

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว เชิงอาหารพื้นถิ่น จังหวัดภูเก็ต*

Confirmatory Factor Analysis of Phuket's Local Food Destination Image

¹ณนนต์ แดงสังวาลย์, ประสพชัย พสุนนท์ และ ²เกตุวดี สมบูรณ์ทวี

¹Nanoln Dangsungwal, Prasopchai Pasunon and ²Kedwadee Somboontawee

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

²คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



¹Faculty of Management Science, Silpakorn University, Phetchaburi, Thailand.

²Thammasat Business School, Thammasat University, Bangkok, Thailand.

¹Corresponding Author's Email: nanoln.d@rmutp.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นจังหวัดภูเก็ต โดยระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 370 คน จากจำนวนพารามิเตอร์ที่ต้องประมาณค่าในสัดส่วน 1 ต่อ 10 ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ได้รับการตอบกลับ จำนวน 643 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจและการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า โมเดลการวัดภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นจังหวัดภูเก็ตสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนดังนี้ ค่า $\chi^2 = 439.305$, ค่า P-value = 0.63, ค่า $\chi^2/df = 0.98$, ค่า GFI = 0.97, ค่า AGFI = 0.96, ค่า RMR = 0.02, ค่า RMSEA = 0.00, ค่า CFI = 1.000 และ NFI = 0.98 องค์ประกอบภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นจังหวัดภูเก็ต ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ความดั้งเดิมของอาหารและวิถีของคนในชุมชน (.951) คุณค่าแห่งการเรียนรู้ด้วยการบริการที่เป็นเลิศ (.909) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น (.899) คุณภาพและความปลอดภัยของอาหารพื้นถิ่น (.826) และสถานที่และสภาพแวดล้อม (.799)

คำสำคัญ: การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน; ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว; อาหารพื้นถิ่น; ภูเก็ต

Abstract

The purpose of this research was to analyze the confirmatory factors of Phuket's Local Food Destination Image by quantitative research. Samples group were 370 Thai tourists who

*Received November 22, 2021; Revised January 21, 2022; Accepted January 31, 2022

had an experience with local food tourism in Phuket. The sample size was decided from estimating the observed variables in the ration 1 to 10. Random sampling used purposive sampling method, total final responded 643 people. Data were collected by Exploratory Factor Analysis Confirmatory Factor Analysis.

The result from the Confirmatory Factor Analysis showed the Phuket's Local Food Destination Image model fit with the empirical data ($\chi^2 = 439.305$, P-value = 0.63, $\chi^2/df = 0.98$, GFI = 0.97, AGFI = 0.96, RMR = 0.02, RMSEA = 0.00, CFI = 1.000 and NFI = 0.98). Phuket's Local Food Destination Image model consists of five dimensions, included authenticity of local food and community: ALC (.951), learning value by service excellence: LVS (.909), local food tourism activities: LTA (.899), quality & food safety: QFS (.826) and place and environment: PE (.799).

Keywords: Confirmatory Factor Analysis; Destination Image; Local Food; Phuket

บทนำ

ในปี 2562 ประเทศไทยมีรายได้จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจำนวน 1.90 ล้านล้านบาท (Ministry of Tourism and Sports, 2019) จากโอกาสดังกล่าว รัฐบาลจึงมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจจากนักท่องเที่ยวโดยได้บรรจุอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560 - พ.ศ. 2564 ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อปรับโครงสร้างและมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มุ่งเน้นพัฒนาจังหวัดและภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศด้วยการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการและการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพบนพื้นฐานความได้เปรียบของแต่ละท้องถิ่นทั้งในด้านวัตถุดิบ รสชาติ และวัฒนธรรมของการปรุงอาหารของคนไทย (Office of the Nation Economic and Social Development Council, 2018) อย่างไรก็ตามการระบาดของโรค COVID-19 ทำให้สถานการณ์การท่องเที่ยวไทย ปี 2563 ที่ผ่านมา มีจำนวนนักท่องเที่ยวลดลง ร้อยละ 81.38 (Economics Tourism and Sports Division, 2020) และจากการประเมินพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวหลังวิกฤต COVID-19 ของ United Nations World Tourism Organization (2019) ได้ระบุถึงนักท่องเที่ยวจะมีความต้องการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวที่มีคนน้อย ปลอดภัย และให้ความสำคัญกับการเรียนรู้และอนุรักษ์ความดั้งเดิมของพื้นที่ การเปลี่ยนแปลงข้างต้นมีความสอดคล้องกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ความแท้จริงของวัฒนธรรมและวิถีชีวิต (Urry, 2002) ทำให้ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยสนใจนำจุดเด่นของอาหารพื้นถิ่นมาเป็นเครื่องมือในการตอบสนองความต้องการและสร้างเป็นภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดเป็นภาพที่เกิดขึ้นในใจทั้งด้านความรู้ ความเชื่อ ความเข้าใจ และอารมณ์แก่นักท่องเที่ยวที่ดี ดังผลการศึกษาของ Lai, Khoo-Lattimore, and Wang (2019) ที่ระบุว่าอาหารพื้นถิ่นของไทยถือเป็นสิ่งแปลกใหม่ที่สร้างการ



จดจำด้านเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเกี่ยวข้องกับรสชาติและความเผ็ดร้อนแก่นักท่องเที่ยว

สำหรับภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นในประเทศไทย ภูเก็ตถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นจากการเชื่อมโยงความเป็นพหุวัฒนธรรมทางสังคม ประเพณี ความเชื่อ และการถ่ายทอดตำรับอาหารจากบรรพบุรุษของแต่ละพื้นถิ่น (Chaiyasain, 2020) ควบคู่กับสถาปัตยกรรมเมืองอย่างชัดเจนจนได้รับรองให้เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ด้านวิทยาการอาหาร (City of Gastronomy) โดยองค์การเพื่อการศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติหรือยูเนสโก เมื่อ พ.ศ. 2558 (Phuket City Municipality, 2016) ซึ่งการรับรองนี้ส่งผลให้ภูเก็ตมีบทบาทด้านภาพลักษณ์การเป็นครัวโลก ทำให้นักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศเลือกเป็นจุดหมายปลายทางในการเดินทาง ในขณะเดียวกันเพื่อรักษาความเป็นสมาชิกเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ ภูเก็ตยังมีความจำเป็นต้องแก้ไขและเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะปัญหาการยกระดับอาหารพื้นถิ่นที่ยังขาดองค์ความรู้เชิงวิชาการ (Phuket Rajabhat University, 2021) รวมถึงปัญหาการสร้างเอกลักษณ์ให้แก่จุดหมายปลายทางของภูเก็ตที่นำไปสู่การสร้างกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวด้วยการศึกษาคูณลักษณะของจุดหมายปลายทางที่เกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น (Soonsan, and Somkai, 2021)

