยวงานเทศกาลอาหารที่ชุมชนท่องเที่ยวจัดขึ้นและการรับประทานอาหารท้องถิ่นเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นสอดคล้องกับ Hall et al. (2003) ที่แบ่งการท่องเที่ยวแบบชนบท (Rural Tourism) เป็นความสนใจระดับต่ำ โดยนักท่องเที่ยวมีความสนใจเยี่ยมชมตลาดท้องถิ่น งานเทศกาล ร้านอาหาร ภัตตาคาร หรือสถานที่ชม ชิมไวน์ ด้วยเหตุผลจากความแตกต่างบางประการของสถานที่คือการท่องเที่ยวรูปแบบ Rural/Urban Tourism และงานวิจัยของเบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา (2561) ที่ศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอาหารศักยภาพและความได้เปรียบของประเทศไทยได้แบ่งระดับความสนใจของการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบชนบทหรือในเมือง (Rural/ Urban Tourism) เป็นความสนใจในระดับต่ำสุด คือไม่ได้สนใจการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือการท่องเที่ยวในชุมชนหรือในเมือง โดยมีการรับประทานอาหารควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเหมือนกับนักท่องเที่ยวปกติทั่วไปที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวและรับประทานอาหารเครื่องดื่มในมืออาหารนั้น ๆ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของอภิไทย แก้วจรัส ขวลิย์ ณ ถลาง และเสรี วงษ์มณฑา (2566) โดยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสนใจในการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือค่อนข้างสูงและปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภค ได้แก่ รูปลักษณ์และความสวยงามของอาหาร นอกจากนั้นยังสะท้อนถึงความต้องการในการเข้าถึงวัฒนธรรมอาหารผ่านการสัมผัสจริงและประสบการณ์ตรงกับชุมชนท้องถิ่น จากข้อมูลดังกล่าวสามารถชี้ให้เห็นว่าความเป็นท้องถิ่นนั้นเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ผลักดันพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยเฉพาะในพื้นที่ชนบทที่มีการอนุรักษ์ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมอาหารพื้นถิ่นไว้อย่างเข้มแข็ง

องค์ประกอบที่ 3 การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นการเดินทางถึงจุดหมายปลายทาง “Cuisine” นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความชื่นชอบในการรับประทานอาหารพื้นถิ่นหรืออาหารท้องถิ่นของการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง การเดินทางท่องเที่ยวท้องถิ่นเพื่อพักผ่อนหย่อนใจมีกิจกรรมหลัก ๆ ของท้องถิ่น คือ

ขายอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว การสามารถรับประทานอาหารท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวได้ด้วยความสะดวกสบาย การเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นตามที่ท่านสามารถรับประทานได้ การเดินทางท่องเที่ยวท้องถิ่นเพื่อหลีกเลี่ยงความวุ่นวายจากการท่องเที่ยวในเมือง การได้ดื่มเครื่องดื่มที่ทำมาจากวัตถุดิบของท้องถิ่นนั้น การเดินทางท่องเที่ยวท้องถิ่นเพื่อให้ได้ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ การที่นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้เพื่อต้องการทำกิจกรรมการทำอาหารท้องถิ่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นในภาคเหนือตอนล่างมีการนำวัตถุดิบมาประกอบอาหารที่มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นที่น่าสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับ Hall et al. (2003) ที่แบ่งการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นการเดินทางถึงจุดหมายปลายทาง (Cuisine Tourism) หรือ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) ไว้เป็นความสนใจระดับสูง โดยนักท่องเที่ยวมีความสนใจในการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวด้วยแรงกระตุ้นทางตรงเพื่อเยี่ยมชมหรือใช้บริการร้านอาหาร ภัตตาคารแบบเฉพาะเจาะจงตลาดหรือสถานที่สำหรับชม ชิมไวน์ โดยกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยวทั้งหมดจะมีความเกี่ยวข้องกับเรื่องของอาหาร

