



การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ในจังหวัดเพชรบุรี
Development of gastronomic tourism routes of Thai tourists in
Phetchaburi Province

ปัตตยศ เพชรวงษ์

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณเงินรายได้
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ในจังหวัดเพชรบุรี
Development of gastronomic tourism routes of Thai tourists in
Phetchaburi Province

ปัตตยศ เพชรวงษ์

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณเงินรายได้
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาบริบทของอาหารที่อยู่ในเส้นทางท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี 2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี 3. เพื่อศึกษากระบวนการในการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี โดยดำเนินการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนตุลาคม พ.ศ.2565 ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2566 เป็นการวิจัยเชิงสำรวจที่ใช้เครื่องมือแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วน คือ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี และ 3) ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี โดยมีกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 400 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติพรรณนาสำหรับข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21 - 30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้ ด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดเพชรบุรี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาจังหวัดเพชรบุรีเพื่อชิมอาหารประจำถิ่น / เครื่องดื่มจากร้านดังที่สื่อ/สังคมออนไลน์แนะนำ ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารต่อครั้ง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารต่อครั้งอยู่ที่ 500 – 1,000 บาท ด้านเหตุผลในการเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นของจังหวัดเพชรบุรี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้เหตุผลในการเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นของจังหวัดเพชรบุรีในด้านของรสชาติดี / อร่อย และด้านอาหารที่ขอรับประทานเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกรับประทานอาหารพื้นเมือง / อาหารประจำถิ่นจากร้านที่คุ้นเคยหรือรับประทานเป็นประจำ ในส่วนของความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้ ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว คือ ชื่นชอบในราคาอาหารที่มีความเหมาะสมกับปริมาณของอาหาร ด้านความสะดวกในการเข้าถึง คือ มีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกและดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว และด้านความประทับใจ คือ ร้านอาหารในจังหวัดเพชรบุรีมีการประชาสัมพันธ์อาหารผ่านสื่อต่าง ๆ หรือสังคมออนไลน์เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ

คำสำคัญ เส้นทางท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงอาหาร จังหวัดเพชรบุรี

Abstract

This research aimed to 1. Study the context of food on the tourist routes in Phetchaburi Province. 2. Study the travel behavior and needs of Thai tourists in food tourism in Phetchaburi Province. 3. Study the decision-making process of Thai tourists in food tourism in Phetchaburi Province. The data were collected from October 2022 to September 2023. This research was a survey research using a questionnaire tool, consisting of 3 parts: 1) General information of the respondents, 2) Behavior and needs of Thai tourists in food tourism in Phetchaburi Province, and 3) Opinions on the decision-making of Thai tourists in food tourism in Phetchaburi Province. The research sample consisted of 400 Thai tourists traveling to Phetchaburi Province. The data analysis used descriptive statistics for demographic data. The results of the study found that the demographic data of the respondents found that most of them were female, aged 21-30 years, single, bachelor's degree, private company employees, and had an average monthly income of 20,001-25,000 baht. The behavior and needs of Thai tourists in food tourism in Phetchaburi Province were at the highest level overall. Considering each aspect, as follows: In terms of the purpose of traveling to Phetchaburi Province, it was found that most respondents traveled to Phetchaburi Province to taste local food/drinks from famous restaurants recommended by the media/online society. In terms of average expenses for food tourism per trip, it was found that most respondents spent an average of 500-1,000 baht per trip on food tourism. In terms of reasons for choosing to eat local food in Phetchaburi Province, it was found that most respondents gave reasons for choosing to eat local food in Phetchaburi Province in terms of good taste/deliciousness. In terms of favorite foods when traveling to travel for food tourism in Phetchaburi Province, it was found that most respondents chose to eat local food/local food from familiar restaurants or restaurants that they eat regularly. In terms of opinions on Thai tourists' decision to travel for food tourism in Phetchaburi Province, it was at the highest level overall. Considered in each aspect as follows: Decision-making aspect of traveling: liking the price of food that is appropriate for the amount of food; Convenience aspect: having staff to facilitate and take care of the safety of tourists; and Impressive aspect: restaurants in Phetchaburi Province publicize their food through various media or online communities to attract tourists' interest.

Keywords: Travel routes, Gastronomy tourism, Phetchaburi Province

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัด เพชรบุรี เป็นโครงการวิจัยงบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 ที่ได้รับการสนับสนุน จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร จำนวน 20,000.00 บาท ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่ง

ผู้วิจัยขอขอบคุณ คณะศิลปศาสตร์ ที่เห็นความสำคัญของการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ขอขอบคุณท่านคณบดี รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภคพนธ์ ศาลาทอง ที่ได้ผลักดันจนเกิดงานวิจัยนี้ อีกทั้งขอขอบคุณบุคลากรคณะศิลปศาสตร์ทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือในการศึกษาวิจัยจนงานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์

ผู้วิจัย



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ณ
บทที่	
1. บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ขอบเขตของงานวิจัย	3
1.4 สมมติฐานงานวิจัย	4
1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ	5
2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	6
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	8
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว	13
2.4 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดเพชรบุรี	18
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	28
3. วิธีการดำเนินการวิจัย	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	32
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	32
3.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ	33
3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	34
3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์	34

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	37
4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี	39
4.3 ผลวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี	41
4.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน	46
5. สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	65
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	68
5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	71
5.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	71
บรรณานุกรม	72
ภาคผนวก	
ประวัติผู้เขียน	



สารบัญตาราง

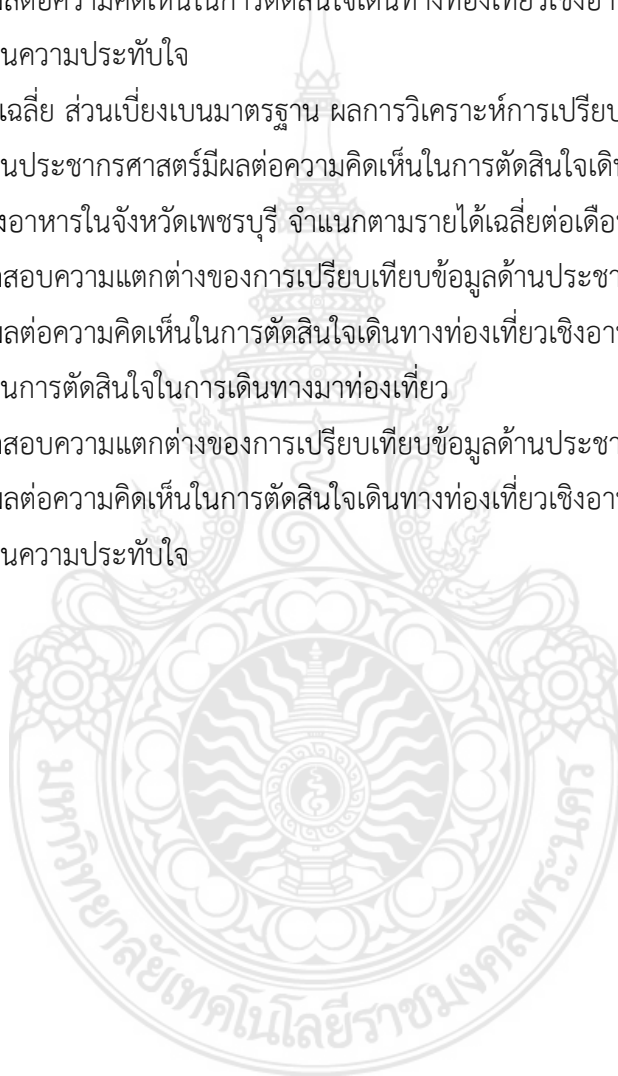
ตารางที่	หน้า
บทที่ 3	
3.1 เกณฑ์ในการประเมินจากค่าเฉลี่ยของผลลัพธ์ในแบบสอบถาม แบบ Likert Scale 5 ระดับ	33
บทที่ 4	
4.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	37
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี	39
4.3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวม	41
4.4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว	42
4.5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความสะดวกในการเข้าถึง	43
4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความประทับใจ	44
4.7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบข้อมูล ด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามเพศ	46
4.8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบข้อมูล ด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามอายุ	47
4.9 ทดสอบความแตกต่างของการเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว	48

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.10 ทดสอบความแตกต่างของการเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความสะดวกในการเข้าถึง	49
4.11 ทดสอบความแตกต่างของการเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความประทับใจ	50
4.12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบข้อมูล ด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามสถานภาพ	51
4.13 ทดสอบความแตกต่างของการเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว	52
4.14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบข้อมูล ด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา	53
4.15 ทดสอบความแตกต่างของการเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว	54
4.16 ทดสอบความแตกต่างของการเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความประทับใจ	54
4.17 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบข้อมูล ด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามอาชีพ	55
4.18 ทดสอบความแตกต่างของการเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อ ความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว	56

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.19 ทดสอบความแตกต่างของการเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความสะดวกในการเข้าถึง	57
4.20 ทดสอบความแตกต่างของการเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความประทับใจ	58
4.21 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบข้อมูล ด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	59
4.22 ทดสอบความแตกต่างของการเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว	60
4.23 ทดสอบความแตกต่างของการเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความประทับใจ	62



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
บทที่ 1	
1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
บทที่ 2	
2.1 ลำดับชั้นความต้องการทั่วไปของมนุษย์	15
2.2 จำนวนผู้เยี่ยมชมของจังหวัดเพชรบุรีประจำเดือนมกราคม - มีนาคม ปี 2566	19
2.3 แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี	20
2.4 แงศั้วหัตถาล	23
2.5 ขนมหินทอดมัน	24
2.6 ข้าวแช่	25
2.7 กว๊านเตียนน้ำแดงเมืองเพชร	26
2.8 ขนมห่มอแกง	27
2.9 น้ำตาลโตนด	28



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันภาครัฐของประเทศไทยยังคงให้ความสำคัญกับการพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งถึงแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 - 2564) ภายใต้วิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579 ดังนี้ “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีคุณภาพบนพื้นฐานความเป็นไทยเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสังคมและกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน” โดยประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืนซึ่งหนึ่งในกลยุทธ์ของยุทธศาสตร์นี้ คือ เพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว สินค้า และบริการทุกรูปแบบอย่างมีมาตรฐาน โดยการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบ นอกจากนี้ยังส่งเสริมการพัฒนาและปรับปรุงมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวและการบริการให้ครอบคลุมทุกรูปแบบ เพื่อให้สอดคล้องกับแนวโน้มทางการท่องเที่ยวที่กำลังเปลี่ยนไปในทุกมิติส่งผลให้กลุ่มนักท่องเที่ยวในอนาคตมีจุดประสงค์ในการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปจากเดิม โดยมีกลุ่มการท่องเที่ยวที่หลากหลายเพิ่มขึ้น ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด (Sea Sun Sand Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ (MICE Tourism) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อการเลือกซื้อสินค้า (Shopping Tourism) การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) การท่องเที่ยวสันทนาการและความบันเทิง (Entertainment Tourism) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health & Wellness Tourism) การท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อมและนิเวศ (Ecotourism) การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) การท่องเที่ยวเรือสำราญ (Cruise Tourism) การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Religious Tourism) (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)

อาหารเป็นสื่อที่บ่งบอกถึงความเป็นมาของสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นของประเทศต่าง ๆ ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จึงเป็นสิ่งที่ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่น ชุมชน และจังหวัดต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องส่งผลให้การท่องเที่ยวขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ผลของการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกิดประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อเศรษฐกิจการท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวเชิงอาหารก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในทุกกลุ่มคน การท่องเที่ยวเชิงอาหารในปัจจุบันได้รับการขับเคลื่อนจากการเติบโตของเทคโนโลยี สื่อออนไลน์เป็นส่วนสำคัญในการช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยเทคโนโลยีสมัยใหม่สร้างความสะดวกสบายให้กับ

นักท่องเที่ยวในการค้นหาข้อมูล แหล่งท่องเที่ยว เส้นทางท่องเที่ยว ชิมอาหาร แหล่งผลิตอาหารที่เป็นต้นฉบับ ร้านอาหารแนะนำ เมนูแนะนำของท้องถิ่น เป็นต้น โดยการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่โดดเด่นระดับโลก เช่น เส้นทางชิมไวน์ ทัวร์ชิมอาหารของญี่ปุ่น การท่องเที่ยวชิมผลไม้ในสวน หรือแม้แต่การเข้าร่วมในเทศกาลกินเจ เป็นต้น

องค์การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ หรือ ยูเนสโก ประกาศให้จังหวัดเพชรบุรี เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์โลกด้านอาหาร ประจำปี 2564 (City of Gastronomy) หรือ UNESCO Creative Cities Network-UCCN โดยเป็น 1 ใน 49 เมืองจากทั่วโลกที่ได้รับการประกาศเป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ในปีนี้นับเป็นเมืองที่ 5 ของประเทศไทยที่ได้รับการประกาศยกย่อง โดยก่อนหน้านี้มีจังหวัดที่ได้รับการประกาศเป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์แล้ว 4 จังหวัด คือ ภูเก็ต เชียงใหม่ สุโขทัย และ กรุงเทพมหานคร สำหรับเพชรบุรี นอกจากจะเป็นเมืองที่มีความสร้างสรรค์ในวิถีความเป็นอยู่แล้ว สิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของเมืองเห็นจะได้แก่อาหาร โดยเฉพาะขนมหวาน ที่ได้ชื่อชั้นติดแบรนด์ขนมหวานเมืองเพชร โดยเฉพาะขนมไทย ๆ อย่างเช่น หม้อแกง บ้าปิ่น หรือจะเป็นทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง พุทราเชื่อม ไปจนถึงขนมบ้าน ๆ อย่างเช่น ขนมตาลเมืองเพชร เพราะความที่มีต้นตาลมากจึงมีการนำตาลไปทำเป็นอาหาร ไม่ว่าจะเป็นแกงหัวตาล ยกหัวโหนดที่ทำจากโหนดตาล และที่หวานหอมชื่นใจเห็นจะเป็นน้ำตาลสด รสชาติเป็นเอกลักษณ์ที่หากินที่ไหนไม่ได้นอกจากเมืองเพชร ผู้อำนวยการส่งเสริมการท่องเที่ยวพื้นที่พิเศษ (อพท.) กล่าวว่า จะเป็นประโยชน์ทั้งต่อประเทศไทยและคนในพื้นที่ เพราะเป็นรางวัลที่ครอบคลุมทั้งสังคมวัฒนธรรม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม และยังเป็นโอกาสที่จะได้ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพและกระจายรายได้ให้กับคนในพื้นที่เพิ่มมากขึ้น สำหรับจังหวัดเพชรบุรีอยู่ระหว่างการจัดทำแผนงาน (Roadmap) ขับเคลื่อนเมืองระยะ 5 ปี (2565-2570) ภายใต้แนวทาง การเป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก ก็เพื่อให้สอดคล้องกับการสนับสนุนการพัฒนาและกำหนดแนวทางการขับเคลื่อนเมือง โดยจะต่อยอดจากอัตลักษณ์เมือง 3 รส และเป็นแหล่งผลิตใหญ่ที่สุดของประเทศ คือ การผลิตเกลือ การปลูกและผลิตน้ำตาลจากตาลโตนด และเป็นแหล่งปลูกมะนาวรสชาติที่ดีที่สุด ทั้งหมดนับเป็นส่วนหนึ่งของวัตถุดิบประกอบอาหารผสมภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่นำเอาผลผลิตทางการเกษตรที่ขึ้นชื่อในท้องถิ่นมาต่อยอดเป็นเมนูอาหารที่หลากหลายทั้งอาหารคาวและอาหารหวาน นอกจากความโดดเด่นด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และวิถีชีวิต (ออนไลน์, 2564)

จากข้อมูลดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะวิจัย เรื่อง การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเพชรบุรี ที่มีรากฐานทางวัฒนธรรม เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของผู้คนในจังหวัดเพชรบุรี และเพื่อเพิ่มคุณค่าในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ในการสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นและดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงอาหารไม่ควรถูกมองข้าม เพราะประเทศไทยมีเอกลักษณ์ที่สำคัญด้านอาหารแทบจะทุกพื้นที่ ควรจะนำจุดเด่นในด้านนี้

มาสร้างภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รู้จัก และสร้างเอกลักษณ์สำคัญของจังหวัด เพชรบุรีให้เป็นที่ยู่งักมากขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทของอาหารที่อยู่ในเส้นทางท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี
3. เพื่อศึกษากระบวนการในการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี

1.3 ขอบเขตของงานวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปและสถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี และกระบวนการในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากร

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

1.3.2 ขอบเขตด้านตัวแปร

ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

1.3.2.1 ตัวแปรต้น คือ

- 1) ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- 2) พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี
- 3) กระบวนการในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี

1.3.3 ขอบเขตด้านประชากร

1.3.3.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ในช่วงเดือนมกราคม – มีนาคม 2566 จำนวน 2,492,176 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดเพชรบุรี, 2566)

1.3.3.2 กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 400 คน

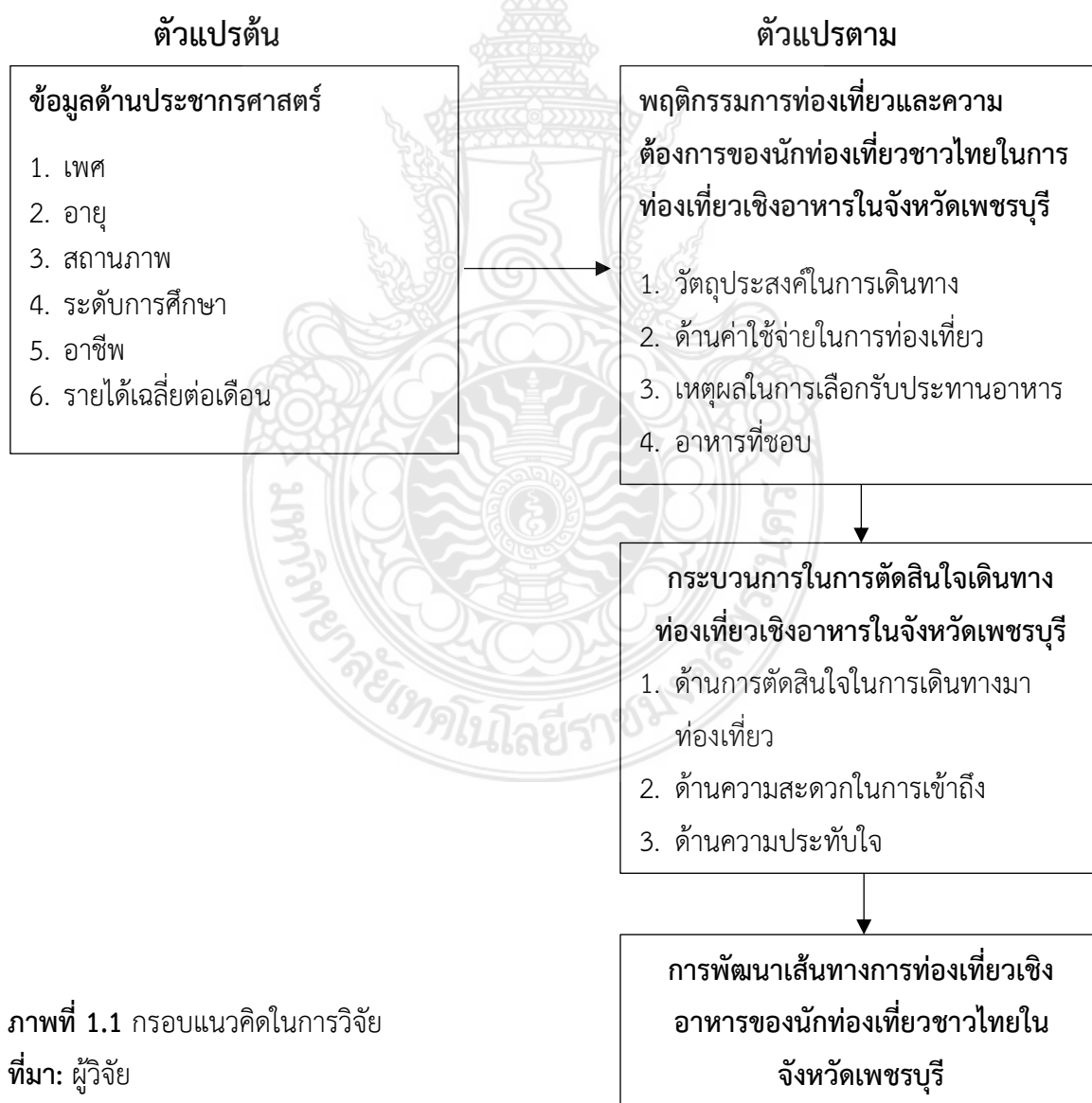
1.3.4 ขอบเขตด้านพื้นที่ จังหวัดเพชรบุรี

1.3.5 ขอบเขตด้านเวลา เดือนตุลาคม 2565 – เดือนกันยายน 2566

1.4 สมมติฐานงานวิจัย

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อกระบวนการในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย
ที่มา: ผู้วิจัย

