



รายงานวิจัย

การยกระดับคุณภาพธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีด้วยนวัตกรรมและความคิด
สร้างสรรค์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากสู่การพึ่งพาตนเองกลุ่มจังหวัดภาคกลาง
ตอนล่าง

Street Food Business' Quality Upgrade with Innovation and Creativity to
Develop a Grassroots Economy Towards Self-Reliance in
The Lower Central Provinces Province

หัวหน้าโครงการวิจัย เจนจิรา บ.ป.สูงเนิน

ผู้ร่วมวิจัย พัชรนันท์ ยังวรวิเชียร

วัชรภรณ์ ชัยวรรณ

จุฑามาศ พิรพัชระ

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

กันยายน พ.ศ. 2567

งบประมาณสนับสนุนงานมูลฐาน (Fundamental Fund)

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

จากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

ชื่อเรื่อง	การยกระดับคุณภาพธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากสู่การพึ่งพาตนเองกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง
นักวิจัย	เจนจิรา บ. ป. สูงเนิน พิชรนนท์ ยังวรวิเชียร วัชรภรณ์ ชัยวรรณ จุฑามาศ พิรพัชระ
ปีงบประมาณ	2566

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง การยกระดับคุณภาพธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากสู่การพึ่งพาตนเองกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนารูปแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีเพื่อเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2) พัฒนารูปแบบนวัตกรรมอาหารและการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง และ 3) พัฒนาอาหารท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เชื่อมโยงธุรกิจอาหารริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) ระหว่างงานวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวและรับประทานอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้ประกอบการอาหารริมบาทวิถี ผู้ทรงคุณวุฒิด้านอาหารท้องถิ่น เลือกใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์แก่นสาระ

ผลการวิจัยกิจกรรมที่ 1 รูปแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีเพื่อเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

1) ความเกี่ยวข้องของอาหารริมบาทวิถี (Street food) กับอาหารท้องถิ่น

จากการสัมภาษณ์พบว่า การจำหน่ายอาหารท้องถิ่นในแถบจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ซึ่งหมายถึง ตั้งแต่จังหวัดนครปฐมจนถึงจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มากกว่าครึ่งหนึ่งที่เป็นธุรกิจอาหารริมทางหรือ Street food เนื่องจากส่วนใหญ่เริ่มต้นจากการทำธุรกิจขนาดเล็กเฉพาะในครอบครัว อาจกล่าวได้ว่า อาหารท้องถิ่นในรูปแบบนี้เป็นภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษ เริ่มต้นจากวิถีชีวิตที่สะท้อนวัฒนธรรมของการรับประทานอาหารของคนในพื้นที่นี้ และทำเป็นอาชีพในเวลาต่อมา เมื่อมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะตามหาและใช้บริการอาหารท้องถิ่นนอกเหนือจากการหาที่พักผ่อนหย่อนใจ เพราะต้องการสัมผัสวิถีชีวิตของผู้คนในพื้นที่ เป็นสิ่งดึงดูดสำหรับพื้นที่ภาคกลางตอนล่างที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ท่องเที่ยว โดยเฉพาะ หัวหิน ปรานบุรี ชะอำ แม่กลอง อัมพวา จะมีร้านอาหารที่เป็นร้านริมทางที่จำหน่ายอาหารประจำพื้นที่ด้วยเมนูที่หลากหลาย

2) ความสำคัญของวัตถุดิบอาหารกับเรื่องการสร้างอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นอาหารริมบาทวิถี

อัตลักษณ์ของอาหารริมบาทวิถี แสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ด้านทรัพยากรในพื้นที่โดยเฉพาะทรัพยากรทะเลและไร่นา หรือวัตถุดิบท้องถิ่น ที่ถือเป็นสิ่งสำคัญประการแรกที่ส่งผลถึงการสร้างสรรค์รายการอาหารจาก

ผลผลิตที่มีตามฤดูกาล หากกล่าวถึงวัตถุดิบ จะเป็นสิ่งที่เกี่ยวเนื่องกับลักษณะพื้นที่ที่มีความเหมาะสมกับผลผลิตที่เป็นวัตถุดิบอาหารด้วย

3) วิธีการสร้างภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นของธุรกิจริมบาทวิถีในการดึงดูดนักท่องเที่ยว

จุดเด่นของอาหารท้องถิ่นที่อยู่ริมบาทวิถี ถือเป็นเสน่ห์อีกรูปแบบหนึ่งของการให้บริการอาหารที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบเนื่องจากเข้าถึงได้ง่ายกว่าการบริการในร้านอาหาร นักท่องเที่ยวสามารถเพลิดเพลินกับการใช้ประสบการณ์ในร้านที่เป็นระบบเปิดได้สะดวก ดังนั้น อาหารจึงต้องมีคุณภาพดี รสชาติอร่อย สะอาด และดูแลความเป็นระเบียบของบริเวณรอบ ๆ แผงลอยหรือรถเข็นอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งต้องถือว่าเป็นความรับผิดชอบร่วมกันของหน่วยงานในท้องถิ่นและผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

4) ปัจจัยภาพลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง พบว่า (1) ปัจจัยการเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านความตั้งใจ คือ คุณภาพอาหาร ความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร (2) ปัจจัยการเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านการแนะนำ คือ คุณภาพอาหาร บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของร้านหรือสถานที่จำหน่ายอาหาร ความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร และ ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร (3) ปัจจัยการเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านการบอกต่อ คือ การเข้าถึงได้ง่าย และ ความคุ้มค่าสมราคา 4) ปัจจัยการเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านการกลับมาซ้ำ คือ ความหลากหลายของอาหาร ความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร การเข้าถึงได้ง่าย คุณภาพการบริการ และความคุ้มค่าสมราคา

ผลการวิจัยกิจกรรมที่ 2 รูปแบบนวัตกรรมอาหารและการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

1) สภาพ/สถานการณ์ปัจจุบันของธุรกิจอาหารริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง อาหารริมบาทวิถี หรือ อาหารริมทาง ในจังหวัดภาคกลางตอนล่างคล้ายคลึงกับจังหวัดอื่น ๆ โดยเฉพาะจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม เนื่องจากเป็นแหล่งที่รวมของอาหารหลากหลาย โดยรูปแบบการจำหน่ายอาหารริมบาทวิถีส่วนใหญ่มักเป็นอาหารปรุงสำเร็จ ทานได้สะดวก เข้าถึงได้ง่ายเนื่องจากมีที่ตั้งอยู่บริเวณทางเท้า ริมถนน ที่สาธารณะ ราคาไม่แพง และมีคุณลักษณะและรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ แสดงออกถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของพื้นที่ การเข้าถึงได้ง่าย ราคาถูกเมื่อเทียบกับอาหารที่ให้บริการในร้านอาหาร นักท่องเที่ยวจึงตั้งใจที่จะสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวร่วมไปกับการศึกษาวัฒนธรรมที่มาพร้อมกับอาหารริมบาทวิถีนั้น ๆ ปัจจุบัน จึงมักเห็นนักท่องเที่ยวนั่งรวมกันเป็นกลุ่ม ๆ เพื่อทานอาหารที่มีที่ตั้งอยู่ในแผงลอย รถเข็นข้างทางและทานอาหารอย่างเอร็ดอร่อย โดยอาหารที่เป็นอาหารริมทางเหล่านี้ มีทั้งประเภทอาหารท้องถิ่นที่เป็นภูมิปัญญาสืบต่อ ๆ กันของชุมชนในแถบ 4 จังหวัด เช่น ผัดไทย ขนมจีนทอดมัน ข้าวแช่ ขนมหวานต่าง ๆ แต่ก็อาจพบอาหารสมัยใหม่ที่ประยุกต์ให้เข้ากับพฤติกรรมผู้บริโภคบางกลุ่มที่ต้องการลิ้มลองอาหารรูปแบบใหม่

2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง พบว่า 1) ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านยอดขายและกำไร คือ ความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร ความหลากหลายของอาหาร ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร คุณภาพการบริการ การเข้าถึงได้ง่าย คุณภาพอาหาร และการแสดงออกความเป็นไทย 2) ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านการแนะนำ คือ การแสดงออกถึงความเป็นไทย การสร้างสรรค์วัฒนธรรม ความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร การศึกษาค้นคว้าด้านนวัตกรรม บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของสถานที่จำหน่ายอาหาร คุณภาพการบริการ การใช้การสื่อสารการตลาดออนไลน์ การสนับสนุน และความคุ้มค่าสมราคา 3) ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านความพึงพอใจของลูกค้า คือ คุณภาพการบริการ การใช้การสื่อสารการตลาดออนไลน์ การศึกษาค้นคว้าด้านนวัตกรรม การเข้าถึงได้ง่าย บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของสถานที่จำหน่ายอาหาร การบริหารจัดการ ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร ความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร การแสดงออกถึงความเป็นไทย ความคุ้มค่าสมราคา การสร้างสรรค์นวัตกรรม และคุณภาพอาหาร

ผลการวิจัยกิจกรรมที่ 3 การพัฒนาอาหารท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เชื่อมโยงธุรกิจอาหารริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างงานวิจัยนี้มีข้อเสนอแนะ

1) ลักษณะของอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นเป็นส่วนใหญ่ ถ่ายทอดมาจาก ปู่ ย่า ตา ยาย หรือ บรรพบุรุษ ตามอัตลักษณ์วัฒนธรรมของผู้คนในท้องถิ่น ใ้รับประทานในชีวิตประจำวัน และพัฒนาเป็นสินค้าที่จำหน่ายในท้องถิ่นในรูปแบบอาหารแผงลอย หรือรถเข็น หน้าร้านหรือในตลาดท้องถิ่น

2) ที่มา/การเกิดของอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีอาหารท้องถิ่นในเขตจังหวัดภาคกลางตอนล่างก็ คล้ายคลึงกับในเขตพื้นที่อื่น เกิดขึ้นด้วยเหตุผลหลายประการ ได้แก่ การทำอาหารเพื่อการยังชีพ ดูแลสุขภาพ การถนอมหรือเก็บรักษาอาหาร

3) อัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีมีอัตลักษณ์ 4 ด้าน ได้แก่ ด้าน วัตถุดิบที่มีเฉพาะในท้องถิ่น ด้านวิธีการปรุงหรือประกอบอาหาร ด้านวิธีการนำเสนอ และ 4) ด้านวิธีการกิน

4) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐในส่วนกลาง กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา หน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่น เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบล พัฒนาชุมชน ผู้ประกอบการอาหารริมบาทวิถี ผู้นำชุมชนและชุมชน

5) การจัดลำดับ (Ranking) รายการอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ ภาคกลางตอนล่าง ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาอาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ตามคำจำกัดความของงานวิจัย คือ เป็นอาหารท้องถิ่นที่ทำและจำหน่ายในรูปแบบอาหารริมบาทวิถี (Street Food) เป็นอาหารที่ (1) สะท้อน วัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่ (2) ถ่ายทอดต่ารับจากบรรพบุรุษ (3) ใช้วัตถุดิบวัตถุดิบที่แสดง ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น (4) มีวิธีการปรุงและการกินที่เป็นลักษณะเฉพาะของภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยใช้ข้อมูลทีวิเคราะห์จากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวร่วมกับผลการสัมภาษณ์และข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิ โดยนำเสนอในรูปแบบชื่อร้าน รายการอาหารหรือขนม และระบุลักษณะของอาหารเพื่อให้

สามารถประยุกต์เป็นเรื่องเล่าเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของอาหารท้องถิ่นริมบาหวีในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

6) การจัดลำดับชื่อร้าน/รายการอาหารท้องถิ่นริมบาหวีที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง ประกอบด้วย (1) ชื่อร้าน/รายการอาหารท้องถิ่นริมบาหวีจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 11 ร้าน 10 รายการ (2) ชื่อร้าน/รายการอาหารท้องถิ่นริมบาหวีจังหวัดเพชรบุรี 21 ร้าน 10 รายการ (3) ชื่อร้าน/รายการอาหารท้องถิ่นริมบาหวีจังหวัดสมุทรสงคราม 10 ร้าน 10 รายการ และ (4) ชื่อร้าน/รายการอาหารท้องถิ่นริมบาหวีจังหวัดสมุทรสาคร 5 ร้าน 5 รายการ

คำสำคัญ: อาหารท้องถิ่น อาหารท้องถิ่นริมบาหวี นวัตกรรม เศรษฐกิจฐานราก ภาคกลางตอนล่าง



Title	Street Food Business' Quality Upgrade with Innovation and Creativity to Develop a Grassroots Economy Towards Self-Reliance in The Lower Central Provinces Province
Researchers	Jenjila B.P. Sungnoen, Patcharanun Youngworawichian, Watcharaporn Chaiwan, Chutamas Peeraphatchara
Fiscal Year	2023

ABSTRACT

The research on “Improving the Quality of Local Sidewalk Food Business with Innovation and Creativity to Develop the Grassroots Economy Towards Self-Reliance in the Lower Central Provinces” aims to 1) develop a model for managing the image of local sidewalk food to enhance tourist loyalty in the lower central provinces, 2) develop an innovative food model and management of local sidewalk food businesses in the lower central provinces, and 3) develop local food with innovation and creativity linking sidewalk food businesses in the lower central provinces. This research was mixed method research between quantitative and qualitative research. The samples and key informants included Thai tourists who have experience in traveling and eating local sidewalk food in the lower central provinces, communities, local administrative organizations, sidewalk food entrepreneurs, and local food experts. The techniques used were content analysis, frequency, percentage, mean, standard deviation, multiple regression analysis, and qualitative data analysis by thematic analysis.

Research results for activity 1: Image management model of local food along the sidewalk to enhance loyalty of tourists in the lower central provinces

1) The relevance of street food to local food

From the interview, it was found that the sale of local food in the lower central provinces, which means from Nakhon Pathom to Prachuap Khiri Khan, more than half of which are street food businesses or street food because most of them started as small businesses in the family. It can be said that local food in this form is the wisdom of ancestors, starting from the way of life that reflects the culture of eating of people in this area and later becoming a career. When tourists travel to visit, most of them will search for and use local food services in addition to finding a place to relax because they want to experience the way of life of the people in the area. It is an attraction for the lower central region, which is mostly a tourist

area, especially Hua Hin, Pran Buri, Cha-am, Mae Klong, Amphawa, which have restaurants that are street food shops that sell local food with a variety of menus.

2) The importance of food ingredients and the creation of the identity of local food street food

The identity of street food reflects the abundance of resources in the area, especially marine resources and farms or local ingredients, which are considered the first important factor affecting the creation of menus from seasonal produce. When it comes to ingredients It will be related to the characteristics of the area that is suitable for the raw food products.

3) Methods for creating an image of local food for sidewalk businesses to attract tourists

The highlight of local food on the sidewalk is another form of charm in providing food that tourists like because it is easier to access than the service in a restaurant. Tourists can enjoy using the experience in an open-system restaurant conveniently. Therefore, the food must be of good quality, delicious, clean, and the area around the stall or cart must be kept in order at all times. This must be considered a joint responsibility of local agencies and sidewalk restaurant operators in the lower central provinces.

4) Image factors that influence tourist loyalty in consuming local sidewalk food in the lower central provinces found that (1) Factors that enhance tourist loyalty in the lower central provinces in terms of intention are food quality, cleanliness, food safety, and food uniqueness. (2) Factors that enhance tourist loyalty in the lower central provinces in terms of recommendations are food quality, atmosphere and environment of the shop or food vendor, cleanliness, food safety, and food uniqueness. (3) Factors that enhance tourist loyalty in the lower central provinces In terms of word of mouth, these factors are easy access and value for money. 4) Factors that enhance loyalty among tourists in the lower central region in terms of repeat visits are food variety, cleanliness, food safety, easy access, service quality, and value for money.

Research results for activity 2: Innovative food models and management of local food businesses on the sidewalks in the lower central provinces

Current conditions/situations of the sidewalk food business in the lower central provinces Sidewalk food or street food in the lower central provinces is similar to other provinces, especially tourist provinces such as Prachuap Khiri Khan, Phetchaburi, Samut Songkhram, because it is a source of a variety of foods. The sales format of most sidewalk food is usually

ready-to-eat food, easy to eat, easy to access because it is located on the sidewalk, on the road, in public, inexpensive, and has unique characteristics and flavors, reflecting the way of life and culture of the area. Easy accessibility, cheap when compared to food served in restaurants, tourists therefore intend to create a dining experience along with studying the culture that comes with that sidewalk food. Currently, tourists are often seen sitting together in groups to eat food at stalls or carts on the side of the road and eat deliciously. This street food is There are both types of local food that are the wisdom passed down from generation to generation of communities in the 4 provinces, such as Pad Thai, Khanom Jeen Tod Mun, Khao Chae, and various desserts. However, there may also be modern food that has been adapted to suit the behavior of some consumer groups who want to try new styles of food.

2) Factors that influence the success of local food businesses on the sidewalks in the lower central provinces found that 1) Factors that influence the success of local food businesses on the sidewalks in terms of sales and profits are cleanliness, food safety, food variety, food uniqueness, service quality, easy accessibility, food quality, and expression of Thainess. 2) Factors that influence the success of local food businesses on the sidewalks in terms of recommendations are expression of Thainess, cultural creation, cleanliness, food safety, research on innovation, atmosphere and environment of food stalls, service quality, use of online marketing communication, support, and value for money. 3) Factors that influence the success of local food businesses on the sidewalks in terms of customer satisfaction are service quality, use of online marketing communication, research on innovation, easy accessibility, atmosphere and environment of food stalls, management, food uniqueness, cleanliness, food safety, expression of Thainess, value for money, innovation, and food quality.

Research results for activity 3: Development of local food with innovation and creativity linking sidewalk food businesses in the lower central provinces This research has recommendations:

1) Characteristics of local sidewalk food Mostly made from local ingredients, passed down from grandparents or ancestors according to the cultural identity of local people. Used for daily consumption and developed into products sold locally in the form of street food or food carts in front of shops or in local markets.

2) Origin/origin of local sidewalk food Local food in the lower central provinces is similar to other areas. It occurs for many reasons, including cooking for survival, taking care of health, preserving or storing food.

3) Identity of local sidewalk food Local sidewalk food has 4 identities: ingredients available only in the local area, cooking methods, presentation methods, and 4) eating methods.

4) Stakeholders involved in the development of local sidewalk food include central government agencies, the Ministry of Public Health, the Ministry of Tourism and Sports, local government agencies, municipalities, sub-district administrative organizations, community development, and sidewalk food entrepreneurs. Community leaders and communities

5) Ranking of local street food items that are cultural identities in the lower central region. The criteria for considering local food that is an identity according to the definition of the research are: local food that is made and sold in the form of street food. It is food that (1) reflects the culture, way of life, and livelihood of local people (2) is passed down from ancestors (3) uses ingredients that show local identity (4) has cooking and eating methods that are specific to local wisdom. The data is analyzed from tourist questionnaires together with interview results and suggestions from experts. It is presented in the form of shop names, food items, or desserts. and identify the characteristics of the food so that it can be applied as a story to promote local food products along the sidewalk in the cultural tourism business.

6) Ranking the names of local restaurants/food items along the sidewalk that are cultural identities in the lower central region, consisting of (1) names of local restaurants/food items along the sidewalk in Prachuap Khiri Khan Province, 11 restaurants, 10 items (2) names of local restaurants/food items along the sidewalk in Phetchaburi Province, 21 restaurants, 10 items (3) names of local restaurants/food items along the sidewalk in Samut Songkhram Province, 10 restaurants, 10 items and (4) names of local restaurants/food items along the sidewalk in Samut Sakhon Province, 5 restaurants, 5 items.

Keywords: Local food, Local Street food, Innovation, Grassroots economy, Lower central region

กิตติกรรมประกาศ

ผลงานวิจัยเรื่อง การยกระดับคุณภาพธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากสู่การพึ่งพาตนเองกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ประกอบด้วยกิจกรรมที่ 1 การพัฒนารูปแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีเพื่อเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง กิจกรรมที่ 2 รูปแบบนวัตกรรมอาหารและการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง และ กิจกรรมที่ 3 การพัฒนาอาหารท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เชื่อมโยงธุรกิจอาหารริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ประสบความสำเร็จเพราะได้รับการจัดสรรงบประมาณผ่านกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (ววน.) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร คณะผู้วิจัยขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร และสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่สนับสนุนและส่งเสริมการดำเนินงานวิจัยจนสำเร็จลุล่วง ขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญ ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ขอขอบคุณ ชุมชน ผู้ประกอบการอาหารริมบาทวิถี ผู้ทรงคุณวุฒิด้านอาหารท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว ที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลในการตอบแบบสอบถาม การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม และขอขอบคุณ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้แก่ เทศบาลเมืองหัวหิน เทศบาลเมืองเพชรบุรี เทศบาลเมืองชะอำ เทศบาลเมืองสมุทรสงคราม เทศบาลนครสมุทรสาคร ที่อนุเคราะห์ประสานงานการรวบรวมข้อมูลในพื้นที่จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม และสมุทรสาคร และมีส่วนร่วมทำให้งานวิจัยนี้ ดำเนินการบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด

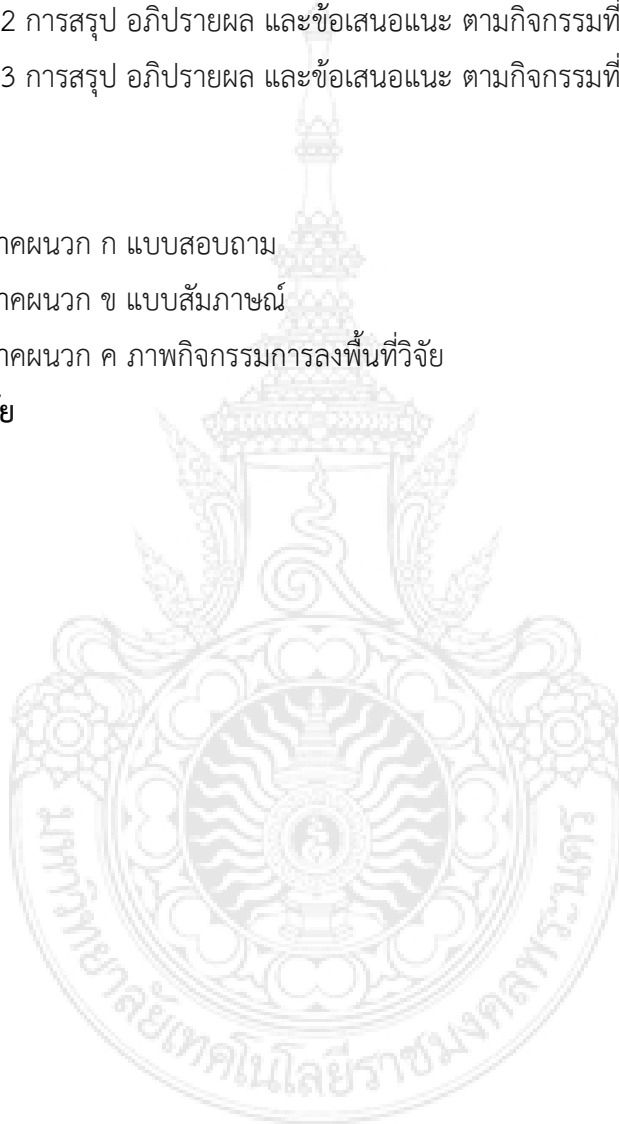
คณะผู้วิจัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ณ
สารบัญ	ญ
สารบัญตาราง	ฎ
สารบัญภาพ	ฅ
บทที่ 1	บทนำ
	1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1
	1.2 วัตถุประสงค์ 3
	1.3 กรอบการวิจัย 4
	1.4 ขอบเขตของการวิจัย 5
	1.5 นิยามศัพท์ 6
	1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 8
บทที่ 2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
	2.1 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่ 1 10
	2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่ 2 28
	2.3 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่ 3 41
บทที่ 3	วิธีดำเนินการวิจัย
	3.1 วิธีดำเนินการวิจัยตามกิจกรรมที่ 1 57
	3.2 วิธีดำเนินการวิจัยตามกิจกรรมที่ 2 62
	3.3 วิธีดำเนินการวิจัยตามกิจกรรมที่ 3 67
บทที่ 4	ผลการวิจัย
	4.1 ผลการวิจัยตามกิจกรรมที่ 1 73
	4.2 ผลการวิจัยตามกิจกรรมที่ 2 97
	4.3 ผลการวิจัยตามกิจกรรมที่ 3 121

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5	
สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 การสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ตามกิจกรรมที่ 1	175
5.2 การสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ตามกิจกรรมที่ 2	180
5.3 การสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ตามกิจกรรมที่ 3	186
รายการอ้างอิง	192
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์	
ภาคผนวก ค ภาพกิจกรรมการลงพื้นที่วิจัย	
ประวัติย่อของคณะผู้วิจัย	



สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	สรุปข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนารูปแบบพัฒนารูปแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีเพื่อเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง	22
2.2	สรุปข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบและคู่มือการใช้รูปแบบนวัตกรรมการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี	37
2.3	สรุปข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอาหารท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เชื่อมโยงธุรกิจอาหารริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง	49
2.4	สรุปตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี	54
2.5	สรุปตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี	55
4.1	ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์	73
4.2	สรุปตัวแปรจากการสัมภาษณ์สำหรับการสร้างแบบสอบถาม	77
4.3	ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	78
4.4	ค่าเฉลี่ย (M) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างจำแนกตามรายด้าน	82
4.5	ค่าเฉลี่ย (M) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในเขตจังหวัดภาคกลางตอนล่างจำแนกตามรายข้อ	83
4.6	ค่าเฉลี่ย (M) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความภักดีของนักท่องเที่ยวต่ออาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างจำแนกตามรายด้าน	87
4.7	ค่าเฉลี่ย (M) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความภักดีของนักท่องเที่ยวต่ออาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง จำแนกเป็นรายข้อ	88
4.8	ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม	90
4.9	การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นตรงแบบพหุ Multiple Regression Analysis ระหว่างตัวแปรภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี และตัวแปรความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง	91
4.10	สรุปปัจจัยภาพลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง	95

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.11	ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์	98
4.12	สรุปตัวแปรจากการสัมภาษณ์สำหรับการสร้างแบบสอบถาม	101
4.13	ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	102
4.14	การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี จำแนกเป็นรายมิติ	103
4.15	การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี จำแนกเป็นรายด้าน	104
4.16	การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี จำแนกเป็นรายข้อ	105
4.17	ความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี จำแนกเป็นรายด้าน	111
4.18	ความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี จำแนกเป็นรายข้อ	111
4.19	ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม	113
4.20	การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นตรงแบบพหุ Multiple Regression Analysis ระหว่างตัวแปรการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี และตัวแปรความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี	114
4.21	สรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง	118
4.22	ข้อมูลอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีจังหวัดประจวบคีรีขันธ์	122
4.23	ข้อมูลอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีจังหวัดเพชรบุรี	130
4.24	ข้อมูลอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีจังหวัดสมุทรสงคราม	139
4.25	ข้อมูลอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีจังหวัดสมุทรสาคร	148
4.26	ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	151
4.27	พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี (Local Street food) ของผู้ตอบแบบสอบถาม	153
4.28	อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง (จังหวัดประจวบคีรีขันธ์)	159

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.29	อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาค กลางตอนล่าง (จังหวัดเพชรบุรี)	160
4.30	อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาค กลางตอนล่าง (จังหวัดสมุทรสงคราม)	162
4.31	อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาค กลางตอนล่าง (จังหวัดสมุทรสาคร)	163
4.32	ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์	164
4.33	อาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	166
4.34	อาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม จังหวัดเพชรบุรี	169
4.35	อาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม จังหวัดสมุทรสงคราม	171
4.36	อาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม จังหวัดสมุทรสาคร	173



สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบการวิจัย	4
4.1	รูปแบบการจัดการภาพลักษณ์ที่เสริมสร้างความจงรักภักดีของ นักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาค กลางตอนล่าง	96
4.2	รูปแบบนวัตกรรมอาหารและการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง	119



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัย ระยะเวลา 15 ปี จนถึงแผนพัฒนาความเป็นเลิศที่เป็นรูปธรรม สอดคล้องกับการเป็นกลุ่มสถาบันอุดมศึกษา เชิงกลยุทธ์ในกลุ่มที่ 2 การพัฒนาเทคโนโลยีและส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม มีการกำหนดจุดเน้นการวิจัย (Cluster) เพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ บนจุดเน้น 1 ใน 4 กลุ่ม คือ Cluster Food Innovation นวัตกรรมอาหารเพื่อสุขภาพ แปรรูปเพื่อสร้างเพิ่ม และสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มีการกำหนดแผนงานวิจัยของมหาวิทยาลัย ที่ได้อ้างอิงจากแผนพัฒนาความเป็นเลิศของมหาวิทยาลัย 1 ใน 5 แผนงานที่สำคัญ คือ แผนงานที่ 5 การจัดการปัญหาและสร้างความเข้มแข็งให้แก่สังคม โดยมีเป้าหมายในการพัฒนาเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่แก้ปัญหาคุณภาพชีวิตของคนในสังคม

อาหารริมบาทวิถี (Street food) หมายถึง อาหารที่ตั้งขายริมฟุตบาท หน้าตึกแถว หรือร้านค้าในย่านการค้า หรือร้านค้าในชุมชนหนาแน่น มักใช้ชื่อเรียกเป็นถนน หรือย่านการค้า หรือบางแห่งเรียกเป็นตลาดโต้รุ่ง (ชัยเลิศ กิ่งแก้วเจริญชัย, 2561) ลักษณะของอาหารริมบาทวิถี อาจเป็นอาหารพื้น ๆ แบบดั้งเดิม ที่นิยมบริโภค และสอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชน ตั้งแต่วัยเด็กจนถึงวัยสูงอายุ จากมือเช้าจนถึงมือดึก หรืออาจเป็นอาหารประจำท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ มีรูปลักษณ์ที่แตกต่างกันตามลักษณะร้านค้าและท้องถิ่น ปัจจุบัน อาหารริมบาทวิถี ได้จัดเป็นส่วนหนึ่งในวิถีชีวิตประชาชนในประเทศ มีการขยายตัวไปทั่วทุกภูมิภาค โดยเฉพาะเมืองที่มีจุดเด่นด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว ความนิยมของอาหารริมบาทวิถีได้เพิ่มสูงขึ้น ในกลุ่มนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ได้รับการจัดให้เป็นอันดับ 1 ในหัวข้อ World top 10 cities for street food โดยนิตยสารฟอร์บส และได้รับการจัดอันดับว่าเป็นอาหารริมบาทวิถีที่ดีที่สุดจาก 23 เมืองทั่วโลก โดยสำนักข่าว Cable News Network (CNN) ทั้งนี้ เนื่องมาจากรูปแบบการจำหน่ายอาหารริมบาทวิถีที่ส่วนใหญ่ เป็นอาหารปรุงสำเร็จ รับประทานได้สะดวก สามารถเข้าถึงได้ง่าย ราคาไม่สูง รวมถึงรสชาติอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ แสดงถึงวัฒนธรรมอาหารของประเทศไทย จึงมีการหยิบยกความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรม รสชาติ ที่อร่อย เป็นจุดเด่นในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร (Gastronomy Tourism) ที่มีมุมมองทั้งในเรื่องวัฒนธรรมและความปลอดภัยด้านอาหารควบคู่กันในเรื่องความปลอดภัยนั้น รัฐบาลได้มีนโยบายยกระดับมาตรฐานอาหารริมบาทวิถีของไทยให้ได้มาตรฐานครบทุกจังหวัดในปี 2564 ซึ่งกำหนดให้รักษามาตรฐานต้นแบบอาหารริมบาทวิถี ทั้งในด้านสุขอนามัย ด้านความปลอดภัยของอาหาร โดยเฉพาะร้านค้า แผงลอย ที่ปัจจุบันมักพบว่า ประชาชนนิยมบริโภคอาหารริมบาทวิถีมากขึ้น เนื่องจากหาซื้อได้ง่าย และมีราคาประหยัด อีกทั้งอาหารริมบาทวิถีตามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของประเทศไทย ยังเป็นหนึ่งในเป้าหมายของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเดินทางมาบริโภค ซึ่งแต่ละพื้นที่มีวัฒนธรรม จุดเด่น และรสชาติของอาหารที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ ให้มีการพัฒนานวัตกรรมด้านสุขาภิบาลอาหาร การสร้างต้นแบบของพื้นที่ดำเนินงานอาหารริมบาท