องค์ประกอบที่ 4 การท่องเที่ยวเชิงอาหาร “Gourmet” การได้รับประทานอาหารท้องถิ่นระหว่างท่องเที่ยว การได้เห็นการทำอาหารในท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว การเดินทางท่องเที่ยวท้องถิ่นเพราะมีความสะดวกสบายหลายช่องทางในการเดินทางท่องเที่ยว การเดินทางมาท่องเที่ยวท้องถิ่นเพราะชื่อเสียงและอาหารที่มีชื่อเสียงของจังหวัดหรือท้องถิ่นนั้น ๆ การรับประทานอาหารของท้องถิ่นเพราะมีความแปลกกว่าอาหารทั่วไป การเดินทางท่องเที่ยวท้องถิ่นและได้มีส่วนร่วมกิจกรรมอื่น ๆ นอกเหนือจากอาหารท้องถิ่นที่จัดเตรียมไว้ การเดินทางท่องเที่ยวท้องถิ่นเพราะมีความปลอดภัยและการจะรับประทานเฉพาะเมนูขึ้นชื่อหรือเมนูแนะนำของท้องถิ่นเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเบญจมาภรณ์ ชำนาญญา (2561) จากการศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอาหารศักยภาพและความได้เปรียบของประเทศไทย พบว่า ผู้วิจัยได้แบ่งระดับความสนใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารออกเป็นลำดับตามรูปแบบของกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมากที่สุดแตกต่างกัน โดยเน้นว่า “การท่องเที่ยวเชิงอาหาร” มีหลายระดับ ตั้งแต่การรับประทานเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวไปจนถึงการเดินทางที่มีเป้าหมายหลักเพื่อสัมผัสประสบการณ์ด้านอาหารโดยเฉพาะซึ่งสะท้อนถึงบทบาทของอาหารในการกำหนดแรงจูงใจและพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจนเฉพาะเจาะจง (Gourmet Tourism) เป็นความสนใจในระดับสูงหรือเป็นการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างแท้จริงซึ่งเป็นแรงจูงใจ ในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทางหลักเพื่อรับประทานและเครื่องดื่มในท้องถิ่นนั้น ๆ ทุกกิจกรรมการท่องเที่ยวล้วนมีอาหารเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น การไปท่องเที่ยวเทศกาลอาหารในพื้นที่นั้น ๆ การไปฝึกทำอาหารในพื้นที่ท่องเที่ยว การเข้าไปท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อรับประทานอาหารพื้นเมือง ซึ่งต่างจาก Hall et al. (2003) ที่รวมการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบ เฉพาะเจาะจง (Gourmet Tourism) ไว้ในความสนใจระดับสูงเช่นเดียวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomic Tourism/Cuisine Tourism) ซึ่งกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยวทั้งหมดหรือเกือบทั้งหมดจะมีความเกี่ยวข้องกับเรื่องของอาหารและ Maslow (1943) อ้างในวารสาร “Psychological Review” อธิบายถึงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gourmet) ว่าเป็นการที่นักชิมอาจบรรยายถึงระดับขั้นของร้านอาหารหรือส่วนผสมของอาหารที่มีคุณภาพสูง เป็นการนำเสนอพิเศษหรือมีความซับซ้อนสูง เช่น ในสหรัฐอเมริกา

และยังสอดคล้องกับวรรณภา อุดมผล (2565) ศึกษาเรื่องการศึกษาาระดับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก พบว่าองค์ประกอบมีทั้งหมด 4 องค์ประกอบ ได้แก่ การท่องเที่ยวที่มองอาหารในภาพรวม (Culinary Tourism) การท่องเที่ยวแบบชนบท (Rural Tourism) การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นการเดินทางถึงจุดหมายปลายทาง (Cuisine Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gourmet) ข้อค้นพบของผู้วิจัยในองค์ประกอบ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gourmet) มีความแตกต่างจากงานของวรรณภา อุดมผล (2565) ในแง่ของความลึกเชิงประสบการณ์ ปัจจัยร่วมเกี่ยวกับการเดินทางและการเชื่อมโยงกิจกรรมอื่นกับอาหาร ซึ่งช่วยขยายความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่สนใจอาหารไม่เพียงแคในแง่รสชาติ แต่รวมถึงเรื่องราวความน่าสนใจเฉพาะถิ่น และภาพลักษณ์ของพื้นที่ด้วย

องค์ประกอบที่ 5 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร “Heritage” การได้รับรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยวท้องถิ่น การเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นจากคำบอกเล่าของเพื่อนหรือคนรู้จักและมีเรื่องราวและความเป็นมาของอาหารท้องถิ่น ทำให้นักท่องเที่ยวต้องการที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hall et al. (2003) กล่าวถึง วัฒนธรรมอาหารเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยว (Food Culture) หรือวัฒนธรรมอาหารเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยว เนื่องจากอาหารไม่ได้เป็นเพียงปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิต แต่ยังสะท้อนถึงวิถีชีวิต ประเพณี และอัตลักษณ์ของท้องถิ่น นักท่องเที่ยวจำนวนมากเลือกจุดหมายปลายทางจากความต้องการลิ้มลองอาหารท้องถิ่นที่มีความเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งตรงกับแนวคิด “Gastronomic Tourism” หรือการท่องเที่ยวเชิงอาหารและพื้นที่ภาคเหนือตอนล่างของไทย เช่น พิชญ์โลก สุโขทัย กำแพงเพชร และอุตรดิตถ์ มีเอกลักษณ์ด้านอาหารที่โดดเด่น เช่น ก๋วยเตี๋ยวห้อยขา ข้าวเปิ๊บสุโขทัย และแกงนพเก้า ซึ่งสะท้อนถึงวัฒนธรรมการกินที่ได้รับอิทธิพลจากกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ นักท่องเที่ยวที่สนใจวัฒนธรรมอาหารมักจะเดินทางมายังพื้นที่เหล่านี้เพื่อสัมผัสรสชาติแท้ ๆ และเรียนรู้เรื่องราวของอาหารในเชิงลึก