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

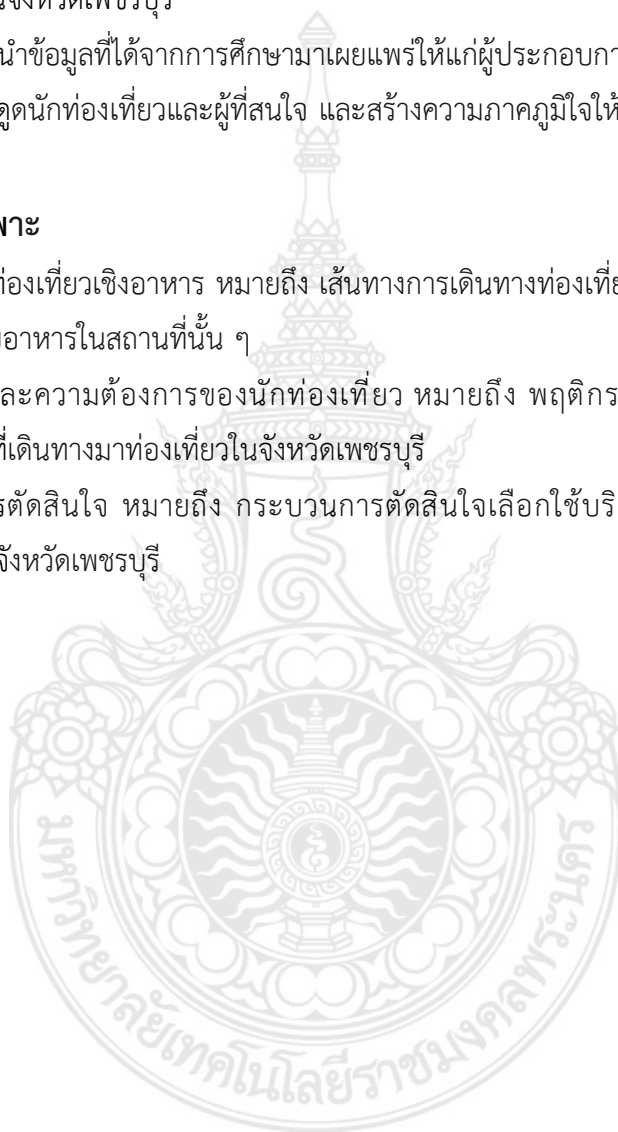
1. ทราบถึงบริบทของอาหารที่อยู่ในเส้นทางการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี
2. ทราบถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี
3. ทราบถึงกระบวนการในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี
4. สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาเผยแพร่ให้แก่ผู้ประกอบการด้านร้านอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ให้เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวและผู้สนใจ และสร้างความภาคภูมิใจให้แก่คนในชุมชน

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร หมายถึง เส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อหาความรู้เกี่ยวกับอาหารในสถานที่นั้น ๆ

พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

กระบวนการตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารหรือเลือกรับประทานอาหารในจังหวัดเพชรบุรี



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเพชรบุรี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการวิจัย ซึ่งประกอบด้วย หัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว
4. ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดเพชรบุรี
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว

ในปี พ.ศ. 2506 (ค.ศ. 1963) องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี และได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “การท่องเที่ยว” ไว้ว่า “การเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ เยี่ยมญาติ หรือการไปร่วมประชุมแต่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพเป็นหลักฐานหรือไม่พำนักอยู่เป็นการถาวร” ซึ่งสอดคล้องกับองค์การท่องเที่ยวโลก (The United Nation World Tourism Organization: UNWTO) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว ดังนี้ “Tourism comprises the activities of the person traveling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purpose.” จากความหมายนี้สรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (ไม่มากกว่า 1 ปีติดต่อกัน) เดินทางด้วยความสมัครใจเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ติดต่อดูระยะ และวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545)

ทั้งนี้ในปีเดียวกันองค์การสหประชาชาติในคราวประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อปี 2506 ก็ยังได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไข 3 ประการ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) คือ

1. ต้องมีการเดินทาง (Travel) หมายถึง การเดินทางที่ไม่ได้ถูกบังคับ หรือเพื่อสันทนาการโดยมีการวางแผนเดินทางจากสถานที่หนึ่ง ไปยังอีกสถานที่หนึ่ง และใช้ยานพาหนะนำไปเป็นระยะทางไกล หรือระยะทางไกลก็ได้

2. ต้องมีจุดหมายปลายทางของการเดินทาง (Destination) หมายถึง มีจุดหมายปลายทางที่จะไปอยู่เป็นการชั่วคราว แล้วต้องเดินทางกลับที่อยู่เดิมหรือภูมิลำเนาเดิม โดยเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปเยือน และใช้ช่วงเวลาหนึ่งอยู่ ณ ที่นั้น ซึ่ง ณ ที่นั้นมั่งอำนวยความสะดวก และการบริการที่เพียงพอสำหรับสนองความต้องการและความพอใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

3. ต้องมีความมุ่งหมาย (Purpose) หรือสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือน หมายถึง มีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางใดก็ได้ ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ โดยมีความมุ่งหมายในการเดินทาง อยู่หลายอย่างด้วยกัน ซึ่งผู้เดินทางคนหนึ่ง อาจมีความมุ่งหมายในการเดินทางมากกว่า 1 อย่างก็ได้

อย่างไรก็ตาม ในส่วนของสมาคมระหว่างประเทศแห่งความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว (International Association of Scientific Experts in Tourism - IASET) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่ถาวรไปอีกที่หนึ่งเป็นการชั่วคราว และไม่เกี่ยวข้องกับการทำกิจกรรมที่เป็นการหาเงิน จากความหมายดังกล่าว ทำให้การท่องเที่ยวต้องมีลักษณะที่สำคัญอยู่ 5 ประการ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) คือ

1. การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางของผู้คนจากที่ที่เคยอยู่ถาวร ไปยังสถานที่ต่าง ๆ
2. การท่องเที่ยวจะต้องมีส่วนสำคัญหลักอยู่ 2 อย่าง คือ การเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทาง และพักค้างคืน
3. การเดินทางและการพักค้างคืนนั้น จะต้องไม่ใช่สถานที่อยู่หรือที่ทำงานประจำและในการทำกิจกรรมระหว่างพัก จะต้องแตกต่างไปจากผู้คนในท้องถิ่นนั้น
4. การเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางต้องเป็นการชั่วคราวในช่วงระยะเวลาสั้น โดยมีแผนจะเดินทางกลับภายใน 180 วัน
5. จุดหมายปลายทางที่เดินทางไปจะต้องเพื่อการท่องเที่ยว หรือเยี่ยมเยือนเท่านั้น ไม่ใช่เพื่อการอยู่ถาวร หรือการไปทำงาน

นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการหลายคนได้ให้คำจำกัดความคำว่า การท่องเที่ยว ดังเช่น บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยว เป็นเรื่องของการเดินทางถ้าไม่ได้มีการเดินทาง ก็ไม่มีการท่องเที่ยว แต่ต้องเป็นการเดินทางที่เป็นการชั่วคราว ด้วยความสมัครใจ มิใช่ถูกบังคับ หรือเพื่อสันทนาการ แต่เพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ความสนุกสนาน เพลิดเพลิน การศึกษา ศาสนา กีฬา เยี่ยมญาติมิตร ติดต่อดูธุรกิจ ประชุมสัมมนา เป็นต้น มิฉะนั้นก็จะเป็นการเดินทางที่ไม่ใช่การท่องเที่ยว ถ้าหากการเดินทางอยู่ในเงื่อนไข 6 ประการ ดังต่อไปนี้ คือ

1. เป็นการเดินทางเพื่อประกอบอาชีพหรือประกอบธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งในประเทศที่เดินทางไป
2. เป็นการเดินทางโดยตั้งใจจะไปตั้งถิ่นฐานถาวรในประเทศที่เดินทางไป
3. เป็นการเดินทางเข้าไปประเทศใดประเทศหนึ่ง เพื่อปฏิบัติงานด้านการทูต หรือองค์การระหว่างประเทศ หรือเอกชนอื่น ๆ โดยได้รับค่าจ้างตอบแทน
4. เป็นการเดินทางข้ามพรมแดนไปทำงานนอกประเทศทุกวันเป็นประจำ
5. เป็นการเดินทางผ่านโดยไม่แวะลง แม้ว่าการเดินทางจะอยู่ในอาณาเขตของประเทศหนึ่งประเทศใด เป็นเวลานานมากกว่า 24 ชั่วโมงก็ตาม
6. เป็นการเดินทางที่ถูกบังคับให้เดินทาง เช่น การนำกองทหารเคลื่อนย้ายจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง หรือการย้ายนักโทษจากที่คุมขังหนึ่งไปยังอีกที่คุมขังหนึ่ง เป็นต้น

แต่ในขณะเดียวกัน สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2546) ได้นิยามคำว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ โดยมีเงื่อนไขว่า การเดินทางนั้น เป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว ผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับ นิตยา ชัชกุล (2550) ที่ได้นิยามความหมาย ไว้ว่า เป็นกิจกรรมการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง ซึ่งนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปลายทาง จะต้องประกอบด้วยปัจจัยสามประการอย่างน้อย คือ การเดินทาง การพักค้างแรม และการกินอาหารนอกบ้าน รวมถึง สมพุทธ ธุระเจน (2540) ที่ได้ให้ความหมายของคำว่า การท่องเที่ยว หมายถึง ผู้คนหรือประชาชนได้ไปเยี่ยมเยือนยังสถานที่หนึ่งเพื่อการเที่ยวชมเมือง เยี่ยมญาติ และเพื่อน พักผ่อนวันหยุดทั้งระยะสั้นและระยะยาว และอาจหมายรวมถึงบุคคลที่เดินทางไปเข้าร่วมการประชุมทางวิชาการทางการเมือง การประชุมธุรกิจ หรือเข้าร่วมกิจกรรมอื่น ๆ ทางธุรกิจ ตลอดจนการเดินทางไปศึกษาจากผู้เชี่ยวชาญ หรือไปทำการวิจัยทางวิทยาศาสตร์ด้วย ในขณะที่ไพฑูรย์ พงศบุตร และ วิลาสวงศ์ พงศบุตร (2542) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่นซึ่งไม่ใช่เป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น และเป็นการไปเยือนชั่วคราวโดยไม่ใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพหารายได้

กล่าวโดยสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งเป็นการชั่วคราว และเดินทางกลับไปยังสถานที่พำนักอาศัยเดิม โดยการเดินทางนั้น ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพโดยตรง

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

พรณี สวนเพลง และคณะ (ออนไลน์) กล่าวว่า อาหารเป็นสื่อที่บ่งบอกถึงความเป็นมาของ สังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นของประเทศต่าง ๆ ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จึงเป็นสิ่งที่ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่นต่าง ๆ อันจะส่งผลทำให้การท่องเที่ยวขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ผลของการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกิดประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อ

เศรษฐกิจการท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวเชิงอาหารก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในทุกกลุ่มคน

การท่องเที่ยวเชิงอาหารในปัจจุบันได้รับการขับเคลื่อนจากการเติบโตของเทคโนโลยีสื่อออนไลน์เป็นส่วนสำคัญในการช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยเทคโนโลยีสมัยใหม่สร้างความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยวในการค้นหาข้อมูล แหล่งท่องเที่ยว เส้นทางท่องเที่ยวชิมอาหาร แหล่งผลิตอาหารที่เป็นต้นฉบับ ร้านอาหารแนะนำ เมนูแนะนำท้องถิ่น เป็นต้น โดยการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่โดดเด่น ระดับโลกเช่น เส้นทางชิมไวน์ ทัวร์ชิมอาหารของญี่ปุ่นการท่องเที่ยวชิมผลไม้ในสวนภาคตะวันออก หรือแม้แต่การเข้าร่วมในเทศกาลกินเจ เป็นต้น (รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว, ออนไลน์)

ความเป็นมาของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

Bo and Dylan (2011) ได้ให้ความหมายของคำว่า Gastronomy หมายถึง วิชาโภชนศาสตร์ หรือศาสตร์แขนงต่าง ๆ ทั้งสังคมวิทยา มานุษยวิทยา การเมือง เศรษฐกิจ มาอธิบายเรื่องของอาหาร และการรับประทานอาหารของผู้คนที่อาศัยบนโลก และรูปแบบการกินอาหารของผู้คนในแต่ละภูมิภาคของโลกที่แตกต่างกันออกไป

Horng and Tsai (2012) ได้ให้ความหมายของคำว่า อาหาร (Food) เป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่มนุษย์จำเป็นในการดำรงชีวิต แต่สำหรับมนุษย์ส่วนใหญ่แล้ว “กินเพื่ออยู่” จะไม่เพียงพอกับประสบการณ์ในการรับประทานอาหาร เพราะว่าการผลิต ปปรุง และการกินอาหารเป็นกิจกรรมที่ผูกพันกับวัฒนธรรม การดำรงอยู่ของมนุษย์มาอย่างยาวนาน นับตั้งแต่แรกเริ่มการทำเกษตรกรรมเพื่อพัฒนาวัตถุดิบ การปรุงอาหาร ซึ่งพัฒนามาเรื่อย ๆ จนสามารถนับได้ว่าเป็นศิลปะแขนงหนึ่ง ตลอดจนวัฒนธรรมการแลกเปลี่ยนหรือกินอาหาร เช่น การจ่ายตลาด การกินอาหารโดยใช้ตะเกียบของชาวเอเชีย วัฒนธรรมร้านกาแฟในยุโรป ซึ่งกล่าวได้ว่าในอาหารจานหนึ่งมีการถ่ายทอดภูมิปัญญาและวิถีชีวิตของและท้องถิ่นอย่างประมาณค่าไม่ได้ ซึ่งในอดีตที่ผ่านมาเป็นเพียงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่ถูกกลืนหายไปเมื่อเทียบกับองค์ประกอบส่วนอื่น ๆ เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะจัดอาหารในแต่ละมื้อให้นักท่องเที่ยวตามความสะดวกระหว่างการเดินทางมากกว่ามุ่งเน้นไปที่ความอร่อยหรือแปลกใหม่ของเมนูอาหาร

พยอม ธรรมบุตร (2551) กล่าวว่า ต่อมาในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ค.ศ. 1990 – 2000 ได้เริ่มมีการนำอาหารขึ้นมาเป็นองค์ประกอบเด่นและมีบทบาทสูงในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีการนำพืชผักสมุนไพรจำนวนมากที่เข้าไปเป็นองค์ประกอบของอาหารทำให้อาหารภูมิภาคดังกล่าวเป็นทั้งอาหารและยาไปพร้อมกัน เป็นอาหารสำหรับดำรงชีวิต เป็นอาหารที่เพิ่มภูมิคุ้มกัน สร้างภูมิคุ้มกัน ป้องกันโรคร้ายต่างๆ ตลอดจนเป็นโภชนาบำบัดโรคให้กับคนที่กำลังเจ็บป่วย โดยเป็นทางเลือกใหม่สำหรับการรักษาซึ่งแตกต่างจากการใช้เคมีบำบัด สามารถสรุปได้ว่าอาหารเป็นทรัพยากรหนึ่งที่มีบทบาทหลากหลาย จึงทำให้เกิดความสนใจพิเศษด้านการท่องเที่ยวขึ้นอีกแขนงหนึ่ง คือ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism)

Okumus, B., F. & McKercher (2007) กล่าวว่า สำหรับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) ในประเทศไทยภาครัฐเล็งเห็นว่าสามารถนำศักยภาพของ “อาหาร” มาใช้เป็นเครื่องมือในการกระตุ้นการท่องเที่ยวได้ เนื่องจากอาหารเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของประเทศ มีบทบาทสำคัญในการสร้างความแตกต่างให้ประสบการณ์กับนักท่องเที่ยว และช่วยเพิ่มมูลค่าให้สถานที่ท่องเที่ยว เพราะว่าอาหารไม่ใช่เพียงผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอเพื่อรับประทานเท่านั้น แต่เป็นการแสดงออกของชนชาติ วัฒนธรรมการเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่นนั้น อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทยยังมีการศึกษาในวงที่จำกัด เนื่องจากส่วนมากศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพของอาหาร ภาพลักษณ์ของอาหาร (เนริฐรา กิจจิกรานต์, 2557; หทัยชนก ฉิมบ้านไร่ & รักษ์พงศ์ วงศาโรจน์, 2558) ในส่วนของพฤติกรรมและกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการร้านอาหาร ซึ่งถือเป็นธุรกิจที่มีบทบาทเกี่ยวข้องกับอาหารโดยตรงยังมีการศึกษาในวงที่จำกัด

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

Macionis & Cambourne (2003) ได้ให้คำนิยามว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) เป็นการเดินทางไปในพื้นที่เพื่อการพักผ่อนรวมถึงการไปชมอาหาร งานเทศกาลอาหาร งานแสดงสินค้าด้านอาหาร การสาธิตการทำอาหาร รวมถึงการชิมผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพในพื้นที่นั้น ๆ โดยนักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสวัฒนธรรมของประเทศ หรือวัฒนธรรมท้องถิ่นที่แปลกใหม่ผ่านการชิมอาหาร ซึ่งรสชาติของอาหารจะสะท้อนถึงวัฒนธรรมของประเทศการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) จึงเป็นการท่องเที่ยวที่ใช้ประสาทสัมผัสทุกความรู้สึกและส่งผลให้การเป็นศูนย์กลางสำคัญในประสบการณ์ท่องเที่ยว

Long (2004) กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงอาหาร” มีการบัญญัติคำศัพท์นี้ขึ้นตั้งแต่ปี 1998 โดยมีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหาร หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวโดยมีจุดประสงค์เฉพาะมุ่งไปทางด้านกิจกรรมหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับอาหาร เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเปิดรับประสบการณ์ใหม่จากเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นที่ต่างกันไป โดยที่แรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีความแตกต่างกัน เช่น เดินทางไปเพื่อแสวงหาอาหารที่ช่วยบำบัดโรคต่าง ๆ หรือเดินทางไปเพื่อชมและลองสัมผัสกับเอกลักษณ์ของท้องถิ่นที่มีชื่อเสียงและโดดเด่น

Ardabili & Rasouli (2011) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหาร หมายถึง การเรียนรู้เกี่ยวกับกระบวนการผลิต รวมไปถึงการเลือกซื้อสินค้าเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่ม หรือแม้กระทั่งขั้นตอนการเตรียม ขั้นตอนการบริโภคของคนท้องถิ่นนั้น รวมถึงการเข้าร่วมคอร์สทำอาหารที่เป็นอาหารท้องถิ่นด้วย ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ถึงวัฒนธรรมการกิน การใช้ชีวิตของคนในท้องถิ่นซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ Henderson (2009) ที่ว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหาร คือ ส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพราะอาหารคือส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมชุมชนและอาหารยังสามารถเปิดประสบการณ์การเดินทาง ทำให้ได้สัมผัสกับวัฒนธรรมและเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ของท้องถิ่นผ่านอาหารซึ่งทำให้

ประสบการณ์และความประทับใจที่แตกต่างจากการรับประทานอาหารอยู่ที่บ้านในชีวิตประจำวันอย่างแน่นอน

Pullphotothong & Sopa (2012) ได้อธิบายว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็น การท่องเที่ยวที่ ได้รับประสบการณ์จากอาหารในพื้นที่หรือในภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวเข้าไปท่องเที่ยว ซึ่งเป็นองค์ประกอบ หรือปัจจัยที่สำคัญที่กระตุ้น ให้คนเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางโดยเฉพาะ

Shalini & Duggle (2015) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวทางด้านอาหารเป็นปรากฏการณ์ในระดับสากลที่อยู่ในระดับการพัฒนาที่ชัดเจนและมีผลทางบวกต่อเศรษฐกิจในระดับประเทศและส่งผลดีต่อมรดกทางวัฒนธรรมเนื่องจากนักท่องเที่ยวพยายามที่จะสร้างประสบการณ์ทางด้านอาหาร การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวเพื่อซื้อสินค้าและบริการซึ่งสอดคล้องกับองค์การท่องเที่ยวโลก ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นและกำลังพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ โดยมากกว่า 1 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวไปกับอาหารการกิน

กนกกรณ์ ครุทภาพันท์ (2553) เช่นเดียวกับ Javier Jiménez Beltrán (2016) ได้อธิบายความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอาหารไว้ในทิศทางเดียวกันว่า หมายถึง การเยี่ยมชมและการเรียนรู้กระบวนการผลิตอาหารหรือส่วนประกอบที่ใช้เป็นวัตถุดิบ เทศกาลอาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่น ร้านอาหาร และสถานที่เฉพาะสำหรับอาหารหรือการท่องเที่ยวที่มีอาหารและเครื่องดื่มเป็นเหตุจูงใจหลักในการเดินทางไปยังสถานที่แห่งนั้น โดยหวังว่าจะได้พบกับประสบการณ์รูปแบบใหม่ในการชิมอาหาร และเกิดเป็นความทรงจำที่ดีครั้งหนึ่งในชีวิต และยังเป็นการเดินทางไปพบกับผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารท้องถิ่นในพื้นที่การผลิตดั้งเดิม

สำหรับการให้ความหมายข้างต้นที่กล่าวมาในประเทศไทย มักเรียกเป็นคำเดียวกัน คือ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร แต่สำหรับต่างประเทศได้ใช้คำที่หมายถึง การท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างหลากหลาย ได้แก่ Food tourism, Gastronomy tourism, Culinary tourism Cuisine tourism และ Gourmet tourism ซึ่งมีนักวิจัยที่ให้ความสำคัญความที่ครอบคลุมการท่องเที่ยวอาหาร (Food tourism) คือ การเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เกิดจากแรงจูงใจที่จะไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ด้านอาหาร หรือเกี่ยวข้องกับการผลิตอาหาร เทศกาลอาหาร ร้านอาหาร หรือแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะเรื่องอาหาร Jiménez Beltrán, López-Guzmán & Santa-Cruz (2016) ซึ่งระดับความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในภาษาอังกฤษได้อธิบาย Gastronomic tourism หรือ Culinary tourism โดยวัดจากระดับความสนใจของนักท่องเที่ยวในเรื่องอาหารเป็นภาพรวม มีความสนใจระดับปานกลาง ซึ่งอาจรวมถึงองค์ประกอบอื่นของแหล่งท่องเที่ยวด้วย เช่น วัฒนธรรมท้องถิ่น แต่ถ้าคำว่า Cuisine tourism หรือ Gourmet tourism คือ การที่นักท่องเที่ยวมีความสนใจเรื่องอาหารเฉพาะเจาะจง โดยสนใจประเภทใดประเภทหนึ่ง เช่น การเข้าร่วมการอบขนมการทำอาหาร

ทางด้านขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (2559) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร หรือ “Gastronomy Tourism” ไว้ว่า เป็นการท่องเที่ยวเพื่อ

การเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารหรือการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นการท่องเที่ยวที่ผสมผสานธรรมชาติของพื้นที่ วัฒนธรรม การบริการ การเข้าถึงทรัพยากรการท่องเที่ยว การเป็นเจ้าของที่ดีและเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ รวมเป็นประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการลิ้มรสอาหาร การได้เรียนรู้วิถีทำและลงมือ ทำอาหารด้วยตนเอง ซึ่งถือเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ศุภวรรณ หนั่นดี (2558) ได้นิยามถึง การท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยใช้คำว่า Gastronomy tourism หมายถึง การเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวที่รวมถึงแหล่งผลิตอาหาร เทศกาลอาหาร ร้านอาหาร ย่านอาหาร การเรียนรู้ประสบการณ์ทางด้านอาหารจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านอาหาร และการซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร สำเร็จรูปโดยปัจจัยการท่องเที่ยวเชิงอาหารสามารถเป็นเหตุผลหลักหรือเหตุผลรองในการเดินทาง

สถานการณ์ท่องเที่ยวเชิงอาหารของไทย

จากข้อมูลกรมการท่องเที่ยว พบว่า ในปี 2558 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวอาหาร จำนวน 456,000 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 20 ของรายได้รวมจากการท่องเที่ยวทั้งหมด โดยเป็น รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยเที่ยวไทย 174,000 ล้านบาท และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 282,000 ล้านบาท

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในรูปแบบของรายได้จากอาหาร และเครื่องดื่มระหว่างเดินทางของนักท่องเที่ยวมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ จีน อังกฤษ และรัสเซีย โดยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาพบว่า รายได้จากอาหารและเครื่องดื่มของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีแนวโน้ม เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 7.54 เป็นผลมาจากการใช้จ่ายด้านอาหารของนักท่องเที่ยวภูมิภาคโอเชียเนีย เอเชีย ตะวันออก และเอเชียใต้

การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการท่องเที่ยวด้านอาหาร รัฐบาลจึงมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ ทั้งจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย และนักท่องเที่ยว ชาวไทยเที่ยวไทย อย่างต่อเนื่อง อาทิ การจัดโครงการ Amazing Thai Taste เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นการ ท่องเที่ยวภายใต้โครงการสานพลังประชารัฐ เพื่อกระจายประโยชน์ทางเศรษฐกิจสู่ภาคการเกษตร โดยร่วมกันสร้างภาพลักษณ์ (Brand) ของอาหารและผลไม้ไทยตามฤดูกาล ช่วยส่งเสริมให้เกิดการกระจาย รายได้จากอาหาร/เครื่องดื่มของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติเพิ่มขึ้นร้อยละ 50 นอกจากนี้ยัง ได้กำหนดเป้าหมายอาหารไทย 6 ชนิดของอาหารไทยที่นิยมของนักท่องเที่ยว คือ ผัดไทย ต้มยำกุ้ง แกง เขียวหวาน ส้มตำ มัสมั่น และต้มยำไก่ โดยได้รับการส่งเสริมจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจัดทำ ภาพยนตร์โฆษณา ซึ่งสะท้อนให้เห็นความสำคัญและเรื่องราวของผัดไทย ในมุมมองของการท่องเที่ยวเชิง อาหารเผยแพร่ภายใต้ Discover Amazing Stories: PADTHAI ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ Amazing Thailand Discover Amazing Stories.