วิถีที่ได้มาตรฐาน โดยอาศัยระบบและกลไกในการดำเนินงานของภาคีเครือข่ายระดับพื้นที่ในการจัดการดำเนินงานอาหารริมบาทวิถี เพื่อยกระดับมาตรฐานอาหารริมบาทวิถี และส่งเสริมเศรษฐกิจการท่องเที่ยว (กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข, 2563)

หากกล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) ซึ่งเป็นแนวโน้มการท่องเที่ยวที่โดดเด่น นักท่องเที่ยวปัจจุบันมักจะมองหาอาหารท้องถิ่นที่มีความแปลกใหม่ในแต่ละที่ที่เดินทางไป โดยถือว่าอาหารเป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยว และที่สำคัญ สามารถเป็นเครื่องมือในการสร้างความจงรักภักดีต่อพื้นที่นั้น ๆ ของนักท่องเที่ยว ซึ่งทำให้เกิดการกลับมาซ้ำและบอกต่อได้ ถือเป็น การสร้างภาพลักษณ์ที่สำคัญของพื้นที่นั้น หากอาหารของท้องถิ่นเป็นที่รู้จักแพร่หลายทำให้เกิดเป็นภาพลักษณ์ประจำท้องถิ่นที่เข้มแข็งได้

จากความสำคัญของอาหารริมบาทวิถี อาหารท้องถิ่น ทั้งในแง่ของเอกลักษณ์ วัฒนธรรมอาหารไทย ภาพลักษณ์ และในแง่ของธุรกิจที่มีเจ้าของหรือผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนให้อาหารริมบาทวิถีมีความโดดเด่นทั้งในด้านสังคมและเศรษฐกิจ แต่ปัจจุบัน อาหารริมบาทวิดียังมีประเด็นบางประการเกี่ยวกับการรับรู้ในคุณค่าของอาหารและอื่น ๆ มีผู้คนอีกส่วนหนึ่งตั้งข้อรังเกียจอาหารริมบาทวิถี โดยอ้างว่า กีดขวางทางจราจร การเดินทาง และเป็นแหล่งกระจายโรค (ณรงค์ นิยมวิทย์, 2534) อาหารริมบาทวิถีได้ก่อให้เกิดผลกระทบหลายด้าน อาทิ ความปลอดภัยของผู้บริโภค คุณค่าทางโภชนาการที่ผู้บริโภคจะได้รับจากการบริโภคอาหารริมบาทวิถี และความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง (สมาคมโภชนาการแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี, 2562) ที่ผ่านมามีการศึกษาเกี่ยวกับอาหารริมบาทวิถีในแง่ของผู้บริโภคและในแง่ของการเสริมสร้างสุขภาพ และส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร อาทิ การศึกษาคุณภาพของอาหาร ราคา ความพึงพอใจ สุขภาพ และทัศนคติต่ออาหารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารริมบาทวิถี (พิณชา กิจเกษมพงศา, 2559) ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริโภคอาหารริมบาทวิถี (ทิพรัตน์ สัญพงศ์, 2557) ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการบริโภคอาหารริมบาทวิถี (โอปอล์ สุวรรณเมฆ และ อภิวรรณ กรมเมือง, 2562) ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารริมบาทวิถี (วัลภา โพธิาสินธุ์, เสาวนีย์ ลาดน้อย, สราวุธ เนียนวิฑูรย์ และอบเชย วงศ์ทอง, 2562) การพัฒนารูปแบบการจัดการอาหารริมบาทวิถีเพื่อเสริมสร้างสุขภาพ (สมาคมโภชนาการแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี, 2562) แต่ยังไม่พบการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางในการสร้างภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี หรือรูปแบบการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี หรือการพัฒนา เสริมสร้างศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีแต่อย่างใด

งานวิจัยเรื่อง การยกระดับคุณภาพธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากสู่การพึ่งพาตนเองกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง จึงเป็นงานวิจัยที่ศึกษาอาหารริมบาทวิถีครอบคลุมในเชิงสังคมและเศรษฐกิจ โดยเลือกศึกษาอาหารริมบาทวิถีในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ประกอบด้วย จังหวัดเพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ สมุทรสาคร และสมุทรสงครามที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นจังหวัดท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นในเรื่องสถานที่ท่องเที่ยว วัฒนธรรม ตลอดจนภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารและขนม ซึ่งมีธุรกิจร้านอาหารริมบาทเป็นจำนวนมาก ที่มีลักษณะทั้งรูปแบบอาหาร

ท้องถิ่นและอาหารทั่วไป (เพชรบุรีโพสต์, 2563) ในการศึกษาครั้งนี้ แบ่งเป็น 3 เรื่อง ได้แก่ 1) การพัฒนา รูปแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีเพื่อเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่ม จังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2) รูปแบบนวัตกรรมอาหารและการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่ม จังหวัดภาคกลางตอนล่าง และ 3) การพัฒนาอาหารท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เชื่อมโยง ธุรกิจอาหารริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง โดยมีเป้าหมายในการอนุรักษ์ภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่น ในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างที่พัฒนาเป็นธุรกิจอาหารบาทวิถี ให้เป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมอาชีพ ประชาชนในท้องถิ่น ส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับจังหวัดและระดับประเทศ สนองนโยบาย 10 ปีข้างหน้า ของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ในประเด็นการขับเคลื่อนอาหารประจำถิ่น อาหารริมทาง โดยการสร้างมาตรฐาน การเพิ่มมูลค่า การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการสร้างแบ รนด์ รวมทั้งสนองแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาความเป็นเลิศมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ในแผนงานการจัดการปัญหาและสร้างความเข้มแข็งให้แก่สังคม และพัฒนาเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่ แก้ปัญหาคุณภาพชีวิตของคนในสังคม

1.2 วัตถุประสงค์

งานวิจัยเรื่อง การยกระดับคุณภาพธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีด้วยนวัตกรรมและความคิด สร้างสรรค์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากสู่การพึ่งพาตนเองกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง กำหนดวัตถุประสงค์ หลักงานวิจัยแบ่งเป็น 3 ข้อ ได้แก่ 1) เพื่อพัฒนารูปแบบพัฒนารูปแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริม บาทวิถีเพื่อเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2) พัฒนารูปแบบรูปแบบ นวัตกรรมจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง และ 3) เพื่อพัฒนาอาหาร ท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เชื่อมโยงธุรกิจอาหารริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง และแบ่งเป็น 3 กิจกรรมตามวัตถุประสงค์หลักของงานวิจัย และแต่ละกิจกรรมมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1.2.1 วัตถุประสงค์ของกิจกรรมที่ 1 การพัฒนารูปแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริม บาทวิถีเพื่อเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

1.2.1.1 เพื่อศึกษาปัจจัยภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีและความจงรักภักดีของ นักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

1.2.1.2 เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยภาพลักษณ์ที่เสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว ในการบริโภคอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

1.2.1.3 เพื่อสร้างรูปแบบการจัดการภาพลักษณ์ที่เสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว ในการบริโภคอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

1.2.2 วัตถุประสงค์ของกิจกรรมที่ 2 การพัฒนารูปแบบนวัตกรรมการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่น ริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

1.2.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัด
ภาคกลางตอนล่าง

1.2.2.2 เพื่อสร้างรูปแบบนวัตกรรมอาหารและการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่ม
จังหวัดภาคกลางตอนล่าง

1.2.3 วัตถุประสงค์ของกิจกรรมที่ 3 การพัฒนาอาหารท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมและความคิด สร้างสรรค์เชื่อมโยงธุรกิจอาหารริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

1.2.3.1 เพื่อศึกษารายการอาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลาง
ตอนล่าง

1.2.3.2 เพื่อนำเสนอรายการอาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลาง
ตอนล่าง

1.3 กรอบการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบการวิจัย

1.4 ขอบเขตของงานวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีเพื่อเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง รูปแบบนวัตกรรมอาหารและการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง และการพัฒนาอาหารท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เชื่อมโยงธุรกิจอาหารริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

1.4.2 ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูล ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

1.4.2.1 ผู้ให้ข้อมูล ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง ของกิจกรรมที่ 1 การพัฒนารูปแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีเพื่อเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

1) ผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 12 คน แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ๆ 4 คน ประกอบด้วย

1.1) ผู้ประกอบการ/ผู้ปฏิบัติงานในธุรกิจอาหารท้องถิ่น ที่ดำเนินกิจการอาหารริมบาทวิถีในพื้นที่จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสาคร สมุทรสงคราม จังหวัดละ 1 คน รวม 4 คน

1.2) ผู้นำชุมชน ที่อาศัยอยู่หรือตั้งถิ่นฐานอยู่ในพื้นที่จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร จังหวัดละ 1 คน รวม 4 คน

1.3) ผู้บริหาร/ผู้ปฏิบัติงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่รับผิดชอบงานอาหารริมบาทวิถีในพื้นที่จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร จังหวัดละ 1 คน รวม 4 คน

2) ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

2.1) ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสาคร สมุทรสงคราม

2.2) กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวและรับประทานอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสาคร สมุทรสงคราม จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร

1.4.2.2 ผู้ให้ข้อมูล ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง ของกิจกรรมที่ 2 รูปแบบนวัตกรรมอาหารและการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

1) ผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 16 คน แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ๆ 8 คน ประกอบด้วย

1.1) ผู้ประกอบการร้านอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ที่ดำเนินกิจการอาหารริมบาทวิถีในพื้นที่จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร จังหวัดละ 1 คน รวม 4 คน

1.2) ผู้แทนหน่วยงานด้านสุขภาพที่ดูแลธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในพื้นที่จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร จังหวัดละ 1 คน รวม 4 คน

1.3) ผู้ทรงคุณวุฒิด้านอาหารท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร จังหวัดละ 1 คน รวม 4 คน

2) ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

2.1) ประชากร คือ ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ในพื้นที่จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร

2.2) กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ในพื้นที่ จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ ไม่ทราบจำนวนประชากร

1.4.2.3 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และผู้ให้ข้อมูล ของกิจกรรมที่ 3 การพัฒนาอาหารท้องถิ่น ด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เชื่อมโยงธุรกิจอาหารริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

1) ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

1.1) ประชากร คือ จากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยว และรับประทานอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร

1.2) กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยว และรับประทานอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสาคร สมุทรสงคราม จำนวน 390 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร

2) ผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 16 คน แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ๆ 8 คน ประกอบด้วย

2.1) ผู้ทรงคุณวุฒิด้านอาหาร จำนวน 4 คน

2.2) ผู้ทรงคุณวุฒิภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารที่ อาศัยอยู่หรือตั้งถิ่นฐานอยู่ในพื้นที่ จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร จังหวัดละ 1 คน รวม 4 คน

2.3) ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในพื้นที่จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงครามสมุทรสาคร จังหวัดละ 1 คน รวม 4 คน

1.4.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

ศึกษาข้อมูลจากร้านอาหารริมบาทวิถีในจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสาคร สมุทรสงคราม ที่จำหน่ายในพื้นที่ตลาดที่หน่วยงานภาครัฐกำหนดให้

1.5 นิยามศัพท์

1.5.1 นิยามศัพท์เกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีเพื่อ เสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

1.5.1.1 อาหารท้องถิ่น หมายถึง อาหารที่บริโภคในชีวิตประจำวันและโอกาสพิเศษ ประกอบ จากเครื่องปรุงหลักในท้องถิ่นที่มีตามฤดูกาลตามธรรมชาติและผลิตขึ้นเอง มีการปรุงแบบเรียบง่ายจนถึง ซับซ้อน คงไว้ซึ่งรสชาติที่เป็นเฉพาะถิ่นในเขตจังหวัดภาคกลางตอนล่าง (อำไพ พงศ์วิรวงศ์กุล, 2551)

1.5.1.2 อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี หมายถึง อาหารในท้องถิ่น ที่ตั้งขายริมฟุตบาท หน้าตึกแถว หรือร้านค้าในย่านการค้า หรือร้านค้าในชุมชนหนาแน่น มักใช้ชื่อเรียกเป็นถนน หรือย่านการค้า หรือบางแห่ง เรียกเป็นตลาดโต้รุ่งในเขตจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

1.5.1.3 ธุรกิจร้านอาหารริมบาทวิถี หมายถึง ธุรกิจที่จำหน่ายอาหารท้องถิ่นในเขตจังหวัดภาคกลางตอนล่าง โดยตั้งขายริมฟุตบาท หน้าตึกแถว หรือร้านค้าในย่านการค้า หรือร้านค้าในชุมชนหนาแน่น มักใช้ชื่อเรียกเป็นถนน หรือย่านการค้า หรือบางแห่งเรียกเป็นตลาดโต้รุ่ง โดยตั้งประจำในบริเวณที่ทางราชการอนุญาต หรือ วิถีทางสาธารณะที่ราชพัสดุ

1.5.1.4 ภาพลักษณ์อาหารริมบาทวิถี หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจนักท่องเที่ยวจากการรับรู้ความรู้สึก หรือทัศนคติต่ออาหารริมบาทวิถีในเขตจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ทั้งจากประสบการณ์และจากการสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ

1.5.1.5 ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว หมายถึง ผลของการรับรู้ความรู้สึก หรือทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่ออาหารริมบาทวิถีในเขตจังหวัดภาคกลางตอนล่าง จนเกิดความพึงพอใจและตัดสินใจเดินทางกลับมาใช้บริการซ้ำ

1.5.2 นิยามศัพท์เกี่ยวกับรูปแบบนวัตกรรมอาหารและการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

1.5.2.1 อาหารท้องถิ่น หมายถึง อาหารที่บริโภคในชีวิตประจำวันและโอกาสพิเศษ ประกอบจากเครื่องปรุงหลักในท้องถิ่นที่มีตามฤดูกาลตามธรรมชาติและผลิตขึ้นเอง มีการปรุงแบบเรียบง่ายจนถึงซับซ้อน คงไว้ซึ่งรสชาติที่เป็นเฉพาะถิ่นของจังหวัดในภาคกลางตอนล่าง (อำไพ พฤติวรพงศ์กุล, 2551)

1.5.2.2 อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี หมายถึง อาหารในท้องถิ่น ที่ตั้งขายริมฟุตบาท หน้าตึกแถว หรือร้านค้าในย่านการค้า หรือร้านค้าในชุมชนหนาแน่น มักใช้ชื่อเรียกเป็นถนน หรือย่านการค้า หรือบางแห่งเรียกเป็นตลาดโต้รุ่งในเขตจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

1.5.2.3 ธุรกิจร้านอาหารริมบาทวิถี หมายถึง ธุรกิจที่จำหน่ายอาหารท้องถิ่นในเขตจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ที่ตั้งขายริมฟุตบาท หน้าตึกแถว หรือร้านค้าในย่านการค้า หรือร้านค้าในชุมชนหนาแน่น มักใช้ชื่อเรียกเป็นถนน หรือย่านการค้า หรือบางแห่งเรียกเป็นตลาดโต้รุ่ง โดยตั้งประจำในบริเวณที่ทางราชการอนุญาต หรือ วิถีทางสาธารณะที่ราชพัสดุ

1.5.2.4 รูปแบบ หมายถึง องค์ประกอบ และตัวแปรที่ใช้เป็นหลักในการพัฒนาธุรกิจอาหารริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ที่ได้รับการจัดการอย่างเป็นระบบ และสอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจ

1.5.2.5 นวัตกรรมอาหาร ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ที่ใช้ในการจัดการอาหารที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในเขตจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

1.5.2.6 นวัตกรรมจัดการ หมายถึง ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ที่ใช้ในการจัดการรูปแบบธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในเขตจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

1.5.3 นิยามศัพท์เกี่ยวกับการพัฒนาอาหารท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ เชื่อมโยงธุรกิจอาหารริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

1.5.3.1 อาหารท้องถิ่น หมายถึง อาหารที่บริโภคในชีวิตประจำวันและโอกาสพิเศษ ประกอบจากเครื่องปรุงหลักในท้องถิ่นที่มีตามฤดูกาลตามธรรมชาติและผลิตขึ้นเอง มีการปรุงแบบเรียบง่ายจนถึงซับซ้อน คงไว้ซึ่งรสชาติที่เป็นเฉพาะถิ่นของจังหวัดในภาคกลางตอนล่าง (อำไพ พฤติวรพงศ์กุล, 2551)

1.5.3.2 อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี หมายถึง อาหารในท้องถิ่น ที่ตั้งขายริมฟุตบาท หน้าตึกแถว หรือร้านค้าในย่านการค้า หรือร้านค้าในชุมชนหนาแน่น มักใช้ชื่อเรียกเป็นถนน หรือย่านการค้า หรือบางแห่งเรียกเป็นตลาดโต้รุ่งในเขตจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

1.5.3.3 ธุรกิจร้านอาหารริมบาทวิถี หมายถึง ธุรกิจที่จำหน่ายอาหารท้องถิ่นในเขตจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ที่ตั้งขายริมฟุตบาท หน้าตึกแถว หรือร้านค้าในย่านการค้า หรือร้านค้าในชุมชนหนาแน่น มักใช้ชื่อเรียกเป็นถนน หรือย่านการค้า หรือบางแห่งเรียกเป็นตลาดโต้รุ่ง โดยตั้งประจำในบริเวณที่ทางราชการอนุญาต หรือ วิถีทางสาธารณะที่ราชพัสดุ

1.5.3.4 อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น หมายถึง อาหารท้องถิ่นที่เกิดจากวิถีชีวิต วัฒนธรรม และภูมิปัญญาที่มีความโดดเด่นเฉพาะ และเป็นที่ยอมรับของคนในพื้นที่ในเขตจังหวัดภาคกลางตอนล่างและคนทั่วไป

1.5.3.5 นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง กระบวนการสร้างความคิดหรือทางเลือก หรือแนวทางใหม่เพื่อพัฒนาอาหารท้องถิ่นให้มีคุณค่าและสร้างประโยชน์ต่อบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมในพื้นที่ในเขตจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ประโยชน์ของงานวิจัยในกิจกรรมที่ 1

1.6.1.1 ประโยชน์ด้านข้อมูลของงานวิจัย

ผลการวิจัยทำให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์และความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวที่สามารถต่อยอดการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

1.6.1.2 ประโยชน์ด้านการส่งเสริมธุรกิจอาหารริมบาทวิถี

ได้รูปแบบภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีที่ประยุกต์ใช้ในส่งเสริม สนับสนุนงานด้านอาหารริมบาทวิถีของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

1.6.1.3 ประโยชน์ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

สามารถนำผลจากการศึกษาที่ได้ไปใช้ประโยชน์เพื่อนำเสนอข้อมูลอาหารท้องถิ่น และดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางและใช้จ่ายเพื่อสร้างรายได้แก่ธุรกิจระดับจังหวัด

1.6.2 ประโยชน์ของงานวิจัยในกิจกรรมที่ 2

1.6.2.1 ประโยชน์ด้านข้อมูลของงานวิจัย

ได้รูปแบบการจัดการนวัตกรรมอาหารและการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อประยุกต์ใช้ในการส่งเสริม สนับสนุน งานด้านอาหารริมบาทวิถีของจังหวัด

1.6.2.2 ประโยชน์ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

สามารถนำผลจากการศึกษาที่ได้ไปใช้ประโยชน์เพื่อนำเสนอข้อมูลการจัดการที่เป็นประโยชน์ และดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางและใช้จ่ายเพื่อสร้างรายได้แก่ธุรกิจระดับจังหวัด

1.6.2.3 ประโยชน์ด้านการพัฒนาต่อยอด

มีข้อมูลรูปแบบนวัตกรรมอาหารและการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างที่สามารถต่อยอดการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจอาหารในรูปแบบอื่น

1.6.3 ประโยชน์ของงานวิจัยในกิจกรรมที่ 3

1.6.3.1 ประโยชน์ด้านข้อมูลของงานวิจัย

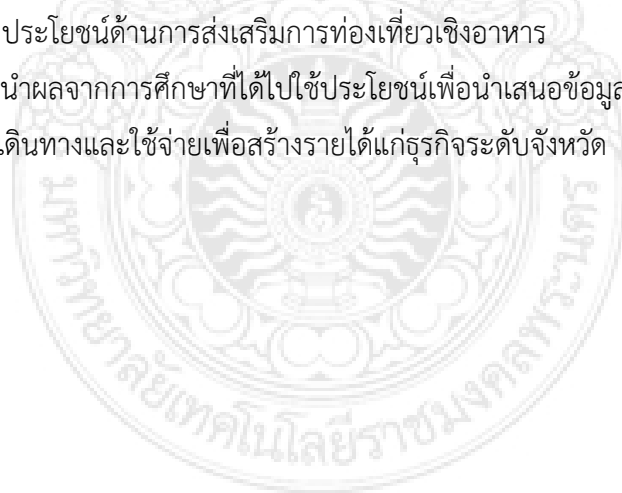
มีข้อมูลอาหารอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านลักษณะอาหาร ประวัติความเป็นมา กระบวนการได้มาซึ่งตำรับอาหารท้องถิ่น การทำให้อาหารท้องถิ่นเป็นที่นิยมของผู้บริโภคที่สามารถต่อยอดการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจอาหารในรูปแบบอื่น

1.6.1.2 ประโยชน์ด้านการส่งเสริมธุรกิจอาหารริมบาทวิถี

มีข้อมูลปัจจัยการบริโภคกับความตั้งใจบริโภคอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อประยุกต์ใช้ในการส่งเสริม สนับสนุน งานด้านอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีของจังหวัด

1.6.1.3 ประโยชน์ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

สามารถนำผลจากการศึกษาที่ได้ไปใช้ประโยชน์เพื่อนำเสนอข้อมูลการจัดการที่เป็นประโยชน์ และดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางและใช้จ่ายเพื่อสร้างรายได้แก่ธุรกิจระดับจังหวัด



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง การยกระดับคุณภาพธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากสู่การพึ่งพาตนเองกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง แบ่งออกเป็น 3 กิจกรรม ประกอบด้วย 1) กิจกรรมที่ 1 การพัฒนารูปแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีเพื่อเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีและความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง (2) ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยภาพลักษณ์ที่เสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง และ (3) สร้างรูปแบบการจัดการภาพลักษณ์ที่เสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2) กิจกรรมที่ 2 การพัฒนารูปแบบและคู่มือการใช้รูปแบบนวัตกรรมการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง และ (2) สร้างรูปแบบนวัตกรรมอาหารและการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง และ 3) กิจกรรมที่ 3 การพัฒนาอาหารท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เชื่อมโยงธุรกิจอาหารริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษารายการอาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง และ (2) นำเสนอรายการอาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง โดยได้ศึกษาข้อมูลจากทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

2.1. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่ 1 การพัฒนารูปแบบพัฒนารูปแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีเพื่อเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ประกอบด้วย

- 2.1.1 อาหารท้องถิ่น
- 2.1.2 อาหารริมบาทวิถี
- 2.1.3 ภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นและอาหารริมทาง
- 2.1.4 ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว
- 2.1.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 อาหารท้องถิ่น

2.1.1.1 ความหมายของอาหารท้องถิ่น

อาหารท้องถิ่น (Local food) หมายถึง อาหารที่มีลักษณะแตกต่างจากอาหารทั่วไปและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นนั้น ๆ ลักษณะเฉพาะตัวของอาหารพื้นบ้านประกอบด้วย สี กลิ่น รส เนื้อ

สัมผัส วัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหาร และวิธีการประกอบอาหาร ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อลักษณะของอาหาร ได้แก่ อาชีพ ศาสนา ขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรม ความเชื่อ ประวัติศาสตร์และสภาพทางภูมิศาสตร์ (พัชรี ตั้งตระกูล และคณะ, 2561) เสาวภา ศักยพันธ์ (2548) กล่าวว่า อาหารท้องถิ่น คือเอกลักษณ์ของอาหารที่นิยมกินในกลุ่มคน ประจวบกับวัตถุดิบที่หาง่ายในท้องถิ่น หรือจากบริเวณใกล้บ้านหรือในไร่ หรือท้องทุ่ง เป็นอาหารที่มีการกินในท้องถิ่นเป็นเวลานานโดยการสืบทอดต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น ส่วนสุนีศักดิ์ดาเดช (2549) ให้ทัศนะว่า อาหารท้องถิ่น เป็นอาหารที่คนในท้องถิ่นนิยมรับประทานมาเป็นเวลานาน ประกอบด้วยวัตถุดิบที่หาง่ายในพื้นที่ อาหารท้องถิ่นในแต่ละพื้นที่จึงแตกต่างกันตามลักษณะทางภูมิศาสตร์ และสิ่งแวดล้อม เหตุเพราะมนุษย์เป็นสิ่งมีชีวิตซึ่งต้องอาศัยอยู่กับธรรมชาติ จึงคิดหาวิธีดำรงชีวิตด้วยการนำวัตถุดิบพืชและสัตว์ต่าง ๆ มากินเป็นอาหารโดยการลองผิดลองถูกและทำซ้ำ ๆ ในสิ่งที่พึงพอใจ ถ้ายทอดสู่ลูกหลานสืบทอดกันมาจนกลายเป็นวัฒนธรรมหรือเอกลักษณ์เฉพาะของคนในท้องถิ่นนั้น สอดคล้องกับ ศันสนีย์ อุดมอ่าง (2542) ที่ให้ความหมายว่า อาหารท้องถิ่น เป็นอาหารที่นิยมรับประทานเฉพาะถิ่น ประกอบด้วยพืชผักและวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น มีวิธีการปรุงที่สืบทอดกันมาจนถึงปัจจุบัน อาจแตกต่างกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับสภาพธรรมชาติที่มอบพืชพรรณและเนื้อสัตว์ต่าง ๆ แก่คนในท้องถิ่น ประสบการณ์ และรสนิยมของคนในท้องถิ่น และ t-Globe (2559) ให้ความหมายว่า เป็นอาหารที่บริโภคอยู่ในชีวิตประจำวันและในโอกาสพิเศษ โดยเครื่องปรุงที่นำมาประกอบอาหารมาจากแหล่งต่าง ๆ ทั้งจากธรรมชาติที่แวดล้อมอยู่ด้วยการเก็บของป่า การล่าสัตว์ การจับสัตว์น้ำและจากการผลิตขึ้นมาเอง เช่น การเพาะปลูก การเลี้ยงสัตว์ หรือจากการซื้อขายแลกเปลี่ยน โดยมีกรรมวิธีทำเป็นเอกลักษณ์ มีรสชาติที่เป็นเฉพาะถิ่นแตกต่างกันไปและเป็นอาหารที่บริโภคในโอกาสต่างๆ เช่น อาหารในประเพณีทางศาสนา ประเพณีการทำบุญขึ้นบ้านใหม่ งานแต่งงาน งานบวช และอาหารในช่วงการเปลี่ยนแปลงของชีวิตหรือยามเจ็บป่วยซึ่งแต่ละท้องถิ่นจะมีการเรียกแตกต่างกันไป สรุป อาหารท้องถิ่น หมายถึง อาหารที่คนในท้องถิ่นสามารถผลิตได้เองจากวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นและในแต่ละพื้นที่จะมีลักษณะอาหารแตกต่างกัน มีความเฉพาะของท้องถิ่นนั้น ๆ และนิยมรับประทานกันในท้องถิ่น

2.1.1.2 ความสำคัญของอาหารท้องถิ่น

หากกล่าวถึงความสำคัญของอาหารท้องถิ่น พบว่า เป็นการแสดงถึงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นที่มีวัตถุดิบ การปรุง การกินที่เป็นเอกลักษณ์แสดงถึงวัฒนธรรมที่ถ่ายทอดและปฏิบัติสืบทอดกันมา ซึ่งคนที่อยู่ในท้องถิ่นเดียวกันหรือใกล้เคียงกันจะมีความนิยมหรือชอบอาหารที่คล้ายคลึงกัน เป็นอาหารเพื่อสุขภาพ โดยใช้เนื้อสัตว์เป็นส่วนประกอบน้อย ไขมันต่ำ และใช้พืชผักพื้นบ้านเป็นส่วนประกอบหลัก รวมทั้งรูปแบบในการรับประทานอาหารก็ช่วยส่งเสริมให้ร่างกายได้รับสารอาหารอย่างสมดุล เป็นอาหารที่ปลอดภัยจากสารเคมี เนื่องจากพืชผักพื้นบ้านส่วนใหญ่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ จึงไม่จำเป็นต้องพึ่งพาสารเคมี สามารถสร้างอาชีพ สร้างรายได้ เมื่อผลิตรายจำหน่ายเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ครอบครัวทั้งในระดับครัวเรือนและระดับอุตสาหกรรม ช่วยประหยัดรายจ่ายของครอบครัว เนื่องจากการปรุงอาหารท้องถิ่นเพื่อรับประทานกันในครัวเรือนไม่ต้องเสียเงินซื้อหาวัตถุดิบมากนัก บางครั้งอาจเก็บหรือหาได้ในบริเวณบ้านหรือบริเวณใกล้เคียงได้รับประทานอาหารที่สดใหม่เสมอ ซึ่งให้ประโยชน์ทั้งด้านคุณภาพและสุขภาพิบาลอาหาร (สุนีย์ ศักดาเดช, 2549) ส่วน Zhang et al. (2019) กล่าวว่า อาหารท้องถิ่นแบบดั้งเดิม เป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวที่กำลัง

มองหาความแปลกใหม่ และมีความสำคัญในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยว ซึ่งต้องการค้นหาต้นตำรับของอาหารในท้องถิ่นนั้น ๆ การรับประทานอาหารท้องถิ่น นักท่องเที่ยวจะเลือกผู้ประกอบการหรือผู้ทำเจ้าหน้าที่บริการ และสภาพแวดล้อมท้องถิ่นเพื่อประสบการณ์ที่ได้สัมผัสความจริงแท้ของอาหารในทุกมิติ นักท่องเที่ยวในบริบทนี้ ชื่นชอบร้านอาหารท้องถิ่นที่มีระบบการดำเนินงานโดยผู้คนในท้องถิ่น ที่ผสมผสานระหว่างลักษณะท้องถิ่นที่รู้จักและไม่รู้จักผ่านทางวัฒนธรรม รวมทั้งสนใจความเป็นอาหารท้องถิ่น ร้านอาหารต้นตำรับ และผู้แนะนำอาหารท้องถิ่น บริการและสภาพแวดล้อมที่คุ้นเคย นอกจากนี้ อาหารท้องถิ่นสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการดึงดูดนักท่องเที่ยว เป็นสื่อในการบอกเล่าเรื่องราวการดำเนินชีวิต เอกลักษณ์ที่สืบทอดกันมา ซึ่งอาหารแต่ละท้องถิ่น สามารถแสดงถึงความจริงแท้ (Authenticity) หากมีการเชื่อมโยงระหว่างอาหารและการท่องเที่ยว อาหารจึงถือเป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการนำเสนออัตลักษณ์ (Identity) และวัฒนธรรมท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยวได้ (Designated Areas for Sustainable Tourism, 2016)

