

ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในแหล่งท่องเที่ยวไทยทรงดำ**THE FACTORS THAT AFFECTING GASTRONOMY TOURIST BEHAVIOR IN THAI SONG DAM VILLAGE**โชติกา นาคประสูต¹ วารชต์ มัชยัมปुरुช¹ พัฒน์พิตตา ศรีสมพงษ์¹ และ นิรมล พรหมนิล¹¹คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยาChotika Nakprasut¹ Warach Madhyamapurush¹ Patpitta Srisompong¹ and Niramol Promnil¹¹School of Business and Communication Arts, University of Phayao

(Received: January 27, 2024; Revised: September 18, 2024; Accepted: March 4, 2025)

บทคัดย่อ

เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวหนึ่งที่มีแนวโน้มจะได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมากขึ้นในอนาคต การวิจัยครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ 1) เพื่อศึกษาระดับการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นวัตกรรมอาหาร อัตลักษณ์ชุมชน ผลกระทบต่อการท่องเที่ยวหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นวัตกรรมอาหาร อัตลักษณ์ชุมชน และผลกระทบต่อการท่องเที่ยวหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในแหล่งท่องเที่ยวไทยทรงดำ จังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดเลย กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวไทยทรงดำ จังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดเลย จำนวน 502 คน สุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามแบบสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า แหล่งท่องเที่ยวไทยทรงดำมีการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอยู่ในระดับมาก นวัตกรรมอาหารมีความสำคัญในระดับมาก หมู่บ้านไทยทรงดำมีความเป็นอัตลักษณ์ในระดับมาก การท่องเที่ยวได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ในระดับมาก และนักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับมาก ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 เรียงลำดับความสำคัญตามขนาดของอิทธิพลได้ คือ นวัตกรรมอาหาร และการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งมีค่าอิทธิพลในรูปคะแนนมาตรฐานเท่ากับ 0.509 และ 0.287 ตามลำดับ โดยมี $R^2 = 0.736$

คำสำคัญ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร, การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, อัตลักษณ์ชุมชน**ABSTRACT**

As gastronomy tourism continually expands, our research objectives are 1) to study sustainable tourism management, food innovation, community identity, impacts on tourism after COVID-19, and gastronomic tourist behavior. 2) to study the influence of sustainable tourism management, food innovation, community identity, and the impact on tourism after COVID-19 that affects gastronomic tourist behavior in Thai Song Dam Village, Phetchaburi Province. The sample group was Thai tourists who came to visit the tourist attraction of Thai Song Dam Village in Phetchaburi and Loei Provinces. We randomly sampled a total of 502 people. The data collection tool was a rating scale questionnaire. Statistics for data analysis included frequency, percentage, arithmetic mean, correlation analysis, and multiple regression

analysis. The research results found that the Thai Song Dam Village tourist attractions have a high level of sustainable tourism management. Food innovation has a high level of importance. Thai Song Dam village has a high level of identity. COVID-19 has significantly impacted tourism, leading to a high level of gastronomic tourist behavior. Food innovation and sustainable tourism management positively affect how tourists enjoy food, with influence scores of 0.509 and 0.287, respectively, measured at a significance level of 0.01 and an R^2 value of 0.736.

Keywords: Food Tourism Behavior, Sustainable Tourism Management, Community Identity

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) ถือเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประเภทหนึ่ง และเป็นการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแนวความคิดของยุคหลังสมัยใหม่ โดยการท่องเที่ยวเชิงอาหารนั้น หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์เพื่อค้นหา และชื่นชมอาหาร หรือเครื่องดื่มที่เป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ รวมถึงการได้รับประสบการณ์จากการศึกษาหาความรู้จากอาหารท้องถิ่น (Wolf, 2002) นักท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourist) จึงถือเป็นนักท่องเที่ยวอนุรักษ์ประเภทหนึ่งที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวแบบเรียบง่าย เพื่อค้นหาประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชนอย่างแท้จริง โดยมุ่งเน้นการค้นหาอาหารประจำชาติ และอาหารประจำท้องถิ่น (Urry, 2002) จากสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับโลก พบว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารสามารถสร้างรายได้มีมูลค่าสูงถึง 150,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่นิยมการท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ประเทศสเปน ประเทศฝรั่งเศส และประเทศอิตาลี ส่วนสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทยนั้น พบว่า ในปี พ.ศ. 2558 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงอาหารมีมูลค่า 456,000 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 20 ของรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมด (พรณี สวนเพลง และคณะ, 2559)

นอกจากนี้ ฐิติ ชุมพัสกร (2563) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารและค่านิยม พบว่า การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส โควิด-19 ส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวหันมาให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากยิ่งขึ้น โดยนักท่องเที่ยวได้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอาหารว่า เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างสุขภาพจากการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ ซึ่งทำมาจากวัตถุดิบที่เป็นสมุนไพรไทยที่มีชื่อเสียง ซึ่งคุณสมบัติของสมุนไพรเหล่านั้นมีสรรพคุณทางยาที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย มีฤทธิ์ในการป้องกันหรือรักษาโรคต่าง ๆ ได้ โดยการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้มีประสิทธิภาพและเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาตินั้น จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากคนในชุมชนที่ต้องนำเสนอความหลากหลายของวัตถุดิบ อาหาร กรรมวิธีการปรุง รวมถึงการคัดสรรวัตถุดิบในแต่ละท้องถิ่นมาเป็นจุดขายหลัก ซึ่งถือว่าเป็นเอกลักษณ์ของอาหารประจำถิ่นนั้น ซึ่ง Thanyakit, S. et al. (2023) ได้ศึกษาวิจัยเพื่อรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ชุมชนเกาะเกิด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยอาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับสูตรการปรุงอาหารเพื่อสุขภาพสองเมนูคือ ต้มยำกุ้ง และแกงเลียงกุ้ง ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนดังกล่าวต่อไป ประกอบกับผลการวิจัยของ Ngamkham, C. (2023) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวมีทัศนคติเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเชียงใหม่ จึงถือได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวหนึ่งที่มีแนวโน้มจะได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวมากขึ้นในอนาคต สำหรับประเทศไทย