จากการสังเคราะห์งานวิจัยที่ผ่านมา Manhas, Manrai, and Manrai (2016) ได้อธิบายถึงบทบาทภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว 3 มิติ คือ 1) บทบาทต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ วางแผนใช้จ่ายและความเต็มใจไปเยือนแหล่งท่องเที่ยว 2) บทบาทต่อการรับรู้ความเพลิดเพลินระหว่างท่องเที่ยว และ 3) บทบาทต่อการประเมินคุณภาพโดยรวมของสถานที่ท่องเที่ยวที่นำไปสู่การบอกต่อและความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาช่องว่างของปัญหาภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับอาหารพื้นถิ่นในบริบทต่างประเทศที่ผ่านมา พบว่า Mgonja et al. (2016) ได้แสดงประเด็นปัญหาการรับรู้อาหารพื้นถิ่นที่ส่งผลต่อการจดจำภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวในประเทศที่กำลังพัฒนาว่ามีการศึกษาจำนวนน้อยจึงทำให้นักท่องเที่ยวขาดการรับรู้ข้อมูลที่หลากหลาย และยังขาดการจัดทำนโยบายเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและอาหารพื้นถิ่นที่ชัดเจน สอดคล้องกับ Lai, wang, and Khoo-Lattimore (2020) ซึ่งชี้ให้เห็นถึงการขาดการทำความเข้าใจองค์ประกอบที่กำหนดภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นบนพื้นฐานความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ชัดเจน

จากความสำคัญของปัญหาดังที่กล่าวมา จึงนำไปสู่คำถามการวิจัยที่ว่า ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นของภูเก็ตซึ่งเป็นต้นแบบเมืองสร้างสรรค์ด้านวิทยาการอาหารของประเทศไทยมีองค์ประกอบใดบ้าง และเมื่อทดสอบใช้กับนักท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นความสอดคล้องเชิงสาเหตุเป็นอย่างไร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคุณนิพนธ์เรื่องรูปแบบการสร้างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นของประเทศไทย โดยผลที่ได้จากการศึกษาจะก่อให้เกิดองค์ความรู้เชิงทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นของภูเก็ตอันนำไปสู่การพัฒนาเป็นรูปแบบการสร้างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นที่เหมาะสมกับภูมิภาคอื่น ๆ ของประเทศไทยต่อไป อีกทั้งยังใช้เป็นแนวทางการพัฒนาภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการส่งเสริมวัฒนธรรมและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้ยั่งยืน



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันคุณภาพลักษณะแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นจังหวัดภูเก็ต

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันคุณภาพลักษณะแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นของภูเก็ตครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประกอบด้วย 7 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาด้านเนื้อหาเอกสารแนวคิดทฤษฎี โดยทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเกิดภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น ได้แก่ ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงอาหาร อาหารพื้นถิ่น และพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยว จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมไปจัดทำเป็นข้อสรุปเพื่อสร้างรายการ (Item Generation) ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น

ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาในภาคสนาม ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นจังหวัดภูเก็ต และวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) และนำข้อมูลไปทดสอบคุณสมบัติการวัดด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) และตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของแบบจำลอง

ขั้นตอนที่ 3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยว โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยการประมาณค่าจากตัวแปรสังเกตในสัดส่วน 1 ต่อ 10 ของ Kline (2011) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 370 คน และใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดเกณฑ์กลุ่มตัวอย่างต้องเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นในจังหวัดภูเก็ต

ขั้นตอนที่ 4 เครื่องมือและวิธีการที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 7 ระดับ (Choe, and Kim, 2018) โดยนำแบบสอบถามที่จัดทำขึ้นไปดำเนินการ ดังนี้ 1) การทดสอบค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity Index: CVI) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 7 คน พบว่า แบบสอบถามมีค่าดัชนีความเที่ยงตรงของเนื้อหาตามข้อ (I-CVI) ตั้งแต่ 0.877 - 1.00 และมีค่าเฉลี่ยรวมทุกองค์ประกอบ (S-CVI/Ave) เท่ากับ 0.96 (ค่าดัชนีความเที่ยงตรงของเนื้อหาไม่น้อยกว่า 0.78 และค่าเฉลี่ยรวมทุกองค์ประกอบต้องมากกว่า 0.80 (Polit, and Beck, 2006) 2) การทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน พบค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's alpha coefficient: α) เท่ากับ 0.976

ขั้นตอนที่ 5 การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบไปเก็บข้อมูลทั้งในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและผ่านระบบออนไลน์กับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นในจังหวัดภูเก็ต โดยกำหนดระยะเวลาในการเก็บข้อมูลเป็นเวลาทั้งสิ้น 30 วัน ทั้งนี้ได้รับการตอบกลับจำนวน 680 ชุด และเป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งสิ้น จำนวน 643 ชุด ซึ่งมากกว่าจำนวนพารามิเตอร์ที่ใช้ประมาณค่าในการวิเคราะห์ 17.38 เท่าของพารามิเตอร์ที่ใช้ประมาณค่าที่ใช้ศึกษา

ขั้นตอนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลที่ได้ไปทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ การทดสอบ และการตรวจสอบคุณสมบัติการวัดด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของแบบจำลองภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น ตามเกณฑ์ของ Bentler and Bonett (1980); Schumacker and Lomax (2004)