2.1.2 อาหารริมบาทวิถี

2.1.2.1 ความเป็นมาของอาหารริมบาทวิถี

ก่อนหน้าที่จะมีคำว่า อาหารริมบาทวิถี (Street food) ในประเทศไทยมีลักษณะการกินอาหารอยู่สองอย่าง คือ การกินข้าวในบ้านซึ่งเป็นการกินแบบส่วนตัว ถือว่าเป็นการกินแบบผู้ดี มีการทำครัว มีสูตรอาหารประจำบ้านประจำ ถือเป็นหน้าเป็นตาในช่วงเวลาจัดเลี้ยงรับแขก ส่วนอีกลักษณะหนึ่งคือ การกินข้าวนอกบ้าน หรือที่รู้จักกันว่า การกินตามตลาด ซึ่งเป็นลักษณะของผู้ใช้แรงงาน หาเช้ากินค่ำ ไม่มีเวลาหรือมีแรงคนครัวจัดหาสำหรับอาหารให้ ดังนั้น ทักษะคิดต่อการกินอาหารตลาด อาหารริมทาง จึงถูกมองว่าไม่เป็นผู้ดี โดยในสมัยรัตนโกสินทร์ พระยาอนุমানราชชนได้บันทึกไว้ว่า "ถ้าต้องการอาหารและขนมรับประทาน ก็ต้องไปหาซื้อหรือรับประทานได้สะดวกตามร้านต่าง ๆ ถ้าไม่ไปซื้อที่ตลาดสำเพ็ง ก็ต้องไปซื้อตามร้านอยู่ใกล้กับโรงบ่อน ตลาดขายของสดก็มักตั้งอยู่ไม่ห่างไกลกับโรงบ่อน" อาหารริมทางส่วนใหญ่จึงตั้งอยู่คู่กับโรงบ่อน โดยเป็นร้านชาวจีนแต่จิว มีร้านข้าวแกง ก๋วยเตี๋ยว ข้าวต้ม และร้านที่เป็นของชาวไทยส่วนมาก เป็นร้านจำพวกขนม เช่น ทองหยิบ ฝอยทอง

อาหารริมบาทวิถีในประเทศไทยจึงถือว่าเป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงอาหารประจำพื้นที่ โดยอาหารริมทางเป็นอาหารที่จำหน่ายตามท้องถนน หน้าตึกแถว หรือย่านการค้า โดยมีรูปลักษณะการจัดจำหน่ายที่แตกต่างกันตามพาหนะ เช่น หาบเร่ โต๊ะ แผงลอย รถเข็น จนกระทั่งไปถึงรถยนต์ และถือเป็นวัฒนธรรมหนึ่งของการรับประทานอาหารของคนในพื้นที่ เมื่อนักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชมย่อมต้องการสัมผัสวิถีชีวิตความเป็นอยู่ด้านการกิน เรียกว่าเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งสำหรับเมืองท่องเที่ยวที่มีบรรยากาศร้านอาหารที่เป็นร้านริมทางอย่างแท้จริง อาหารริมทางของไทยจึงมีเสน่ห์และขึ้นชื่อในเรื่องรสชาติและความหลากหลาย เช่น หอยทอด ผัดไทย ส้มตำ ผัดซีอิ้ว ข้าวเหนียวมะม่วง ที่เป็นเสน่ห์และความขึ้นชื่อของอาหารทำให้ประเทศไทยได้รับการยกย่องให้เป็นเมืองที่มีอาหารริมทางหรืออาหารริมบาทวิถีที่ดีที่สุดในโลก มีแหล่งอาหารริมทางมากมายในประเทศไทยแต่ส่วนใหญ่มีอยู่ในกรุงเทพฯ เช่น ถนนเยาวราช ถนนข้าวสาร และถนนสีลม หากขึ้นเหนือไปจะพบบ้านนิมมานเหมินท์ที่เป็นแหล่งรวมอาหารริมทางที่ขึ้นชื่อในพื้นที่ และถ้าหากลง

ใต้จังหวัดภูเก็ตก็เป็นเมืองที่มีอาหารริมทางที่หลากหลาย เนื่องจากพื้นเพชาวภูเก็ตมาจากชนหลายเชื้อชาติจึงมีความหลากหลายของเมนูอาหาร

2.1.2.2 ความหมายของอาหารริมบาทวิถี

อาหารริมบาทวิถี (street food) ไม่มีนิยามตามกฎหมายที่แน่ชัด แต่ในกฎหมาย ได้กล่าวถึงว่าเป็นการจำหน่ายสินค้าในที่ทางสาธารณะ ซึ่งคือการจำหน่ายสินค้ารวมถึงอาหารในลักษณะเร่ขาย หรือตั้งประจำในที่สาธารณะไม่ใช่ที่ของเอกชนหรือหน่วยงาน คือ ทางถนน ริมฟุตบาท ซึ่งเรามักรู้จักเรียกกันว่า หาบเร่ แผงลอย ซึ่งมีอยู่เป็นทางบริเวณที่คนในท้องถิ่นรู้จักหรือเป็นขอบเขตที่ท้องถิ่นผ่อนผันอนุญาต ส่วนอีกคำคือ ถนนอาหาร (food street) คือบริเวณหรือถนนซึ่งหน่วยงานท้องถิ่นจัดเตรียมหรืออนุญาตให้พ่อค้าแม่ค้ามาขายได้ในเวลาที่กำหนด อาจเรียกกันว่าตลาดโต้รุ่ง เพราะขายในช่วงเวลาเย็นถึงมืด ซึ่งสถานที่จำหน่ายอาหารทุก ประเภทต้องปฏิบัติให้ถูกสุขลักษณะ ถูกข้อบัญญัติของท้องถิ่น และหมายถึง อาหารที่จำหน่ายในแผงลอยจำหน่ายอาหารที่ตั้งริมฟุตบาทหรือริมบาทวิถี มีลักษณะเป็นแคร่ แท่น โต๊ะ แผง รถเข็น หรือพาหนะอื่นใดที่ขายอาหาร เครื่องดื่ม น้ำแข็ง โดยตั้งประจำที่ในบริเวณที่ทางราชการอนุญาต อันได้แก่ ที่ทางสาธารณะที่เอกชน ที่ราชพัสดุ ที่สาธารณประโยชน์ บริเวณวัด หรือที่ริมน้ำ ซึ่งอาจจะมีการจัดตั้งแบบถาวร หรือเคลื่อนย้ายได้ตามช่วงเวลาที่กำหนด (กรมอนามัย, 2563)

2.1.3 ภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นและอาหารริมบาทวิถี

2.1.3.1 ความหมายของภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่น

การรับรู้ถึงความรู้สึกของอาหารที่คนในท้องถิ่นนิยมรับประทานมาเป็นเวลานานเป็นเอกลักษณ์ของอาหารที่นิยมกินในกลุ่มคนแต่ละกลุ่ม สืบต่อกันมาจนกลายเป็นวัฒนธรรมหรือเอกลักษณ์เฉพาะของคนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวประทับใจ (สุธีรา สิทธิกุล, 2566)

2.1.3.2 ปัจจัยการรับรู้ภาพลักษณ์อาหารริมทาง

ภาพลักษณ์ (Image) เป็นภาพที่เกิดขึ้นในใจ ซึ่งเกี่ยวข้องกับความรู้สึกนึกคิด เป็นองค์รวมของความเชื่อ ความคิด ความประทับใจ ที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเกี่ยวข้องกับทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลนั้น (Kotler, 2000) ภาพลักษณ์ เกิดขึ้นเมื่อบุคคลรับรู้ถึงเหตุการณ์ภายนอก และกำหนดคุณค่าของสิ่งเหล่านั้นทั้งก่อนและหลังการรับรู้ ภาพลักษณ์ของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน เนื่องจาก เนื้อหาสาระ วิธีการจัดการข่าวสาร และโครงสร้างของเหตุการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับ (พงษ์เทพ วรกิจโกคาทร, 2537) ทั้งนี้ การรับรู้ การคัดเลือกข้อมูล และประเมินภาพลักษณ์ เป็นหนึ่งในกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เกิดขึ้น (Horner & Swarbrooke, 2016) การเลือกเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว เกี่ยวข้องกับ 1) ปัจจัยจากนักท่องเที่ยว 2) ปัจจัยอาหารในพื้นที่จุดหมายปลายทาง และ 3) สภาพแวดล้อมของจุดหมายปลายทาง ครอบคลุมถึงลักษณะเฉพาะตัวของอาหาร และการรับรู้ภาพลักษณ์ของอาหารในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ (Mak, Lumbers, Eves, & Chang, 2012) ด้วยเหตุนี้ การรับรู้และสิ่งที่นักท่องเที่ยวรับรู้ จึงเป็นหนึ่งในปัจจัยซึ่งเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมที่แท้จริงในการเดินทาง จากการทบทวนวรรณกรรมเรื่องอาหารท้องถิ่น พบว่า การรับรู้ภาพลักษณ์ของสินค้าและความรู้เกี่ยวกับสินค้า มีผลต่อการกลับมาและซื้อเพิ่มขึ้น (Kiralova & Hamarnah, 2017) ภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทางมีอิทธิพล

โดยตรงต่อความพึงพอใจ และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในอนาคต ผ่านตัวแปรความพึงพอใจ ซึ่งเป็นตัวแปรสื่อกลางสำคัญต่อรูปแบบของการเกิดพฤติกรรม (Lee, 2009) เช่นเดียวกับภาพลักษณ์อาหาร ซึ่งมีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อไปรับประทานอาหาร การรับรู้ภาพลักษณ์อาหารที่ดีจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจ เกิดการบอกต่อและต้องการมาเที่ยวซ้ำเพื่อสัมผัสประสบการณ์ทางวัฒนธรรมผ่านอาหารที่ไม่ซ้ำกัน (Cohen & Avieli, 2004) นอกจากนี้ ภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทาง ยังมีอิทธิพลต่อทัศนคติและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Park, Hsieh, & Lee, 2017) โดยทัศนคติของนักท่องเที่ยวซึ่งได้รับอิทธิพลจากภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทางจะเกิดจากการรับรู้ ความเข้าใจ (Cognitive) และประสบการณ์ที่ได้รับ (Jalilvand & Samiei, 2012; Schiffman & Kanuk, 2000) จากข้างต้น สามารถพัฒนาสมมติฐานการวิจัยได้ว่า การรับรู้ภาพลักษณ์อาหารริมทาง มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อทัศนคติต่อจุดหมายปลายทาง การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และความตั้งใจกลับมาจุดหมายปลายทางซ้ำ

2.1.4 ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว

ณัฐพัชร์ ล้อประดิษฐ์พงษ์ (2549) กล่าวว่า ความจงรักภักดีเป็นทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการ ซึ่งนำไปสู่ความสัมพันธ์ในระยะยาว เป็นการเหนี่ยวรั้งลูกค้าไว้ โดยความจงรักภักดีไม่ได้เป็นเพียงพฤติกรรมการซื้อซ้ำเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมความหมายไปถึงความรู้สึกนึกคิดและความสัมพันธ์ในระยะยาวด้วย ซึ่งการซื้อซ้ำของลูกค้าไม่ได้หมายความว่า จะมีความจงรักภักดีเสมอไป เพราะพฤติกรรมการซื้อซ้ำอาจเกิดจากหลายปัจจัยร่วมกัน เช่น มีทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พักอาศัยหรือที่ทำงานของลูกค้า ลูกค้ามีความคุ้นเคย สินค้าหรือบริการมีราคาต่ำกว่าคู่แข่งรายอื่น และความสัมพันธ์หรือความประทับใจในอดีตของลูกค้าที่มีต่อสินค้าหรือบริการ เพ็ญญา แซ่แต้ (2555) ให้ความหมายว่า ความจงรักภักดีของลูกค้าหมายถึง ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและมีทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้าหรือบริการอย่างสม่ำเสมอจนเกิดเป็นการซื้อซ้ำในตราสินค้านั้น ๆ อย่างต่อเนื่องและในระยะยาว และยังช่วยให้เกิดการบอกต่อให้ผู้บริโภคคนอื่นมาซื้อสินค้าและบริการอีกด้วย

สรุปความหมายของคำว่าความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว เป็นความมุ่งมั่นและตั้งใจของนักท่องเที่ยวที่รักษาความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการท่องเที่ยว ความน่าจะเป็นของนักท่องเที่ยวในการกลับมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการท่องเที่ยวซ้ำ และการแนะนำสินค้าหรือบริการทางการท่องเที่ยวแก่บุคคลอื่น ซึ่งความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว จะนำรายได้มาอันยั่งยืนและสร้างประโยชน์ให้กับจุดหมายปลายทาง ถ้าหากมีความจงรักภักดีให้กับนักท่องเที่ยวเชิงอาหารนั้นได้ จะสามารถกระตุ้นการแสดงออกทางพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว การบอกต่อความทรงจำที่ดีด้านประสบการณ์อาหารแก่นักท่องเที่ยว Sirdeshmukh et al. (2002) ให้ความหมายว่าเป็นความตั้งใจของลูกค้าในการแสดงออกทางพฤติกรรมที่หลากหลาย ซึ่งเป็นแรงจูงใจในการรักษาความสัมพันธ์กับองค์กรไว้ ตามที่ Oliver (1999 อ้างถึงใน Almeida-Santana, & Moreno-Gil, 2018) อธิบายว่า ความจงรักภักดีเป็นความมุ่งมั่นอย่างยั่งยืนของลูกค้าที่จะซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการอีกครั้งในอนาคต ซึ่งเป็นสาเหตุให้เกิดการซื้อซ้ำของสินค้าหรือบริการในแบรนด์เดียวกันถึงแม้ว่าจะมีอิทธิพลของสถานการณ์และความพยายามทางการตลาด ที่จะคอยกระตุ้นการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมก็ตาม รวมถึง การศึกษาความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางของ Olorunniwo, Hsu, & Udo (2006 อ้างถึงใน Cossio-Silva et al. 2018)

ระบุว่า ความจงรักภักดีเป็นตัวแปรที่มี 2 มิติซึ่งประกอบด้วย องค์ประกอบเชิงทัศนคติ และองค์ประกอบด้านพฤติกรรม ความจงรักภักดีเชิงทัศนคติถือว่าเป็นแหล่งที่มาของความจงรักภักดีที่ทรงอิทธิพลที่สุด ซึ่งมีแนวโน้มที่บ่งบอกถึงทัศนคติส่วนตัวที่ดีต่อจุดมุ่งหมายปลายทางและขึ้นอยู่กับอารมณ์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวตามจุดมุ่งหมายปลายทาง ทัศนคตินี้แสดงถึงความโน้มเอียงของแต่ละบุคคลเพื่อแนะนำจุดมุ่งหมายปลายทางแก่นักท่องเที่ยวอื่น ถึงแม้ตนเองจะไม่ได้มาเยี่ยมชมซ้ำก็ตาม Robinson & Etherington (2006) กล่าวว่า ความจงรักภักดี หมายถึง การสะสมประสบการณ์มาเป็นระยะเวลาหนึ่งจนเกิดเป็นความประทับใจและผูกพันกับแหล่งท่องเที่ยวนั้นและความภักดีนี้จะยังคงอยู่ในความรู้สึกของนักท่องเที่ยวตลอดไปตราบที่เขารับรู้ถึงคุณค่าที่ได้รับมาจากการท่องเที่ยวหรือได้รับความพึงพอใจจากการเข้ามาท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ โดยการแสดงความภักดีของนักท่องเที่ยวประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ 2) ด้านการแนะนำและบอกต่อ และ 3) ด้านความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้น

2.1.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กฤติกา คุณูปการ และเกศรา สุขเพชร (2656) ศึกษาเรื่องปัจจัยความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวจีนมูลค่าสูงที่มีต่อภาคใต้ของประเทศไทย เน้นถึงความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวจีนมูลค่าสูง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างคุณภาพการบริการ ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ความพึงพอใจ คุณค่าที่รับรู้ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวจีนมูลค่าสูง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวจีนมูลค่าสูงที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และสุราษฎร์ธานี (เกาะสมุย) 400 ชุด ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง พบว่า โมเดลสมการโครงสร้างมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ข้อค้นพบสำคัญที่ได้จากการวิจัยคือ ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางภาคใต้ของประเทศไทยมีอิทธิพลต่อความภักดีของแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนมูลค่าสูงสูงสุดโดยส่งผ่านตัวแปรความพึงพอใจ ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่านั้นมีอิทธิพลเชิงบวกทางตรงต่อความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางภาคใต้ ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการมีอิทธิพลเชิงบวกทางอ้อมต่อความภักดีของแหล่งท่องเที่ยวโดยผ่านตัวแปรความพึงพอใจ และปัจจัยด้านความพึงพอใจมีอิทธิพลทางตรงต่อความภักดีของแหล่งท่องเที่ยวทางภาคใต้เช่นเดียวกัน

สุธีรา สิทธิกุล (2565) ศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการกลับมาท่องเที่ยวเชิงอาหารซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการกลับมาท่องเที่ยวเชิงอาหารซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจรับประทานอาหารท้องถิ่น (อาหารพื้นเมือง) ในจังหวัดเชียงใหม่และไม่ได้มีภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือและไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน วิเคราะห์ข้อมูลด้วย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษา พบว่า ภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่น ได้แก่ ด้านคุณภาพของอาหารท้องถิ่น และด้านความคุ้มค่าของราคาของอาหารท้องถิ่น สามารถนำไปพยากรณ์แนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการกลับมาท่องเที่ยว

เชิงอาหารซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่ได้ร้อยละ 42.40 หรือมีอำนาจพยากรณ์ร้อยละ 42.40 และมีค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ที่ ± 0.352 ซึ่งให้เห็นว่าภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นด้านคุณภาพและความคุ้มค่าของราคา เป็นตัวแปรสำคัญที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้กลับมาท่องเที่ยวเชิงอาหารซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยครั้งนี้สนับสนุนว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวที่น่าจดจำ ดังนั้น ควรมีมาตรการวางแผนและเร่งสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวด้วยภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อสร้างจุดแข็งของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

จอมขวัญ สุวรรณรักษ์ และคณะ (2564) ศึกษาเรื่องปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นในเขตระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับปัจจัยที่เสริมสร้างความภักดีของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่น และศึกษาอิทธิพลของปัจจัยที่เสริมสร้างความภักดีของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นในเขตระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับของปัจจัยที่เสริมสร้างความภักดีของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นในเขตระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ได้แก่ นวัตกรรมการจัดการ ภาพลักษณ์อาหาร คุณภาพอาหาร และทัศนคติ อยู่ในระดับมากทุกตัวแปร 2) ปัจจัยด้านภาพลักษณ์อาหาร คุณภาพอาหาร ทัศนคติ และนวัตกรรมจัดการ มีอิทธิพลทางตรงต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยทุกตัวแปรสามารถร่วมกันทำนายความภักดีของนักท่องเที่ยวได้ร้อยละ 90 เป็นต้นแบบให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะชุมชนและผู้ประกอบการอาหารท้องถิ่นนำไปกำหนดทิศทางในการพัฒนาอาหารท้องถิ่นให้เป็นผลิตภัณฑ์หลักทางการท่องเที่ยว ทำให้เกิดความยั่งยืนต่อเศรษฐกิจฐานรากชุมชนและผู้ประกอบการมีส่วนแบ่งรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพิ่มขึ้นส่งผลต่อคุณภาพชีวิตที่ดี

ชนบท บัวหลวง (2564) ศึกษาเรื่อง นโยบายสาธารณะ: การพัฒนารูปแบบการจัดการอาหารริมบาทวิถี โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนจังหวัดลพบุรี การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Study) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันของอาหารริมบาทวิถีและพัฒนารูปแบบเชิงนโยบายสาธารณะอย่างมีส่วนร่วมในการจัดการอาหารริมบาทวิถีจังหวัดลพบุรี เป็นการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างคัดเลือกแบบเจาะจง จำนวน 32 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย การสังเกต การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม โดยมีการพัฒนาศักยภาพคณะทำงาน สร้างการรับรู้ สถานการณ์ปัญหา กระตุ้นชุมชนให้เกิดความตื่นตัวเพื่อพัฒนากระบวนการนโยบายสาธารณะ ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพปัจจุบันอาหารริมบาทวิถีจังหวัดลพบุรี ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการไม่ได้รับการสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์และการอบรมด้านสุขาภิบาลอาหารจากภาครัฐ รวมทั้งการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ด้านสุขลักษณะที่ไม่ถูกต้อง ตลอดจนยังไม่มีส่วนร่วมในการพัฒนาร้านอาหารริมบาทวิถี 2) การพัฒนานโยบายสาธารณะอย่างมีส่วนร่วมในการจัดการอาหารริมบาทวิถีจังหวัดลพบุรี ประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่ (1) มิติด้านสุขภาพโดยองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นจุดศูนย์กลาง จัดแผนพัฒนา จัดตั้งกลุ่มของผู้ประกอบการ จัดบริการและสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ ตลอดจนปรับปรุงเทศบัญญัติ (2) มิติด้านเศรษฐกิจ มีคณะทำงานแบบบูรณาการและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน (3) มิติด้านสังคมมีจุดบริการข้อมูลและระบบรักษาความปลอดภัย (4) มิติด้านวัฒนธรรม มีการจำหน่ายอาหาร

พื้นบ้านและการแต่งกายประจำถิ่น และได้นำนโยบายสาธารณะสู่การปฏิบัติ ประกอบด้วย 7 โครงการ ได้แก่ โครงการที่ชมรมผู้ประกอบการดำเนินการด้วยตนเอง 3 โครงการ และ โครงการที่หน่วยงานและองค์กรในพื้นที่ร่วมกันดำเนินงานจำนวน 4 โครงการ โดยผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการขับเคลื่อนอาหารปลอดภัยจังหวัดลพบุรี ปี 2563

ทิพวัลย์ รามรง และคณะ (2564) ศึกษาเรื่อง ศักยภาพอาหารท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านอาหารท้องถิ่น กรณีศึกษาจังหวัดตรัง เมืองคนช่างกิน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของอาหารท้องถิ่น จังหวัดตรัง ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านอาหารท้องถิ่นจังหวัดตรัง กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิผู้มีประสบการณ์ มีความรู้เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่น กลุ่มสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดและกลุ่มผู้ประกอบการอาหารท้องถิ่นจำนวน 9 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจงโดยผู้วิจัย โดยแบ่งศักยภาพของอาหารท้องถิ่นออกเป็น 5 ด้าน ผลวิจัย พบว่า 1) ด้านความยากง่ายในเข้าถึงอาหารท้องถิ่น สามารถเข้าถึงได้ง่ายเนื่องจากมีอาหารท้องถิ่นที่หลากหลาย และมีร้านอาหารเปิดให้บริการตลอดเวลา 2) ด้านโอกาสในการใช้อาหารท้องถิ่นในการดึงดูดนักท่องเที่ยว มีโอกาสอย่างมาก เพราะจังหวัดตรังมีอาหารดั้งเดิมที่เป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยวหลายชนิด 3) ด้านการส่งเสริมวัฒนธรรมการกินของอาหารท้องถิ่น วัฒนธรรมการกินอาหารท้องถิ่นจังหวัดตรัง สืบทอดมาจากชาวจีนที่เห็นเด่นชัด คือการนั่งร้านกาแฟในตอนเช้า ร้านกาแฟจึงเป็นแหล่งรวมพลของคนในจังหวัดตรัง 4) ด้านการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น จังหวัดตรังมีการนำวัตถุดิบภายในท้องถิ่นมาใช้ในการประกอบอาหารในบางส่วน วัตถุดิบของอาหารท้องถิ่นหลักอื่นจะซื้อมาจากจังหวัดอื่น ๆ หรือห้างสรรพสินค้าส่งขนาดใหญ่ เพราะมีความต้องการวัตถุดิบค่อนข้างมากกว่ากำลังผลิตในจังหวัดและ 5) เอกลักษณ์ของท้องถิ่น อาหารท้องถิ่นแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นทั้งความเป็นเมืองคนช่างกินเป็นเมืองที่คนใจกว้าง มีน้ำใจ ชอบต้อนรับขับสู้แขกผู้มาเยือนด้วยอาหาร จึงให้ความสำคัญและพิถีพิถันในเรื่องอาหาร

สกนธ์ จุฬาสถิตย์ และเอก ชุณหัชชราชัย (2564) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารริมทาง (Street Food) ในยุค New normal ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารริมทาง (Street Food) ในยุค New normal ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ทศนคติ คุณภาพของอาหารริมทาง คุณภาพการบริการของร้านอาหารริมทาง และการตัดสินใจซื้อ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือ ทศนคติต่อสินค้า ปัจจัยด้านคุณภาพ เป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อ คุณภาพของอาหารและผลิตภัณฑ์อาหารประกอบด้วยคุณภาพด้านโภชนาการและคุณภาพด้านความปลอดภัย ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญหลัก ๆ อยู่ 5 เรื่อง ได้แก่ สุขลักษณะของร้านอาหารในส่วนของพื้นที่ที่ใช้ปรุง การรักษาความสะอาดในการปรุงอาหาร คุณภาพของวัตถุดิบที่ผู้ประกอบการนำมาใช้ สุขอนามัยในการเก็บรักษาความสะอาดของพื้นที่ และสุขอนามัยในการให้บริการอาหาร นอกจากนี้ คุณภาพการบริการก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเช่นกัน เพราะเป็นประสบการณ์ที่ลูกค้าสามารถประเมินได้จากการบริการที่ได้รับในการใช้บริการแต่ละครั้ง ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างมาก เป็นผลของการล่วงรู้ถึงสิ่งที่ลูกค้าต้องการ ชื่นชอบ และชื่นชมยินดี หากผู้ให้บริการมีทักษะ ความรู้ ความสามารถในการให้บริการ ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วย

ความสุภาพ มีกิริยาท่าทางและมารยาทที่ดีในการบริการ จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจ และเกิดความมั่นใจว่าจะได้บริการที่ดีที่สุด

อนุรักษ์ ทองขาว และคณะ (2563) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงสาเหตุต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงสาเหตุต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก จำนวน 1,050 คน วิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างด้วยโปรแกรม AMOS ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการ ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนั้นมีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว โดยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนั้นมีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวมากที่สุด และพบว่าโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และประโยชน์ที่ได้จากการวิจัยนี้คือ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

กฤษณ์ แสนทวี (2562) ศึกษาเรื่อง แนวทางการสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารของกลุ่มนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ 2) ศึกษาแนวทางการสร้างภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารของประเทศไทยในบริบทประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 800 คน และเชิงคุณภาพจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ นักท่องเที่ยวต่างชาติ มัคคุเทศก์ นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบการท่องเที่ยว พบว่า ภาพลักษณ์ของอาหารไทยในมุมมองของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เด่นชัดมากที่สุด คือ อาหารไทยมีรสชาติอร่อย จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารของประเทศไทยจากมุมมองของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยร่วมกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ อันดับ 1 คือ ด้านการเรียนรู้ (Cognitive) อันดับ 2 คือ ด้านการรับรู้ (Perception) อันดับ 3 คือ ด้านความรู้สึก (Affective) และอันดับ 4 คือ ด้านการกระทำ (Action) โดยแนวทางการสร้างภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารเชิงนโยบาย ได้แก่ 1) กำหนดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ชัดเจนและแนวปฏิบัติที่สามารถดำเนินการได้ 2) การบูรณาการการทำงานร่วมกันขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 3) การกำหนดกลยุทธ์ด้านการจัดการและด้านการตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 4) การสร้างองค์ความรู้และการพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 5) ใช้การมีส่วนร่วมของชุมชนและเอกชนให้ร่วมมือส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ส่วนแนวทางการสร้างภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารเชิงปฏิบัติ ได้แก่ 1) การควบคุมด้านความสะอาดของอาหาร 2) การกำหนดมาตรฐานของอาหารไทย 3) การสื่อสารและการเล่าเรื่องราวที่แสดงถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมการกินของคนไทย 4) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบ Street food 5) การถ่ายทอดสดแทรกเรื่องราวของอาหารไทยในสื่อต่าง ๆ และ 6) การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อให้เกิดการสื่อสารแบบปากต่อปาก

ชัยวิชญ์ ม่วงหมี่ และคณะ (2562) ศึกษาเรื่อง รูปแบบความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สำรวจภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ส่วนประสม

ทางการตลาดบริการ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวและความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม 2) วิเคราะห์องค์ประกอบของภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวและความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม 3) วิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและทางอ้อม ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามและ 4) ค้นหารูปแบบของความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 600 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วย การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน การวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุ และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง พบว่า 1) ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวและความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามมีค่าเฉลี่ยสูง 2) ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบความประทับใจมากที่สุด ส่วนประสมทางการตลาดบริการมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบกระบวนการติดต่อกันมากที่สุดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบบรรยากาศโดยรวมมากที่สุดและความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบความถี่ในการมาเที่ยวซ้ำมากที่สุด 3) ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม

โอปอล์ สุวรรณเมฆ และ อภิวรรณ กรมเมือง (2562) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีในกรุงเทพมหานคร ทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงร้านอาหารริมบาทวิถีซึ่งถือเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของคนที่ย้ายอยู่ในกรุงเทพมหานคร ให้สามารถแข่งขันกับธุรกิจอาหารประเภทอื่น ๆ และรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพธุรกิจในปัจจุบันได้ โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้เป็นประชากรที่อาศัยและทำงานในกรุงเทพมหานคร เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 384 คน ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก วิเคราะห์ผลการศึกษาค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปร ประกอบด้วยค่าเฉลี่ย ร้อยละ และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) ผลที่ได้จากการศึกษาทำให้ทราบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคจากร้านอาหารริมบาทวิถีในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบไปด้วย 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านความสะดวกในการเข้าถึง และรสชาติอาหาร ขณะที่ปัจจัยด้านความมีสุขลักษณะที่ดี ราคา และสารอาหารที่ได้รับไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01ว่าส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี

พิชานันท์ ช้องรักษ์ และเจริณชัช เอกมาไพศาล (2561) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของภาพลักษณ์อาหารริมทาง ทิศนคติต่อจุดหมายปลายทาง การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และความตั้งใจกลับมาจุดหมายปลายทางซ้ำของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา ย่านเยาวราช มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาอิทธิพลของการรับรู้

ภาพลักษณ์อาหารริมทาง ทศนคติต่อจุดหมายปลายทาง การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ที่มีต่อความตั้งใจกลับมา
จุดหมายปลายทางซ้ำของนักท่องเที่ยว ในย่านเยาวราช โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม
ข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวในย่านเยาวราช จำนวน 235 คน วิเคราะห์
ข้อมูลโดยการวิเคราะห์ โมเดลสมการโครงสร้าง พบว่า โมเดลสมการโครงสร้าง มีความสอดคล้องกลมกลืนกับ
ข้อมูลเชิงประจักษ์ดี แสดงถึง การรับรู้ภาพลักษณ์อาหารริมทาง มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจกลับมา
จุดหมายปลายทางซ้ำ ผ่านตัวแปรส่งผ่านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงโดยปัจจัยการรับรู้ภาพลักษณ์อาหารริมทาง
มีอิทธิพลทางตรงต่อ ทศนคติต่อจุดหมายปลายทาง และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ขณะเดียวกัน ตัวแปร
ทศนคติต่อจุดหมายปลายทาง และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจกลับมาจุดหมาย
ปลายทางซ้ำ

กนก บุญศักดิ์ และคณะ (2561) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของปัจจัยที่มีต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวต่อ
การท่องเที่ยวบนฐานชุมชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างของประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ
1) ศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยว คุณภาพการบริการ ประสิทธิภาพการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อคุณค่าที่ได้รับ
จากการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และ 2) ศึกษาคุณค่าที่ได้รับจากการท่องเที่ยวและความ
พึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความภักดีการท่องเที่ยวบนฐานชุมชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ตอนล่างของประเทศไทย จากกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยว 400 คนโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ด้วยการ
วิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ซึ่งพบว่า 1) ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวบนฐานชุมชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ตอนล่าง คุณภาพการบริการ ประสิทธิภาพการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อคุณค่าที่ได้รับจากการท่องเที่ยว
และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 2) คุณค่าที่ได้รับจาก
การท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อความภักดีการท่องเที่ยวบนฐานชุมชนภาค
ตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างของประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 และมีตัวแปร
เพียง 2 ตัวที่ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ คุณภาพการบริการด้านรูปธรรมการบริการ
และด้านความมั่นใจ

พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจย์ (2561) ศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่น
เพื่อเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบการ
จัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นเพื่อเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา จังหวัดเพชรบุรี
ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ผลการศึกษาพบว่า 1) องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของ
นักท่องเที่ยว ได้แก่ ความเป็นเอกลักษณ์ ความคิดสร้างสรรค์ และคุณค่าทางโภชนาการ 2) ผลการวิเคราะห์
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว ด้านการกลับมาซื้อซ้ำ ได้แก่ ความเป็น
เอกลักษณ์ และ ความคิดสร้างสรรค์ 3) ผลการวิเคราะห์อิทธิพลที่มีต่อการมีส่วนร่วมในการปกป้องภาพลักษณ์
อาหารท้องถิ่น ได้แก่ ความเป็นเอกลักษณ์ และ 4) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเสริมสร้างความ
จงรักภักดีของนักท่องเที่ยวด้านความเชื่อมั่น ได้แก่ ความเหมาะสมของราคา และความเป็นเอกลักษณ์ แนวทาง
พัฒนารูปแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นของจังหวัดเพชรบุรี ควรมุ่งเน้นด้านความเป็นเอกลักษณ์
ความคิดสร้างสรรค์คุณค่าด้านโภชนาการและความเหมาะสมของราคาตามลำดับ

Ali et al. (2019) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ความจงรักภักดี และการบอกปากต่อปากของนักท่องเที่ยวในการเลือกอาหารท้องถิ่นในปากีสถาน มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและตรวจสอบกรอบแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ความจงรักภักดี และการบอกแบบปากต่อปากในการเลือกอาหารท้องถิ่นในปากีสถาน กลุ่มตัวอย่าง 286 คนโดยใช้แบบสอบถาม พบว่า คุณภาพอาหาร การรับรู้คุณภาพสิ่งแวดล้อม การรับรู้คุณค่า และคุณภาพการบริการ มีผลกระทบสำคัญต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยรวมพบว่า ความพึงพอใจและความภักดีเป็นปัจจัยสำคัญในการตั้งสมมติฐาน

Fam et al. (2019) ศึกษาการเดินทางไปจุดหมายปลายทางและความตั้งใจบริโภคอาหารท้องถิ่น ตรวจสอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารท้องถิ่นของชาบบาร์ กรณีศึกษา อาหารคาตาซาน-ดูชันในชาบบาร์ ประเทศมาเลเซีย กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวจีน ยุโรป และมาเลเซีย 254 คน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความสำคัญกับการเลือกอาหารเป็นสำคัญ ความสะดวกสบายและอารมณ์มีอิทธิพลต่อการเลือกอาหารท้องถิ่น สรุปว่า ปัจจัยความสะดวกสบาย มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจบริโภคอาหารของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวจีนและยุโรป ปัจจัยด้านอารมณ์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจบริโภคอาหารของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและมาเลเซีย และปัจจัยด้านความเหมือนและลักษณะทางประสาทสัมผัส มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจบริโภคอาหารของนักท่องเที่ยวชาวจีน

Zhang et al. (2018) ศึกษาปัจจัยในการเลือกบริโภคอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวในประเทศ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้อาศัยอยู่ในวัดในเขตหนานจิงของประเทศจีน 645 คน ผลการศึกษาพบว่า ทักษะคิด การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการบริโภคอาหารท้องถิ่น และพบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงส่งผลเชิงลบต่อความตั้งใจที่จะบริโภคอาหารท้องถิ่น ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงส่งผลเชิงลบต่อความตั้งใจที่จะบริโภคอาหารท้องถิ่น ปัจจัยด้านการรับรู้ผลประโยชน์มีผลเชิงบวกต่อทัศนคติ ความตั้งใจที่จะบริโภคอาหารท้องถิ่น และมีผลทางอ้อมผ่านทัศนคติเกี่ยวข้องกับความตั้งใจบริโภค ปัจจัยด้านความรู้แบบอัตโนมัติมีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและความตั้งใจบริโภคอาหารท้องถิ่นระหว่างการรับรู้ประโยชน์และทัศนคติ และระหว่างการรับรู้ประโยชน์และความตั้งใจบริโภคอาหาร

ตารางที่ 2.1 สรุปข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนารูปแบบพัฒนารูปแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีเพื่อเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว
กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

ผู้ศึกษา/ปี	ชื่อเรื่อง/วิธีการ	วัตถุประสงค์/กลุ่มตัวอย่าง	ผลการศึกษา
กฤติกา คุญูปการ และเกศรา สุขเพชร (2656)	ปัจจัยความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวเงินมูลค่าสูงที่มีต่อภาคใต้ของประเทศไทย/การวิจัยเชิงปริมาณ	วิเคราะห์ปัจจัยความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างคุณภาพการบริการ ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ความพึงพอใจ คุณค่าที่รับรู้ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว/ นักท่องเที่ยวชาวเงินมูลค่าสูงที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และสุราษฎร์ธานี (เกาะสมุย) 400 คน	โมเดลสมการโครงสร้างมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ข้อค้นพบสำคัญคือ ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวภาคใต้ของประเทศไทยมีอิทธิพลต่อความภักดีของแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเงินมูลค่าสูงสูงสุดโดยส่งผ่านตัวแปรความพึงพอใจ ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่ามีอิทธิพลเชิงบวกทางตรงต่อความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางภาคใต้ ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการมีอิทธิพลเชิงบวกทางอ้อมต่อความภักดีของแหล่งท่องเที่ยวโดยผ่านตัวแปรความพึงพอใจ และปัจจัยด้านความพึงพอใจมีอิทธิพลทางตรงต่อความภักดีของแหล่งท่องเที่ยวทางภาคใต้เช่นเดียวกัน
สุธีรา สิทธิกุล (2565)	ภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการกลับมาท่องเที่ยวเชิงอาหารซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่/การวิจัยเชิงปริมาณ	ศึกษาภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการกลับมาท่องเที่ยวเชิงอาหารซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่/นักท่องเที่ยวที่สนใจรับประทานอาหารท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่ 400 คน	ภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่น ได้แก่ ด้านคุณภาพของอาหารท้องถิ่น และด้านความคุ้มค่าของราคาของอาหารท้องถิ่น สามารถนำไปพยากรณ์แนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการกลับมาท่องเที่ยวเชิงอาหารซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่ได้ สรุปได้ว่าภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวที่น่าจดจำ ดังนั้น ควรมีมาตรการวางแผนและเร่งสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวด้วยภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อสร้างจุดแข็งของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้ศึกษา/ปี	ชื่อเรื่อง/วิธีการ	วัตถุประสงค์/กลุ่มตัวอย่าง	ผลการศึกษา
จอมขวัญ สุวรรณรักษ์ และคณะ (2564)	ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นในเขตระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก/การวิจัยเชิงปริมาณ	ศึกษาระดับปัจจัยที่เสริมสร้างความภักดีของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่น และศึกษาอิทธิพลของปัจจัยที่เสริมสร้างความภักดีของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นในเขตระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก/การวิจัยเชิงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก/นักท่องเที่ยวไทยที่เคยรับประทานอาหารท้องถิ่นในเขตระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก 3 จังหวัด 380 คน	1) ระดับของปัจจัยที่เสริมสร้างความภักดีของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นในเขตระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ได้แก่ นวัตกรรมจัดการภาพลักษณ์อาหาร คุณภาพอาหาร และทัศนคติ อยู่ในระดับมากทุกตัวแปร 2) ปัจจัยด้านภาพลักษณ์อาหาร คุณภาพอาหาร ทัศนคติและนวัตกรรมจัดการ มีอิทธิพลทางตรงต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยทุกตัวแปรสามารถร่วมกันทำนายความภักดีของนักท่องเที่ยวได้ร้อยละ 90 เป็นต้นแบบให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะชุมชนและผู้ประกอบการอาหารท้องถิ่นนำไปกำหนดทิศทางการพัฒนาอาหารท้องถิ่นให้เป็นผลิตภัณฑ์หลักทางการท่องเที่ยว
ชนบท บัวหลวง (2564)	นโยบายสาธารณะ: การพัฒนารูปแบบการจัดการอาหารริมบาทวิถี โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนจังหวัดลพบุรี/การวิจัยเชิงคุณภาพ	ศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันและพัฒนารูปแบบเชิงนโยบายสาธารณะอย่างมีส่วนร่วมในการจัดการอาหารริมบาทวิถีจังหวัดลพบุรี /นายกเทศบาลเมืองประธานชมรมผู้ประกอบการเจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้บริโภค 32 คน	1. สภาพปัจจุบัน พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการไม่ได้รับการสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ และการอบรมด้านสุขาภิบาลอาหารจากภาครัฐ 2. การพัฒนานโยบายสาธารณะอย่างมีส่วนร่วมในการจัดการ ประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่ 1) มิติด้านสุขภาพ โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นจุดศูนย์กลาง จัดแผนพัฒนา จัดตั้งกลุ่มผู้ประกอบการ จัดบริการและสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ และปรับปรุงเทศบัญญัติ 2) มิติด้านเศรษฐกิจ มีคณะทำงานแบบบูรณาการและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน 3) มิติด้านสังคม มีจุดบริการข้อมูลและระบบรักษาความปลอดภัย 4) มิติด้านวัฒนธรรม มีการจำหน่ายอาหารพื้นบ้านและการแต่งกายประจำถิ่น

ผู้ศึกษา/ปี	ชื่อเรื่อง/วิธีการ	วัตถุประสงค์/กลุ่มตัวอย่าง	ผลการศึกษา
ชัยวิชญ์ ม่วงหมี และคณะ (2562)	รูปแบบความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดสมุทรสงคราม/การวิจัยเชิงปริมาณ	ศึกษาองค์ประกอบที่มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว และคั่นหารูปแบบความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว/กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว 600 คน	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความประทับใจ เป็นองค์ประกอบสำคัญของภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากสามารถเข้าถึงข้อมูลและการเดินทางสะดวก มีเจ้าหน้าที่ต้อนรับที่ประทับใจ 2. กระบวนการ เป็นองค์ประกอบสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการ เนื่องจากมีการจัดระบบบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถติดต่อประสานงานได้อย่างรวดเร็ว 3. ความคุ้มค่าการบริการ เป็นองค์ประกอบสำคัญของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีสินค้าย้อนยุคพื้นบ้าน และมีความปลอดภัย 4. ความถี่ในการมาเที่ยวซ้ำ เป็นองค์ประกอบสำคัญของความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว เนื่องจากจากประสบการณ์ ความประทับใจและความพึงพอใจที่ได้รับจากการท่องเที่ยวและคุณภาพการบริการจะทำให้กลับมาเที่ยวซ้ำ
โอปอล์ สุวรรณเมฆ และ อภิวรรตน์กรมเมือง (2562)	ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี ในเขตกรุงเทพมหานคร/การวิจัยเชิงปริมาณ	วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีในกรุงเทพมหานคร/ผู้อาศัยและทำงานในกรุงเทพฯ 384 คน	<ol style="list-style-type: none"> 1. ปัจจัยด้านรสชาติอาหาร (TA) มีผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี เนื่องจากร้านอาหารริมบาทวิถีส่วนใหญ่ในกรุงเทพมหานครมีลักษณะคล้ายคลึงกัน เช่น รูปแบบร้านที่เป็นรถเข็นหรือร้านที่มีโครงสร้างแบบชั่วคราวไม่สวยงามนัก 2. ปัจจัยความสะดวกในการเข้าถึง (CA) มีผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี เนื่องจากกรุงเทพมหานครมีลักษณะเป็นเมืองใหญ่และมีประชากรหนาแน่น ทั้งในย่านธุรกิจและย่านที่อยู่อาศัยในอาคารสำนักงานหรือตึกสูงที่มีเวลาบริโภคอาหารไม่มากนักในแต่ละมื้อ

ผู้ศึกษา/ปี	ชื่อเรื่อง/วิธีการ	วัตถุประสงค์/กลุ่มตัวอย่าง	ผลการศึกษา
กฤษฎิ์ท แสนทวิ (2562)	แนวทางการสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน/การวิจัยแบบผสมผสาน	ศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารของกลุ่มนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ และแนวทางสร้างภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารของประเทศไทยในบริบทประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน /กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ 800 คน ผู้ให้ข้อมูลเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ มัคคุเทศก์ นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบการท่องเที่ยว	ภาพลักษณ์ของอาหารไทยในมุมมองของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ อันดับ 1 คือ ด้านการเรียนรู้ อันดับ 2 คือ ด้านการรับรู้ (Perception) อันดับ 3 คือ ด้านความรู้สึก (Affective) และอันดับ 4 คือ ด้านการกระทำ
กนก บุญศักดิ์ และคณะ (2561)	อิทธิพลของปัจจัยที่มีต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวบนฐานชุมชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างของประเทศไทย/การวิจัยเชิงปริมาณ	ศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยว คุณภาพการบริการ ประสิทธิภาพการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าที่ได้รับจากการท่องเที่ยวและความพึงพอใจ และศึกษาคุณค่าที่ได้รับจากการท่องเที่ยวและความพึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อความภักดีการท่องเที่ยว /นักท่องเที่ยว 400 คน	ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวบนฐานชุมชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง คุณภาพการบริการ ประสิทธิภาพการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าที่ได้รับจากการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 และคุณค่าที่ได้รับจากการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อความภักดีการท่องเที่ยวบนฐานชุมชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างของประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 และมีตัวแปรเพียง 2 ตัวที่ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ คุณภาพการบริการด้านรูปธรรมการบริการและด้านความมั่นใจ

2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่ 2 การพัฒนารูปแบบและคู่มือการใช้รูปแบบนวัตกรรมการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ประกอบด้วย

2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม

2.2.2 อาหารริมบาทวิถี

2.2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม

2.2.1.1 ความหมายของนวัตกรรม

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (2562) เป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการส่งเสริม และพัฒนานวัตกรรมของประเทศไทย ได้ให้ความหมายคำว่า นวัตกรรม ไว้ว่า หมายถึง สิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้ และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม มีนักวิชาการทั้งชาวไทยและต่างชาติให้ความหมายของคำว่า นวัตกรรม ไว้สอดคล้องกัน โดย นัยนา รัตนสุวรรณชาติ และคณะ (2562) กล่าวว่า นวัตกรรม คือ ความรู้พื้นฐานที่ก่อให้เกิดการได้เปรียบเชิงการแข่งขันขององค์กร ภูมิภาค และประเทศ ในขณะเดียวกัน ระบบตลาดก็ต้องพึ่งพาความสามารถด้านการสร้างสินค้าใหม่และหาวิธีผลิตสินค้าใหม่ ๆ สังคมร่วมสมัยมองหามาตรฐานความเป็นอยู่ที่สูงขึ้น และความต้องการในสิ่งที่ทันสมัยมากขึ้น ดังนั้น นวัตกรรมจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้องค์กรประสบผลสำเร็จและเจริญเติบโต แต่บทบาทของนวัตกรรมและผลกระทบของนวัตกรรมเป็นสิ่งที่มีความซับซ้อนสูง โดยนวัตกรรม คือ แหล่งของความก้าวหน้าและการพัฒนาองค์กรและชาติต่าง ๆ ที่มีการจัดการนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดสภาพเศรษฐกิจที่มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน มีนักวิชาการ ชื่อ Peter Drucker ให้คำจำกัดความของนวัตกรรมว่า “เป็นเครื่องมือเฉพาะของผู้ประกอบการ” คือ พลิกการเปลี่ยนแปลงเป็นโอกาส และเป็นเครื่องมือสำคัญของผู้ประกอบการในการสร้างศักยภาพการแข่งขันในเชิงธุรกิจและความมั่งคั่ง โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ หรือจากการสร้างขึ้นใหม่ รวมทั้งเป็นการพัฒนาขึ้นจากความรู้ใหม่ (Drucker, 1985) เป็นสิ่งที่พัฒนาขึ้นมาใช้ในองค์กร และเป็นที่ยอมรับของคนในองค์กรนั้น และมีการนำไปใช้ สามารถใช้ได้ทั้งผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการใหม่ หรือเทคโนโลยีใหม่ ซึ่งอาจเกิดจากการเปลี่ยนแปลงในลักษณะเฉียบพลันหรือค่อยเป็นค่อยไป (Damanpour & Gopalakrishnan, 2001; Rogers, 1995; Herkema, 2003; Schilling, 2008) และเป็นเรื่องของกระบวนการแสวงหา ดำเนินการ จัดเก็บ ตลอดจนใช้ประโยชน์จากข้อมูลในการสร้างความรู้ การวิจัยและพัฒนาการผลิต การพาณิชย์ และการอยู่รอดของธุรกิจ (Smits, 2002) ในขณะที่ (Tushman & Nadler, 1996; Evan, 1996; Freeman & Soete, 1997; Utterback, 1971) ชี้ให้เห็นว่า นวัตกรรมคือ การพัฒนาความคิดใหม่ในการสร้างสินค้า บริการ หรือกระบวนการใหม่ที่พัฒนาขึ้นใช้เป็นครั้งแรก ประกอบด้วย 2 ส่วนด้วยกัน คือการสร้างแนวความคิดหรือการประดิษฐ์ และผลของแนวความคิดและการประดิษฐ์ที่ทำให้เกิดเป็นเชิงพาณิชย์ ซึ่งมีความหมายหลายอย่าง ประกอบด้วย 1) นวัตกรรม คือ การสร้างหรือการประดิษฐ์ โดยใช้ทรัพยากร คน เวลา เงิน ในการประดิษฐ์สินค้าใหม่ บริการใหม่ แนวความคิดใหม่ 2) คือ สิ่งที่ล่อหลอมและการเรียนรู้ให้ความสนใจไปยังการนำแนวคิดตัวสินค้าและบริการมาพัฒนาใหม่ 3) คือ การเปลี่ยนแปลง บางอย่างมีการเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย

ในขณะที่บางอย่างมีการเปลี่ยนแปลงอย่างถอนรากถอนโคน 4) คือ กระบวนการ เป็นกระบวนการของกิจกรรมที่นำไปสู่การผลิต ซึ่งเป็นขั้นตอนของแต่ละกิจกรรม 5) คือ บริบท (ระดับภูมิภาค ระดับประเทศ) เป็นระดับของกระบวนการนอกเหนือจากระดับของบุคคลและองค์การ ซึ่งเป็นเรื่องระดับของสถาบัน เครือข่ายด้านเศรษฐกิจและสังคม (Quinn, 1992)

สรุป นวัตกรรม หมายถึง ผลิตภัณฑ์ บริการ กระบวนการ ที่ใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ สร้างหรือพัฒนาให้เป็นความรู้ใหม่ หรือสิ่งใหม่ที่ได้รับการยอมรับ และสามารถใช้ประโยชน์ได้ทั้งในเชิงเศรษฐกิจและสังคม

2.2.1.2 นวัตกรรมอาหาร

1) ลักษณะของนวัตกรรมอาหาร

นวัตกรรมอาหาร คือ การนำเสนอและพัฒนาเทคโนโลยี แนวคิด หรือกระบวนการที่ใหม่ และสร้างความคิดสร้างสรรค์ด้านอาหาร เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพดีขึ้น ประหยัดทรัพยากร มีความปลอดภัยในการบริโภค และตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภคอย่างเหมาะสม อาจเกิดขึ้นหลายแนวทาง เช่น การใช้เทคโนโลยีการประมวลผลอาหารเพื่อสร้างสูตรอาหารที่ดีกว่า การใช้วัสดุและองค์ประกอบที่น่าสนใจเพื่อพัฒนาอาหารที่เปลี่ยนแปลงรูปแบบ การพัฒนาเทคนิคในการแปรรูปอาหารที่ช่วยลดการสูญเสียและเสริมสร้างคุณค่าทางโภชนาการ และแนวคิดในการผลิตอาหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น โดยมีบทบาทสำคัญในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ได้แก่ ความหลากหลายของช่วงอายุการเก็บรักษาอาหาร ปัญหาทางโภชนาการ ความรักชาติและการใช้ทรัพยากร การผลิตอาหารที่มีมาตรฐานความปลอดภัยสูง และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการและสร้างความเปลี่ยนแปลงทางด้านอาหารในสังคมและอุตสาหกรรมอาหาร

2) องค์ประกอบของนวัตกรรมอาหาร

นำเสนอองค์ประกอบของนวัตกรรมอาหารซึ่งแบ่งเป็น 6 องค์ประกอบ ได้แก่

2.1) เทคโนโลยีอาหาร การใช้เทคโนโลยีในกระบวนการผลิตอาหาร เป็นการใช้นวัตกรรมในการแปรรูปอาหาร ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศตรวจสอบความปลอดภัยของอาหาร การนำเสนอข้อมูลโภชนาการผ่านแอปพลิเคชัน และใช้ระบบอัตโนมัติในกระบวนการผลิตอาหาร

2.2) วัสดุและองค์ประกอบใหม่ การค้นพบและใช้วัสดุและองค์ประกอบใหม่ในอาหาร เพื่อเพิ่มความคุ้มค่าทางโภชนาการ ลดการใช้สารเคมี และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

2.3) การแสดงความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ การสร้างสรรค์ในการออกแบบอาหารใหม่ ทั้งเรื่องรูปแบบ รสชาติ และส่วนผสม ซึ่งเปิดโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจและไม่เคยมีมาก่อน

2.4) การจัดการทรัพยากรและความยั่งยืน การคิดค้นและนำเสนอวิธีการใช้ทรัพยากรอย่างเป็นประสิทธิภาพในการผลิตอาหาร ซึ่งส่งผลให้เกิดความยั่งยืนในการจัดการทรัพยากรและลดความกระทำที่มีผลต่อสิ่งแวดล้อม

2.5) นวัตกรรมบริการอาหาร เช่น การใช้เทคโนโลยีการสั่งอาหารออนไลน์ การใช้แอปพลิเคชันในการสั่งอาหารจากคิวหรือโต๊ะ และการใช้เทคโนโลยี AI ในการเสนอคำแนะนำเมนู เป็นต้น

2.6) การค้นพบและการนำเสนอความรู้ใหม่ในด้านโภชนาการ การวิจัยและพัฒนาในด้านโภชนาการ เพื่อเสริมสร้างความรู้ที่เกี่ยวข้องกับอาหาร และนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคในการตัดสินใจเรื่องอาหารและสุขภาพ

นวัตกรรมด้านอาหาร เป็นสิ่งสำคัญในการตอบสนองความต้องการของตลาดและผู้บริโภค และยังเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างความเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมอาหารในยุคที่เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว

2.2.1.3 นวัตกรรมจัดการ

1) ความหมายของนวัตกรรมจัดการ

นวัตกรรมจัดการ คือการนำเสนอและนำเอาไอเดีย ความคิดใหม่ หรือเทคโนโลยีที่ล้ำสมัยเข้ามาใช้ในกระบวนการและกิจกรรมต่างๆ ในองค์กรหรือธุรกิจ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ลดความซ้ำซ้อน ลดความขัดแย้ง และสร้างความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน การนำนวัตกรรมมาใช้ในการจัดการทำให้องค์กรมีความเป็นอยู่ที่มีมั่นคงและเป็นผู้นำในวงกว้างของอุตสาหกรรมหรือธุรกิจที่ดำเนินการอยู่ การนำเสนอนวัตกรรมในการจัดการอาจเป็นการใช้เทคโนโลยีใหม่เพื่ออัพเกรดระบบ การใช้ข้อมูลในการตัดสินใจที่ดีขึ้น หรือวิธีการใหม่ในการจัดการทรัพยากรและบุคลากรในองค์กร เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจและการให้บริการให้มีคุณภาพเยี่ยมไปยังลูกค้าหรือผู้ใช้งานที่สำคัญ

2) องค์ประกอบของนวัตกรรมจัดการ

นวัตกรรมจัดการ ประกอบด้วย 1) การนำเสนอและใช้เทคโนโลยีใหม่ในกระบวนการทำงาน เช่น การใช้ระบบควบคุมและประมวลผลอัตโนมัติ เทคโนโลยีบล็อกเชน และการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการแก้ไขปัญหาธุรกิจ 2) การพัฒนาและใช้งานข้อมูลในการตัดสินใจที่มีความมั่นใจ โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลและการทำนายในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ 3) การพัฒนากระบวนการทำงานใหม่ที่มีประสิทธิภาพสูงและลดความซ้ำซ้อน ที่เป็นระบบอัตโนมัติหรือระบบการจัดการแบบครบวงจร 4) การสร้างบรรยากาศที่กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในองค์กร ให้พนักงานมีแรงบันดาลใจในการทำงาน และมีความกระตือรือร้นในการนำเสนอความคิดใหม่ 5) การปรับเปลี่ยนและการเร่งการเติบโตในองค์กร โดยการทำธุรกรรมที่มีประสิทธิภาพสูง การทำกลยุทธ์ธุรกิจที่มีเสถียรภาพและการเข้าถึงตลาดใหม่ 6) การสร้างและบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลในองค์กรอย่างเหมาะสม การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์และส่งเสริมการทำงานเป็นทีม 7) การเน้นความยั่งยืนในการจัดการธุรกิจ โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและสังคม การให้ความสำคัญในเรื่องความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคม และ 8) การสร้างความสามารถในการเรียนรู้และการปรับตัวอยู่กับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา และ สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ (2553) สรุปว่า นวัตกรรม แบ่งเป็น 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ความใหม่ (Newness) หมายถึง เป็นสิ่งใหม่ที่พัฒนาขึ้น ซึ่งอาจเป็นผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกระบวนการ โดยเป็นการปรับปรุงจากของเดิมหรือพัฒนาขึ้นใหม่ 2) การใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ (Knowledge and Creativity Idea) หมายถึง เป็นสิ่ง

ที่เกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์เป็นฐานของการพัฒนาให้เกิดขึ้นใหม่ ไม่ใช่เกิดจากการลอกเลียนแบบหรือการทำซ้ำ 3) ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจหรือสังคม (Economic or Social Benefits) หมายถึง ต้องสามารถทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มได้จากการพัฒนาสิ่งใหม่นั้น ซึ่งผลประโยชน์ต้องสามารถวัดได้เป็นตัวเงิน และเชิงสังคมเป็นการสร้างคุณค่าซึ่งไม่สามารถวัดเป็นตัวเงินได้

นวัตกรรมการจัดการ เป็นการตอบสนองต่อยุคการเปลี่ยนแปลงที่เร่งด่วนและการแข่งขันที่สูงในสภาพแวดล้อมธุรกิจขณะนี้ การนำเสนอและนำเอานวัตกรรมจัดการเหล่านี้เป็นเรื่องสำคัญในการสร้างความสำเร็จในธุรกิจอย่างยั่งยืนและมีความต้านทานเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงในตลาดและสภาพแวดล้อมภายนอก

2.2.2 อาหารริมบาทวิถี

2.2.2.1 ความหมายของอาหารริมบาทวิถี

อาหารริมบาทวิถี (Street food) หมายถึง อาหารที่จำหน่ายในแผงลอย จำหน่ายอาหารที่ตั้งริมฟุตบาทหรือริมบาทวิถี มีลักษณะเป็นแคร์ แแท่น โต๊ะ แผง รถเข็น หรือ พาหนะอื่นใดที่ขายอาหาร เครื่องดื่ม น้ำแข็ง โดยตั้งประจำที่ ในบริเวณที่ทางราชการอนุญาต ได้แก่ ที่ทางสาธารณะ ที่ราชพัสดุ ที่สาธารณประโยชน์ บริเวณวัด หรือที่ริมน้ำ ซึ่งอาจจะมีการจัดตั้งแบบถาวร หรือเคลื่อนย้ายได้ตาม ช่วงเวลาที่กำหนด (สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข, 2564) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้คำจำกัดความเกี่ยวกับอาหารริมบาทวิถีว่า เป็นอาหารหรือเครื่องดื่ม พร้อมรับประทาน มักขายอยู่ริมฟุตบาท อาจจะมีที่ให้นั่งรับประทานที่ร้าน หรือซื้อกลับไปรับประทานที่บ้าน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558) โดยอาหารริมบาทวิถีนี้ คือ รูปแบบของอาหารที่จะสะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมไทย และรูปแบบการปรุงอาหาร เพราะนักท่องเที่ยวสามารถเห็นกระบวนการการทำอาหารจានนั้น ๆ โดยส่วนใหญ่อาหารริมบาทวิถีนี้มีขั้นตอนการทำ รูปแบบ และรสชาติที่หลากหลาย ราคาอาหารไม่แพง ทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาตินิยมที่จะเพิ่มประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยการมาชิมรสชาติของอาหารและเรียนรู้ถึงวัฒนธรรมของอาหาร จุดเด่นของอาหารริมบาทวิถีที่ครองใจคนไทยและนักท่องเที่ยวจากทั่วทุกมุมโลกได้เป็นอย่างดี คือ ความสะดวก หาซื้อง่าย มีกระจายอยู่ทั่วทุกพื้นที่ (Sezgin, & Şanlıer, 2016; วรรัตน์ สานนท์ และกมลพร สวนทอง, 2561; เจริญชัย เอกมาไพศาล และณัฐสการณ ดีกาสโตร, 2561; วันนา ศุภผล และ เจริญชัย เอกมาไพศาล, 2562; โอปอล์ สุวรรณเมฆ และ อภิวรรณ กรมเมือง, 2562; ชัยนันต์ ไชยเสน, 2563)

แนวคิดอาหารริมบาทวิถี คือ การผสมผสานสนิยมและวัฒนธรรมของภูมิภาค ทำให้เกิดเมนูอาหารที่เน้นความเป็นธรรมชาติและพื้นบ้าน การใช้ส่วนผสมอาหารที่มีในพื้นที่ในการปรุงอาหารเป็นส่วนใหญ่ เช่น ผัก ผลไม้ ข้าว และสมุนไพร มีความหลากหลายในวิถีและวัฒนธรรมของแต่ละภูมิภาค เป็นที่นิยมในการท่องเที่ยวและเป็นที่น่าสนใจของคนที่ต้องการสัมผัสวัฒนธรรมและรสชาติของพื้นบ้านอย่างแท้จริง

2.2.2.2 เอกลักษณะร้านอาหารริมบาทวิถี

พิชญ บางเขียว (2565) กล่าวถึงเอกลักษณ์ของร้านอาหารริมบาทวิถีว่า ร้านอาหารริมบาทวิถีมีลักษณะเป็นร้านอาหารขนาดเล็ก ตั้งแต่รถเข็นไปจนถึงหาบเร่ที่ตั้งอยู่ตามมุมถนนหรือในศูนย์การค้าที่ให้จัดตั้งร้านได้และเข้าถึงได้ง่าย โดยอาหารริมบาทวิถี ถือเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวอย่างหนึ่งที่มีความสำคัญ