การท่องเที่ยวเชิงอาหารของไทย

อาหารไทยในแต่ละท้องถิ่นมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันตามวัฒนธรรมและวัตถุดิบของแต่ละท้องถิ่น จึงทำให้มีรสชาติที่แตกต่างกัน โดยในแต่ละจังหวัดมีอาหารแนะนำของแต่ละท้องถิ่น รวมถึงสินค้าที่เกี่ยวข้องกับอาหาร เช่น ข้าวซอย ของจังหวัดเชียงใหม่ ไข่เค็ม ของฝากจังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นต้น

ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารไทยทำให้เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ได้มาลิ้มลอง โดยทางคณะกรรมการวัฒนธรรมร่วมกับรายการ Top Ten ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย ได้สำรวจอาหารไทยที่เป็นที่นิยมของชาวต่างประเทศ 10 อันดับ ได้แก่ ต้มยำกุ้ง แกงเขียวหวาน ผัดไทย ผัดกะเพรา แกงเผ็ดเป็ดย่าง ต้มข่าไก่ ยำเนื้อ หมูสะเต๊ะ ไข่ผัดเม็ดมะม่วง และพะแนงเนื้อ

จากความนิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ได้ลิ้มลองอาหารไทยจึงต้องการที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับวิธีการทำอาหารไทย เพื่อสามารถนำกลับไปทำรับประทานเองได้เมื่อกลับจากประเทศไทยไปแล้ว จึงทำให้เกิดโรงเรียนสอนทำอาหาร (Cooking School) ดังนั้น การเรียนทำอาหารจึงเป็นกิจกรรมหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว และก่อให้เกิดรายได้ในประเทศ โดยโรงเรียนสอนทำอาหารไทยในเมืองท่องเที่ยวหลัก เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต กรุงเทพฯ ซึ่งได้แก่ โรงเรียนสอนทำอาหารอมิตา (Amita Thai Cooking Class) โรงเรียนสอนทำอาหารบลูเอเลฟphant (Blue Elephant Cooking School) โรงเรียนสอนทำอาหารไทยสีลม (Silom Thai Cooking School) Cooking with Poo & Friends เป็นต้น โดยมีรูปแบบในการจัดกิจกรรมที่หลากหลาย นับตั้งแต่การนำนักท่องเที่ยวไปเลือกซื้อวัตถุดิบในตลาดสด หรือเลือกใช้วัตถุดิบประเภทพืชสวนครัวจากในไร่ ให้ความรู้เกี่ยวกับวัตถุดิบ สมุนไพรไทย สุดท้ายเป็นขั้นตอนในการทำอาหารไทย ซึ่งจากความนิยมทำให้เกิดโรงเรียนสอนทำอาหารไทยนั้น จึงคาดการณ์ว่า ธุรกิจการสอนทำอาหารไทยสามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศประมาณปีละกว่า 590 ล้านบาท นอกจากนี้วัตถุดิบสมุนไพรไทยที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นของผลิตในประเทศ จึงเป็นการช่วยกระจายรายได้ทางอ้อมสู่ภาคการเกษตร

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว

ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นจะรู้ตัวหรือไม่ก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตเห็นการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม เพื่อมุ่งตอบสนองความต้องการสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behavior) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behavior) เป็นการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ภายในร่างกาย รวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยที่พฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดและสั่งการพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยวหรือกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่า พฤติกรรม

นักท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมการแลกเปลี่ยนต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอยู่เสมอของนักท่องเที่ยว ซึ่งดำเนินไปภายใต้ผลสะท้อนที่เกิดจากภาวะแวดล้อม ความรู้สึกนึกคิด และความรู้ ความเข้าใจของนักท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555) นอกจากนี้ Chen and Tsai (2007) ยังอธิบายไว้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การตัดสินใจก่อนเดินทางท่องเที่ยว (pre-visit's decision making) ประสบการณ์ขณะเดินทางท่องเที่ยว (on-site experiences) การประเมินประสบการณ์ (experiences evaluations) และพฤติกรรมหลังจากเดินทางท่องเที่ยว (post-visit's behavioral intention) ซึ่งองค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมี 7 องค์ประกอบ คือ เป้าหมาย ความพร้อม สถานการณ์ การแปลความหมาย การตอบสนอง ผลลัพธ์ที่ตามมา ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง สามารถจำแนกองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวให้เห็นชัดเจนได้ ดังนี้ (ฐิตินา สมศรี, 2556)

1. เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่แสดงออกมานั้นมีเป้าหมายในการกระทำที่ชัดเจน เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ที่ต้องการแสดงให้คนภายนอกเห็นชัดเจนว่าตนเองเดินทางท่องเที่ยวโดยที่ไม่ได้กระทบกับสภาพแวดล้อมเดิม
2. ความพร้อม หมายถึง การมีความสามารถและวุฒิภาวะที่จะทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองได้ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มผจญภัย นิยมเดินป่า ปีนเขา จะต้องมีความร่างกายและจิตใจพร้อมทั้งอุปกรณ์ในการทำกิจกรรมนั้นอย่าครบถ้วนเพื่อไม่ให้เกิดอันตรายและทำให้กิจกรรมนั้นสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี
3. สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์ โอกาส หรือเวลาที่เอื้ออำนวยให้ทำกิจกรรมนั้นเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง เช่น การท่องเที่ยวทะเลหรือหมู่เกาะ ต้องดูช่วงเวลาที่เหมาะสมไม่มีอันตรายจากคลื่นลมหรือพายุ
4. การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ออกมาให้เป็นที่ยอมรับและรับทราบไปในทิศทางเดียวกัน เช่น เวลาหก เจ็ด แปด เป็นเวลาที่ขึ้นคานักท่องเที่ยว ซึ่งรู้กันโดยทั่วไปว่าเป็นเวลาที่ต้องตื่นทำธุระส่วนตัว รับประทานอาหาร และออกเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวตามโปรแกรมที่นัดหมายกัน
5. การตอบสนอง หมายถึง การตัดสินใจเลือกสรรกระบวนการ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตนเองคิดไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจจะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดยาวเทศกาล ดังนั้น จึงต้องเกิดการวางแผนตั้งแต่การจองที่พัก การเลือกพาหนะการเดินทาง และการค้นหาข้อมูลร้านอาหาร หรือสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจของจุดหมายปลายทางนั้นที่จะไปเยือน
6. ผลลัพธ์ที่ตามมา หมายถึง ผลจากการกระทำหนึ่ง อาจได้ผลตามที่คาดหวัง หรือผิดพลาดไปจากที่คาดหวังไว้ เช่น การจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ สามารถจองได้มีห้องพักตามปกติ แต่พอไปถึงที่พักรจริงห้องพักเต็ม ทำให้ไม่บรรลุเป้าหมายความตั้งใจแรกที่วางแผนไว้

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่ตั้งใจหรือคาดหวังไว้ไม่เป็นไปตามแผน ทำให้ต้องกลับมาวางแผนหรือไตร่ตรองเพื่อหาวิธีให้บรรลุเป้าหมายหรือถ้าหากยากเกินไปเป้าหมายนั้นอาจต้องยกเลิกไป

ความต้องการของนักท่องเที่ยวน

ความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบหนึ่งในพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ผู้วิจัยจำเป็นต้องศึกษา เพื่อจะได้ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยเริ่มจากการศึกษาความต้องการของมนุษย์ทั่วไปสามารถแบ่งระดับความต้องการได้เป็น 5 ขั้น ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 ลำดับขั้นความต้องการทั่วไปของมนุษย์
ที่มา: Maslow (1994)

ลำดับขั้นที่ 1 คือ ความต้องการทางร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการพื้นฐานที่มนุษย์ทุกคนมีเหมือนกัน ได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม การพักผ่อน ฯลฯ เป็นความต้องการลำดับแรกที่ขาดไม่ได้

ลำดับขั้นที่ 2 คือ ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs) เป็นสัจพจน์ที่มนุษย์ทุกคนต้องการความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของตนเอง ถ้าหากความต้องการนี้ไม่ได้รับการตอบสนองมนุษย์จะเกิดความกลัว เช่น ความมั่นคงทางอาชีพและการเงิน การได้รับความคุ้มครองทางกฎหมาย เป็นต้น

ลำดับขั้นที่ 3 คือ ความต้องการด้านความรักและความห่วงใย (Belongingness or Love needs) เมื่อได้รับการตอบสนองในสองลำดับแรกแล้ว มนุษย์เราจะมีความต้องการมากขึ้น กล่าวคือ ต้องการให้ผู้อื่นรัก และต้องการมีบทบาทในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งความต้องการเหล่านี้จะเกิดขึ้นระหว่างความสัมพันธ์ เช่น พ่อแม่ลูก สามียภรรยา เพื่อน เป็นต้น

ลำดับขั้นที่ 4 คือ ความต้องการมีชื่อเสียงและเกียรติยศในตนเอง (Esteem needs) เป็นความต้องการที่รู้สึกว่าคุณค่ากับผู้อื่น หรือต้องการให้ผู้อื่นยอมรับในความสามารถของตนเอง กล่าวคือ ต้องการเป็นที่ยอมรับนับถือในสังคม

ลำดับขั้นที่ 5 คือ ความต้องการรู้จักตนเอง (Self actualization needs) เป็นความต้องการขั้นสูงสุด หมายถึง ต้องการที่จะเป็นคนโดยสมบูรณ์แบบ โดยไม่มีการบิดเบือน ยอมรับในสิ่งที่บกพร่องของตนเอง และพร้อมที่จะเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเอง แต่คนส่วนมากมักพัฒนามาไม่ถึงขั้นนี้ เนื่องจากมักปกปิดข้อบกพร่องของตนเองอยู่เสมอ

สำหรับความต้องการเดินทางท่องเที่ยวเกิดจากความต้องการและความรู้สึกภายในของแต่ละบุคคลอย่างแท้จริง ประกอบกับปัจจัยต่าง ๆ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคมที่ผลักดันให้สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้และมีแรงจูงใจอีกหลายอย่างที่เป็นสิ่งดึงดูดใจให้เกิดความต้องการเดินทาง หรือความต้องการซื้อถือเป็นจุดเริ่มต้นของการตลาดที่ทำให้ธุรกิจหรือผู้ประกอบการเกิดความคิดที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของบุคคล ซึ่งต้องผ่านกระบวนการวิจัยและวิเคราะห์ความต้องการของบุคคลที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง เพื่อที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือรูปแบบการให้บริการตอบสนองความต้องการเหล่านั้นมากขึ้น (ประภาส ห่อนบุญเหิม, 2553) โดยสามารถแบ่งความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ (ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2550)

1. ความต้องการในปัจจุบัน (Actual Demand) หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความพร้อมและเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการในขณะนั้นและพร้อมเดินทางได้ทันที

2. ความต้องการที่มีแนวโน้ม (Potential Demand) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มจะเดินทาง เนื่องจากมีความต้องการอยู่แล้วเพียงแต่ขาดองค์ประกอบอื่น เช่น เวลา เงิน และการจัดการเดินทาง เป็นต้น ซึ่งความต้องการนี้สามารถพัฒนาหรือโน้มน้าวให้เกิดเป็นความต้องการในปัจจุบันได้ขึ้นอยู่กับการพัฒนากระบวนการให้บริการของธุรกิจท่องเที่ยว

3. ความต้องการที่อาจเกิดขึ้นได้ (Deferred Demand) หมายถึง ความต้องการเดินทางท่องเที่ยวที่มีอยู่ในส่วนลึกของจิตใจทุกคน แต่ไม่มีข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ซึ่งความต้องการแบบนี้สามารถกระตุ้นให้เกิดมากขึ้นได้ด้วยการจูงใจ โดยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เทคนิคการขาย การอำนวยความสะดวกในการประสานงานติดต่อ รวมถึงการพัฒนากระบวนการท่องเที่ยว ให้สามารถเข้าถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวเหล่านั้น

ประเภทนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร

กนกภรณ์ ครุฑภาพันธุ์ (2553) สามารถแบ่งประเภทของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารออกมาให้เห็นชัดเจนมากขึ้น ซึ่งได้มีการแบ่งประเภทของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารตามระดับแรงจูงใจและความสนใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหาร ดังนี้

ประเภทที่ 1 ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจและความสนใจระดับสูงในการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง เพื่อจุดประสงค์ด้านอาหารโดยเฉพาะ ได้แก่ การชิมอาหารของรักชิมอาหาร การเดินทางเพื่อกินอาหารเลิศรสท้องถิ่น การกินอาหารท้องถิ่นของประเทศหรือภูมิภาค การกินอาหารเพื่อรักษาสุขภาพ (Food tourism for Health) และเพื่อรักษาโรค (Food tourism for Therapy)

ประเภทที่ 2 ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจและความสนใจในด้านการบริโภคอาหารของแหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางไปในระดับปานกลาง มีความคิดว่า การบริโภคอาหารท้องถิ่นเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมทางวัฒนธรรมเมื่อไปท่องเที่ยว

ประเภทที่ 3 ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจและความสนใจด้านอาหารค่อนข้างต่ำ การเดินทางไปท่องเที่ยวและบริโภคอาหารท้องถิ่นเฉพาะเป็นอาหารที่มีลักษณะแปลกและแตกต่างไปจากอาหารในชีวิตประจำวันของนักท่องเที่ยว

ประเภทที่ 4 ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจและความสนใจด้านอาหารในระดับต่ำสุด เมื่อเดินทางก็จะบริโภคอาหารท้องถิ่นเพราะมีความหิวและจำเป็นต้องบริโภคเท่านั้น

การแบ่งประเภทนักท่องเที่ยวเชิงอาหารตามระดับความสนใจข้างต้นเป็นวิธีการแบ่งที่คล้ายกับแนวคิดของ Boyne, Hall & Williams (2003) ได้แบ่งประเภทนักท่องเที่ยวเชิงอาหารไว้ตามระดับความสำคัญที่นักท่องเที่ยวมีต่ออาหารออกเป็น 4 ประเภท เพียงแต่มีข้อมูลที่แตกต่างกันเล็กน้อย ดังนี้

ประเภทที่ 1 นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มองว่าอาหารเป็นสิ่งหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างประสบการณ์ จึงมีการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นโดดเด่น ได้แก่ รูปลักษณ์ของอาหาร ความเป็นคุณภาพและถูกสุขลักษณะ เพื่อที่จะเดินทางไปสัมผัสให้เกิดประสบการณ์ใหม่ ๆ

ประเภทที่ 2 นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มองหาคำอาหารเป็นสิ่งสำคัญเช่นเดียวกับประเภทที่หนึ่ง เพียงแต่ไม่ได้มีการศึกษา หรือค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นอย่างจริงจัง เป็นเพียงการเดินทางเพื่อไปสัมผัสตามคำบอกเล่า หรือการประชาสัมพันธ์ที่ได้รับรู้มา

ประเภทที่ 3 นักท่องเที่ยวไม่ได้มองว่าอาหารเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเดินทาง เพียงแต่อาจจะมีการเข้าร่วมกิจกรรมหรือลองชิมอาหารที่พบเจอระหว่างการเดินทางที่คิดว่าจะน่าจะเป็นอาหารที่อร่อยจากการเห็นคนเข้าร้านอาหารเป็นจำนวนมาก หรือการแนะนำจากคนในท้องถิ่น

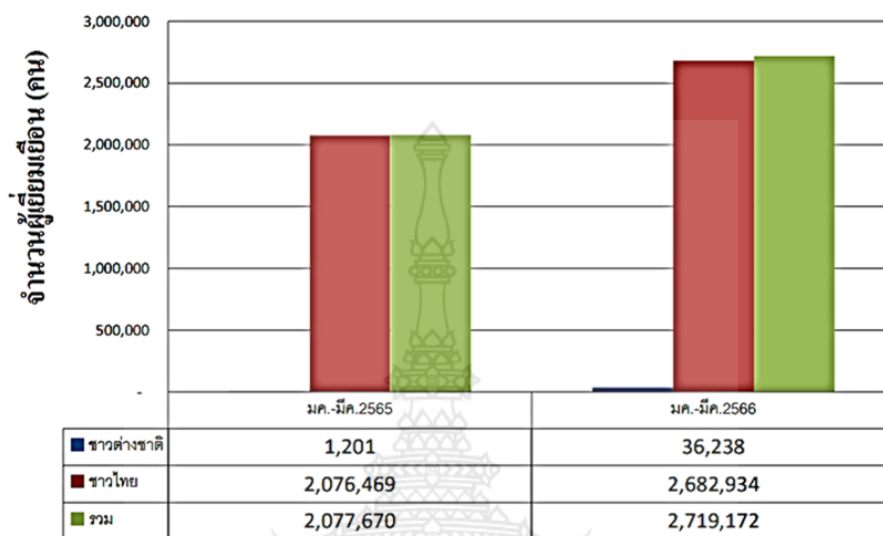
ประเภทที่ 4 นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มีความสนใจเกี่ยวกับอาหารเป็นพิเศษ ถึงแม้จะมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับอาหารมากเพียงใด พวกเขาจะเลือกรับประทานเพียงเพราะเป็นสิ่งจำเป็นในชีวิตประจำวันไม่ได้ต้องการลิ้มลองรสชาติใหม่ ๆ

4. ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดเพชรบุรี

จังหวัดเพชรบุรี เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพและความโดดเด่นด้านการท่องเที่ยวและการเกษตร มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และศิลปวัฒนธรรม มีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่โดดเด่น เช่น สกุลช่างเมืองเพชร มีโบราณสถานและวัดวาอารามสมัยทวารวดีจนถึงสมัยกรุงศรีอยุธยา มีโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ จำนวน 103 โครงการ เป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้ศาสตร์พระราชาที่สำคัญของประเทศ ด้วยศักยภาพอันหลากหลายนี้ ทำให้เพชรบุรีมีแหล่งท่องเที่ยวที่ครบวงจร ทั้งทางธรรมชาติที่มีทะเลและป่าเขา โดยกลุ่มป่าแก่งกระจาน (ครอบคลุมพื้นที่ใน 3 จังหวัด ได้แก่ ราชบุรี เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์) ได้รับการบรรจุเป็นมรดกโลกทางธรรมชาติ อาจเรียกขานได้ว่าจังหวัดเพชรบุรีเป็น “เมืองสามทะเล” คือ ทะเลเมืงทราย ทะเลโคลน และทะเลหมอก และด้วยประวัติศาสตร์อันมีมายาวนาน ทำให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมโบราณคดีและประวัติศาสตร์ ซึ่งเพชรบุรีเป็นที่ตั้งของพระราชวังถึง 3 แห่ง ในรัชสมัยของพระมหากษัตริย์ 3 พระองค์ คือ พระนครคีรีหรือเขาวัง (รัชกาลที่ 4) พระรามราชนิเวศน์หรือวังบ้านปืน (รัชกาลที่ 5) และพระราชนิเวศ มฤคทายวัน (รัชกาลที่ 6) เรียกขานเพชรบุรีว่าเป็น “เมืองสามวัง” และด้วยความหลากหลายของทรัพยากร ส่งผลให้เพชรบุรีมีผลผลิต วัตถุดิบ และอาหารพื้นถิ่นที่หลากหลาย เช่น จากฝั่งทะเลอ่าวไทย เพชรบุรีสามารถผลิตเกลือทะเลได้เป็นอันดับหนึ่งของประเทศ และผลิตอาหารทะเลแปรรูปที่มีชื่อเสียง พื้นที่ตอนกลางสามารถผลิตข้าว รวมถึงตาลโตนด (น้ำตาลจากยอดตาล) ผลิตมะนาวแป้น (มะนาวผิวบาง น้ำมาก และมีกลิ่นหอม) จนเพชรบุรีได้ชื่อว่าเป็น “เมืองสามรส” กล่าวคือ รสหวานจากตาลโตนด รสเค็มของเกลือสมุทร และรสเปรี้ยวของมะนาว และยังเพิ่มเติมอีกหนึ่งรสชาติคือ รสเผ็ด จากพริกกะเหรี่ยง ปัจจุบันจังหวัดเพชรบุรีได้รับการคัดเลือกเป็นเครือข่าย “เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารของยูเนสโก” หรือ “Creative City of Gastronomy by UNESCO” ที่จะช่วยยกจุดเด่นด้านอัตลักษณ์วัฒนธรรมอาหารของเพชรบุรีให้เป็นที่รู้จักในระดับสากล ด้วยศักยภาพเชิงพื้นที่ ในปี พ.ศ. 2566 - 2570 จังหวัดจึงกำหนดเป้าหมายการพัฒนาเป็น “เพชรบุรีเมืองต้นแบบตามศาสตร์พระราชา นำอยู่ นำกิน นำเที่ยว สู่เมืองสร้างสรรค์ระดับสากลอย่างยั่งยืน” และจากสถิตินักท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี พบว่า ในปี 2566 ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนมีนาคม 2566 มีจำนวนผู้เยี่ยมชมหมายถึงนักท่องเที่ยวและนักทัศนอาจรทั้งหมด 2,719,172 คน แบ่งเป็นผู้เยี่ยมชมชาวไทย จำนวน 2,682,934 คน และผู้เยี่ยมชมชาวต่างชาติ จำนวน 36,238 คน ส่วนใหญ่เป็นชาวไทยมากกว่าชาวต่างชาติ เมื่อเทียบกับปี 2565 มีจำนวนผู้เยี่ยมชมหมายถึงนักท่องเที่ยวและนักทัศนอาจรทั้งหมด 2,077,670 คน แบ่งเป็นผู้เยี่ยมชมชาวไทย จำนวน 2,076,469 คน และผู้เยี่ยมชมชาวต่างชาติ จำนวน 1,201 คน ดังภาพที่ 2.2

จำนวนผู้เยี่ยมเยือนของจังหวัดเพชรบุรีประจำเดือนมกราคม-มีนาคม ปี 2566

แผนภูมิ : ผู้เยี่ยมเยือนของจังหวัดเพชรบุรี



ผู้เยี่ยมเยือน คือ นักท่องเที่ยวรวมกับนักท่องเที่ยว

ที่มา : กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2566)

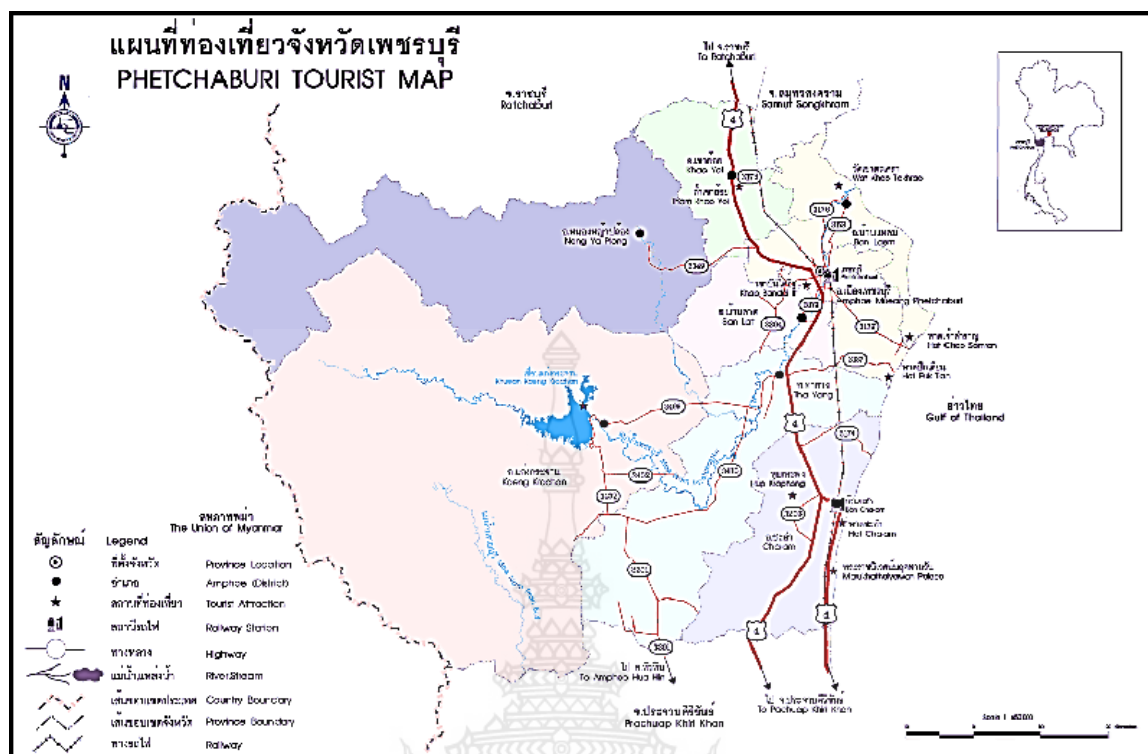
ภาพที่ 2.2 จำนวนผู้เยี่ยมเยือนของจังหวัดเพชรบุรีประจำเดือนมกราคม - มีนาคม ปี 2566

ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2566)

ขนาด ที่ตั้ง และอาณาเขต

จังหวัดเพชรบุรี อยู่ทางด้านตะวันตกของประเทศ อยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ของกรุงเทพมหานคร ระยะทางห่างจากกรุงเทพมหานคร 123 กิโลเมตร เป็นเมืองหน้าด่านสำคัญระหว่างภาคกลางและภาคใต้ มีเนื้อที่ประมาณ 6,225.138 ตารางกิโลเมตร หรือ 3,890,711 ไร่ เป็นจังหวัดที่มีพื้นที่เป็นอันดับที่ 35 ของประเทศไทย ตั้งอยู่ทางตอนใต้ของภาคกลาง มีอาณาเขตติดต่อจังหวัดใกล้เคียงและประเทศเพื่อนบ้าน ดังนี้

- ทิศเหนือ ติดกับอำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี และอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
- ทิศใต้ ติดกับอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
- ทิศตะวันออก ติดกับอำเภอไทย
- ทิศตะวันตก ติดกับสาธารณรัฐสังคมนิยมแห่งสหภาพเมียนมาร์ (พม่า)



ภาพที่ 2.3 แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี

ที่มา: กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดเพชรบุรี (2566)

ลักษณะภูมิประเทศ

ทางด้านทิศตะวันตกในเขตอำเภอแก่งกระจานและอำเภอหนองหญ้าปล้อง มีลักษณะเป็นที่ราบสูงและภูเขาสูงชัน แล้วค่อย ๆ ลาดต่ำมาทางทิศตะวันออกเกิดเป็นสันปันน้ำ แบ่งน้ำส่วนหนึ่งให้ไหลลงสู่ประเทศพม่าและอีกส่วนหนึ่งไหลมาทางทิศตะวันออกเป็นต้นน้ำของแม่น้ำเพชรบุรีและแม่น้ำปรางบุรี สภาพเช่นนี้ทำให้ทางทิศตะวันตกของจังหวัดเพชรบุรีอุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติป่าไม้ และแร่ธาตุแต่มีประชากรอาศัยอยู่น้อยเนื่องจากเป็นแดนกันดาร จะมีเพียงชาวกะเหรี่ยงและชาวกระหังที่อพยพข้ามแดนมาจากพม่าเข้ามาอาศัยเท่านั้น

ลักษณะภูมิอากาศ

จังหวัดเพชรบุรีอยู่ติดกับอ่าวไทยจึงได้รับอิทธิพลของลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ในฤดูฝน และอิทธิพล จากลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือในช่วงฤดูหนาว จึงทำให้มีอากาศหนาวเย็นในช่วงเวลาดังกล่าว สำหรับช่วงเวลาที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ช่วงเดือนธันวาคม - เมษายน แบ่งฤดูกาลออกเป็น 3 ฤดูดังนี้

- ฤดูร้อน เริ่มตั้งแต่กลางเดือนกุมภาพันธ์ – กลางเดือนพฤษภาคม
- ฤดูฝน เริ่มตั้งแต่กลางเดือนพฤษภาคม – กลางเดือนตุลาคม
- ฤดูหนาว เริ่มตั้งแต่กลางเดือนตุลาคม – กลางเดือนกุมภาพันธ์

เขตการปกครอง

จังหวัดเพชรบุรี มีรูปแบบการปกครองและการบริหารราชการแผ่นดิน 3 รูปแบบ คือ

1. การบริหารราชการส่วนกลาง ประกอบด้วยหน่วยงานสังกัด ส่วนกลางซึ่งมาตั้งหน่วยปฏิบัติงานในพื้นที่ จำนวน 84 ส่วนราชการ
2. การบริหารราชการส่วนภูมิภาค จัดรูปแบบการปกครองและการบริหารราชการเป็น 2 ระดับ
 - ระดับจังหวัด ประกอบด้วยส่วนราชการประจำจังหวัด จำนวน 32 ส่วนราชการ
 - ระดับอำเภอ ประกอบด้วย 8 อำเภอ (93 ตำบล 698 หมู่บ้าน)

สำหรับรายชื่ออำเภอทั้ง 8 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองเพชรบุรี อำเภอชะอำ อำเภอท่ายาง อำเภอเขาย้อย อำเภอบ้านแหลม อำเภอบ้านลาด อำเภอหนองหญ้าปล้อง และอำเภอแก่งกระจาน
3. การบริหารราชการส่วนท้องถิ่น ประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนจังหวัดเพชรบุรี เทศบาล 15 แห่ง (เทศบาลเมือง 2 แห่ง และเทศบาลตำบล 13 แห่ง) องค์การบริหารส่วนตำบล 69 แห่ง

สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเพชรบุรี

ลักษณะพื้นที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีจะพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะกระจุกตัวอยู่ที่อำเภอชะอำ ในขณะที่สถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ มักถูกมองเป็นทางผ่านมากกว่าจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) ก็กำลังได้รับความนิยมมากขึ้น เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวหลักที่มีจำนวนมาก จึงมีนักท่องเที่ยวบางส่วนมองหาการท่องเที่ยวนอกกระแส ซึ่งรวมถึงการมองหาวัฒนธรรมการท่องเที่ยวท้องถิ่น โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยินดีที่จะจ่ายมากขึ้น หากเป็นการจ่ายเพื่อซื้อประสบการณ์การท่องเที่ยวและมั่นใจว่ารายได้ไปสู่ชุมชนจริง นอกจากนี้ การที่จังหวัดเพชรบุรีได้รับการประกาศจาก UNESCO ให้เป็น Creative City of Gastronomy ยังหมายความว่าเพชรบุรีเป็นจังหวัดที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ วัฒนธรรมด้านอาหารพื้นถิ่น และวัตถุดิบในพื้นที่ เป็นหัวใจในการพัฒนาจังหวัดในระดับชุมชนอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับกระแสการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่กำลังได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน โดยผู้เสนอโครงการเห็นว่าการท่องเที่ยวในลักษณะ Gastronomy tourism ถือเป็นกุญแจสำคัญในการเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี เพราะอาหารและเครื่องดื่มถือเป็นสื่อสะท้อนวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์พื้นถิ่นออกมาอย่างเป็นรูปธรรม แต่ในขณะเดียวกันก็สามารถเข้าถึงได้ จับต้องได้และทำความเข้าใจได้ง่าย อีกทั้งเป็นหนึ่งในปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์ ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ มักมีการใช้จ่ายไปกับค่าอาหารและเครื่องดื่ม โดยนักท่องเที่ยวบางส่วนจะมีการแวะรับประทานอาหารกลางวัน อาหารว่าง หรือเครื่องดื่มก่อนถึงจุดหมายปลายทาง ดังนั้น จะเห็นได้ว่าอาหารและการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ไม่อาจแยกออกจากกันได้

อย่างไรก็ดี แม้จังหวัดเพชรบุรีจะได้รับการประกาศจาก UNESCO ให้เป็น Creative City of Gastronomy แต่ประชาชนหรือแม้กระทั่งผู้ประกอบการร้านอาหารหรือเครื่องดื่มภายในจังหวัด

รวมทั้งนักท่องเที่ยวยังขาดการรับรู้ในเรื่องดังกล่าว อีกทั้งจังหวัดยังไม่ได้ใช้ข้อได้เปรียบนี้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร จึงมีความจำเป็นที่จังหวัดเพชรบุรีจะต้องดำเนินการเพื่อสร้างการรับรู้ด้านอาหารของจังหวัดเพชรบุรีให้กับประชาชนทั่วไป ผู้ประกอบกิจการร้านอาหารหรือเครื่องดื่ม และนักท่องเที่ยวได้รับทราบ เพื่อสร้างประสบการณ์และสร้างคุณค่าอันจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงความเป็นเพชรบุรีได้โดยง่ายอย่างยั่งยืน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวในภาพรวมของจังหวัดต่อไป

เมื่อวิเคราะห์ลักษณะพื้นที่ท่องเที่ยว พบว่าจังหวัดเพชรบุรีมีความพิเศษ โดยอำเภอชะอำถึงแม้ว่าจะอยู่ในตัวจังหวัด แต่มีลักษณะพิเศษแตกต่างและเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวศักยภาพ จึงควรจะทำข้อเสนอการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวแตกต่างกัน หากพิจารณากลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพฯ หรือจากจังหวัดอื่นที่มีพฤติกรรมในการเดินทางผ่านจังหวัดเพชรบุรี และมองเพชรบุรีเป็นทางผ่าน และมีการจับจ่ายใช้สอยเกี่ยวกับอาหารและลักษณะของฝากหรือแวะเพื่อมาทำธุระตามสถานีเติมน้ำมัน โดยในกลุ่มเหล่านี้ มีบางกลุ่มเลือกรับประทานอาหารทะเลในจังหวัดเพชรบุรี เนื่องจากมีราคาถูกกว่าหัวหิน ชะอำ และตัวเมืองประจวบคีรีขันธ์

อำเภอเมืองในจังหวัดเพชรบุรีมีร้านอาหารที่มีศักยภาพในการผลักดันให้ได้รับ MICHELIN-starred Restaurants ในขณะเดียวกันร้านศักยภาพดังกล่าว ไม่ได้ใช้วัตถุดิบท้องถิ่นในการประกอบอาหาร เนื่องจากมีแนวคิดที่ว่าวัตถุดิบจากภายนอกจังหวัดนั้นเป็นวัตถุดิบที่มีคุณภาพสูงกว่า จากการลงพื้นที่ทำให้กลุ่มต้องการจัดทำข้อเสนอที่จะสามารถผลักดันให้มีร้านอาหารศักยภาพที่จะสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว เลือกใช้วัตถุดิบท้องถิ่นเพื่อสร้างห่วงโซ่คุณค่าในเมืองสร้างสรรค์อาหาร และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจากอาหาร

มรดกอาหาร

ความอุดมสมบูรณ์ของผืนแผ่นดินเมืองเพชร ก่อเกิดพืชพันธุ์ธัญญาหารที่มีคุณภาพดีและมีความหลากหลายสะท้อนผ่านภาพอันตระการตาของทุ่งนา ป่าตาล เทือกเขาและท้องทะเล ภายใต้ความงดงามของทิวทัศน์ได้ซ่อนขุมทรัพย์ล้ำค่าที่หล่อเลี้ยงเมืองเพชรอย่างไม่สิ้นสุด จากพื้นฐานของการหาอยู่หากินก่อให้เกิดเมืองช่างแห่งช่างสยามอันวิจิตรงดงามในปัจจุบันขุมทรัพย์ล้ำค่า คือ พืชพันธุ์ธัญญาหาร เมื่อมีวัตถุดิบอันดีเยี่ยม ผสมกับฝีมือในการปรุงอาหารอันประณีตของคนเมืองเพชร ที่ถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น และการได้รับวัฒนธรรมด้านอาหารจากราชสำนักอยุธยา รัตนโกสินทร์ชาวจีน ชาวมอญ และกลุ่มชาติพันธุ์ในท้องถิ่น เกิดการเลือกรับปรับใช้อย่างลงตัว ทำให้อาหารเมืองเพชรมีอัตลักษณ์เฉพาะ ปรากฏอยู่ในอาหาร 4 อย่างที่โดดเด่น คือ แกงคั่วหัวตาล ขนมจีนทอดมัน ข้าวแช่ และก๋วยเตี๋ยวน้ำแดง ซึ่งสะท้อนรากวัฒนธรรมของเพชรบุรีได้อย่างชัดเจน



ภาพที่ 2.4 แกงคั่วหัวตาล

ที่มา: กฤช เหลือลมัย เสาร์ประชาชื่น มติชนรายวัน เผยแพร่วันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2562

เป็นแกงพื้นถิ่นของชาวเพชรบุรีโดยการคัดสรรลูกตาลอ่อนอย่างพิถีพิถันไม่อ่อนและไม่แก่จนเกินไป จะให้เนื้อสัมผัสที่กรอบ ไม่เหนียวหยาบนำเฉพาะส่วนหัวของลูกตาลอ่อนมาฝานบาง ๆ ขยำกับน้ำเกลือ ทำให้เหลือรสขมนิด ๆ แกงกับเครื่องแกงกะทิปลาย่าง หรือเนื้อย่าง ประรสด้วยน้ำปลา น้ำตาลโตนด แกงคั่วหัวตาลจะมีรสขมจาง ๆ ของหัวตาลอ่อนที่เป็นอัตลักษณ์อันโดดเด่น และปรุงด้วยรสหวานของน้ำตาลโตนดซึ่งทำให้ได้รสชาติที่กลมกล่อมมากขึ้น บรรดาพืชที่ให้ประโยชน์ใช้งานทุกส่วน นอกจากกล้วย ต้นจาก และมะพร้าวแล้ว อีกอย่างหนึ่งเห็นจะเป็น ต้นตาล (Toddy palm) พอพูดถึงต้นตาลก็มักคิดถึงแต่เพชรบุรี ทว่า สมัยก่อน ตาลปลูกกันทั่วไป แถบอีสานก็ปรากฏชื่อ “บ้านโตนด” มากมายหลายแห่ง มันเป็นคำเขมรที่ใช้เรียกต้นตาลนั่นเอง ผลผลิตสำคัญของต้นตาลก็คือน้ำตาล น้ำตาลจากงวงตาลยังมีลูกตาล ที่กินได้ตั้งแต่ลอนตาลอ่อน จาวตาล น้ำเนื้อจากเนื้อใต้เปลือกตาลเอามาทำขนมตาล หัวตาลอ่อนฝานหรือขูดฝอยทำแกงคั่วหรือยำใส่ใบอ่อนมะสังแบบปักษ์ใต้ ยังไม่ต้องนึกถึงลำต้นตาลทำครกทำสากหรือใบตาลทำพัด และตาลปัตรของพระภิกษุสงฆ์ ทางตาลแห้งเอาทำเก้าอี้ ฯลฯ



ภาพที่ 2.5 ขนมหุ้นทอดมัน

ที่มา: <https://www.phetchaburicreativecity.com/th/content/4054/ขนมหุ้นทอดมัน>

เผยแพร่วันที่ 31 สิงหาคม 2564

ทอดมันและขนมหุ้น ที่ชาวเพชรบุรีจับมาทานคู่กันอย่างลงตัว ทอดมัน นิยมใช้ปลาอินทรี ซึ่ง เป็นปลาที่หาง่ายในแถบนี้ มีรสอร่อยเนื้อแน่น โดยผสมกับเครื่องแกง และใบกระเพรากรอบ เวลากินจะวางเส้นขนมหุ้นไว้ด้านล่าง วางชิ้นทอดมันไว้ด้านบนและราดด้วยน้ำจิ้มหวาน ๆ เปรี้ยว ๆ หรืออาจจาดน้ำราดอาหารของมุสลิมอินเดีย มีแตงกวาหั่นชิ้นเล็ก ๆ ผสมมาในน้ำจิ้ม บางร้านจะมีหอมกให้ด้วยรับประทานพร้อมกันได้ทั้งสามอย่างหรือแยกรับประทานก็ได้



ภาพที่ 2.6 ข้าวแช่

ที่มา: ดิยา มีเพื่อนซื้อร้านยา (ออนไลน์) เผยแพร่วันที่ 25 กันยายน 2563

ข้าวแช่ เป็นอาหารยอดนิยมของชาวเพชรบุรีมาช้านาน มีทั้งหาบขายและเป็นร้านนั่งรับประทาน ข้าวแช่ของเมืองเพชรแบบดั้งเดิมจะมีเครื่องเคียง 3 อย่าง คือ ลูกกะปิทอด หัวไชโป๊หวาน และปลาฝึ่นผัดหวาน หม่อมเจ้าหญิงพูนพิศมัย ดิสกุล กล่าวไว้ว่า ข้าวแช่เพชรบุรีมีชื่อเสียง เป็นเพราะเพชรบุรีมีน้ำที่ขึ้นชื่อลือชื่อนามว่าเป็นน้ำดี ไส สะอาด บริสุทธิ์ ชาวเพชรจะหุงข้าวใส่กระดังงาที่รมแม่น้ำไปแช่น้ำไว้คืนหนึ่ง แล้วใช้มือปัดข้าวให้เป็นรูปแหลมทั้งหัวทั้งท้าย จนกระทั่งสวยเรียบร้อยดีแล้วก็เอากลับขึ้นมาเทข้าวที่ขัดแล้วลงในผ้าขาวบางแล้วก็มัดขึ้นใส่ลังถึงนึ่งด้วยน้ำดอกไม้อ่อนหอมก็ได้ตัวข้าว ไว้กินกับเครื่องเคียง