ขั้นตอนที่ 7 สรุปผลการศึกษาวิจัยและนำเสนอผลการศึกษาวิจัย

ผลการวิจัย

ผลจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นจังหวัดภูเก็ต แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ จากการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นก่อนการการสกัดองค์ประกอบ พบว่า ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอยู่ในระดับสูง ($r = 0.951- 0.981$) ค่าความเหมาะสมของข้อมูล (Kaiser-Meyer-Olkin; KMO) เท่ากับ 0.973 และค่าสถิติทดสอบของบาร์ทเล็ต (Bartlett's Test) มีการแจกแจงโดยประมาณแบบ Chi-Square =23850.908 ($p < 0.01$) และเมื่อหาค่าความร่วมกัน (Extraction Communalities) พบว่า มีค่าระหว่าง 0.522 - 0.831 ซึ่งมากกว่า 0.30 (Churchill, 1979) กล่าวได้ว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสูงและมีความเหมาะสมในการวิเคราะห์องค์ประกอบ และจากการสกัดประกอบเชิงสำรวจด้วยวิธีการหมุนแกนแบบตั้งฉาก (Orthogonal) ด้วยวิธีวาริแมกซ์ (Varimax) โดยกำหนดองค์ประกอบต้องมีค่าไอเกน (Eigenvalues) มากกว่า 1 และน้ำหนักองค์ประกอบแต่ละตัวบ่งชี้ไม่ต่ำกว่า 0.4 (Hair, Anderson, Babin, and Black, 2010) การศึกษานี้แสดงให้เห็นว่า ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ 37 ตัวบ่งชี้ ซึ่งสามารถอธิบายบทบาทภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น ได้ร้อยละ 72.87 แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นจังหวัดภูเก็ต

องค์ประกอบ / ตัวบ่งชี้	Mean	Factor loading	Variance (%)	Cronbach's α
คุณค่าแห่งการเรียนรู้ด้วยการบริการที่เป็นเลิศ (LVS)			19.52	0.96
X34 เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดความรู้ใหม่	5.97	.802		
X33 ทำให้อยากรู้ข้อมูลอาหารพื้นถิ่นมากขึ้น	5.92	.790		
X35 การรับประทานอาหารพื้นถิ่นก่อให้เกิดการเรียนรู้สิ่งใหม่	5.96	.787		
X37 การเรียนรู้วัฒนธรรมการบริโภคของคนในท้องถิ่น	5.97	.773		
X36 หลังจากท่องเที่ยวมีความรู้เกี่ยวกับอาหารพื้นถิ่นเพิ่มขึ้น	5.94	.761		
X28 การนำเสนอเรื่องเล่าความดั้งเดิมของอาหารพื้นถิ่น	5.82	.647		
X29 มีการให้บริการด้วยความเป็นมิตร	5.93	.633		
X30 ผู้ให้บริการมีทักษะการบริการอย่างมืออาชีพ	5.89	.629		
X31 เครื่องหมายรับรองคุณภาพอาหารพื้นถิ่น	5.94	.612		
X27 การบริการมีความแตกต่างไม่เหมือนใคร	5.75	.610		
X32 การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นก่อให้เกิดความเพลิดเพลิน	6.14	.500		
ความดั้งเดิมของอาหารและวิถีของคนในชุมชน (ALC)			17.33	0.95
X10 อาหารพื้นถิ่นสะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนในอดีต	6.02	.722		

X11 อาหารพื้นถิ่นสะท้อนการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น	6.02	.719
X13 รสชาติของอาหารและเครื่องปรุงที่ดั้งเดิม	5.99	.700
X15 ทำให้รับรู้ถึงภูมิปัญญาการสร้างสรรคอาหารของคนในชุมชน	6.04	.689
X12 วัตถุดิบที่ใช้ปรุงอาหารมีความดั้งเดิม	5.96	.679
X14 มีวิธีการรับประทานอาหารที่ดั้งเดิม	5.90	.670
X7 การสื่อสารเรื่องราวอาหารพื้นถิ่นโดยผู้ปรุง	5.85	.650
X6 อาหารพื้นถิ่นทำให้รับรู้ถึงวัฒนธรรม ประเพณี และความเชื่อของคนในชุมชน	5.95	.644
X9 แสดงถึงความร่วมมือของคนในชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	5.83	.544
X8 การให้บริการด้วยคนในท้องถิ่น	5.95	.515

ตารางที่ 1 (ต่อ) ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น จังหวัดภูเก็ต

องค์ประกอบ / ตัวบ่งชี้	Mean	Factor loading	Variance (%)	Cronbach's α
กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น (LTA)			13.23	0.94
X23 เส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม ประเพณี และความเชื่อ	5.83	.753		
X24 งานเทศกาลอาหารพื้นถิ่นประจำปี	5.96	.739		
X25 ตลาดสินค้าเกษตรและของฝากอาหารพื้นถิ่น	5.86	.716		
X22 การเรียนรู้แหล่งผลิตวัตถุดิบในท้องถิ่น	5.75	.669		
X26 แหล่งให้บริการอาหารพื้นถิ่นริมทาง	5.89	.659		
X21 การเรียนรู้การปรุงอาหารพื้นถิ่น	5.74	.653		
คุณภาพและความปลอดภัยของอาหารพื้นถิ่น (QFS)			12.20	0.92
X19 อาหารพื้นถิ่นเป็นอาหารที่ปรุงจากผักปลอดสารพิษ	5.60	.751		
X18 อาหารพื้นถิ่นเป็นอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการที่ดี	5.92	.740		
X17 อาหารพื้นถิ่นเป็นอาหารสะอาด ถูกสุขอนามัย	5.96	.738		
X16 อาหารพื้นถิ่นปรุงจากวัตถุดิบคุณภาพ สด ใหม่	6.03	.712		
X20 อาหารพื้นถิ่นเป็นอาหารที่ทำให้มีสุขภาพที่ดี มีสรรพคุณทางยาพื้นบ้าน	5.77	.700		
สถานที่และสภาพแวดล้อม (PE)			10.59	0.85
X2 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยวมีปริมาณเพียงพอ	5.73	.767		
X4 ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสอดคล้องกับตัวตนของนักท่องเที่ยว	5.77	.740		
X3 การเดินทางภายในแหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	5.72	.710		
X1 สภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน	5.93	.624		
X5 แหล่งท่องเที่ยวช่วยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชน	5.76	.602		

2. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน แสดงให้เห็นว่า โมเดลการวัดภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นจังหวัดภูเก็ต ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ 37 ตัวบ่งชี้ มีความสัมพันธ์สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีบ่งชี้ความสอดคล้องกลมกลืนขององค์ประกอบ ได้แก่ $\chi^2 = 439.305$, $df = 450$, $P\text{-value} = 0.63$, $\chi^2/df = 0.98$, $GFI = 0.97$, $AGFI = 0.96$, $RMR = 0.02$, $RMSEA = 0.00$, $CFI = 1.000$ และ $NFI = 0.98$ เมื่อพิจารณาตัวบ่งชี้ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นจากแบบจำลอง 37 ตัวบ่งชี้



พบว่า มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานระหว่าง 0.652 ถึง 0.869 มีค่าความแปรปรวนร่วมของตัวแปรสังเกตได้ (t-value of factor loading) พบว่า ตัวบ่งชี้ทุกตัวมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ($p < 0.01$) และมีค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝง (construct reliability) ทุกตัวมีค่าระหว่าง 0.84 - 0.95 ซึ่งมากกว่า 0.6 (Hair, Anderson, Babin, and Black, 2010) ในขณะที่ค่าค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (average variances extracted) ที่อธิบายความแปรปรวนของตัวแปรสังเกตได้ของตัวบ่งชี้ ทั้ง 5 ด้าน พบว่าทุกตัวมีค่าระหว่าง 0.52 - 0.74 ซึ่งมีค่าเกินกว่า 0.4 แสดงดังตารางที่ 2 และเมื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ขององค์ประกอบรายคู่ที่แสดงถึงค่าความตรงเชิงจำแนก (discriminant validity) ขององค์ประกอบ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์รายคู่ขององค์ประกอบทั้งหมดอยู่ระหว่าง 0.72 - 0.85 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 0.85 (Hung, and Petrick, 2010) แสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 2 ผลวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันคุณภาพลักษณะแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นจังหวัดภูเก็ต

องค์ประกอบ / ตัวบ่งชี้	Mean	Factor loading	t-value of factor loading	Construct reliability	Average variances extracted
คุณค่าแห่งการเรียนรู้ด้วยการบริการที่เป็นเลิศ (LVS)				0.95	0.66
X34 เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดความรู้ใหม่	5.96	.801	34.51		
X33 ทำให้อยากรู้ข้อมูลอาหารพื้นถิ่นมากขึ้น	5.86	.799	25.77		
X35 การรับประทานอาหารพื้นถิ่นก่อให้เกิดการเรียนรู้สิ่งใหม่	5.92	.793	31.51		
X37 การเรียนรู้วัฒนธรรมการบริโภคของคนในท้องถิ่น	5.91	.807	30.75		
X36 หลังจากท่องเที่ยวมีความรู้เกี่ยวกับอาหารพื้นถิ่นเพิ่มขึ้น	5.87	.769	28.44		
X28 การนำเสนอเรื่องเล่าความดั้งเดิมของอาหารพื้นถิ่น	5.79	.846	24.57		
X29 มีการให้บริการด้วยความเป็นมิตร	5.89	.817	23.18		
X30 ผู้ให้บริการมีทักษะการบริการอย่างมืออาชีพ	5.86	.855	24.91		
X31 เครื่องหมายรับรองคุณภาพอาหารพื้นถิ่น	5.91	.843	23.43		
X27 การบริการมีความแตกต่างไม่เหมือนใคร	5.71	.848	24.63		
X32 การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นก่อให้เกิดความเพลิดเพลิน	6.10	.738	20.65		
ความดั้งเดิมของอาหารและวิถีของคนในชุมชน (ALC)				0.94	0.62
X10 อาหารพื้นถิ่นสะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนในอดีต	6.03	.811	26.264		
X11 อาหารพื้นถิ่นสะท้อนการถ่ายทอดจากรุ่นบรรพบุรุษ	6.05	.800	25.207		
X13 รสชาติของอาหารและเครื่องดื่มที่ดั้งเดิม	6.01	.794	29.539		
X15 ทำให้รับรู้ถึงภูมิปัญญาการสร้างสรรคอาหารของคนในชุมชน	6.00	.802	22.813		
X12 วัตถุดิบที่ใช้ปรุงอาหารมีความดั้งเดิม	5.99	.810	27.865		
X14 มีวิธีการรับประทานอาหารที่ดั้งเดิม	5.88	.806	23.03		
X7 การสื่อสารเรื่องราวอาหารพื้นถิ่นโดยผู้ปรุง	5.83	.793	22.383		
X6 อาหารพื้นถิ่นทำให้รับรู้ถึงวัฒนธรรม ประเพณี และความเชื่อของคนในชุมชน	5.93	.783	22.047		
X9 แสดงถึงความร่วมมือของคนในชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	5.82	.758	21.196		
X8 การให้บริการด้วยคนในท้องถิ่น	5.92	.719	19.843		
กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น (LTA)				0.94	0.71
X23 เส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม ประเพณี และความเชื่อ	5.76	.853	27.52		



X24 งานเทศกาลอาหารพื้นถิ่นประจำปี	5.89	.831	29.43		
X25 ตลาดสินค้าเกษตรและของฝากอาหารพื้นถิ่น	5.83	.819	27.99		
X22 การเรียนรู้แหล่งผลิตวัตถุดิบในท้องถิ่น	5.73	.895	30.19		
X26 แหล่งให้บริการอาหารพื้นถิ่นริมทาง	5.83	.802	23.55		
X21 การเรียนรู้การปรุงอาหารพื้นถิ่น	5.71	.852	26.51		
คุณภาพและความปลอดภัยของอาหารพื้นถิ่น (QFS)				0.93	0.74
X19 อาหารพื้นถิ่นเป็นอาหารที่ปรุงจากผักปลอดสารพิษ	5.63	.827	22.97		
X18 อาหารพื้นถิ่นเป็นอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการที่ดี	5.93	.869	24.36		
X17 อาหารพื้นถิ่นเป็นอาหารสะอาด ถูกสุขอนามัย	5.95	.872	25.22		
X16 อาหารพื้นถิ่นปรุงจากวัตถุดิบคุณภาพ สด ใหม่	6.05	.858	23.02		
X20 อาหารพื้นถิ่นเป็นอาหารที่ทำให้มีสุขภาพที่ดี มีสรรพคุณทางยา พื้นบ้าน	5.76	.880	30.12		