ทางด้านสังคมวัฒนธรรม และเศรษฐกิจ อีกทั้งยังเป็นตัวสะท้อนถึงวัฒนธรรมอาหารในพื้นที่นั้น ๆ โดยเฉพาะในประเทศไทยที่อาหารริมทางถือเป็นตัวเลือกอย่างหนึ่งเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนที่ไม่มีเวลาหรือไม่สามารถทำอาหารรับประทานเองได้ ยิ่งไปกว่านั้นด้วยรสชาติของอาหารที่หลากหลายและมีความอร่อยรวมถึงราคาที่จับต้องได้ จึงทำให้อาหารริมบาทวิถีเป็นที่นิยมในกลุ่มคนท้องถิ่นตลอดจนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ผลิตภัณฑ์อาหารริมบาทวิถีสามารถนำไปใช้ในการพัฒนารูปแบบ (Design) เพิ่มเรื่องราว (Story Telling) และสร้างเป็นเอกลักษณ์ (Identity) ได้ 4 มิติ ดังนี้ 1) มิติด้านเศรษฐกิจ อาหารริมบาทวิถีเป็นอาหารที่ก่อให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจทั้งในระดับฐานรากในชุมชนจากแหล่งต้นน้ำ วัตถุดิบ ในภาคการผลิตสู่ภาคบริการในการขนส่ง การซื้อขายสินค้า ภาคอุตสาหกรรมครัวเรือนใน การปรุงประกอบ และจำหน่ายอาหารเข้าสู่ภาคบริการแก่คนในสังคมเมืองและ ภาคการท่องเที่ยว ดังนั้น หากมีการกำหนดประเภทของอาหารที่ขายอาหาร จานด่วนสำหรับคนทำงานในเมืองหรืออาหารท้องถิ่นเฉพาะ เพื่อสร้างเอกลักษณ์อาหารสำหรับนักท่องเที่ยวและคนท้องถิ่น ด้วยแนวคิดในการวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า (Segment) ที่ชัดเจนในแต่ละสถานที่ การแบ่งพื้นที่ (Zoning) เพื่อวางประเภทของอาหารที่สนองความต้องการกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มอย่างทั่วถึงและเป็น การเพิ่มยอดซื้อ 2) มิติด้านวัฒนธรรม อาหารริมบาทวิถีเป็นสินค้าที่สามารถแสดงศิลปะการทำอาหาร และรูปลักษณ์ที่ดึงดูดใจในการบริโภค โดยเฉพาะอาหารท้องถิ่นถือเป็นเสน่ห์ที่ผู้บริโภคต้องใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 3 คือ รูป รส กลิ่น ซึ่งมีผลต่อการออกแบบขนาดชิ้นของอาหาร และหีบห่อบรรจุภัณฑ์ (Package) ตัวอย่างที่โดดเด่น คือ อาหารญี่ปุ่นที่มีความพิถีพิถันในเรื่องนี้มาก จึงควรที่จะใส่ใจในรายละเอียดและออกแบบอาหารริมบาทวิถีให้ดึงดูดใจ รวมทั้งสามารถซื้ออาหารกลับไปบริโภคได้ด้วยคุณภาพและรสชาติคงเดิม 3) มิติด้านสังคม อาหารริมบาทวิถีที่มีจำหน่ายอยู่ในปัจจุบันส่วนใหญ่ยังขายอาหารจานด่วนทั่วไป เนื่องจากเป็นอาหารจานเด่นที่มีคนกล่าวถึงและเป็นที่ยอมรับทั่วไปแบบปากต่อปากหรือในโลกอินเทอร์เน็ต ที่มีหลากหลายแต่บางชนิดขึ้นอยู่กับความสามารถในการปรุง การประกอบอาหารของแต่ละคน (Chefs) หรือร้านอาหารบางแห่งที่มีสูตรลับถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นเท่านั้น 4) มิติด้านสุขภาพ เป็นหัวใจสำคัญของผลิตภัณฑ์อาหารริมบาทวิถี โดยกำหนดมาตรการในการส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้ประกอบการค้าอาหารมีความรู้ และปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐานร้านอาหารของกรมอนามัย อาหารสะอาด รสชาติอร่อย (Clean Food Good Taste : CFGT) รวมทั้งมาตรการทางกฎหมาย ตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 และที่ปรับปรุงเพิ่มเติม สภาพของร้านอาหารริมบาทวิถียังไม่สามารถดำเนินงานได้มาตรฐานครบถ้วนตามเกณฑ์อย่างยั่งยืน ด้วยข้อจำกัดด้านสถานที่ตั้งและอุปกรณ์ที่จำกัดที่อาจก่อให้เกิด ความไม่สะอาดของอาหาร การปกปิดอาหารจากแมลง ฝุ่นละออง ควั่นรถ และปัญหาจากการปฏิบัติตัวของผู้ประกอบการค้าปฏิบัติไม่ถูกต้องตามเกณฑ์อย่างสม่ำเสมอ กำหนดให้ร้านอาหารริมบาทวิถีปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐาน เพื่อสร้างภาพลักษณ์ความเชื่อมั่น และป้องกันผลกระทบที่เกิดจากการติดต่อหรือแพร่กระจายโรค (ธมนวรรณ อินทรทัต, 2563)

2.2.2.3 ขั้นตอนการจัดการอาหารริมบาทวิถี

ขั้นตอนการจัดการอาหารริมบาทวิถี ประกอบด้วย 7 ขั้นตอน ดังนี้ 1) ศึกษาและเสริมสร้างความรู้ ศักยภาพและวัฒนธรรมของภูมิภาคที่ต้องการ รวมถึงเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นและส่วนประกอบของอาหาร 2) เสริมสร้างความคุ้นเคยกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ติดต่อกับชุมชนท้องถิ่นและบุคคลที่มีความรู้ใน

เรื่องอาหารริมบาทวิถี เพื่อเรียนรู้และเข้าใจขั้นตอนการทำอาหารและพิธีกรรมที่เกี่ยวข้อง 3) ตัดสินใจเกี่ยวกับเมนู เลือกเมนูอาหารที่เป็นที่นิยมและน่าสนใจของภูมิภาคที่ศึกษา ในการเลือกเมนูควรคำนึงถึงส่วนผสมอาหารท้องถิ่นที่ใช้ในเมนูนั้น ๆ 4) รวบรวมสูตรอาหารและข้อมูลเกี่ยวกับเมนูอาหารริมบาทวิถีที่น่าสนใจของท้องถิ่นนั้น 5) ทดลองทำอาหารตามสูตรที่รวบรวมมา และทำการปรับปรุงตามความพึงพอใจและรสชาติของคนที่ต้องการรับประทาน 6) นำอาหารริมบาทวิถีที่ทำเสร็จแล้วให้กับประชาชนในพื้นที่หรือผู้ที่สนใจอาหารท้องถิ่น ให้พวกเขามีโอกาสรับประทานและสัมผัสวิถีท้องถิ่นของภูมิภาคนั้น และ 7) ส่งเสริมและสนับสนุนส่งเสริมการรับรู้และสนใจในอาหารริมบาทวิถีผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น การแสดงอาหารท้องถิ่นในงานอาหาร การประชาสัมพันธ์ผ่านทางออนไลน์ หรือการร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารริมบาทวิถี

การจัดการอาหารริมบาทวิถีนี้เป็นการรับรู้และสืบทอดวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านอาหาร และเป็นสิ่งที่สามารถสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่หลากหลายและสนุกสนานได้ในการรู้จักวิถีและความเป็นอยู่ของชุมชนท้องถิ่นอย่างใกล้ชิด ทำให้การเข้าใจและเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับอาหารริมบาทวิถีกลายเป็นประสบการณ์ที่น่าทึ่งและอยู่ในแนวทางที่ดีสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2.2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พิชญ บางเขียว (2565) อาหารริมบาทวิถีฝั่งธนบุรี: การเปลี่ยนแปลงของสังคมเมืองเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาอาหารริมบาทวิถีในย่านฝั่งธนบุรีซึ่งเป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงอาหารประจำพื้นที่ที่สามารถยกระดับคุณภาพชีวิต ส่งเสริมเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนยิ่งขึ้น ใน 6 ประเด็น ประกอบด้วย บทบาทของอาหารริมบาทวิถีในประเทศไทย แนวคิดเกี่ยวกับอาหารริมบาทวิถี ลักษณะของอาหารริมบาทวิถี เอกลักษณ์ของอาหารริมบาทวิถี อาหารริมบาทวิถี วิถีวัฒนธรรมย่านฝั่งธนบุรี และแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถของร้านอาหารริมบาทวิถีเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ผลการศึกษาพบว่า อาหารริมบาทวิถี ถือเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่มีความสำคัญทางด้านสังคมวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ ที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีวัฒนธรรมท้องถิ่นและเป็นตัวชี้วัดซึ่งแสดงให้เห็นรูปแบบของสังคมและการดำเนินชีวิตของผู้คนในย่านฝั่งธนบุรีที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งมิติด้านเศรษฐกิจ มิติด้านสังคม มิติด้านวัฒนธรรม และมิติด้านสุขภาพอาหารริมบาทวิถี

ชนบท บัวหลวง (2564) ศึกษาเรื่อง นโยบายสาธารณะ: การพัฒนารูปแบบการจัดการอาหารริมบาทวิถี โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนจังหวัดลพบุรี การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Study) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันของอาหารริมบาทวิถีและพัฒนารูปแบบเชิงนโยบายสาธารณะอย่างมีส่วนร่วมในการจัดการอาหารริมบาทวิถีจังหวัดลพบุรี เป็นการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างคัดเลือกแบบเจาะจง จำนวน 32 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย การสังเกต การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม โดยมีการพัฒนาศักยภาพคณะทำงาน สร้างการรับรู้ สถานการณ์ปัญหา กระตุ้นชุมชนให้เกิดความตื่นตัวเพื่อพัฒนาระบบการนโยบายสาธารณะ ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพปัจจุบันอาหารริมบาทวิถีจังหวัดลพบุรี ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการไม่ได้รับการสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์และการอบรมด้านสุขาภิบาลอาหารจากภาครัฐ รวมทั้งการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ด้านสุขลักษณะที่ไม่ถูกต้อง ตลอดจนยังไม่มีส่วนร่วมในการพัฒนาร้านอาหารริมบาทวิถี 2) การพัฒนานโยบายสาธารณะอย่างมีส่วนร่วมในการจัดการอาหารริมบาท

วิถีจังหวัดลพบุรี ประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่ (1) มิติด้านสุขภาพโดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นจุดศูนย์กลาง จัดแผนพัฒนา จัดตั้งกลุ่มของผู้ประกอบการ จัดบริการและสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ ตลอดจนปรับปรุงเทศบัญญัติ (2) มิติด้านเศรษฐกิจ มีคณะทำงานแบบบูรณาการและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน (3) มิติด้านสังคมมีจุดบริการข้อมูลและระบบรักษาความปลอดภัย (4) มิติด้านวัฒนธรรม มีการจำหน่ายอาหารพื้นบ้านและการแต่งกายประจำถิ่น และได้นำนโยบายสาธารณะสู่การปฏิบัติ ประกอบด้วย 7 โครงการ ได้แก่ โครงการที่ชมรมผู้ประกอบการดำเนินการด้วยตนเอง 3 โครงการ และ โครงการที่หน่วยงานและองค์กรในพื้นที่ร่วมกันดำเนินงานจำนวน 4 โครงการ โดยผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการขับเคลื่อนอาหารปลอดภัยจังหวัดลพบุรี ปี 2563

ชัยนันต์ ไชยเสน (2563) ศึกษาเรื่อง อาหารริมทางภูเก็ต: รูปแบบอาหารริมทางและวิถีสร้างสรรค์เสน่ห์เพื่อการท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบอาหารริมทางและวิถีสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดภูเก็ต การศึกษาพบว่า จังหวัดภูเก็ตต้องพัฒนาอาหารริมทางให้มีเสน่ห์และอัตลักษณ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งผู้ประกอบการต้องมีความเข้าใจและวางแผนการจัดการ โดยใช้รูปแบบ “STREET FOODS Model” ประกอบด้วย Sanitation and Safety (ความสะอาดและปลอดภัย) Taste (รสชาติ) Research and Innovation (การค้นคว้าและนวัตกรรม) Exceed to Service (ความประทับใจด้านการบริการ) Environmental Friendly (เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม) Thainess (เอกลักษณ์ความเป็นไทย) Food Identity (เอกลักษณ์ด้านอาหาร) Online Marketing (การใช้สื่อการตลาดออนไลน์) Organize (การบริหารจัดการ) Do it (ลงมือปฏิบัติ) และ Supporting (การสนับสนุน) และภาครัฐควรให้การสนับสนุนอย่างเป็นระบบและกำกับดูแลให้เป็นไปตามมาตรฐานบริการอาหารริมทางเพื่อการท่องเที่ยว ยกกระดับมาตรฐานการให้บริการและสร้างเสน่ห์ให้อาหารริมทางภูเก็ตพัฒนาควบคู่ไปกับภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวระดับโลกและเมืองอาหารเชิงสร้างสรรค์

วริรัตน์ สุนทรสุข (2563) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาคุณภาพอาหารริมบาทวิถีแบบวิถีชีวิตใหม่ โดยการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายจังหวัดกำแพงเพชร มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบอาหารริมบาทวิถีแบบวิถีชีวิตใหม่ โดยการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายจังหวัดกำแพงเพชร ผู้ให้ข้อมูลได้แก่ ผู้ประกอบการจำนวน 5 คน เจ้าหน้าที่สำนักงานเทศบาลเมืองจำนวน 5 คน บุคลากรโรงพยาบาลกำแพงเพชรจำนวน 1 คน และบุคลากรสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดจำนวน 4 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย แบบประเมินมาตรฐานอาหารริมบาทวิถี แบบประเมินอาหารริมบาทวิถีปลอดภัยโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 แบบประเมินความรู้ด้านสุขาภิบาลอาหารและแบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและวิเคราะห์เนื้อหาและเปรียบเทียบก่อนดำเนินการและหลังดำเนินการ โดยใช้ Exact Mc Nemar test ผลการศึกษาพบว่า ก่อนดำเนินการ ตลาดต้นโพธิ์ไม่มีรูปแบบการดำเนินงานพัฒนาอาหารริมบาทวิถีที่ชัดเจน ขาดการมีส่วนร่วมจากภาคีเครือข่าย ไม่มีแผนการพัฒนาอาหารริมบาทวิถี แผงลอยจำหน่ายอาหารได้มาตรฐานอาหารสะอาด รสชาติอร่อย ร้อยละ 10.6 และไม่มีมาตรการป้องกันและควบคุมโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จากการนำรูปแบบการพัฒนาคุณภาพอาหารริมบาทวิถีแบบวิถีชีวิตใหม่ โดยการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่าย จังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งมีแนวคิดในการพัฒนาโดยการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการค้าอาหารและภาคีเครือข่ายไปทดลองใช้ ทำให้

เกิดการพัฒนาคูณภาพอาหารริมบาทวิถี 4 มิติ และอาหารริมบาทวิถีปลอดภัยปลอดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จากระดับพื้นฐานเป็นระดับดี แผลงลอยจำหน่ายอาหาร ได้มาตรฐานอาหารสะอาด รสชาติอร่อย ร้อยละ 36.2 ความรู้ด้านสุขาภิบาลอาหารของผู้ประกอบการค้าอาหาร ก่อนดำเนินการและหลังดำเนินการอยู่ในระดับสูง จากร้อยละ 51.1 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 93.6 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value}=0.031$) ประชาชนผู้บริโภค พบว่า มีส่วนร่วมในมาตรการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 คือ สวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัยทุกคน ลงทะเบียนหรือใช้แอปพลิเคชันและตรวจวัดอุณหภูมิร่างกายที่จุดคัดกรอง การเว้นระยะห่างระหว่างบุคคล และมีความพึงพอใจที่ตลาดมีการปรับปรุงพัฒนาด้านความสะอาด ความเป็นระเบียบและมีมาตรการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่ชัดเจน ข้อเสนอแนะคือ ควรนำรูปแบบการพัฒนาอาหารริมบาทวิถีแบบวิถีชีวิตใหม่โดยการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายไปขยายผลในพื้นที่อาหารริมบาทวิถีอื่นของจังหวัด กำแพงเพชรต่อไป

ฐิติพัฒน์ ภาคพรต (2562) ศึกษาเรื่อง แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาร้านอาหารริมทางในแหล่งท่องเที่ยว ที่เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยการเลือกบริโภคอาหารริมทาง และพฤติกรรมการบริโภคอาหารริมทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และเพื่อพัฒนาแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาร้านอาหารริมทาง ในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย ด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการเลือกบริโภคอาหารริมทางของนักท่องเที่ยวมาจากการโปรโมชันส่วนลดอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.60 มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารจะคำนึงถึงรสชาติของอาหารอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.68 โดยนักท่องเที่ยวระดับสูงที่ร้านอาหารริมทางควรปรับปรุงแก้ไขที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรก ได้แก่ ความสะอาดและสุขอนามัย ส่วนแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาร้านอาหารริมทางในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวต่างชาติ แบ่งเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยการเลือกบริโภคอาหารริมทาง พฤติกรรมการเลือกบริโภคอาหารริมทาง มีผลการประเมินแนวทางจากผู้เชี่ยวชาญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.71

อัมพร จันทวิบูลย์ และสง่า ตามาพงษ์ (2562) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาอาหารริมบาทวิถีของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อหารูปแบบการดำเนินงานอาหารริมบาทวิถีของประเทศไทย ที่บูรณาการการดำเนินงานระหว่างภาคีเครือข่ายผู้เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ผลการวิจัยนำไปสู่การออกแบบแนวทางการดำเนินงานอาหารริมบาทวิถีดังนี้ ในระดับชุมชนให้คำนึงถึงโครงสร้างของการดำเนินงาน 4 ด้านได้แก่ ด้านสิ่งของ รวมทั้งสถานที่และวัสดุอุปกรณ์ ด้านคน ด้านเงิน และด้านระบบงาน ในระดับเมืองให้มุ่งพัฒนาตามแนวคิด “เมืองน่าอยู่” ขององค์การอนามัยโลก โดยแนวทางการดำเนินงานอาหารริมบาทวิถีนี้ ควรนำไปประยุกต์ในการดำเนินงาน เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่และสนับสนุนการท่องเที่ยวของประเทศไทย ได้อย่างยั่งยืนในทุกจังหวัดตามนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาลในปี พ.ศ. 2563

โอปอล์ สุวรรณเมฆ และ อภิวรรณ กรมเมือง (2562) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีในกรุงเทพมหานคร ทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงร้านอาหารริมบาทวิถีซึ่งถือเป็นธุรกิจหนึ่งที่มี

ความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของคนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ให้สามารถแข่งขันกับธุรกิจอาหารประเภทอื่น ๆ และรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพธุรกิจในปัจจุบันได้ โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นประชากรที่อาศัยและทำงานในกรุงเทพมหานคร เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 384 คน ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก วิเคราะห์ผลการศึกษาค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปร ประกอบด้วยความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) ผลที่ได้จากการศึกษาทำให้ทราบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคจากร้านอาหารริมบาทวิถีในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบไปด้วย 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านความสะดวกในการเข้าถึง และรสชาติอาหาร ขณะที่ปัจจัยด้านความมีสุขลักษณะที่ดี ราคา และสารอาหารที่ได้รับ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01ว่าส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี



ตารางที่ 2.2 สรุปข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบและคู่มือการใช้รูปแบบนวัตกรรมการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี

ผู้ศึกษา/ปี	ชื่อเรื่อง/วิธีการ	วัตถุประสงค์/กลุ่มตัวอย่าง	ผลการศึกษา
พิชญ บางเขี้ยว (2565)	อาหารริมบาทวิถีฝั่งธนบุรี: การเปลี่ยนแปลงของสังคม เมืองเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน	ศึกษาอาหารริมบาทวิถีในย่านฝั่ง ธนบุรี ซึ่งเป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่ง ที่สะท้อนให้เห็นถึงอาหารประจำ พื้นที่ที่สามารถ ยกระดับคุณภาพชีวิต ส่งเสริม เศรษฐกิจและการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืนยิ่งขึ้น	อาหารริมบาทวิถี ถือเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่มีความสำคัญทางด้านสังคม วัฒนธรรมและเศรษฐกิจ ที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีวัฒนธรรมท้องถิ่นและเป็น ตัวชี้วัดแสดงให้เห็นรูปแบบของสังคมและการดำเนินชีวิตของผู้คนในย่านฝั่ง ธนบุรีที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสุขภาพ อาหารริมบาทวิถีเป็นพัฒนาการของการขายอาหารที่ตอบสนองวิถีชีวิตและ วัฒนธรรมการกินอาหารของสังคมเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขายตัวทาง เศรษฐกิจที่ทำให้ผู้คนต้องเร่งรีบในการดำเนินชีวิต ส่งผลให้เกิดร้านอาหารริม บาทวิถีจำนวนมาก ทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ และตอบสนองความ ต้องการของผู้คนจำนวนมากในสังคมรวมไปถึงนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและ ชาวต่างชาติที่ชื่นชอบในรสชาติและวัฒนธรรมการกินอาหารของคนไทย จำเป็นที่ภาครัฐและเอกชนต้องส่งเสริมสนับสนุน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถ และพัฒนาอาหารริมบาทวิถีให้เปรียบเสมือนครัวรุ่งอาหารที่มีคุณภาพให้แก่ ประชากรในสังคมเมืองเพื่อให้ร้านอาหารริมบาทวิถีเป็นรากฐานของการดำรง วิถีวัฒนธรรมของคนในย่านฝั่งธนบุรี และเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของ สังคมไทยที่ควรพัฒนาให้เกิดความยั่งยืน
ชนบท บัวหลวง (2564)	นโยบายสาธารณะ : การ พัฒนารูปแบบการจัดการ อาหารริมบาทวิถี โดยการมี	ศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันของ อาหารริมบาทวิถี และพัฒนา รูปแบบเชิงนโยบายสาธารณะอย่าง	1) สภาพปัจจุบันอาหารริมบาทวิถีจังหวัดลพบุรีส่วนใหญ่ผู้ประกอบการไม่ได้ รับการสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์และการอบรมด้านสุขาภิบาลอาหารจากภาครัฐ รวมทั้งการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ด้านสุขลักษณะที่ไม่ถูกต้อง ตลอดจนยังไม่มี ส่วนร่วมในการพัฒนาร้านอาหารริมบาทวิถี 2) พัฒนานโยบายสาธารณะอย่าง

ผู้ศึกษา/ปี	ชื่อเรื่อง/วิธีการ	วัตถุประสงค์/กลุ่มตัวอย่าง	ผลการศึกษา
	ส่วนร่วมของชุมชน จังหวัดลพบุรี	มีส่วนร่วมในการจัดการอาหารริมบาทวิถีจังหวัดลพบุรี	มีส่วนร่วมในการจัดการอาหารริมบาทวิถีจังหวัดลพบุรี ประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่ มิติด้านสุขภาพโดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นจุดศูนย์กลาง จัดแผนพัฒนา จัดตั้งกลุ่มของผู้ประกอบการ จัดบริการและสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ ตลอดจนปรับปรุงเทศบัญญัติ มิติด้านเศรษฐกิจ มีคณะทำงานแบบบูรณาการ และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน มิติด้านสังคมมีจุดบริการข้อมูล และระบบรักษาความปลอดภัย และ มิติด้านวัฒนธรรม มีการจำหน่ายอาหารพื้นบ้านและการแต่งกายประจำถิ่น และได้นำนโยบายสาธารณะสู่การปฏิบัติ ประกอบด้วย 7 โครงการ
ชัยนันต์ ไชยเสน (2563)	อาหารริมทางภูเก็ต: รูปแบบอาหารริมทางและวิถีสร้างสรรค์เส้นห์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดภูเก็ต	พัฒนารูปแบบอาหารริมทางและวิถีสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดภูเก็ต	จังหวัดภูเก็ตต้องพัฒนาอาหารริมทางให้มีเสน่ห์และอัตลักษณ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งผู้ประกอบการต้องมีความเข้าใจและวางแผนการจัดการ โดยใช้รูปแบบ “STREET FOODS Model” ประกอบด้วย Sanitation and Safety (ความสะอาดและปลอดภัย) Taste (รสชาติ) Research and Innovation (การค้นคว้าและนวัตกรรม) Exceed to Service (ความประทับใจด้านการบริการ) Environmental Friendly (เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม) Thainess (เอกลักษณ์ความเป็นไทย) Food Identity (เอกลักษณ์ด้านอาหาร) Online Marketing (การใช้สื่อการตลาดออนไลน์) Organize (การบริหารจัดการ) Do it (ลงมือปฏิบัติ) และ Supporting (การสนับสนุน)
วรวิรัตน์ สุข (2563)	การพัฒนาคุณภาพอาหารริมบาทวิถีแบบวิถีชีวิตใหม่ โดยการมีส่วนร่วมของภาคี	พัฒนารูปแบบอาหารริมบาทวิถีแบบวิถีชีวิตใหม่ โดยการมีส่วนร่วมของภาคี	การนำรูปแบบการพัฒนาคุณภาพอาหารริมบาทวิถีแบบวิถีชีวิตใหม่ โดยการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่าย จังหวัดกำแพงเพชร ไปทดลองใช้ ทำให้เกิดการพัฒนาคูณภาพอาหารริมบาทวิถี 4 มิติ และอาหารริมบาทวิถีปลอดภัยติดเชื้อ

ผู้ศึกษา/ปี	ชื่อเรื่อง/วิธีการ	วัตถุประสงค์/กลุ่มตัวอย่าง	ผลการศึกษา
	เครือข่ายจังหวัด กำแพงเพชร/การวิจัยเชิง คุณภาพ	ของภาคีเครือข่ายจังหวัด กำแพงเพชร/ผู้ประกอบการ 5 คน เจ้าหน้าที่สำนักงานเทศบาลเมือง 5 คน บุคลากรโรงพยาบาล กำแพงเพชร 1 คน และสำนักงาน สาธารณสุขจังหวัด 4 คน	ไวรัสโคโรนา 2019 จากระดับพื้นฐานเป็นระดับดี แผงลอยจำหน่ายอาหาร ได้ มาตรฐานอาหารสะอาด รสชาติอร่อย ร้อยละ 36.2 ความรู้ด้านสุขาภิบาล อาหารของผู้ประกอบการค้าอาหาร ก่อนและหลังดำเนินการอยู่ในระดับสูงจาก ร้อยละ 51.1 เป็นร้อยละ 93.6 ประชาชนมีส่วนร่วมในมาตรการป้องกันโรคติด เชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และมีความพึงพอใจที่ตลาดมีการปรับปรุงพัฒนาด้าน ความสะอาด ความเป็นระเบียบและมีมาตรการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่ชัดเจน
ฐิติพัฒน์ ภาค พรต (2562)	แนวทางการส่งเสริมและ พัฒนาร้านอาหารริมทางใน แหล่งท่องเที่ยว ที่เป็นที่ยินยอม ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ/ เชิงปริมาณ	ศึกษาปัจจัยการเลือกบริโภค พฤติกรรมการบริโภคอาหารริมทาง ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และ พัฒนาแนวทางการส่งเสริมและพัฒนา ร้านอาหารริมทาง ในแหล่ง ท่องเที่ยวที่เป็นที่ยินยอมของ นักท่องเที่ยวต่างชาติ/นักท่องเที่ยว 400 ราย	ปัจจัยการเลือกบริโภคอาหารริมทางของนักท่องเที่ยวมาจากการโปรโมชัน ส่วนลดมากที่สุด พฤติกรรมการบริโภคอาหารคำนึงถึงรสชาติของอาหาร โดย สิ่งที่ยังร้านอาหารริมทางควรปรับปรุงแก้ไขที่มีความสำคัญอันดับแรก คือ ความ สะอาดและสุขอนามัย แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาร้านอาหารริมทางใน แหล่งท่องเที่ยว แบ่งเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยการเลือกบริโภคอาหารริมทาง และพฤติกรรมการเลือกบริโภคอาหารริมทาง
อัมพร จัน ทวิบูลย์ และ สง่า ดามาพงษ์ (2562)	การพัฒนาอาหารริมบาทวิถี ของประเทศไทย มี วัตถุประสงค์เพื่อหารูปแบบ การดำเนินงานอาหารริม		แนวทางการดำเนินงานอาหารริมบาทวิถี 4 ด้านได้แก่ ด้านสิ่งของรวมสถานที่ และวัสดุอุปกรณ์ ด้านคน ด้านเงิน และด้านระบบงาน ในระดับเมืองให้มุ่ง พัฒนาตามแนวคิด “เมืองน่าอยู่” ขององค์การอนามัยโลก

ผู้ศึกษา/ปี	ชื่อเรื่อง/วิธีการ	วัตถุประสงค์/กลุ่มตัวอย่าง	ผลการศึกษา
	บาทวิถีของประเทศไทย/ การวิจัยเชิงปริมาณ		
โอปอล์ สุวรรณ เม ช และ อภิวรรณ กรม เมือง (2562)	ปัจจัยที่มีผลต่อความพึง พอใจในการบริโภคอาหาร ริ ม บ า ท วิ ธี ใน เ ช ต กรุงเทพมหานคร	วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึง พอใจในการบริโภคอาหารริมบาท วิถีในกรุงเทพมหานคร/ผู้อาศัยและ ทำงานในกรุงเทพฯ 384 คน	ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารจากร้านอาหารริมบาทวิถีเขต กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านความสะดวกในการ เข้าถึง และรสชาติอาหาร ในขณะที่ปัจจัยด้านความมีสุขลักษณะที่ดี ราคา และ สารอาหารที่ได้รับ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ว่าส่งผลต่อความพึง พอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี



2.3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่ 3 การพัฒนาอาหารท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เชื่อมโยงธุรกิจอาหารริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ประกอบด้วย

- 2.3.1 การท่องเที่ยวเชิงอาหาร
- 2.3.2 อัตลักษณ์วัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น
- 2.3.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3.1 การท่องเที่ยวเชิงอาหาร

2.3.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

วุฒิชัย กฤษณะประกรกิจ (2560) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารว่า หมายถึง การเรียนรู้ประสบการณ์อาหารเฉพาะถิ่นเพื่อสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณี ที่สืบสานตกทอดเป็นมรดกอาหาร Wolf (2002) ให้ความหมายว่า เป็นการเดินทางท่องเที่ยวสำหรับค้นหาและชื่นชมอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ และ Hall et al. (2003) ให้ทัศนะว่า เป็นการเดินทางไปในพื้นที่เพื่อการพักผ่อน การชมอาหาร ชมงานเทศกาลอาหาร รวมถึงการชิมผลิตภัณฑ์อาหารในพื้นที่นั้น ๆ การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวเพื่อซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งสอดคล้องกับองค์การท่องเที่ยวโลก ที่ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงอาหารว่า เป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นและกำลังพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ โดยมากกว่า 1 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไปกับอาหาร ดังนั้น อาหารจึงเป็นจุดหมายปลายทาง และเป็นส่วนสำคัญของประสบการณ์ที่มีคุณภาพในการเดินทาง (WTO, 2012) เช่นเดียวกับที่กอบกาญจน์ วัฒนวรางกูร (2560) ได้กล่าวถึงแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ว่าเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการสร้างรายได้และมูลค่าเพิ่ม หากพิจารณาคำว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในมุมมองของ Food Tourism พบว่ามีผู้ให้ความหมายไว้สอดคล้องกัน โดย Hall & Sharples (2003) ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารในมุมมองนี้ หมายถึง การเดินทางไปเยี่ยมชมยังแหล่งของผู้ผลิตอาหารระดับปฐมภูมิ (primary food producer) และผู้ผลิตอาหารระดับทุติยภูมิ (secondary food producer) เทศกาลอาหาร ภัตตาคารหรือสถานที่ที่จัดขึ้นเฉพาะเพื่อการชิมอาหารหรือการมีประสบการณ์เกี่ยวกับอาหารในแหล่งนั้น โดยมีอาหารเป็นแรงจูงใจระดับปฐมภูมิที่ดึงดูดให้เดินทางไป สอดคล้องกับ Henderson (2009) ที่กล่าวว่า อาหารเป็นสิ่งดึงดูดหลักและเป็นแรงจูงใจระดับปฐมภูมิ ที่นำเสนอความเพลินเพลิน ความบันเทิง และสื่อถึงวัตถุประสงค์ทางสังคม บ่งบอกถึงวิถีชีวิตได้อย่างลึกซึ้ง ช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้าใจในความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมของตนและวัฒนธรรมของสถานที่นั้น และยังเป็นการเดินทางเพื่อเสาะหาประสบการณ์และบริโภคอาหารท้องถิ่น (local cuisine) ซึ่งแต่ละจุดหมายปลายทางต่างเผยแพร่อาหารท้องถิ่นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปเยือน (Levitt et al., 2017) ในขณะที่ Everett & Aitchison (2008) ให้ความหมายว่า คือ การเดินทางเข้าไปยังแหล่งดึงดูดใจทางด้านการท่องเที่ยว เพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอาหาร เช่น เส้นทางอาหาร งานหรือเทศกาลอาหาร ซึ่งนักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับอาหารมากกว่าเพื่อการยังชีพ โดยอาหารถือเป็นสิ่งประดิษฐ์ทางวัฒนธรรม รวมทั้งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบเฉพาะหรือการท่องเที่ยวทางเลือกรูปแบบหนึ่งโดยนำอาหารท้องถิ่นที่แสดงถึงอัตลักษณ์และวัฒนธรรมของภูมิภาคเป็นเครื่องมือในการสร้างภาพลักษณ์

สร้างประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว สร้างข้อได้เปรียบด้านการแข่งขัน และก่อให้เกิดการพัฒนาจุดหมายปลายทางอย่างยั่งยืน การเดินทางเข้ามายังจุดหมายปลายทางโดยมีอาหารหรือไวน์เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ซึ่งอาหาร สื่อให้เห็นถึงวัฒนธรรมของท้องถิ่น เป็นสื่อประชาสัมพันธ์และเป็นองค์ประกอบของระบบเกษตรกรรมและการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นและภูมิภาค Rand, & Heath (2006) และ Gendzheva (2014) สรุปว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นการเดินทางโดยมีอาหาร/เทคโนโลยี/ผลิตภัณฑ์/กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับอาหาร เป็นแรงจูงใจระดับปฐมภูมิและทุติยภูมิให้เกิดการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางสรุปการท่องเที่ยวงานอาหาร หมายถึง