ภาพที่ 2.7 ก๋วยเตี๋ยวน้ำแดงเมืองพะเยา

ที่มา: LET'S CHECK IN เช็คอิน กิน เที่ยว (ออนไลน์) เผยแพร่วันที่ 8 มีนาคม 2559

ก๋วยเตี๋ยวเมืองพะเยา แม้หลายร้านจะมีสูตรลับเฉพาะตนแต่จะมีลักษณะคล้ายกัน คือ น้ำซุปที่กลมกล่อมจากส่วนผสมของซี่วัวท้องถิ่น น้ำตาลโตนดที่สดใหม่ และน้ำต้มเนื้อคุณภาพ เสิร์ฟพร้อมพริกน้ำส้ม Homemade จากพริกกระเหรียงอำเภอหนองหุ้มปล้อง ให้รสเผ็ด และหอมอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซอสพริกสีแดงจากโรงงานท้องถิ่นใส่ถ้วยเล็ก ๆ วางพร้อมกับขามก๋วยเตี๋ยวเนื้อที่ตุ๋นจนได้ที่และเส้นก๋วยเตี๋ยวที่ลวกอย่างพอดีก๋วยเตี๋ยวในพะเยาจึงเป็นอาหารอัตลักษณ์อย่างหนึ่งที่เป็นที่นิยมของคนพะเยาและนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 2.8 ขนมหม้อแกง

ที่มา: ร้านแม่กิมไล้ สาขาไร่ส้ม (ออนไลน์)

การที่ขนมหม้อแกงเมืองเพชรบุรีเป็นที่รู้จักโด่งดังไปทั่วนั้น ส่วนหนึ่งเป็นเพราะ “น้ำตาลโตนด (น้ำตาลปึก)” น้ำตาลคุณภาพดีจากต้นตาลซึ่งมีปลูกอยู่มากมายภายในจังหวัด เมื่อนำน้ำตาลชนิดนี้ผสมลงไปในส่วนผสมของขนมชนิดต่าง ๆ แล้วปรุงจนเสร็จเรียบร้อยแล้ว จะได้ขนมที่มีรสชาติหวานหอมเป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากขนมที่ใช้ น้ำตาลทรายธรรมดาเป็นส่วนผสมหลัก ซึ่งนอกจากขนมหม้อแกงแล้ว จังหวัดเพชรบุรี ยังมีขนมไทยอร่อยอีกหลายชนิดไม่ว่าจะเป็น ข้าวเหนียวตัด, ขนมชั้น, กาละแม, ทองหยิบ, ทองหยอด, ฝอยทอง, ข้าวตอก ฯลฯ ราคาของขนมหม้อแกง



ภาพที่ 2.9 น้ำตาลโตนด

ที่มา: สหกรณ์การเกษตรบ้านลาด จำกัด (ออนไลน์)

เดิมที่คนเมืองเพชรรับประทานอาหารตามฤดูกาล ใช้วัตถุดิบที่สามารถหาได้ในพื้นที่ ทำให้เมืองเพชรขึ้นชื่อเรื่องอาหารคาวอาหารหวานครบครัน และสำหรับพระเอกของอาหารคาวอาหารหวานที่ขาดไม่ได้ คือ “น้ำตาลโตนด ” เพราะจังหวัดเพชรบูรณ์นั้นเป็นแหล่งผลิตตาลโตนดจำนวนมาก

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กชกร จุลศิลป์ (2561) ได้ทำการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การจัดการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีพฤติกรรมในการรับประทานอาหารท้องถิ่น 3 ลำดับแรก ได้แก่ ก๋วยเตี๋ยวเรือ กุ้งเผา และขนมไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อลิ้มลองรสชาติมากที่สุด บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจมากที่สุด คือ ตนเอง และช่องทางที่รู้จักร้านอาหารท้องถิ่น ได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ยังมีความต้องการจากอาหารท้องถิ่นด้านรสชาติมากที่สุด และต้องการเรียนรู้อาหารท้องถิ่นด้านวัฒนธรรมมากที่สุด และผลการวิจัยในส่วน

ของศักยภาพการตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า มีตัวแปรที่ส่งผลทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านพนักงานและสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย การตกแต่งสวยงาม การบริการถูกต้องรวดเร็ว การตกแต่งเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น 2) ด้านการส่งเสริมการตลาดและการสำรองที่นั่ง ประกอบด้วย สื่อสังคมออนไลน์ ส่วนลดการเช็คอิน การสำรองอาหารล่วงหน้า 3) ทำเลที่ตั้งของร้านอาหาร ประกอบด้วย ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว เข้าถึงได้สะดวก ที่จอดรถเพียงพอ บรรยากาศโดดเด่น ป้ายบอกทางชัดเจน 4) ผลิตภัณฑ์อาหาร ประกอบด้วย เป็นเอกลักษณ์ ใช้วัตถุดิบท้องถิ่น การตกแต่งจานสวยงาม และ 5) ราคาอาหาร ประกอบด้วย มีความเหมาะสมกับคุณภาพ และมีความเหมาะสมกับปริมาณ

กนกกานต์ วีระกุล และคณะ (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาเส้นทางการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนท้องถิ่นเพื่อให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร จัดทำคู่มือสรุปเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารสำหรับพื้นที่ในเขตสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานราชการระดับท้องถิ่นประจำจังหวัด ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัด ในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารประจำจังหวัด จังหวัดภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก ภาคใต้ และ กรุงเทพมหานคร โดยผลการวิจัย สามารถทราบถึงข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง ที่ได้ทำการศึกษา วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวแหล่งข้อมูลที่ใช้ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการเดินทางภายในประเทศ สถานที่พักแรมยอดนิยม แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม ในกลุ่มนักท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวและวัฒนธรรมอาหาร รวมถึงผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นในจังหวัด ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ตามผลการวิจัยเชิงปริมาณในเบื้องต้น ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้มีการจัดทำคู่มือสรุปเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในแต่ละจังหวัดและภูมิภาค โดยการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานราชการระดับท้องถิ่นในแต่ละจังหวัด ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัด ในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารประจำจังหวัด คณะผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลการวิจัยและแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้รับผิดชอบประสานงานการท่องเที่ยวประจำแต่ละภูมิภาค ถึงความเป็นไปได้และแนวทางการดำเนินงาน พบว่า แนวทางที่จะช่วยส่งเสริมและผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร มีดังนี้ หน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยตรงของกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬาจะต้องสนับสนุนผลักดันให้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้นำชุมชนในพื้นที่ที่มีศักยภาพ ได้ตระหนักและเห็นความสำคัญของการพัฒนาและส่งเสริมเพื่อให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร สร้างองค์ความรู้ด้านอาหาร และเตรียมความพร้อมด้านสถานที่รวมทั้งด้านการจัดการ ประชาสัมพันธ์และเสนอขายให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่มากขึ้น

ทศพร ลิ้มดำเนิน (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร กรณีศึกษา คลองดำเนินสะดวก อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ผลการศึกษาพบว่า พื้นที่

บริเวณ 2 ผังคลองดำเนินสะดวก อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ระหว่างหลัก 5 ถึง หลัก 8 มีถนนคอนกรีต ทั้ง 2 ผังคลองและมีสะพานที่รถยนต์สามารถข้ามฝั่งได้ทั้งหมด 3 แห่ง ด้านแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอดำเนินสะดวก มีความหลากหลายทั้งในด้านรูปแบบสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม เทศกาล งานประเพณีที่จัดขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี ไม่ว่าจะเป็นประเพณีแห่พระทางน้ำ หลวงพ่อโตรัตนโรจน์ฤทธิ์ งานประจำปีปิดทองหลวงพ่โต วัดราษฎร์เจริญธรรม เทศกาลongุ่นหวานและของดีดำเนินสะดวก งานย้อนรำลึกเสด็จประพาสต้น รัชกาลที่ 5 เทศกาลถือศีลกินเจ ซึ่งถือว่าอำเภอดำเนินสะดวก มีศาลเจ้าและโรงเจมากที่สุด แนวทางการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร พบว่าสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์ และการพัฒนาระดับมาตรฐานร้านอาหาร ให้ถูกสุขลักษณะและตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ผลจากการศึกษายังพบว่านักท่องเที่ยวต้องการให้หน่วยงานที่ดูแลด้านการท่องเที่ยว หน่วยงานพัฒนาชุมชน มาให้ความรู้และความเข้าใจกับชาวบ้านในชุมชนเพื่อร่วมมือกันพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวพัฒนารูปแบบของสินค้าและการให้บริการ การสร้างความยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจในชุมชน และควบคุมดูแลสิ่งแวดล้อมรวมถึงความปลอดภัย

ภัทรพร พันธุ์ (2558) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยผ่านประสบการณ์นักท่องเที่ยวในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่สร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวได้มากที่สุด คือ การสร้างความประทับใจแบบต่าง ๆ ในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร รองลงมาตามลำดับ ได้แก่ การเสนอให้ชิมหรือรับประทานอาหาร การให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น การให้นักท่องเที่ยวได้ซื้อสินค้าหรือของที่ระลึกเกี่ยวกับอาหาร การนำเสนอเรื่องราวความรู้เกี่ยวกับอาหาร การนำชมแหล่งท่องเที่ยวทางอาหาร และการทดลองทำอาหารของนักท่องเที่ยว ทำให้เห็นว่าการเสริมสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจที่แท้จริงในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

ศุภวรรณ หมั่นดี (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงอาหารกับการส่งเสริมศักยภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ผลการวิจัยพบว่า อาหารไทยมีศักยภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำนวน 14 ปัจจัย จากการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) และค้นพบปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพิ่มอีก 7 ปัจจัย ได้แก่ ด้านความมีชื่อเสียง ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านตำแหน่งของสินค้า ด้านการรับรู้ ด้านศักยภาพ ด้านนโยบาย และด้านความร่วมมือ รวมเป็น 14Ps และผลการวิเคราะห์ TOWS Matrix และการวิเคราะห์ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศทำให้ได้แนวทางการในพัฒนายุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำนวน 12 ยุทธศาสตร์ และได้ข้อเสนอแนะ คือ ภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องควรนำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงอาหารจากงานวิจัยฉบับนี้ไปปฏิบัติและประเมินผลการปฏิบัติ พร้อมทั้งนำผลการประเมินมาแก้ไข และนำไปปรับใช้เป็นแผนการท่องเที่ยวเชิงอาหารของประเทศไทยในอนาคต

Jiménez Beltrán, López-Guzmán & Santa-Cruz (2016) ศึกษาวิจัยเรื่อง อาหารและการท่องเที่ยว กรณีศึกษา ข้อมูลส่วนตัวและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศ เมืองคอร์โดบา ประเทศสเปน ผลการศึกษาพบว่า ร้านอาหารในท้องถิ่นสะท้อนให้เห็นถึงมรดกทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์อย่างแท้จริง เนื่องจากงานวิจัยทำให้เห็นว่าการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่ออาหารในท้องถิ่น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นวัยกลางคนที่มีการศึกษาในระดับสูง มีกำลังซื้อสูง ได้รับแรงจูงใจหลักจากความเพลิดเพลินของวัฒนธรรมและมรดกการทำอาหาร โดยเหตุผลหลักที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว ได้แก่ แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม ต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมของชาติอื่น นักท่องเที่ยวประเภทนี้มีความมุ่งมั่นอย่างมากต่อการเยี่ยมชมและแสวงหาประสบการณ์ทางวัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง ความตั้งใจคือการรู้จักประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และการเชื่อมต่อไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่ปลูกความรู้สึกและสำหรับการท่องเที่ยวด้านอาหารของเมืองคอร์โดบา ควรเพิ่มการปรับปรุงเพื่อให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางอาหารสมบูรณ์มากขึ้นอีก 2 ประการ ประการแรก ควรเพิ่มคุณภาพและเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นให้มีความดั้งเดิม ประการที่สอง ควรเพิ่มการรับรู้และการยอมรับของอาหารที่เป็นตัวแทนของเมืองเพื่อปรับปรุงประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับ

Björk & Kauppinen-Räsänen (2016) ศึกษาวิจัยเรื่อง อาหารท้องถิ่นในการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า สามารถนำอาหารท้องถิ่นไปใช้ประโยชน์ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและมีส่วนช่วยส่งเสริมประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว และช่วยแสดงถึงศักยภาพด้านการตลาดสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ รวมไปถึงการพัฒนาในระดับภูมิภาค การศึกษานี้เป็นการเพิ่มผลการวิจัยการท่องเที่ยวในการสำรวจทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหาร และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่นและตลาดท้องถิ่น โดยเน้นการจัดหาข้อมูลรวมถึงอาหารท้องถิ่นและร้านอาหาร รวมทั้งแสดงให้เห็นถึงอาหารและลักษณะการกินที่นำไปสู่ประสบการณ์การรับประทานอาหารในท้องถิ่นที่หลากหลาย

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเพชรบุรี มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาบริบทของอาหารที่อยู่ในเส้นทางการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี 2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี 3. เพื่อศึกษากระบวนการในการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ
- 3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ในช่วงเดือนมกราคม – มีนาคม 2566 จำนวน 2,492,176 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดเพชรบุรี, 2566)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 400 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี และกระบวนการในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือมาจากการศึกษาและวิเคราะห์เอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยแบบสอบถามมีรายละเอียดแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี

ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรค และข้อเสนอแนะ

ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) กำหนดระดับมาตราส่วนที่เป็นข้อความให้เป็นค่าน้ำหนักตัวเลข แบ่งเป็น 5 ระดับ

เห็นด้วยมากที่สุด	ให้น้ำหนักคะแนนเท่ากับ 5
เห็นด้วยมาก	ให้น้ำหนักคะแนนเท่ากับ 4
เห็นด้วยปานกลาง	ให้น้ำหนักคะแนนเท่ากับ 3
เห็นด้วยน้อย	ให้น้ำหนักคะแนนเท่ากับ 2
เห็นด้วยน้อยที่สุด	ให้น้ำหนักคะแนนเท่ากับ 1

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ค่ามากที่สุด} - \text{ค่าน้อยที่สุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} = 0.80
 \end{aligned}$$

ผลที่ได้จากการหาอันตรภาคชั้นนี้ สามารถแบ่งค่าเฉลี่ยของผลลัพธ์คะแนนในระดับต่าง ๆ ตามตารางที่ 3.1 ได้ดังนี้

ตารางที่ 3.1 เกณฑ์ในการประเมินจากค่าเฉลี่ยของผลลัพธ์ในแบบสอบถามแบบ Likert Scale 5 ระดับ

ช่วงของคะแนนค่าเฉลี่ยจากผลลัพธ์	ระดับความคิดเห็น
4.21-5.00	มากที่สุด
3.41-4.20	มาก
2.61-3.40	ปานกลาง
1.81-2.60	น้อย
1.00-1.80	น้อยที่สุด

3.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ขั้นตอนและพัฒนากการสร้างเครื่องมือแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ดำเนินงานตามลำดับต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี และกระบวนการในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี โดยรวบรวมข้อมูลตัวแปรต่าง ๆ เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถามโดยพิจารณาเนื้อหาให้ครอบคลุมกับกรอบแนวคิดในการวิจัย

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดมาพิจารณาความเหมาะสม ความถูกต้องของการใช้ภาษาและครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัย จากนั้นนำมาปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่ได้มาตรฐานที่ดี

4. นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขแล้ว นำไปเก็บรวบรวมข้อมูลในการทำวิจัยต่อไป

3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอนต่อไปนี้ คือ

1. ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลโดยวิธีเฉพาะเจาะจงและใช้เกณฑ์การประมาณจากจำนวนประชากรของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูล
2. ผู้วิจัยศึกษารวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ (1) ตำรา หนังสือ (2) เอกสารที่เกี่ยวกับงานวิจัยที่ผ่านมาแต่มีความเกี่ยวข้องกับงานวิจัยในครั้งนี้ (3) วารสาร และสิ่งพิมพ์ทางวิชาการทั้งที่ใช้ระบบเอกสาร และระบบออนไลน์ มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล และอภิปรายผล

3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติจะนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งผู้ทำวิจัยได้กำหนดวิธีการดังนี้ คือ

3.5.1 ประเมินข้อมูลขั้นต้น

1. ทำการประเมินข้อมูลเบื้องต้น หลังจากได้แบบสอบถามกลับคืนมาโดยการตรวจสอบ (Editing) ความถูกต้อง (Legibility) ความสมบูรณ์ (Completeness) ความสอดคล้อง (Consistency) ความเที่ยงตรง (Accuracy) และได้รับคำตอบที่ชัดเจน (Response clarification) สำหรับคำถามปลายเปิดของแบบสอบถามที่ได้กลับคืนมาทั้งหมด
2. ทำการลงรหัส (Coding) จากข้อมูลที่ได้รับการตรวจสอบแล้วข้างต้นโดยการกำหนดตัวเลขให้แก่ตัวแปรต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิจัยสำหรับคำถามปลายปิด (Closed – response question)

3.5.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับการศึกษาครั้งนี้ คือ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้เพื่อการวิเคราะห์ทางสถิติ Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ทำการวิเคราะห์โดยใช้ ค่าเฉลี่ย (mean) ค่าร้อยละ (percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) นำมาใช้ในการทดสอบสมมติฐานทำการวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์แบบ t-test, ANOVA และใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple comparison test) ตามวิธีของ LSD (Least - Significant Different) สำหรับเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ เมื่อพบที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเพชรบุรี มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาบริบทของอาหารที่อยู่ในเส้นทางการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี 2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี 3. เพื่อศึกษากระบวนการในการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ผู้วิจัยขอแนะนำตามลำดับ ดังนี้

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเพชรบุรี ผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 จากแบบสอบถามทั้งหมด และนำไปวิเคราะห์ข้อมูล โดยจำแนกผลการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแต่ละตอนปรากฏผลตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	139	34.75
หญิง	261	65.25
อายุ		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	52	13.00
21 – 30 ปี	205	51.25
31 – 40 ปี	77	19.25
41 – 50 ปี	40	10.00
51 – 60 ปี	22	5.50
มากกว่า 60 ปี	4	1.00
สถานภาพ		
โสด	274	68.50
สมรส	106	26.50
หย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้าย	20	5.00
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	146	36.50
ปริญญาตรี	217	54.25
สูงกว่าปริญญาตรี	37	9.25
อาชีพ		
ค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว	54	13.50
พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน	171	42.75
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	48	12.00
นักเรียน / นักศึกษา	69	17.25
อื่นๆ	58	14.50

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	69	17.25
5,001 – 10,000 บาท	61	15.25
10,001 – 15,000 บาท	75	18.75
15,001 – 20,000 บาท	82	20.50
20,001 – 25,000 บาท	96	24.00
มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป	17	4.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 สามารถจำแนกตามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้ข้อมูลดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 65.25 ส่วนเพศชาย มีจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75

จำแนกตามอายุ พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีอายุ 21 – 30 ปี จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.25 รองลงมา คือ อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.25 อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 อายุ 41 – 50 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 อายุ 51 – 60 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 และอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

จำแนกตามสถานภาพ พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพโสด จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 68.50 รองลงมา คือ สถานภาพสมรส จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 และสถานภาพหย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้าย จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.25 รองลงมา คือ มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี 176 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 และมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.25 ตามลำดับ

จำแนกตามอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีอาชีพพนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.75 รองลงมา คือ อาชีพนักเรียน / นักศึกษา จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 อาชีพอื่น ๆ 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 อาชีพค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 และอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 ตามลำดับ

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 รองลงมา คือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี

พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดเพชรบุรี		
1. พักผ่อน ฟื้นฟูร่างกาย และจิตใจ	63	15.75
2. เยี่ยมญาติ / เพื่อน หรือใช้เวลาร่วมกับครอบครัว	42	10.50
3. ชิมอาหารประจำถิ่น / เครื่องดื่มจากร้านดังที่สื่อ/สังคมออนไลน์แนะนำ	240	60.00
4. ซื้ออาหารประจำถิ่นกลับไปรับประทานหรือเป็นของฝาก	36	9.00
5. ศึกษาหาความรู้ / เรียนรู้การทำอาหารประจำถิ่น	19	4.75
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารต่อครั้ง		
1. ต่ำกว่า 500 บาท	53	13.25
2. 500 – 1,000 บาท	279	69.75
3. 1,001 – 1,500 บาท	53	13.25
4. 1,501 – 2,000 บาท	11	2.75
5. มากกว่า 2,001 บาท	4	1.00
เหตุผลในการเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นของจังหวัดเพชรบุรี		
1. รสชาติดี / อร่อย	146	36.50
2. ราคาถูก / คุณภาพดี	85	21.25
3. ตามคำบอกเล่าของคนในจังหวัด	22	5.50
4. ตามเพื่อน / ตามสื่อออนไลน์แนะนำ	74	18.50
5. ผ่อนคลายความเครียดโดยการเดินทางมารับประทานอาหาร	73	18.25
อาหารที่ขอรับประทานเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี		
1. อาหารพื้นเมือง / อาหารประจำถิ่นจากร้านค้าในชุมชน	12	3.00
2. อาหารพื้นเมือง / อาหารประจำถิ่นจากร้านที่สื่อสังคมออนไลน์แนะนำ	42	10.50
3. อาหารพื้นเมือง / อาหารประจำถิ่นจากร้านที่คุ้นเคยหรือรับประทานเป็นประจำ	104	20.80
4. เครื่องดื่ม / ขนมหวานจากร้านค้าในชุมชน	57	14.25
5. เครื่องดื่ม / ขนมหวานจากร้านที่สื่อสังคมออนไลน์แนะนำ	97	24.25
6. เครื่องดื่ม / ขนมหวานจากร้านที่คุ้นเคยหรือรับประทานเป็นประจำ	88	22.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า สามารถจำแนกตามข้อมูลด้านพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ได้ข้อมูลดังนี้

ด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดเพชรบุรี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาจังหวัดเพชรบุรีเพื่อชิมอาหารประจำถิ่น / เครื่องดื่มจากร้านดังที่สื่อ/สังคมออนไลน์แนะนำ มากที่สุดจำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมา คือ พักผ่อน พั่นฟูร่างกาย และจิตใจ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 เยี่ยมญาติ / เพื่อน หรือใช้เวลาว่างกับครอบครัว จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 ซื้ออาหารประจำถิ่นกลับไปรับประทานหรือเป็นของฝาก จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 และศึกษาหาความรู้ / เรียนรู้การทำอาหารประจำถิ่น จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75 ตามลำดับ

ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารต่อครั้ง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารต่อครั้งอยู่ที่ 500 – 1,000 บาท มากที่สุด จำนวน 279 คน คิดเป็นร้อยละ 69.75 รองลงมา คือ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารต่อครั้งต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารต่อครั้งอยู่ที่ 1,001 – 1,500 บาท จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารต่อครั้งอยู่ที่ 1,501 – 2,000 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารต่อครั้งมากกว่า 2,001 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ด้านเหตุผลในการเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นของจังหวัดเพชรบุรี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้เหตุผลในการเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นของจังหวัดเพชรบุรีในด้านของรสชาติดี / อร่อย มากที่สุด จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 รองลงมา คือ ด้านราคาถูก / คุณภาพดี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25 ตามเพื่อน / ตามสื่อออนไลน์แนะนำ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 ผ่อนคลายความเครียดโดยการเดินทางมารับประทานอาหาร จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 และตามคำบอกเล่าของคนในจังหวัด จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 ตามลำดับ

ด้านอาหารที่ชอบรับประทานเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกรับประทานอาหารพื้นเมือง / อาหารประจำถิ่นจากร้านที่คุ้นเคยหรือรับประทานเป็นประจำ มากที่สุด จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 20.80 รองลงมา คือ เครื่องดื่ม / ขนมหวานจากร้านที่สื่อสังคมออนไลน์แนะนำ จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 เครื่องดื่ม / ขนมหวานจากร้านที่คุ้นเคยหรือรับประทานเป็นประจำ จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 เครื่องดื่ม / ขนมหวานจากร้านค้าในชุมชน จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 อาหารพื้นเมือง / อาหารประจำถิ่นจากร้านที่สื่อสังคมออนไลน์แนะนำ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 และอาหารพื้นเมือง / อาหารประจำถิ่นจากร้านค้าในชุมชน จำนวน 12 คน คิดเป็น 3.00 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี โดยการหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.3 – 4.6

ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวม

ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในจังหวัดเพชรบุรี	$\bar{x}$	<i>S.D.</i>	ระดับ การตัดสินใจ
1. ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว	4.64	0.331	มากที่สุด
2. ด้านความสะดวกในการเข้าถึง	4.52	0.353	มากที่สุด
3. ด้านความประทับใจ	4.54	0.235	มากที่สุด
รวม	4.57	0.208	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวม ($\bar{x} = 4.57$, *S.D.* = 0.208) อยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยโดยพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้ ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ($\bar{x} = 4.64$, *S.D.* = 0.331) มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความประทับใจ ($\bar{x} = 4.54$, *S.D.* = 0.235) และด้านความสะดวกในการเข้าถึง ($\bar{x} = 4.52$, *S.D.* = 0.353) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว

ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในจังหวัดเพชรบุรี	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
1. ชอบในผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบรรจุอาหาร	4.66	0.504	มากที่สุด
2. ชื่นชอบในสูตรการทำอาหาร	4.61	0.640	มากที่สุด
3. ชื่นชอบความคงเอกลักษณ์ของรูปแบบอาหาร	4.55	0.741	มากที่สุด
4. ชื่นชอบในราคาอาหารที่มีความเหมาะสมกับปริมาณ ของอาหาร	4.73	0.521	มากที่สุด
5. ชื่นชอบในวัตถุดิบที่มีความสดใหม่ ในการนำมา ประกอบอาหาร	4.68	0.606	มากที่สุด
รวม	4.64	0.331	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ($\bar{x} = 4.64$, S.D. = 0.331) อยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย โดยพิจารณาเป็นรายข้อ ดังนี้ ชื่นชอบในราคาอาหารที่มีความเหมาะสมกับปริมาณของอาหาร ($\bar{x} = 4.73$, S.D. = 0.521) มากที่สุด รองลงมา คือ ชื่นชอบในวัตถุดิบที่มีความสดใหม่ ในการนำมาประกอบอาหาร ($\bar{x} = 4.68$, S.D. = 0.606) ชอบในผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบรรจุอาหาร ($\bar{x} = 4.66$, S.D. = 0.504) ชื่นชอบในสูตรการทำอาหาร ($\bar{x} = 4.61$, S.D. = 0.640) และชื่นชอบความคงเอกลักษณ์ของรูปแบบอาหาร ($\bar{x} = 4.55$, S.D. = 0.741) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความสะดวกในการเข้าถึง

ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในจังหวัดเพชรบุรี	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
1. มีข้อมูลจากคนในท้องถิ่นหรือสื่อออนไลน์ถึงร้านอาหาร ในจังหวัดเพชรบุรีที่ต้องไม่พลาดที่จะไปรับประทาน	4.59	0.665	มากที่สุด
2. มีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกและดูแลความปลอดภัย ให้กับนักท่องเที่ยว	4.65	0.648	มากที่สุด
3. มีบริการห้องน้ำให้บริการเพียงพอแก่นักท่องเที่ยว	4.48	0.772	มากที่สุด
4. มีป้ายบอกทางที่ชัดเจนสำหรับให้นักท่องเที่ยวเดินทาง ไปยังจุดต่าง ๆ ได้สะดวก	4.49	0.753	มากที่สุด
5. มีที่จอดรถพร้อมรองรับนักท่องเที่ยวเพียงพอ	4.42	0.816	มากที่สุด
รวม	4.52	0.353	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความสะดวกในการเข้าถึง ($\bar{x} = 4.52$, S.D. = 0.353) อยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย โดยพิจารณาเป็นรายข้อ ดังนี้ มีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกและดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว ($\bar{x} = 4.65$, S.D. = 0.648) มากที่สุด รองลงมา คือ มีข้อมูลจากคนในท้องถิ่นหรือสื่อออนไลน์ถึงร้านอาหารในจังหวัดเพชรบุรีที่ต้องไม่พลาดที่จะไปรับประทาน ($\bar{x} = 4.59$, S.D. = 0.665) มีป้ายบอกทางที่ชัดเจนสำหรับให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังจุดต่าง ๆ ได้สะดวก ($\bar{x} = 4.49$, S.D. = 0.753) มีบริการห้องน้ำให้บริการเพียงพอแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{x} = 4.48$, S.D. = 0.772) และมีที่จอดรถพร้อมรองรับนักท่องเที่ยวเพียงพอ ($\bar{x} = 4.42$, S.D. = 0.816) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความประทับใจ

ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในจังหวัดเพชรบุรี	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
1. มีความสุขกับการลิ้มรสชาติอาหารที่มีขายภายในจังหวัดเพชรบุรี	4.55	0.710	มากที่สุด
2. ได้เรียนรู้วิธีการทำอาหารพื้นถิ่นของจังหวัดเพชรบุรีจากผู้ประกอบการ	4.59	0.670	มากที่สุด
3. ประทับใจในการที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว เช่น ป้ายบอกทาง ห้องน้ำ ที่นั่งพักผ่อน เป็นต้น	4.53	0.728	มากที่สุด
4. ได้ย่นเวลากลับไปรับประทานอาหารประเภทต่าง ๆ ที่หาไม่ได้จากที่อื่น	4.45	0.784	มากที่สุด
5. ร้านอาหารหรือสถานที่จัดจำหน่ายภายในจังหวัดเพชรบุรีมีการบริการที่ดี และมีความรวดเร็วในการให้บริการ	4.53	0.721	มากที่สุด
6. ประทับใจในกาแพ/เครื่องดื่มจากร้านค้าต่าง ๆ ที่สื่อและสังคมออนไลน์แนะนำ	4.59	0.680	มากที่สุด
7. ร้านอาหารภายในจังหวัดเพชรบุรี มีราคาอาหารที่เหมาะสมกับคุณภาพของอาหาร	4.63	0.677	มากที่สุด
8. ร้านอาหารในจังหวัดเพชรบุรีมีระบบสื่อสารเพื่อจองหรือสั่งล่วงหน้าก่อนไปใช้บริการ ทำให้นักท่องเที่ยวไม่เสียเวลาในการคอย	4.48	0.766	มากที่สุด
9. ร้านอาหารในจังหวัดเพชรบุรีมีการประชาสัมพันธ์อาหารผ่านสื่อต่าง ๆ หรือสังคมออนไลน์เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ	4.68	0.603	มากที่สุด
10. ท่านชื่นชอบอาหารท้องถิ่นจากร้านค้า/แผงลอย/หาบเร่ในจังหวัดเพชรบุรี	4.65	0.612	มากที่สุด
11. ท่านชื่นชอบอาหารท้องถิ่นต่าง ๆ ที่สื่อออนไลน์แนะนำ	4.41	0.779	มากที่สุด
12. ท่านชื่นชอบอาหารที่คุ้นเคยจากร้านค้า/แผงลอย/หาบเร่ในจังหวัดเพชรบุรี	4.48	0.722	มากที่สุด
13. ท่านชื่นชอบอาหารที่คุ้นเคยต่าง ๆ ที่สื่อออนไลน์แนะนำ	4.63	0.643	มากที่สุด
14. ราคาของที่ระลึกและของฝากภายในจังหวัดเพชรบุรีเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า	4.43	0.728	มากที่สุด
15. ท่านอยากให้มีเทศกาลอาหารพื้นเมืองในจังหวัดเพชรบุรีมากขึ้นเพียงใด	4.44	0.754	มากที่สุด
รวม	4.54	0.235	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความประทับใจ ($\bar{x} = 4.54, S.D. = 0.235$)อยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย โดยพิจารณาเป็นรายข้อ ดังนี้ ร้านอาหารในจังหวัดเพชรบุรีมีการประชาสัมพันธ์อาหารผ่านสื่อต่าง ๆ หรือส่งคอมมอนไลน์เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ ($\bar{x} = 4.68, S.D. = 0.603$) มากที่สุด รองลงมา คือ ท่านชื่นชอบอาหารท้องถิ่นจากร้านค้า/แผงลอย/หาบเร่ในจังหวัดเพชรบุรี ($\bar{x} = 4.65, S.D. = 0.612$) ร้านอาหารภายในจังหวัดเพชรบุรี มีราคาอาหารที่เหมาะสมกับคุณภาพของอาหาร ($\bar{x} = 4.63, S.D. = 0.677$) ท่านชื่นชอบอาหารที่คุ้นเคยต่าง ๆ ที่สื่อออนไลน์แนะนำ ($\bar{x} = 4.63, S.D. = 0.643$) ได้เรียนรู้วิธีการทำอาหารพื้นถิ่นของจังหวัดเพชรบุรีจากผู้ประกอบการ ($\bar{x} = 4.59, S.D. = 0.670$) ประทับใจในกาแฟ/เครื่องดื่มจากร้านค้าต่าง ๆ ที่สื่อและส่งคอมมอนไลน์แนะนำ ($\bar{x} = 4.59, S.D. = 0.680$) มีความสุขกับการลิ้มรสชาติอาหารที่มีขายภายในจังหวัดเพชรบุรี ($\bar{x} = 4.55, S.D. = 0.710$) ร้านอาหารหรือสถานที่จัดจำหน่ายภายในจังหวัดเพชรบุรีมีการบริการที่ดี และมีความรวดเร็วในการให้บริการ ($\bar{x} = 4.53, S.D. = 0.721$) ประทับใจในการที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว เช่น บ้ายบอกทาง ห้องน้ำ ที่นั่งพักผ่อน เป็นต้น ($\bar{x} = 4.53, S.D. = 0.728$) ท่านชื่นชอบอาหารที่คุ้นเคยจากร้านค้า/แผงลอย/หาบเร่ในจังหวัดเพชรบุรี ($\bar{x} = 4.48, S.D. = 0.722$) ร้านอาหารในจังหวัดเพชรบุรีมีระบบสื่อสารเพื่อจองหรือสั่งล่วงหน้าก่อนไปใช้บริการ ทำให้นักท่องเที่ยวไม่เสียเวลาในการคอย ($\bar{x} = 4.48, S.D. = 0.766$) ได้ย้อนเวลากลับไปรับประทานอาหารประเภทต่างๆ ที่หาไม่ได้จากที่อื่น ($\bar{x} = 4.45, S.D. = 0.784$) ท่านอยากให้มีเทศกาลอาหารพื้นเมืองในจังหวัดเพชรบุรีมากขึ้นเพียงใด ($\bar{x} = 4.44, S.D. = 0.754$) ราคาของที่ระลึกและของฝากภายในจังหวัดเพชรบุรีเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ($\bar{x} = 4.43, S.D. = 0.728$) และท่านชื่นชอบอาหารท้องถิ่นต่าง ๆ ที่สื่อออนไลน์แนะนำ ($\bar{x} = 4.41, S.D. = 0.779$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว 2. ด้านความสะดวกในการเข้าถึง และ 3. ด้านความประทับใจ โดยการหาค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติทดสอบ t-test One-Way ANOVA และใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple comparison test) ตามวิธีของ LSD (Least - Significant Different) สำหรับเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่เมื่อพบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.7 – 4.22

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามเพศ

ความคิดเห็นในการตัดสินใจ เดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารใน จังหวัดเพชรบุรี	เพศ				t	Sig.
	ชาย		หญิง			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. ด้านการตัดสินใจในการ เดินทางมาท่องเที่ยว	4.60	0.334	4.66	0.328	0.813	0.369
2. ด้านความสะดวกในการเข้าถึง	4.54	0.316	4.51	0.371	3.252	0.072
3. ด้านความประทับใจ	4.57	0.260	4.52	0.217	7.254	0.007*
รวม	4.57	0.215	4.56	0.204	0.089	0.766

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามเพศ โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านความสะดวกในการเข้าถึง และ ด้านความประทับใจ ที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรีในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามอายุ

ความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	2.875	5	0.575	5.529	0.001*
	ภายในกลุ่ม	40.977	394	0.104		
	รวม	43.852	399			
ด้านความสะดวกในการเข้าถึง	ระหว่างกลุ่ม	5.390	5	1.078	9.548	0.001*
	ภายในกลุ่ม	44.489	394	0.113		
	รวม	49.879	399			
ด้านความประทับใจ	ระหว่างกลุ่ม	1.394	5	0.279	5.334	0.001*
	ภายในกลุ่ม	20.597	394	0.052		
	รวม	21.991	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.577	5	0.315	7.904	0.001*
	ภายในกลุ่ม	15.720	394	0.040		
	รวม	17.297	399			

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี แตกต่างกัน จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านความสะดวกในการเข้าถึง และ ด้านความประทับใจ ดังนั้น จึงต้องทดสอบเป็นรายคู่ตามวิธีของ LSD (Least - Significant Different) ดังตารางที่ 4.9 – 4.11

ตารางที่ 4.9 ทดสอบความแตกต่างของการเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว

ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว		น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	มากกว่า 60 ปี
$\bar{x}$		4.61	4.63	4.74	4.68	4.51	4.00
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	4.61	-	0.610	0.024*	0.313	0.256	0.001*
21 – 30 ปี	4.63	0.610	-	0.015*	0.442	0.101	0.001*
31 – 40 ปี	4.74	0.024*	0.015*	-	0.318	0.004*	0.001*
41 – 50 ปี	4.68	0.313	0.442	0.318	-	0.059	0.001*
51 – 60 ปี	4.51	0.256	0.101	0.004*	0.059	-	0.003*
มากกว่า 60 ปี	4.00	0.001*	0.001*	0.001*	0.001*	0.003*	-

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อกระบวนการในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 5 คู่ คือ

คู่ที่ 1 ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ($\bar{x}=4.61$) สูงกว่า ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ($\bar{x}=4.00$)

คู่ที่ 2 ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21 – 30 ปี ($\bar{x}=4.63$) สูงกว่า ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ($\bar{x}=4.00$)

คู่ที่ 3 ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี ($\bar{x}=4.74$) สูงกว่า ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ($\bar{x}=4.61$) อายุ 21 – 30 ปี ($\bar{x}=4.63$) อายุ 51 – 60 ปี ($\bar{x}=4.51$) และอายุมากกว่า 60 ปี ($\bar{x}=4.00$)

คู่ที่ 4 ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 41 – 50 ปี ($\bar{x}=4.68$)

สูงกว่า ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ($\bar{x} = 4.00$)

คู่ที่ 5 ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 51 - 60 ปี ($\bar{x} = 4.51$) สูงกว่า ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ($\bar{x} = 4.00$)

ตารางที่ 4.10 ทดสอบความแตกต่างของการเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความสะดวกในการเข้าถึง

ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว		น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	21 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	51 - 60 ปี	มากกว่า 60 ปี
$\bar{x}$		4.63	4.45	4.70	4.65	4.59	4.60
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	4.63	-	0.001*	0.260	0.001*	0.578	0.826
21 - 30 ปี	4.45	0.001*	-	0.001*	0.128	0.069	0.389
31 - 40 ปี	4.70	0.260	0.001*	-	0.001*	0.156	0.537
41 - 50 ปี	4.65	0.001*	0.128	0.001*	-	0.012	0.183
51 - 60 ปี	4.59	0.578	0.069	0.156	0.012*	-	0.960
มากกว่า 60 ปี	4.60	0.826	0.389	0.537	0.183	0.960	-

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อกระบวนการในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความสะดวกในการเข้าถึง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 คู่ คือ

คู่ที่ 1 ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความสะดวกในการเข้าถึง ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ($\bar{x} = 4.63$) สูงกว่า ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความสะดวกในการเข้าถึงของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21 - 30 ปี ($\bar{x} = 4.45$)

คู่ที่ 2 ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความสะดวกในการเข้าถึง ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 - 40 ปี ($\bar{x} = 4.70$) สูงกว่า ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความสะดวกในการเข้าถึงของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21 - 30 ปี ($\bar{x} = 4.45$) และอายุ 41 - 50 ปี ($\bar{x} = 4.65$)

ตารางที่ 4.11 ทดสอบความแตกต่างของการเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความประทับใจ

ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว		น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	มากกว่า 60 ปี
$\bar{x}$		4.62	4.52	4.57	4.41	4.52	4.75
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	4.62	-	0.003	0.184	0.001	0.063	0.310
21 – 30 ปี	4.52	0.003*	-	0.090	0.006*	0.973	0.050*
31 – 40 ปี	4.57	0.184	0.090	-	0.001*	0.332	0.136
41 – 50 ปี	4.41	0.001*	0.006*	0.001*	-	0.076	0.005*
51 – 60 ปี	4.52	0.063	0.973	0.332	0.076	-	0.066
มากกว่า 60 ปี	4.75	0.310	0.050*	0.136	0.005*	0.066	-

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อกระบวนการในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความประทับใจ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 คู่ คือ

คู่ที่ 1 ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความประทับใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21 – 30 ปี ($\bar{x} = 4.52$) สูงกว่า ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความประทับใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 41 – 50 ปี ($\bar{x} = 4.41$)

คู่ที่ 2 ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความประทับใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 - 40 ปี ($\bar{x} = 4.57$) สูงกว่า ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความประทับใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 41 – 50 ปี ($\bar{x} = 4.41$)

คู่ที่ 3 ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความประทับใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ($\bar{x} = 4.75$) สูงกว่า ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความประทับใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21 - 30 ปี ($\bar{x} = 4.52$) และอายุ 41 – 50 ปี ($\bar{x} = 4.41$)

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามสถานภาพ

ความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี	แหล่งความแปรปรวน	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	2.635	2	1.318	12.691	0.001*
	ภายในกลุ่ม	41.217	397	0.104		
	รวม	43.852	399			
ด้านความสะดวกในการเข้าถึง	ระหว่างกลุ่ม	0.156	2	0.078	0.624	0.536
	ภายในกลุ่ม	49.723	397	0.125		
	รวม	49.879	399			
ด้านความประทับใจ	ระหว่างกลุ่ม	0.084	2	0.042	0.765	0.466
	ภายในกลุ่ม	21.907	397	0.055		
	รวม	21.991	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.135	2	0.067	1.558	0.212
	ภายในกลุ่ม	17.163	397	0.043		
	รวม	17.297	399			

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสมุทรสาคร ไม่แตกต่างกัน จำนวน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านความสะดวกในการเข้าถึง และด้านความประทับใจ และแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 ด้าน ได้แก่ ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ดังนั้น จึงต้องทดสอบเป็นรายคู่ตามวิธีของ LSD (Least - Significant Different) ดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 ทดสอบความแตกต่างของการเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว

ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว	$\bar{x}$	โสด	สมรส	หย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้าย
		4.64	4.70	4.31
โสด	4.64	-	0.111	0.001*
สมรส	4.70	0.111	-	0.001*
หย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้าย	4.31	0.001*	0.001*	-

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 คู่ คือ

คู่ที่ 1 ความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด ($\bar{x} = 4.64$) สูงกว่า ความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพหย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้าย ($\bar{x} = 4.31$)

คู่ที่ 2 ความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส ($\bar{x} = 4.70$) สูงกว่า ความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพหย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้าย ($\bar{x} = 4.31$)

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา

ความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	1.220	2	0.610	5.682	0.004*
	ภายในกลุ่ม	42.631	397	0.107		
	รวม	43.852	399			
ด้านความสะดวกในการเข้าถึง	ระหว่างกลุ่ม	0.119	2	0.060	0.475	0.622
	ภายในกลุ่ม	49.760	397	0.125		
	รวม	49.879	399			
ด้านความประทับใจ	ระหว่างกลุ่ม	0.334	2	0.167	3.065	0.048*
	ภายในกลุ่ม	21.657	397	0.055		
	รวม	21.991	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.018	2	0.009	0.208	0.812
	ภายในกลุ่ม	17.279	397	0.044		
	รวม	17.297	399			

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ไม่แตกต่างกัน จำนวน 1 ด้าน ได้แก่ ด้านความสะดวกในการเข้าถึง และแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว และด้านความประทับใจ ดังนั้น จึงต้องทดสอบเป็นรายคู่ตามวิธีของ LSD (Least - Significant Different) ดังตารางที่ 4.15 – 4.16

ตารางที่ 4.15 ทดสอบความแตกต่างของการเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว

ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว	$\bar{x}$	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.58	-	0.001*	0.684
ปริญญาตรี	4.69	0.001*	-	0.122
สูงกว่าปริญญาตรี	4.60	0.684	0.122	-

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ คือ

คู่ที่ 1 ความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ($\bar{x} = 4.69$) สูงกว่าความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ($\bar{x} = 4.58$)

ตารางที่ 4.16 ทดสอบความแตกต่างของการเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความประทับใจ

ด้านความประทับใจ	$\bar{x}$	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.57	-	0.014*	0.266
ปริญญาตรี	4.51	0.014*	-	0.743
สูงกว่าปริญญาตรี	4.52	0.266	0.743	-

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความประทับใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ คือ

คู่ที่ 1 ความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความประทับใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ($\bar{x} = 4.57$) สูงกว่า ความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ($\bar{x} = 4.51$)

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามอาชีพ

ความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี	แหล่งความแปรปรวน	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	1.011	3	0.337	3.114	0.026*
	ภายในกลุ่ม	42.841	396	0.108		
	รวม	43.852	399			
ด้านความสะดวกในการเข้าถึง	ระหว่างกลุ่ม	2.155	3	0.718	5.960	0.001*
	ภายในกลุ่ม	47.724	396	0.121		
	รวม	49.879	399			
ด้านความประทับใจ	ระหว่างกลุ่ม	1.084	3	0.361	6.846	0.001*
	ภายในกลุ่ม	20.907	396	0.053		
	รวม	21.991	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.804	3	0.268	6.432	0.001*
	ภายในกลุ่ม	16.494	396	0.042		
	รวม	17.297	399			

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านความสะดวกในการเข้าถึง และด้านความประทับใจ ดังนั้น จึงต้องทดสอบเป็นรายคู่ตามวิธีของ LSD (Least - Significant Different) ดังตารางที่ 4.18 – 4.20

ตารางที่ 4.18 ทดสอบความแตกต่างของการเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว

ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว	$\bar{x}$	ค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว	พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	นักเรียน / นักศึกษา
		4.61	4.59	4.68	4.72
ค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.61	-	0.702	0.256	0.069
พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน	4.59	0.702	-	0.044*	0.006*
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.68	0.256	0.044*	-	0.362
นักเรียน / นักศึกษา	4.72	0.069	0.006*	0.362	-

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 คู่ คือ

คู่ที่ 1 ความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ ($\bar{x} = 4.68$) สูงกว่า ความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน ($\bar{x} = 4.59$)

คู่ที่ 2 ความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา ($\bar{x} = 4.72$) สูงกว่า ความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน ($\bar{x} = 4.59$)

ตารางที่ 4.19 ทดสอบความแตกต่างของการเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความสะดวกในการเข้าถึง

ด้านความสะดวกในการเข้าถึง		ค้าขาย / ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน / ลูกจ้าง บริษัทเอกชน	ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน / นักศึกษา
	$\bar{x}$	4.61	4.53	4.41	4.60
ค้าขาย / ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	4.61	-	0.107	0.001*	0.876
พนักงาน / ลูกจ้าง บริษัทเอกชน	4.53	0.107	-	0.009*	0.117
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.41	0.001*	0.009*	-	0.001*
นักเรียน / นักศึกษา	4.60	0.876	0.117	0.001*	-

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความสะดวกในการเข้าถึง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 คู่ คือ

คู่ที่ 1 ความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความสะดวกในการเข้าถึง ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว ($\bar{x} = 4.61$) สูงกว่าความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความสะดวกในการเข้าถึงของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ ($\bar{x} = 4.41$)

คู่ที่ 2 ความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความสะดวกในการเข้าถึง ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน ($\bar{x} = 4.53$) สูงกว่าความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความสะดวกในการเข้าถึงของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ ($\bar{x} = 4.41$)

ตารางที่ 4.20 ทดสอบความแตกต่างของการเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความประทับใจ

ด้านความประทับใจ		ค้าขาย / ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน / ลูกจ้าง บริษัทเอกชน	ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน / นักศึกษา
	$\bar{x}$	4.62	4.50	4.51	4.60
ค้าขาย / ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	4.62	-	0.001*	0.003*	0.702
พนักงาน / ลูกจ้าง บริษัทเอกชน	4.50	0.001*	-	0.789	0.001*
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.51	0.003*	0.789	-	0.005*
นักเรียน / นักศึกษา	4.60	0.702	0.001*	0.005*	-

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความประทับใจ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 คู่ คือ

คู่ที่ 1 ความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความประทับใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว ($\bar{x} = 4.62$) สูงกว่า ความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความประทับใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน ($\bar{x} = 4.50$) และกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ ($\bar{x} = 4.51$)

คู่ที่ 2 ความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความประทับใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา ($\bar{x} = 4.60$) สูงกว่า ความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความประทับใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน ($\bar{x} = 4.50$) และกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ ($\bar{x} = 4.51$)

ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	7.271	5	1.454	15.662	0.001*
	ภายในกลุ่ม	36.581	394	0.093		
	รวม	43.852	399			
ด้านความสะดวกในการเข้าถึง	ระหว่างกลุ่ม	0.379	5	0.076	0.603	0.698
	ภายในกลุ่ม	49.500	394	0.126		
	รวม	49.879	399			
ด้านความประทับใจ	ระหว่างกลุ่ม	2.707	5	0.541	11.063	0.001*
	ภายในกลุ่ม	19.284	394	0.049		
	รวม	21.991	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.049	5	0.210	5.089	0.001*
	ภายในกลุ่ม	16.248	394	0.410		
	รวม	17.297	399			

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว และด้านความประทับใจ ดังนั้น จึงต้องทดสอบเป็นรายคู่ตามวิธีของ LSD (Least - Significant Different) ดังตารางที่ 4.22 – 4.23

ตารางที่ 4.22 ทดสอบความแตกต่างของการเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว

ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป
	$\bar{x}$	4.70	4.51	4.56	4.82	4.67	4.23
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	4.70	-	0.001*	0.007*	0.016*	0.583	0.001*
5,001 – 10,000 บาท	4.51	0.001*	-	0.362	0.001*	0.001*	0.001*
10,001 – 15,000 บาท	4.56	0.007*	0.362	-	0.001*	0.017	0.001*
15,001 – 20,000 บาท	4.82	0.016*	0.001*	0.001*	-	0.001*	0.001*
20,001 – 25,000 บาท	4.67	0.583	0.001*	0.017	0.001*	-	0.001*
มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป	4.23	0.001*	0.001*	0.001*	0.001*	0.001*	-

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 5 คู่ คือ

คู่ที่ 1 ความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท ($\bar{x} = 4.70$) สูงกว่า ความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท ($\bar{x} = 4.51$) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ($\bar{x} = 4.56$) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป ($\bar{x} = 4.23$)

คู่ที่ 2 ความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท ($\bar{x} = 4.51$) สูงกว่า ความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี

ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป ($\bar{x} = 4.23$)

คู่ที่ 3 ความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ($\bar{x} = 4.56$) สูงกว่า ความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป ($\bar{x} = 4.23$)

คู่ที่ 4 ความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท ($\bar{x} = 4.82$) สูงกว่า ความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท ($\bar{x} = 4.70$) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท ($\bar{x} = 4.51$) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ($\bar{x} = 4.56$) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท ($\bar{x} = 4.67$) และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป ($\bar{x} = 4.23$)

คู่ที่ 5 ความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท ($\bar{x} = 4.67$) สูงกว่า ความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท ($\bar{x} = 4.70$) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป ($\bar{x} = 4.23$)

ตารางที่ 4.23 ทดสอบความแตกต่างของการเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความประทับใจ

		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป
ด้านความประทับใจ	$\bar{x}$	4.62	4.58	4.39	4.57	4.50	4.65
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	4.62	-	0.308	0.001*	0.240	0.001	0.586
5,001 – 10,000 บาท	4.58	0.308	-	0.001*	0.940	0.041*	0.234
10,001 – 15,000 บาท	4.39	0.001*	0.001*	-	0.001*	0.001*	0.001*
15,001 – 20,000 บาท	4.57	0.240	0.940	0.001*	-	0.033*	0.203
20,001 – 25,000 บาท	4.50	0.001*	0.041*	0.001*	0.033*	-	0.012*
มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป	4.65	0.586	0.234	0.001*	0.203	0.012	-

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความประทับใจ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 5 คู่ คือ

คู่ที่ 1 ความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความประทับใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท ($\bar{x} = 4.62$) สูงกว่าความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความประทับใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ($\bar{x} = 4.39$)

คู่ที่ 2 ความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความประทับใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท ($\bar{x} = 4.58$) สูงกว่า ความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความประทับใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ($\bar{x} = 4.39$)

คู่ที่ 3 ความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความประทับใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท ($\bar{x} = 4.56$) สูงกว่าความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความประทับใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ($\bar{x} = 4.39$) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท ($\bar{x} = 4.50$)

คู่ที่ 4 ความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความประทับใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท ($\bar{x} = 4.50$) สูงกว่าความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความประทับใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ($\bar{x} = 4.39$)

คู่ที่ 5 ความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความประทับใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป ($\bar{x} = 4.65$) สูงกว่าความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความประทับใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ($\bar{x} = 4.39$)



บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษา เรื่อง การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเพชรบุรี มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาบริบทของอาหารที่อยู่ในเส้นทางการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี 2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี 3. เพื่อศึกษากระบวนการในการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยช่วงระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ ช่วงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2565 - เดือนกันยายน พ.ศ. 2566 กับนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเพชรบุรี และใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Questionnaire Online) ที่ผ่านการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 400 ชุด จากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) วิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี และความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติทดสอบ t-test One-Way ANOVA และใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple comparison test) ตามวิธีของ LSD (Least - Significant Different) สำหรับเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่เมื่อพบว่ามีแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษา เรื่อง การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเพชรบุรี

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21 - 30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี

ผลการวิเคราะห์ พบว่า พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ในแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดเพชรบุรี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาจังหวัดเพชรบุรีเพื่อชิมอาหารประจำถิ่น / เครื่องดื่มจากร้านดังที่สื่อ/สังคมออนไลน์แนะนำ มากที่สุด รองลงมา คือ รองลงมา คือ พักผ่อน พึ่งพรั่งกาย และจิตใจ และเยี่ยมญาติ / เพื่อน หรือใช้เวลาว่างกับครอบครัว ตามลำดับ

ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารต่อครั้ง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารต่อครั้งอยู่ที่ 500 – 1,000 บาท มากที่สุด รองลงมา คือ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารต่อครั้งต่ำกว่า 500 บาท และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารต่อครั้งอยู่ที่ 1,001 – 1,500 บาท ตามลำดับ

ด้านเหตุผลในการเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นของจังหวัดเพชรบุรี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้เหตุผลในการเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นของจังหวัดเพชรบุรีในด้านของรสชาติดี / อร่อย มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านราคาถูก / คุณภาพดี และตามเพื่อน / ตามสื่อออนไลน์แนะนำ ตามลำดับ

ด้านอาหารที่ขอรับประทานเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกรับประทานอาหารพื้นเมือง / อาหารประจำถิ่นจากร้านที่คุ้นเคยหรือรับประทานเป็นประจำ มากที่สุด รองลงมา คือ เครื่องดื่ม / ขนมหวานจากร้านที่สื่อสังคมออนไลน์แนะนำ และเครื่องดื่ม / ขนมหวานจากร้านที่คุ้นเคยหรือรับประทานเป็นประจำ ตามลำดับ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว สรุปได้ดังนี้ ชื่นชอบในราคาอาหารที่มีความเหมาะสมกับปริมาณของอาหาร มากที่สุด รองลงมา คือ ชื่นชอบในวัตถุดิบที่มีความสดใหม่ในการนำมาประกอบอาหาร ชอบในผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบรรจุอาหาร ชื่นชอบในสูตรการทำอาหาร และชื่นชอบความคงเอกลักษณ์ของรูปแบบอาหาร ตามลำดับ

ด้านความสะดวกในการเข้าถึง สรุปได้ดังนี้ มีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกและดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมา คือ มีข้อมูลจากคนในท้องถิ่นหรือสื่อออนไลน์ถึงร้านอาหารในจังหวัดเพชรบุรีที่ต้องไม่พลาดที่จะไปรับประทาน มีป้ายบอกทางที่ชัดเจนสำหรับให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังจุดต่าง ๆ ได้สะดวก มีบริการห้องน้ำให้บริการเพียงพอแก่นักท่องเที่ยว และมีที่จอดรถพร้อมรองรับนักท่องเที่ยวเพียงพอ ตามลำดับ

ด้านความประทับใจ สรุปได้ดังนี้ ร้านอาหารในจังหวัดเพชรบุรีมีการประชาสัมพันธ์อาหารผ่านสื่อต่าง ๆ หรือส่งคูปองออนไลน์เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ มากที่สุด รองลงมา คือ ท่านชื่นชอบอาหารท้องถิ่นจากร้านค้า/แผงลอย/หาบเร่ในจังหวัดเพชรบุรี ร้านอาหารภายในจังหวัดเพชรบุรี มีราคาอาหารที่เหมาะสมกับคุณภาพของอาหาร ท่านชื่นชอบอาหารที่คุ้นเคยต่าง ๆ ที่สื่อออนไลน์แนะนำ ได้เรียนรู้วิธีการทำอาหารพื้นถิ่นของจังหวัดเพชรบุรีจากผู้ประกอบการ ประทับใจในกาแฟ/เครื่องดื่มจากร้านค้าต่าง ๆ ที่สื่อและสังคมออนไลน์แนะนำ มีความสุขกับการลิ้มรสชาติอาหารที่มีขายภายในจังหวัดเพชรบุรี ร้านอาหารหรือสถานที่จัดจำหน่ายภายในจังหวัดเพชรบุรีมีการบริการที่ดี และมีความรวดเร็วในการให้บริการ ประทับใจในการที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว เช่น ป้ายบอกทาง ห้องน้ำ ที่นั่งพักผ่อน เป็นต้น ท่านชื่นชอบอาหารที่คุ้นเคยจากร้านค้า/แผงลอย/หาบเร่ในจังหวัดเพชรบุรี ร้านอาหารในจังหวัดเพชรบุรีมีระบบสื่อสารเพื่อจองหรือสั่งล่วงหน้าก่อนไปใช้บริการ ทำให้นักท่องเที่ยวไม่เสียเวลาในการคอย ได้ย้อนเวลากลับไปรับประทานอาหารประเภทต่างๆ ที่หาไม่ได้จากที่อื่น ท่านอยากให้เทศกาลอาหารพื้นเมืองในจังหวัดเพชรบุรีมีมากขึ้นเพียงใด ราคาของที่ระลึกและของฝากภายในจังหวัดเพชรบุรีเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า และท่านชื่นชอบอาหารท้องถิ่นต่าง ๆ ที่สื่อออนไลน์แนะนำ ตามลำดับ

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาบริบทของอาหารที่อยู่ในเส้นทางการท่องเที่ยวในจังหวัด เพชรบุรี

จากผลการศึกษา พบว่า จังหวัดเพชรบุรี เป็นพื้นที่พิเศษตามมาตรา 3 แห่งพระราชกฤษฎีกา จัดตั้งองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2562 และเป็นหนึ่งในจังหวัดที่เป็นเป้าหมายในการเตรียมความพร้อมสู่การเป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เสริมสร้างการอนุรักษ์ วัฒนธรรมและทรัพย์สินทางวัฒนธรรม มีความเหมาะสมในหลายด้านสำหรับการเป็นเมืองที่จะรองรับ เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ทั้งด้านการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของจังหวัด เพชรบุรีสู่สายตาชาวโลกให้รับรู้และเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัดเพชรบุรี ด้วยความโดดเด่นองค์การศึกษาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ หรือ ยูเนสโก ได้ประกาศให้เพชรบุรี เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร ประจำปี 2564 (City of Gastronomy) ทำให้อาหารเมือง เพชรบุรีเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก สำหรับเพชรบุรีเป็นเมืองที่ 5 ของไทยที่ขึ้นแท่นเมืองสร้างสรรค์ เมืองเพชรบุรี ที่ได้ชื่อว่า “เมือง 3 รส” ด้วยเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบใหญ่ที่สุดของประเทศ 3 อย่าง คือ เกือบสมุทรจากนาเกลือติดทะเล อ.บ้านแหลม จ.เพชรบุรี น้ำตาลโตนดจากแหล่งปลูกตาลชั้นดี และมะนาวทำยาง แหล่งปลูกมะนาวรสชาติดีให้กลิ่นหอมเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งเอาไปทำของหวานผสมภูมิปัญญาท้องถิ่น

รสเค็ม จากเกลือบ้านแหลม เมืองหลวงของเกลือ ตลอดสองฟากฝั่งถนนของเส้นทางคลองโค่น บางตะบูน เข้าสู่อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี นาเกลือผืนกว้างถูกจัดแบ่งด้วยเขตคันดินออกเป็น รูปสี่เหลี่ยมนับไม่ถ้วนสุดสายตา ผืนน้ำของนาเกลือสะท้อนท้องฟ้า มองไปมองหาคลายกับท้องทะเล จะผิดก็แต่เป็นท้องทะเลที่คลื่นลมสงบ ไม่มีแม้แต่เสียงซู่ซ่าให้ได้ยิน ซึ่งเป็นประจำในช่วงฤดูปลอดฝน จะเห็นบรรยากาศของชาวบ้านในชุมชนช่วยกันตักเกลือและขนเกลือเข้าไปในยุ้งฉางหลังใหญ่ ทั้งนี้ ปัจจัย สำคัญในการทำนาเกลือ คือ น้ำทะเล กระแสลม และแสงแดด สิ่งเหล่านี้จำเป็นปัจจัยสำคัญในการผลิต วิธีการเริ่มจากการรับน้ำทะเลเข้ามาซึ่งให้ได้ ที่ แล้วนำมาบ่มให้ได้ความเค็ม ซึ่งจะให้ดีควรอยู่ที่ 20-24 ดีกรี ใช้เวลาประมาณ 25 วัน จนเกลือตกผลึก เมื่อเกลือได้ที่จึงใช้ไม้ร่อนผลึกเกลือให้แตก จากนั้นก็ค่อย ๆ ลากมารวมเป็นกอง แล้วปล่อยทิ้งไว้ให้แห้งสนิท แล้วจึงมาช่วยกันเก็บเม็ดเกลือขาว ๆ อย่างที่เราเห็น นอกจากภูมิปัญญาในการทำนาเกลือแล้ว ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากเกลืออย่าง "ดอกเกลือ" ถือเป็นของดีอีกหนึ่ง อย่างที่ชาวบ้านในชุมชนอำเภอบ้านแหลม นำมาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ที่ผสมผสานกับ สมุนไพรไทย ภายใต้การรวมกลุ่มของชาวบ้านในชื่อ "กลุ่มอาชีพเกลือทะเลกังหันทอง" เป็นการสร้างงาน สร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่น และพัฒนาคุณภาพในชีวิตด้วยวิถีแห่งภูมิปัญญา

รสหวาน จากน้ำตาลเมืองเพชร พืชเศรษฐกิจที่อยู่คู่กับเมือง น้ำตาลโตนดเมืองเพชรบุรีนั้น ขึ้นชื่อเรื่องความหอมหวานมายาวนาน เนื่องจากจังหวัดเพชรบุรีมีการปลูกต้นตาลมากที่สุดในประเทศไทย และยังเป็นพื้นที่ซึ่งมีน้ำตาลโตนดคุณภาพดี รสชาติหอมหวาน จนเป็นที่รำลึกกันแบบปากต่อปาก ณ อำเภอบ้านลาด "สวนตาลลุงอนม" แหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาตาลโตนด หรือกลุ่มอนุรักษ์และสืบสาน

ตาลโตนด หนึ่งเดียวของจังหวัดเพชรบุรี ชุมชนที่ยังคงความอุดมสมบูรณ์ด้วยธรรมชาติ ทั้งภูเขา ป่าไม้ และแม่น้ำ เหมาะแก่การเพาะปลูกโดยเฉพาะต้นตาล เหล่านี้เป็นภาพสะท้อนความผูกพันระหว่างชาวบ้าน และต้นตาล ทั้งการทำอาชีพและอาหารการกินที่สืบทอดกันมาตั้งแต่รุ่นปู่ย่าตายาย ต้นตาลหนึ่งต้นจึงไม่ได้มีสถานะเป็นแค่พืชพื้นถิ่นเท่านั้น หากเต็มไปด้วยเรื่องราวประวัติศาสตร์ของชีวิตชาวสวนตาลที่อยู่คู่กับ ชุมชนมาจนถึงปัจจุบัน โดยน้ำตาลโตนดที่ได้จากต้นตาล สามารถนำไปเป็นส่วนผสมสำคัญในการผลิตขนม ไทยนานาชนิด ทั้งยังเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านการทำตาลให้กับนักท่องเที่ยวและผู้สนใจได้เข้ามาศึกษา พร้อมกับได้รับรู้ถึงประโยชน์ของต้นตาล การเก็บน้ำตาลโตนด การเคี้ยวน้ำตาล ให้ได้ชมและชิมกัน

รสเปรี้ยว จากมะนาวทำยางและบ้านลาด แหล่งปลูกมะนาวแป้นขึ้นชื่อของประเทศ มะนาว แป้น จังหวัดเพชรบุรี ของขึ้นชื่อประจำอำเภอทำยางและอำเภอบ้านลาด คุณภาพของมะนาวที่นี้จัดว่าไม่ เป็นสองรองใคร ด้วยเพราะสภาพภูมิอากาศไม่ร้อนจัดหรือหนาวจัด มีระบบชลประทานสมบูรณ์ โดยเฉพาะดินมีลักษณะเป็นดินปนทราย เหมาะแก่การปลูกมะนาว นอกจากนี้คุณลักษณะทางภูมิศาสตร์ ของพื้นดินจังหวัดเพชรบุรี ทำให้มะนาวมีกลิ่นหอมไม่เหมือนใคร ทำให้เป็นที่นิยมของผู้ของผู้บริโภค ลักษณะเด่นสำคัญที่ทำให้มะนาวแป้นต่างจากที่อื่น นั่นคือ มีผลใหญ่ ก่อนข้างกลม เนื้อสีขาวใส ให้น้ำมาก เมล็ดน้อย หากสังเกตดูที่ต้นจะเห็นเลยว่าออกดอกเป็นพวงและดก และเมื่อลองลิ้มชิมรส จะรับรู้ได้ถึงรส เปรี้ยวกลมกล่อมติดปลายลิ้น แต่ก็ไม่เปรี้ยวแหลมจนเกินไป มีกลิ่นหอมเป็นเอกลักษณ์