ตารางที่ 2 (ต่อ) ผลวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันคุณภาพลักษณะแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นจังหวัดภูเก็ต

องค์ประกอบ / ตัวอย่าง	Mean	Factor loading	t-value of factor loading	Construct reliability	Average variances extracted
สถานที่และสภาพแวดล้อม (PE)				0.84	0.52
X2 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยวมีปริมาณเพียงพอ	5.74	.665	15.84		
X4 ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสอดคล้องกับตัวตนของนักท่องเที่ยว	5.78	.800	15.69		
X3 การเดินทางภายในแหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	5.76	.652	17.08		
X1 สภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน	5.94	.810	17.84		
X5 แหล่งท่องเที่ยวช่วยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชน	5.78	.676	16.19		

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ขององค์ประกอบรายคู่

องค์ประกอบ	องค์ประกอบ				
	1	2	3	4	5
1. คุณค่าแห่งการเรียนรู้ด้วยการบริการที่เป็นเลิศ (LVS)	0.81				
2. ความดั้งเดิมของอาหารและวิถีของคนในชุมชน (ALC)	0.77	0.79			
3. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น (LTA)	0.77	0.78	0.84		
4. คุณภาพและความปลอดภัยของอาหารพื้นถิ่น (QFS)	0.69	0.74	0.66	0.85	
5. สถานที่และสภาพแวดล้อม (PE)	0.62	0.66	0.58	0.62	0.72

หมายเหตุ 1) องค์ประกอบในแนวทแยง คือ รากที่สองของ AVE (squared roots of AVE) และ 2)

องค์ประกอบนอกแนวทแยงคือความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างที่นัยสำคัญ $p < 0.01$

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นจังหวัดภูเก็ตและความสามารถในการทำนายภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นจังหวัดภูเก็ตของแต่ละองค์ประกอบ



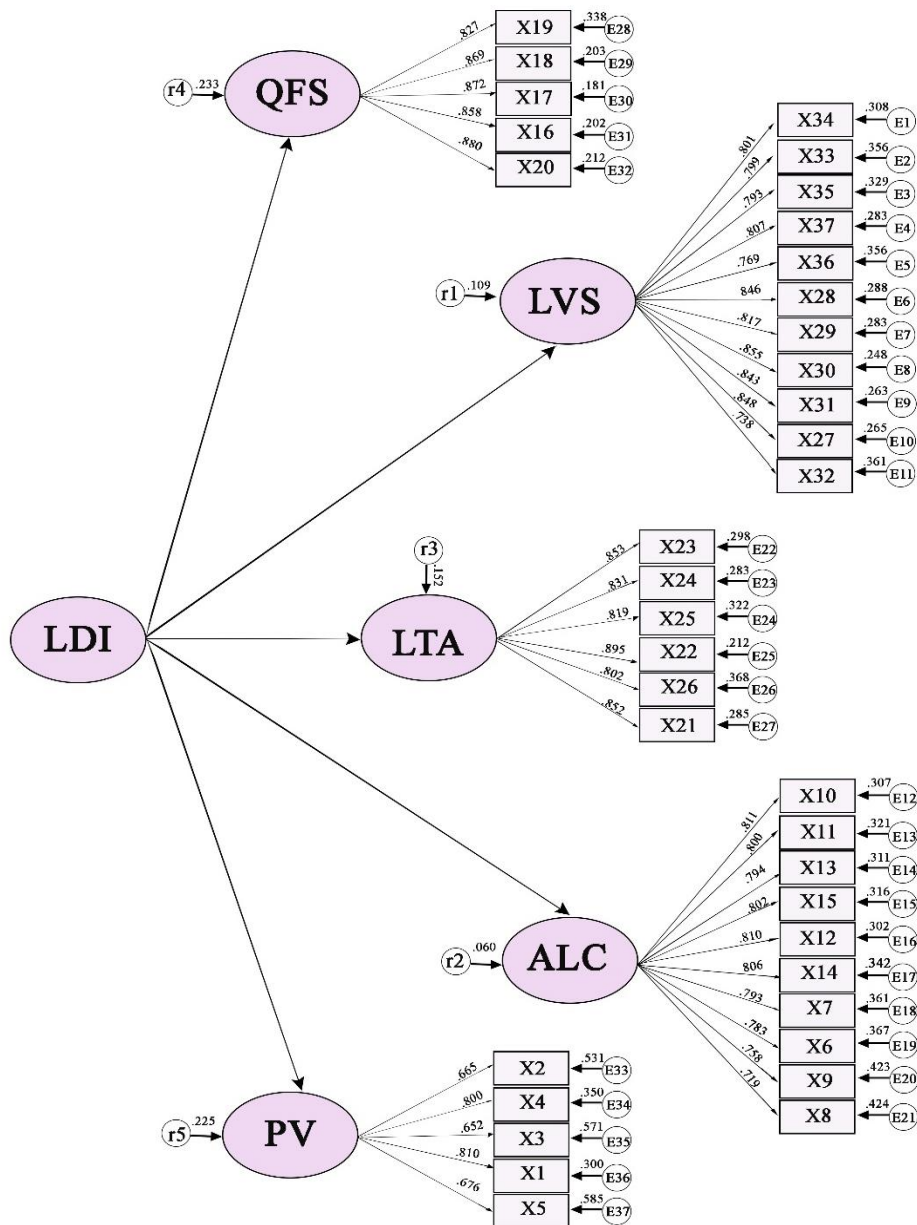
แสดงดังตารางที่ 4 พบว่า ความดั้งเดิมของอาหารและวิถีของคนในชุมชนมีน้ำหนักองค์ประกอบ 0.951 สามารถทำนายได้ ร้อยละ 90.5 คุณค่าแห่งการเรียนรู้ด้วยการบริการที่เป็นเลิศมีน้ำหนักองค์ประกอบ 0.909 สามารถทำนายได้ ร้อยละ 82.60 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นมีน้ำหนักองค์ประกอบ 0.899 สามารถทำนายได้ ร้อยละ 80.80 คุณภาพและความปลอดภัยของอาหารพื้นถิ่นมีน้ำหนักองค์ประกอบ 0.826 สามารถทำนายได้ ร้อยละ 68.20 และสถานที่และสภาพแวดล้อมมีน้ำหนักองค์ประกอบ 0.799 สามารถทำนายได้ ร้อยละ 63.90 ทั้งนี้ น้ำหนักองค์ประกอบทั้งหมดมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกค่า แสดงว่า โมเดลการวัดภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นจังหวัดภูเก็ตที่พัฒนาขึ้น ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบนั้นสามารถวัดได้