ในสมัยรัชกาลที่ 5 เพลยศึกชาติพันธุ์ต่าง ๆ รวมถึงชาวไทยทรงดำได้ถูกส่งให้มาอยู่ที่เมืองเพชรบุรี จนกระทั่งเมื่อมีการเลิกทาสจึงส่งผลให้ประชาชนมีอิสระในการเคลื่อนย้ายถิ่นที่อยู่อย่างเสรี ชาวไทยทรงดำบางส่วนได้ย้ายออกจากเมืองเพชรบุรี ไปตั้งหลักแหล่งกระจายอยู่ในพื้นที่หลายแห่งของประเทศไทย เช่น นครปฐม สุพรรณบุรี ราชบุรี สุราษฎร์ธานี และพิษณุโลก เป็นต้น โดยชาวไทยทรงดำทั้งหมดนั้นยังคงผูกพันและให้ความสำคัญกับจังหวัดเพชรบุรี เสมือนเป็นแผ่นดินแม่ของตนเอง ดังจะเห็นได้จากการกลับมารวมญาติกันที่บ้านหนองปรัง ตำบลหนองปรัง อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งถูกขนานนามว่าบ้านเก่า ในวันที่ 10 เมษายน ของทุกปี (เรณู เหมือนจันทร์เชย, 2542) ชาวไทยทรงดำถือได้ว่าเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีอาหารประจำถิ่นอย่างหลากหลาย ซึ่งในอดีตนั้นบริโภคข้าวเหนียวในชีวิตประจำวัน นิยมรับประทาน ผัก ปลา ที่หาได้จากธรรมชาติในท้องถิ่น มีวิธีการถนอมอาหารไว้รับประทาน ได้แก่ การตากแห้ง ปลาร้าซึ่งเป็นเครื่องปรุงในการประกอบอาหารหลายอย่าง เช่น แกงหน่อไม้ส้มใส่ปลาร้า แกงหยวกกล้วย เป็นต้น และนิยมทำแจ่วปลาร้าใส่มะเข็ญ กินแก้มกับผักชนิดต่าง ๆ อาหารคาวของชาวไทยทรงดำซึ่งเป็นที่นิยม ได้แก่ แกงหน่อไม้ ผักจืด ปลาอวกะแร้ทอด ผัดเผ็ดใส่หมูหรือผัดเผ็ดหัวหมูซึ่งปรุงโดยใส่น้ำปลาร้า นิยมรับประทานในพิธีเสนเรือน (เสนผี) และใช้ในงานประเพณี แกงหน่อเปราะโดยการนำหน่อไม้รวกสดมาเผาแล้วชุบเป็นเส้นแกงใส่ใบย่านางและเนื้อหมูปรุงด้วยน้ำปลาร้า เป็นต้น ส่วนอาหารประเภทของหวานได้แก่ บัวลอย ข้าวเม่าคลุก ขนมราดกระทะ ขนมนมสาว (ขนมเทียนแก้ว) ขนมเปียก (แป้งข้าวเจ้าเปียก) ขนมห่อน (ขนมต้มแดง ขนมต้มขาว) กระจ่างสารท ขนมหิ้งควาย (คล้ายขนมบ้าบิ่น) ขนมหอยลู่ (ข้าวเหนียวเปียก) ข้าวต้มมัด ขนมหอง (ข้าวสุกตากแห้งทอดคลุกน้ำตาล) ข้าวเหนียวแดง สำหรับเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการประกอบอาหาร ทำขึ้นเองโดยใช้วัสดุที่หาได้ในท้องถิ่น เช่น ใช้เตาฟืน เตาเคลือบ หม้อดินเผา และโหม่งซึ่งทำมาจากต้นนุ่นหรือต้นทองหลางชุบให้กลวง เป็นทรงกระบอก ตรงกลางป่องสูงประมาณ 1 ฟุต ส่วนก้นกรุด้วยไม้ไผ่สานเป็นตารางพอให้อุณหภูมิร้อนขึ้นได้ ตาวข้าวซึ่งเป็นภาชนะสำหรับใช้ผิงข้าวเหนียวที่นึ่งแล้วให้อุณหภูมิเย็นก่อนที่จะนำข้าวเหนียวไปใส่ในอ่องข้าว (กะแอบ) เป็นภาชนะสำหรับใส่ข้าวเหนียวที่นึ่งแล้ว เพื่อให้ข้าวเหนียวคงความร้อน นุ่ม และไม่บูดง่าย (บุญมี ปาริชาติธนกุล, 2546)

จากบริบทของชาวไทยทรงดำในด้านต่าง ๆ ดังที่กล่าวมา จะเห็นว่าชาวไทยทรงดำเป็นชุมชนที่มีความเข้มแข็งทางด้านวัฒนธรรมซึ่งมีอัตลักษณ์พิเศษไม่เหมือนชุมชนอื่น โดยเฉพาะความหลากหลายของอาหารทั้งคาว และหวานที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว จึงควรมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวไทยทรงดำ โดยพื้นฐานสำคัญที่จำเป็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวดังกล่าวคือ องค์ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในบริบทต่าง ๆ ทุกมิติ ซึ่งบริบทหนึ่งที่สำคัญคือ องค์ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งประกอบด้วย การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อัตลักษณ์ชุมชน และนวัตกรรมอาหาร ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในแหล่งท่องเที่ยวไทยทรงดำ จังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดเลย เนื่องจากจังหวัดเพชรบุรีถือเป็นแผ่นดินแม่ของชาวไทยทรงดำ และจังหวัดเลยเป็นจังหวัดเดียวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีชาวไทยทรงดำอพยพมาจากเดียนเบียนฟู ประเทศเวียดนามมาอาศัยอยู่ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้จะทำให้ทราบถึงระดับความสำคัญของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในด้านต่าง ๆ รวมถึงปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยข้อค้นพบทั้งหมดดังกล่าวถือเป็นสารสนเทศสำคัญที่สามารถนำไปใช้ในการวางแผนพัฒนาเพื่อส่งเสริมและยกระดับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในแหล่งท่องเที่ยวไทยทรงดำ จังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดเลย ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นวัตกรรมอาหาร อัตลักษณ์ชุมชน ผลกระทบต่อการท่องเที่ยวหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส โควิด-19 และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในแหล่งท่องเที่ยวไทยทรงดำ จังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดเลย
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นวัตกรรมอาหาร อัตลักษณ์ชุมชน และผลกระทบต่อการท่องเที่ยวหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส โควิด-19 ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในแหล่งท่องเที่ยวไทยทรงดำ จังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดเลย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวิธีการดำเนินการวิจัย ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวไทยทรงดำ จังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดเลย ซึ่งได้แก่ ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ เขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี และหมู่บ้านวัฒนธรรมไทดำ บ้านนาป่าหนาด จังหวัดเลย ในระหว่างเดือนตุลาคม ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2566 ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวไทยทรงดำ จังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดเลย ในระหว่างเดือนตุลาคม ถึง เดือนธันวาคม พ.ศ. 2566 จำนวน 502 คน โดยใช้สูตรกำหนดขนาดตัวอย่างเพื่อประมาณค่าเฉลี่ยประชากร สุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

2. เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามซึ่งประกอบด้วย 6 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 แบบสอบถามการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ส่วนที่ 3 แบบสอบถามนวัตกรรมอาหาร ส่วนที่ 4 แบบสอบถามอัตลักษณ์ชุมชน ส่วนที่ 5 แบบสอบถามผลกระทบต่อการท่องเที่ยวหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส โควิด-19 และส่วนที่ 6 แบบสอบถามพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยแบบสอบถามส่วนที่ 1 มีลักษณะคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List) แบบสอบถามส่วนที่ 2-6 มีลักษณะคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ของลิเคิร์ต (Likert Scale) ซึ่งมีขั้นตอนการสร้างและพัฒนาดังนี้

ขั้นที่ 1 ศึกษาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับ การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นวัตกรรมอาหาร อัตลักษณ์ชุมชน ผลกระทบต่อการท่องเที่ยวหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส โควิด-19 และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร แล้วกำหนดนิยามศัพท์เฉพาะสำหรับตัวแปรดังกล่าว

ขั้นที่ 2 ร่างข้อคำถามตามนิยามศัพท์เฉพาะที่กำหนดขึ้น

ขั้นที่ 3 ตรวจสอบความเที่ยงตรงของข้อคำถามโดยผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน พบว่า แบบสอบถามมีความเที่ยงตรงรายข้อซึ่งวัดด้วยค่า IOC มีค่าอยู่ระหว่าง 0.6-1.00 ซึ่งถือว่ามีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาที่เหมาะสม (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2549)

ขั้นที่ 4 หาคุณภาพของแบบสอบถามโดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริงคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวไทยทรงดำ จังหวัดเพชรบุรี และ

จังหวัดเลย ในเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2566 จำนวน 40 คน พบว่า แบบสอบถามมีค่าอำนาจจำแนกรายข้อ และมีความเที่ยงซึ่งวัดด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค (Alpha Cronbach Coefficient) จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้ การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.963 มีค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.641-0.852 นวัตกรรมอาหาร มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.969 มีค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.642-0.904 อัตลักษณ์ชุมชน มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.975 มีค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.630-0.941 ผลกระทบต่อการท่องเที่ยวหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส โควิด-19 มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.97 มีค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.626-0.906 และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.966 มีค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.501-0.914

ขั้นที่ 5 ปรับปรุงแบบสอบถามแล้วทำเป็นฉบับจริงเพื่อนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ต่อไป

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ไปสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวไทยทรงดำ ในระหว่างเดือนตุลาคม ถึง เดือนธันวาคม พ.ศ. 2566 โดยให้กระจายไปตามปัจจัยส่วนบุคคลอย่างทั่วถึง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลด้วยสถิติพื้นฐาน คือ ความถี่และร้อยละ วิเคราะห์การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นวัตกรรมอาหาร อัตลักษณ์ชุมชน ผลกระทบต่อการท่องเที่ยวหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส โควิด-19 และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ด้วยสถิติพรรณนา คือ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารด้วยสถิติอนุมาน คือ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยมีรายละเอียดดังตาราง ต่อไปนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
1. ชาย	207	41.20
2. หญิง	295	58.80
รวม	502	100.00
อายุ		
1. 15 – 24 ปี	299	59.60
2. 25 – 34 ปี	79	15.70
3. 35 – 44 ปี	55	11.00
4. 45 – 54 ปี	51	10.20
5. 55 ปีขึ้นไป	18	3.50

รวม	502	100.00
-----	-----	--------

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
สถานภาพ		
1. สมรส	86	17.10
2. โสด	403	80.30
3. หม้าย	7	1.40
4. หย่าร้าง	6	1.20
รวม	502	100.00
ระดับการศึกษา		
1. ประถมศึกษา	19	3.70
2. มัธยมศึกษา	47	9.40
3. อนุปริญญา	37	7.40
4. ปริญญาตรี	372	74.10
5. ปริญญาโท	24	4.80
6. ปริญญาเอก	3	.60
รวม	502	100.00
อาชีพ		
1. รับราชการ	66	13.10
2. รัฐวิสาหกิจ	9	1.80
3. เกษตรกร	62	12.50
4. พนักงานของรัฐ	11	2.20
5. เจ้าของธุรกิจ	40	7.90
6. รับจ้าง	69	13.70
7. นักเรียน/นักศึกษา	245	48.80
รวม	502	100.00
รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน		
1. ต่ำกว่า 10,000 บาท	252	50.20
2. 1,0001 – 20,000 บาท	145	28.90
3. 20,001 – 30,000 บาท	47	9.40
4. 30,001 – 40,000 บาท	25	5.00
5. 40,001 – 50,000 บาท	19	3.70
6. มากกว่า 50,001 บาท ขึ้นไป	14	2.80
รวม	502	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวนึง คิดเป็นร้อยละ 58.80 มีอายุอยู่ระหว่าง 15-24 ปี มากถึงเกือบ 60% นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 55 ปี มีเพียง ร้อยละ 3.50 ส่วนอายุในช่วงอื่น ๆ มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน โดยมีนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสดมากถึง 80.30% รองลงมา มีสถานภาพสมรส

คิดเป็นร้อยละ 17.10 สำหรับด้านการศึกษามีการศึกษายู่ในระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 74.10 ส่วนการศึกษาในระดับอื่น ๆ มีไม่ถึงร้อยละ 10 สอดคล้องกับอาชีพของนักท่องเที่ยวซึ่ง พบว่า ส่วนใหญ่กำลังศึกษามีมากถึงเกือบครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ส่วนอาชีพอื่น ๆ มีไม่ถึง 15% เช่นเดียวกันกับรายได้ ซึ่งพบว่าครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างมีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท รองลงมาได้มีรายได้ อยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.90 ส่วนรายได้ในช่วงอื่น ๆ มีไม่ถึง 10%

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวไทยทรงดำในรายด้าน

การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
1. การอนุรักษ์ทรัพยากรและวัฒนธรรมประเพณี	4.32	.664	มาก
2. การมีส่วนร่วม	4.27	.698	มาก
3. ความสอดคล้องกับความต้องการของประชาชน	4.26	.713	มาก
4. ประสพการณ์ที่มีคุณค่า	4.32	.697	มาก
5. ผลประโยชน์ของชุมชนที่เกิดจากนักท่องเที่ยวมาเยือน	4.27	.727	มาก
6. การพัฒนาอย่างยั่งยืน	4.31	.704	มาก
ภาพรวม	4.29	.626	มาก

จากตารางที่ 2 แสดงว่า โดยภาพรวมการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวไทยทรงดำอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.29 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวไทยทรงดำทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรและวัฒนธรรมประเพณี และด้านการมอบประสบการณ์ที่มีคุณค่ามีค่าเฉลี่ย 4.32 รองลงมาคือ ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.31 และ 4.27 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อนวัตกรรมอาหารในรายด้าน

