



รายงานการวิจัย

เรื่อง การศึกษาระดับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยว
ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก

A study of the Level of Food Tourism Potential for
Community Based Tourism in the Eastern Region

วรรณภา อุดมผล

ผู้วิจัย

งานวิจัยนี้ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยบูรพา

2565

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาระดับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก (A study of the Level of Food Tourism Potential for Community Based Tourism in the Eastern Region)” ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงด้วยความอนุเคราะห์จากคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา ที่ให้ทุนสนับสนุนทางการทำงานวิจัย และขอขอบพระคุณผู้ช่วยคณบดีฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ ดร.सानนท์ อนันตทานนท์ ที่ได้ให้การสนับสนุนและคำแนะนำช่วยเหลือในการทำงานวิจัยนี้

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือประเมิน ขอขอบพระคุณอาจารย์ในสาขาการท่องเที่ยวและโรงแรมทุกท่าน รวมถึงนักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ท้ายที่สุดผู้วิจัยขอขอบคุณเพื่อนร่วมงาน และครอบครัวที่สนับสนุนให้งานวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ผู้วิจัย
มีนาคม 2565

บทคัดย่อ

การศึกษาระดับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2) เพื่อศึกษาระดับความสนใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3) เพื่อพัฒนาเครื่องมือในการวัดระดับความสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 449 ชุด โดยทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis : EFA) เพื่อจัดกลุ่มตัวชี้วัด โดยใช้การยืนยันจากค่าสถิติของระดับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) เพื่อใช้สถิติตรวจสอบเครื่องมือที่ได้มาจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ของความสนใจของนักท่องเที่ยวต่อระดับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือจากทั้งหมด 41 ตัวแปรสังเกต โดยใช้ค่าน้ำหนัก (factor loading) มากเกิน 0.5 เป็นเกณฑ์ พบว่า มีเพียง 15 ตัวแปรสังเกต เป็นตัวแปรที่คงเหลือและมีความสำคัญที่จะนำไปวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ในกระบวนการถัดไป และได้องค์ประกอบทั้งหมด 4 องค์ประกอบ ได้แก่ การท่องเที่ยวที่มองอาหารในภาพรวม (Culinary Tourism) การท่องเที่ยวแบบชนบท (Rural Tourism) การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นการเดินทางถึงจุดหมายปลายทาง (Cuisine Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gourmet) เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักขององค์ประกอบพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ การท่องเที่ยวที่มองอาหารในภาพรวม (Culinary Tourism) มากที่สุด รองลงมาเป็นการท่องเที่ยวแบบชนบท (Rural Tourism) การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นการเดินทางถึงจุดหมายปลายทาง (Cuisine Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gourmet) ตามลำดับ และเมื่อนำมาทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA) เพื่อใช้ตรวจสอบเครื่องมือวัดที่ได้มาจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ผลการวิเคราะห์ได้องค์ประกอบจำนวน 4 องค์ประกอบ และมีตัวแปรที่สังเกตได้ 15 ตัว ซึ่งสอดคล้องกัน

ABSTRACT

A study of the Level of Food Tourism Potential for Community Based Tourism in the Eastern Region was quantitative research. The objectives of this study were 1) to study the food tourism potential level of tourism communities in the eastern region 2) to study the tourists' interest level toward food tourism in the eastern tourism community 3) to develop a tool to measure the level of tourists' interest toward food tourism. The researcher used the survey questionnaire as a main tool to collect data from tourists who traveled for food tourism in the region. The total set of 449 questionnaires was administered.

An exploratory factor analysis (EFA) was conducted to group 41 indicators or attributes into the individual component by using the confirmed statistical values of food tourism levels. The results showed that only 15 important observed variables were retained, the factor loading value of over 0.50 was used to determine the remaining variables and indicated the importance of further relationship analysis. The remaining variables were distributed into four components: 1) culinary tourism, 2) rural tourism, 3) cuisine tourism and 4) gourmet tourism. Considering the factor loading values of each component, the sample gave the most importance to culinary tourism, followed by rural tourism, cuisine tourism and gourmet tourism, respectively. Then a confirmatory factor analysis (CFA) was employed to reconfirm the result of exploratory factor analysis which demonstrated the 4 components, and 15 observed variables were consistent.

สารบัญ

บทคัดย่อ	ก
สารบัญ	ค
สารบัญตาราง	จ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย	1
วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย	3
ขอบเขตของโครงการวิจัย	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	5
รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	7
การท่องเที่ยวชุมชน	15
ประโยชน์ที่ชุมชนได้รับจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน	21
วิจัยที่เกี่ยวข้อง	23
กรอบแนวคิดงานวิจัย	27
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	27
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	28
กลุ่มตัวอย่าง	29
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	29
การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	30
วิธีการเก็บข้อมูล	30
การวิเคราะห์ข้อมูล	31

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์	32
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	34
ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ	40
การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน	44
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	49
สรุปผลการวิจัย	49
อภิปรายผล	52
ข้อเสนอแนะ	56
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	57
บรรณานุกรม	58
ภาคผนวก	59

สารบัญตาราง

ตารางที่ 4. 1 จำนวน และค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	34
ตารางที่ 4. 2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อการเดินทางท่องเที่ยวชุมชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก	36
ตารางที่ 4. 3 แสดงค่าไคเซอร์-ไมเยอร์-โอลกิน (The Kaiser-Meyer-Olkin-KMO) และการทดสอบบาร์เล็ท (Bartlett's Test) ขององค์ประกอบหลัก	41
ตารางที่ 4. 4 องค์ประกอบที่ 1 Culinary	41
ตารางที่ 4. 5 องค์ประกอบที่ 2 Rural	42
ตารางที่ 4. 6 องค์ประกอบที่ 3 Cuisine	42
ตารางที่ 4. 7 องค์ประกอบที่ 4 Gourmet	43
ตารางที่ 4. 8 แสดงค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA)	43
ตารางที่ 4. 9 องค์ประกอบที่ 1 Culinary	46
ตารางที่ 4. 10 องค์ประกอบที่ 2 Rural	46
ตารางที่ 4. 11 องค์ประกอบที่ 3 Cuisine	47
ตารางที่ 4. 12 องค์ประกอบที่ 4 Gourmet	47

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย

จากการศึกษาแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ได้มีการกล่าวถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย โดยเป็นการเน้นขับเคลื่อนร่วมไปกับงานพัฒนากรรมวิธีการผลิตของภาคเกษตร หรือ Food Annapolis มุ่งสร้างประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสบรรยากาศและวัฒนธรรมท้องถิ่นแบบ Authentic Local Tourism พร้อมทั้งสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งความเคลื่อนไหวต่างๆ ในการพยายามกระตุ้นการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ได้ฉายออกมาเป็นรูปร่างชัดเจนมากขึ้นเรื่อยๆ ในประเทศไทย อาทิเช่น มีการทำงานร่วมกันระหว่างองค์กรภาครัฐและเอกชน การจัดงานสัมมนาวิชาการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารระดับนานาชาติ การจัดมหกรรมอาหาร การจัดแผนกิจกรรมต่างๆ ซึ่งส่งผลได้ว่าต่อไปการท่องเที่ยวเชิงอาหารจะเข้ามามีบทบาทและมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวทั่วโลกและในประเทศ ทั้งในระดับท้องถิ่น ภูมิภาค ระดับชาติ และนานาชาติ (ศูนย์วิจัยและพัฒนาการท่องเที่ยว สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2561)

ทั้งนี้นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบกับการรับประทานอาหารจะให้ความสำคัญกับการเลือกร้านอาหารท้องถิ่น หรือยอมตื่นแต่เช้ายิ่งกว่าวันทำงานเพื่อออกมาหาของอร่อยในตลาดเช้าชุมชนมากขึ้น ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ขับเคลื่อนให้เทรนด์ “การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism)” แพร่หลายไปทั่วโลก อันที่จริงรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารยังเชื่อมโยงลึกซึ้งไปถึงการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นๆ แถมยังมีพลังในการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น ซึ่งองค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO, 2017) ได้กล่าวถึงปรากฏการณ์ ‘เที่ยวเพื่อกิน’ หรือ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) ไว้ในรายงาน Global Report on Food Tourism ว่าเป็นแนวโน้มการท่องเที่ยวที่กำลังมาแรงและน่าจับตามอง โดยในระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมาผลการวิจัยค้นพบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเยือนต่างประเทศจะใช้จ่ายในหมวดอาหารและเครื่องดื่มมากถึง 1 ใน 3 ของค่าใช้จ่ายในแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมด นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยุคใหม่ยังมักมองหาอาหารท้องถิ่นที่มีความแปลก แตกต่าง และเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ เนื่องจากพวกเขาถือว่าการได้ลิ้มลองเมนูเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์การเดินทาง เช่นนั้นแล้วเราจึงอาจกล่าวได้ว่า กระแส Food Tourism นั้นมีความเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวในลักษณะ Experiential Tourism อย่างแนบแน่น อีกทั้งยังมีความผูกพันกับสภาพแวดล้อม วิถีชีวิต และวัฒนธรรม อาทิ ข้าวหอมมะลิจากภาคอีสานของไทย องุ่นจากไร่นาแคว้นทางตอนใต้ของฝรั่งเศส ประเพณีการดื่มชาแบบอังกฤษ หรือ อาหารแบบดั้งเดิม Washoku ของญี่ปุ่น สิ่งเหล่านี้จึงสามารถเชื่อมโยงไปถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) รวมถึงการท่องเที่ยวแบบท้องถิ่น (Local Tourism) ซึ่ง UNWTO เพิ่มเติมอีกว่าจากการสำรวจความเห็นของสมาชิกที่ส่วนมากเป็นหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวในระดับประเทศและ

ภูมิภาคทั่วโลกในประเด็นต่างๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร พบว่าร้อยละ 88.2 มอง ‘อาหาร’ เป็นส่วนประกอบสำคัญในการสร้างแบรนด์และยกระดับภาพลักษณ์ของท้องถิ่น

พื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงใต้มีการทำประมง การแปรรูปอาหารทะเล การทำกะปิ น้ำปลา การทำน้ำตาลอ้อย การแปรรูปสมุนไพร การเพาะปลูก รวมไปถึงการแปรรูปผลไม้ ส่วนอาหารพื้นถิ่นมีเอกลักษณ์ที่หลากหลาย ทั้งอาหารคาวหวานและผลไม้ เช่น ปลาตาก แฉงลอน หมูชะมวง ก้วยเตี่ยวเส้นจันท์ผัดปู แกงไก่ใส่กล้วยพระ ข้าวหลาม ขนมมันนวล ขนมควยลิง ขนมบันดุก ขนมขวยตาวู้ย ทูเรียน เงาะ มังคุด ระกำ เป็นต้น นอกจากนี้พื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงใต้ยังมีการจัดกิจกรรมและงานเทศกาลเกี่ยวกับอาหารพื้นถิ่นหมุนเวียนตลอดทั้งปี ทำให้การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงใต้มีศักยภาพในด้านภูมิปัญญาและเทคโนโลยีท้องถิ่น

การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเลตะวันออกเฉียงใต้เป็นการนำเสนอเรื่องราวการดำเนินชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ที่สืบทอดกันมาแสดงถึงตัวตนที่แท้จริงของท้องถิ่น วัฒนธรรม ประเพณี นำมาบอกเล่าเรื่องราวให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ผ่านอาหารการกิน อาหารพื้นถิ่นถูกนำมาเป็นเครื่องมือในการสร้างความน่าสนใจดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาเรียนรู้และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมใหม่ๆ ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ นำมาสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตแก่คนในท้องถิ่นและเศรษฐกิจ นอกจากนี้ยังเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับชุมชนผ่านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยนักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้และสัมผัสประสบการณ์ซึ่งอยู่บนรากฐานของเอกลักษณ์เฉพาะและวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นที่ได้ไปเยือน

จากพฤติกรรมการการท่องเที่ยวดังกล่าว ส่งเสริมให้เห็นว่าในภูมิภาคตะวันออกเฉียงใต้มีชุมชนการท่องเที่ยว ที่มุ่งเน้นการยกระดับการท่องเที่ยวชุมชนโดยนำเอาเอกลักษณ์ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิวิถี ในการประกอบอาหารท้องถิ่น ตั้งแต่กระบวนการหาวัตถุดิบ จนกระทั่งกระบวนการปรุงอาหาร มาเป็นสิ่งดึงดูดใจหลักในการเชิญชวนนักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมชุมชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงใต้ โดยพฤติกรรมที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบอาหาร ส่งผลให้สามารถแบ่งการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ได้หลายรูปแบบให้นักท่องเที่ยวเลือกสรร โดยที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั่วโลกนั้นมีอยู่หลักๆ ด้วยกัน 4 รูปแบบ

1. การท่องเที่ยวตามสถานที่สำคัญและทดลองชิมอาหารประจำถิ่น เป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเกือบทุกเชื้อชาติ โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเน้นการท่องเที่ยว ให้ความสำคัญกับสถานที่ แต่มีอาหารท้องถิ่นเป็นองค์ประกอบร่วม

2. การท่องเที่ยวในเทศกาลอาหาร ฮิตในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและอเมริกา ซึ่งการท่องเที่ยวแนวนี้มีจุดเด่นอยู่ที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกสัมผัสและเข้าถึงอาหารได้หลากหลาย โดยไม่ต้องเดินทางไปซิมไกล อีกทั้งเทศกาลส่วนใหญ่มักคัดสรรร้านอาหารที่มีชื่อเสียงมาเข้าร่วม จึงเป็นโอกาสอันดีที่นักท่องเที่ยวจะได้ลิ้มลองอาหารขึ้นชื่อของแต่ละแหล่งอย่างจุใจ

3. การเข้าคอร์สสอนทำอาหาร ตอบโจทย์กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกมากกว่าเอเชีย พวกเขาสนใจกิจกรรมการเลือกซื้อวัตถุดิบและปรุงอาหารโดยมีผู้สอนเป็นคนท้องถิ่น เป็นการเรียนรู้วิถีชีวิตของคนชาตินั้นๆ อีกรูปแบบหนึ่ง

4. การท่องเที่ยวแบบพักอาศัยกับคนในพื้นที่ (homestay) นิยมกันในหมู่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวตะวันตก การท่องเที่ยวลักษณะนี้นักท่องเที่ยวจะได้ทั้งสัมผัสบรรยากาศการใช้ชีวิตของ

ชาวบ้าน ศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรม ล้มลองเมนูพื้นบ้านขนานแท้ หรืออาจจะได้ทดลองปรุงอาหาร ระหว่างพักอาศัยด้วย (อ.ดร.จักรกฤษณ์ วัชรราชกูร์, ศูนย์วิจัยและพัฒนาการท่องเที่ยว สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2561)

ดังนั้นผู้วิจัยได้เล็งเห็นว่าการชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก มีวัฒนธรรม วิถี และอาหารท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ในแต่ละชุมชนที่สามารถมาต่อยอดและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้อย่างมีคุณภาพ จึงจำเป็นต้องศึกษาระดับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก จากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เพื่อนำมาพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ตอบโจทย์กับศักยภาพของชุมชนและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้อย่างลงตัว

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก
2. เพื่อศึกษาระดับความสนใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก
3. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของระดับการวัดระดับความสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก
4. เพื่อยืนยันองค์ประกอบของระดับการวัดระดับความสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก

ขอบเขตของโครงการวิจัย

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัยและสอดคล้องกับประเภทของการวิจัยตามที่กำหนดอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยดังนี้

1. **ขอบเขตด้านพื้นที่** การศึกษาครั้งนี้ใช้พื้นที่ในการศึกษา คือ ชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดชลบุรี ฉะเชิงเทรา ระยอง ซึ่งเป็นพื้นที่การท่องเที่ยวในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเป็นหลักใน 3 จังหวัดนี้ รวมถึงพื้นที่ติดกันได้แก่ จันทบุรี และตราด
2. **ขอบเขตด้านประชากร** การศึกษาครั้งนี้มีผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในชุมชนภาคตะวันออก จำนวน 449 คน
3. **ขอบเขตด้านเนื้อหา** การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาการศึกษาระดับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ได้เครื่องมือในการวัดระดับความสนใจการท่องเที่ยวเชิงอาหารในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียง
2. ทำให้ทราบถึงระดับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียง
3. ทำให้สามารถจัดรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่หลากหลายและแปลกใหม่ โดยไม่ทำลายวัฒนธรรมและวิถีชุมชน
4. ทำให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาหารชุมชนสินค้าท้องถิ่นที่มีอัตลักษณ์เฉพาะ
5. ทำสามารถนำไปต่อยอดให้เกิดการประชาสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของอาหารท้องถิ่น เพื่อให้เกิดการรับรู้และความ ตื่นตัวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียง
6. ทำให้สามารถนำวัฒนธรรมทางอาหารมาเป็นส่วนหนึ่งในการกำหนดกลยุทธ์ของประเทศด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว ดังนั้นที่ได้ก็ตามที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวก็จะมีเรื่องของอาหารเป็นส่วนส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ทำให้การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารเป็นกลยุทธ์ที่มีศักยภาพสามารถนำมาใช้แข่งขันกันในแต่ละพื้นที่ช่วย ดึงดูดจำนวนนักท่องเที่ยวให้เพิ่มขึ้น สร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว สร้างประสบการณ์ที่ดีสร้างรายได้ สร้างคุณภาพชีวิตที่ดีแก่คนในท้องถิ่น รวมทั้งมีส่วนช่วยในการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นได้ (Ritchie & Crouch, 2003)

นิยามศัพท์เฉพาะ

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร หมายถึง การเดินทางไปในพื้นที่เพื่อการพักผ่อนรวมถึง การไปชมอาหาร งานเทศกาลอาหาร งานแสดงสินค้า ด้านอาหาร การสาธิตการทำอาหาร รวมถึงการชิมผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพในพื้นที่นั้นๆ โดย นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสวัฒนธรรมของประเทศหรือวัฒนธรรมท้องถิ่นที่แปลกใหม่ผ่านการชิม อาหาร ซึ่งรสชาติของอาหารจะสะท้อนถึงวัฒนธรรมของประเทศ

การท่องเที่ยวชุมชน หมายถึง การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมของชุมชน กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชน เพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของในการจัดการ ดูแล เพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน

การท่องเที่ยวเชิงอาหารในภาคตะวันออกเฉียง หมายถึง พื้นที่ๆ มีการท่องเที่ยวชุมชน และมีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่นั้นๆ ในกรวิจัยนี้ ได้แก่ จังหวัดชลบุรี ฉะเชิงเทรา และระยอง ซึ่งเป็นพื้นที่การท่องเที่ยวในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกเฉียง (EEC) รวมถึงพื้นที่ติดกัน ได้แก่ จังหวัดจันทบุรีและ ตราด ซึ่งเป็นพื้นที่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียง

ศักยภาพการท่องเที่ยว หมายถึง ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการพัฒนาการปรับปรุงหรือทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง รวมถึงความน่าสนใจของท้องถิ่นนั้นว่ามีเพียงพอที่จะดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องการศึกษาาระดับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก มุ่งศึกษาระดับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก ระดับความสนใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนการท่องเที่ยวภาคตะวันออก และพัฒนาเครื่องมือในการวัดระดับความสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ดังนั้น การนำเสนอความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีดังนี้

- 2.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร
- 2.2 รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร
- 2.3 การท่องเที่ยวชุมชน
- 2.4 ประโยชน์ที่ชุมชนได้รับจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน
- 2.5 วิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 กรอบแนวคิดงานวิจัย

2.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นแนวโน้ม การท่องเที่ยวในปัจจุบันที่เกิดขึ้นโดยเป็นรูปแบบ การท่องเที่ยวที่มีลักษณะพิเศษ โดยมีอาหารเป็นปัจจัยหลักในการเสริมสร้างประสบการณ์ผ่านกิจกรรมการ

Macionis, & Cambourne (2003) ได้ให้คำนิยาม ว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นการเดินทางไปในพื้นที่เพื่อการพักผ่อนรวมถึง การไปชมอาหาร งานเทศกาลอาหาร งานแสดงสินค้า ด้านอาหาร การสาธิตการทำอาหาร รวมถึงการชิม ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพในพื้นที่นั้นๆ โดยนักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสวัฒนธรรมของประเทศ หรือวัฒนธรรมท้องถิ่นที่แปลกใหม่ผ่านการชิมอาหาร ซึ่งรสชาติของอาหารจะสะท้อนถึงวัฒนธรรมของประเทศ

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร จึงเป็นการท่องเที่ยวที่ใช้ประสาทสัมผัส ทุกความรู้สึกและส่งผลให้อาหารเป็นศูนย์กลางสำคัญในประสบการณ์ท่องเที่ยว Shalini & Duggle (2015) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวทางด้านอาหารเป็นปรากฏการณ์ใน ระดับสากลที่อยู่ในระดับการพัฒนาที่ชัดเจนและมีผลทางบวกต่อเศรษฐกิจในระดับประเทศและ ส่งผลดีต่อมรดกทางวัฒนธรรมเนื่องจากนักท่องเที่ยวพยายามที่จะสร้างประสบการณ์ทางด้านอาหาร การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวเพื่อซื้อสินค้าและบริการซึ่งสอดคล้องกับองค์การ ท่องเที่ยวโลกได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นและกำลังพัฒนาเป็น ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ โดยมากกว่า 1 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ท่องเที่ยวไปกับอาหารการกิน ดังนั้น อาหารจึงเป็น จุดหมายปลายทางและเป็นส่วนสำคัญของประสบการณ์ที่มีคุณภาพในการเดินทาง (WTO, 2012)

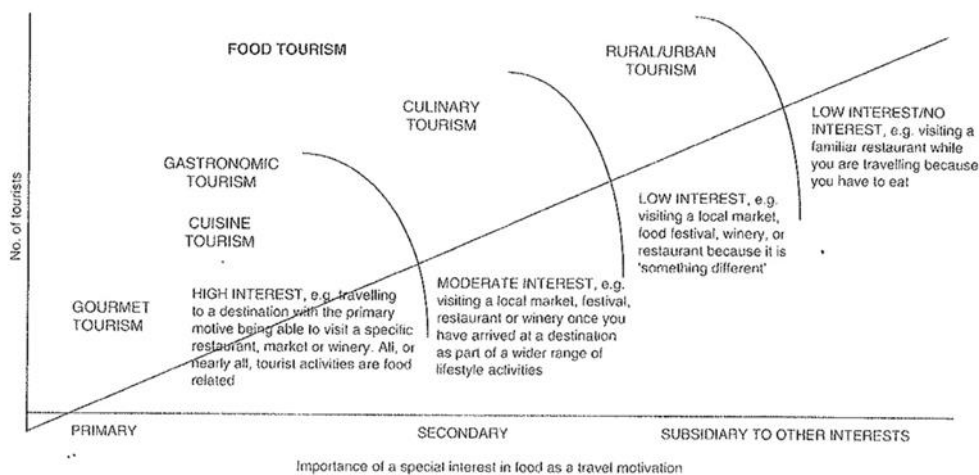
นอกจากนี้ Pullphothong & Sopa (2012) ได้อธิบายว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการท่องเที่ยวที่ได้รับประสบการณ์จากอาหารในพื้นที่หรือในภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวเข้าไปท่องเที่ยว ซึ่งเป็นองค์ประกอบหรือปัจจัยที่สำคัญที่กระตุ้น ให้คนเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางโดยเฉพาะ การได้รับประทานอาหารท้องถิ่นซึ่งเป็นองค์ประกอบ สำคัญทางด้านการท่องเที่ยวมีความสำคัญเท่ากับสถานที่พักและทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงเป็นการเรียนรู้วัฒนธรรมใหม่ในแต่ละพื้นที่เป็นการพัฒนาความรู้ความเข้าใจ ในผลิตภัณฑ์ของสินค้าและบริการรวมถึงอาหารที่ผ่านการบริโภคโดยนักท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558)