2.3.2 อັตลัษณ์ของอาหารท้องถิ่น

อັตลัษณ์ของอาหารท้องถิ่น เป็นลักษณะเฉพาะของอาหารถิ่นที่แตกต่างจากอาหารท้องถิ่นอื่น โดยแต่ละจุดหมายปลายทางสามารถนำอັตลัษณ์อาหารมาใช้เป็นจุดแข็งเพื่อพัฒนาให้เป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน สร้างการรับรู้และมอบประสบการณ์ที่น่าจดจำให้แก่ักท่องเที่ยว อาหารท้องถิ่นจึงถือเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในปัจจุบัน เพราะักท่องเที่ยวต่างต้องการประสบการณ์ที่มีความแปลกใหม่ มีคุณค่า และแสดงถึงอັตลัษณ์ของพื้นที่ได้เป็นอย่างดี (Fox, 2007; Harrington, 2015; Horng, & Tsai, 2012) การพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกับอาหาร จึงจำเป็นต้องค้นหาอັตลัษณ์ของอาหารท้องถิ่นของตน และนำเสนอเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่บ่งบอกถึงอັตลัษณ์ของพื้นที่ได้ โดย Harrington (2015) กล่าวว่า อັตลัษณ์อาหารท้องถิ่นมี 2 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิประเทศ ภูมิอากาศ ส่งผลต่อผลผลิตทางการเกษตรที่เป็นวัตถุดิบหลักของอาหารท้องถิ่นและส่งผลต่อขีดความสามารถในการผลิตอาหารท้องถิ่นให้เพียงพอกับความต้องการของคนในท้องถิ่นและักท่องเที่ยวในฤดูกาลต่าง ๆ 2) องค์ประกอบด้านวัฒนธรรม (Cultural) เกี่ยวข้องกับศาสนา ประวัติศาสตร์ ความหลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์ นวัตกรรม ความเชื่อ ประเพณี ค่านิยม มีอิทธิพลต่ออັตลัษณ์อาหารท้องถิ่น วัฒนธรรมการรับประทานอาหารของคนในท้องถิ่นจึงถูกถ่ายทอดผ่านการเล่าเรื่องราวและที่มาของอาหารที่เสนอขายแก่ักท่องเที่ยว ซึ่งช่วยส่งเสริมให้ักท่องเที่ยวสามารถจดจำอັตลัษณ์ของพื้นที่ได้ อັตลัษณ์ของอาหารท้องถิ่นแต่ละพื้นที่จะต้องมีองค์ประกอบบางประการที่ทำให้อาหารท้องถิ่นมีความโดดเด่นกว่าอาหารในพื้นที่อื่น ได้แก่ ส่วนประกอบ เนื้อสัมผัส รสชาติ การเลือกใช้วัตถุดิบในการปรุง เทคนิคพิเศษในการปรุง ตลอดจนวิธีการทำอาหารท้องถิ่นที่ได้สืบทอดกันมาจากบรรพบุรุษ ในขณะที่ Danhi (2003) อธิบายว่า ปัจจัยที่ทำให้อาหารท้องถิ่นมีอັตลัษณ์เฉพาะประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ได้แก่ ลักษณะทางภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ ความหลากหลายของชาติพันธุ์ วัฒนธรรมการรับประทานอาหาร รสชาติ และสูตรเฉพาะท้องถิ่น ในขณะที่สุณี ศักดาเดช (2549) ได้อธิบายเพิ่มเติมในประเด็นนี้ว่า อັตลัษณ์ของอาหารท้องถิ่นมี 9 ปัจจัย ได้แก่

1. วัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหาร เป็นวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นทั้งพืชและสัตว์ ซึ่งอาจเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติหรือผลิตขึ้นโดยการเพาะปลูก เลี้ยงสัตว์ แล้วนำมาปรุงอาหารในชีวิตประจำวัน วัตถุดิบบางชนิดมีเฉพาะในท้องถิ่นนั้น ๆ เช่น ผักเชียงดาในภาคเหนือ ผักเหลียงในภาคใต้

2. วิธีการปรุงและการประกอบอาหาร เป็นวิธีที่ทำได้ง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อน บางท้องถิ่นอาจใช้วัตถุดิบชนิดเดียวกันกับท้องถิ่นอื่นแต่มีวิธีการปรุงและประกอบอาหารที่ต่างกัน

3. วิธีการรับประทานอาหารมีเหมือนกันทุกท้องถิ่น หากท้องถิ่นหนึ่งมีวิธีการนำมารับประทานที่แตกต่างจากท้องถิ่นอื่นก็นับว่าเป็นอาหารเฉพาะท้องถิ่นนั้น

4. ลักษณะทางภูมิประเทศ สภาพพื้นที่ความสมบูรณ์ของดิน แหล่งน้ำ มีผลต่อแหล่งอาหารธรรมชาติ

5. ลักษณะภูมิอากาศ เช่น ภาคเหนือมีภูมิอากาศหนาวเย็นกว่าภาคอื่น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในฤดูหนาวคนในท้องถิ่นจึงได้ปรุง แกงกระด้าง ซึ่งความเย็นของอากาศทำให้เจลาตินในหนังหมูที่ต้มเคี้ยวเกิดการแข็งตัวคล้ายวุ้น

6. การย้ายถิ่น จากการไปหางานทำ การไปศึกษาเล่าเรียน หรือในสมัยก่อนอาจเกิดจากการไปทำสงคราม มนุษย์จึงนำเอาวัฒนธรรมตามท้องถิ่นของตนเองไปใช้ในแหล่งที่อยู่ใหม่ และหากเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลาานาน วัฒนธรรมท้องถิ่นหนึ่งก็จะไปเกิดเป็นวัฒนธรรมใหม่ในอีกท้องถิ่นหนึ่ง

7. ความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี มีการประดิษฐ์คิดค้นเครื่องมือที่อำนวยความสะดวก ที่นำมาใช้เพื่อช่วยทุ่นแรง ประหยัดเวลา แต่ถ้าหากไม่ใช้อย่างระมัดระวังโดยเฉพาะด้านอาหาร อาจทำให้เสียความเป็นเอกลักษณ์ได้

8. ความเปลี่ยนแปลงของครอบครัวและสังคม จากเดิมเป็นครอบครัวขยายมีลูกหลายคน ปัจจุบันเปลี่ยนเป็นครอบครัวเดี่ยวมีลูก 1-2 คน ภรรยาต้องออกไปทำงานนอกบ้านเพื่อหารายได้เลี้ยงครอบครัว เช่นเดียวกับสามี ทำให้การดำเนินชีวิตเปลี่ยนไป การใช้เวลาหรือการมีกิจกรรมร่วมกันในครอบครัวน้อยลง ทำให้มีวัฒนธรรมอาหารถุงพลาสติกหรือการกินอาหารนอกบ้านเพิ่มขึ้น

9. การเจริญสัมพันธ์ไมตรีกับต่างประเทศ ตั้งแต่สมัยสุโขทัยเรื่อยมาจนปัจจุบัน มีการค้าขายแลกเปลี่ยนตลอดจนการเยี่ยมเยือน ทำให้มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดทั้งประเทศที่มีอาณาเขตติดต่อกัน และประเทศที่มีอาณาเขตห่างออกไป

การค้นหาลักษณะของอาหารท้องถิ่นของแต่ละจุดหมายปลายทางขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลายประการ ซึ่งมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อลักษณะอาหารท้องถิ่นไม่เหมือนกัน ความแตกต่างกันนี้ ช่วยส่งเสริมให้อาหารท้องถิ่นมีความโดดเด่นและมีบทบาทสำคัญในการเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลายพื้นที่ได้นำมาเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวด้านอาหาร โดยส่งเสริมการนำอาหารท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น

2.3.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วัชรวิภา ธรรมสอน และจอมขวัญ สุวรรณรักษ์ (2566) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจบริโภคอาหารประจำถิ่นเกาะสมุย มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารประจำถิ่นเกาะสมุย 2) ศึกษาระดับของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจบริโภคอาหารประจำถิ่นเกาะสมุย 3) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล ต่อความตั้งใจบริโภคอาหารประจำถิ่นเกาะสมุย และ 4) หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการบริโภคอาหารประจำถิ่นกับความตั้งใจบริโภค อาหารประจำถิ่นเกาะสมุย เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน ระหว่างระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ และระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร และกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภค

ชาวไทย ที่เคยบริโภคอาหารประจำถิ่นเกาะสมุยจำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ ผลการวิจัย พบว่า 1) พฤติกรรมการบริโภคอาหารประจำถิ่น อาหารประจำถิ่นเกาะสมุย 3 อันดับแรกที่เคยรับประทาน อาหารคาว คือ หมูโค ยำสาหร่ายช่อ และวุ้นคั่ว อาหารหวาน คือ กะละแม ขนโมโค และ ไต้วน ส่วนผลไม้ คือ ลูกไฟ กา ลูกโก้ และลูกชี่กวาง นิยมรับประทานที่ร้านอาหารที่มีชื่อเสียง รับประทานเพราะมีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ ใช้วิธีการซื้อวัตถุดิบจากคนในชุมชนเพื่อประกอบอาหารประจำถิ่น 2) ปัจจัยด้านอัตลักษณ์อาหาร ด้านคุณภาพอาหาร ด้านทัศนคติ และด้านความสะดวกมีผลต่อความตั้งใจบริโภคอาหารประจำถิ่นในระดับมากที่สุด 3) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ด้านรายได้มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 และ 4) ปัจจัยด้านคุณภาพอาหาร ด้านทัศนคติ ด้านความสะดวก และด้านอัตลักษณ์อาหารมีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจบริโภคอาหารประจำถิ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สิทธิศักดิ์ เตียงงา และกนกวรรณกรณ์ หลวงวังโพธิ์ (2565) ศึกษาเรื่อง การสร้างอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นและการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาการสร้างอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นและสร้างกลไกกิจกรรมทางการท่องเที่ยวด้านอาหารท้องถิ่น โดยให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม กลุ่มตัวอย่างคือ หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้นำชุมชน 8 ตำบลในจังหวัดร้อยเอ็ด ขอนแก่น มหาสารคาม และกาฬสินธุ์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ รวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการสนทนากลุ่มย่อย และการวิจัยเชิงปริมาณ ศึกษาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่น และมีการค้นคว้าวิจัยเอกสาร ตำรา บทความ แผ่นพับ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการวิจัยพบว่า อาหารที่จัดเป็นอาหารท้องถิ่นและมีอัตลักษณ์ของชุมชนในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์คือ น้ำพริกปลาร้า ส้มตำ ลาบ ก้อย อ่อม ผักพื้นบ้านทั่วไป ผลไม้ตามฤดูกาล นักท่องเที่ยวชุมชนในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีภูมิลำเนาอยู่ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ ใช้เวลาในการท่องเที่ยวครั้งละ 3 วัน นิยมรับประทานอาหารท้องถิ่นในมื้อเที่ยงและมื้อค่ำ รสชาติอาหารมีรสชาติตามธรรมชาติของเมนูและวัตถุดิบที่ใช้ทำอาหาร รสชาติเข้มข้นแต่เผ็ดปานกลางถึงมาก นักท่องเที่ยวต้องการมีส่วนร่วมในการทำอาหาร และชมการทำอาหารท้องถิ่น อาหารท้องถิ่นในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ที่นักท่องเที่ยวต้องการคือ น้ำพริกปลาร้า ส้มตำและลาบ

กตিকা กลิ่นจันทร์แดง และศิริเพ็ญ ดาบเพชร (2564) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารด้วยอัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น วัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาอัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นของเมืองรองทางการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 และ 2) ศึกษาการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นของเมืองรองทางการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 พื้นที่ในการศึกษา ได้แก่ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดชัยภูมิ และจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งเป็นพื้นที่เป็นเอกลักษณ์และความหลากหลายทางอาหาร เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญในการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิธีเลือกแบบลูกโซ่ จำนวน 48 คน ได้แก่ เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และประชาชนในท้องถิ่น และใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการศึกษา พบว่า อัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นมี 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเทคนิคในการทำ

(Cooking technique) ด้านรสชาติ (Flavor) และด้านสูตรอาหาร (Recipe) ซึ่งอาหารท้องถิ่นได้ถูกนำมาสร้าง การรับรู้เกี่ยวกับพื้นที่ โดยนำมาเป็นสินค้าของที่ระลึก จัดเป็นเทศกาล เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมทางการ ท่องเที่ยว และเผยแพร่ทางสื่อสังคมออนไลน์

ธีระวัฒน์ จันทิก และคณะ (2564) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารพื้นถิ่น สำหรับยกระดับ ศักยภาพการท่องเที่ยวของชุมชนหมู่บ้านไทยมุสลิม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภูมิปัญญาด้านการผลิตอาหารพื้น ถิ่นตามอัตลักษณ์ของชุมชนหมู่บ้านไทยมุสลิม พัฒนาตำรับอาหารพื้นถิ่นที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนหมู่บ้าน ไทยมุสลิม 3) พัฒนาศักยภาพเพิ่มความรู้ความสามารถให้กับบุคลากรในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้วยการบริหาร จัดการวิสาหกิจชุมชนเพื่อรองรับการท่องเที่ยวด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการศึกษาพบว่า รายการอาหาร วัตถุดิบที่ใช้ และกรรมวิธีในการทำ นำมาซึ่งข้อมูลการผลิตอาหารพื้นถิ่นตามอัตลักษณ์ของชุมชนหมู่บ้านไทย มุสลิม ที่จะนำไปสู่การพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์อาหารจากวัตถุดิบในท้องถิ่นนั้น ต้องอนุรักษ์ความโดดเด่นของ เครื่องเทศแบบมุสลิมเอาไว้ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถรับรู้ถึงรสชาติอาหารของชาวมุสลิม นอกจากนี้ การ จำหน่ายให้มีการจำหน่ายอาหารภายใต้ “ภัตตาคารชุมชน” ได้จัดให้มีตำรับอาหารสำหรับรองรับกลุ่มผู้ศึกษา ดูงาน กลุ่มนักท่องเที่ยวของชุมชนหมู่บ้านไทยมุสลิม ประกอบด้วย อาหารที่เป็นอัตลักษณ์ของชาวมุสลิม อาหาร พื้นบ้าน และตำรับอาหารสำหรับกิจกรรมที่สืบเนื่องจากการท่องเที่ยว (งานอีเวนต์) และกลุ่มสถาน ประกอบการโรงแรมหรือรีสอร์ท สำหรับผลการพัฒนาศักยภาพ เพิ่มความรู้ความสามารถให้กับบุคลากรใน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวหรือการศึกษาดูงานร่วมกันการจัดตำรับอาหารที่ สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน

ญาณิศา มิตรโกสุ่ม (2563) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวอาหารริมทางผ่าน มุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กรณีศึกษา ย่านเยาวราช กรุงเทพมหานคร วัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวย่านเยาวราช 2) วิเคราะห์องค์ประกอบทางโครงสร้าง และองค์ประกอบทางอารมณ์ของย่านเยาวราช 3) วิเคราะห์อัตลักษณ์ของย่านเยาวราชผ่านมุมมองของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และ 4) แนวทางในการพัฒนาภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวอาหารริมทางของย่าน เยาวราช กรุงเทพมหานคร โดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพผ่านกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการ วิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและมีประสบการณ์ เกี่ยวกับอาหารริมทาง จำนวน 64 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา การศึกษานี้ ได้ เสนอแนวทางพัฒนาภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวอาหารริมทางของย่านเยาวราช กรุงเทพมหานคร โดยต้องมี การพัฒนาภาพลักษณ์จากองค์ประกอบ 3 ประการ ได้แก่ 1) การพัฒนาองค์ประกอบที่สำคัญของแหล่ง ท่องเที่ยวย่านเยาวราช 2) การพัฒนาองค์ประกอบทางโครงสร้างและองค์ประกอบทางอารมณ์ของย่าน เยาวราช และ 3) การพัฒนาอัตลักษณ์ของย่านเยาวราช

วรารัตน์ สานนท์ และคณะ (2563) ศึกษาเรื่อง การศึกษาอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพในแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนจากอัตลักษณ์เพื่อการท่องเที่ยวเรียนรู้อาหารเชิงสุขภาพของภูมิภาคตะวันตก มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา บริบทอาหารท้องถิ่นและการจัดสำรับอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ สร้างเรื่องเล่าและวิธีการเรียนรู้อาหารท้องถิ่น เพื่อสุขภาพตามอัตลักษณ์ชุมชนสำหรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูมิภาคตะวันตก เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ

และปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยกลุ่มที่ 1 คือ ผู้นำชุมชน ผู้สูงอายุ ประชาชน ในท้องถิ่นและกลุ่มเกษตรกร จำนวน 25 คนต่อเส้นทาง และกลุ่มที่ 2 คือ ประชาชนท้องถิ่น ผู้ประกอบการ และกลุ่มสตรีแม่บ้านในชุมชน จำนวน 14 คนต่อเส้นทาง เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการจัดประชุมกลุ่มย่อย การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสาธิตการประกอบอาหาร วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้ข้อความบรรยาย ผลการวิจัยพบว่า มีการนำทรัพยากรในท้องถิ่น เช่น พืชผักพื้นบ้านที่ขึ้นตามธรรมชาติหรือตามฤดูกาล เช่น มะสัง ใบเปราะ หน่อไม้ แตงเปรี้ยว มะดัน ผักกูด คุณหรือโชน เครื่องเทศที่ขึ้นความจำเพาะในป่า เช่น มะเข่น หรือพริกพราวน พืชสวนครัวผักพื้นบ้านมักเป็นพืชสมุนไพร ได้แก่ ข่า ตะไคร้ ใบมะกรูด กะเพรา โหระพา กระชาย เป็นต้น นำมาใช้เป็นวัตถุดิบในการประกอบอาหาร มีการใช้พืชผักที่ให้รสเปรี้ยวมาประกอบอาหาร สำหรับเนื้อสัตว์นิยมใช้ปลาและไก่เป็นเนื้อ สัตว์หลัก โดยเฉพาะปลาน้ำจืดที่สามารถหาได้ตามแหล่งน้ำธรรมชาติ จึงเป็นอาหารที่ปลอดภัยสารพิษ ในการประกอบอาหารใช้น้ำมันและไขมันน้อย ซึ่งแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของท้องถิ่นนั้น ๆ ส่วนการจัดสร้างเรื่องเล่าและวิธีการเรียนรู้อาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพตามอัตลักษณ์ชุมชนสำหรับนักท่องเที่ยวพบว่า ในแต่ละชุมชนได้คัดเลือกอาหารท้องถิ่นมาจัดสร้างอาหารเพื่อสุขภาพได้น้อย 6 สำหรับ โดยแต่ละสำรับมีอาหารครบ 5 หมู่ มีเรื่องเล่าด้านประวัติอาหาร วิธีประกอบอาหาร วิถีชีวิตชุมชนและสรรพคุณทางอาหาร พร้อมทั้งสร้างเรื่องเล่าแต่ละสำรับมาเชื่อมโยงออกแบบเรื่องเล่าและวิธีการเรียนรู้อาหารท้องถิ่น สำหรับไทยเป็นภูมิปัญญาและมีการใช้สมุนไพรที่เป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมให้ชุมชนมีกิจกรรมการท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นช่องทางสร้างงานสร้างรายได้ให้กับชุมชน นำไปสู่ยกระดับการท่องเที่ยวเรียนรู้อาหารเชิงสุขภาพ

ฐิติพัฒน์ ภาคพรต (2562) ศึกษาเรื่อง แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาร้านอาหารริมทางในแหล่งท่องเที่ยว ที่เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยการเลือกบริโภคอาหารริมทาง และพฤติกรรมการบริโภคอาหารริมทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และเพื่อพัฒนาแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาร้านอาหารริมทาง ในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย ด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการเลือกบริโภคอาหารริมทางของนักท่องเที่ยวมาจากการโปรโมชันส่วนลดอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.60 มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารจะคำนึงถึงรสชาติของอาหารอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.68 โดยนักท่องเที่ยวระบุสิ่งที่ร้านอาหารริมทางควรปรับปรุงแก้ไขที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรก ได้แก่ ความสะอาดและสุขอนามัย ส่วนแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาร้านอาหารริมทางในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวต่างชาติ แบ่งเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยการเลือกบริโภคอาหารริมทาง พฤติกรรมการเลือกบริโภคอาหารริมทาง มีผลการประเมินแนวทางจากผู้เชี่ยวชาญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.71

พิชานันท์ ช่องรักษ์ และเจริญชัย เอกมาไพศาล (2561) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของภาพลักษณ์อาหารริมทาง ทิศนคติต่อจุดหมายปลายทาง การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และความตั้งใจกลับมาจุดหมายปลายทางซ้ำของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา ย่านเยาวราช มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ภาพลักษณ์อาหารริมทาง ทิศนคติต่อจุดหมายปลายทาง การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ที่มีต่อความตั้งใจกลับมาจุดหมายปลายทางซ้ำของนักท่องเที่ยวในย่านเยาวราช โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม

ข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวในย่านเยาวราช จำนวน 235 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ผลการศึกษาพบว่า โมเดลสมการโครงสร้างมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดี แสดงถึงการรับรู้ภาพลักษณ์อาหารริมทางมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจกลับมาจุดหมายปลายทางซ้ำผ่านตัวแปรส่งผ่านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง โดยปัจจัยการรับรู้ภาพลักษณ์อาหารริมทางมีอิทธิพลทางตรงต่อทัศนคติต่อจุดหมายปลายทางและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ขณะเดียวกันตัวแปรทัศนคติต่อจุดหมายปลายทางและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจกลับมาจุดหมายปลายทางซ้ำ และเสนอแนะกลยุทธ์เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการนำเสนอภาพลักษณ์อาหารริมทางในย่านเยาวราช ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์การพัฒนาภาพลักษณ์เชิงบวกของอาหารริมทาง โดยวางแผนพัฒนาภาพลักษณ์ของอาหารริมทางในแต่ละพื้นที่ให้มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ชัดเจน โดยเฉพาะเอกลักษณ์โดดเด่นด้านอาหารริมทางซึ่งสื่อถึงวัฒนธรรมไทย-จีน ซึ่งมีราคาไม่แพง เป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติรับรู้ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ที่ชอบเรียนรู้วัฒนธรรมให้เดินทางมายังจุดหมายปลายทาง และดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเดิมให้เดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำ 2) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดผ่านกิจกรรมการบอกเล่าเรื่องราวประสบการณ์ทางวัฒนธรรมของอาหารริมทาง เพื่อสร้างความโดดเด่น โดยการชักชวนให้เดินทางท่องเที่ยวสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์ผ่านบุคคลสำคัญซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวรับรู้ภาพลักษณ์ที่ชัดเจนและเป็นไปตามความเป็นจริง รวมทั้งพัฒนาช่องทางการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ของกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อการบอกเล่าเรื่องราวทางวัฒนธรรมของอาหารริมทาง ก่อเกิดเป็นภาพลักษณ์อาหารริมทางที่โดดเด่นในสายตาของนักท่องเที่ยว

ชิษณุพงศ์ ศิริโชตินิสการ (2559) ศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบนวัตกรรมอาหารพื้นถิ่นเชิง สร้างสรรค์ เพื่อเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหารพื้นถิ่นในการเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว เพื่อศึกษาสภาพการณ์และเพื่อพัฒนารูปแบบอาหารพื้นถิ่นในเขตอำเภอชะอำจังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ให้เป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว โดยการสอบถามนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน และสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอาหาร จำนวน 10 คน ผลการวิจัยพบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหารพื้นถิ่นอยู่ที่ระดับมากที่สุดในแต่ละด้าน คือ 1) ด้านเครื่องปรุงและวัตถุดิบที่แสดงออกถึงอาชีพของคนในพื้นที่ 2) ด้านอาหารพื้นถิ่นมีคุณค่าแก่การสืบทอดด้วยการสร้างเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว 3) ขั้นตอนการประกอบอาหารเป็นปัจจัยดึงดูดใจในการรับประทานของนักท่องเที่ยว 4) รสชาติของอาหารพื้นถิ่นทำให้เกิดการกระตุ้นความต้องการเดินทาง 5) รูปแบบอาหารที่ทันสมัยส่งผลต่อการเลือกบริโภค ของนักท่องเที่ยวในอาหารพื้นถิ่น สภาพการณ์ของอาหารในพื้นที่ 1) ด้านคุณลักษณะหรือเอกลักษณ์ของอาหารแสดงออกถึงวิถีชีวิตที่เรียบง่ายของคนในพื้นที่ ลักษณะของพื้นที่ การประกอบอาชีพมีอิทธิพลกับการปรุงอาหาร 2) ด้านวัตถุดิบและรสชาติของอาหาร สะท้อนการนำวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นทั้งสดและแปรรูปมาใช้ในการปรุงอาหาร และรสชาติที่โดดเด่น ครบรสจากเครื่องปรุงในพื้นที่ 3) ด้านกระบวนการขั้นตอนในการปรุงคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของรสชาติจากวัตถุดิบ ด้วยการพล่า แกง ต้ม และการรับประทานสด อาหารที่ผ่านการพัฒนารูปแบบนวัตกรรมอาหารพื้นถิ่น ด้วยการพัฒนาสูตรมาตรฐานอาหาร รสชาติ และการนำเสนอ

คือ พล่าปลากกะแล้ แกงลูกสามสิบ ขนมโค มะละกอหอยเสียบ แกงส้มพริกนก ขนมข้าวฟ่างงานวิจัยนี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบนวัตกรรมอาหารพื้นถิ่นเพื่อการเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่อื่นๆ ต่อไป



ตารางที่ 2.3 สรุปข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอาหารท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เชื่อมโยงธุรกิจอาหารริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

ผู้ศึกษา/ปี	ชื่อเรื่อง/วิธีการ	วัตถุประสงค์/กลุ่มตัวอย่าง	ผลการศึกษา
วัชรวิญา ธรรมสอน และจอมขวัญ สุวรรณรักษ์ (2566)	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจบริโภคอาหารประจำถิ่นเกาะสมุย/การวิจัยแบบผสมวิธี	ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารประจำถิ่นเกาะสมุย 2) ศึกษาระดับของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจบริโภคอาหารประจำถิ่นเกาะสมุย 3) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลต่อความตั้งใจบริโภคอาหารประจำถิ่นเกาะสมุย และ 4) หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการบริโภคอาหารประจำถิ่นกับความตั้งใจบริโภคอาหารประจำถิ่นเกาะสมุย	พบว่า 1) พฤติกรรมการบริโภคอาหารประจำถิ่น อาหารประจำถิ่นเกาะสมุย 3 อันดับแรกที่เคยรับประทาน อาหารคาว คือ หมูโค ยำสาหร่ายช่อ และวุ้นคั่ว อาหารหวาน คือ กะละแม ขนโมโค และ ไต้หวัน ส่วนผลไม้ คือ ลูกไฟกา ลูกโก้ และลูกชี่กวาง นิยมรับประทานที่ร้านอาหารที่มีชื่อเสียง รับประทานเพราะมีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ ใช้วิธีการซื้อวัตถุดิบจากคนในชุมชนเพื่อประกอบอาหารประจำถิ่น 2) ปัจจัยด้านอัตลักษณ์อาหาร คุณภาพอาหาร ทัศนคติและด้านความสะดวกมีผลต่อความตั้งใจบริโภคอาหารประจำถิ่นในระดับมากที่สุด 3) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ด้านรายได้มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 และ 4) ปัจจัยด้านคุณภาพอาหาร ด้านทัศนคติด้านความสะดวก และด้านอัตลักษณ์อาหารมีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจบริโภคอาหารประจำถิ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
สิทธิศักดิ์ เตียงงา และกนกวรรณกรณ์ หลวงวังโพธิ์ (2565)	การสร้างอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นและการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์	ศึกษาการสร้างอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นและสร้างกลไกกิจกรรมทางการท่องเที่ยวด้านอาหารท้องถิ่น โดยให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม	อาหารที่จัดเป็นอาหารท้องถิ่นและมีอัตลักษณ์ของชุมชนคือ น้ำพริกปลาร้า ส้มตำ ลาบ ก้อย อ่อม ผักพื้นบ้านทั่วไป ผลไม้ตามฤดูกาล นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีภูมิลำเนาอยู่ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ ใช้เวลาในการท่องเที่ยวครั้งละ 3 วัน นิยมรับประทานอาหารท้องถิ่นในมือเที่ยงและมือค่ำ รสชาติอาหารมีรสชาติตามธรรมชาติของเมนูและวัตถุดิบที่ใช้ทำอาหาร รสชาติเข้มข้นแต่เผ็ดปานกลางถึงมาก ต้องการมีส่วนร่วมในการ

ผู้ศึกษา/ปี	ชื่อเรื่อง/วิธีการ	วัตถุประสงค์/กลุ่มตัวอย่าง	ผลการศึกษา
กตีกา กลิ่น จันทร์แดง และศิริเพ็ญ ดาบเพชร (2564)	การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมอาหารด้วยอัต ลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น	ศึกษาอัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น และ 2) ศึกษาการสร้างการรับรู้ เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นของเมือง รองการท่องเที่ยวในกลุ่ม จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนล่าง 1	ทำอาหารและชมการทำอาหารท้องถิ่น อาหารท้องถิ่นในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่น สารสินธุ์ที่นักท่องเที่ยวต้องการ คือ น้ำพริกปลาร้า ส้มตำและลาบ พบว่า อัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นมี 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเทคนิคในการทำ (Cooking technique) ด้านรสชาติ (Flavor) และด้านสูตรอาหาร (Recipe) ซึ่งอาหารท้องถิ่นได้ถูกนำมาสร้างการรับรู้เกี่ยวกับพื้นที่ โดยนำมาเป็นสินค้า ของที่ระลึก จัดเป็นเทศกาล เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมทางการท่องเที่ยว และ เผยแพร่ทางสื่อสังคมออนไลน์
ธีระวัฒน์ จันทร์ทิ และคณะ (2564)	การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร พื้นถิ่น สำหรับยกระดับ ศักยภาพการท่องเที่ยวของ ชุมชนหมู่บ้านไทยมุสลิม	ศึกษาภูมิปัญญาด้านการผลิต อาหารพื้นถิ่นตามอัตลักษณ์ของ ชุมชนหมู่บ้านไทยมุสลิม พัฒนา ตำรับอาหารพื้นถิ่นที่แสดงถึงอัต ลักษณ์ของชุมชนหมู่บ้านไทยมุสลิม และพัฒนาศักยภาพบุคลากรใน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้วยการบริหาร จัดการวิสาหกิจชุมชนเพื่อรองรับ การท่องเที่ยว	รายการอาหาร วัตถุดิบ และกรรมวิธีในการทำ นำมาซึ่งข้อมูลการผลิตอาหาร พื้นถิ่นตามอัตลักษณ์ชุมชนที่จะนำไปสู่การพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์อาหารจาก วัตถุดิบในท้องถิ่น ต้องอนุรักษ์ความโดดเด่นของเครื่องเทศแบบมุสลิมเอาไว้ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถรับรู้ถึงรสชาติอาหารของชาวมุสลิม ให้มีการจำหน่าย อาหารภายใต้ “ภัตตาคารชุมชน” ได้จัดให้มีตำรับอาหารสำหรับรองรับผู้ศึกษา ดูงาน ประกอบด้วย อาหารที่เป็นอัตลักษณ์ของชาวมุสลิม อาหารพื้นบ้าน และ ตำรับอาหาร สำหรับกิจกรรมที่สืบเนื่องจากการท่องเที่ยวและกลุ่มสถาน ประกอบการโรงแรมหรือรีสอร์ท สำหรับผลการพัฒนาศักยภาพบุคลากรใน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวหรือการศึกษาดูงาน ร่วมกันการจัดตำรับอาหารที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน
ญาณิศา มิตร โกสุม (2563)	การพัฒนาภาพลักษณ์แหล่ง ท่องเที่ยวอาหารริมทางผ่าน	วิเคราะห์องค์ประกอบของแหล่ง ท่องเที่ยว 2) วิเคราะห์องค์ประกอบ	เสนอแนวทางพัฒนาภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวอาหารริมทางของย่านเยาวราช กรุงเทพมหานคร โดยต้องมีการพัฒนาภาพลักษณ์จากองค์ประกอบ 3 ประการ