นวัตกรรมอาหาร	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
1. นวัตกรรมอาหารเสริมภูมิคุ้มกัน	4.22	.703	มาก
2. นวัตกรรมอาหารเพื่อการบริโภคเฉพาะบุคคล	4.21	.744	มาก
3. นวัตกรรมอาหารเพื่อสุขภาพจิตใจ	4.23	.782	มาก
4. นวัตกรรมอาหารสำหรับคนสูงอายุ	4.25	.712	มาก
5. นวัตกรรมอาหารแบบการใช้อุปกรณ์ครัวแบบดั้งเดิม	4.25	.734	มาก
6. นวัตกรรมอาหารเพื่อความหลากหลายทางชีวภาพ	4.31	.649	มาก
7. นวัตกรรมสำหรับโภชนาการรูปแบบใหม่	4.21	.757	มาก
รวม	4.25	.622	มาก

จากตารางที่ 3 แสดงว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับนวัตกรรมอาหารในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.25 เมื่อพิจารณานวัตกรรมอาหารในรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีความสำคัญในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญมากที่สุดคือ นวัตกรรมอาหารเพื่อความหลากหลายทางชีวภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.31 รองลงมาคือ นวัตกรรมอาหารแบบการใช้อุปกรณ์ครัวแบบดั้งเดิม และนวัตกรรมอาหารสำหรับคนสูงอายุ มีค่าเฉลี่ย 4.25 และ 4.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ชุมชนไทยทรงดำในรายด้าน

อัตลักษณ์ของชุมชน	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
1. อัตลักษณ์ชาติพันธุ์	4.35	.682	มาก
2. อัตลักษณ์ความเป็นชาติ	4.38	.664	มาก
3. อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม	4.37	.695	มาก
4. อัตลักษณ์ทางสังคม	4.23	.737	มาก
ภาพรวม	4.31	.635	มาก

จากตารางที่ 4 แสดงว่าโดยภาพรวมแหล่งท่องเที่ยวไทยทรงดำมีความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.31 เมื่อพิจารณาอัตลักษณ์ชุมชนของแหล่งท่องเที่ยวไทยทรงดำในรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ อัตลักษณ์ความเป็นชาติ มีค่าเฉลี่ย 4.38 รองลงมา คือ อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ มีค่าเฉลี่ย 4.37 และ 4.35 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลกระทบต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส โควิด-19

ผลกระทบ	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
1. ผลกระทบต่อทริปปลายทางท่องเที่ยว (X1)	4.22	.745	มาก
2. ผลกระทบต่อการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (X2)	4.15	.831	มาก
3. ผลกระทบต่อที่พักแรม (X3)	4.20	.796	มาก
4. ผลกระทบต่อสิ่งอำนวยความสะดวก (X4)	4.17	.806	มาก
5. ผลกระทบต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว (X5)	4.19	.809	มาก
6. ผลกระทบต่อการให้บริการ (X6)	4.24	.781	มาก
ภาพรวม	4.21	.704	มาก

จากตารางที่ 5 แสดงว่า โดยภาพรวมผลกระทบต่อการท่องเที่ยวหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 เมื่อพิจารณาผลกระทบในรายด้าน พบว่า ผลกระทบทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยผลกระทบที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ผลกระทบต่อการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.24 รองลงมาคือ ผลกระทบต่อทริปปลายทางท่องเที่ยว และผลกระทบต่อที่พักแรม มีค่าเฉลี่ย 4.22 และ 4.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อของพฤติกรรม
การท่องเที่ยวเชิงอาหารในรายด้าน

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
1. เป้าหมาย	4.23	.739	มาก
2. ความพร้อม	4.19	.795	มาก
3. สถานการณ์	4.29	.676	มาก
4. การตอบสนอง	4.11	.828	มาก
5. ผลลัพธ์	4.28	.704	มาก
ภาพรวม	4.26	.649	มาก

จากตารางที่ 6 แสดงว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวไทยทรงดำมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.26 เมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านสถานการณ์มีค่าเฉลี่ย 4.29 รองลงมา คือ ด้านผลลัพธ์ และด้านเป้าหมาย มีค่าเฉลี่ย 4.28 และ 4.23 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันระหว่างตัวแปรรายคู่

ตัวแปร	X1	X2	X3	X4	Y
X1	1	-	-	-	-
X2	0.823**	1	-	-	-
X3	0.871**	0.749**	1	-	-
X4	0.661**	0.610**	0.675**	1	-
Y	0.801**	0.834**	0.725**	0.596**	1

** หมายถึง มีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ .01

X1 แทน การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

X2 แทน นวัตกรรมอาหาร

X3 แทน อัตลักษณ์ชุมชน

X4 แทน ผลกระทบต่อการท่องเที่ยวหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส โควิด-19

Y แทน พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

จากตารางที่ 7 แสดงว่า การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นวัตกรรมอาหาร อัตลักษณ์ชุมชน ผลกระทบต่อการท่องเที่ยวหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส โควิด-19 มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.596–0.834 โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารมากที่สุด คือ นวัตกรรมอาหาร มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.834 รองลงมา คือ การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และอัตลักษณ์ชุมชน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.801 และ 0.725 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์การถดถอยของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอันเนื่องมาจากตัวแปรอิสระ

ตัวแปรอิสระ	สัมประสิทธิ์การถดถอย			t	P value	Collinearity Statistics	
	b	S.E.	β			Tolerance	VIF
ค่าคงที่	.257	.136		1.889	.060		
การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	.288	.071	.287	4.070**	.000	.159	6.279
นวัตกรรมอาหาร	.532	.054	.509	9.822**	.000	.294	3.396
อัตลักษณ์ชุมชน	.091	.060	.091	1.508	.132	.218	4.587
ผลกระทบต่อการท่องเที่ยว	.022	.039	.023	.555	.579	.447	2.240

F = 232.572 P- value = 0.000 $R^2 = 0.736$, ** หมายถึง มีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ .01

จากตารางที่ 8 พบว่า ค่า VIF มีค่าไม่เกิน 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระไม่มีปัญหาเกี่ยวกับความสัมพันธ์กันเอง ข้อมูลจึงมีความเหมาะสมสำหรับนำมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยตัวแปรอิสระทุกตัวได้แก่ การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นวัตกรรมอาหาร อัตลักษณ์ชุมชน และผลกระทบต่อการท่องเที่ยวหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส โควิด-19 ร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงอาหารได้ ร้อยละ 73.6 ตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 มี 2 ตัว เรียงลำดับความสำคัญตามขนาดของอิทธิพลได้ คือ นวัตกรรมอาหาร และการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งมีค่าอิทธิพลในรูปคะแนนมาตรฐานเท่ากับ 0.509 และ 0.287 ตามลำดับ