Shalini & Duggle (2015) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวทางด้านอาหารเป็นปรากฏการณ์ในระดับสากลที่อยู่ในระดับการพัฒนาที่ชัดเจนและ มีผลทางบวกต่อเศรษฐกิจในระดับประเทศและส่งผลดีต่อมรดกทางวัฒนธรรมเนื่องจากนักท่องเที่ยว พยายามที่จะสร้างประสบการณ์ทางด้านอาหาร การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยว เพื่อซื้อสินค้าและบริการซึ่งสอดคล้องกับองค์การการท่องเที่ยวโลกได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นและกำลังพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ โดยมากกว่า 1 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ท่องเที่ยวไปกับอาหารการกิน ดังนั้น อาหารจึงเป็นจุดหมายปลายทางและเป็นส่วนสำคัญของ ประสบการณ์ที่มีคุณภาพในการเดินทาง (WTO, 2012)

นอกจากนี้ Pullphothong & Sopa (2012) ได้อธิบายว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็น การท่องเที่ยวที่ได้รับประสบการณ์จากอาหารใน พื้นที่หรือในภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวเข้าไปท่องเที่ยว ซึ่งเป็นองค์ประกอบหรือปัจจัยที่สำคัญที่กระตุ้น ให้คนเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางโดยเฉพาะ การได้รับประทานอาหารท้องถิ่นซึ่งเป็นองค์ประกอบ สำคัญทางด้านการท่องเที่ยวมีความสำคัญเท่ากับสถานที่พักและทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงเป็นการเรียนรู้วัฒนธรรมใหม่ในแต่ละพื้นที่เป็นการพัฒนาความรู้ความเข้าใจ ในผลิตภัณฑ์ของสินค้าและบริการรวมถึงอาหารที่ผ่านการบริโภคโดยนักท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558)

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหาร หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจและจุดมุ่งหมาย ในการลิ้มรสชาติทางด้านอาหารและเครื่องดื่ม ในขณะที่เดียวกันนักท่องเที่ยวก็สามารถเพลิดเพลิน กับการท่องเที่ยวในพื้นที่ไปด้วย การท่องเที่ยวเชิง อาหารจึงเป็นการผสมผสานของอาหารและเอกลักษณ์ เฉพาะพื้นที่ ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้ประสบการณ์จาก พื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยว

2.2 รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร



(Hall and Mitchell, 2005)

ภาพที่ 1 ระดับความสนใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ที่มา : Hall and Mitchell (2005)

จากแผนภาพแสดงระดับความสำคัญความสนใจในด้านอาหารซึ่งเป็นแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร Hall and Mitchell (2005) ได้แบ่งระดับได้ ดังนี้

1. ระดับความสนใจต่ำ/ไม่มีความสนใจ อาทิ การใช้บริการร้านอาหาร ภัตตาคารที่มีความเสมือนหรือใกล้เคียงกับประสบการณ์เดิมในขณะที่เดินทาง ทั้งนี้ เนื่องจากมาจากความต้องการรับประทานอาหารเท่านั้น คือ การท่องเที่ยวตามความต้องการของนักท่องเที่ยวทั่วไป

2. ระดับความสนใจต่ำ อาทิ การเยี่ยมชมตลาดท้องถิ่น งานเทศกาล ร้านอาหาร ภัตตาคาร หรือสถานที่ชม ชิมไวน์ ด้วยเหตุผลจาก 'ความแตกต่างบางประการ' ของสถานที่ คือ การท่องเที่ยวรูปแบบ Rural/Urban Tourism

3. ระดับความสนใจปานกลาง อาทิ การเยี่ยมชมตลาดท้องถิ่น งานเทศกาล ร้านอาหาร ภัตตาคาร หรือสถานที่ชม ชิมไวน์อย่างน้อยหนึ่งครั้งเมื่อเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทาง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมตามไลฟ์สไตล์ที่หลากหลาย คือการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบ Culinary Tourism

4. ระดับความสนใจสูง อาทิ การเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวด้วยแรงกระตุ้นทางตรงเพื่อเยี่ยมชม/ใช้บริการร้านอาหาร ภัตตาคารแบบเฉพาะเจาะจง ตลาด หรือสถานที่สำหรับชม ชิมไวน์ โดยกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยวทั้งหมด หรือเกือบทั้งหมดจะมีความเกี่ยวข้องกับเรื่องของอาหาร คือ การท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบ Gastronomic Tourism / Cuisine Tourism รวมถึง Gourmet Tourism

ซึ่งงานวิจัยของ เบญจมาภรณ์ (2561) ได้แบ่งระดับความสนใจของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ไว้ดังนี้

1. การท่องเที่ยวแบบชนบทหรือในเมือง (Rural/Urban Tourism) เป็นความสนใจในระดับต่ำสุด คือ ไม่ได้สนใจการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวหรือการท่องเที่ยวในชุมชนหรือในเมือง โดยมีการรับประทานอาหารควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเหมือนกับนักท่องเที่ยวปกติทั่วไปที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวและรับประทานอาหารเครื่องดื่มในมื้ออาหารนั้นๆ

2. การท่องเที่ยวที่มองอาหารในภาพรวม (Culinary Tourism) เป็นความสนใจในระดับปานกลางเป็นลักษณะของการท่องเที่ยวและมีการเลือกรับประทานอาหารประจำท้องถิ่นเนื่องจากอาหารมีความแปลกหรือแตกต่างจากท้องถิ่นอื่นๆ เช่น การรับประทานอาหารที่ขึ้นชื่อหรือเมนูแนะนำจากคนในท้องถิ่น

3. การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomic Tourism) หรือ (Cuisine Tourism) เป็นความสนใจ ในระดับสูงเป็นลักษณะการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นการเดินทางถึงจุดหมายปลายทางอาหารและเครื่องดื่มจะเป็นกิจกรรมส่วนหลักๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องในการท่องเที่ยวครั้งนั้น อย่างเช่น การมาท่องเที่ยวประเทศไทยก็จะรับประทานต้มยำกุ้งหรือไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีก็จะรับประทานกิมจิ หรือการเข้าไปในพื้นที่แล้วรับประทานอาหารท้องถิ่น เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่นักท่องเที่ยวสนใจเฉพาะเจาะจง (Gourmet Tourism) เป็นความสนใจในระดับสูงหรือเป็นการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างแท้จริงซึ่งเป็นแรงจูงใจ ในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทางหลักเพื่อรับประทานอาหารและเครื่องดื่มในท้องถิ่นนั้นๆ ทุกกิจกรรมการท่องเที่ยวล้วนมีอาหารเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น การไปท่องเที่ยวเทศกาลอาหารในพื้นที่นั้นๆ การไปฝึกทำอาหารในพื้นที่ท่องเที่ยว การเข้าไปท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อรับประทานอาหารพื้นเมือง ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวในระดับความสนใจ

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

การท่องเที่ยวเชิงอาหารนั้น คือ การผสมผสานธรรมชาติของท้องถิ่น การเข้าถึงทรัพยากรท่องเที่ยว การเป็นเจ้าของที่ดี การบริการ และเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น เป็นการใช้ประสาทสัมผัสในการลิ้มรสอาหาร ได้กลิ่นอาหาร การเรียนรู้กรรมวิธีการปรุงและได้ ทดลองทำอาหาร รวมไปถึงประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว (Thumsingh, 2017) ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงอาหาร จึงรวมถึงประสบการณ์การท่องเที่ยวในแหล่งอาหาร ที่เป็นเอกลักษณ์ ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารไม่จำเป็นต้องเกิดจากร้านอาหารราคาแพงเสมอไปนักท่องเที่ยวที่เที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีความประทับใจกับ ร้านอาหารรายย่อยตามริมทางหรือร้านที่ไม่เป็นที่รู้จักทั่วไปมากกว่า หากสถานที่แห่งนั้นสามารถสร้าง ประสบการณ์ที่น่าประทับใจแก่นักท่องเที่ยวได้ การท่องเที่ยวเชิงอาหารนี้ มีอิทธิพลเกี่ยวเนื่องกับ วัฒนธรรม สังคม สิ่งแวดล้อม สภาพเศรษฐกิจ และการท่องเที่ยวแบบนี้ได้รับความนิยม ในประเด็นต่าง ๆ (Hall and Sharples, 2003) ซึ่ง Athena (2012) ได้ระบุปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อ การบริโภคอาหารของนักท่องเที่ยว โดยการสังเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกจากการบริโภคอาหาร การวิจัยทาง สังคมวิทยา ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารของนักท่องเที่ยวซึ่งมาจาก อิทธิพลทางวัฒนธรรม ศาสนา ปัจจัยทางสังคมประชากร การเรียนรู้ ประสบการณ์ที่ผ่านมาของ นักท่องเที่ยว

รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารมีวัตถุประสงค์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสรสชาติอาหารท้องถิ่น เรียนรู้ถึงประวัติความเป็นมา วัฒนธรรม และเคล็ดลับการทำอาหารของสถานที่นั้น ๆ สำหรับประเทศไทยเพิ่ง จะเริ่มให้ความสนใจการท่องเที่ยวเชิงอาหารเมื่อไม่กี่ปีมานี้ ตัวอย่างการท่องเที่ยวลักษณะนี้ก็คือ ทัวร์ชิม อาหารในกรุงเทพฯ (Bangkok Food Tours) โดยบริษัท นวพรรณ ฮอสพิทาลิตี้ จำกัด ซึ่งต้องการนำเสนอ รูปแบบการท่องเที่ยวไทยที่แตกต่างจากบริษัททัวร์อื่น ๆ ทั่วไป และเพื่อทำให้ชาวต่างชาติได้รู้จักอาหารไทย มากขึ้น (TAT Review Magazine, 2017) ซึ่งการท่องเที่ยวลักษณะนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Leejeerajumnean Arunsri et al., (2016) ที่ได้พัฒนาและทดสอบศักยภาพของเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อ การเรียนรู้อาหารไทย โดยศึกษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมด้านอาหาร ประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ เกี่ยวข้องกับอาหาร โดยจะต้องหาอัตลักษณ์และความโดดเด่นของแต่ละพื้นที่แล้วจึงจะนำมากำหนดเป็นจุด สนใจทางการท่องเที่ยวเพื่อ การเรียนรู้อาหารที่มีศักยภาพทางการตลาดและในเชิงพาณิชย์ โดยจะใช้แนวคิด พื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอนุรักษ์ การท่องเที่ยวโดยชุมชน และการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืน ในการศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเพณี และเทศกาลในท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับอาหารและการกินอยู่ ของชุมชน แล้วทดสอบศักยภาพของจุดสนใจทางการท่องเที่ยว และนำมาร้อยเรียงได้เป็นเส้นทาง การท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ ที่เรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) หรือการท่องเที่ยวเพื่อ การเรียนรู้อาหาร (Gastronomic Tourism)

จากข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยจะนำมาสังเคราะห์รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น โดยแสดงให้เห็น ถึงองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น วัตถุประสงค์ ประวัติความเป็นมา วัฒนธรรม และ เคล็ดลับการทำอาหารของสถานที่นั้น ๆ โดยมีมีคฤเทศก์ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารและ เครื่องดื่มของแต่ละ ท้องถิ่นเป็นผู้นำทัวร์อธิบายสิ่งต่างๆ และอาจมีคู่มือกิจกรรมหรือการลงมือปฏิบัติ ร่วมด้วย

ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Typology of gastronomy tourism)

แอน แมท ซาลาเกอร์ (Anne-Mette Hjalager) ได้จัดประเภทของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ไว้ 4 ประเภทคือ

1. **ทัวร์อาหาร (Food Tours or Routes)** หรือ เรียกอีกอย่างว่า เส้นทางรสชาติ (Taste Paths) ซึ่งรวมถึง เครื่องดื่มด้วย เช่น ไวน์ วิสกี้ ไชเดอร์ และเบียร์ ทัวร์อาหาร ทำให้นักท่องเที่ยวได้ แลกเปลี่ยนความคิดในเรื่องอาหาร รสชาติ วัฒนธรรม และชุมชน รวมถึงการไปฟาร์ม ทุ่งนา เยี่ยมชม โรงงานถึงแหล่งสถานที่ผลิตอาหารและเครื่องดื่ม ท้องถิ่น

2. **พิพิธภัณฑ์อาหาร (Food Museum)** เพื่อบอก ที่มาเรื่องราวกระบวนการผลิต ส่วนผสม เครื่องปรุง การใช้ อุปกรณ์เครื่องมือต่าง ๆ และวิธีการปรุงอาหารประเภทต่าง ๆ วัตถุประสงค์ของอาหาร

และอาหารท้องถิ่นเป็นแนวความคิดหลักของการจัดพิพิธภัณฑ์อาหารส่วนใหญ่ รวมถึงการจัดกิจกรรมการปรุงอาหารเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มี ประสบการณ์โดยตรง

3. เทศกาลอาหาร (Food Festival or Event) การจัดเทศกาลอาหารนิยมการจัดแบบที่สามารถเคลื่อนที่ได้ง่าย จากที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่งเพราะส่วนใหญ่เป็นการจัดงาน ขึ้นเพียงช่วงเวลาสั้นๆ เทศกาลอาหารสามารถดึงดูด นักท่องเที่ยวทั้งในชาติและต่างชาติได้เป็นจำนวนมาก ส่วนใหญ่ เป็นการจัดเกี่ยวกับอาหารประจำชาติ และอาหารประจำ ภูมิภาค มีการนำเสนออาหารท้องถิ่นและ เครื่องดื่ม ในรูปแบบต่าง ๆ แสดงถึงขั้นตอนการเตรียมวัตถุดิบอาหารและ อุปกรณ์เครื่องมือต่าง ๆ นักปรุงอาหารที่มีชื่อเสียงมาแสดง การปรุงอาหาร มีการการแข่งขัน และมอบรางวัล

4. การเรียนปรุงอาหาร (Cooking classes) เป็นการเรียนระหว่างมาท่องเที่ยวสำหรับ นักท่องเที่ยว ที่สนใจในศิลปะการปรุงอาหารแล้วยังต้องการมีความรู้ถึง วัฒนธรรมด้านอาหาร ประเพณีอาหารท้องถิ่นประจำภูมิภาค การเกษตร ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นต่าง ๆ สามารถเรียน ได้แบบ ระยะสั้นที่เป็นเมนูอาหารเฉพาะถึงอาหารระดับ ภูมิภาค (Anne-Mette Hjalager and Greg Richards, 2002 : 29-31)

แนวคิดอัตลักษณ์ (Identity)

อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่ประกอบสร้างขึ้น (Socially Construction) และเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้จากการปฏิสัมพันธ์ กับผู้อื่น เป็นสิ่งที่เชื่อมเราเข้ากับสังคม หรือจากกระบวนการ ชัดเกล้าทางสังคม (Socialization) และการปฏิสัมพันธ์ หรือการปะทะสร้างสรรค์ทางสังคม (Social Interaction) อัตลักษณ์เป็นเรื่องของการกำหนด “ความเหมือน” (Similarity) และความต่าง (Difference) ตัวตน (มณีรัตน์ สุขเกษม, 2560: 94 อ้างถึงใน ปรีชา คุวินทร์พันธุ์, 2551) ส่วนทฤษฎี สังคมศาสตร์ โดยเฉพาะในวัฒนธรรมศึกษา (Cultural studies) คำว่า อัตลักษณ์ คือ การนิยามความหมายหรือ การสร้างภาพแทนความจริง (Representation) และ คือคุณสมบัติที่เป็นลักษณะเฉพาะของบุคคล หรือสิ่งนั้น อัตลักษณ์เป็นคำที่เกี่ยวข้องกับวิชาหลายแขนงทาง สังคมศาสตร์ ทั้งสังคมวิทยา มานุษยวิทยา จิตวิทยา และ ปรัชญา ในสาขาวิชาเหล่านี้ใช้คำที่มีความหมายใกล้เคียง หรือเกี่ยวข้องกับ อัตลักษณ์ ได้แก่คำว่า อัตบุคคล (Subject) ปัจเจกบุคคล (Individual) และบุคลิกภาพ (Personality) อัตบุคคล (Subject) ในปรัชญาตะวันตกอัตบุคคล หมายถึงลักษณะที่สิ่งหนึ่งมีอยู่ เป็นอยู่ในตัวของมันเอง ปัจเจกบุคคล (Individual) มาจากรากศัพท์ ภาษาลาติน หมายถึงสิ่งที่ แบ่งแยกไม่ได้ ในคริสตศาสนาของ ยุคกลาง ปัจเจกบุคคล หมายถึง เอกภาพอันศักดิ์สิทธิ์และมีอาจ แบ่งแยกได้ ส่วนในศตวรรษที่ 17 ความหมายของคำนี้ได้ พัฒนามาเป็นคำคุณศัพท์ที่อธิบายถึง ลักษณะเฉพาะของ ปัจเจกบุคคลที่ทำให้เขาแตกต่างจากคนอื่น บุคลิกภาพ (Personality) ในสาขา จิตวิทยาและ มานุษยวิทยา บุคลิกภาพ หมายถึงโครงสร้างหรือการจัด ระเบียบของพลังหลายๆ ชนิด ในตัวมนุษย์ บุคลิกภาพมิใช่ พฤติกรรมแต่เป็นพลังผลักดันเบื้องหลังพฤติกรรม บุคลิกภาพฝังตัวอยู่ ข้างใน ส่วนพฤติกรรมคือส่วนที่ แสดงออกข้างนอก เป็นภาพของปัจเจกในสายตาผู้อื่น อัตลักษณ์คือ

“ความเป็นปัจเจก” ที่เชื่อมต่อและ สัมพันธ์กับสังคม (Social aspect) สังคมกำหนดบทบาท หน้าที่ และระบบคุณค่า เช่น ความเป็นพ่อแม่ สามีภรรยา ศิษย์อาจารย์ ในมิตินี้อัตลักษณ์จึงเป็นเรื่องของการใช้ สัญลักษณ์ (Symbolic aspect) เพราะการแสดงออกถึง ความสัมพันธ์ต่างๆ กระทำผ่านระบบ สัญลักษณ์ได้หลายรูปแบบ ในอีกด้านหนึ่งอัตลักษณ์ก็เกี่ยวข้องกับมิติ ”ภายใน” ของความเป็นตัวเราอย่างมากทั้งในด้านอารมณ์ ความรู้สึก นึกคิด เพราะมนุษย์ได้ให้ความหมายหรือเปลี่ยนแปลง ความหมายเกี่ยวกับตนเองในกระบวนการที่เขาสัมพันธ์กับโลก อัตลักษณ์จึงมีความสำคัญเนื่องจาก เป็นสิ่งที่เชื่อมโยงระหว่าง สองสิ่ง และสามารถแบ่งอัตลักษณ์ออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ๆ ได้คือ อัตลักษณ์ บุคคล และอัตลักษณ์สังคม (อภิญา เพ็ญฟูสกุล, 2546 : 1-6) คงไม่มีทางเป็นไปได้ที่อัตลักษณ์ ของแต่ละสิ่ง แต่ละคนจะเหมือนกัน เพราะทุกอย่างล้วนมีความ หลากหลายหรือมีการผสมผสานกัน ใน ศาสตร์จิตวิทยาและ สังคมวิทยาทฤษฎีดั้งเดิมของอัตลักษณ์ถูกสร้างขึ้นจาก การเติบโตของระดับชน ชั้น เพศ และเชื้อชาติในความสัมพันธ์ ของอัตลักษณ์และการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยว เชิง วัฒนธรรมในองค์กรนานาชาตินั้นได้บอกว่า การเกิดใหม่ ของอัตลักษณ์นั้นมีอยู่เสมอ โครงสร้าง ของอัตลักษณ์มี ความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับตัวเองและสิ่งอื่นๆ รอบตัว การสร้าง อัตลักษณ์ระดับชาติ สำหรับการท่องเที่ยวต้องหาอัตลักษณ์ ร่วมที่เป็นตัวแทน มีการอธิบายตีความ และมีการสร้างขึ้น การ สร้างอัตลักษณ์ขึ้นใหม่ที่โดดเด่นจะทำให้อัตลักษณ์ชุมชนนั้นเหมือนมีชีวิตใหม่ เกิดการตื่นตัวขึ้นใน สังคมและ เพิ่มความหนักแน่นในวัฒนธรรมอย่างสูง คนท้องถิ่นโดยเฉพาะ คนหนุ่มสาวต้องการค้นหา วัฒนธรรมและอัตลักษณ์อีกครั้ง เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

มานูเอล คาสเทล (Manuel Castells) ได้นิยาม ถึงที่มาของการสร้างอัตลักษณ์บุคคลและอัต ลักษณ์ชุมชนไว้ 3 ประเภท ได้แก่

1. **อัตลักษณ์ที่มีความสำคัญ (Legitimizing identity)** เป็นสัญลักษณ์ที่สร้างขึ้นโดยมี ความหมายเด่นชัด ถูกเผยแพร่อย่างมีเหตุมีผลเป็นระบบและเป็นที่ยอมรับ กว้างขวาง สัญลักษณ์ที่ มีความสำคัญและมีอำนาจนี้อาจเป็น สถานที่และบุคคลได้ เช่น ทำเนียบขาว หอไอเฟล และ เทพี เสรีภาพ

2. **อัตลักษณ์ทางเลือก (Resistance identity)** เป็นสิ่งที่ต่อมาจากอัตลักษณ์ที่มี ความสำคัญ โดยบุคคลและ ชุมชนมีการต่อต้าน ต้องการจะหาทางออกจากอัตลักษณ์ กระแสหลัก และสร้างอัตลักษณ์ทางเลือกให้เป็นที่ยอมรับ ระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยว

3. **อัตลักษณ์ในจินตนาการ (Project identity)** เป็นสิ่งที่ถือกำเนิดขึ้นมาจากอัตลักษณ์ ทางเลือกจากความ ต่อต้านมาเป็นสู่ความท้าทาย ที่บุคคลและชุมชนต้องการ สร้างอัตลักษณ์ขึ้นมา ใหม่ที่มีระเบียบ มีความหมาย และ มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของสังคม (Melanie Smith, Nicola Macleod and Margaret Hart Robertson, 2010: 99-103)

ความสัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์กับอาหาร (Relationship between Identity and food)