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้งาน

สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเครื่องมือในการวัดระดับความสนใจหรือจัดหมวดหมู่การท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นของกลุ่มภาคเหนือตอนล่างต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นได้

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของท้องถิ่นท่องเที่ยวในเขตพื้นที่อื่น ๆ เพื่อครอบคลุมเนื้อหาในการศึกษาและสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเครื่องมือในการวัดระดับความสนใจหรือจัดหมวดหมู่ต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวเกี่ยวกับตัวแปรอื่น เช่น ความร่วมมือของท้องถิ่น ความพร้อมของชาวบ้านในการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของท้องถิ่นให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

ผลงานวิจัยนี้ได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน ดร.ชญานิศา วงษ์พันธุ์ ได้ช่วยกรุณาเป็นที่ปรึกษางานวิจัยและทางด้านสถิติ รวมถึงขอขอบพระคุณคณะผู้ทรงคุณวุฒิในการพิจารณาตรวจสอบเครื่องมือวิจัย และผลงานวิจัยนี้ได้ผ่านการตรวจสอบด้านจริยธรรมวิจัยในมนุษย์ เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2568 COA. No. SPUIRB-2025-0004 Sripatum University, Thailand.

เอกสารอ้างอิง

- กชกร จุลศิลป์. (2561). กลยุทธ์การจัดการการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). สถิติของจังหวัดที่มีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติสูงสุดในแต่ละภาคปี 2565. สืบค้น 9 สิงหาคม 2568, จาก https://www.thailand.go.th/issue-focus-detail/001_02_026?hl=th.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2561). รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กัลยา สว่างคง. (2558). การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในจังหวัดสระบุรี. วารสารสุทธิปริทัศน์, 29(89), 179–194.
- เบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา. (2561). การท่องเที่ยวเชิงอาหาร: ศักยภาพและความได้เปรียบของประเทศไทย. วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย, 24(1), 103-116.
- พิมพ์ระวี ไรจน์รุ่งสัจย์. (2554). บทบาทของอาหารในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยว. วารสารการท่องเที่ยวไทยและนานาชาติ, 7(2), 45-60.
- วรรณภา อุดมผล. (2565). การศึกษาระดับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก (รายงานผลการวิจัย). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2561). การท่องเที่ยวโดยชุมชน. กรุงเทพฯ: บริษัท โคคุน แอนด์โค.
- อภิไทย แก้วจรัส, ขวลิย์ ณ ถลาง และเสรี วงษ์มณฑา. (2566). พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออาหารท้องถิ่นภาคเหนือของจังหวัดเชียงใหม่. วารสารวิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์, 4(3), 1–15.
- Cohen, E. (1979). A phenomenology of tourist experiences. *Sociology*, 13(2), 179–201.
- Cronbach, L. J. (1974). *Essentials of psychological testing* (3rd ed). New York: Harper & Row.
- 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(3), 206-234.

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., and Anderson, R. E. (2010). **Multivariate data analysis** (7th ed.). New York: Pearson Education.
- Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell R., Macionis N. and Cambourne B. (2003). **Food tourism around the world: Development, management and markets Book**. Oxford: Butterworth- Heinemann.
- Hjalager, A. M., and Richards, G. (Eds.). (2002). **Tourism and gastronomy** (Vol. 11). London: Routledge.
- Long, L. M. (1998). Culinary tourism: A folkloristic perspective on eating and otherness. **Southern Folklore**, 55(3), 181-204.
- McKercher, B., and du Cros, H. (2002). **Cultural tourism: The partnership between tourism and cultural heritage management**. London: Routledge.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. **Psychological Review**, 50(4), 370–396.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2009). **The impact of culture on tourism**. Paris: OECD Publishing.
- Pine, B. J. and Gilmore, J. H. (1999). **The experience economy: Work is theatre & every business a stage**. Boston: Harvard Business Press.
- Richards, G. (2012). **Food and the tourism experience: The OECD-Korea workshop**. OECD Publishing.
- UNESCO. (2019). **Tucson: UNESCO Creative City of Gastronomy Monitoring Report 2015–2019**. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- World Food Travel Association (WFTA). (2020). **The economic impact of food tourism**. Retrieved 1 January 2025, from <https://www.worldfoodtravel.org/news-the-economic-impact-of-food-tourism>.

ประวัติแนบท้ายบทความ



Name and Surname: Mrs.Tuaenjai Srichada
Highest Education: Master of Business Administration
University: Sripatum University
Field of Expertise: Airline Business
Address: 2410/2 Phahonyothin Rd, Khwaeng Sena Nikhom, Khet Chatuchak, Bangkok 10900