ตารางที่ 4 ค่าพารามิเตอร์ของสัมประสิทธิ์องค์ประกอบภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นจังหวัดภูเก็ต

องค์ประกอบ	B	S.E.	R ²
1. คุณค่าแห่งการเรียนรู้ด้วยการบริการที่เป็นเลิศ (LVS)	.909***	.045	.826
2. ความดั้งเดิมของอาหารและวิถีของคนในชุมชน (ALC)	.951***	.046	.905
3. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น (LTA)	.899***	.051	.808
4. คุณภาพและความปลอดภัยของอาหารพื้นถิ่น (QFS)	.826***	.047	.682
5. สถานที่และสภาพแวดล้อม (PE)	.799***	.048	.639

หมายเหตุ *** p < 0.01

องค์ความรู้ใหม่



Chi-square = 439.305, df = 450, P-value = .632, $\chi^2/df = .976$, GFI = .965,

AGFI = .945, RMR = .021, RMSEA = .000, CFI = 1.000 NFI = .982

ภาพที่ 1 องค์ประกอบภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นจังหวัดภูเก็ต

หากพิจารณาจากทฤษฎีและแนวคิดของ Dickman (1996) ที่ได้กล่าวถึงองค์ประกอบพื้นฐานของภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการตัดสินใจมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวว่าประกอบด้วย 5 ด้าน คือ สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) การเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) การบริการที่พัก (Accommodation) กิจกรรม (Activity) และสิ่งอำนวยความสะดวก (Destination Amenities) จะพบได้ว่าการวิจัยในครั้งนี้เป็นการขยายองค์ความรู้เชิงทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการที่เฉพาะเจาะจงของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมและวิถีชีวิตมากขึ้น โดย

พบว่า องค์ประกอบภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นจังหวัดภูเก็ตที่มีอิทธิพลต่อภาพความทรงจำที่เกิดขึ้นในใจของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ 37 ตัวบ่งชี้ (รูปภาพที่ 1) ซึ่งเหมาะสำหรับใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนของพื้นถิ่นและความปลอดภัยในชีวิตหลังสถานการณ์การระบาดของโรค COVID-19 ด้วยการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนน้อย

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันคุณภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นจังหวัดภูเก็ตพบว่า ค่าสถิติจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นจังหวัดภูเก็ต พบ องค์ประกอบทั้ง 5 องค์ประกอบมีนัยสำคัญทางสถิติ และโมเดลการวัดภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นจังหวัดภูเก็ตนั้นมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่เป็นไปตามเกณฑ์การตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืน นอกจากนี้โมเดลการวัดยังมีความตรงเชิงเข้าสู่ซึ่งวัดจากค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ยของตัวแปร (AVE) ที่มีค่ามากกว่า .50 ขึ้นไป มีค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (CR) มากกว่า .70 ทุกองค์ประกอบ แสดงว่ามีความเที่ยงสูง และมีค่าความตรงเชิงจำแนกจากรากที่สองของ AVE (squared roots of AVE) พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 0.72 - 0.85 แสดงว่าโมเดลนี้มีความตรงเชิงจำแนก

องค์ประกอบ 5 องค์ประกอบที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโดยเรียงตามลำดับความสำคัญเพื่อนำไปใช้พัฒนาภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นจังหวัดภูเก็ตมีดังนี้ ความดั้งเดิมของอาหารและวิถีของคนในชุมชนมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด รองลงมาคือ คุณค่าแห่งการเรียนรู้ด้วยการบริการที่เป็นเลิศ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น คุณภาพและความปลอดภัยของอาหารพื้นถิ่นและสถานที่และสภาพแวดล้อม ตามลำดับ ทั้งนี้อาจมีสาเหตุมาจากลักษณะความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ คือการได้ชิมรสชาติอาหารเฉพาะถิ่นที่มีความดั้งเดิมควบคู่กับการเรียนรู้รากเหง้าและวิถีชีวิตของคนในชุมชน ซึ่งหากพิจารณาโดยรวมพบที่มีความสอดคล้องกับแนวคิดองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ของ Ellis, Park, Kim and Yeoman (2018) ที่ว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารมีความสัมพันธ์กับ 1) แรงจูงใจที่เกิดจากประสบการณ์การเรียนรู้วัฒนธรรม ลักษณะอาหาร ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ความตื่นตัวและสุขภาพ 2) การรับรู้วัฒนธรรมจากรสชาติ วัตถุดิบและการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน 3) ความดั้งเดิมของอาหารที่เชื่อมโยงสถานที่ ภูมิศาสตร์ วัฒนธรรม รสชาติ และผู้สร้างสรรค์รายการอาหาร 4) ความน่าเชื่อถือของสถานที่และการแสดงภาพลักษณ์ และ 5) การกำหนดตัวตนของแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจน

อย่างไรก็ตามหากพิจารณาถึงข้อค้นพบใหม่ที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบที่สำคัญต่อการเกิดภาพในใจที่ดีของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นที่สอดคล้องกับบริบทการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีจำนวน 2 องค์ประกอบ คือ 1) ความดั้งเดิมของอาหารและวิถีของคนในชุมชน อาจเนื่องจากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นนั้นมีระดับความสนใจที่จำเพาะเจาะจงกับอาหารถิ่นใดถิ่นหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมมากกว่า สอดคล้องกับ Jenasama, and Madhuri (2018) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีความสนใจสำรวจหรือเข้าร่วมกิจกรรมที่สัมผัสวิถีการกิน เนื่องจากอาหารแต่ละท้องถิ่นมีความแตกต่าง