“You are what you eat” เป็นสำนวนถ้อยคำ ของนักปรัชญาชาวเยอรมัน ลุดวิก ฟอยเออร์บัค (Ludwig Feuerbach) ที่ถอดความหมายมาจากประโยค “Tell me what you eat and I will tell you what you are” จาก ในหนังสือ The Physiology of Taste ของนักเขียนชื่อ แอนเท็ม บริแล็น สวาริน (Anthelme Brillat-Savarin) ที่สรุปความเชื่อมโยงสัมพันธ์ระหว่างอาหารกับอัตลักษณ์ ธรรมเนียมประเพณีของอาหารผูกมัดกับอัตลักษณ์ตั้งแต่ เชื้อชาติ สัญชาติ ความจริงแท้ อัตลักษณ์ ภูมิภาค เพศ ระดับ ชนชั้น การเมือง และเศรษฐกิจหรือที่เรียกว่าวิถีอาหาร (Foodways) วิถีอาหารคือรูปแบบสังคม พฤติกรรมด้าน อาหารที่มีลักษณะร่วมกันของกลุ่มชุมชนวัฒนธรรมเดียวกัน วัฒนธรรมอาหารเป็นแหล่งกำเนิดหลักของอัตลักษณ์ ส่วน ประกอบหลัก และอาหารจานหลักที่สามารถเปลี่ยนมาเป็น สัญลักษณ์อันมีความหมายสำหรับคนท้องถิ่นและ นักท่องเที่ยวได้ อาหารมีความสอดคล้องสัมพันธ์กับกลุ่มคนและ ภูมิศาสตร์ รูปแบบอาหารถูกเชื่อมโยงถึงคนพื้นเมืองและภูมิภาคซึ่งอาหารบางประเภทเอาชื่อของสถานที่มาตั้งเป็น ชื่ออาหาร รสชาติ ภาพลักษณ์ รูปแบบอาหาร และสถานที่ แหล่งกำเนิดของอาหารเป็นสิ่งที่ไม่สามารถแยกออกจากกัน ได้ กลุ่มคนจากสถานที่นั้นๆ สามารถบอกอัตลักษณ์ของ อาหารจานหลักที่เชื่อมโยงถึงสถานที่ได้ แหล่งกำเนิดของอาหารเป็นรากฐานหลักของภูมิศาสตร์และอัตลักษณ์ทาง ชนชั้น อาหารซึมผ่านเข้ามาในชีวิตและมีผลความคิดต่อ ตัวเราเองและผู้อื่น เป็นมากกว่าสิ่งบำรุงหล่อเลี้ยงร่างกาย ในวัฒนธรรมที่หลากหลายก็มีอาหารหลายอย่างที่แสดงถึง สัญลักษณ์ของอัตลักษณ์ อาหารสามารถเป็นมื้ออาหารหลัก อาหารประจำวัน หรืออาหารในเทศกาลที่เชื่อมโยงกับ อัตลักษณ์เฉพาะได้ เช่น คนจีนหรือคนเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้ นิยมรับประทานโจ๊กหรือข้าวต้มเป็นอาหารเช้า อาหารยัง เป็นสิ่งแบ่งเขตระหว่างคนภายในและคนภายนอก เช่น อาหารเช้าเราจะรับประทานกับครอบครัวและเพื่อนสนิท เท่านั้น หรืออาหารบางอย่างที่เป็นสัญลักษณ์และจะมีเฉพาะ ช่วงเทศกาลในแต่ละปี เช่น ไข่ที่มีการประดับตกแต่งใน เทศกาลอีสเตอร์ วัฒนธรรมและภูมิภาคต่าง ๆ ต่างให้ความสำคัญกับอาหารและใช้อาหารเป็นสัญลักษณ์ที่สำคัญเพื่อ การเฉลิมฉลองต่อคนท้องถิ่นและดึงดูดนักท่องเที่ยว อาหารเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตสามารถเข้าถึง วัฒนธรรมใหม่ๆ ได้ง่ายที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยว เป็น ตัวแทนทางวัฒนธรรมที่อาจมีการผสมผสานวัฒนธรรม หลากหลายที่ แต่ก็ยังคงมีอาหารจานเด่น ๆ ที่เป็นอัตลักษณ์ เป็นตัวบอกความหมายของวัฒนธรรมที่ต้องการจะนำเสนอ ต่อนักท่องเที่ยว (Rachelle H. Saltzman, 2015: 823- 826) อาหารเป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญอย่างมากในการที่จะบอก ว่าเราเป็นใครที่สนับสนุนความจริงแท้ และมีความสัมพันธ์ กับความทรงจำที่ทำให้หวนระลึกถึงอีกครั้ง (ธเนศ วงศ์ยานนาวา, 2558, ออนไลน์)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารในการ ท่องเที่ยว

Mak, Lumbers, Eves, & Chang (2012) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารในบริบทของการท่องเที่ยว สามารถแบ่งออกได้ 3 มิติ คือ นักท่องเที่ยวอาหารในแหล่งท่องเที่ยว และสภาพแวดล้อมการบริโภคในแหล่งท่องเที่ยว

มิติด้านนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่สำคัญ ในการบริโภคอาหารในแหล่งท่องเที่ยวซึ่งมีปัจจัยต่างๆ เป็นตัวกำหนด ได้แก่ด้านศาสนาและวัฒนธรรม ที่เป็นตัวกำหนดลักษณะเฉพาะและพฤติกรรมการกินของนักท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวมุสลิม ไม่บริโภคอาหารบางชนิด นักท่องเที่ยวบางคนมีข้อจำกัดอื่นๆ ในด้านการรับประทาน ด้านปัจจัยทาง สังคมและประชากรศาสตร์รวมถึงตัวบ่งชี้อายุ และเพศจะเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นความแตกต่าง ในการบริโภค ด้านลักษณะกายภาพของอาหาร ด้านประสบการณ์ในช่วงที่ผ่านมาของนักท่องเที่ยว มีผลในการเลือกบริโภคอาหาร การที่นักท่องเที่ยวคุ้นเคยกับแหล่งท่องเที่ยวย่อมมีผลให้เกิดความคุ้นเคย ของอาหารและด้านแรงขับเคลื่อนไหว อาหารจะเป็นสิ่งที่ กระตุ้นและสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทาง ไปยังจุดหมายปลายทาง

มิติอาหารในแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว และเกิดการบริโภคอาหาร ซึ่งมีปัจจัยต่างๆ ไม่ว่าจะ จะเป็นส่วนผสมของอาหาร เครื่องปรุง เครื่องเทศ วัตถุดิบ หรือรสชาติของอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของ พื้นที่ ด้านกระบวนการหรือกรรมวิธีการปรุงอาหาร การทำให้อาหารสะอาด ไม่มีสิ่งปนเปื้อน กรรมวิธี การปรุงสุกสุกสุก ลักษณะ ด้านความหลากหลายของ อาหารเอกลักษณ์ของอาหารประจำท้องถิ่น หรือ อาหารประจำชาติรวมถึงราคา ปริมาณ และคุณภาพ ของอาหารในแหล่งท่องเที่ยว

มิติด้านสภาพแวดล้อมการบริโภคในแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางและบริโภคอาหารในพื้นที่ ได้แก่ อัตลักษณ์ของอาหาร เช่น วัตถุดิบ เครื่องปรุง เครื่องเทศ วิธีการปรุง เป็นสิ่งที่ทำให้อาหารมี อัตลักษณ์ภาพลักษณะการท่องเที่ยวในพื้นที่ ซึ่งเกิดจากความคิดเห็น มุมมอง ความเชื่อของนักท่องเที่ยว รวมถึงความมีชื่อเสียงของอาหารในแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยวในพื้นที่การสื่อสารทางการตลาดเช่น อินเทอร์เน็ต ที่รวมถึงคุณภาพในการบริการ

จากข้อมูลแสดงให้เห็นถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผล ต่อการบริโภคอาหารในบริบทของการท่องเที่ยว อาหารจึงเป็นความต้องการเป็นอันดับต้นๆ ในทุก กิจกรรมการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวบางกลุ่มเดินทาง มาเพียงเพื่อรับประทานอาหารในแหล่งท่องเที่ยว แสดงให้เห็นถึงโอกาสในการพัฒนาอาหาร และเป็น โอกาสในการประชาสัมพันธ์จุดหมายปลายทาง รวมถึงใช้อาหารเป็นตัวช่วยในการทำ การตลาด และประชาสัมพันธ์หรือการสร้างแบรนด์สำหรับ จุดหมายปลายทาง และขยายฤดูกาลท่องเที่ยวให้ ไม่กระจุกตัว (Hornig & Tsai, 2010)

ปัจจัยที่ส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงอาหารได้รับ ความนิยมในอนาคต

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้รับ ความนิยมมากขึ้น เปรียบเสมือนการเชื่อมโยง การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวผ่านทางอุตสาหกรรมด้านอาหาร โดยใช้การสนับสนุนของทรัพยากร อาหารจึงกลายเป็นวัฒนธรรมประจำท้องถิ่นที่สำคัญ และเป็นสิ่งที่สะท้อนการใช้ชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น นั้นๆโดยปัจจัยที่ส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงอาหารได้รับ ความนิยมในอนาคตมีดังนี้(โตมร สุขปรีชา (2560)

1. การเปลี่ยนแปลงทางด้านประชากรศาสตร์ ในปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงประชากรโลก อาจเกิด จากการเกิด การตายและการย้ายถิ่นรวมถึง การเติบโตของเมือง ซึ่งการเปลี่ยนแปลงทางด้าน ประชากรศาสตร์จะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยว จาก แผนการพัฒนาการท่องเที่ยวฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560 - 2564 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนา การเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) พบว่าแนวโน้ม ของกลุ่มนักท่องเที่ยวในอนาคตมีจุดประสงค์ การท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปจากเดิม การเพิ่มขึ้นของ นักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ๆ เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยว ที่ ชอบประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบหรูหรา การรับประทานอาหารที่หรูหรา การรับประทานอาหาร และจับไวน์บนเรือสำราญ การเรียนทำอาหาร กับโรงแรมหรู เป็นต้น ซึ่งพิจารณาได้จากตารางที่ 4 ที่ แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรม นักท่องเที่ยวจะส่งผลต่อการตลาดการท่องเที่ยว ของ โลก รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงอาหารจะเป็นกลุ่ม การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงในประเทศไทย

2. แนวโน้มการท่องเที่ยวยั่งยืนที่ได้รับ ความนิยมเพิ่มมากขึ้น ในปัจจุบันประเทศต่างๆ ทั่วโลกได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวยั่งยืนและ ใช้กลไกการส่งเสริมการท่องเที่ยวในหลายๆ รูปแบบ เพื่ออนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) จึงเป็นรูปแบบการ ท่องเที่ยว หนึ่งในที่เพิ่มขึ้นโดยการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะมีแนวคิด คือ การเน้นท่องเที่ยวในสถานที่ ที่ท่องเที่ยวทุกแหล่ง ทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ในขณะเดียวกัน นักท่องเที่ยวมีโอกาสในการ อนุรักษ์ไม่ทำลายและ รักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2557) นักท่องเที่ยวจึงได้มีโอกาสใน การสัมผัสวิถีชีวิตท้องถิ่น อาหารในท้องถิ่นจะกลายเป็นจุดดึงดูดที่ สำคัญให้นักท่องเที่ยวมาในพื้นที่ รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การรับประทานอาหาร การบริโภคผักออแกนิกส์การท่องเที่ยว แบบฟาร์มสเตย์ เป็นต้น

3. การแสวงหาความเป็นเอกลักษณ์ใน แต่ละท้องถิ่นยังคงเป็นที่นิยม นักท่องเที่ยวใน ปัจจุบันยังคงสนใจการแสวงหาสิ่งแปลกใหม่ใน การท่องเที่ยว การหาร้านอาหาร ร้านกาแฟ รวมถึง ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของท้องถิ่นที่ได้รับ ความนิยมจากนักท่องเที่ยวมากขึ้น การเดินทางของ นักท่องเที่ยวไม่ได้จำกัดแค่เพียงสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเพียงอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงความเป็น เอกลักษณ์ในท้องถิ่นนั้นๆ เช่น ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีรวมถึงอาหารที่มีความสำคัญที่ส่งผลให้คน ใน ท้องถิ่นมีความตระหนักเห็นคุณค่าของท้องถิ่น เกิดการเรียนรู้ในการอนุรักษ์ทรัพยากรที่เกี่ยวกับ

อาหารให้คงอยู่ซึ่งนำไปสู่การสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ทำให้เกิดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแหล่งท่องเที่ยว

4. การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีและ สื่อออนไลน์ ท่ามกลางการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี และสื่อออนไลน์ที่สร้างความสะดวกสบายให้กับ นักท่องเที่ยวในการค้นหาข้อมูลต่างๆ เช่น แหล่งท่องเที่ยว เส้นทางท่องเที่ยวรวมถึงร้านอาหาร เมนู อาหารในท้องถิ่น แหล่งผลิตอาหารที่เป็น แหล่งกำเนิด ของอาหารนั้นๆ การท่องเที่ยวชิมอาหารต่างๆ รวมถึงการแสดงความคิดเห็น การแนะนำ อาหารจาก เทคโนโลยีและสื่อออนไลน์ส่งผลให้เมื่อนักท่องเที่ยว เดินทางเพิ่มมากขึ้น จากผลการศึกษา อัตราการใช้ อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวของโลกว่า ภูมิภาค ยุโรปมีอัตราการใช้ข้อมูล อินเทอร์เน็ตสูงสุด ร้อยละ 36 ภูมิภาคอเมริกา ร้อยละ 27 และภูมิภาคเอเชีย แปซิฟิก ร้อยละ 26 จากตารางที่ 5 ข้อมูลประเทศ ที่มีอัตราการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวสูงสุด 7 อันดับและมี แนวโน้มการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น

5. แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวสมัยใหม่ ด้วยการเปลี่ยนไปของโลกในยุคปัจจุบัน นักท่องเที่ยวที่ ออกเดินทางท่องเที่ยวมีเหตุผลที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีแรงจูงใจในการ ท่องเที่ยว เชิงอาหาร โดยประการแรก คือ ความรื่นรมย์ (Pleasurable Experience) เป็นความ ต้องการของ นักท่องเที่ยวที่จะเติมความสุขทางความรู้สึก สัมผัส ประสบการณ์การกินอาหาร การ สืบค้นจากรากฐาน (Grounded) นักท่องเที่ยวต้องการที่จะสัมผัสกับ รากเหง้าของอาหารในชนบท และวิธีการผลิตอาหาร รวมถึงการแสดงออกถึงตัวตน (Self-expression) ต้องการแสดงความแตกต่าง โดดเด่นและความเป็น ตัวตนในด้านการรับประทานอาหาร จากแรงจูงใจที่ เกิดขึ้นส่งผลให้เกิดการ เดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพิ่มมากขึ้น (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยว ยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2559)

2.3 การท่องเที่ยวชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based Tourism: CBT) เป็นรูปแบบการ ท่องเที่ยว ที่มีลักษณะเฉพาะตัว แตกต่างอย่างสิ้นเชิงจากการท่องเที่ยวโดยทั่วไป ซึ่งผู้ที่จะนำแนวคิดนี้ ไป ปฏิบัติควรต้องทำความเข้าใจถึงเบื้องหลัง ความหมาย ความคิด หลักการ และองค์ประกอบที่ สำคัญ ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

1. ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน การนำเสนอการท่องเที่ยวอันเป็นทางเลือก ใหม่นี้มีชื่อเรียกอย่างหลากหลายเช่น Green Tourism, Bio Tourism, Sustainable Tourism, Conservation Tourism, Responsible Tourism และการจัดการท่องเที่ยวที่นิยมและแพร่หลาย ที่สุดในเวลานี้และมีนัยยะเชิงความหมายที่เข้าใกล้กับการท่องเที่ยวโดยชุมชนมากที่สุด คือ การ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) และบางครั้งอาจเรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน (Community-based Ecotourism)

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (2545: 39, อ้างถึงในสินธุ์ สโรบล, 2546: 60) ได้กล่าวถึง การท่องเที่ยวชุมชนว่า หมายถึง การท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นผู้ดำเนินการตั้งอยู่บนฐานคิด ที่ว่าชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากรและเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยว นำเอาทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีอยู่ในท้องถิ่นทั้งด้านธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี รวมทั้ง วิถีชีวิตความเป็นอยู่และวิถีการผลิตของชุมชน มาใช้เป็นปัจจัยหรือต้นทุนสำคัญในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่นทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และ วัฒนธรรม รวมทั้งมีการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนไปถึงคนรุ่นลูกหลาน

โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ (2540, อ้างถึงใน พจนา สนวนศรี, 2546: 14) ได้กล่าวถึง การท่องเที่ยวชุมชนว่า หมายถึง การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมกำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชน เพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน นอกจากนี้ โครงการประสาน งานวิจัยและพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน

พจนา สนวนศรี (2546: 14) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวโดยชุมชนว่า ในปัจจุบันคำว่า “Ecotourism” ได้รับความนิยมมากในระดับสากล ในขณะที่การมีส่วนร่วมของชุมชนก็ได้รับการยอมรับมากขึ้นด้วยเช่นกัน ในปี 2545 องค์การสหประชาชาติประกาศให้เป็นปี สากลว่าด้วย การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (International Year of Ecotourism : IYE) จึงเกิดคำว่า Community Based Ecotourism : CBET สินธุ์ สโรบล (2546: 60) ได้กล่าวถึง การท่องเที่ยวชุมชน เป็นการจัดการท่องเที่ยว โดยชุมชนเป็นคนกำหนดทิศทางกรท่องเที่ยว หมายถึง จัดการโดยชุมชน ตอบสนองความต้องการ ของชุมชน โดยคำนึงถึงความยั่งยืนในเรื่องสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม ไม่ใช่เป็นเพียงองค์ประกอบ หนึ่งของการท่องเที่ยวเท่านั้น จากที่กล่าวมาสามารถสรุปได้ว่า “การท่องเที่ยวชุมชน” หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เน้นถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม ดำเนินการโดยชุมชน ชุมชนเป็นเจ้าของทรัพยากรและเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยว รวมถึงมีลักษณะเหมือนกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่เน้นในเรื่องของสิ่งแวดล้อม

2 หลักการของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การกำหนดหลักการนี้เป็นไปเพื่อให้เห็นจุดยืนของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน ได้แก่ (พจนา สนวนศรี, 2546: 12-13)

- 1.ชุมชนเป็นเจ้าของ
- 2.ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจและกำหนดทิศทาง
- 3.ส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง
- 4.ยกระดับคุณภาพชีวิต
- 5.มีความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม
- 6.คงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น

7. ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม
8. เคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่างและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์
9. เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนท้องถิ่น
10. มีการกระจายรายได้สู่สาธารณะประโยชน์ของชุมชน

การที่จะให้ชุมชนดำเนินการท่องเที่ยวตามหลักการดังกล่าวข้างต้น มีความจำเป็นที่จะต้องเตรียมความพร้อมและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันก็ต้องรณรงค์กับคนในสังคมให้เห็นความแตกต่างของการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการท่องเที่ยวทั่วไป กระตุ้นให้เห็นความสำคัญและการเป็นนักท่องเที่ยวแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้มากขึ้น เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจต่อบทบาทของชุมชนท้องถิ่นในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสืบสานวัฒนธรรมดั้งเดิม

3. ความเป็นมาของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism: CBT) เริ่มก่อตัวขึ้นเติบโตคู่ขนานไปกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยการทำงานในระดับพื้นที่ของโครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิต และธรรมชาติ (REST) ซึ่งในช่วงดังกล่าว ชื่อที่เรียกการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่มีหลากหลายชื่อ อาทิ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวสีเขียว

หลังวิกฤตเศรษฐกิจปี 2540 รัฐบาลไทยใช้การท่องเที่ยวเป็นตัวกระตุ้นเศรษฐกิจ โดยประกาศให้ปี 2541-2542 เป็นปี ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย (Amazing Thailand) ในปี 2544 มีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product: OTOP) หลังปี 2545 การท่องเที่ยว ลงไปในชนบทหลากหลายรูปแบบ ในปี 2547 มีการให้มาตรฐานโฮมสเตย์ หรือเรียกชื่ออย่างเป็นทางการว่า “ที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท”

ณ ปัจจุบัน หากให้ชุมชนนิยามตนเองว่าเรียกชื่อการดำเนินการท่องเที่ยวของตนว่า ชื่ออะไร พบว่ามีชื่อเรียก 4 ชื่อด้วยกันในกลุ่มชุมชนที่ทำการท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวโดยชุมชน และการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

4. องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

องค์ประกอบหลักของ CBT มีอยู่ 4 ด้าน กล่าวคือ 1) ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม 2) องค์กรชุมชน 3) การจัดการ 4) การเรียนรู้ ประเด็นสำคัญของแต่ละองค์ประกอบของ CBT ได้แก่ (พจนานุกรม, 2546 : 15)

1. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ชุมชนมีทรัพยากรธรรมชาติ ที่อุดมสมบูรณ์ และมีวิถีการผลิตที่พึ่งพาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ชุมชนมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

2. ด้านองค์กรชุมชน ชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกัน มีปราชญ์หรือผู้มีความรู้และ ทักษะในเรื่องต่าง ๆ หลากหลายชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของและเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา

3. ด้านการจัดการ มีกฎ-กติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว มีองค์กรหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้ มีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม มีกองทุนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน ด้านการเรียนรู้ ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างการรับรู้ และความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง มีระบบจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน และสร้างจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมทั้งในส่วนของชาวบ้านและผู้มาเยือน

4. ด้านการเรียนรู้ ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างการรับรู้และความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง มีระบบจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่าง ชาวบ้านกับผู้มาเยือน และสร้างจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมทั้งในส่วนของชาวบ้านและผู้มาเยือน

การท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการพัฒนาชุมชนอย่างเป็นองค์รวม การท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาชุมชนอย่างเป็นองค์รวม เนื่องจากทรัพยากรการท่องเที่ยวกับทรัพยากรที่ชุมชนใช้เป็นฐานการผลิตเป็นทรัพยากรเดียวกัน วัฒนธรรมธรรมชาติและสังคม เป็นตัวขับเคลื่อน เรื่องจิตวิญญาณของชุมชน ในการสร้างสัมพันธ์กันภายในชุมชนและการสัมพันธ์กับภายนอก ควร ที่จะเชื่อมโยงให้เห็นถึงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนอย่างเป็นมวลรวม ความแตกต่างระหว่าง การท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่น Ecotourism ภาษาราชการ เรียกว่า การท่องเที่ยว เชิงนิเวศ แต่หลายชุมชนหรือหลายองค์กร เรียก การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ซึ่ง ความแตกต่างของ อีโคทัวริซึมกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ เน้นที่ชุมชนเป็นศูนย์กลางใน การทำงาน แต่การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ยึดธรรมชาติเป็นศูนย์กลาง ชุมชนเป็นเพียงองค์ประกอบหนึ่ง

โฮมสเตย์ (Home stay) ภาษาราชการเรียกว่า ที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท มีความแตกต่างจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ เน้นบ้านเป็นศูนย์กลางแต่การท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชน มีการบริหารจัดการที่ชัดเจนในรูปองค์กรชุมชน