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี

จากผลการศึกษา พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน การท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัด เพชรบุรีเพื่อชิมอาหารประจำถิ่น / เครื่องดื่มร้านที่ดัง หรือซื้อส่งคอมออนไลน์แนะนำ เนื่องจากจังหวัด เพชรบุรีเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารที่ได้รับการยอมรับจากยูเนสโก อีกทั้งจังหวัดเพชรบุรียังเป็นจังหวัด ที่ได้ชื่อว่า “เมือง 3 วัง” และ “เมือง 3 รส” และยังไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครมาก การเดินทางมา รับประทานอาหารประจำถิ่นถึงที่ทำได้เรียนรู้ถึงวัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในจังหวัด เพชรบุรี ซึ่งสอดคล้องกับ Jiménez Beltrán, López-Guzmán & Santa-Cruz (2016) ศึกษาวิจัย เรื่อง อาหารและการท่องเที่ยว กรณีศึกษา ข้อมูลส่วนตัวและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทาง ท่องเที่ยวระหว่างประเทศ เมืองคอร์โดบา ประเทศสเปน พบว่า ร้านอาหารในท้องถิ่นสะท้อนให้เห็นถึง มรดกทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์อย่างแท้จริง เนื่องจากการวิจัยทำให้เห็นว่าการรับรู้ของ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่ออาหารในท้องถิ่น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นวัยกลางคนที่มีการศึกษาใน ระดับสูง มีกำลังซื้อสูง ได้รับแรงจูงใจหลักจากความเพลิดเพลินของวัฒนธรรมและมรดกการทำอาหาร โดยเหตุผลหลักที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว ได้แก่ แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม ต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมของชน

ชาติอื่น นักท่องเที่ยวประเภทนี้มีความมุ่งมั่นอย่างมากต่อการเยี่ยมชมและแสวงหาประสบการณ์ทางวัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง ความตั้งใจคือการรู้จักประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และการเชื่อมต่อไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่ปลูกความรู้สึก และสำหรับการท่องเที่ยวด้านอาหารของเมืองคอร์โดบา ควรเพิ่มการปรับปรุงเพื่อให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางอาหารสมบูรณ์มากขึ้นอีก 2 ประการ ประการแรก ควรเพิ่มคุณภาพและเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นให้มีความดั้งเดิม ประการที่สอง ควรเพิ่มการรับรู้และการยอมรับของอาหารที่เป็นตัวแทนของเมืองเพื่อปรับปรุงประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับ และยังมีความเห็นใกล้เคียงกับ Björk & Kauppinen-Räsänen (2016) ศึกษาวิจัยเรื่อง อาหารท้องถิ่นในการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า สามารถนำอาหารท้องถิ่นไปใช้ประโยชน์ในการดึงดูดนักท่องเที่ยว และมีส่วนช่วยส่งเสริมประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว และช่วยแสดงถึงศักยภาพด้านการตลาดสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ รวมไปถึงการพัฒนาในระดับภูมิภาค การศึกษารังนี้เป็นการเพิ่มผลการวิจัยการท่องเที่ยวในการสำรวจทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหาร และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่นและตลาดท้องถิ่น โดยเน้นการจัดหาข้อมูลรวมถึงอาหารท้องถิ่นและร้านอาหาร รวมทั้งแสดงให้เห็นถึงอาหารและลักษณะการกินที่นำไปสู่ประสบการณ์การรับประทานอาหารในท้องถิ่นที่หลากหลาย และเหตุผลในการเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นของจังหวัดเพชรบุรี ส่วนใหญ่มีรสชาติดี ราคาถูก คุณภาพดี ส่วนใหญ่จะเลือกรับประทานอาหาร / เครื่องดื่มจากร้านที่คุ้นเคยหรือรับประทานกันเป็นประจำ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษากระบวนการในการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี

จากผลการศึกษา พบว่า กระบวนการในการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี คือ ขึ้นชอบในราคาอาหารที่มีความเหมาะสมกับปริมาณของอาหาร มีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกและดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว และประทับใจร้านอาหารในจังหวัดเพชรบุรีที่มีการประชาสัมพันธ์อาหารผ่านสื่อต่าง ๆ หรือสังคมออนไลน์เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับกชกร จุลศิลป์ (2561) ที่ได้ทำการศึกษา กลยุทธ์การจัดการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า กระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า มีตัวแปรที่ส่งผลทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านพนักงานและสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย การตกแต่งสวยงาม การบริการถูกต้องรวดเร็ว การตกแต่งเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น 2) ด้านการส่งเสริมการตลาดและการสำรองที่นั่ง ประกอบด้วย สื่อสังคมออนไลน์ ส่วนลดการเช็คอิน การสำรองอาหารล่วงหน้า 3) ทำเลที่ตั้งของร้านอาหาร ประกอบด้วย ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว เข้าถึงได้สะดวก ที่จอดรถเพียงพอ บรรยากาศโดดเด่น ป้ายบอกทางชัดเจน 4) ผลิตภัณฑ์อาหาร ประกอบด้วย เป็นเอกลักษณ์ ใช้วัตถุดิบท้องถิ่น การตกแต่งจานสวยงาม และ 5) ราคาอาหาร ประกอบด้วย มีความ

เหมาะสมกับคุณภาพ และมีความเหมาะสมกับปริมาณ และสอดคล้องกับภัทรพร พันธุ์ (2558) ได้ทำการศึกษางานวิจัยเรื่อง การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยผ่านประสบการณ์นักท่องเที่ยวในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่สร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวได้มากที่สุด คือ การสร้างความประทับใจแบบต่าง ๆ ในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ให้เห็นว่าการเสริมสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจที่แท้จริงในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

5.3.1 ส่งเสริมและสนับสนุนการประกอบอาชีพและการผลิตอาหารพื้นถิ่นที่มาจากภูมิปัญญา และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ สร้างค่านิยม และควรค่าแก่การอนุรักษ์อาหารประจำถิ่นของจังหวัดเพชรบุรี

5.3.2 ส่งเสริมการพัฒนาอาหารที่มีความคิดสร้างสรรค์และมีเอกลักษณ์ โดยการใช้ภูมิปัญญา ด้านอาหาร ที่มีเป็นพื้นฐานสำคัญ เป็นการสร้างเอกลักษณ์ให้กับอาหารโดยอาศัยความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาและผสมผสานกับศักยภาพที่มีเพื่อให้สามารถพัฒนาอาหารให้มีเอกลักษณ์และมีคุณภาพออกมาได้

5.3.3 ควรส่งเสริมให้มีการรวบรวมสูตรอาหารและประวัติความเป็นมาของอาหารประจำถิ่นของจังหวัดเพชรบุรีในตและอำเภอแต่ละชนิดจากปราชญ์ชาวบ้าน บุคลากรท้องถิ่นที่มีความรู้ทางด้านอาหารประจำถิ่นของจังหวัดเพชรบุรีเพื่อเป็นการอนุรักษ์และฟื้นฟูอาหารพื้นถิ่นให้คงอยู่ต่อไป

5.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

5.4.1 ควรศึกษาและประเมินผลความพึงพอใจและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ ที่เข้ามาท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรีจากกิจกรรมที่ทางชุมชนได้จัดให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบถึงประสิทธิภาพของกิจกรรมว่าประสบผลสำเร็จหรือไม่และนำผลที่ได้มาวางแผนจัดการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมต่อไป

5.4.2 ภาครัฐควรให้การสนับสนุนทั้งในเรื่องของงบประมาณ การประชาสัมพันธ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาเที่ยว และร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเพชรบุรี

5.4.3 ชุมชนและภาคประชาสังคมที่เกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนที่มีส่วนที่เกี่ยวข้อง ควรร่วมมือกันสร้างคุณค่าให้กับชุมชนด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ในจังหวัดเพชรบุรีอย่างต่อเนื่อง ให้ขยายวงกว้างสู่กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย และครอบคลุมไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ มากขึ้น

บรรณานุกรม

- กชกร จุลศิลป์. (2561). กลยุทธ์การจัดการการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ). สถาบันบัณฑิตพัฒนศาสตร์.
- กนกกานต์ วีระกุลและคณะ. (2556). การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, กรุงเทพมหานคร.
- กนกภรณ์ ครุฑภาพันท์. (2553). แนวทางการพัฒนารูปแบบการให้บริการอาหารไทยแบบไทยภาคกลาง กรณีศึกษา ชาวตะวันตกในโรงเรียนและร้านอาหารไทยบลูโอเลฟเฟ่น กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรบัณฑิต. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559b). รายงานสถานะเศรษฐกิจท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร.
- กัลยา วานิชย์บัญชา และจิตา วานิชย์บัญชา. (2560). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. (พิมพ์ครั้งที่ 29). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สามลดา.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2550). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จิตติมา สมศรี. (2556). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ณัฐชรา กิจจิกรานต์. (2557). ภาพลักษณ์อาหารไทย การรับรู้คุณภาพอาหารไทยและแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ. วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ Journal of International and Thai Tourism, 10(1), 12-28. สืบค้นจาก <http://www.tci.thaijo.org/index.php/jitt/article/view/31344>
- ทศพร ลิ้มดำเนิน. (2560). แนวทางการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร กรณีศึกษา คลองดำเนินสะดวก อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นิตา ชัชกุล. (2550). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). ธุรกิจนำเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประภาส ห่อนบุญเหิม. (2553). ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวโดยจักรยานในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- พยอม ธรรมบุตร. (2551). อาหารไทยกับการท่องเที่ยว. เอกสารประกอบการสอน. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ภัทรพร พันธุ์. (2558). การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยผ่านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ศุภวรรณ หมั่นดี. (2558). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงอาหารกับการส่งเสริมศักยภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต. มหาวิทยาลัยนเรศวร.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2559). **Gastronomy Tourism (ครั้งที่1)**. กรุงเทพมหานคร: โคคุน แอนด์ โค.
- Ardabili, F. S., & Rasouli, E. (2011). **The Role of Food and Culinary Condition in Tourism Industry**. Middle – East Journal of Scientific Research, 9(6), 826-833.
- Björk, P., & Kauppinen-Räsänen, H. (2016). **Local food: A source for destination attraction**. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 28(1), 177-194.
<http://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2014>
- Bo and Dylan. (2011). **The world restaurant**. Retrived from England.
- Boyne, S., Hall. D., & Williams, F. (2003). **Policy, Support and Promotion for Food Related Tourism Initiatives**. Journal of Travel & Tourism Marketing, 14(3), 131-154.
http://doi.org/10.1300/J073v14n03_08
- Chen Ching Fu, & Tsai DungChun. (2007). **Hoe destination image and evalutive factors affect behavioral intentions? Tourism Management**, 28(4), 1115-1122.
<http://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2006.07.007>
- Horng, J., S., & Tsai, C. T. S. (2012). **Culinary tourism strategic development: An Asia-Pacific perspective**. International Journal of Tourism Research, 14(1), 40-55.
<http://doi.org/10.1002/jtr.834>
- Jiménez Beltrán, J., López-Guzmán, T., & Santa-Cruz, F. G. (2016). **Gastronomy and Tourism: Profile and Motivation of International Tourism in the City of Córdoba, Spain**. Journal of Culinary Science and Technology, 14(4), 347-362.
<http://doi.org/10.1080/15428052.2016.1160017>
- Kolter, P.& Armstong, G. (2012). **Principles of Marketing (14)**. NJ: Pearson Education.
- Long, L. M. (2004). **Culinary tourism**. Lexington: University Press of Kentucky.
- Okumus, B., Okumus, F., & McKercher, B. (2007). **Incorporating local and international cuisines in the marketing of tourism destinations: The cases of Hong Kong and Turkey**. Tourism Manakement, 28(1), 253-261. <http://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.12.020>
- Pullphothong, K.< & Sopha, C. (2012). **Gastronomic tourism in Ayutthaya, Thailand**. Retrieved November 20, 2017, from http://www.ijbts-journal.com/images/main_1366796758/0043-Ladapha.pdf

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Shalini, D. & Duggal, S. (2015). **BA review on food tourism quality and its associated forms around the world.** African Journal of Hospitality, Tourism and eisure, 4(2): 1-12.
- Yamane, T. (1973). **Statistic: An Introductory Analysis.** Tokyo: Harper International.





แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเพชรบุรี

คำชี้แจง

1. เพื่อศึกษาบริบทของอาหารที่อยู่ในเส้นทางการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี และศึกษากระบวนการในการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี คำตอบหรือข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ผู้วิจัยจะเก็บเป็นความลับและจะนำไปใช้ในการวิจัยเท่านั้นจึงขอความอนุเคราะห์จากท่านได้โปรดให้ความร่วมมือแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระพร้อมเสนอแนะแนวทางในส่วนที่ควรปรับปรุงต่อไป

2. แบบสอบถามมีทั้งหมด 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี

ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรค และข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยขอให้ผู้ตอบแบบสอบถามทำเครื่องหมาย (✓) และตอบคำถามลงในช่องที่ตรงกับการปฏิบัติของนักศึกษา ทั้งนี้ ขอขอบคุณนักศึกษาทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ

ผู้วิจัย

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ให้ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

1. เพศ ☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง

2. อายุ

☐ 1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	☐ 2. 21 – 30 ปี
☐ 3. 31 – 40 ปี	☐ 4. 41 – 50 ปี
☐ 5. 51 – 60 ปี	☐ 6. มากกว่า 60 ปี

3. สถานภาพ

☐ 1. โสด	☐ 2. สมรส	☐ 3. หย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้าย
---------------------------------	----------------------------------	---

4. ระดับการศึกษา

☐ 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	☐ 2. ปริญญาตรี	☐ 3. สูงกว่าปริญญาตรี
--	---------------------------------------	--

5. อาชีพ

☐ 1. ค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว	☐ 2. พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน
☐ 3. ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	☐ 4. นักเรียน / นักศึกษา
☐ 5. อื่น ๆ	

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐ 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	☐ 2. 5,001 – 10,000 บาท
☐ 3. 10,001 – 15,000 บาท	☐ 4. 15,001 – 20,000 บาท
☐ 5. 20,001 – 25,000 บาท	☐ 6. มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ☒ ลงในช่อง ☐ ให้ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

1. วัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเชิงอาหารของท่านในการเดินทางมาจังหวัดเพชรบุรี
 - ☐ พักผ่อน ฟื้นฟูร่างกาย และจิตใจ
 - ☐ เยี่ยมญาติ / เพื่อน หรือใช้เวลาร่วมกับครอบครัว
 - ☐ ชิมอาหารประจำถิ่น / เครื่องดื่มจากร้านดังที่สื่อ/สังคมออนไลน์แนะนำ
 - ☐ ซื้ออาหารประจำถิ่นกลับไปรับประทานหรือเป็นของฝาก
 - ☐ ศึกษาหาความรู้ / เรียนรู้การทำอาหารประจำถิ่น
2. ท่านมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารต่อครั้ง
 - ☐ ต่ำกว่า 500 บาท
 - ☐ 500 – 1,000 บาท
 - ☐ 1,001 – 1,500 บาท
 - ☐ 1,501 – 2,000 บาท
 - ☐ มากกว่า 2,001 บาท
3. เหตุผลในการเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นของจังหวัดเพชรบุรี

☐ รสชาติดี / อร่อย	☐ ราคาถูก / คุณภาพดี
☐ ตามคำบอกเล่าของคนในจังหวัด	☐ ตามเพื่อน / ตามสื่อออนไลน์แนะนำ
☐ ผ่อนคลายความเครียดโดยการเดินทางมารับประทานอาหาร	
4. อาหารที่ชอบรับประทานเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี
 - ☐ อาหารพื้นเมือง / อาหารประจำถิ่นจากร้านค้าในชุมชน
 - ☐ อาหารพื้นเมือง / อาหารประจำถิ่นจากร้านที่สื่อสังคมออนไลน์แนะนำ
 - ☐ อาหารพื้นเมือง / อาหารประจำถิ่นจากร้านที่คุ้นเคยหรือรับประทานเป็นประจำ
 - ☐ เครื่องดื่ม / ขนมหวานจากร้านค้าในชุมชน
 - ☐ เครื่องดื่ม / ขนมหวานจากร้านที่สื่อสังคมออนไลน์แนะนำ
 - ☐ เครื่องดื่ม / ขนมหวานจากร้านที่คุ้นเคยหรือรับประทานเป็นประจำ

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ☒ ลงในช่อง ☐ ให้ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี	ระดับการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
การตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว					
1. ชอบในผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบรรจุอาหาร					
2. ชื่นชอบในสูตรการทำอาหาร					
3. ชื่นชอบความคงเอกลักษณ์ของรูปแบบอาหาร					
4. ชื่นชอบในราคาอาหารที่มีความเหมาะสมกับปริมาณของอาหาร					
5. ชื่นชอบในวัตถุดิบที่มีความสดใหม่ ในการนำมาประกอบอาหาร					
ความสะดวกในการเข้าถึง					
1. มีข้อมูลจากคนในท้องถิ่นหรือสื่อออนไลน์ถึงร้านอาหารในจังหวัดเพชรบุรีที่ต้องไม่พลาดที่จะไปรับประทาน					
2. มีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกและดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว					
3. มีบริการห้องน้ำให้บริการเพียงพอแก่นักท่องเที่ยว					
4. มีป้ายบอกทางที่ชัดเจนสำหรับให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังจุดต่าง ๆ ได้สะดวก					
5. มีที่จอดรถพร้อมรองรับนักท่องเที่ยวเพียงพอ					
ความประทับใจ					
1. มีความสุขกับการลิ้มรสชาติอาหารที่มีขายภายในจังหวัดเพชรบุรี					
2. ได้เรียนรู้วิธีการทำอาหารพื้นถิ่นของจังหวัดเพชรบุรีจากผู้ประกอบการ					
3. ประทับใจในการที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว เช่น ป้ายบอกทาง ห้องน้ำ ที่นั่งพักผ่อน เป็นต้น					
4. ได้ย้อนเวลากลับไปรับประทานอาหารประเภทต่างๆ ที่หาไม่ได้จากที่อื่น					
5. ร้านอาหารหรือสถานที่จัดจำหน่ายภายในจังหวัดเพชรบุรีมีการบริการที่ดี และมีความรวดเร็วในการให้บริการ					

การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการ ท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี	ระดับการตัดสินใจ				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
	5	4	3	2	1
ความประทับใจ					
6. ประทับใจในกาแฟ/เครื่องดื่มจากร้านค้าต่าง ๆ ที่สื่อและสังคมออนไลน์แนะนำ					
7. ร้านอาหารภายในจังหวัดเพชรบุรี มีราคาอาหารที่เหมาะสมกับคุณภาพของอาหาร					
8. ร้านอาหารในจังหวัดเพชรบุรีมีระบบสื่อสารเพื่อจองหรือสั่งล่วงหน้าก่อนไปใช้บริการ ทำให้นักท่องเที่ยวไม่เสียเวลาในการคอย					
9. ร้านอาหารในจังหวัดเพชรบุรีมีการประชาสัมพันธ์อาหารผ่านสื่อต่าง ๆ หรือสังคมออนไลน์เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ					
10. ท่านชื่นชอบอาหารท้องถิ่นจากร้านค้า/แผงลอย/หาบเร่ในจังหวัดเพชรบุรี					
11. ท่านชื่นชอบอาหารท้องถิ่นต่าง ๆ ที่สื่อออนไลน์แนะนำ					
12. ท่านชื่นชอบอาหารที่คุ้นเคยจากร้านค้า/แผงลอย/หาบเร่ในจังหวัดเพชรบุรี					
13. ท่านชื่นชอบอาหารที่คุ้นเคยต่าง ๆ ที่สื่อออนไลน์แนะนำ					
14. ราคาของที่ระลึกและของฝากภายในจังหวัดเพชรบุรีเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า					
15. ท่านอยากให้มีเทศกาลอาหารพื้นเมืองในจังหวัดเพชรบุรีมากขึ้นน้อยเพียงใด					

ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรค และข้อเสนอแนะ

ขอขอบคุณอย่างสูงสำหรับการให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้วิจัย



ชื่อ - นามสกุล นายพัทยศ เพชรวงษ์

1. ประวัติส่วนตัว

วัน/เดือน/ปี เกิด 10 มกราคม 2524

สถานที่ติดต่อ สาขาวิชาการท่องเที่ยว

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

86 ถนนพิษณุโลก แขวงสวนจิตรลดา

เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

เบอร์โทรศัพท์ 0 2665 3777 ต่อ 8326

เบอร์โทรศัพท์มือถือ 092 925 9929

อีเมล patyos.p@rmutp.ac.th

2. ประวัติการศึกษา

ปี พ.ศ. ที่จบ	คุณวุฒิ	สาขาวิชา	สถานศึกษา
2554	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต	การจัดการนันทนาการ เพื่อการท่องเที่ยว	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2546	ศิลปศาสตรบัณฑิต	อุตสาหกรรมบริการ	มหาวิทยาลัยศรีปทุม

3. ตำแหน่งปัจจุบัน

- ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย คณะศิลปศาสตร์
- หัวหน้าสาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์

4. งานวิจัย

1. การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ประเภทโบราณสถาน กรณีศึกษา พระอารามหลวงในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามมาตรฐานกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ณ บ้านพุน้ำร้อน อำเภอหนองหญ้าปล้อง จังหวัดเพชรบุรี

3. แนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี

4. ผลกระทบจากสถานการณ์โควิด 19 ที่มีต่อการท่องเที่ยวในมุมมองของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

5. การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน จังหวัดสมุทรสาคร