ทางวัฒนธรรมที่สืบทอดต่อกันมา เช่นเดียวกับ Prasiasa, Kurniady, and Sutono (2020) ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ศักยภาพของเมืองที่สามารถเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบดั้งเดิมได้จะต้องมีเอกลักษณ์ที่บ่งชี้ถึงความดั้งเดิมและวัฒนธรรมการบริโภคพื้นถิ่นด้วยการใช้วัตถุดิบ และ 2) คุณค่าแห่งการเรียนรู้ด้วยการบริการที่เป็นเลิศ มีความสอดคล้องกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวอย่างมืออาชีพของ Castillo-Villar (2020) ที่ว่า กลยุทธ์ที่ส่งเสริมการเรียนรู้ที่ดีแก่นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการควรมีสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของพ่อครัวเพื่อสร้างนวัตกรรมอาหารพื้นถิ่น และประชาสัมพันธ์พ่อครัวและร้านอาหารในท้องถิ่นผ่านสื่อต่างๆ นอกจากนี้ Kritchanat (2019) ยังชี้ถึงควมมีข้อกำหนดมาตรฐานอาหารที่ชัดเจน รวมถึงการจัดให้มีการเล่าเรื่องราวของอาหารที่ดึงดูดขณะให้บริการระหว่างรับประทานอาหารพื้นถิ่น (Sthapit, Björk, and Coudounaris, 2017)

สรุป

จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจสามารถสกัดองค์ประกอบได้ จำนวน 5 องค์ประกอบ ซึ่งมีจำนวนองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ไม่แตกต่างจากโมเดลที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง ทั้งนี้ องค์ประกอบภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ ความดั้งเดิมของอาหารและวิถีของคนในชุมชน, คุณค่าแห่งการเรียนรู้ด้วยการบริการที่เป็นเลิศ, กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น, คุณภาพและความปลอดภัยของอาหารพื้นถิ่น, และสถานที่และสภาพแวดล้อม โดยน้ำหนักองค์ประกอบทั้งหมดมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงให้เห็นว่า โมเดลการวัดภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นจังหวัดภูเก็ตที่พัฒนาขึ้นทั้ง 5 องค์ประกอบสามารถวัดได้

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการวิจัยที่พบว่า ความดั้งเดิมของอาหารและวิถีของคนในชุมชน, คุณค่าแห่งการเรียนรู้ด้วยการบริการที่เป็นเลิศ, กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น, คุณภาพและความปลอดภัยของอาหารพื้นถิ่น, และสถานที่และสภาพแวดล้อม เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการเกิดภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นจังหวัดภูเก็ต ทั้งนี้เมื่อนำผลดังกล่าวมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ร่วมกับข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนาภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นจังหวัดภูเก็ต สามารถอธิบายข้อเสนอแนะรายด้านอันเป็นประโยชน์ต่อภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการในกำหนดทิศพัฒนาต่อไปได้ ดังนี้

1.1 ด้านความดั้งเดิมของอาหารและวิถีของคนในชุมชน ควรส่งเสริมเยาวชนรุ่นใหม่ให้เห็นความสำคัญของอาหารพื้นถิ่นและสืบสานตำรับอาหารแบบดั้งเดิม และเมื่อมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นควรส่งเสริมให้คนทุกกลุ่มในพื้นที่ เช่น เยาวชน และผู้ประกอบการร้านอาหารเข้ามามีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่อง และเพื่อสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวภาครัฐควรมีบทบาทในการสร้างเกณฑ์การตรวจสอบคุณภาพความดั้งเดิมของวัตถุดิบพื้นถิ่นที่นำมาปรุงอาหาร

1.2 ด้านคุณค่าแห่งการเรียนรู้ด้วยการบริการที่เป็นเลิศ แหล่งท่องเที่ยวควรมีการใช้ผู้มีอิทธิพลในการชี้นำผู้คน (KOL; Key Opinion Leader) เพื่อช่วยให้วางแผนการเดินทางหรือรับประทานอาหารพื้นถิ่นมากขึ้น มีการสนับสนุนเยาวชนของจังหวัดภูเก็ตให้เป็นมัคคุเทศก์น้อยและยกระดับคุณค่าการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น ด้วยการมีนักเล่าเรื่องจากปราชญ์ท้องถิ่น ปรับปรุงการจัดคิวและวางแผนการปรุงอาหารให้รวดเร็วและการแสดงเครื่องหมายรับรองคุณภาพอาหารพื้นถิ่น ส่งเสริมให้พนักงานให้ความสำคัญแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยมากขึ้น และควรมีความเป็นมืออาชีพด้านการให้บริการที่แตกต่าง เช่น การใช้เสน่ห์ของอาหารภูเก็ตแบบดั้งเดิมที่ไม่มีการดัดแปลง รวมถึงการตอบคำถามหรือให้ข้อมูลระหว่างการท่องเที่ยวอย่างชัดเจนชัดเจน

1.3 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น ควรมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีการผสมผสานการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น เช่น การผสมผสานอาหารและศิลปะของเมือง หรืออาหารกับการเกษตร โดยจำหน่ายโปรแกรมผ่านบริษัทท่องเที่ยว มีการจัดกิจกรรมหนึ่งชุมชน หนึ่งย่านทานอาหารพื้นถิ่นที่มีการเผยแพร่ภูมิปัญญาด้านอาหารพื้นถิ่นเป็นประจำทุกปี รวมถึงการจัดถนนสายอาหารพื้นถิ่นที่มีการจำหน่ายอาหารในราคาประหยัด

1.4 ด้านคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารพื้นถิ่น ผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญด้านคุณภาพอาหารมากกว่าปริมาณมีราคาเหมาะสม ไม่ควรมีการดัดแปลงรสชาติของอาหารไปจากเดิม โดยมีการแสดงคุณค่าทางโภชนาการและรายละเอียดวัตถุดิบที่ใช้เป็นส่วนประกอบเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และเข้าใจอย่างลึกซึ้ง และมีการออกแบบรายการอาหารพื้นถิ่นเพื่อสุขภาพที่หลากหลาย

1.5 ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม ควรมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสาธารณะให้เข้าถึงได้อย่างทั่วถึง การจัดสถานที่ท่องเที่ยวควรแสดงถึงอัตลักษณ์และวัฒนธรรมการบริโภคอาหารของท้องถิ่น มีการประชาสัมพันธ์ประวัติอาหารพื้นถิ่นภูเก็ตและข้อมูลตำแหน่งร้านอาหารอย่างต่อเนื่อง และสร้างมาตรการควบคุมความปลอดภัย การควบคุมอัตราค่าบริการที่เป็นธรรมแก่นักท่องเที่ยวตลอดการเดินทาง