ผู้ศึกษา/ปี	ชื่อเรื่อง/วิธีการ	วัตถุประสงค์/กลุ่มตัวอย่าง	ผลการศึกษา
มุ่มมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กรณีศึกษาย่านเยาวราช กรุงเทพมหานคร		ทางโครงสร้างและองค์ประกอบทางอารมณ์ 3) วิเคราะห์อัตลักษณ์ย่านเยาวราชผ่านมุมมองนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และ 4) แนวทางพัฒนาภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวอาหารริมทางของย่านเยาวราช	ได้แก่ 1) การพัฒนาองค์ประกอบที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวย่านเยาวราช 2) การพัฒนาองค์ประกอบทางโครงสร้างและองค์ประกอบทางอารมณ์ของย่านเยาวราช และ 3) การพัฒนาอัตลักษณ์ของย่านเยาวราช
วรารัตน์ สานนท์ และคณะ (2563)	การศึกษาอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนจากอัตลักษณ์เพื่อการท่องเที่ยวเรียนรู้สุขภาพของภูมิภาคตะวันตก	ศึกษาบริบทอาหารท้องถิ่นและการจัดสร้างอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพสร้างเรื่องเล่าและวิธีการเรียนรู้อาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพตามอัตลักษณ์ชุมชนสำหรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูมิภาคตะวันตก	มีการนำทรัพยากรในท้องถิ่น เช่น พืชผักพื้นบ้าน เครื่องเทศ พืชสวนครัวผักพื้นบ้านที่เป็นพืชสมุนไพรเป็นวัตถุดิบในการประกอบอาหาร ใช้พืชผักที่ไร้สารเคมีมาประกอบอาหาร สำหรับเนื้อสัตว์นิยมใช้ปลาและไก่ ปลาน้ำจืดที่สามารถหาได้ตามแหล่งน้ำธรรมชาติ จึงเป็นอาหารที่ปลอดภัยปราศจากสารพิษ ในการประกอบอาหารใช้ไขมันน้อย แสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ การจัดสร้างเรื่องเล่าและวิธีการเรียนรู้อาหารท้องถิ่นตามอัตลักษณ์ชุมชนสำหรับนักท่องเที่ยวพบว่า ชุมชนได้คัดเลือกอาหารท้องถิ่นจัดสร้างอาหารเพื่อสุขภาพได้น้อย 6 สำหรับ แต่ละสร้างมีอาหารครบ 5 หมู่ มีเรื่องเล่าด้านประวัติอาหาร วิธีประกอบ วิธีชีวิตชุมชนและสรรพคุณทางอาหาร เชื่อมโยงออกแบบเรื่องเล่าและการเรียนรู้อาหารท้องถิ่น สำหรับไทยเป็นภูมิปัญญาและมีการใช้สมุนไพรส่งเสริมให้ชุมชนมีกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นช่องทางสร้างงานสร้างรายได้ให้กับชุมชน นำไปสู่ยกระดับการท่องเที่ยวเรียนรู้อาหารเชิงสุขภาพ

ผู้ศึกษา/ปี	ชื่อเรื่อง/วิธีการ	วัตถุประสงค์/กลุ่มตัวอย่าง	ผลการศึกษา
ฐิติพัฒน์ ภาคพรต (2562)	แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาร้านอาหารริมทางในแหล่งท่องเที่ยว ที่เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	ศึกษาปัจจัยการเลือกบริโภคอาหารริมทาง และพฤติกรรมการบริโภคอาหารริมทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และพัฒนาแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาร้านอาหารริมทาง ในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว	ปัจจัยการเลือกบริโภคอาหารริมทางของนักท่องเที่ยวมาจากการโปรโมชัน ส่วนลดอยู่ในระดับมากที่สุด มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารจะคำนึงถึงรสชาติของอาหารอยู่ในระดับมากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวระดับสูงที่ร้านอาหารริมทาง ควรปรับปรุงแก้ไขที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรก ได้แก่ ความสะอาดและสุขอนามัย ส่วนแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาร้านอาหารริมทางในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวต่างชาติ แบ่งเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยการเลือกบริโภคอาหารริมทาง พฤติกรรมการเลือกบริโภคอาหารริมทาง มีผลการประเมินแนวทางจากผู้เชี่ยวชาญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.71
พิชชานันท์ ช่อรักษ์ และเจริญชัย เอกมาไพศาล (2561)	ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของภาพลักษณ์อาหารริมทางทัศนคติต่อจุดหมายปลายทาง การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และความตั้งใจกลับมาจุดหมายปลายทางซ้ำของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา ย่านเยาวราช	ศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ภาพลักษณ์อาหารริมทาง ทัศนคติต่อจุดหมายปลายทาง การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ที่มีต่อความตั้งใจกลับมาจุดหมายปลายทางซ้ำของนักท่องเที่ยวในย่านเยาวราช	โมเดลสมการโครงสร้างมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดี แสดงถึงการรับรู้ภาพลักษณ์อาหารริมทางมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจกลับมาจุดหมายปลายทางซ้ำผ่านตัวแปรส่งผ่านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง โดยปัจจัยการรับรู้ภาพลักษณ์อาหารริมทางมีอิทธิพลทางตรงต่อทัศนคติต่อจุดหมายปลายทางและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ขณะเดียวกัน ตัวแปรทัศนคติต่อจุดหมายปลายทางและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจกลับมาจุดหมายปลายทางซ้ำ และเสนอแนะกลยุทธ์เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการนำเสนอภาพลักษณ์อาหารริมทางในย่านเยาวราช ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์การพัฒนาภาพลักษณ์เชิงบวกของอาหารริมทาง โดยวางแผนพัฒนาภาพลักษณ์ของอาหารริมทางในแต่ละพื้นที่ให้มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ชัดเจน 2) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดผ่านกิจกรรมการบอกเล่าเรื่องราวประสบการณ์ทางวัฒนธรรมของอาหารริมทาง เพื่อสร้างความโดดเด่น โดยการ

ผู้ศึกษา/ปี	ชื่อเรื่อง/วิธีการ	วัตถุประสงค์/กลุ่มตัวอย่าง	ผลการศึกษา
ชัชฌาพงษ์ ศิริ โชติ นิตากร (2559)	การพัฒนารูปแบบนวัตกรรม อาหารพื้นถิ่นเชิงสร้างสรรค์ เพื่อเป็นสินค้าทางการ ท่องเที่ยวในเขตจังหวัด เพชรบุรี และ จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์	ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยว ที่มีต่ออาหารพื้นถิ่นในการเป็น สินค้าทางการท่องเที่ยว ศึกษา สภาพการณ์ และเพื่อพัฒนา รูปแบบอาหารพื้นถิ่นในเขตอำเภอ ชะอำจังหวัดเพชรบุรี และอำเภอ หัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ให้ เป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว	ชักชวนให้เดินทางท่องเที่ยวสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์ผ่านบุคคลสำคัญซึ่งมี อิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว 10 ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหารพื้นถิ่นอยู่ที่ระดับมากที่สุดใน ด้าน (1) เครื่องปรุงและวัตถุดิบที่แสดงออกถึงอาชีพของคนในพื้นที่ (2) อาหาร พื้นถิ่นมีคุณค่าแก่การสืบทอดด้วยการสร้างเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว (3) ขั้นตอนการประกอบอาหารเป็นปัจจัยดึงดูดใจในการรับประทานของ นักท่องเที่ยว (4) รสชาติของอาหารพื้นถิ่นทำให้เกิดการกระตุ้นความต้องการ เดินทาง (5) รูปแบบอาหารที่ทันสมัยส่งผลต่อการเลือกบริโภคของนักท่องเที่ยว 2) สภาพการณ์ของอาหารในพื้นที่ด้าน (1) คุณลักษณะหรือเอกลักษณ์ของ อาหารแสดงออกถึงวิถีชีวิตที่เรียบง่ายของคนในพื้นที่ ลักษณะของพื้นที่ การ ประกอบอาชีพมีอิทธิพลกับการปรุงอาหาร (2) วัตถุดิบและรสชาติของอาหาร สะท้อนการนำวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นทั้งสดและแปรรูปมาใช้ในการปรุง อาหารและรสชาติที่โดดเด่นครบรสจากเครื่องปรุงในพื้นที่ (3) ขั้นตอนการปรุง คงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของรสชาติจากวัตถุดิบ ด้วยการพล่า แกง ต้ม และการ รับประทานสด อาหารที่ผ่านการพัฒนารูปแบบนวัตกรรมอาหารพื้นถิ่น ด้วย การพัฒนาสูตรมาตรฐานอาหาร รสชาติ และการนำเสนอคือ ปลาปลากะพง แก้ว แกงลูกสามสิบ ขนมโค มะละกอหอยเสียบ แกงส้มพริกนก ขนมข้าวฟ่าง

ตารางที่ 2.4 สรุปตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี

ตัวแปร	ผู้ศึกษา/ปีที่ศึกษา	ชนบท บัวหลวง (2564)	ชัยนัฐ ไชยแสน (2563)	วริรัตน์ สุนทรสุข (2563)	ลลิตพัฒนา ภาคพรต (2562)	อัมพร จันทวิบูลย์ และสิริ ตามาพงษ์ (2562)	โอบอล สุวรรณเมฆ และอภิวรรณ กรมเมือง (2562)
1. มิติด้านสุขภาพ		✓		✓			
2. มิติด้านเศรษฐกิจ		✓		✓			
3. มิติด้านสังคม		✓		✓			
4. มิติด้านวัฒนธรรม		✓		✓			
5. ความสะอาดปลอดภัย			✓		✓		
6. รสชาติ			✓				
7. การค้นคว้าและนวัตกรรม			✓				
8. ความประทับใจในการบริการ			✓				
9. เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม			✓				
10. เอกลักษณ์คงความเป็นไทย			✓				
11. การใช้สื่อการตลาดออนไลน์			✓				
12. การบริหารจัดการ			✓				
13. ลงมือปฏิบัติ			✓				
14. การสนับสนุน			✓				
15. โปรโมชันส่วนลด					✓		
16. สถานที่และอุปกรณ์						✓	
17. ด้านบุคลากร						✓	
18. ด้านการเงิน						✓	
19. ด้านระบบงาน						✓	
20. ความสะดวกในการเข้าถึง							✓

ตารางที่ 2.5 สรุปตัวแปรที่เกี่ยวกับภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี

ตัวแปร	ผู้ศึกษา/ปีที่ศึกษา																
	วรวิทย์ ปัญญา (2566)	สุธีรา สุทธิกุล (2566)	ณนันทน์ แดงสังวาลย์ (2567)	จอมขวัญ สุวรรณรักษ์ และคณะ (2564)	ญาณิศา มิตรโกศล (2563)	กฤษฎิ์ แซ่ทวิ (2562)	ฐิติพัฒน์ ภาคพรต (2562)	นุชจิรา เสียกล้า และณัฐชัช วรรณณอม	พิชชานันท์ ช่อรักษ์ และเจริญชัย เอกมาไพศาล	พิมพ์ระวี โรจนรุ่งสัจด์ย์ (2561)	จิราพร ภูไข่ และคณะ (2560)	โอบอล สุวรรณเมฆ และอภิวรรณ กรมเมือง	Ali et al. (2019)	Fan et al. (2019)	Zhang et al. (2019)	Promsivapallop & Kannaovakun (2019)	Muskat, et al. (2019)
1. คุณภาพอาหาร (11)	✓	✓	✓			✓				✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓
2. คุณภาพบริการ (16)	✓		✓								✓		✓			✓	✓
3. ราคาอาหาร (4)		✓							✓	✓							✓
4. ความแปลกใหม่ (1)		✓															
5. ความหลากหลาย (4)				✓						✓	✓					✓	
6. การดึงดูดความสนใจ (1)							✓										
7. วัตถุดิบ/ส่วนประกอบ (2)		✓				✓											
8. ความคิดสร้างสรรค์ (1)										✓							
9. ความสะอาดปลอดภัย (8)	✓		✓		✓		✓	✓		✓	✓					✓	
10. การเข้าถึงได้ง่าย (4)				✓					✓		✓	✓					

ตัวแปร	ผู้ศึกษา/ปีที่ศึกษา																
	วรวิทย์ ปัญญา (2566)	สุธีรา สุทธิกุล (2566)	ณนันท์ แต่งสังวาลย์ (2567)	จอมขวัญ สุวรรณรักษ์ และคณะ (2564)	ญาณิศา มิตรโกศล (2563)	กฤษฎิ์ แซ่ทวิ (2562)	รัฐพัฒนา ภาคพรต (2562)	นุชจิรา เสียงคำ และฉันทิชา วรณณอม	พิชานันท์ ขອງรักษ์ และเจริญชัย เอกมาไพศาล	พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจย์ (2561)	จิราพร ภูไ้ และคณะ (2560)	โอบอล สุวรรณเมฆ และอภิวรรณ กรมเมือง	Ali et al. (2019)	Fan et al. (2019)	Zhang et al. (2019)	Promsivapallop & Kannaovakun (2019)	Muskat, et al. (2019)
11. ความเป็นเอกลักษณ์ (5)	✓			✓			✓			✓							✓
12. คุณค่าทางโภชนาการ (1)										✓							
13. ความมีชื่อเสียง (2)						✓				✓							
14. บรรยากาศของร้านอาหาร (4)		✓					✓					✓					✓
15. บรรจุภัณฑ์ (2)										✓	✓						
16. แสดงถึงวัฒนธรรมไทย (4)				✓					✓			✓				✓	
17. การรับรู้คุณค่า (1)														✓			
18. ความสะดวก สบาย (1)													✓				

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง การยกระดับคุณภาพธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากสู่การพึ่งพาตนเองกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง แบ่งออกเป็น 3 กิจกรรม ประกอบด้วย 1) กิจกรรมที่ 1 การพัฒนารูปแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีเพื่อเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีและความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง (2) ศึกษาปัจจัยภาพลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง และ (3) สร้างรูปแบบการจัดการภาพลักษณ์ที่เสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2) กิจกรรมที่ 2 รูปแบบนวัตกรรมอาหารและการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง และ (2) สร้างรูปแบบนวัตกรรมอาหารและการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง และ 3) กิจกรรมที่ 3 การพัฒนาอาหารท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เชื่อมโยงธุรกิจอาหารริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษารายการอาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง และ (2) นำเสนอรายการอาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง โดยกำหนดวิธีดำเนินการวิจัย ประกอบด้วย รูปแบบการวิจัย ผู้ให้ข้อมูล ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย วิธีการรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การออกแบบงานวิจัย
2. ผู้ให้ข้อมูล ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 วิธีดำเนินการวิจัยตามกิจกรรมที่ 1 การพัฒนารูปแบบพัฒนารูปแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีเพื่อเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

3.1.1 การออกแบบงานวิจัย

งานวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบพัฒนารูปแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีเพื่อเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) ระหว่างงานงานวิจัยเชิงคุณภาพแบบปรากฏการณ์วิทยา โดยมุ่งศึกษา

ปรากฏการณ์ของผู้คนผ่านประสบการณ์ในชีวิตมนุษย์ (ชาย โปธิสิตา, 2562) ได้แก่ ได้แก่ ผู้ประกอบการ/ผู้ปฏิบัติงานในธุรกิจอาหารท้องถิ่น

ริมบาวิทธี ผู้นำชุมชน ผู้บริหาร/ผู้ปฏิบัติงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อให้ได้ตัวแปร/ปัจจัยหลักในการสร้างแบบสอบถาม และการวิจัยเชิงปริมาณในการสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวและรับประทานอาหารท้องถิ่นริมบาวิทธีในจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร เพื่อให้ได้รูปแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาวิทธีเพื่อเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

3.1.2 ขั้นตอนการวิจัย

3.1.2.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่นริมบาวิทธี

3.1.2.2 สร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึกที่ใช้สำหรับเก็บข้อมูลจากการผู้ให้ข้อมูลหลัก

3.1.2.3 ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้ประกอบการ/ผู้ปฏิบัติงานในธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาวิทธี ผู้นำชุมชน ผู้บริหาร/ผู้ปฏิบัติงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

3.1.2.4 วิเคราะห์ สรุปลผลข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ตัวแปร/ปัจจัยหลักในการสร้างแบบสอบถาม

3.1.2.5 สร้างแบบสอบถามที่เป็นข้อมูลตัวแปร/ปัจจัยที่ได้จากการสัมภาษณ์ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า

3.1.2.6 ทดสอบคุณภาพแบบสอบถามโดยวิธีการหาค่าความเที่ยงตรงและค่าความเชื่อมั่น

3.1.2.7 เก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวและรับประทานอาหารท้องถิ่นริมบาวิทธีในจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร โดยผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการประสานงาน

3.1.2.8 วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

3.1.2.9 สร้างรูปแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาวิทธี

3.1.2.10 วิเคราะห์และสรุปลผลการศึกษา

3.1.3 ผู้ให้ข้อมูลหลัก ประชากร และ กลุ่มตัวอย่าง

3.1.3.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 12 คน แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ๆ 8 คน ประกอบด้วย

3.1.3.2 ผู้ประกอบการ/ผู้ปฏิบัติงานในธุรกิจอาหารท้องถิ่น ที่ดำเนินกิจการอาหารริมบาวิทธีในพื้นที่จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสาคร สมุทรสงคราม จังหวัดละ 1 คน รวม 4 คน

3.1.3.3 ผู้นำชุมชน ที่อาศัยอยู่หรือตั้งถิ่นฐานอยู่ในพื้นที่จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร จังหวัดละ 1 คน รวม 4 คน

3.1.3.4 ผู้บริหาร/ผู้ปฏิบัติงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่รับผิดชอบงานอาหารริมบาวิทธีในพื้นที่จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร จังหวัดละ 1 คน รวม 4 คน

3.1.4 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

3.1.4.1 ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวและรับประทานอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร

3.1.4.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวและรับประทานอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร โดยใช้สูตรการคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของ Cochran (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมรับค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างได้ร้อยละ 5 ได้จำนวนตัวอย่าง 384 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non - probability) ด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563) คือ การเลือกหน่วยตัวอย่างจากผู้นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวและรับประทานอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร ในการวิจัยนี้ ได้รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

3.1.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1.5.1 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

3.1.5.1.1 ลักษณะของแบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์เชิงลึกใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้ประกอบการ/ผู้ปฏิบัติงานในธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ผู้นำชุมชน ผู้บริหาร/ผู้ปฏิบัติงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อให้ได้ข้อมูลตัวแปร/ปัจจัยในการสร้างแบบสอบถาม เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured In-depth Interview) ลักษณะเป็นแนวคำถามปลายเปิดที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ตรวจสอบเนื้อหาแนวคำถามโดยผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารท้องถิ่นและการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อพิจารณาความเหมาะสมของแนวคำถามตามวัตถุประสงค์การวิจัย แบบสัมภาษณ์ แบ่งเป็น 3 ตอน ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 3 ข้อ ตอนที่ 2 แนวคำถามความคิดเห็นต่ออาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัดภาคกลางตอนล่าง จำนวน 5 ข้อ ตอนที่ 3 ความคิดเห็นต่อตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัดภาคกลางตอนล่าง จำนวน 1 ข้อ

3.1.5.1.2 การตรวจสอบคุณภาพของแบบสัมภาษณ์

เมื่อได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกแล้ว ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic analysis) 6 ขั้นตอน คือ การทำความเข้าใจกับข้อมูล การทำให้เกิดข้อมูลเบื้องต้น การค้นหาแก่นสาระการตรวจสอบซ้ำ การระบุและตั้งชื่อแก่นสาระ และการรายงาน (Thompson, 2022) จากนั้น จึงนำข้อมูลมาตรวจสอบสามเส้าประกอบด้วย การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data triangulation) เป็นการตรวจสอบเพื่อยืนยันความถูกต้องของข้อมูลจากแหล่งที่มาที่แตกต่างกัน คือ เวลา สถานที่ และบุคคลที่สัมภาษณ์ และตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator triangulation) เป็นการตรวจสอบเพื่อยืนยันความถูกต้องของข้อมูลจากผู้วิจัยแต่ละคนที่ร่วมดำเนินโครงการ (Mile & Huberman, 1994)

3.1.6 แบบสอบถาม (Questionnaire)

3.1.6.1 ลักษณะของแบบสอบถาม

เป็นแบบสอบถามที่ใช้เพื่อสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีและความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร โดยผู้วิจัยสร้างและออกแบบข้อคำถามตามผลการศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งผลจากการวิเคราะห์ตัวแปรจากผลงานวิจัยที่ผ่านมา โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Closed question) และคำถามปลายเปิด (Opened question) แบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 15 ข้อ เป็นแบบสอบถามปลายปิดแบบเลือกตอบ ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคำตอบที่สอดคล้องกับความจริง มีลักษณะเป็นข้อมูลนามบัญญัติ (Ordinal scale) (สรชัย พิศาลบุตร และคณะ, 2556)

ตอนที่ 2 ปัจจัยภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี จำนวน 36 ข้อ ประกอบด้วยข้อคำถาม 1) ด้านคุณภาพอาหาร 2) ด้านความสะดวก ความสะดวกสบายของอาหาร 3) ด้านความคุ้มค่าของราคา 4) ด้านความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร 5) ด้านความหลากหลายของอาหาร 6) ด้านการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยของอาหาร 7) ด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของร้านหรือสถานที่จำหน่ายอาหาร 8) ด้านคุณภาพการบริการ และ 9) ด้านการเข้าถึงได้ง่าย เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ

ตอนที่ 3 ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว จำนวน 12 ข้อ ประกอบด้วยข้อคำถาม 1) ด้านความตั้งใจ 2) ด้านการแนะนำ 3) ด้านการบอกต่อ 4) ด้านการกลับมาซ้ำ เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
5	4	3	2	1

ในการอธิบายค่าคะแนนสำหรับแบบสอบถามตอนที่ 2-3 กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนค่าเฉลี่ยเป็นช่วงคะแนน ดังนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563)

คะแนนเฉลี่ย	4.50 – 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับ	มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.50 – 4.49	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับ	มาก
คะแนนเฉลี่ย	2.50 – 3.49	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับ	ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.50 – 2.49	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับ	น้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.49	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับ	น้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี จำนวน 1 ข้อ

3.1.6.2 การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

แบบสอบถามที่นำมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัย ได้รับการตรวจสอบคุณภาพตามหลักการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือสำหรับการสอบถาม ได้แก่

1) การทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) เป็นการทดสอบความตรงของข้อคำถาม ด้วยการคำนวณดัชนีความสอดคล้อง (Index of item Objective Congruence: IOC) โดยนำ

แบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความเข้าใจในแนวทางการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาวิถี และแนวคิดการเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว จำนวน 5 คน พิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถาม กับวัตถุประสงค์การวิจัย และความเหมาะสมของเนื้อหาในข้อคำถาม มีเกณฑ์พิจารณาความเที่ยงตรง ดังนี้

คะแนน	+1	ถ้าแน่ใจว่า ข้อคำถาม วัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
คะแนน	0	ถ้าไม่แน่ใจว่า ข้อคำถาม วัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
คะแนน	-1	ถ้าแน่ใจว่า ข้อคำถาม วัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

โดย	IOC	แทน	ดัชนีความสอดคล้อง
	R	แทน	คะแนนการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ
		แทน	ผลรวมคะแนนการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ
	N	แทน	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 แสดงว่า มีค่าความตรงเชิงเนื้อหา สามารถนำไปใช้ในการรวบรวมข้อมูลได้ สำหรับข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุงหรือตัดออก เพราะแสดงว่ามีความตรงต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด (สุรพงษ์ คงสัตย์ และธีรชาติ ธรรมวงศ์, 2551) สำหรับข้อคำถามในงานวิจัยนี้ มีค่าความเที่ยงตรงรายข้อระหว่าง 0.80-1.00 แสดงว่า ข้อคำถามมีความตรง สามารถนำไปใช้ทดสอบค่าความเชื่อมั่นต่อไปได้

2) การทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความตรงแล้ว ให้นักท่องเที่ยวชาวไทย คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา จำนวน 30 คน จากนั้น นำข้อมูลที่ได้มาหาค่าความเชื่อมั่น ด้วยวิธีการของครอนบัค ใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) (Cronbach, 1990) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ หากมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัคไม่ต่ำกว่า 0.70 ถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ สำหรับแบบสอบถามนี้ ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค .89 ถือได้ว่าเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้มีคุณภาพผ่านตามเกณฑ์ (ลัดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชำนิประศาสน์, 2562; สรายุทธ กันหลง, 2555)

3.1.7 การรวบรวมข้อมูล

3.1.7.1 การรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์

เป็นการรวบรวมข้อมูลรูปแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาวิถีเพื่อเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวโดยการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Informal Interview) และผู้ให้สัมภาษณ์ตอบคำถามแบบอิสระ ผู้สัมภาษณ์มีหน้าที่รับฟังรวบรวมประเด็นสำคัญที่ต้องการ บันทึกข้อมูล และตั้งคำถามให้ผู้ให้ข้อมูลตอบคำถาม ใช้วิธีการสื่อสารในการสนทนาอย่างตรงประเด็นและตรงเป้าหมายมากที่สุด (ประไพพิมพ์ สุธีวสินนนท์ และประสพชัย พสุนนท์, 2559) ร่วมกับการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) ซึ่งเป็นการสังเกตที่ผู้วิจัยไม่ได้เข้าไปในเหตุการณ์หรือไม่ได้เข้าไปเป็นสมาชิกของชุมชน (Danica and Anneliese, 2012) ในการสังเกตพฤติกรรมของผู้ให้ข้อมูล ผู้สังเกตอาจนั่งสังเกตอยู่

ภายนอกห้อง ใช้ทักษะการฟังหรือชำเลื่องมองพฤติกรรม จะไม่เข้าไปยุ่งหรือเข้าไปนั่งร่วมกับผู้ให้ข้อมูล เพราะไม่เช่นนั้น การสังเกต ลักษณะนี้ อาจทำให้ผู้ถูกสังเกตแสดงพฤติกรรมที่ไม่เป็นจริง

3.1.7.2 การรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม

โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวและรับประทานอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร จัดทำเป็นแบบสอบถามออนไลน์ ส่งลิงค์แบบสอบถามผ่านระบบ Google Form จากนั้นตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบเพื่อเตรียมข้อมูลเข้าสู่ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1.8 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1.8.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์

วิเคราะห์ข้อมูลภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีเพื่อเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวโดยการวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic analysis) 6 ขั้นตอน คือ การทำความเข้าใจข้อมูล การทำให้เกิดข้อมูลเบื้องต้น การค้นหาแก่นสาระ การตรวจสอบซ้ำ การระบุและตั้งชื่อแก่นสาระ และการรายงาน (Thompson, 2022) และตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation)

3.1.8.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ดังนี้

3.1.8.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 ปัจจัยภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean: M) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: SD.)

ตอนที่ 3 ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว ที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean: M) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: SD.)

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

3.1.8.2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภาพลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แบบนำตัวแปรเข้าทั้งหมด (Enter Regression)

3.2 วิธีดำเนินการวิจัยตามกิจกรรมที่ 2 รูปแบบนวัตกรรมอาหารและการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

3.2.1 การออกแบบงานวิจัย

งานวิจัยเรื่อง รูปแบบนวัตกรรมอาหารและการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) ระหว่างงานวิจัยเชิงคุณภาพแบบปรากฏการณ์วิทยา โดยมุ่งศึกษาปรากฏการณ์ของผู้คนผ่านประสบการณ์ในชีวิตมนุษย์ (ชาย โปธิสิตา,

2562) ได้แก่ ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ผู้แทนหน่วยงานด้านสุขภาพที่ดูแลธุรกิจท้องถิ่น และผู้ทรงคุณวุฒิด้านอาหารท้องถิ่น เพื่อให้ได้ตัวแปร/ปัจจัยหลักในการสร้างแบบสอบถาม และการวิจัยเชิงปริมาณในการสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวและรับประทานอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสาคร สมุทรสงคราม เพื่อให้ได้รูปแบบนวัตกรรมอาหารและการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

3.2.2 ขั้นตอนการวิจัย

- 3.2.2.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี
- 3.2.2.2 สร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้างสำหรับเก็บข้อมูลจากการผู้ให้ข้อมูลหลัก
- 3.2.2.3 สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็น ผู้ประกอบการร้านอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ผู้แทนหน่วยงานด้านสุขภาพที่ดูแลธุรกิจท้องถิ่น และผู้ทรงคุณวุฒิด้านอาหารท้องถิ่น
- 3.2.2.4 สร้างแบบสอบถามจากผลของการสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า
- 3.2.2.5 ทดสอบคุณภาพของแบบสอบถาม โดยการหาค่าความเที่ยงตรงและค่าความเชื่อมั่น
- 3.2.2.6 รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวและรับประทานอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร โดยผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการประสานงาน
- 3.2.2.7 วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อประกอบการสร้างรูปแบบนวัตกรรมการจัดการ
- 3.2.2.8 สร้างรูปแบบนวัตกรรมการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี
- 3.2.2.9 วิเคราะห์และสรุปผลการศึกษา

3.2.3 ผู้ให้ข้อมูลหลัก ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

3.2.3.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 12 คน แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ๆ 4 คน ประกอบด้วย

- 3.2.3.1.1 ผู้ประกอบการร้านอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ที่ดำเนินกิจการอาหารริมบาทวิถีในพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร จังหวัดละ 1 คน รวม 4 คน
- 3.2.3.1.2 ผู้แทนหน่วยงานด้านสุขภาพที่ดูแลธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในพื้นที่จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร จังหวัดละ 1 คน รวม 4 คน
- 3.2.3.1.3 ผู้ทรงคุณวุฒิด้านอาหารท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร จังหวัดละ 1 คน รวม 4 คน

3.2.3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- 3.2.3.2.1 ประชากร คือ ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ในพื้นที่จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร
- 3.2.3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ในพื้นที่จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร โดยใช้สูตรการคำนวณแบบไม่ทราบจำนวน

ประชากรของ Cochran (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมรับค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างได้ร้อยละ 5 ได้จำนวนตัวอย่าง 384 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability) ด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563) คือ การเลือกหน่วยตัวอย่างจากผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ในพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร โดยในงานวิจัยนี้ รวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการ 4 จังหวัด ๆ ละ 100 คน รวม 400 คน

3.2.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.4.1 แบบสัมภาษณ์

3.2.4.1.1 ลักษณะของแบบสัมภาษณ์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured In-depth Interview) ที่ใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ผู้แทนหน่วยงานด้านสุขภาพที่ดูแลธุรกิจท้องถิ่น และผู้ทรงคุณวุฒิด้านอาหารท้องถิ่น ตรวจสอบเนื้อหาแนวคำถามโดยผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารท้องถิ่นและการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อพิจารณาความเหมาะสมของแนวคำถามตามวัตถุประสงค์การวิจัย แบบสัมภาษณ์ แบ่งเป็น 2 ตอน ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 3 ข้อ ตอนที่ 2 แนวคำถามรูปแบบนวัตกรรมอาหารและการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง จำนวน 3 ข้อ

3.2.4.1.2 การตรวจสอบคุณภาพของแบบสัมภาษณ์

เมื่อได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกแล้ว ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic analysis) 6 ขั้นตอน คือ การทำความเข้าใจกับข้อมูล การทำให้เกิดข้อมูลเบื้องต้น การค้นหาแก่นสาระการตรวจสอบซ้ำ การระบุและตั้งชื่อแก่นสาระ และการรายงาน (Thompson, 2022) จากนั้น จึงนำข้อมูลมาตรวจสอบสามเส้าประกอบด้วย การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data triangulation) เป็นการตรวจสอบเพื่อยืนยันความถูกต้องของข้อมูลจากแหล่งที่มาที่แตกต่างกัน คือ เวลา สถานที่ และบุคคลที่สัมภาษณ์และตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator triangulation) เป็นการตรวจสอบเพื่อยืนยันความถูกต้องของข้อมูลจากผู้วิจัยแต่ละคนที่ร่วมดำเนินโครงการ (Mile & Huberman, 1994)