5. ประสบการณ์การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

จากการประมวลองค์ความรู้จากโครงการวิจัยที่สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ได้ให้การสนับสนุน สามารถสรุปประสบการณ์การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ 5 ประการ ดังนี้ (สินธุ์ สโรบล, 2546: 231-235)

1. การท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทของพื้นที่แหล่งทรัพยากรอันหลากหลายของ ชุมชน เน้นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติเป็นหลัก มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รวมถึงแหล่งวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศในพื้นที่

2. การท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทของการจัดการ การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เน้น บนเงื่อนไขของการจัดการที่มีความรับผิดชอบ ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม รวมทั้งมีการ จัดการที่ยั่งยืน ครอบคลุมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกัน และกำจัดมลพิษ และควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต โดยเน้นให้การท่องเที่ยวที่มีการจัดการ อย่างยั่งยืน

3. การท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทของกระบวนการและกิจกรรม เน้นให้มีการสร้าง ระบบการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อกระบวนการเรียนรู้ โดยให้มีการศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม ระบบนิเวศ ของแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ความประทับใจ เพื่อสร้างความ ตระหนักและปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนในท้องถิ่น และผู้ประกอบการที่ เกี่ยวข้อง

4. การท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทของการมีส่วนร่วมของชุมชน เป็น การคำนึงถึง ความสำคัญในการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดกระบวนการ ทั้งนี้เพื่อ ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น และหมายรวมถึงการกระจายรายได้ การยกระดับ คุณภาพชีวิต และการได้รับผลตอบแทนโดยมีจุดหมายปลายทางในการนำกลับมาบำรุงดูแลรักษา และจัดการ แหล่งท่องเที่ยวด้วย

5. การท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทของการพัฒนาองค์กร เป็นความ พยายามที่จะ ชี้ให้เห็นถึงบทบาทของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในการพัฒนาองค์กรชุมชนท้องถิ่นควบคู่ กับการอนุรักษ์ พื้นฟูธรรมชาติแวดล้อมอย่างยั่งยืน

6. การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบบูรณาการ การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบ บูรณาการ ดำเนินการไปภายใต้การประสาน ประโยชน์ของการพัฒนาด้านต่างๆเข้าด้วยกัน ครอบคลุมทั้งมิติด้านสิ่งแวดล้อม มิติด้านเศรษฐกิจ และมิติด้านสังคมและวัฒนธรรม อันเป็นการ ผสมผสานการพัฒนาด้านต่างๆทั้ง 3 มิติอย่างเป็นองค์รวม โครงการประสานงานวิจัยและพัฒนา โครงการประสานงานวิจัยและพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชน (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการ วิจัย, 2545: 40-41; สินธุ์ สโรบล, 2546: 237-239)

1. มิติด้านสิ่งแวดล้อม มุ่งกระตุ้นชาวบ้านในชุมชนให้ตระหนักถึงความสำคัญของ การอนุรักษ์และการคุ้มครองด้านสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดการเรียนรู้และร่วมมือกันในการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ระบุปัญหาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยว เพื่อจำกัด การพัฒนาและดำเนินการจัดการท่องเที่ยว โดยพยายามหลีกเลี่ยงให้เกิดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม ให้น้อยที่สุด

2. มิติด้านเศรษฐกิจ มุ่งให้ชาวบ้านมีรายได้เสริมจากการท่องเที่ยว โดยนำฐาน ทรัพยากรซึ่งเป็นสินทรัพย์รวมหรือสมบัติสาธารณะมาเป็นต้นทุนในการจัดการท่องเที่ยว มีการกระจายรายได้อย่างเสมอภาคและยุติธรรมและที่สำคัญชาวบ้านส่วนใหญ่ในชุมชนเห็นพ้องต้องกันที่จะนำฐานทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีอยู่ทั้งธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และสถานที่ทางประวัติศาสตร์ มาพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน

ในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อให้การดำเนินการที่เหมาะสม และเป็นธรรมแก่สมาชิกในชุมชนควรมีการกระจายรายได้อย่างทั่วถึงและยุติธรรม ผลกำไรที่ได้กระจายสู่ชุมชน อย่างแท้จริง ประชาชนเป็นผู้ดำเนินการท่องเที่ยวและควบคุมการเติบโตของการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตน โดยไม่ขัดแย้งกับการรักษาฐานทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ประเพณี อันดิงามและเปิดโอกาสให้ชาวบ้านทุกครัวเรือนเข้ามามีส่วนร่วม

3. มิติด้านสังคมและวัฒนธรรม มุ่งใช้กิจกรรมต่างๆรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างสร้างสรรค์ ส่งเสริมให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของคนต่างวัฒนธรรม เพื่อความเข้าใจ และตระหนัก ในคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งอาจมีการจัดการในรูปของ 1) การก่อตั้งจุดประชาสัมพันธ์ ข้อมูลการท่องเที่ยว 2) การก่อตั้งพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น 3) การรวบรวมภูมิปัญญา ด้านวรรณกรรมมุขปาฐะ และ 4) การจัดทำเอกสารเผยแพร่ด้านภูมิปัญญา

7. กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวในกรอบของแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ปัจจุบันมีการพัฒนาแตกแขนงออกไปในหลากหลายรูปแบบ อาทิ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ฯลฯ การจัดการท่องเที่ยวแต่ละประเภทล้วนมีรูปแบบการจัดการที่อิงอยู่บนฐานทรัพยากรของชุมชน และสภาพ เป็นจริงของชุมชน คือ การพัฒนาชุมชนไปสู่การพึ่งตนเอง ชุมชนสามารถยืนอยู่ได้ด้วยฐาน ทรัพยากรที่มีอยู่ โดยยึดความต้องการของชุมชนเป็นสำคัญ (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, โครงการประสานงานวิจัยและพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชน, 2545: 40-41; สินธุ์ สโรบล, 2546: 239-240)

ทั้งนี้ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ควรคำนึงถึงความสามารถในการรองรับ ของธรรมชาติให้มีความสำคัญในการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในชุมชน และมีการเตรียมความพร้อมของ

ชุมชน ด้วยการปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมทั้ง วัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาของท้องถิ่น เพื่อพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ที่สำคัญในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนชาวบ้านควรเข้าถึงทรัพยากรและมีส่วนร่วม ในการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวของท้องถิ่นโดยตรง รวมทั้งร่วมมือกับนักวิชาการที่มียุทธศาสตร์ที่มีอยู่ให้ เป็นมรดกของคนรุ่นลูกหลานและรุ่นต่อไป อาทิ การรักษาป่าต้นน้ำไว้ให้เป็นแหล่งต้นน้ำ ลำธารที่ สำคัญของชุมชน และเป็นฐานสนับสนุนการเกษตรกรรมซึ่งเป็นรายได้หลักของชุมชน

2.4 ประโยชน์ที่ชุมชนได้รับจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน

1. การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนสนับสนุนการจัดการทรัพยากรธรรมชาติโดยชุมชนความอยู่ รอดของชุมชนขึ้นอยู่กับฐานทรัพยากรธรรมชาติวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน คนในชุมชนมีความ เชื่อมโยงผูกพันกับทรัพยากร ดิน น้ำ ป่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการ จัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน สร้างความภาคภูมิใจให้กับชุมชนในการเผยแพร่ภูมิปัญญาในการจัดการ ทรัพยากร สร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวให้ผู้นับถือมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สร้างความร่วมมือ ของหน่วยงานในการทำงานเป็นพันธมิตรร่วมกับชุมชนในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม

2. การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนสนับสนุนการฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่นวิถีชีวิตและวัฒนธรรมเป็น สิ่งที่บอกถึงอัตลักษณ์ความเป็นชุมชน ความเข้มแข็งของชุมชนจะทำให้ชุมชนสามารถปรับตัวให้อยู่ใน สังคมที่ยังคงอนุรักษ์วัฒนธรรมและประยุกต์ให้สอดคล้องกับยุคสมัย มีการสืบทอดสู่คนรุ่นหลังได้ อย่างต่อเนื่อง การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือในการสร้างความภาคภูมิใจให้กับคนในชุมชนใน การนำเสนอ “ของดี” ชุมชนให้คนภายนอกได้รับรู้ ทาให้เกิดการสืบค้น ถ่ายทอด และฟื้นฟู วัฒนธรรมจากรุ่นสู่รุ่น ชุมชนมีการบริหารจัดการและร่วมกันกำหนดว่าวิถีชีวิตและวัฒนธรรมอะไรบ้าง ที่ชุมชนพร้อมในการนำเสนอและการเรียนรู้แก่ผู้นับถือ ตลอดจนมีแนวทางปฏิบัติตัวสำหรับ นักท่องเที่ยว การที่มีนักท่องเที่ยวสนใจแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมคน ท้องถิ่น เป็น ตัวกระตุ้น อีกทางหนึ่งที่ทำให้ชุมชนเกิดความภาคภูมิใจ และมีชีวิตชีวาในการนำเสนอข้อมูล สามารถ สร้างการมีส่วนร่วมให้กับนักท่องเที่ยวในกิจกรรมทางวัฒนธรรมของตน ทำให้เยาวชนคนรุ่นหลังเห็น คุณค่าของชุมชนตนเอง

3. การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนสนับสนุนการพัฒนาคน ความภาคภูมิใจในความเป็นท้องถิ่น หรือชาติพันธุ์ความร่วมมือและความสามัคคีของคนในชุมชน การมีพื้นที่ทางสังคม ได้รับการยอมรับ จากคนภายนอก เป็นหัวใจสำคัญของการดำรงไว้ซึ่งความเป็นชุมชน การท่องเที่ยวโดยชุมชนช่วยให้ คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมและกำหนดบทบาทของชุมชนต่อการท่องเที่ยว มีกระบวนการในการจัดการ ความรู้ภายในชุมชน สร้างระบบในการบริหารจัดการและแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวภายในชุมชนโดย ชุมชนเอง มีการพัฒนาทักษะและเพิ่มเติมความรู้ใหม่ให้กับสมาชิกในชุมชนในการบริหารจัดการ ท่องเที่ยว ให้คนในชุมชนมีความเชื่อมั่นในการนำเสนอปัญหาและความต้องการกับหน่วยงานภายนอก

นำเสนอประสบการณ์และความสำเร็จในการพัฒนากับคนและหน่วยงานที่มาศึกษา-ดูงาน นอกจากนี้เป็นการพัฒนา “คนใน” แล้วยังให้การศึกษากับ “คนนอก” ด้วย

4. การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนและคุณภาพชีวิตคนท้องถิ่นการท่องเที่ยวเป็นการดึงคนจากภายนอกมาเรียนรู้ชุมชน แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชนคือวิถีชีวิตที่แตกต่าง วัฒนธรรมดั้งเดิม และแหล่งท่องเที่ยวที่มีความอุดมสมบูรณ์ จุดดึงดูด คือ วิถีชีวิตที่เรียบง่ายและมีการดำรงชีวิตที่ผูกพันกับธรรมชาติการท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงเป็นรายได้เสริมที่สามารถนำรายได้นั้นไปดำรงชีพ โดยที่คนในชุมชนยังคงดำเนินวิถีดั้งเดิมหรือเป็นการสร้างทางเลือกเรื่องรายได้ให้กับบางครอบครัว ในการสร้างอาชีพเสริมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สร้างงานให้กับคนในชุมชนการท่องเที่ยว โดยชุมชน จัดสรรรายได้จากการท่องเที่ยวสนับสนุนกิจกรรมการพัฒนาชุมชนและสาธารณประโยชน์

การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องเริ่มต้นที่สมาชิกในชุมชนให้ความร่วมมือในการจัดการท่องเที่ยว หากไม่ได้รับความร่วมมือแล้วก็ไม่สามารถเกิดการท่องเที่ยวในชุมชนได้เลย หรือ หากเกิดขึ้นจะเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ยั่งยืน เพราะไม่ได้รับความร่วมมือจากสมาชิกในชุมชน ดังนั้น เพื่อให้สมาชิกทุกคนในชุมชนร่วมมือด้วยดีต้องเห็นความสำคัญ และประโยชน์ของการท่องเที่ยว ชุมชน (สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2560; สำนักงานจังหวัดกระบี่, 2560) ดังนี้

1. เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพราะเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชน

2. การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนเน้นคนเป็น ศูนย์กลางของการพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่เชื่อมกับกิจกรรมพัฒนาชุมชนอื่นๆ ที่ต้องอาศัยการเรียนรู้

3. คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนเพิ่มขึ้นซึ่งเป็นผลทางอ้อมของการท่องเที่ยว เช่น เกิดรายได้เสริมจากการทำการท่องเที่ยวในชุมชน โครงสร้างพื้นฐานที่อำนวยความสะดวกต่อ นักท่องเที่ยวเกิดขึ้น ถนน ห้องน้ำสาธารณะ ระบบไฟฟ้า น้ำประปา เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือของการเผยแพร่วัฒนธรรม ภูมิปัญญา ขนบธรรมเนียม ประเพณี ภูมิปัญญาของท้องถิ่น และวิถีชีวิตของผู้คนในชุมชนต่อสาธารณะ

5. สร้างการตระหนักรู้ในชาติพันธุ์ของตนเองให้กับเยาวชน และวัยรุ่นให้เห็นคุณค่าของ การฟื้นฟู รักษา สืบทอด และอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณีและภูมิปัญญา ท้องถิ่นของตนให้คงอยู่ และสืบทอดไปรุ่นต่อรุ่น

6. การท่องเที่ยวโดยชุมชนนำไปสู่การรวมตัวกันของสมาชิกในชุมชน หรือ กลุ่มต่างๆ ในชุมชนมีกิจกรรมที่ทำร่วมกัน รวมถึงเจ้าของภูมิปัญญา หรือ ความรู้ต่างๆ ที่มีอยู่ในชุมชนร่วม แลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน เพื่อนำความรู้ ความเชี่ยวชาญที่มีอยู่ในตนเองออกมาถ่ายทอดให้ลูกหลานที่มี ความสนใจ และนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

นอกจากประโยชน์ของการท่องเที่ยวแล้ว อีกมุมหนึ่งการท่องเที่ยวจะส่งผลกระทบต่อสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของชุมชน เมื่อการท่องเที่ยวเกิดผลกระทบต่อชุมชนจึงมีความจำเป็นที่ชุมชนจะต้องรวมตัวกันเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนช่วยกันคิด วางแผน

ดำเนินการร่วมรับผิดชอบ ร่วมกันพัฒนา และร่วมกันแบ่งปันผลประโยชน์รวมถึงร่วมกันสร้างกฎกติกาของชุมชนให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้ปฏิบัติอยู่ในกฎกติกาของ ชุมชน หรือ การสร้างมาตรฐานต่างๆ ของชุมชน เพื่อเป็นการป้องปรามไม่ให้เกิดผลกระทบที่เกิน ความสามารถของคนในชุมชนจะแก้ไขได้

2.5 วิจัยที่เกี่ยวข้อง

กชมน วงศ์คำ (2562) ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านหัวขัว ตำบลแกดำ อำเภอกำแพง จังหวัดมหาสารคาม มุ่งศึกษาและพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน ดังนี้ (1) การศึกษาความต้องการและศักยภาพของชุมชน (2) การค้นหา อัตลักษณ์ของชุมชนวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยว (3) การถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจและฝึกปฏิบัติและ (4) การปฏิบัติการท่องเที่ยวโดยชุมชนจริง

จากการศึกษาพบว่า บ้านหัวขัว ตำบลแกดำ อำเภอกำแพง จังหวัดมหาสารคาม ชุมชนมีความพร้อม ความต้องการ และมีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยว การกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ชุมชนเป็นเจ้าของจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน โดยคำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม

นายสมชาย ชมภูน้อย (2561) ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวชุมชนตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงศักยภาพการท่องเที่ยวของชุมชนของประเทศในปัจจุบัน ที่มีผลต่อการจัดการ ท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างไร และวิเคราะห์ปัจจัยสนับสนุนเพิ่มศักยภาพของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว รูปแบบและโครงสร้าง การบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เหมาะสม เพื่อให้ชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาศักยภาพของชุมชน และการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้มี ประสิทธิภาพ เพื่อเสนอแนะข้อมูล มูลค่า และแนวทางการเพิ่มมูลค่าจากการท่องเที่ยวเพื่อชุมชน ในการ ขับเคลื่อนเศรษฐกิจตามนโยบายยุทธศาสตร์ชาติ ส าหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไปปฏิบัติใช้ งานและสร้างรายได้แก่เศรษฐกิจชุมชนของประชาชนในท้องถิ่นต่อไป การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาแบบ กรณีศึกษา (CASE STUDY) โดยผู้วิจัยจะพิจารณาคัดเลือกชุมชนที่มีการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เห็นว่า เป็นชุมชนที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และเป็นแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนที่มีชื่อเสียง และมีแนวโน้มทางการตลาดที่ดี โดยการคัดเลือกแบบเจาะจง คัดเลือกชุมชนบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี เป็นกรณีศึกษา โดยศึกษาศักยภาพเชิงกลยุทธ์ทางการท่องเที่ยวของชุมชน รูปแบบโครงสร้างและวิธีการบริหารจัดการท่องเที่ยวของชุมชน ใน 4 ด้าน คือ (1) ศักยภาพทางการท่องเที่ยวของ ชุมชน (2) รูปแบบและโครงสร้างการบริหารจัดการของชุมชน (3) การมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชน (4) การสนับสนุนจากภาครัฐและภาคเอกชน

ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนบ้านเชียงมีศักยภาพของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวโดดเด่น มีเอกลักษณ์ มีการแบ่งงานและหน้าที่ความรับผิดชอบในการให้บริการอย่างชัดเจน มีส่วนร่วมและความ ร่วมมือจากคนในชุมชนในระดับดีมาก หากแต่ยังขาดการต่อยอดอัตลักษณ์ หรือจุดขายส าหรับ

นักท่องเที่ยว ให้มีส่วนร่วมต่อยอดในเชิงการตลาดและมาตรฐานแบบครบวงจร แต่ถึงอย่างไรก็ตาม ชุมชนบ้านเชียง พยายามคิดกิจกรรมเพื่อสร้างความประทับใจและขยายการใช้เวลาพร้อมการใช้จ่าย ในชุมชนให้มี ความหลากหลายมากขึ้น โดยความร่วมมือของภาครัฐที่เข้ามาพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ชุมชน เกิดเป็นมูลค่าที่สร้างประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวต่อนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนชุมชนบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานีการที่ ชุมชนท้องถิ่นจะสามารถเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน นั้น รูปแบบการบริหาร จัดการผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวซึ่งเชื่อมโยงกันเป็นห่วงโซ่คุณค่า การท่องเที่ยวถือเป็น กระบวนการที่สาคัญในการน าสังคม-วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม มาเป็นข้อมูล สำคัญในการสนับสนุน การพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน และมีคุณค่าต่อไป

จิราภรณ์ แก้วมณี (2557) ทำการศึกษาเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามปรัชญา เศรษฐกิจ ผลการวิจัย พบว่า 1) ระดับการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามปรัชญาของเศรษฐกิจ พอเพียงชุมชนบ้านหัวเขาเงินพบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมากเรียงลำดับ ดังนี้ ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุดรองลงมาเป็นด้านการเรียนรู้และด้านที่ต่ำที่สุดคือ ด้านการ จัดการ 2) ระดับการปฏิบัติที่ดีในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ชุมชนบ้านหัวเขาเงินพบว่าทุกด้านอยู่ ระดับมากด้านที่มีระดับการปฏิบัติที่ดีสูงคือด้านการท่องเที่ยว ตั้งอยู่บนพื้นฐานเดิมของชุมชนไทยทรงดำ รองลงมาเป็นด้านการท่องเที่ยวตั้งอยู่บนภูมิสังคม และ ด้านที่ต่ำที่สุด คือ ด้านการท่องเที่ยวดีหลักความคุ้มค่ามากกว่าคุ้มทุน 3) แนวทางในการจัดการการ ท่องเที่ยวโดยชุมชนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงชุมชนบ้านหัวเขาเงิน พบว่า 1)ชุมชนบ้านหัวเขา เงินมีทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางภูมิปัญญาชาวบ้านเป็นเอกลักษณ์ไทยทรงดำแล้วนั้นหากได้ความ ร่วมมือทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเข้ามาช่วยจัดการวางแผนดำเนินงานร่วมกับผู้นำชุมชนจะทำให้การ ท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นก้าวหน้าได้มาก 2) ชุมชนมีการรวมกลุ่มอาชีพกันด้วยความสมัครใจและมี หลากหลายกลุ่มอาชีพได้รับรางวัลมากมายหากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสนับสนุนงบประมาณในการรวม กลุ่มอาชีพของชุมชนจะเป็นการพัฒนาฝีมือแรงงานพัฒนาสินค้าให้ส่งออกได้จำนวนมาก 3) หน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องเข้ามาช่วยเหลือทำป้ายบอกทางการประชาสัมพันธ์ให้รู้จักแก่บุคคลภายนอกมากยิ่งขึ้น

พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์ (2557) ทำการศึกษาเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่าง ยั่งยืน กรณีศึกษา บ้านโคกไคร จังหวัดพังงา ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนบ้านโคกไคร ดำเนินงานในรูปแบบวิสาหกิจชุมชนที่ ให้บริการนำเที่ยวกับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาว ต่างประเทศ โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่โดดเด่น ได้แก่ สปาโคลนร้อนและทรายร้อน การชมปุมด แดง การเก็บหอยตลับ การพายเรือคายัค ทั้งนี้ กลุ่มการท่องเที่ยวชุมชน บ้านโคกไครได้เข้าร่วมเป็น เครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดพังงา มุ่งเน้นการส่งเสริมและขับเคลื่อนการเติบโต อย่างยั่งยืน ของชุมชนที่ดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยว โดยกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนบ้านโคกไครมีศักยภาพ ทางการจัดการใน 4 ด้าน ได้แก่ ศักยภาพทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ศักยภาพทางการ บริการและให้ประสบการณ์ที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว ศักยภาพทางการบริหารจัดการการ ท่องเที่ยว และศักยภาพทางการมีส่วนร่วมของชุมชน

กุลจิรา เสาวลักษณ์จินดา (2555) ทำการศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน ในอำเภออินทร์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชาชนในตำบลอินทร์บุรี ตำบลทับยาและตำบลห้วยชัน อำเภออินทร์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ Independent Samples t-test และ One-way ANOVA

ผลการศึกษาพบว่าประชาชนส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย อายุต่ำกว่า 30 ปี สถานภาพสมรสแล้ว ระดับการศึกษาอยู่ที่ปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขาย มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท และมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ด้านการปฏิบัติการประชาชนได้มีส่วนร่วมมากที่สุด รองมาได้แก่ ด้านการเสนอความคิดเห็น การวางแผน และการตัดสินใจ ด้านการแบ่งปันผลประโยชน์ และด้านการติดตามและประเมินผล และผลการวิเคราะห์สมมติฐานพบว่า อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน ส่วน เพศ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