อภิปรายผล

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. โดยภาพรวมการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวไทยทรงดำอยู่ในระดับมาก นั้น แสดงว่า การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวไทยทรงดำนั้นดำเนินไปโดยคำนึงถึงการสร้างเศรษฐกิจให้กับชุมชนที่เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการท่องเที่ยวไม่นำไปสู่การทำลายทรัพยากรธรรมชาติ หรือการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นอย่างฟุ่มเฟือย ตรงกันข้ามยังเป็นการช่วยสนับสนุนส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ รวมถึงวัฒนธรรมประเพณีอันดีงาม และวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวไทยทรงดำให้มีความเจริญทางเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ไว้ซึ่งทรัพยากรสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่นอย่างสมดุลต่อไป เนื่องจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกคนในแหล่งท่องเที่ยวไทยทรงดำ ได้ให้ความร่วมมือช่วยเหลือซึ่งกันและกันเพื่อให้การท่องเที่ยวไทยทรงดำ ดำเนินควบคู่ไปกับการรักษาวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีการดำเนินชีวิตของชาวไทยทรงดำไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีคนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี และผู้นำชุมชนได้แสดงบทบาทของตนเองในการจัดการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม อีกทั้งยังได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการจัดการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการพัฒนากระบวนการอุปโภคเพื่อรองรับการท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอ ซึ่งการร่วมมือกันของทุกฝ่ายดังกล่าว เกิดจากการจัดการแหล่งท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมการ

ท่องเที่ยวเป็นไปตามความต้องการของคนในชุมชน คนในชุมชนได้รับประโยชน์จากการขายสินค้า และของที่ระลึก มีรายได้จากการให้บริการด้านอาหารแก่นักท่องเที่ยว ส่วนนักท่องเที่ยวนั้นได้รับประสบการณ์ที่มีคุณค่าจากการมาเยือน คือ คุณค่าจากการได้สัมผัสวิถีชีวิตของชาวไทยทรงดำ คุณค่าจากการได้สัมผัสวัฒนธรรมประเพณีของชาวไทยทรงดำ และคุณค่าจากการได้สัมผัสวัฒนธรรมด้านอาหารพื้นเมืองของชาวไทยทรงดำ ซึ่งผลการวิจัยในส่วนนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สาโรจน์ สามารถ และคณะ (2565) ที่พบว่า กระบวนการจัดการและการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดพิจิตรโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และผลการวิจัยของสภาพร มอญโพพาน และคณะ. (2547) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ศักยภาพของจังหวัดราชบุรีในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยผลการวิจัย พบว่า จังหวัดราชบุรีมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง

2. โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวชาวไทยทรงดำให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมอาหารในระดับมาก นั้นแสดงว่า นักท่องเที่ยวได้ตระหนักถึงความสำคัญของการนำความรู้ความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีมาใช้ในการทำหรือปรับปรุงสิ่งต่าง ๆ ที่เป็นเรื่องเกี่ยวกับอาหาร เช่น วัตถุดิบในการทำอาหาร กระบวนการขั้นตอนในการทำอาหาร การบริการอาหาร การแปรรูปอาหาร กระบวนการบริหารจัดการงานด้านอาหาร และสิ่งอื่น ๆ ซึ่งจะทำให้เกิดมิติใหม่เกี่ยวกับอาหารเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ด้วยการเปลี่ยนแปลงขนาด หรือปริมาณอาหารให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภค รวมถึงการปรับปรุงพัฒนารูปร่างและลักษณะภายนอกของอาหารให้น่ารับประทานมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงทางคุณสมบัติของอาหารเพื่อทำให้รสชาติและกลิ่นของอาหารเป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภค รวมถึงเป็นการรักษาคุณค่าทางอาหารไม่ให้สูญเสียไปในระหว่างกระบวนการแปรรูป และการเปลี่ยนแปลงด้านบริบทของสินค้าอาหาร ซึ่งเป็นการปรับปรุงพัฒนาเกี่ยวกับลักษณะอื่น ๆ ที่เป็นองค์ประกอบของสินค้าด้านอาหาร ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ ฉลากสินค้า และรูปแบบของสินค้า เพื่อให้มีความสวยงามดึงดูดใจผู้บริโภคและรักษาคุณภาพของอาหาร รวมไปถึงการระบุถึงรายละเอียดต่าง ๆ ที่สำคัญเกี่ยวกับอาหาร เช่น ส่วนประกอบ คุณค่าทางอาหาร และวิธีการบริโภค เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้ตอบสนองวิถีการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค และวิธีการให้บริการด้านอาหาร (เอกณรงค์ วรสีหะ, 2558) เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีความใส่ใจในการรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม ที่มีการปรุงพิเศษเพื่อเสริมสร้างสุขภาพร่างกายให้แข็งแรง เพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกันโรค และเพื่อรักษาโรค อีกทั้งยังมีความจำเป็นที่ต้องรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งประกอบด้วยสารอาหารที่ได้รับการออกแบบทางโภชนาการที่เหมาะสมกับร่างกาย และพฤติกรรมบริโภคของตนเอง และยังใส่ใจในอาหารเพื่อสุขภาพจิตที่ทำให้บริโภคแล้วรู้สึกสดชื่นเบิกบานแจ่มใสมีอารมณ์ดี รวมถึงเหมาะสมกับผู้สูงอายุที่คำนึงถึงอาหารประเภทของขบเคี้ยวมีความปลอดภัยต่อสุขภาพร่างกายสูง อาหารจะต้องประกอบไปด้วยวัตถุดิบที่หลากหลาย และมีประโยชน์เพื่อให้ได้สารอาหารครบ 5 หมู่ ซึ่งเป็นเมนูแปลกใหม่มีให้เลือกอย่างหลากหลาย นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารให้หมดเพื่อไม่ให้เหลือเป็นขยะอาหาร ให้ความสำคัญกับวิธีการปรุงอาหารที่คำนึงถึงการลดขยะ และให้ความสำคัญกับแหล่งวัตถุดิบอาหารที่มีส่วนร่วมในการลดปริมาณขยะอาหาร อีกด้วย ซึ่งผลการวิจัยในส่วนนี้สอดคล้องกับผลการศึกษารายงานของจันทร์จิรา ฉัตรวานิช และประสพชัย พสุนนท์ (2563) ที่พบว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการยอมรับนวัตกรรมอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานรูปแบบใหม่อยู่ในระดับมาก และผลการศึกษาของศูนย์วิจัยเทรนด์และคอนเซ็ปต์แห่งอนาคตเกี่ยวกับ Future Food Trend 2021 ซึ่งพบว่า แนวโน้มของอาหารในอนาคตที่สำคัญได้แก่ อาหารเสริมภูมิคุ้มกัน อาหารเพื่อการบริโภคเฉพาะบุคคล อาหารเพื่อสุขภาพจิตใจ อาหารสำหรับคนสูงอายุ และอาหารเพื่อความหลากหลายทางชีวภาพ (สำนักนายกรัฐมนตรี Creative Economy Agency, 2563)