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการศึกษาชี้ให้เห็นถึงความสามารถของโมเดลการวัดภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นจังหวัดภูเก็ตซึ่งเป็นจังหวัดต้นแบบที่มีความชัดเจนด้านอาหารพื้นถิ่นและเป็นยังเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร ด้วยเหตุนี้ จึงควรมีการนำโมเดลการวัดที่ได้จากการศึกษาไปทดลองใช้กับแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นในภูมิภาคอื่นของประเทศไทย ทั้งในรูปแบบการศึกษาเชิงคุณภาพเพื่อทำความเข้าใจเชิงลึกของภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นในแต่ละภูมิภาคกับผู้ใช้ข้อมูลหลักที่มีความสัมพันธ์กับการสร้างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น อาทิ ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารพื้นถิ่น ด้านการตลาด การท่องเที่ยว และตัวแทนนักท่องเที่ยว รวมถึงการศึกษาในเชิงปริมาณเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนกับนักท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นในแต่ละภูมิภาค

References

- Bentler, P. M., & Bonett, D. G. (1980). Significance Tests and Goodness of Fit in the Analysis of Covariance Structures. *Psychological Bulletin*, 88(3), 588-606.
- Castillo-Villar, F. R. (2020). Destination Image Restoration Through Local Gastronomy: The Rise of Baja Med Cuisine in Tijuana. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 14(4), 507-523.
- Chaiyasain, Ch. (2020). Phuket Street Food: STREET FOODS Model Providing a Creative Charm for Phuket's Gastronomy Tourism. *WMS Journal of Management Walailak University*, 9(2), 120-127.
- Choe, J. Y. J., & Kim, S. S. (2018). Effects of Tourists' Local Food Consumption Value on Attitude, Food Destination Image, and Behavioral Intention. *International Journal of Hospitality Management*, 71, 1-10.
- Churchill Jr, G. A. (1979). A Paradigm for Developing Better Measures of Marketing Constructs. *Journal of Marketing Research*, 16(1), 64-73.
- Dickman, S. (1996). *Tourism: An Introductory Text*. (2nd ed.). Australia: Hodder Education.
- Economics Tourism and Sports Division. (2020). *Tourism Situation: November 2019*. Retrieved April 12, 2021, from https://www.mots.go.th/download/article/article_20201229114033.pdf
- Ellis, A., Park, E., Kim, S., & Yeoman, I. (2018). What is food tourism?. *Tourism Management*, 68, 250-263.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Babin, B. J., & Black, W. C. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*. Pearson Upper Saddle River, NJ, Pearson.
- Hung, K., & Petrick, J. F. (2010). Developing a Measurement Scale for Constraints to Cruising. *Annals of Tourism Research*, 37(1), 206-228.
- Jenasama, S., & Madhuri, S. (2018). Creative Tourism Through Food Activities in Thailand. *International Journal of Management and Economics*, 1(26), 25-30.
- Kritchanaat, S. (2019). Guideline to Creating Thailand's Image as a Food Tourism Destination Among ASEAN Countries. *The Journal of Social Communication Innovation*, 7(2), 59-70.
- Kline, R. B. (2011). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. (3rd ed.). New York, NY: Guilford.



- Lai, M. Y., Khoo-Lattimore, C., & Wang, Y. (2019). Food and Cuisine Image in Destination Branding: Toward a Conceptual Model. *Tourism and Hospitality Research*, 19(2), 238-251.
- Lai, M. Y., Wang, Y., & Khoo-Lattimore, C. (2020). Do food image and food neophobia affect tourist intention to visit a destination? The case of Australia. *Journal of Travel Research*, 59(5), 928-949.
- Manhas, P. S., Manrai, L. A., & Manrai, A. K. (2016). Role of Tourist Destination Development in Building Its Brand Image: A Conceptual Model. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 21(40), 25-29.
- Mgonja, J. T. et al. (2016). A Structural Model to Assess International Visitors' Perceptions About Local Foods in Tanzania. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(6), 796–816.
- Ministry of Tourism & Sports. (2019). *Tourism Situation in 2019*. Retrieved April 12, 2021, from https://www.mots.go.th/download/article/article_20201104090605.pdf
- Office of the Nation Economic and Social Development Council. (2018). *National Strategy*. Retrieved April 30, 2021, from https://www.nesdb.go.th/ewt_w3c/ewt_news.php?nid=7298&filename=
- Phuket City Municipality (2016). *Phuket: City of Gastronomy*. Retrieved April 5, 2021, from <https://www.phuketcity.go.th/news/detail/1701>
- Phuket Rajabhat University. (2021). *Phuket Gastronomy Tourism: City of Gastronomy and Research of PKRU*. Retrieved April 30, 2021, from <https://www.pkru.ac.th/th/scoop/2599-unesco-phuket-city-of-gastronomy-may-2021>
- Polit, D. F., & Beck, C. T. (2006). The Content Validity Index: Are you sure you know what's being reported? Critique and Recommendations. *Research in Nursing & Health*, 29(5), 489-497.
- Prasiasa, D. A. D. S. W., Kurniady, D. A., & Sutono, A. (2020). Interpreting Local Cuisine as a Tourist Attraction Klungkung City. *Journal of Talent Development and Excellence*, 12(1), 56-64.
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2004). *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling*. (2nd ed.). New Jersey: Publishers Mahwah.
- Soonsan, N., & Somkai, U. (2021). Gastronomic Travel Experience Affecting on Sharing Experience: A Mediated-moderation Study. *Chulalongkorn Business Review*, 43(3), 40-63.

- Sthapit, E., Björk, P., & Coudounaris, D. N. (2017). Emotions Elicited by Local Food Consumption, Memories, Place Attachment and Behavioral Intentions. *Anatolia*, 28(3), 363-380.
- United Nations World Tourism Organization. (2019). UNWTO Tourism Definitions. Retrieved April 5, 2021, from <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>
- Urry, J. (2002). *The Tourism Gaze*. (2nd ed.). London: Sage.