กฤตวิทย์ กฤตมโนรธ และ ศุภกรณ์ ดิษฐพันธ์ (2562) ได้ทำการศึกษาทฤษฎีที่สำคัญที่มีความเชื่อมโยงเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และนำเสนอรายการอาหารที่แสดงถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของแต่ละภูมิภาคในประเทศไทย อาหารไทย แบ่งตามลักษณะภูมิศาสตร์เป็น 4 ภูมิภาค ได้แก่ อาหารภาคเหนือ อาหารภาคกลาง อาหารภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และ อาหารภาคใต้ ขั้นตอนและวิธีการวิจัย เก็บข้อมูลจากตำรา หนังสือ และบทความต่างๆ เพื่อสร้างแบบสอบถาม และได้สัมภาษณ์ คนท้องถิ่น และผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร

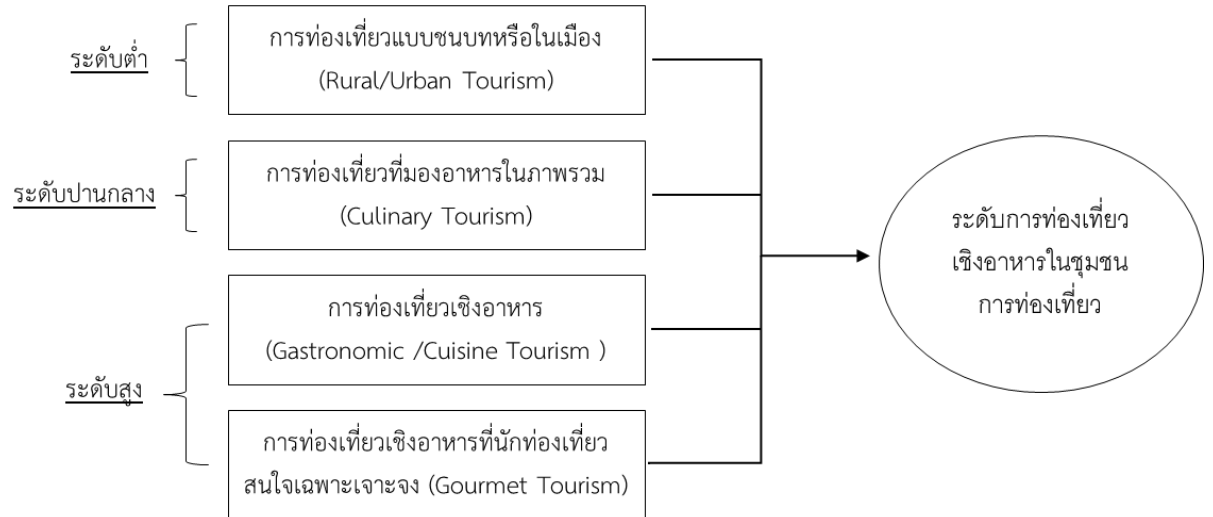
สรุปผลการวิจัย อาหารเป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญในแต่ละภูมิภาค ซึ่งสามารถแบ่งการสร้างอัตลักษณ์ได้ 3 ประเภท 1. อัตลักษณ์ที่มีความสำคัญ 2. อัตลักษณ์ทางเลือก และ 3. อัตลักษณ์ในจินตนาการ ความแท้กับการท่องเที่ยวสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ 1. ความแท้เชิงวัตถุ 2. ความแท้ที่สร้างสรรค์ขึ้น และ 3. ความแท้ตามความดำรงอยู่ อาหารที่แสดงถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของภาคเหนือ ได้แก่ แกงฮังเล น้ำพริกอ่อง ใส่อั่ว ขนมจีนน้ำเงี้ยว ข้าวซอย น้ำพริกหนุ่ม อาหารที่แสดงถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของภาคกลาง ได้แก่ แกงเขียวหวาน ต้มยำกุ้ง ท่อหมก ปลา แกงเผ็ด พะแนง แกงส้ม อาหารที่แสดงถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ ใส่กรอกอีสาน ส้มตำ ลาบ น้ำพริกปลาร้า ปลาร้าบอง อาหารที่แสดงถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของภาคใต้ ได้แก่ แกงไตปลา ข้าวยา แกงเหลือง คั่วกลิ้ง ปลาทอดขมิ้น บูดูทรงเครื่อง ไก่ก้อและ ผัดสะตอ

นายทศพล ลิ่มดำเนิน (2560) ทำการศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร กรณีศึกษาคลอง ดำเนินสะดวก อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสถานที่ท่องเที่ยว รูปแบบของร้านอาหารที่เปิดให้บริการ ในอำเภอดำเนินสะดวก และนำเสนอแนวทางในการ พัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี โดยเป็นการวิจัยเชิง คุณภาพ ผ่านการสังเกต การสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มกับผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยผู้ให้ข้อมูล หลักแบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือเจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้นำชุมชน นักการเมืองท้องถิ่น ผู้ประกอบการ ผู้ดูแล สถานที่ท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาในพื้นที่จำนวน 30 คน

ผลการศึกษาพบว่า พื้นที่บริเวณ 2 ฝั่งคลองดำเนินสะดวก อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ระหว่างหลัก 5 ถึง หลัก 8 มีถนนคอนกรีต ทั้ง 2 ฝั่งคลองและมีสะพานที่รถยนต์ สามารถข้ามฝั่งได้ ทั้งหมด 3 แห่ง ด้านแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอดำเนินสะดวก มีความหลากหลายทั้ง ในด้านรูปแบบ สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม เทศกาล งานประเพณีที่จัดขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปีไม่ ว่าจะเป็น ประเพณีแห่พระทางน้ำ หลวงพ่อไตรรัตน์โรจน์ฤทธิ์ งานประจำปีปิดทองหลวงพ่โต วัด ราษฎร์เจริญ ธรรม เทศกาลอุ้มหวานและของดีดำเนินสะดวก งานย้อนรำลึกเสด็จประพาสต้น รัชกาล ที่ 5 เทศกาลถือศีลกินเจ ซึ่งถือว่าอำเภอดำเนินสะดวก มีศาลเจ้าและโรงเจมากที่สุด แนวทางการ พัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร พบว่าสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์ และการพัฒนา ยกระดับ มาตรฐานร้านอาหาร ให้ถูกสุขลักษณะและตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ผล จาก การศึกษายังพบว่านักท่องเที่ยวต้องการให้หน่วยงานที่ดูแลด้านการท่องเที่ยว หน่วยงานพัฒนา ชุมชน มาให้ความรู้และความเข้าใจกับชาวบ้านในชุมชนเพื่อร่วมมือกันพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว พัฒนา รูปแบบของสินค้าและการให้บริการ การสร้างความยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจในชุมชน และ ควบคุมดูแล สิ่งแวดล้อมรวมถึงความปลอดภัย

กฤษิ ชุณหะขจร และ ขวลิย์ณ ถกลาง (2563) ทำการศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ข้อ 1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทาง ประชากรศาสตร์กับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิง อาหารของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิง อาหารชายฝั่งทะเลตะวันตก 2. เพื่อศึกษา เปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์กับระดับความต้องการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการ (10 P's) ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารชายฝั่งทะเล ตะวันตกของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยทำการศึกษาจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวใน เขตพื้นที่ของจังหวัด เพชรบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดชุมพร และจังหวัดระนอง จำนวน 400 คน ซึ่งพบว่า ลักษณะ ทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิง อาหารเพื่อ ส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารชายฝั่งทะเลตะวันตก และปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาด บริการ (10P's) เพื่อส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารชายฝั่งทะเลตะวันตกซึ่งมี ความสัมพันธ์ กันในบางหัวข้อ เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้ต่อไป

2.6 กรอบแนวคิดงานวิจัย



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่องการศึกษาาระดับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาาระดับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก ระดับความสนใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนการท่องเที่ยวภาคตะวันออก และพัฒนาเครื่องมือในการวัดระดับความสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

โดยผลของการศึกษานำมาจัดทำเป็นข้อเสนอแนะให้กับชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอาหารในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นแนวทางหลักในการวิจัย โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ชนิดคำถามปลายปิด (Close Ended Question) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวชุมชน ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก จำนวน 449 คน โดยมีกระบวนการในการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 วิธีการเก็บข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ผู้วิจัยศึกษาในการวิจัยนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนการท่องเที่ยว ภาคตะวันออก ซึ่งเป็นประชากรที่มีขนาดใหญ่ ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณของ คอแครน Cochran, W.G. (1977) ดังนี้

$$\text{สูตร } n = \frac{P(1-P)Z^2}{E^2}$$

เมื่อ	n	แทน	ขนาดตัวอย่าง
	P	แทน	สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำลังสุ่ม .50
	Z	แทน	ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 (ระดับ .05)
	E	แทน	ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้น = .05

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า} \quad n &= \frac{(.05)(1-.5)(1.96)^2}{(.05)^2} \\ &= 384.16 \end{aligned}$$

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางท่องเที่ยวชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หรือนักท่องเที่ยวที่เคยท่องเที่ยวชุมชนในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนโดยใช้วิธีการคำนวณโดยใช้สูตรของคอคแรน (Cochran, 1977) ได้จำนวน 385 คน จากการคำนวณสูตรของคอคแรน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้ในการวิจัย คำนวณได้จำนวน 384 ตัวอย่าง ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ 5% เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นของข้อมูลงานวิจัยให้มากขึ้น ผู้วิจัยจึงเพิ่มขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมดจำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่สูตรการคำนวณกำหนด คือ ไม่น้อยกว่า 384 ตัวอย่าง

การได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่าง

การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดตัวอย่างแบบใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ซึ่งเป็นการสุ่มโดยใช้หลักความน่าจะเป็น และผู้วิจัยกำหนดคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ต้องเป็นนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางท่องเที่ยวชุมชน หรือเดินทางท่องเที่ยวชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในจังหวัดชลบุรี ฉะเชิงเทรา ระยอง จันทบุรี และตราด

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงคัดเลือกโดยการสุ่มอย่างง่าย (Sample Random Sampling) จากพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ผู้วิจัยกำหนดเป็นขอบเขตในการวิจัย ได้แก่ จังหวัดชลบุรี ฉะเชิงเทรา ระยอง จันทบุรี และตราด ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นชุมชนที่มีการดำเนินงานทางการท่องเที่ยว จากทุกชุมชนของแต่ละจังหวัด แล้วใช้วิธีสุ่มจำนวนนักท่องเที่ยว ในชุมชนการท่องเที่ยวที่กำหนด จำนวน 400 ตัวอย่าง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นแนวทางหลักในการวิจัย โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ชนิดคำถามปลายปิด (Close Ended Question) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวชุมชน

โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วนได้แก่

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ลักษณะทางประชากรศาสตร์) ได้แก่ เพศ อายุ ช่วง พ.ศ. ที่เกิด สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ภูมิภาค รวมถึงจังหวัดที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 42 ข้อ โดยใช้แบบสอบถามมาตราส่วนประเมินคำตอบ (Rating Scale Question)

การวัดระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	มีค่าเท่ากับ	5 คะแนน
ระดับความคิดเห็นมาก	มีค่าเท่ากับ	4 คะแนน
ระดับความคิดเห็นปานกลาง	มีค่าเท่ากับ	3 คะแนน

ระดับความคิดเห็นน้อย	มีค่าเท่ากับ	2 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	มีค่าเท่ากับ	1 คะแนน

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยได้ทดสอบคุณภาพของแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาด้วยรูปแบบ 2 ประการ ดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยการอ้างอิงจากแหล่งข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เอกสารทางวิชาการ บทความ และงานวิจัย มาปรับใช้ให้เกิดความเหมาะสมในการสร้างแบบสอบถาม และได้นำร่างแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ เพื่อพิจารณาความสอดคล้องของคำถามกับคุณลักษณะหรือตัวแปรที่ต้องการวัดสอดคล้องตามเป้าหมายของวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษาหรือไม่ พร้อมพิจารณาความถูกต้อง ชัดเจนของภาษา จากนั้นนำมาเพื่อแก้ไขและปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความเหมาะสมต่อไป โดยใช้เกณฑ์ประเมิน ดังนี้

ให้คะแนน	+1	หมายถึง	แน่ใจว่าข้อความวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
ให้คะแนน	0	หมายถึง	ไม่แน่ใจว่าข้อความวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
ให้คะแนน	-1	หมายถึง	แน่ใจว่าข้อความวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

แล้วนำข้อมูลที่ได้จากการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ หาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อความแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา (IOC : Index of item Objective Congruence) จากสูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ	$\sum R$	แทน	ผลรวมของคะแนนการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ
	N	แทน	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

เกณฑ์การตัดสินค่า IOC ถ้ามีค่า 0.50 ขึ้นไป แสดงว่า ข้อความนั้นวัดตรงจุดประสงค์หรือตรงตามเนื้อหานั้น แสดงว่าข้อความนั้นใช้ได้ แต่ถ้าค่าต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุง ข้อความนั้นยังใช้ไม่ได้

2. การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามที่ผ่านการแก้ไขจนสมบูรณ์แล้วไปทดสอบ (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน และนำไปทดสอบโดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) เพื่อคำนวณหาความเชื่อมั่น

3.3 วิธีการเก็บข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source)

ข้อมูลได้มาจากการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้วิธีการการสุ่มอย่างง่าย (Sample Random Sampling) ในการสอบถามกลุ่มเป้าหมาย

โดยพื้นที่ในการเก็บข้อมูล คือ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเขตพื้นที่ภาคตะวันออก
ประชากร คือ นักท่องเที่ยว ที่เดินทางท่องเที่ยวในชุมชนเขตพื้นที่ภาคตะวันออก ณ ขณะที่เก็บ
ข้อมูล

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source)

ข้อมูลได้มาจากการค้นหาเอกสารทางวิชาการ งานวิจัย และบทความต่างๆที่เกี่ยวข้องกับ
งานวิจัย เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและสร้างแบบสอบถามในงานวิจัย

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

วิจัยในครั้งนี้เมื่อรวบรวมข้อมูลต่างๆ ครบถ้วน ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และ
ความถูกต้องของแบบสอบถาม จากนั้นนำแบบสอบถามซึ่งมีความถูกต้องสมบูรณ์ลงรหัสตามวิธีการ
วิจัยทางสถิติ และดำเนินการประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยโปรแกรมต่างๆ ดังนี้

1. สถิติเชิงสถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นสถิติที่นำมาใช้ในการ
บรรยายคุณลักษณะของข้อมูลทั่วไปของประชากร โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ
(Percentage) เพื่ออธิบายค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลจากข้อมูลทั่วไปของประชากร

2. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis : EFA)

ผู้วิจัยใช้ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่ม
ตัวชี้วัดให้ถูกต้องโดยการยืนยันจากค่าสถิติ ของระดับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

3. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA)

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) เพื่อใช้สถิติ
ตรวจสอบเครื่องมือวัดที่ได้มาจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor
Analysis) ยังมีโครงสร้างขององค์ประกอบหรือเกาะกลุ่มกันของข้อคำถามตามเดิมหรือไม่

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์

การศึกษาระดับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยวัดจากความสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ข้อมูลทั้งหมดที่นำมาวิเคราะห์ จำนวน 449 ชุด (EFA ใช้ 100 CFA ใช้ 349) อธิบายอย่างไรให้ถูกต้องเหมาะสม ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis : EFA) เพื่อจัดกลุ่มตัวชี้วัดให้ถูกต้องโดยการยืนยันจากค่าสถิติ ของระดับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA) ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) เพื่อใช้สถิติตรวจสอบเครื่องมือวัดที่ได้มาจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2 ผลการวิเคราะห์สถิติพื้นฐานของความสนใจของนักท่องเที่ยวต่อระดับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

4.3 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA)

4.4 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA)

การวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ความสะดวกในการวิเคราะห์ และการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้แทนตัวแปรสังเกต (Observed Variable) ดังนี้

- X1 แทน การเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ
- X2 แทน การเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อให้ได้ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ
- X3 แทน การเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อหลีกเลี่ยงความวุ่นวายจากการท่องเที่ยวในเมือง
- X4 แทน การเดินทางท่องเที่ยวชุมชนและการได้มีส่วนร่วมกิจกรรมอื่นๆที่ไม่เกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่นของชุมชนที่จัดเตรียมไว้
- X5 แทน การรับรู้วิถีชีวิตของชุมชนการท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวชุมชน
- X6 แทน การรับประทานอาหารพื้นถิ่นของชุมชนระหว่างท่องเที่ยวชุมชน
- X7 แทน การเห็นการทำอาหารในชุมชนท่องเที่ยว
- X8 แทน การเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนเพราะชื่อเสียงของชุมชน
- X9 แทน การเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพราะมีความสะดวกสบาย ในการเดินทาง
- X10 แทน การเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพราะมีความปลอดภัย
- X11 แทน การรับประทานอาหารพื้นถิ่นของชุมชนท่องเที่ยว
- X12 แทน ความคิดต่ออาหารท้องถิ่นที่มีชื่อเสียงสามารถดึงดูดความสนใจในการตัดสินใจเดินทางไปเที่ยวชุมชน
- X13 แทน การรับประทานอาหารในชุมชนท่องเที่ยวตามที่สามารถรับประทานได้

- X14 แทน การไม่มีส่วนร่วมกับกิจกรรมการทำอาหารของชุมชนท้องถิ่น
- X15 แทน การรับประทานอาหารเฉพาะเมนูขึ้นชื่อหรือเมนูแนะนำของท้องถิ่นเท่านั้น
- X16 แทน การรับประทานอาหารของท้องถิ่นเพราะมีความแปลกกว่าอาหารทั่วไป
- X17 แทน ความคิดว่าอาหารประจำท้องถิ่นของแต่ละชุมชนมีส่วนในการตัดสินใจเดินทางมาท้องถิ่น
- X18 แทน การรับประทานอาหารท้องถิ่นในชุมชนท้องถิ่นเพราะปลอดภัย ถูกสุขอนามัย
- X19 แทน การรับประทานอาหารท้องถิ่นในชุมชนท้องถิ่นเพราะมีความสดใหม่ในการประกอบอาหาร
- X20 แทน ความคิดต่อการทานอาหารพื้นถิ่นเป็นส่วนหนึ่งของไลฟ์สไตล์
- X21 แทน การเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นในชุมชนท้องถิ่นเพราะทำจากวัตถุดิบท้องถิ่นที่หาทานได้ยาก
- X22 แทน ความคิดต่อความสามารถมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่นของชุมชน
- X23 แทน ความคิดต่อกิจกรรมหลักๆ ของชุมชนที่มีส่วนร่วมเน้นการนำเสนออาหารและเครื่องดื่มที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน
- X24 แทน การได้ชิมอาหารพื้นถิ่นของชุมชนทุกครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวชุมชน
- X25 แทน การได้ดื่มเครื่องดื่มที่ทำมาจากวัตถุดิบของชุมชน
- X26 แทน การได้รับประทานอาหารที่เป็นรสชาติของคนในท้องถิ่น
- X27 แทน การได้เห็นกรรมวิธีในการรังสรรค์อาหารของคนในท้องถิ่น
- X28 แทน ความคาดหวังที่จะได้รับประทานอาหารท้องถิ่นจากการท่องเที่ยวชุมชน
- X29 แทน ความคิดว่าคนในชุมชนให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่เน้นอาหารท้องถิ่นเป็นหลัก
- X30 แทน การมีแรงจูงใจเดินทางมาชมชุมชนท้องถิ่นเพื่อรับประทานอาหารพื้นถิ่นนั้นๆ ของชุมชนโดยเฉพาะ
- X31 แทน การเดินทางท่องเที่ยวชมชุมชนเพราะอยากมีส่วนร่วมในการทดลอง สานิต การทำอาหารท้องถิ่นของชุมชน
- X32 แทน ความชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนท้องถิ่น
- X33 แทน ความชอบเดินทางไปท่องเที่ยวทางเทศกาลอาหาร ที่ชุมชนท้องถิ่นจัดขึ้น
- X34 แทน ความชื่นชอบการรับประทานอาหารพื้นถิ่นหรืออาหารท้องถิ่นของชุมชนการท่องเที่ยว
- X35 แทน การมีส่วนร่วมในการหาวัตถุดิบของชุมชนมาเพื่อประกอบอาหารพื้นถิ่นเสมอ
- X36 แทน การมีส่วนร่วมในกรรมวิธีการผลิตอาหารในชุมชนท้องถิ่นเสมอ
- X37 แทน การได้เรียนรู้กระบวนการและเกิดทักษะการทำอาหารพื้นถิ่นจากการท่องเที่ยวชุมชนทุกครั้ง
- X38 แทน ความคิดต่อชุมชนท้องถิ่นที่มีการนำวัตถุดิบมาประกอบอาหารที่มีความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน
- X39 แทน การได้ซื้ออาหารพื้นถิ่นของชุมชนกลับบ้านทุกครั้งที่มาชมชุมชนท้องถิ่น

X40 แทน ความคิดต่อเรื่องราวและความเป็นมาของอาหารท้องถิ่นทำให้ท่านเดินทางท่องเที่ยว
ชุมชน

X41 แทน ความสนใจเทศกาลอาหารที่มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและประเพณีของท้องถิ่น

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามนำเสนอด้วยค่าจำนวน และค่าร้อยละดัง
ตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4. 1 จำนวน และค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (N=449)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	170	37.9
หญิง	279	62.1
อายุ		
น้อยกว่า 21 ปี	37	8.2
21-30 ปี	278	61.9
31-40 ปี	92	20.5
41-50 ปี	27	6.0
51-60 ปี	15	3.3
ช่วงปีเกิด		
พ.ศ. 2489-2507	6	1.3
พ.ศ. 2508-2522	40	8.9
พ.ศ. 2523-2540	267	59.5
หลัง พ.ศ. 2540	136	30.3
สถานภาพสมรส		
โสด	375	83.5
หย่าร้าง/แยกกันอยู่	11	2.4
หม้าย	7	1.6
ระดับการศึกษา		
น้อยกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	15	3.3
มัธยมศึกษาตอนปลาย	41	9.1
ปวช./ปวส.	28	6.2
ปริญญาตรี	305	67.9
ปริญญาโท	44	9.8
ปริญญาเอก	16	3.6

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ	75	16.7
พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน	148	33.0
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	120	26.7
นักเรียน/นักศึกษา	76	16.9
พ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณ/ว่างงาน	24	5.3
อื่น ๆ	6	1.3
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	170	37.9
15,001 - 30,000 บาท	182	40.5
30,001 - 45,000 บาท	44	9.8
45,001 - 60,000 บาท	30	6.7
มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป	23	5.1
ภูมิลำเนา		
ภาคกลาง	140	31.2
ภาคอีสาน	43	9.6
ภาคเหนือ	26	5.8
ภาคใต้	20	4.5
ภาคตะวันออก	214	47.7
ภาคตะวันตก	6	1.3
จังหวัดที่เดินทางไปท่องเที่ยวชุมชนในภาคตะวันออก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
ชลบุรี	390	86.9
ฉะเชิงเทรา	144	32.1
ระยอง	218	48.6
จันทบุรี	84	18.7
ตราด	198	44.1
อื่น ๆ	96	21.4

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 449 คนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 62.1 มีอายุ 21-30 ปี ร้อยละ 70.2 ช่วงปีเกิดพ.ศ. 2523-2540 สถานภาพโสด ร้อยละ 83.5 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 67.9 อาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน ร้อยละ 33.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท ภูมิลำเนา ภาคตะวันออก ร้อยละ 47.7