3. โดยภาพรวมแหล่งท่องเที่ยวไทยทรงดำมีความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนอยู่ในระดับมาก นั้นแสดงว่า ชาวไทยทรงดำมีสิ่งที่เป็นรากเหง้าแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชน ซึ่งถูกหล่อหลอมขึ้นมาและใช้เป็นภูมิปัญญา ขนบธรรมเนียมประเพณีสำหรับยึดถือเป็นแนวปฏิบัติของคนในชุมชน มีความโดดเด่นเป็นลักษณะพิเศษเฉพาะตัวที่มีความแตกต่างจากขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมในชุมชนอื่น ๆ ซึ่งอาจอยู่ในลักษณะรูปธรรมที่สัมผัสได้ อาทิ โบราณสถาน สถาปัตยกรรม โบราณวัตถุ และอยู่ในลักษณะนามธรรมที่สัมผัสไม่ได้ อาทิ วัฒนธรรมประเพณีต่าง ๆ ความเชื่อ วิถีชีวิตของคนในชุมชน รวมถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นในด้านต่าง ๆ เนื่องจากชาวไทยทรงดำมีความเป็นเอกลักษณ์ในด้านเชื้อชาติ ด้านบุคลิกภาพ และพฤติกรรมที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ มีความรักสามัคคีกันอย่างเป็นปึกแผ่นอันเกิดจากความภูมิใจในวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตของตน มีความเป็นเอกลักษณ์ในด้านวิถีชีวิต ศิลปะ อาหารพื้นเมือง นอกจากนี้ชาวไทยทรงดำยังมีวิถีชีวิต ความเชื่อ และบุคลิกที่มีความแตกต่างจากคนในชุมชนอื่น ๆ โดยทั่วไป ซึ่งผลการวิจัยส่วนนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุชาติ คุ่มสุด และน้ำผึ้ง ไชว์พันธ์ (2564) ที่พบว่า อัตลักษณ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนบ้านริมคลองโฮมสเตย์มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก และผลการวิจัยของ ภควัต รัตนราช และคณะ (2565) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าชุมชนคลองตะเอนดมีบุรีมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นมากที่สุด

4. โดยภาพรวมผลกระทบต่อการท่องเที่ยวหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 อยู่ในระดับมาก นั้นแสดงว่าภายหลังจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 นักท่องเที่ยวได้รับผลกระทบในการเดินทางท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ เป็นอย่างมาก กล่าวคือ สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ได้ส่งผลกระทบต่อปลายทางท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ และการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งลักษณะของผลกระทบที่เกิดขึ้น คือ ทำให้การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวยากลำบากมากขึ้น การให้บริการด้านที่พักแรมไม่ได้รับความสะดวกสบาย สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไม่ครบถ้วน กิจกรรมการท่องเที่ยวบางอย่างไม่สามารถดำเนินการได้ หรืออาจดำเนินไปได้แต่ไม่ครบกระบวนการ รวมถึงการให้บริการการท่องเที่ยวบางอย่างที่จำเป็นต้องงดการให้บริการ หรืออาจยังคงให้บริการแต่ไม่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ สาเหตุที่ทำให้เกิดผลกระทบดังกล่าวนี้ เนื่องมาจากการดำเนินกิจกรรมใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวดังที่กล่าวมา จำเป็นต้องคำนึงถึงความปลอดภัยในสุขภาพเป็นสำคัญ ถึงแม้ว่าโควิด-19 จะถูกประกาศให้เป็นโรคประจำถิ่นไปแล้วก็ตาม แต่การดำรงชีวิตวิถีใหม่แบบปกติ (New Normal) ก็ยังคงจะฝังอยู่ในพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวันของผู้คนไปอีกยาวนาน ซึ่งผลการวิจัยในส่วนนี้สอดคล้องกับ ศันสนีย์ กระจ่างโหม และคณะ (2563) ที่กล่าวว่า สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว กล่าวคือ พฤติกรรมการท่องเที่ยวกันเป็นกลุ่มใหญ่จะลดลง เกิดมาตรการการรักษาระยะห่าง เน้นความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวจะสามารถดำเนินการต่อไปได้แต่ต้องอยู่ภายใต้ข้อจำกัดของมาตรการควบคุมโรค รวมถึงเทคโนโลยีจะถูกนำมาใช้เพื่อสร้างความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น และเอกชัย ชำนินา (2563) ที่กล่าวว่า สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวจะท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงความปลอดภัยมากขึ้น

5. โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวไทยทรงดำมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับมาก นั้นแสดงว่า นักท่องเที่ยวได้แสดงพฤติกรรมออกมาในขณะที่ท่องเที่ยวทั้งที่สังเกตได้และสังเกตไม่ได้ กล่าวคือ เป็นพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งประกอบด้วย การท่องเที่ยวโดยมีเป้าหมายหลักที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของอาหาร เช่น วัตถุประสงค์ในการทำอาหาร วิธีการทำอาหาร รวมถึงแหล่งผลิตวัตถุดิบสำหรับการทำอาหารเป็นต้น ความพร้อมที่จะร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ

เพื่อให้เกิดประสบการณ์เกี่ยวกับอาหาร เช่น การเยี่ยมชมแหล่งผลิตวัตถุดิบสำหรับการทำอาหาร การทดลองทำอาหาร และการชิมอาหาร เป็นต้น สถานการณ์ที่เอื้อต่อการทำกิจกรรมด้านอาหาร การแปลความหมายเพื่อตอบสนองความต้องการที่พอใจมากที่สุด สถานการณ์หนึ่ง การตัดสินใจทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้ได้ไปท่องเที่ยวเชิงอาหาร และเกิดความรู้สึกพึงพอใจต่อผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการเที่ยวชมแหล่งผลิตวัตถุดิบสำหรับการทำอาหารพื้นเมืองของชาวไทยทรงดำ ชมสาธิตการทำอาหารพื้นเมืองของชาวไทยทรงดำ ต้องการมีส่วนร่วมในการทำอาหารพื้นเมืองของชาวไทยทรงดำ ต้องการให้มีการจัดแสดงเทศกาลอาหารต่าง ๆ ของชาวไทยทรงดำ ต้องการเรียนรู้วิธีการทำอาหารพื้นเมืองของชาวไทยทรงดำ และต้องการชิม หรือรับประทานอาหารพื้นเมืองของชาวไทยทรงดำ ซึ่งก่อนออกเดินทางนักท่องเที่ยวได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับอาหารพื้นเมืองของชาวไทยด่าล่วงหน้า มีความตระหนักและใส่ใจที่จะดำเนินการจองที่พักล่วงหน้า และใส่ใจเกี่ยวกับกิจกรรมการเดินทางเข้าถึงหมู่บ้านไทยทรงดำ โดยนักท่องเที่ยวมีความพร้อมที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสประสบการณ์เกี่ยวกับอาหารพื้นเมืองของชาวไทยทรงดำ และเมื่อนักท่องเที่ยวได้มาเยือนแหล่งท่องเที่ยวไทยทรงดำทำให้ได้สัมผัสประสบการณ์ต่าง ๆ ได้แก่ อาหารพื้นเมืองของชาวไทยทรงดำเป็นวัฒนธรรมที่มีคุณค่า รสชาติดีเป็นเอกลักษณ์ มีรูปลักษณะน่ารับประทาน วิธีการปรุงมีความเป็นเอกลักษณ์พิเศษไม่เหมือนอาหารทั่วไป บรรยากาศดี และมีกิจกรรมการท่องเที่ยว จนกระทั่งนักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจกับการได้เที่ยวชมแหล่งผลิตวัตถุดิบสำหรับการทำอาหารพื้นเมืองของชาวไทยทรงดำ มีความพึงพอใจที่ได้ชมสาธิตการทำอาหารพื้นเมือง เกิดความรู้สึกประทับใจกับประสบการณ์ที่ได้มีส่วนร่วมในการทำอาหารพื้นเมือง และรู้สึกประทับใจกับประสบการณ์ในการเรียนรู้วิธีการทำอาหารพื้นเมือง และมีความพึงพอใจกับรสชาติอาหารพื้นเมืองของชาวไทยทรงดำ ซึ่งผลการวิจัยส่วนนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สันติธา ร้อยอำแพง และคณะ (2566) พบว่า นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์เดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อต้องการชิม หรือทดลองรสชาติของอาหาร โดยเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางสะดวก และชอบรสชาติอาหารมีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น ผลการวิจัยของ Kivela, J. and Crofts, C.J. (2006) พบว่า การทำอาหารมีบทบาทสำคัญในการทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับจุดหมายปลายทางที่น่าประทับใจ และบ่งบอกว่านักเดินทางบางคนจะกลับไปยังจุดหมายปลายทางเดิมเพื่อลิ้มรสอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ ผลการวิจัยของ Mack, Bloise and MacLaurin (2009) พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงเกษตร นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในช่วงเทศกาล และนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวตามร้านอาหารให้ความสนใจในกิจกรรมการทำอาหารไม่ต่างกัน

6. ปัจจัยที่มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารมากที่สุด คือ นวัตกรรมอาหาร รองลงมา คือ การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นั้นแสดงว่า หากนวัตกรรมการอาหารมาช่วยในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพอาหารพื้นเมืองของชาวไทยทรงดำให้กลายเป็นอาหารที่มีประโยชน์เพิ่มมากขึ้นจนกลายเป็นนวัตกรรมอาหารในด้านต่าง ๆ ได้แก่ นวัตกรรมอาหารเสริมสร้างภูมิคุ้มกัน นวัตกรรมอาหารเพื่อการบริโภคส่วนบุคคล นวัตกรรมอาหารเพื่อสุขภาพจิต นวัตกรรมอาหารสำหรับคนสูงอายุ นวัตกรรมอาหารแบบการใช้อุปกรณ์ครัวแบบดั้งเดิม นวัตกรรมอาหารเพื่อความหลากหลายทางชีวภาพ และนวัตกรรมสำหรับโภชนาการรูปโฉมใหม่ ประกอบกับการนำหลักการของการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวไทยทรงดำ โดยการอนุรักษ์ทรัพยากร และวัฒนธรรมประเพณีอันดีงามของชาวไทยทรงดำ สร้างการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวจากทุกฝ่าย โดยคำนึงถึงความต้องการของชุมชนเป็นหลัก ร่วมกันพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อมอบประสบการณ์ที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว และบริหารจัดการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม จะส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวแสดงพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารมากขึ้น กล่าวคือ นักท่องเที่ยวจะกำหนดเป้าหมายในการท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาประสบการณ์

เกี่ยวกับอาหารในแหล่งท่องเที่ยวไทยทรงดำมากขึ้น มีความสนใจในการหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในแหล่งท่องเที่ยวไทยทรงดำมากขึ้น มีความพร้อมในการมาท่องเที่ยวเชิงอาหารในแหล่งท่องเที่ยวไทยทรงดำมากขึ้น เกิดความรู้สึกระทึกใจในประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวไทยทรงดำมากขึ้น และมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในแหล่งท่องเที่ยวไทยทรงดำมากขึ้น โดยพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารดังที่กล่าวมา จะนำไปสู่การยกระดับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในแหล่งท่องเที่ยวไทยทรงดำต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับ Donald et al. (2014) ที่กล่าวถึงความสำคัญของอาหารในฐานะเป็นวัฒนธรรมของท้องถิ่นอย่างหนึ่ง โดยกล่าวว่า อาหารสามารถแสดงถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น และมีความสำคัญต่อเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ นอกจากนี้ การจำหน่ายอาหารให้นักท่องเที่ยวยังช่วยพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นได้ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Phakdee - auksorn (2012) ที่ได้สนับสนุนบทบาทสำคัญของอาหารที่มีต่อเศรษฐกิจ และการท่องเที่ยวโดยภาพรวม ผลการวิจัยของ โดมร สุขปรีชา (2560) ซึ่งพบว่า ปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่ทำให้การท่องเที่ยวเชิงอาหารได้รับความนิยมในอนาคต คือ แนวโน้มการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนที่ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน และใช้การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเป็นกลไกในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในหลาย ๆ รูปแบบรวมถึงการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในแหล่งท่องเที่ยวไทยทรงดำ ดังนี้

1. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวไทยทรงดำทุกภาคส่วน ควรนำเทคโนโลยีเกี่ยวกับการอาหารมาช่วยในการปรับปรุงพัฒนาเมนูอาหารพื้นเมืองของไทยทรงดำให้มีประโยชน์มากขึ้น กล่าวคือ ให้มีสรรพคุณเพื่อสร้างเสริมสุขภาพให้แข็งแรง เสริมสร้างภูมิคุ้มกันโรค และปรุงพิเศษด้วยสมุนไพรที่สามารถรักษาโรคได้ มีความเหมาะสมกับผู้สูงอายุ รวมถึงการนำพืชผัก สมุนไพรมาเป็นส่วนผสมของอาหาร หรือเครื่องดื่มน้ำที่รับประทานแล้วช่วยให้รู้สึกสดชื่นเบิกบานแจ่มใสอารมณ์ดี โดยอาหารควรมีความหลากหลายทางชีวภาพเพื่อให้ได้สารอาหารครบ 5 หมู่ สร้างสรรค์อาหารเมนูที่แปลกใหม่อย่างหลากหลาย โดยการใช้วัตถุดิบที่หลากหลาย การทำอาหารควรคำนึงถึงการลดปริมาณขยะอย่างครบวงจรทั้งในแหล่งวัตถุดิบอาหาร วิธีการปรุงอาหาร และการให้บริการอาหารแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ควรจัดหาเมนูอาหารที่มีส่วนประกอบเป็นผักและผลไม้ 100% หรืออาหารที่ประกอบจากเนื้อสัตว์เทียมที่แปรรูปมาจากพืช โดยอุปกรณ์เครื่องครัวแบบดั้งเดิมควรมีการอนุรักษ์ และนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการประกอบอาหารเพื่อสร้างกิจกรรมการมีส่วนร่วมในการทำอาหารกับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

2. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวไทยทรงดำทุกภาคส่วน ควรพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยยึดหลักการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการอนุรักษ์ทรัพยากร และวัฒนธรรมประเพณีอันดีงามของไทยทรงดำควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว แสวงหาและสร้างการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวจากทุกฝ่ายโดยเฉพาะจากคนในชุมชน โดยคำนึงถึงความต้องการของคนในชุมชนเป็นสำคัญ ร่วมกันพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อมอบประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้นักท่องเที่ยว และบริหารจัดการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวแก่คนในชุมชนด้วยความเป็นปึกแผ่น

เอกสารอ้างอิง

- จันทร์จิรา ฉัตรวานิช และ ประสพชัย พสุนนท์. (2563). การวิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภคตามพฤติกรรมการยอมรับนวัตกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานรูปแบบใหม่ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี จังหวัดนนทบุรี. *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร*, 17(2), 41-65.
- โตมร สุขปรีชา. (2560). Food tourism 2.0. *TAT Review Magazine*, 3(1), 1-2.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2549). *เทคนิคการสร้างเครื่องมือรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: จามจุรี.
- บุญมี ปาริชาติชนกุล. (2546). *ความเชื่อเรื่องผีในพิธีกรรมของชาวไทยโซ่งบ้านไผ่หู่ช้าง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พรรณี สวนเพลง และคณะ. (2559). การท่องเที่ยวเชิงอาหาร. *รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว*, 4(2), 38-45.
- ภควัต รัตนราช และคณะ. (2565). การพัฒนาสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนคลองตะเอนดมื่นบุรีบนฐานอัตลักษณ์ชุมชน. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี*, 16(1), 40-55.
- กฤษณ์ ชุนห์ขจร. (2563). การสร้างแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทยท้องถิ่นเสริมภูมิทัศน์ทางานในวิถีชุมชนสุขภาพ หลังการแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19. *วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 11(2), 143-154.
- เรณู เหมือนจันทร์เชย. (2542). *อิทธิพลของคติความเชื่อ ประเพณีและพิธีกรรมของไทยโซ่ง ที่มีต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต : กรณีศึกษาหมู่บ้านแหลมกะเจา 2 ตำบลลำลูกบัว อำเภอดอนตูม จังหวัดนครปฐม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ศันสนีย์ กระจำโนม และคณะ. (2564). กลยุทธ์การปรับตัวของภาคการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนภายใต้วิกฤติการณ์การระบาดโควิด-19. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 41(1), 1-19.
- สถาพร มอญโพพาน และคณะ. (2547). *ศักยภาพของจังหวัดราชบุรีในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา.
- สันฐิตา ร้อยอำแพง, ราณี อิลิชัยกุล และ รชพร จันทรสว่าง. (2566). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษากลุ่มชาติพันธุ์ไทยวน จังหวัดสระบุรี. *วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 9(2), 281-296.
- สาโรจน์ สามารถ, ฤเดช เกิดวิชัย และ ดวงสมร โสภณธาดา. (2565). การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดพัทลุง. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 7(3), 422-437.
- สำนักนายกรัฐมนตรี Creative Economy Agency. (2563). *เทรนด์นวัตกรรมอาหาร 2564 พลวัตผู้บริโภคที่ผู้ผลิตต้องจับตา*. สืบค้น 20 กันยายน 2564, จาก <https://www.cea.or.th/th/single-statistic/future-food-trend-2021>.
- สุชาดา คุ่มสลด และ น้ำผึ้ง ไชวพันธ์. (2564). อัตลักษณ์ชุมชนที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วิสาหกิจชุมชนบ้านริมคลองโฮมสเตย์. *TNI Journal of Business Administration and Languages*, 8(1), 17-27.
- เอกชัย ชำนินา. (2563). ความสามารถของภาครัฐกับการจัดการการท่องเที่ยวภายใต้สถานการณ์โรคติดต่อเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19). *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 5(11), 420-433.

เอกณรงค์ วรสีหะ. (2558). นวัตกรรมด้านอาหารกับพฤติกรรมกับการบริโภคอาหารของคนไทยในปัจจุบัน.

วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์, 5(3), 1-13.

Kivela, J. & Crotts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. **Journal of Hospitality and Tourism Research, 30(3), 354-377.**

Mack, R., Blose, J. & MacLaurin, T. (2009). Segmenting the culinary tourist market: An American and Australian comparison. In **Proceedings of the 2009 Oxford Business and Economics Conference Program**, pp. 24-26. St. Hugh's College, Oxford: Oxford University.

Ngamkham, C. (2023). Attitudes and behaviors of tourists towards gastronomy tourism in Chiang Mai, Thailand. **Procedia of Multidisciplinary Research, 1(2), 10.**

Phakdee-auksorn, P. (2012). Tourism motivation theory and food tourism. **Journal of Management Sciences, 29(2), 129-148.**

Thanyakit, S., Jainan, A., Yaisumlee, T. & Suanpang, P. (2023). Development of healthy food recipes from local wisdom with an environmentally conservative process to promote gastronomy tourism. **Asian Administration and Management Review, 6(1), 13-26.**

Urry, J. (2002). **The tourism gaze**. London: Sage.

Wolf, E. (2002). **Culinary tourism: A tasty economic proposition**. International Culinary Tourism Task Force.