จังหวัดที่เดินทางท่องเที่ยวชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากที่สุด คือ จังหวัดชลบุรี ร้อยละ 86.9 รองลงมาคือ จังหวัดระยอง ร้อยละ 48.6 จังหวัดตราด ร้อยละ 44.1 จังหวัดฉะเชิงเทรา ร้อยละ 32.1 จังหวัดอื่น ๆ ร้อยละ 96 และจังหวัดจันทบุรี ร้อยละ 18.7 ตามลำดับ

4.2 ผลการวิเคราะห์สถิติพื้นฐานของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อระดับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อระดับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการวิเคราะห์นำเสนอด้วยรหัสตัวแปร ชื่อตัวแปร ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4. 2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อการเดินทางท่องเที่ยวชุมชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

รหัส	ชื่อตัวแปร	Mean	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
X1	ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อพักผ่อน หย่อนใจ	3.69	1.079	มาก
X2	ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อให้ได้ ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ	3.64	.979	มาก
X3	ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อหลีกเลี่ยง ความวุ่นวาย จากการท่องเที่ยวในเมือง	3.80	1.011	มาก
X4	ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชนและได้มีส่วนร่วม กิจกรรมอื่นๆที่ไม่เกี่ยวข้องการอาหารท้องถิ่น ของชุมชนที่จัดเตรียมไว้	3.27	.945	ปานกลาง
X5	ท่านได้รับรู้วิถีชีวิตของชุมชนการท่องเที่ยว จากการท่องเที่ยวชุมชน	3.55	.922	มาก
X6	ท่านได้รับประทานอาหารพื้นถิ่นของชุมชน ระหว่างท่องเที่ยวชุมชน	3.63	.933	มาก
X7	ท่านได้เห็นการทำอาหารในชุมชนท่องเที่ยว	3.22	1.018	ปานกลาง
X8	ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนเพราะชื่อเสียง ของชุมชน	3.47	.966	มาก
X9	ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพราะมีความ สะดวกสบาย ในการเดินทาง	3.43	.947	มาก
X10	ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพราะมีความ ปลอดภัย	3.39	.978	ปานกลาง

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

รหัส	ชื่อตัวแปร	Mean	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
X11	ท่านสามารถรับประทานอาหารพื้นถิ่นของ ชุมชนท่องเที่ยวได้	3.71	.955	มาก
X12	ท่านคิดว่าอาหารท้องถิ่นที่มีชื่อเสียง สามารถ ดึงดูดความสนใจในการตัดสินใจ เดินทางไปเที่ยวชุมชนของท่าน	3.64	.986	มาก
X13	ท่านเลือกรับประทานอาหารในชุมชน ท่องเที่ยวตามที่ท่านสามารถรับประทานได้	3.64	.935	มาก
X14	ท่านไม่ได้มีส่วนร่วมกิจกรรมการทำอาหาร ของชุมชนท่องเที่ยว	3.16	1.077	ปานกลาง
X15	ท่านจะรับประทานอาหารเช้าเมนูขึ้นชื่อ หรือเมนูแนะนำของท้องถิ่นเท่านั้น	3.02	1.040	ปานกลาง
X16	ท่านรับประทานอาหารเช้าของท้องถิ่นเพราะมี ความแปลกกว่าอาหารทั่วไป	3.31	.956	ปานกลาง
X17	ท่านคิดว่าอาหารประจำท้องถิ่นของแต่ละ ชุมชนมีส่วน ในการตัดสินใจเดินทางมา ท่องเที่ยวของท่าน	3.34	1.010	ปานกลาง
X18	ท่านรับประทานอาหารเช้าท้องถิ่นในชุมชน ท่องเที่ยวเพราะปลอดภัย ถูกสุขอนามัย	3.38	.886	ปานกลาง
X19	ท่านรับประทานอาหารเช้าท้องถิ่นในชุมชน ท่องเที่ยวเพราะมีความสดใหม่ในการ ประกอบอาหาร	3.56	.899	มาก
X20	ท่านคิดว่าการทำงานอาหารพื้นถิ่นเป็นส่วนหนึ่ง ของไลฟ์สไตล์	3.57	.998	มาก
X21	ท่านเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นในชุมชน ท่องเที่ยวเพราะทำจากวัตถุดิบท้องถิ่นที่หา ทานได้ยาก	3.57	.921	มาก
X22	ท่านคิดว่า ท่านสามารถมีส่วนร่วมในการทำ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่นของ ชุมชน	3.28	.955	ปานกลาง
X23	ท่านคิดว่ากิจกรรมหลักๆ ของชุมชน ที่ท่านมี ส่วนร่วมเน้นการนำเสนออาหาร และ เครื่องดื่มที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน	3.39	.904	ปานกลาง

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

รหัส	ชื่อตัวแปร	Mean	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
X24	ท่านได้ชิมอาหารพื้นถิ่นของชุมชนทุกครั้งที่ เดินทางท่องเที่ยวชุมชน	3.56	.899	มาก
X25	ท่านได้ดื่มเครื่องดื่มที่ทำมาจากวัตถุดิบของ ชุมชน	3.57	.998	มาก
X26	ท่านได้รับประทานอาหารที่เป็นรสชาติของ คนในท้องถิ่น	3.57	.921	มาก
X27	ท่านได้เห็นกรรมวิธีในการรังสรรค์อาหาร ของคนในท้องถิ่น	3.28	.955	ปานกลาง
X28	ท่านคาดหวังที่จะได้รับประทานอาหาร ท้องถิ่นจากการท่องเที่ยวชุมชน	3.39	.904	มาก
X29	ท่านคิดว่าคนในชุมชนให้ความสำคัญกับ กิจกรรมที่เน้นอาหารท้องถิ่นเป็นหลัก	3.44	.955	มาก
X30	ท่านมีแรงจูงใจเดินทางชุมชนท่องเที่ยวเพื่อ รับประทานอาหารพื้นถิ่นนั้นๆ ของ ชุมชนโดยเฉพาะ	3.26	.987	ปานกลาง
X31	ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพราะอยากมี ส่วนร่วมในการทดลอง สานิต การทำ อาหารท้องถิ่นของชุมชน	3.57	.921	มาก
X32	ท่านชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารใน ชุมชนท่องเที่ยว	3.16	1.026	มาก
X33	ท่านชอบเดินทางไปท่องเที่ยวงานเทศกาล อาหาร ที่ชุมชนท่องเที่ยวจัดขึ้น	3.54	.979	มาก
X34	ท่านชื่นชอบการรับประทานอาหารพื้นถิ่น หรืออาหารท้องถิ่นของชุมชนการ ท่องเที่ยว	3.43	.894	มาก
X35	ท่านมีส่วนร่วมในการหาวัตถุดิบของชุมชน มาเพื่อประกอบอาหารพื้นถิ่นเสมอ	3.23	1.005	ปานกลาง
X36	ท่านมีส่วนร่วมในกรรมวิธีการผลิตอาหารใน ชุมชนท่องเที่ยวเสมอ	2.69	1.178	ปานกลาง
X37	ท่านได้เรียนรู้การกระบวนการและเกิด ทักษะการทำอาหารพื้นถิ่นจากการ ท่องเที่ยว ชุมชนทุกครั้ง	2.91	1.046	ปานกลาง

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

รหัส	ชื่อตัวแปร	Mean	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
X38	ท่านคิดว่าชุมชนท่องเที่ยวมีการนำวัตถุดิบมาประกอบอาหารที่มีความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน	3.54	.930	มาก
X39	ท่านได้ซื้ออาหารพื้นถิ่นของชุมชนกลับบ้านทุกครั้งที่มาชุมชนท่องเที่ยว	3.44	.951	มาก
X40	ท่านคิดว่าเรื่องราวและความเป็นมาของอาหารท้องถิ่น ทำให้ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชน	3.41	1.012	มาก
X41	ท่านสนใจเทศกาลอาหารที่มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและประเพณีของท้องถิ่น	3.55	1.003	มาก
รวม		3.40	.627	ปานกลาง

เกณฑ์การแปลผล: 5.00-4.21=มากที่สุด, 4.20-3.41=มาก, 3.40-2.61=ปานกลาง, 2.60-1.80=น้อย, 1.80-1.00=น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าระดับของตัวแปรของความสนใจต่อการเดินทางท่องเที่ยวชุมชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจต่อการเดินทางท่องเที่ยวชุมชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40) โดยข้อคำถามจำนวน 41 ข้ออยู่ในระดับมากจำนวน 26 ข้อ และข้อที่อยู่ในระดับกลางจำนวน 15 ข้อ ดังนี้

ความสนใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการเดินทางท่องเที่ยวชุมชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก จำนวน 26 ข้อได้แก่ ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69) ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อให้ได้ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64) ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อหลีกเลี่ยงความวุ่นวาย จากการท่องเที่ยวในเมือง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80) ท่านได้รับรู้วิถีชีวิตของชุมชนการท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวชุมชน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55) ท่านได้รับประทานอาหารพื้นถิ่นของชุมชนระหว่างท่องเที่ยวชุมชน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63) ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนเพราะชื่อเสียงของชุมชน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47) ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพราะมีความสะดวกสบาย ในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43) ท่านสามารถรับประทานอาหารพื้นถิ่นของชุมชนท่องเที่ยวได้ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71) ท่านคิดว่าอาหารท้องถิ่นที่มีชื่อเสียง สามารถดึงดูดความสนใจในการตัดสินใจเดินทางไปเที่ยวชุมชนของท่าน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64) ท่านเลือกรับประทานอาหารในชุมชนท่องเที่ยวตามที่ท่านสามารถรับประทานได้ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64) ท่านรับประทานอาหารท้องถิ่นในชุมชนท่องเที่ยวเพราะมีความสดใหม่ในการประกอบอาหาร (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56) ท่านคิดว่าการทำงานอาหารพื้นถิ่นเป็นส่วนหนึ่งของไลฟ์สไตล์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57) ท่านเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นในชุมชนท่องเที่ยวเพราะทำจากวัตถุดิบ

ท้องถิ่นที่หาทานได้ยาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57) ท่านได้ชิมอาหารพื้นถิ่นของชุมชนทุกครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวชุมชน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56) ท่านได้ดื่มเครื่องดื่มที่ทำมาจากวัตถุดิบของชุมชน(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57) ท่านได้รับประทานอาหารที่เป็นรสชาติของคนในท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57) ท่านคิดว่าคนในชุมชนให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่เน้นอาหารท้องถิ่นเป็นหลัก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44) ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพราะอยากมีส่วนร่วมในการทดลอง สานิต การทำอาหารท้องถิ่นของชุมชน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57) ท่านชอบเดินทางไปท่องเที่ยวงานเทศกาลอาหาร ที่ชุมชนท่องเที่ยวจัดขึ้น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54) ท่านชื่นชอบการรับประทานอาหารพื้นถิ่นหรืออาหารท้องถิ่นของชุมชน การท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43) ท่านคิดว่าชุมชนท่องเที่ยวมีการนำวัตถุดิบมาประกอบอาหารที่มีความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54) ท่านได้ซื้ออาหารพื้นถิ่นของชุมชนกลับบ้านทุกครั้งที่มาชุมชนท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44) ท่านคิดว่าเรื่องราวและความเป็นมาของอาหารท้องถิ่น ทำให้ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชน(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41) และ ท่านสนใจเทศกาลอาหารที่มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและประเพณีของท้องถิ่น(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55)

ความสนใจต่อการเดินทางท่องเที่ยวชุมชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 15 ข้อได้แก่ ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชนและได้มีส่วนร่วมกิจกรรมอื่นๆที่ไม่เกี่ยวข้องการอาหารท้องถิ่นของชุมชนที่จัดเตรียมไว้ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27) ท่านได้เห็นการทำอาหารในชุมชนท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22) ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพราะมีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39) ท่านไม่ได้มีส่วนร่วมกิจกรรมการทำอาหารของชุมชนท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16) ท่านจะรับประทานอาหารเฉพาะเมนูขึ้นชื่อหรือเมนูแนะนำของท้องถิ่นเท่านั้น(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.02) ท่านรับประทานอาหารของท้องถิ่นเพราะมีความแปลกกว่าอาหารทั่วไป(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31) ท่านคิดว่าอาหารประจำท้องถิ่นของแต่ละชุมชนมีส่วน ในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของท่าน(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34) ท่านรับประทานอาหารท้องถิ่นในชุมชนท่องเที่ยวเพราะปลอดภัย ถูกสุขอนามัย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ3.38) ท่านคิดว่าท่านสามารถมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่นของชุมชน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28) ท่านคิดว่ากิจกรรมหลักๆ ของชุมชน ที่ท่านมีส่วนร่วมเน้นการนำเสนออาหารและเครื่องดื่มที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39) ท่านได้เห็นกรรมวิธีในการรังสรรค์อาหารของคนในท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28) ท่านมีแรงจูงใจเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อรับประทานอาหารพื้นถิ่นนั้นๆ ของชุมชนโดยเฉพาะ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26) ท่านมีส่วนร่วมในการหาวัตถุดิบของชุมชนมาเพื่อประกอบอาหารพื้นถิ่นเสมอ(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ3.23) ท่านมีส่วนร่วมในกรรมวิธีการผลิตอาหารในชุมชนท่องเที่ยวเสมอ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.69) และท่านได้เรียนรู้การกระบวนการและเกิดทักษะการทำอาหารพื้นถิ่นจากการท่องเที่ยวชุมชนทุกครั้ง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.91)

4.3 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis : EFA)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis : EFA) เพื่อระบุความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Variable) กับองค์ประกอบ (Factor) จัดกลุ่มตัวแปร ที่มีลักษณะสัมพันธ์กันจัดเข้าไว้ในกลุ่มเดียวกัน ซึ่งผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis : EFA) ความสนใจต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารชุมชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ได้ดังนี้

ตารางที่ 4. 3 แสดงค่าไคเซอร์ ไมเยอร์-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)	1308.631
df	105
Sig.	.000
ค่าความเพียงพอเหมาะสมของข้อมูล (KMO)	.855

จากตารางที่ 4.3 แสดงถึง ค่า Kaiser-Meyer-Olkin = 0.855 ซึ่งมากกว่า 0.50 สามารถสรุปได้ว่า ข้อมูลความสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก มีความเหมาะสมและสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจได้

ค่าประมาณการทางสถิติของ Chi-Square = 1308.631 และ ค่า Significant = 0.000 น้อยกว่า 0.05 สามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรปัจจัยต่าง ๆ ทั้ง 41 ตัวแปรนั้นมีความสัมพันธ์กัน โดยสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจได้

ตารางที่ 4.4 ถึง 4.7 เป็นส่วนที่มาจากคำสั่งให้หมุนแกน เป็นค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor Loading) ที่ได้มาจากการหมุนแกนด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยหลัก (Principal Component Analysis) แบบ Varimax มีค่าเท่ากับสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรกับปัจจัยที่หมุนแกนแล้ว ส่วนตัวแปรใดที่ไม่สามารถจัดเข้ากลุ่มใดได้ที่มีค่าความสัมพันธ์กับกลุ่มไม่ถึง 0.50 จะถูกตัดทิ้งออกไป และเลือกองค์ประกอบที่มีค่า Total Eigenvalues มากกว่า 1 ได้องค์ประกอบจำนวน 4 องค์ประกอบ ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA) มีผลการวิเคราะห์ตามตารางที่ 4.4-4.7

ตารางที่ 4. 4 องค์ประกอบที่ 1 Culinary

	ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ
X11	ความสามารถรับประทานอาหารพื้นถิ่นของชุมชนท่องเที่ยวได้	.716
X12	ความคิดว่าอาหารท้องถิ่นที่มีชื่อเสียง สามารถดึงดูดความสนใจในการตัดสินใจเดินทางไปเที่ยวชุมชน	.778
X13	การเลือกรับประทานอาหารในชุมชนท่องเที่ยวตามที่สามารถรับประทานได้	.732
X18	การรับประทานอาหารท้องถิ่นในชุมชนท่องเที่ยวเพราะปลอดภัยถูกสุขอนามัย	.607
X19	การรับประทานอาหารท้องถิ่นในชุมชนท่องเที่ยวเพราะมีความสดใหม่ในการประกอบอาหาร	.739
X20	ความคิดต่อการทานอาหารพื้นถิ่นเป็นส่วนหนึ่งของไลฟ์สไตล์	.765
ค่าความแปรปรวนร่วม (Eigenvalues) = 4.337		

จากตารางที่ 4.4 แสดงค่าน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่ 1 ประกอบด้วย 6 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักอยู่ระหว่าง 0.607 ถึง 0.778 มีค่าความแปรปรวนร่วม 4.337 เมื่อพิจารณาจากตัวแปรชี้วัดสามารถตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า Culinary

ตารางที่ 4. 5 องค์ประกอบที่ 2 Rural

	ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ
X1	การเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	.852
X2	การเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อให้ได้ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ	.820
X3	การเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อหลีกเลี่ยงความวุ่นวายจากการท่องเที่ยวในเมือง	.738
ค่าความแปรปรวนร่วม (Eigenvalues) = 2.410		

จากตารางที่ 4.5 แสดงค่าน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่ 2 ประกอบด้วย 3 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักอยู่ระหว่าง 0.738 ถึง 0.852 มีค่าความแปรปรวนร่วม 2.410 เมื่อพิจารณาจากตัวแปรชี้วัดสามารถตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า Rural

ตารางที่ 4. 6 องค์ประกอบที่ 3 Cuisine

	ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ
X8	การเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนเพราะชื่อเสียงของชุมชน	.690
X9	การเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพราะมีความสะดวกสบายในการเดินทาง	.636
X14	การไม่ได้มีส่วนร่วมกับกิจกรรมการทำอาหารของชุมชนท่องเที่ยว	.810
X15	การรับประทานอาหารเช้าเมนูขึ้นชื่อหรือเมนูแนะนำของท้องถิ่นเท่านั้น	.691

ค่าความแปรปรวนร่วม (Eigenvalues) = 2.827

จากตารางที่ 4.6 แสดงค่าน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่ 3 ประกอบด้วย 4 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักอยู่ระหว่าง 0.636 ถึง 0.810 มีค่าความแปรปรวนร่วม 2.827 เมื่อพิจารณาจากตัวแปรชี้วัดสามารถตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า Cuisine

ตารางที่ 4. 7 องค์ประกอบที่ 4 Gourmet

	ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ
X35	การมีส่วนร่วมในการหาวัตถุดิบของชุมชนมาเพื่อประกอบอาหารพื้นถิ่นเสมอ	.947
X36	การมีส่วนร่วมในกรรมวิธีการผลิตอาหารในชุมชนท่องเที่ยวเสมอ	.896

ค่าความแปรปรวนร่วม (Eigenvalues) = 1.843

จากตารางที่ 4.7 แสดงค่าน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่ 4 ประกอบด้วย 2 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักอยู่ระหว่าง 0.896 ถึง 0.947 มีค่าความแปรปรวนร่วม 1.843 เมื่อพิจารณาจากตัวแปรชี้วัดสามารถตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า Gourmet

ทั้งนี้ ตัวแปรทั้ง 15 ตัว นำมาหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรมีผลการศึกษาค่าความสัมพันธ์ดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4. 8 แสดงค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA)

ตัวแปร	x1	x2	x3	x8	x9	x11	x12	x13	x14	x15	x18	x19	x20	x35	x36
x1	1.000														
x2	.638	1.000													
x3	.590	.661	1.000												
x8	.307	.423	.421	1.000											
x9	.337	.303	.351	.610	1.000										
x11	.354	.493	.541	.446	.479	1.000									
x12	.309	.425	.439	.498	.451	.668	1.000								
x13	.324	.429	.437	.451	.454	.597	.684	1.000							
x14	.342	.278	.275	.492	.406	.211	.304	.293	1.000						
x15	.257	.211	.313	.439	.429	.329	.461	.444	.509	1.000					
x18	.436	.532	.453	.396	.470	.516	.548	.587	.429	.486	1.000				
x19	.359	.510	.496	.421	.394	.558	.597	.569	.293	.368	.728	1.000			
x20	.121	.297	.344	.331	.422	.444	.558	.489	.241	.395	.595	.661	1.000		
x35	.177	.148	.089	.204	.228	.118	.177	.161	.181	.255	.363	.307	.322	1.000	
x36	.102	.182	.155	.260	.281	.255	.277	.263	.231	.333	.384	.324	.366	.844	1.000

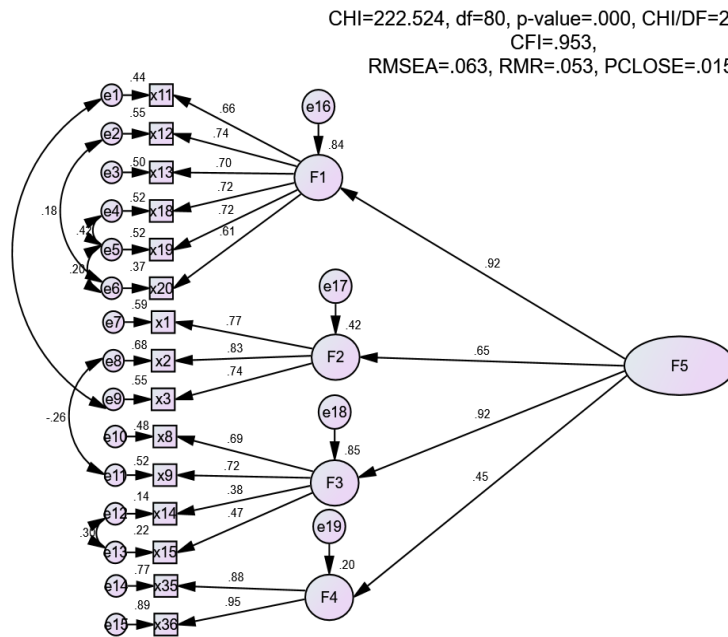
**p<.01, *p<.05

KMO-MSA = 0.855 Bartlett's Test of Sphericity $\chi^2 = 1308.631$ Sig.=.000 p<0.05

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ X1, X 2, X3, มีขนาดความสัมพันธ์อยู่ในช่วง 0.590 - 0.638 ตัวแปรสังเกตได้ X11, X12, X13, X18 X19, X20 มีขนาดความสัมพันธ์อยู่ในช่วง 0.444 - 0.728 ตัวแปรสังเกตได้ X8, X9, X14, X15 มีขนาดความสัมพันธ์อยู่ในช่วง 0.406 - 0.6108 และ ตัวแปรสังเกตได้ X35, X36 มีขนาดความสัมพันธ์เท่ากับ 0.844

4.4 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) เพื่อใช้สถิติตรวจสอบเครื่องมือวัดที่ได้มาจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) ตรวจสอบองค์ประกอบความสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ 15 ตัวแปร โดยนำเสนอโมเดลความสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก ตามภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลความสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก

จากภาพที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลความสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก ผลการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล ได้ค่าสถิติทดสอบไคสแควร์ (χ^2) เท่ากับ 222.524 ที่องศาอิสระ (df) เท่ากับ 80 ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (χ^2 / df) เท่ากับ 2.782 ค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.000 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI) ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.953 ดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือ (RMR) เท่ากับ 0.053 ค่ารากของเฉลี่ยกำลังสองของเศษเหลือในรูปคะแนนมาตรฐาน (SRMR) เท่ากับ 0.054 ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (RMSEA) เท่ากับ 0.063 สรุปได้ว่าโมเดลตามสมมติฐานสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือเครื่องมือที่สร้างขึ้นนี้ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ F1-F4 โดยที่องค์ประกอบ F1 และ F3 มีน้ำหนักความสำคัญเท่ากัน รองลงมาได้แก่ F2 และ F4 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันความสนใจของนักท่องเที่ยวต่อระดับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก มี 4 องค์ประกอบ 15 ตัวแปรสังเกตได้ ค่า

น้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตได้มีค่าเป็นบวก อยู่ระหว่าง .38 ถึง .88 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 15 ตัวแปรนั้น เป็นตัวแปรที่สำคัญของความสนใจของนักท่องเที่ยวต่อระดับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก จัดเรียงองค์ประกอบตามค่าน้ำหนักองค์ประกอบได้ดังนี้

ตารางที่ 4. 9 องค์ประกอบที่ 1 Culinary

	ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ
X11	ความสามารถรับประทานอาหารพื้นถิ่นของชุมชนท่องเที่ยวได้	.66
X12	ความคิดว่าอาหารท้องถิ่นที่มีชื่อเสียง สามารถดึงดูดความสนใจในการตัดสินใจเดินทางไปเที่ยวชุมชน	.74
X13	การเลือกรับประทานอาหารในชุมชนท่องเที่ยวตามที่สามารถรับประทานได้	.70
X18	การรับประทานอาหารท้องถิ่นในชุมชนท่องเที่ยวเพราะปลอดภัย	.72
X19	การรับประทานอาหารท้องถิ่นในชุมชนท่องเที่ยวเพราะมีความสดใหม่ในการประกอบอาหาร	.72
X20	ความคิดต่อการทานอาหารพื้นถิ่นเป็นส่วนหนึ่งของไลฟ์สไตล์	.61
ค่าความแปรปรวนร่วม (Eigenvalues) = 4.15		

จากตารางที่ 4.9 แสดงค่าน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่ 1 ประกอบด้วย 6 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักอยู่ระหว่าง 0.61 ถึง 0.74 มีค่าความแปรปรวนร่วม 4.15 เมื่อพิจารณาจากตัวแปรชี้วัดสามารถตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า Culinary

ตารางที่ 4. 10 องค์ประกอบที่ 2 Rural

	ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ
X1	การเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	.77
X2	การเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อให้ได้ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ	.83
X3	การเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อหลีกเลี่ยงความวุ่นวายจากการท่องเที่ยวในเมือง	.74
ค่าความแปรปรวนร่วม (Eigenvalues) = 2.34		

จากตารางที่ 4.10 แสดงค่าน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่ 2 ประกอบด้วย 3 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักอยู่ระหว่าง 0.74 ถึง 0.83 มีค่าความแปรปรวนร่วม 2.34 เมื่อพิจารณาจากตัวแปรชี้วัดสามารถตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า Rural

ตารางที่ 4. 11 องค์ประกอบที่ 3 Cuisine

	ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ
X8	การเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนเพราะชื่อเสียงของชุมชน	.69
X9	การเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพราะมีความสะดวกสบายในการเดินทาง	.72
X14	การไม่ได้มีส่วนร่วมกับกิจกรรมการทำอาหารของชุมชนท่องเที่ยว	.38
X15	การรับประทานอาหารเฉพาะเมนูขึ้นชื่อหรือเมนูแนะนำของท้องถิ่นเท่านั้น	.47

ค่าความแปรปรวนร่วม (Eigenvalues) = 2.26

จากตารางที่ 4.11 แสดงค่าน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่ 3 ประกอบด้วย 4 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักอยู่ระหว่าง 0.38 ถึง 0.72 มีค่าความแปรปรวนร่วม 2.26 เมื่อพิจารณาจากตัวแปรชี้วัดสามารถตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า Cuisine

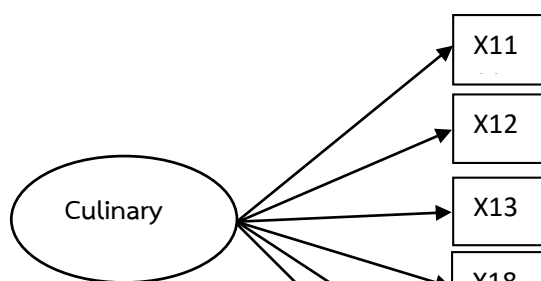
ตารางที่ 4. 12 องค์ประกอบที่ 4 Gourmet

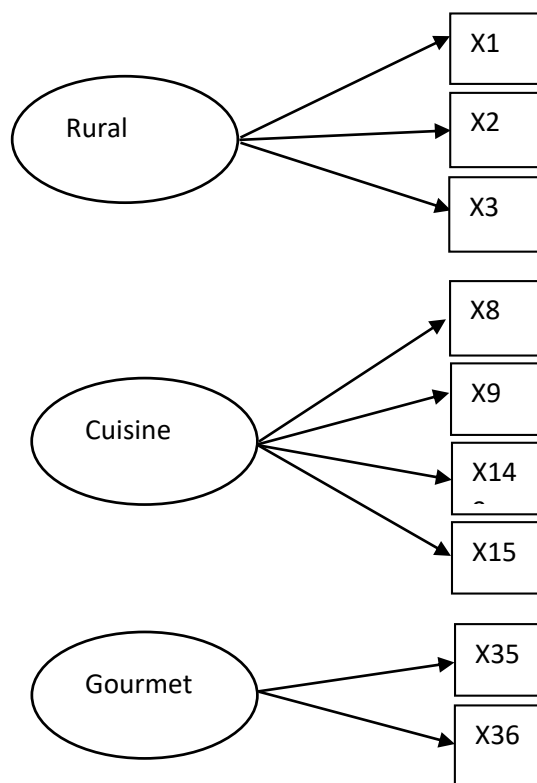
	ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ
X35	การมีส่วนร่วมในการหาวัตถุดิบของชุมชนมาเพื่อประกอบอาหารพื้นถิ่นเสมอ	.88
X36	การมีส่วนร่วมในกรรมวิธีการผลิตอาหารในชุมชนท่องเที่ยวเสมอ	.95

ค่าความแปรปรวนร่วม (Eigenvalues) = 1.83

จากตารางที่ 4.12 แสดงค่าน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่ 4 ประกอบด้วย 2 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักอยู่ระหว่าง 0.88 ถึง 0.95 มีค่าความแปรปรวนร่วม 1.83 เมื่อพิจารณาจากตัวแปรชี้วัดสามารถตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า Gourmet

กรอบแนวคิดในการวิจัย





ภาพที่ 4.2 กรอบแนวคิดในการวิจัยจากการวิเคราะห์องค์ประกอบ

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัย เรื่อง การศึกษาระดับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก มีวัตถุประสงค์เพื่อ

- 1) ศึกษาระดับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก
- 2) พัฒนาเครื่องมือในการวัดระดับความสนใจต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารชุมชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก

การศึกษานี้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ชนิดคำถามปลายปิด (Close Ended Question) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวชุมชนเขตพื้นที่ภาคตะวันออกพื้นที่จังหวัดชลบุรี ระยอง ฉะเชิงเทรา จันทบุรี และตราด จำนวน 449 คน สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 449 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 62.1 มีอายุ 21-30 ปี ร้อยละ 70.2 ช่วงปีเกิดพ.ศ. 2523-2540 สถานภาพโสด ร้อยละ 83.5 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 67.9 อาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน ร้อยละ 33.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท ภูมิลำเนา ภาคตะวันออก ร้อยละ 47.7 จังหวัดที่เดินทางท่องเที่ยวชุมชนในภาคตะวันออกมากที่สุด คือ จังหวัดชลบุรี ร้อยละ 86.9 รองลงมาคือ จังหวัดระยอง ร้อยละ 48.6 จังหวัดตราด ร้อยละ 44.1 จังหวัดฉะเชิงเทรา ร้อยละ 32.1 จังหวัดอื่น ๆ ร้อยละ 96 และจังหวัดจันทบุรี ร้อยละ 18.7 ตามลำดับ

2. กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจต่อการเดินทางท่องเที่ยวชุมชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40) โดยข้อคำถามจำนวน 41 ข้อ อยู่ในระดับมากจำนวน 26 ข้อ และอยู่ในระดับกลาง จำนวน 15 ข้อ ดังนี้

ความสนใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการเดินทางท่องเที่ยวชุมชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก จำนวน 26 ข้อ ได้แก่ ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69) ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อให้ได้ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64) ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อหลีกเลี่ยงความวุ่นวาย จากการท่องเที่ยวในเมือง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80) ท่านได้รับรู้วิถีชีวิตของชุมชนการท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวชุมชน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55) ท่านได้รับประทานอาหารพื้นถิ่นของชุมชนระหว่างท่องเที่ยวชุมชน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63) ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนเพราะชื่อเสียงของชุมชน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47) ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพราะมีความสะดวกสบาย ในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43) ท่านสามารถรับประทานอาหารพื้นถิ่นของชุมชนท่องเที่ยวได้ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71) ท่านคิดว่าอาหารท้องถิ่นที่มีชื่อเสียง สามารถดึงดูดความสนใจในการตัดสินใจเดินทางไปเที่ยวชุมชนของท่าน (ค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 3.64) ท่านเลือกรับประทานอาหารในชุมชนท่องเที่ยวตามที่ท่านสามารถรับประทานได้ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64) ท่านรับประทานอาหารท้องถิ่นในชุมชนท่องเที่ยวเพราะมีความสดใหม่ในการประกอบอาหาร (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56) ท่านคิดว่าการทานอาหารพื้นถิ่นเป็นส่วนหนึ่งของไลฟ์สไตล์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57) ท่านเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นในชุมชนท่องเที่ยวเพราะทำจากวัตถุดิบท้องถิ่นที่หาทานได้ยาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57) ท่านได้ชิมอาหารพื้นถิ่นของชุมชนทุกครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวชุมชน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56) ท่านได้ดื่มเครื่องดื่มที่ทำมาจากวัตถุดิบของชุมชน(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57) ท่านได้รับประทานอาหารที่เป็นรสชาติของคนในท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57) ท่านคิดว่าคนในชุมชนให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่เน้นอาหารท้องถิ่นเป็นหลัก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44) ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพราะอยากมีส่วนร่วมในการทดลอง สานิต การทำอาหารท้องถิ่นของชุมชน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57) ท่านชอบเดินทางไปท่องเที่ยวงานเทศกาลอาหาร ที่ชุมชนท่องเที่ยวจัดขึ้น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54) ท่านชื่นชอบการรับประทานอาหารพื้นถิ่นหรืออาหารท้องถิ่นของชุมชนการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43) ท่านคิดว่าชุมชนท่องเที่ยวมีการนำวัตถุดิบมาประกอบอาหารที่มีความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54) ท่านได้ซื้ออาหารพื้นถิ่นของชุมชนกลับบ้านทุกครั้งที่มาชุมชนท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44) ท่านคิดว่าเรื่องราวและความเป็นมาของอาหารท้องถิ่น ทำให้ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชน(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41) และ ท่านสนใจเทศกาลอาหารที่มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและประเพณีของท้องถิ่น(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55)

ความสนใจต่อการเดินทางท่องเที่ยวชุมชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 15 ข้อ ได้แก่ ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชนและได้มีส่วนร่วมกิจกรรมอื่นๆที่ไม่เกี่ยวข้องการอาหารท้องถิ่นของชุมชนที่จัดเตรียมไว้ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27) ท่านได้เห็นการทำอาหารในชุมชนท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22) ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพราะมีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39) ท่านไม่ได้มีส่วนร่วมกิจกรรมการทำอาหารของชุมชนท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16) ท่านจะรับประทานเฉพาะเมนูขึ้นชื่อหรือเมนูแนะนำของท้องถิ่นเท่านั้น(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.02) ท่านรับประทานอาหารของท้องถิ่นเพราะมีความแปลกกว่าอาหารทั่วไป(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31) ท่านคิดว่าอาหารประจำท้องถิ่นของแต่ละชุมชนมีส่วน ในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของท่าน(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34) ท่านรับประทานอาหารท้องถิ่นในชุมชนท่องเที่ยวเพราะปลอดภัย ถูกสุขอนามัย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38) ท่านคิดว่าท่านสามารถมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่นของชุมชน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28) ท่านคิดว่ากิจกรรมหลักๆ ของชุมชน ที่ท่านมีส่วนร่วมเน้นการนำเสนออาหารและเครื่องดื่มที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39) ท่านได้เห็นกรรมวิธีในการรังสรรค์อาหารของคนในท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28) ท่านมีแรงจูงใจเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อรับประทานอาหารพื้นถิ่นนั้นๆ ของชุมชนโดยเฉพาะ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26) ท่านมีส่วนร่วมในการหาวัตถุดิบของชุมชนมาเพื่อประกอบอาหารพื้นถิ่นเสมอ(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23) ท่านมีส่วนร่วมในกรรมวิธีการผลิตอาหารในชุมชนท่องเที่ยวเสมอ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.69) และท่านได้เรียนรู้การกระบวนการและเกิดทักษะการทำอาหารพื้นถิ่นจากการท่องเที่ยวชุมชนทุกครั้ง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.91)

3. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA) จากตัวแปร 41 ตัว ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ พบว่า มีค่าสถิติของไคเซอร์-ไมเยอร์-โอลคิน (KMO) เท่ากับ 0.855 ซึ่ง

มากกว่า 0.50 แสดงว่าข้อมูลทั้งหมดและตัวแปรต่าง ๆ นั้นมีความสำคัญกันดี สามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบตามจุดมุ่งหมายของการวิจัยได้ และค่าสถิติของบาร์ทเลทท์ (Bartlett's Test of Sphericity) พบว่า ค่าสถิติคสแควร์ (χ^2) เท่ากับ 1308.631 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig.=.000 $p < 0.05$) แสดงว่า เมตริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กัน ดังนั้นเมตริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรมีความเหมาะสมที่จะใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบ จากการวิเคราะห์ตัวแปรจำนวน 41 ปรากฏค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายหลังจากการหมุนแกนด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยหลัก (Principal Component Analysis) แบบแวนริแมกซ์ (Varimax Method) ทำให้ตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์กับกลุ่มหรือมีความสัมพันธ์น้อยถูกสกัดออกและให้เหลือน้อยที่สุด และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) มีค่ามากที่สุด จึงได้องค์ประกอบของความสนใจต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารชุมชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 4 องค์ประกอบ และมีตัวแปรสังเกตที่จัดกลุ่มจำนวน 15 ตัว ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 Culinary ประกอบด้วย 6 ตัวแปร ได้แก่ ข้อ 11 ท่านสามารถรับประทานอาหารพื้นถิ่นของชุมชนท่องเที่ยวได้ ข้อ 12 ท่านคิดว่าอาหารท้องถิ่นที่มีชื่อเสียง สามารถดึงดูดความสนใจในการตัดสินใจเดินทางไปเที่ยวชุมชนของท่าน ข้อ 13 ท่านเลือกรับประทานอาหารในชุมชนท่องเที่ยวตามที่ท่านสามารถรับประทานได้ ข้อ 18 ท่านรับประทานอาหารท้องถิ่นในชุมชนท่องเที่ยวเพราะปลอดภัย ถูกสุขอนามัย ข้อ 19 ท่านรับประทานอาหารท้องถิ่นในชุมชนท่องเที่ยวเพราะมีความสดใหม่ในการประกอบอาหาร ข้อ 20 ท่านคิดว่าการทำงานอาหารพื้นถิ่นเป็นส่วนหนึ่งของไลฟ์สไตล์ และมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.607-0.788 ค่า Eigenvalues เท่ากับ 4.337

องค์ประกอบที่ 2 Rural ประกอบด้วย 3 ตัวแปร ได้แก่ ข้อ 1 ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ข้อ 2 ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อให้ได้ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ ข้อ 3 ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อหลีกเลี่ยงความวุ่นวาย จากการท่องเที่ยวในเมือง และมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.738-0.852 ค่า Eigenvalues เท่ากับ 2.410

องค์ประกอบที่ 3 Cuisine ประกอบด้วย 4 ตัวแปร ได้แก่ ข้อ 8 ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนเพราะชื่อเสียงของชุมชน ข้อ 9 ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพราะมีความสะดวกสบาย ในการเดินทาง ข้อ 14 ท่านไม่ได้มีส่วนร่วมกับกิจกรรมการทำอาหารของชุมชนท่องเที่ยว ข้อ 15 ท่านจะรับประทานอาหารเช้าเมนูขึ้นชื่อหรือเมนูแนะนำของท้องถิ่นเท่านั้น และมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.636 -0.810 ค่า Eigenvalues เท่ากับ 2.827

องค์ประกอบที่ 4 Gourmet ประกอบด้วย 2 ตัวแปร ได้แก่ ข้อ 35 ท่านมีส่วนร่วมในการหาวัตถุดิบของชุมชนมาเพื่อประกอบอาหารพื้นถิ่นเสมอ ข้อ 36 ท่านมีส่วนร่วมในกรรมวิธีการผลิตอาหารในชุมชนท่องเที่ยวเสมอ และมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.896 - 0.947 ค่า Eigenvalues เท่ากับ 1.843

4. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA)

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลความสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล ได้ค่าสถิติทดสอบไคสแควร์ (χ^2) เท่ากับ 222.524 ที่องศาอิสระ (df) เท่ากับ 80 ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ (χ^2 / df) เท่ากับ 2.782 ค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.000 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้

(AGFI) ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.953 ดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือ (RMR) เท่ากับ 0.053 ค่ารากของเฉลี่ยกำลังสองของเศษเหลือในรูปคะแนนมาตรฐาน (SRMR) เท่ากับ 0.054 ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (RMSEA) เท่ากับ 0.063 สรุปได้ว่าโมเดลตามสมมติฐานสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือเครื่องมือที่สร้างขึ้นนี้ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ และตัวแปรสังเกตได้ 15 ตัว ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 Culinary ประกอบด้วย 6 ตัวแปร ได้แก่ ข้อ 11 ท่านสามารถรับประทานอาหารพื้นถิ่นของชุมชนท่องเที่ยวได้ ข้อ 12 ท่านคิดว่าอาหารท้องถิ่นที่มีชื่อเสียง สามารถดึงดูดความสนใจในการตัดสินใจเดินทางไปเที่ยวชุมชนของท่าน ข้อ 13 ท่านเลือกรับประทานอาหารในชุมชนท่องเที่ยวตามที่ท่านสามารถรับประทานได้ ข้อ 18 ท่านรับประทานอาหารท้องถิ่นในชุมชนท่องเที่ยวเพราะปลอดภัย ถูกสุขอนามัย ข้อ 19 ท่านรับประทานอาหารท้องถิ่นในชุมชนท่องเที่ยวเพราะมีความสดใหม่ในการประกอบอาหาร ข้อ 20 ท่านคิดว่าการทานอาหารพื้นถิ่นเป็นส่วนหนึ่งของไลฟ์สไตล์ และมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.61-0.74 ค่า Eigenvalues เท่ากับ 4.15

องค์ประกอบที่ 2 Rural ประกอบด้วย 3 ตัวแปร ได้แก่ ข้อ 1 ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ข้อ 2 ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อให้ได้ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ ข้อ 3 ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อหลีกเลี่ยงความวุ่นวาย จากการท่องเที่ยวในเมือง และมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.74-0.83 ค่า Eigenvalues เท่ากับ 2.34

องค์ประกอบที่ 3 Cuisine ประกอบด้วย 4 ตัวแปร ได้แก่ ข้อ 8 ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนเพราะชื่อเสียงของชุมชน ข้อ 9 ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพราะมีความสะดวกสบาย ในการเดินทาง ข้อ 14 ท่านไม่ได้มีส่วนร่วมกับกิจกรรมการทำอาหารของชุมชนท่องเที่ยว ข้อ 15 ท่านจะรับประทานอาหารเฉพาะเมนูขึ้นชื่อหรือเมนูแนะนำของท้องถิ่นเท่านั้น และมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.38 -0.72 ค่า Eigenvalues เท่ากับ 2.26

องค์ประกอบที่ 4 Gourmet ประกอบด้วย 2 ตัวแปร ได้แก่ ข้อ 35 ท่านมีส่วนร่วมในการหาวัตถุดิบของชุมชนมาเพื่อประกอบอาหารพื้นถิ่นเสมอ ข้อ 36 ท่านมีส่วนร่วมในกรรมวิธีการผลิตอาหารในชุมชนท่องเที่ยวเสมอ และมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.88 - 0.95 ค่า Eigenvalues เท่ากับ 1.83

อภิปรายผล

การอภิปรายผลการวิจัยสามารถแบ่งได้ตามผลของการวิจัย ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ความสนใจของนักท่องเที่ยวต่อระดับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก การวิเคราะห์องค์ประกอบความสนใจของนักท่องเที่ยวต่อระดับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี มีสถานภาพโสด สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี และส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชนหรือลูกจ้าง ซึ่งมีรายได้ประมาณ 10,001-30,000 บาทต่อเดือน สอดคล้องกับ

งานวิจัยของ ฎริ ชุณหะวัณ และชวลีย์ ณ ถลาง (2563) ที่ศึกษาเรื่ององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารและส่วนประสมทางการตลาดบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารชายฝั่งทะเลตะวันตก พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ของจังหวัดเพชรบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดชุมพร และจังหวัดระนอง มากกว่าครึ่งเป็นเพศหญิง มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มากกว่าครึ่งมีการศึกษาต่ำกว่าหรือเท่ากับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 –30,000 บาท และมีสถานภาพโสด เช่นเดียวกับงานวิจัยของ กชกร จุลศิลป์ (2561) ที่ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การจัดการการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และงานวิจัยของ ละมัย เภาเออร์ (2558) เรื่อง คุณค่าของตราสินค้า การรับรู้คุณภาพการให้บริการ คุณภาพของอาหาร และบรรยากาศที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ และจังหวัดในภาคตะวันออกที่ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางท่องเที่ยวชมชนมากที่สุด คือ จังหวัดชลบุรี สอดคล้องกับพื้นที่จังหวัดชลบุรีมีการเดินทางที่สะดวกรวดเร็วต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเมื่อต้องการรับประทานอาหารทะเล

ความสนใจของนักท่องเที่ยวต่อระดับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก

ผลการวิเคราะห์ระดับความสนใจต่อการเดินทางท่องเที่ยวชมชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง แสดงว่าระดับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนส่งผลต่อระดับความสนใจต่อการเดินทางท่องเที่ยวชมชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก อยู่ในระดับปานกลาง โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมาก คือการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ รองลงมาเป็นการเดินทางท่องเที่ยวชมชนเพื่อให้ได้ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อหลีกเลี่ยงความวุ่นวายจากการท่องเที่ยวในเมือง เพื่อได้รับวิถีชีวิตของชุมชนการท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวชมชน ได้รับประทานอาหารพื้นถิ่นของชุมชนระหว่างท่องเที่ยวชมชน เดินทางมาท่องเที่ยวชมชนเพราะชื่อเสียงของชุมชน และเดินทางท่องเที่ยวชมชนเพราะมีความสะดวกสบายในการเดินทาง และสามารถรับประทานอาหารพื้นถิ่นของชุมชนท่องเที่ยว เพราะอาหารท้องถิ่นที่มีชื่อเสียงสามารถดึงดูดความสนใจในการตัดสินใจเดินทางไปเที่ยวชมชน โดยเลือกรับประทานอาหารในชุมชนท่องเที่ยวตามที่สามารถรับประทานได้ อาหารท้องถิ่นในชุมชนท่องเที่ยวเพราะมีความสดใหม่ในการประกอบอาหาร โดยทำจากวัตถุดิบท้องถิ่นที่หาทานได้ยาก จึงชิมอาหารพื้นถิ่นของชุมชนทุกครั้งเดินทางท่องเที่ยวชมชน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับ Pullphothong & Sopa (2012) ที่ชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการท่องเที่ยวที่ได้รับประสบการณ์จากอาหารในพื้นที่หรือในภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวเข้าไปท่องเที่ยว ซึ่งเป็นองค์ประกอบหรือปัจจัยที่สำคัญที่กระตุ้น ให้คนเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางโดยเฉพาะ การได้รับประทานอาหารท้องถิ่นซึ่งเป็นองค์ประกอบ สำคัญทางด้านการท่องเที่ยวมีความสำคัญเท่ากับ สถานที่พักและทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงเป็นการเรียนรู้วัฒนธรรมใหม่ในแต่ละพื้นที่เป็นการพัฒนาความรู้ความเข้าใจ ในผลิตภัณฑ์ของสินค้าและบริการรวมถึงอาหารที่ผ่านการบริโภคโดยนักท่องเที่ยว

การวิเคราะห์องค์ประกอบความสนใจของนักท่องเที่ยวต่อระดับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจความสนใจของนักท่องเที่ยวต่อระดับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก พบว่า มีตัวแปรที่คงเหลือจากการผ่านการวิเคราะห์องค์ประกอบความสนใจของนักท่องเที่ยวต่อระดับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกจากทั้งหมด 41 ตัวแปรสังเกต เมื่อทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจได้องค์ประกอบทั้งหมด 4 องค์ประกอบ และ 15 ตัวแปรสังเกต ค่าตัวแปรที่คงเหลืออยู่นั้นมีค่าน้ำหนักมากเกิน 0.5 แสดงให้เห็นว่ามีความสำคัญที่จะนำไปวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ในกระบวนการถัดไป เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักขององค์ประกอบพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ การท่องเที่ยวที่มองอาหารในภาพรวม (Culinary Tourism) มากที่สุด รองลงมาเป็นการท่องเที่ยวแบบชนบท (Rural Tourism) การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นการเดินทางถึงจุดหมายปลายทาง (Cuisine Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gourmet) ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์เชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis : EFA) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เพื่อทำการหาความสัมพันธ์ของโครงสร้างตัวแปรความสนใจต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารชุมชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกได้องค์ประกอบจำนวน 4 องค์ประกอบ และมีตัวแปรที่สังเกตได้ 15 ตัว และเมื่อนำมาทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA) เพื่อใช้ตรวจสอบเครื่องมือวัดที่ได้มาจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ผลการวิเคราะห์ได้องค์ประกอบจำนวน 4 องค์ประกอบ และมีตัวแปรที่สังเกตได้ 15 ตัว ซึ่งสอดคล้องกัน โดยมีองค์ประกอบทั้ง 4 องค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

องค์ประกอบที่ 1 Culinary ความสามารถรับประทานอาหารพื้นถิ่นของชุมชนท่องเที่ยวได้ ความมีชื่อเสียงของอาหารท้องถิ่น ความสามารถดึงดูดความสนใจในการตัดสินใจเดินทางไปเที่ยวชุมชน การเลือกรับประทานอาหารในชุมชนท่องเที่ยวตามที่สามารถรับประทานได้ การรับประทานอาหารท้องถิ่นในชุมชนท่องเที่ยวเพราะปลอดภัย ถูกสุขอนามัย การรับประทานอาหารท้องถิ่นในชุมชนท่องเที่ยวเพราะมีความสดใหม่ในการประกอบอาหาร และความคิดเห็นต่อการทานอาหารพื้นถิ่นเป็นส่วนหนึ่งของไลฟ์สไตล์ สอดคล้องกับ Hall and Mitchell (2005) ที่แบ่งการท่องเที่ยวที่มองอาหารในภาพรวม (Culinary Tourism) เป็นความสนใจระดับปานกลาง โดยนักท่องเที่ยวมีความสนใจในการเยี่ยมชมตลาดท้องถิ่น งานเทศกาล ร้านอาหาร ภัตตาคาร หรือสถานที่ชม ชิมไวน์อย่างน้อยหนึ่งครั้งเมื่อเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทาง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมตามไลฟ์สไตล์ที่หลากหลาย Lucy M. Long (2012) อธิบาย การท่องเที่ยวแบบ Culinary tourism ว่าเป็นเรื่องเกี่ยวกับอาหารที่สื่อความหมายการเดินทางและจุดหมายปลายทางสำหรับการท่องเที่ยวของบุคคลที่เดินทางสำรวจอาหารใหม่ ๆ ตลอดจนการใช้อาหารเพื่อการสำรวจวัฒนธรรมและวิถีชีวิตใหม่ รวมถึงกลุ่มผู้ขายอาหารที่มีอัตลักษณ์ มีชื่อเสียงและประวัติน่าสนใจสามารถทำการตลาดได้ และเป็นเรื่องเกี่ยวกับบุคคลที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยความอยากรู้อยากเห็น เป็นเรื่องราวของประสบการณ์ด้านอาหารที่ไม่ธรรมดา การก้าวออกจากกิจวัตรปกติเพื่อสังเกตความแตกต่างที่พบเจอจากการได้สัมผัสพลังของอาหาร งานวิจัยของ เบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา (2561) ที่ศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอาหารศักยภาพและความได้เปรียบของประเทศไทยได้แบ่งระดับความสนใจของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

แบบการท่องเที่ยวที่มองอาหารในภาพรวม (Culinary Tourism) เป็นความสนใจในระดับปานกลาง คือ เป็นลักษณะของการท่องเที่ยวและมีการเลือกรับประทานอาหารประจำท้องถิ่นเนื่องจากอาหารมีความแปลกหรือแตกต่างจากท้องถิ่นอื่น ๆ เช่น การรับประทานอาหารที่ขึ้นชื่อหรือเมนูแนะนำจากคนในท้องถิ่น และงานวิจัยของ ศุภวรรณ หนั่นดี (2558) ที่กล่าวว่า Culinary tourism อาจรวมถึงองค์ประกอบอื่นของแหล่งท่องเที่ยวด้วย เช่น วัฒนธรรมท้องถิ่น การเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวที่รวมถึงแหล่งผลิตอาหาร เทศกาลอาหาร ร้านอาหาร ย่านอาหาร การเรียนรู้ประสบการณ์ทางด้านอาหารจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านอาหาร และการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปโดยปัจจัยการท่องเที่ยวเชิงอาหารสามารถเป็นเหตุผลหลักหรือเหตุผลรองในการเดินทาง

องค์ประกอบที่ 2 Rural การเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ การเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อให้ได้ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ และการเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อหลีกเลี่ยงความวุ่นวาย จากการท่องเที่ยวในเมือง สอดคล้องกับ Hall and Mitchell (2005) ที่แบ่งการท่องเที่ยวแบบชนบท (Rural Tourism) เป็นความสนใจระดับต่ำ โดยนักท่องเที่ยวมีความสนใจเยี่ยมชมตลาดท้องถิ่น งานเทศกาล ร้านอาหาร ภัตตาคาร หรือสถานที่ชม ชิมไวน์ ด้วยเหตุผลจาก ‘ความแตกต่างบางประการ’ ของสถานที่ คือ การท่องเที่ยวรูปแบบ Rural/Urban Tourism และงานวิจัยของ เบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา (2561) ที่ศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอาหาร: ศักยภาพและความได้เปรียบของประเทศไทย ได้แบ่งระดับความสนใจของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร แบบชนบทหรือในเมือง (Rural/ Urban Tourism) เป็นความสนใจในระดับต่ำสุด คือ ไม่ได้สนใจการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวหรือการท่องเที่ยวในชุมชนหรือในเมือง โดยมีการรับประทานอาหารควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเหมือนกับนักท่องเที่ยวปกติทั่วไปที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวและรับประทานอาหารเครื่องดื่มในมื้ออาหารนั้น ๆ

องค์ประกอบที่ 3 Cuisine การเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนเพราะชื่อเสียงของชุมชน การเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพราะมีความสะดวกสบายในการเดินทาง การไม่ได้มีส่วนร่วมกิจกรรมการทำอาหารของชุมชนท่องเที่ยว การรับประทานอาหารเฉพาะเมนูขึ้นชื่อหรือเมนูแนะนำของท้องถิ่นเท่านั้น สอดคล้องกับ Hall and Mitchell (2005) ที่แบ่งการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นการเดินทางถึงจุดหมายปลายทาง (Cuisine Tourism) หรือ Gastronomy Tourism ไว้เป็นความสนใจระดับสูง โดยนักท่องเที่ยวมีความสนใจในการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวด้วยแรงกระตุ้นทางตรงเพื่อเยี่ยมชม/ ใช้บริการร้านอาหาร ภัตตาคารแบบเฉพาะเจาะจง ตลาด หรือสถานที่สำหรับชม ชิมไวน์ โดยกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยวทั้งหมด หรือเกือบทั้งหมดจะมีความเกี่ยวข้องกับเรื่องของอาหาร และงานวิจัยของ เบญจมาภรณ์ (2561) ที่ศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอาหาร: ศักยภาพและความได้เปรียบของประเทศไทย ได้แบ่งระดับความสนใจของการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomic Tourism) หรือ (Cuisine Tourism) เป็นความสนใจในระดับสูง คือ เป็นลักษณะการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นการเดินทางถึงจุดหมายปลายทาง อาหารและเครื่องดื่มจะเป็นกิจกรรมส่วนหลัก ๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องในการท่องเที่ยวครั้งนั้น อย่างเช่น การมาท่องเที่ยวประเทศไทยก็จะรับประทานต้มยำกุ้งหรือไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีก็จะรับประทานกิมจิหรือการเข้าไปในพื้นที่แล้วรับประทานอาหารท้องถิ่น เป็นต้น

สามารถนำวัตถุดิบจากอาหารมาผลิตเป็นสินค้า และผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเพื่อจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว การนำอาหารมาสร้างมูลค่าเพิ่มของการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่อื่น เพื่อครอบคลุมเนื้อหาในการศึกษาและสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาเครื่องมือในการวัดระดับความสนใจต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารชุมชนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยว เกี่ยวกับตัวแปรอื่น เช่น ความร่วมมือของชุมชน ความพร้อมของชาวบ้านในการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อนำไปเป็นข้อมูลในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนให้มีศักยภาพยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กชกร จุลศิลป์ (2561) กลยุทธ์การจัดการการตลาด เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
- สุภมาส อังสุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณ และรัชนิกุล ภิญโญภาณุวัฒน์. (2554). *สถิติวิเคราะห์ สำหรับ
การวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์: เทคนิคการใช้โปรแกรม LISREL*. กรุงเทพฯ:
เจริญดีมั่นคงการพิมพ์.
- ละมัย เบาเออร์ (2558) คุณค่าของตราสินค้า การรับรู้คุณภาพในการให้บริการ คุณภาพของอาหาร
และบรรยากาศที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารไทยของผู้บริโภคในเขต
กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006).
Multivariate Data Analysis. 6 th ed. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice
Hall.
- Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006).
Multivariate Data Analysis. 6 th ed. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice
Hall.
- Pullphothong,L., & Sopha, C. (2012). *Gastronomic tourism in Ayutthaya, Thailand*.
Retrieved November 20, 2017, from [http://www.ijbts-journal.com/images/
main_1366796758/0043-Ladapha.pdf](http://www.ijbts-journal.com/images/main_1366796758/0043-Ladapha.pdf).
- Shalini, D. & Duggal, S. 2015. A review on food tourism quality and its associated
forms around the world. *AfricanJournal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 4(2):
1-12
- World Tourism Organization. 2012. Global report on food tourism: AM report volume
four. Madrid, Spain: Author.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
ใบรับรองจริยธรรมการวิจัย มหาวิทยาลัยบูรพา

สำเนา

ที่ IRB2-079/2564



เอกสารรับรองผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์
มหาวิทยาลัยบูรพา

คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้พิจารณาโครงการวิจัย

รหัสโครงการวิจัย : HU060/2564

โครงการวิจัยเรื่อง : การศึกษาระดับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก

หัวหน้าโครงการวิจัย : นางสาววรรณภา อุดมผล

หน่วยงานที่สังกัด : คณะการจัดการและการท่องเที่ยว

คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้พิจารณาแล้วเห็นว่า โครงการวิจัยดังกล่าวเป็นไปตามหลักการของจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ โดยที่ผู้วิจัยเคารพสิทธิและศักดิ์ศรีในความเป็นมนุษย์ไม่มีการล่วงละเมิดสิทธิ สวัสดิภาพ และไม่ก่อให้เกิดภัยอันตรายแก่ตัวอย่างการวิจัยและผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย

จึงเห็นสมควรให้ดำเนินการวิจัยในขอบข่ายของโครงการวิจัยที่เสนอได้ (ดูตามเอกสารตรวจสอบ)

๑. แบบเสนอเพื่อขอรับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ฉบับที่ ๑ วันที่ ๑๙ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๔
๒. เอกสารโครงการวิจัยฉบับภาษาไทย ฉบับที่ ๑ วันที่ ๑๙ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๔
๓. เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย ฉบับที่ ๑ วันที่ ๑๙ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๔
๔. เอกสารแสดงความยินยอมของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย ฉบับที่ ๑ วันที่ ๑๙ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๔
๕. เอกสารแสดงรายละเอียดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ฉบับที่ ๑ วันที่ ๑๙ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๔
๖. เอกสารอื่นๆ ฉบับที่ - วันที่ - เดือน - พ.ศ. -

วันที่รับรอง : วันที่ 25 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2564

วันที่หมดอายุ : วันที่ 25 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2565

ลงนาม อาจารย์เจนวิทย์ นวลแสง

(อาจารย์เจนวิทย์ นวลแสง)

ประธานคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ชุดที่ ๒ (กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)



ภาคผนวก ข
แบบสอบถามการวิจัย

แบบสอบถาม

เรื่อง : การศึกษาระดับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยว
ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก

A study of the Level of Food Tourism Potential for Communities Based Tourism
in the Eastern Region

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาระดับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก พร้อมทั้งเพื่อพัฒนาเครื่องมือระดับความสนใจทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

โดยแบบประเมินแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ลักษณะทางประชากรศาสตร์)

ส่วนที่ 2 การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวต่อระดับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวในเขต

พื้นที่ภาคตะวันออก

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นสำหรับ ผู้ที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวชุมชน ในภาคตะวันออก หากท่านไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนในภาคตะวันออก ขอให้ท่านงดตอบแบบสอบถาม*
2. กรุณาทำเครื่องหมายถูก ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริง หรือ ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

1) ชาย

2) หญิง

2. อายุ

1) น้อยกว่า 21 ปี

2) 21 – 30 ปี

3) 31 – 40 ปี

4) 41 – 50 ปี

5) 51 – 60 ปี

4) 61 ปีขึ้นไป

3. กรุณาระบุช่วงปีเกิดของท่าน

1) พ.ศ. 2489 – 2507

2) พ.ศ. 2508 - 2522

3) พ.ศ. 2523 – 2540

4) หลัง พ.ศ. 2540

4. สถานภาพ

1) โสด

2) สมรส

3) หย่าร้าง/แยกกันอยู่

4) อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. ระดับการศึกษา

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1) น้อยกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย | <input type="checkbox"/> 2) มัธยมศึกษาตอนปลาย |
| <input type="checkbox"/> 3) ปวช./ปวส. | <input type="checkbox"/> 4)ปริญญาตรี |
| <input type="checkbox"/> 5)ปริญญาโท | <input type="checkbox"/> 6)ปริญญาเอก |

6. อาชีพ

- 1) ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ / พนักงานของรัฐ
- 2) พนักงาน/ ลูกจ้างบริษัทเอกชน
- 3) ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ
- 4) นักเรียน/ นักศึกษา
- 5) พ่อบ้าน/ แม่บ้าน / เกษียณ /ว่างงาน
- 6) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

7. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2) 15,001 – 30,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3) 30,001 – 45,000บาท | <input type="checkbox"/> 4) 45,001 – 60,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 5) มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป | |

8. ภูมิภาคที่ท่าน

- | | | |
|-------------------------------------|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1) ภาคกลาง | <input type="checkbox"/> 2) ภาคอีสาน | <input type="checkbox"/> 3) ภาคเหนือ |
| <input type="checkbox"/> 4) ภาคใต้ | <input type="checkbox"/> 5) ภาคตะวันออก | <input type="checkbox"/> 6) ภาคตะวันตก |

9. จังหวัดที่ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชนในภาคตะวันออก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | | |
|-----------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ชลบุรี | <input type="checkbox"/> ฉะเชิงเทรา | <input type="checkbox"/> ระยอง |
| <input type="checkbox"/> จันทบุรี | <input type="checkbox"/> ตราด | <input type="checkbox"/> อื่นๆ |

ส่วนที่ 2 ระดับความสนใจของนักท่องเที่ยวต่อระดับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวใน
เขตพื้นที่ภาคตะวันออก

คำชี้แจง โปรดประเมินความคิดเห็นต่อการเดินทางท่องเที่ยวชุมชนในภาคตะวันออกของท่าน

ข้อคำถาม	ระดับความมีส่วน				
	น้อย ที่สุด 1	น้อย 2	ปาน กลาง 3	มาก 4	มาก ที่สุด 5
1. ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ					
2. ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อให้ได้ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว รูปแบบใหม่ๆ					
3. ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อหลีกเลี่ยงความวุ่นวาย จากการท่องเที่ยวใน เมือง					
4. ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชนและได้มีส่วนร่วมกิจกรรมอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องการ อาหารท้องถิ่นของชุมชนที่จัดเตรียมไว้					
5. ท่านได้รับรู้วิถีชีวิตของชุมชนการท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวชุมชน					
6. ท่านได้รับประทานอาหารพื้นถิ่นของชุมชนระหว่างท่องเที่ยวชุมชน					
7. ท่านได้เห็นการทำอาหารในชุมชนท่องเที่ยว					
8. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนเพราะชื่อเสียงของชุมชน					
9. ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพราะมีความสะดวกสบาย ในการเดินทาง					
10. ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพราะมีความปลอดภัย					
11. ท่านสามารถรับประทานอาหารพื้นถิ่นของชุมชนท่องเที่ยวได้					
12. ท่านสามารถรับประทานอาหารพื้นถิ่นของชุมชนท่องเที่ยวได้ง่าย					
13. ท่านเลือกรับประทานอาหารในชุมชนท่องเที่ยวตามที่ท่านสามารถ รับประทานได้					
14. ท่านไม่ได้มีส่วนร่วมกิจกรรมการทำอาหารของชุมชนท่องเที่ยว					
15. ท่านจะรับประทานเฉพาะเมนูขึ้นชื่อหรือเมนูแนะนำของท้องถิ่น เท่านั้น					
16. ท่านรับประทานอาหารของท้องถิ่นเพราะมีความแปลกกว่าอาหารทั่วไป					
17. ท่านคิดว่าอาหารประจำท้องถิ่นของแต่ละชุมชนมีส่วน ในการตัดสินใจ เดินทางมาท่องเที่ยวของท่าน					
18. ท่านรับประทานอาหารท้องถิ่นในชุมชนท่องเที่ยวเพราะปลอดภัย ถูก สุขอนามัย					

ข้อคำถาม	ระดับความมีส่วน				
	น้อย ที่สุด 1	น้อย 2	ปาน กลาง 3	มาก 4	มาก ที่สุด 5
19. ท่านรับประทานอาหารท้องถิ่นในชุมชนท่องเที่ยวเพราะมีความสดใหม่ในการประกอบอาหาร					
20. ท่านคิดว่าการทานอาหารพื้นถิ่นเป็นส่วนหนึ่งของไลฟ์สไตล์					
21. ท่านเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นในชุมชนท่องเที่ยวเพราะทำจากวัตถุดิบท้องถิ่นที่หาทานได้ยาก					
22. ท่านคิดว่า ท่านสามารถมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่นของชุมชน					
23. ท่านคิดว่ากิจกรรมหลักๆ ของชุมชน ที่ท่านมีส่วนร่วมเน้นการนำเสนออาหารและเครื่องดื่มที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน					
24. ท่านได้ชิมอาหารพื้นถิ่นของชุมชนทุกครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวชุมชน					
25. ท่านได้ดื่มเครื่องดื่มที่ทำมาจากวัตถุดิบของชุมชน					
26. ท่านได้รับประทานอาหารที่เป็นรสชาติของคนในท้องถิ่น					
27. ท่านได้เห็นกรรมวิธีในการรังสรรค์อาหารของคนในท้องถิ่น					
28. ท่านคาดหวังที่จะได้รับประทานอาหารท้องถิ่นจากการท่องเที่ยวชุมชน					
29. ท่านคิดว่าคนในชุมชนให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่เน้นอาหารท้องถิ่นเป็นหลัก					
30. ท่านมีแรงจูงใจเดินทางชุมชนท่องเที่ยวเพื่อรับประทานอาหารพื้นถิ่นนั้นๆ ของชุมชนโดยเฉพาะ					
31. ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพราะอยากมีส่วนร่วมในการทดลอง สานิต การทำอาหารท้องถิ่นของชุมชน					
32. ท่านชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนท่องเที่ยว					
33. ท่านชอบเดินทางไปท่องเที่ยวงานเทศกาลอาหาร ที่ชุมชนท่องเที่ยวจัดขึ้น					
34. ท่านชื่นชอบการรับประทานอาหารพื้นถิ่นหรืออาหารท้องถิ่นของชุมชนการท่องเที่ยว					
35. ท่านมีส่วนร่วมในการหาวัตถุดิบของชุมชนมาเพื่อประกอบอาหารพื้นถิ่นเสมอ					
36. ท่านมีส่วนร่วมในกรรมวิธีการผลิตอาหารในชุมชนท่องเที่ยวเสมอ					
37. ท่านได้เรียนรู้การกระบวนการและเกิดทักษะการทำอาหารพื้นถิ่นจากการท่องเที่ยวชุมชนทุกครั้ง					

ข้อความ	ระดับความมีส่วน				
	น้อย ที่สุด 1	น้อย 2	ปาน กลาง 3	มาก 4	มาก ที่สุด 5
38. ท่านคิดว่าชุมชนท่องเที่ยวมีการนำวัตถุดิบมาประกอบอาหารที่มีความโดดเด่น และเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน					
39. ท่านได้ซื้ออาหารพื้นถิ่นของชุมชนกลับบ้านทุกครั้งที่มาชุมชนท่องเที่ยว					
40. ท่านคิดว่าเรื่องราวและความเป็นมาของอาหารท้องถิ่น ทำให้ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชน					
41. ท่านสนใจเทศกาลอาหารที่มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและประเพณีของท้องถิ่น					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....