3.2.4.2 แบบสอบถาม (Questionnaire)

3.2.4.2.1 ลักษณะของแบบสอบถาม

เป็นแบบสอบถามที่ใช้เพื่อสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับนวัตกรรมอาหารและการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง โดยผู้วิจัยสร้างและออกแบบข้อคำถามตามผลการสัมภาษณ์ โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Closed question) และคำถามปลายเปิด (Opened question) แบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ เป็นแบบสอบถามปลายปิดแบบเลือกตอบ ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคำตอบที่สอดคล้องกับความจริง มีลักษณะเป็นข้อมูลนามบัญญัติ (Ordinal scale) (สรชัย พิศาลบุตร และคณะ, 2556)

ตอนที่ 2 การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี จำนวน 43 ข้อ ประกอบด้วยข้อคำถาม 1) คุณภาพอาหาร 2) ความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร 3) คุณภาพการบริการ 4) ความคุ้มค่าสมราคา 5) การบริหารจัดการ (คน เงิน งาน สถานที่และอุปกรณ์) 6) การใช้การสื่อสารการตลาดออนไลน์ 7) การสนับสนุน 8) ความหลากหลายของอาหาร 9) บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของสถานที่จำหน่ายอาหาร 10) การเข้าถึงได้ง่าย 11) ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร 12) การแสดงออกถึงความ เป็นไทย 13) การศึกษาค้นคว้าด้านนวัตกรรม และ 14) การสร้างสรรค์นวัตกรรม เป็นแบบสอบถามชนิด มาตรฐานประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ

ตอนที่ 3 ความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัดภาคกลางตอนล่าง จำนวน 9 ข้อ ประกอบด้วยข้อคำถาม 1) ยอดขายและกำไร 2) การแนะนำของลูกค้า และ 3) ความพึงพอใจของ ลูกค้า เป็นแบบสอบถามชนิดมาตรฐานประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
5	4	3	2	1

ในการอธิบายค่าคะแนนสำหรับแบบสอบถามตอนที่ 2-3 กำหนดเกณฑ์การแปล ความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนค่าเฉลี่ยเป็นช่วงคะแนน ดังนี้ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563)

คะแนนเฉลี่ย	4.50 – 5.00	หมายถึง	ดำเนินการ หรือ เห็นด้วย ในระดับ	มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.50 – 4.49	หมายถึง	ดำเนินการ หรือ เห็นด้วย ในระดับ	มาก
คะแนนเฉลี่ย	2.50 – 3.49	หมายถึง	ดำเนินการ หรือ เห็นด้วย ในระดับ	ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.50 – 2.49	หมายถึง	ดำเนินการ หรือ เห็นด้วย ในระดับ	น้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.49	หมายถึง	ดำเนินการ หรือ เห็นด้วย ในระดับ	น้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงการบริหารจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี จำนวน 1 ข้อ

3.2.4.2.2 การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

แบบสอบถามที่นำมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัย ได้รับการตรวจสอบคุณภาพตาม หลักการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือสำหรับการสอบถาม ได้แก่

1) การทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) เป็นการทดสอบความตรง ของข้อคำถาม ด้วยการคำนวณดัชนีความสอดคล้อง (Index of item Objective Congruence: IOC) โดยนำ แบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความเข้าใจในแนวทางการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี และแนวความคิดเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว จำนวน 5 คน พิจารณาความสอดคล้องของข้อ คำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย และความเหมาะสมของเนื้อหาในข้อคำถาม มีเกณฑ์พิจารณาความเที่ยงตรง ดังนี้

คะแนน	+1	ถ้าแน่ใจว่า	ข้อคำถาม	วัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
คะแนน	0	ถ้าไม่แน่ใจว่า	ข้อคำถาม	วัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
คะแนน	-1	ถ้าแน่ใจว่า	ข้อคำถาม	วัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

คำนวณได้จากสูตร
ตรงนี้ทำสูตรให้ด้วย

โดย	IOC	แทน	ดัชนีความสอดคล้อง
	R	แทน	คะแนนการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ
		แทน	ผลรวมคะแนนการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ
	N	แทน	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 แสดงว่า มีค่าความตรงเชิงเนื้อหา สามารถนำไปใช้ในการรวบรวมข้อมูลได้ สำหรับข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุงหรือตัดออก เพราะแสดงว่ามีความตรงต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด (สุรพงษ์ คงสัตย์ และธีรชาติ ธรรมวงศ์, 2551) สำหรับข้อคำถามในงานวิจัยนี้มีค่าความเที่ยงตรงรายข้อระหว่าง 0.70-1.00 แสดงว่า ข้อคำถามมีความตรง สามารถนำไปใช้ทดสอบค่าความเชื่อมั่นต่อไปได้

2) การทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความตรงแล้ว ให้นักท่องเที่ยวชาวไทย คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา จำนวน 30 คน จากนั้น นำข้อมูลที่ได้มาหาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีการของครอนบัค ใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) (Cronbach, 1990) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ หากมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัคไม่ต่ำกว่า 0.70 ถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ สำหรับแบบสอบถามนี้ ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัคเท่ากับ .91 ถือได้ว่าเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้มีคุณภาพผ่านตามเกณฑ์ (ลัดาวลัย เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชำนิ ประศาสน์, 2562; สรายุทธ กันหลง, 2555)

3.2.5 การรวบรวมข้อมูล

เป็นการรวบรวมข้อมูลนวัตกรรมการอาหารและการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี โดยการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Informal Interview) และผู้ให้สัมภาษณ์ตอบคำถามแบบอิสระ ผู้สัมภาษณ์มีหน้าที่รับฟังรวบรวมประเด็นสำคัญที่ต้องการ บันทึกข้อมูลและตั้งคำถามให้ผู้ให้ข้อมูลตอบคำถาม ใช้วิธีการสื่อสารในการสนทนาอย่างตรงประเด็นและตรงเป้าหมายมากที่สุด (ประไพพิมพ์ สุธีวสินนทร์ และประสพชัย พสุนนท์, 2559) ร่วมกับการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) ซึ่งเป็นการสังเกตที่ผู้วิจัยไม่ได้เข้าไปในเหตุการณ์หรือไม่ได้เข้าไปเป็นสมาชิกของชุมชน (Danica and Anneliese, 2012) ในการสังเกตพฤติกรรมของผู้ให้ข้อมูล ผู้สังเกตอาจนั่งสังเกตอยู่ภายนอกห้อง ใช้ทักษะการฟังหรือชำเลืองมองพฤติกรรม จะไม่เข้าไปยุ่งหรือเข้าไปนั่งร่วมกับผู้ให้ข้อมูล เพราะไม่เช่นนั้น การสังเกต ลักษณะนี้ อาจทำให้ผู้ถูกสังเกตแสดงพฤติกรรมที่ไม่เป็นจริง

3.2.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.2.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์

วิเคราะห์ข้อมูลการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง โดยการวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic analysis) 6 ขั้นตอน คือ การทำความเข้าใจกับข้อมูล การทำให้เกิด

ข้อมูลเบื้องต้น การค้นหาแก่นสาระ การตรวจสอบซ้ำ การระบุและตั้งชื่อแก่นสาระ และการรายงาน (Thompson, 2022) และตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation)

3.2.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ดังนี้

3.2.6.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean: M) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: SD.)

ตอนที่ 3 ความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean: M) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: SD.)

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

3.2.6.2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภาพลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แบบนำตัวแปรเข้าทั้งหมด (Enter Regression)

3.3 วิธีดำเนินการวิจัยตามกิจกรรมที่ 3 การพัฒนาอาหารท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ เชื่อมโยงธุรกิจอาหารริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

3.3.1 การออกแบบงานวิจัย

งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาอาหารท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เชื่อมโยงธุรกิจอาหารริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) ระหว่างงานวิจัยเชิงปริมาณในการรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสาคร สมุทรสงคราม และงานวิจัยเชิงคุณภาพแบบปรากฏการณ์วิทยา โดยมุ่งศึกษาปรากฏการณ์ของผู้คนผ่านประสบการณ์ในชีวิตมนุษย์ (ชาย โปธิสิตา, 2562) ได้แก่ กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิด้านอาหาร ผู้ทรงคุณวุฒิด้านอาหารท้องถิ่น และกลุ่มผู้ประกอบการ เพื่อให้ได้ผลการศึกษารพัฒนาอาหารท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เชื่อมโยงธุรกิจอาหารริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

3.3.2 ขั้นตอนการวิจัย

3.3.2.1 ศึกษาและบูรณาการแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับ อาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมประจำภาคกลางตอนล่าง 4 จังหวัด ได้แก่ ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร

3.3.2.2 รวบรวมและคัดกรองรายชื่ออาหาร ตัวแปรที่เกี่ยวข้องและสร้างแบบสอบถาม

3.3.2.3 ตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม

3.3.2.4 รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจากนักท่องเที่ยวในท้องถิ่นจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ได้แก่ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร และจัดลำดับ (Ranking)

3.3.2.5 วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูล

3.3.2.6 สร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบไม่มีโครงสร้างและตรวจสอบคุณภาพ

3.3.2.7 สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิด้านอาหาร ผู้ทรงคุณวุฒิภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารในพื้นที่ ผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในพื้นที่ เพื่อสรุปรายการอาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและจัดลำดับ (Ranking)

3.3.2.8 นำเสนอรายการอาหารท้องถิ่นที่แสดงถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่

3.3.2.9 วิเคราะห์และสรุปผลการศึกษา

3.3.3 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และผู้ให้ข้อมูล

3.3.3.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

3.3.3.1.1 ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวและรับประทานอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร

3.3.3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวและรับประทานอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร โดยใช้สูตรการคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของ Cochran (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมรับค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างได้ร้อยละ 5 ได้จำนวนตัวอย่าง 384 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non - probability) ด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563) คือ การเลือกหน่วยตัวอย่างจากผู้นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวและรับประทานอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร โดยผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เนื่องจาก ข้อจำกัดในการให้ข้อมูล ความไม่สะดวกของกลุ่มตัวอย่าง ตลอดจนการเข้าถึงข้อมูล ซึ่งจะต้องได้ข้อมูลภายในระยะเวลาจำกัด (Bornstein, Jager, & Putnick, 2013; Schwarcz et al., 2007) โดยในงานวิจัยนี้ รวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวและรับประทานอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี จำนวน 390 คน

3.3.3.2 ผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 12 คน แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ๆ 4 คน ประกอบด้วย

3.3.3.2.1 ผู้ทรงคุณวุฒิด้านอาหาร ที่อาศัยอยู่ในจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร จังหวัดละ 1 คน รวม 4 คน

3.3.3.2.2 ผู้ทรงคุณวุฒิภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารที่ อาศัยอยู่หรือตั้งถิ่นฐานอยู่ในพื้นที่จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร จังหวัดละ 1 คน รวม 4 คน

3.3.3.2.3 ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในพื้นที่จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงครามสมุทรสาคร จังหวัดละ 1 คน รวม 4 คน

คะแนน	+1	ถ้าแน่ใจว่า	ข้อคำถาม	วัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
คะแนน	0	ถ้าไม่แน่ใจว่า	ข้อคำถาม	วัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
คะแนน	-1	ถ้าแน่ใจว่า	ข้อคำถาม	วัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

คำนวณได้จากสูตร
ตรงนี้ทำสูตรให้ด้วย

โดย	IOC	แทน	ดัชนีความสอดคล้อง
	R	แทน	คะแนนการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ
		แทน	ผลรวมคะแนนการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ
	N	แทน	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 แสดงว่า มีค่าความตรงเชิงเนื้อหา สามารถนำไปใช้ในการรวบรวมข้อมูลได้ สำหรับข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุงหรือตัดออก เพราะแสดงว่ามีความตรงต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด (สุรพงษ์ คงสัตย์ และธีรชาติ ธรรมวงศ์, 2551) สำหรับข้อคำถามในงานวิจัยนี้ มีค่าความเที่ยงตรงรายข้อระหว่าง 0.70-1.00 แสดงว่า ข้อคำถามมีความตรง สามารถนำไปใช้ทดสอบค่าความเชื่อมั่นต่อไปได้

2) การทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความตรงแล้ว ให้นักท่องเที่ยวชาวไทย คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา จำนวน 30 คน จากนั้น นำข้อมูลที่ได้ออกมาหาค่าความเชื่อมั่น ด้วยวิธีการของครอนบัก ใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัก (Cronbach's Alpha Coefficient) (Cronbach, 1990) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ หากมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบักไม่ต่ำกว่า 0.70 ถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ สำหรับแบบสอบถามนี้ ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบักเท่ากับ .87 ถือได้ว่าเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้มีคุณภาพผ่านตามเกณฑ์ (ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชำนิ ประศาสน์, 2562; สรายุทธ กั้นหลง, 2555)

3.3.4.1 แบบสัมภาษณ์

3.3.4.1.1 ลักษณะของแบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์เชิงลึกใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิด้านอาหารท้องถิ่น และกลุ่มผู้ประกอบการ (เจ้าของหรือผู้ปฏิบัติงาน) เพื่อสรุปรายการอาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและจัดลำดับ เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured In-depth Interview) ลักษณะเป็นแนวคำถามปลายเปิดที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ตรวจสอบเนื้อหาแนวคำถามโดยผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารท้องถิ่นและการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อพิจารณาความเหมาะสมของแนวคำถามตามวัตถุประสงค์การวิจัย แบบสัมภาษณ์ แบ่งเป็น 2 ตอน ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูล จำนวน 3 ข้อ ตอนที่ 2 แนวคำถามเกี่ยวกับรายการอาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม จำนวน 5 ข้อ ตอนที่ 3

ความคิดเห็นต่อการจัดลำดับ (Ranking) รายการอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของพื้นที่จังหวัดภาคกลางตอนล่าง จำนวน 4 ข้อ

3.3.4.1.2 การตรวจสอบคุณภาพของแบบสัมภาษณ์

เมื่อได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกแล้ว ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic analysis) 6 ขั้นตอน คือ การทำความเข้าใจกับข้อมูล การทำให้เกิดข้อมูลเบื้องต้น การค้นหาแก่นสาระ การตรวจสอบซ้ำ การระบุและตั้งชื่อแก่นสาระ และการรายงาน (Thompson, 2022) จากนั้น จึงนำข้อมูลมาตรวจสอบสามเส้าประกอบด้วย การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data triangulation) เป็นการตรวจสอบเพื่อยืนยันความถูกต้องของข้อมูลจากแหล่งที่มาที่แตกต่างกัน คือ เวลา สถานที่ และบุคคลที่สัมภาษณ์ และตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator triangulation) เป็นการตรวจสอบเพื่อยืนยันความถูกต้องของข้อมูลจากผู้วิจัยแต่ละคนที่ร่วมดำเนินโครงการ (Mile & Huberman, 1994)

3.3.5 การรวบรวมข้อมูล

3.3.5.1 การรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม

โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จากนักท่องเที่ยวที่เคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสาคร สมุทรสงคราม จัดทำเป็นแบบสอบถามออนไลน์ ส่งลิงค์แบบสอบถามผ่านระบบ Google Form จากนั้น ตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบเพื่อเตรียมข้อมูลเข้าสู่ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

3.3.5.2 การรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์

เป็นการรวบรวมข้อมูลอาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจากคนในท้องถิ่นจังหวัดภาคกลางตอนล่าง โดยการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Informal Interview) และผู้ให้สัมภาษณ์ตอบคำถามแบบอิสระ ผู้สัมภาษณ์มีหน้าที่รับฟังรวบรวมประเด็นสำคัญที่ต้องการ บันทึกข้อมูลและตั้งคำถามให้ผู้ให้ข้อมูลตอบคำถาม ใช้วิธีการสื่อสารในการสนทนาอย่างตรงประเด็นและตรงเป้าหมายมากที่สุด (ประไพพิมพ์ สุธีวสินนท์ และประสพชัย พสุนนท์, 2559) ร่วมกับการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) ซึ่งเป็นการสังเกตที่ผู้วิจัยไม่ได้เข้าไปในเหตุการณ์หรือไม่ได้เข้าไปเป็นสมาชิกของชุมชน (Danica and Anneliese, 2012) ในการสังเกตพฤติกรรมของผู้ให้ข้อมูล ผู้สังเกตอาจนั่งสังเกตอยู่ภายนอกห้อง ใช้ทักษะการฟังหรือชำเลืองมองพฤติกรรม จะไม่เข้าไปยุ่งหรือเข้าไปนั่งร่วมกับผู้ให้ข้อมูล เพราะไม่เช่นนั้น การสังเกต ลักษณะนี้ อาจทำให้ผู้ถูกสังเกตแสดงพฤติกรรมที่ไม่เป็นจริง

3.3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ดังนี้

3.3.6.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

3.3.6.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามตอนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

3.3.6.1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามตอนที่ 3 อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean: M) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: SD.)

3.3.6.1.4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

3.3.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์

วิเคราะห์ข้อมูลอาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจากคนในท้องถิ่นจังหวัดภาคกลางตอนล่าง โดยการวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic analysis) 6 ขั้นตอน คือ การทำความเข้าใจข้อมูล การค้นหาแก่นสาระ การตรวจสอบซ้ำ การระบุและตั้งชื่อแก่นสาระ และการรายงาน (Thompson, 2022) และตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation)



บทที่ 4

ผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง การยกระดับคุณภาพธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากสู่การพึ่งพาตนเองกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง แบ่งออกเป็น 3 กิจกรรม ประกอบด้วย 1) กิจกรรมที่ 1 การพัฒนารูปแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี เพื่อเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง (2) ศึกษาปัจจัยภาพลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง และ (3) สร้างรูปแบบการจัดการภาพลักษณ์ที่เสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2) กิจกรรมที่ 2 รูปแบบนวัตกรรมอาหารและการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง และ (2) สร้างรูปแบบนวัตกรรมอาหารและการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง และ 3) กิจกรรมที่ 3 การพัฒนาอาหารท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เชื่อมโยงธุรกิจอาหารริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษารายการอาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง และ (2) นำเสนอรายการอาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง โดยมีผลการวิจัยนำเสนอตามลำดับกิจกรรม ดังนี้

4.1 ผลการวิจัยตามกิจกรรมที่ 1 การพัฒนารูปแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี เพื่อเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

4.1.1 ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

4.1.1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์ ตามตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

รหัส	เพศ	อายุ (ปี)	ตำแหน่ง
P1-01	ชาย	55	ผู้ประกอบการในธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี
P1-02	หญิง	59	ผู้ประกอบการในธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี
P1-03	หญิง	48	ผู้ปฏิบัติงานในธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี
P1-04	หญิง	51	ผู้ปฏิบัติงานในธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี

รหัส	เพศ	อายุ (ปี)	ตำแหน่ง
P1-05	หญิง	61	ผู้นำชุมชน
P1-06	ชาย	58	ผู้นำชุมชน
P1-07	หญิง	59	ผู้นำชุมชน
P1-08	ชาย	62	ผู้นำชุมชน
P1-09	ชาย	54	ผู้บริหารในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
P1-10	ชาย	57	ผู้บริหารในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
P1-11	หญิง	38	ผู้ปฏิบัติงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
P1-12	หญิง	41	ผู้ปฏิบัติงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

4.1.1.2 ผลการสัมภาษณ์ความคิดเห็นต่ออาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

1) ความเกี่ยวข้องของอาหารริมบาทวิถี (Street food) กับอาหารท้องถิ่น

จากการสัมภาษณ์พบว่า การจำหน่ายอาหารท้องถิ่นในแถบจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ซึ่งหมายถึง ตั้งแต่จังหวัดนครปฐมจนถึงจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มากกว่าครึ่งหนึ่งที่เป็นธุรกิจอาหารริมทางหรือ Street food เนื่องจากส่วนใหญ่เริ่มต้นจากการทำธุรกิจขนาดเล็กเฉพาะในครอบครัว อาจกล่าวได้ว่า อาหารท้องถิ่นในรูปแบบนี้ เป็นภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษ เริ่มต้นจากวิถีชีวิตที่สะท้อนวัฒนธรรมของการรับประทานอาหารของคนในพื้นที่นี้ และทำเป็นอาชีพในเวลาต่อมา เมื่อมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะตามหาและใช้บริการอาหารท้องถิ่นนอกเหนือจากการหาที่พักผ่อนหย่อนใจ เพราะต้องการสัมผัสวิถีชีวิตของผู้คนในพื้นที่ เป็นสิ่งดึงดูดสำหรับพื้นที่ภาคกลางตอนล่างที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ท่องเที่ยว โดยเฉพาะ หัวหิน ปรานบุรี ชะอำ แม่กลอง อัมพวา จะมีร้านอาหารที่เป็นร้านริมทางที่จำหน่ายอาหารประจำพื้นที่ด้วยเมนูที่หลากหลาย

P1-06 “...ถ้าจะถามว่า อาหารเกี่ยวข้องยังไง ต้องตอบว่า มันคือการขายอาหารจากบ้านเรานี่แหละ เป็นอาหารที่เราทำกินเป็นประจำในครอบครัว ขายในตลาด รถเข็น หรือเป็นหน้าร้านคนอื่น หน้าบ้าน แบบเป็นบูธก็มีจะ...”

P1-07 “...อาหารของพื้นที่เรา เป็นอาหารที่เราใช้ของที่มีอยู่ในนี้แหละทำมากินกันตั้งแต่เด็ก ๆ ที่ปู่ย่าตายาย พ่อ แม่ สอนให้ทำ วิธีทำก็ทำตามกันมา แต่เดี๋ยวนี้พอบางอย่างไม่มีก็ดัดแปลงใช้อย่างอื่นบ้าง ...”

2) ความสำคัญของวัตถุดิบอาหารกับเรื่องการสร้างอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นอาหารริมบาทวิถี
 อัตลักษณ์ของอาหารริมบาทวิถี แสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ด้านทรัพยากรในพื้นที่โดยเฉพาะทรัพยากรทะเลและไร่นา หรือวัตถุดิบท้องถิ่น ที่ถือเป็นสิ่งสำคัญประการแรกที่ส่งผลถึงการสร้างสรรค์รายการอาหารจากผลผลิตที่มีตามฤดูกาล หากกล่าวถึงวัตถุดิบ จะเป็นสิ่งที่เกี่ยวเนื่องกับลักษณะพื้นที่ที่มีความเหมาะสมกับผลผลิตที่เป็นวัตถุดิบอาหารด้วย

2.1) จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 1) สับปะรด เป็นพืชเศรษฐกิจสำคัญที่ทำรายได้ให้จังหวัดเป็นอันดับหนึ่ง 2) มะพร้าว พืชเศรษฐกิจที่ทำรายได้เป็นอันดับสองรองจากสับปะรด 3) มะม่วง

เป็นพืชเศรษฐกิจที่มีอนาคตและมีมูลค่า โดยเฉพาะมะม่วงน้ำดอกไม้ 4) ปลาอินทรีเค็มกางมุ้ง 5) ไข่เค็มใบเตย 6) หอยนางรม 7) ขนุนทองประเสริฐ 8) บัวหลวง 9) ปลาหมึกแดดเดียว

2.2) จังหวัดเพชรบุรี ในฐานะเมืองสามรส ซึ่งหมายถึงแหล่งผลิตวัตถุดิบสำคัญ 3 อย่าง ได้แก่ 1) วัตถุดิบที่ให้ รสเค็ม จากเกลือสมุทรในพื้นที่อำเภอบ้านแหลมซึ่งเป็นพื้นที่ติดทะเล ทำให้มีอาชีพการทำนาเกลือ โดยกล่าวกันว่า การทำนาเกลือที่จังหวัดเพชรบุรีมีจำนวนมากที่สุดในประเทศไทย 2) วัตถุดิบที่ให้รสหวาน ตาล ในฐานะเป็นแหล่งปลูกตาลซึ่งใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตน้ำตาลโตนดในการประกอบอาหารทั้งคาว ว่าง หวาน จนทำให้เพชรบุรีเป็นแหล่งกำเนิดของอาหารท้องถิ่นที่หลากหลาย และ 3) วัตถุดิบที่ให้รสเปรี้ยวของมะนาวที่มีคุณภาพของแหล่งปลูกในพื้นที่ที่อุดมสมบูรณ์ ทำให้สามารถสร้างสรรค์เมนูอาหารที่แสดงอัตลักษณ์วัฒนธรรมเฉพาะของพื้นที่ เช่น แกงคั่วหัวตาล ก๋วยเตี๋ยวน้ำแดง ข้าวแช่ ขนมหินทอดมันหม้อแกง

2.3) จังหวัดสมุทรสงคราม ด้วยจังหวัดสมุทรสงครามมีพื้นที่ชายฝั่งติดทะเล ประกอบกับมีแม่น้ำแม่กลองไหลผ่านกลางเมือง เป็นแหล่งอุดมสมบูรณ์ มีทั้งสวนมะพร้าว ป่าชายเลน นาเกลือ เป็นบริเวณที่อุดมสมบูรณ์เป็นลำดับต้นของประเทศ ทำให้สามารถเพาะปลูกพืชหลากหลาย เป็นวัตถุดิบประจำถิ่น ได้แก่ 1) ใบชะคราม เป็นพืชที่ตรงพุ่มที่ขึ้นตามดินกร่อยริมชายฝั่งทะเลเมืองแม่กลอง มีใบที่มีรสเค็มอ่อนหรือชาวบ้านเรียกเค็มปะแล่ม ๆ นิยมนำมาเป็นวัตถุดิบในการทำอาหารหลายชนิด ตัวอย่าง แกงส้ม แกงคั่ว ผัด ยำ เป็นส่วนผสมในไข่เจียว ผัดไข่ หรือนำมาลวกกรดด้วยน้ำกะทิทานกับน้ำพริก ได้รสชาติที่เข้ากันเป็นอย่างดี ปัจจุบันยังมีการนำมาเป็นส่วนประกอบในอาหารแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เช่น ข้าวเกรียบใบชะคราม ใบชะครามแผ่นปรุงรส 2) ปลาทุแม่กลอง เป็นปลาที่มีเนื้อหอมมัน เนื่องจากเติบโตในน้ำที่เป็นน้ำกร่อยตรงปากแม่น้ำแม่กลองที่ไหลลงอ่าวไทย ทำให้ได้รสชาติของปลาที่เป็นความอร่อยตามธรรมชาติ 3) น้ำตาลมะพร้าว เป็นอาชีพเก่าแก่ของคนในพื้นที่ ต้นมะพร้าวเติบโตในดินกร่อย พื้นที่ริมฝั่งทะเลจึงปลูกต้นมะพร้าวกันเป็นจำนวนมาก สมัยก่อนมีการเกี่ยวน้ำตาลมะพร้าวกันทุกครัวเรือนเป็นวิถีชีวิตปกติของชุมชน ต่อมา มีการปลูกมะพร้าวน้อยลง โดยหันไปประกอบอาชีพอื่น จึงมีผลทำให้อาชีพการเกี่ยวตาลลดน้อยลงด้วย

2.4) จังหวัดสมุทรสาคร เป็นจังหวัดชายทะเล ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำท่าจีนและปากอ่าวไทย มีพืชท้องถิ่นสำหรับการทำอาหาร ได้แก่ 1) มะพร้าวน้ำหอม มีการเพาะปลูกกันแพร่หลาย เนื่องจากน้ำและเนื้อมะพร้าวมีรสชาติหวานกลมกล่อมและมีกลิ่นหอมชื่นใจ มาจากสภาพดินที่ที่อุดมสมบูรณ์ เป็นที่ขึ้นชอบของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ 2) มะนาว ปลูกมากที่อำเภอบ้านแพ้ว อำเภอกะทู้แบนและอำเภอมืองสมุทรสาครบ้างแต่อาจเป็นส่วนน้อยกว่า 2 ที่แรก 3) มะม่วง เป็นพืชที่ชอบอากาศแห้งแล้งและชุ่มชื้นหรือมีฝนตกสลับกันเป็นช่วง ๆ พันธุ์ที่ปลูกส่วนใหญ่ คือ พันธุ์ฟ้าลั่น เขียวเสวย น้ำดอกไม้

P1-09 “...แรกเริ่มเดิมที บ้านเราก็ปลูกพืชผักผลไม้กินกันเอง ใช้ทำอาหารตามวิถีชีวิตประจำวัน ถ้าปลูกมากก็ได้ขายบ้าง แต่ถามว่า ทำเป็นการค้าอะไรใหญ่โตมัย ก็ไม่หรอก ต้องคนที่เขาทำเป็นจริง ๆ ...”

P1-11 “...วัตถุดิบในจังหวัดเรา ก็มีทั้งพืชเศรษฐกิจที่ทำรายได้ก็มากอยู่หลายรายการ แต่ก็มีหลายอย่างที่เป็นระดับท้องถิ่น เวลาผู้ประกอบการเอามาทำอาหาร มันก็ยิ่งช่วยให้เพิ่มความน่าสนใจของอาหาร Steert food เหมือนเป็นอาหารท้องถิ่นแท้ ๆ ประมาณนั้น ...”

3) ปริมาณการให้บริการอาหารท้องถิ่นในธุรกิจอาหารริมบาทวิถีในจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ในเขตพื้นที่ของจังหวัดภาคกลางตอนล่างมีร้านอาหารริมทางปริมาณมากเมื่อเทียบกับร้านอาหารทั่วไป ส่วนใหญ่สามารถสืบค้นข้อมูลได้จากเว็บไซต์ส่งเสริมด้านอาหาร ได้แก่ เว็บไซต์ Wongnai และ เว็บไซต์ bester eats โดยร้านอาหารริมบาทวิถีจากการสัมภาษณ์และการสืบค้นวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง มีดังนี้

3.1) จังหวัดประจวบคีรีขันธ์: 3.1.1) เจ็ม่วย ซาลาเปาเตาถ่าน 3.1.2) กาแฟแจ็กเปี้ยะ 3.1.3) ลูกชิ้นหัวหิน 3.1.4) อาม่ากู่ช่ายก้วย 60 ปี (ตลาดฉัตรไชย) 3.1.5) ก้วยจับแม่มาลีตลาดฉัตรไชยหัวหิน (เจ้าแรกในหัวหิน) 3.1.6) หมูปิ้งลุงแต 3.1.7) หอยเสียบเจ็เปียร์ (น้ำจิ้มมะละกอ) 3.1.8) นีโศคริม 3.1.9) ลอดช่องสิงคโปร์ ลุงดำ 3.1.10) กล้วยทอด ป้าเจ้ 3.1.11) ปิ้งบป้าภา 3.1.12) สมชาย ปาท่องโก๋ 3.1.13) โรตีสินเตอร์ 3.1.14) WabiSushi 3.1.15) ข้าวโพดปิ้ง สีพื้ร่อง ในตลาดหัวหิน 3.1.16) ข้าวแช่แม่ตุ๋่ม เพชรบุรี 3.1.17) เสี้ยชัยเป็ดย่าง ตลาดฉัตรไชย 3.1.18) ข้าวเหนียวมะม่วงป่าเจือ 3.1.19) ลากปาก 3.1.20) ตะโก้สวย เบญพงค์ 3.1.21) ข้าวเหนียวมะม่วงท่านขุน ตลาดไต้รุ่ง หัวหิน 3.1.22) ขนมครกสีม่วง ใส่ทะเล็ก หัวหิน 3.1.23) เจ็ดขนมหวาน ตลาดไต้รุ่งหัวหินเจ้าเก่า 3.1.24) สาลี่ กะปิสูตรโบราณ ตลาดไต้รุ่งหัวหิน 3.1.25) ขนมจีนเจ็รุ่งหัวหิน 55 3.1.26) อาย กล้วยปิ้งมะพร้าวอ่อน ตลาดฉัตรไชยไฉกเจ็แอน 3.1.27) ขนมหวานบ้าน ป้าปรารงค์ 3.1.28) กล้วยปิ้ง ณ ดรณ 3.1.29) แป้งปะ หัวหิน

3.2) จังหวัดเพชรบุรี: 3.2.1) นุชทอดมันขนมจีน 3.2.2) ขนมจีนหน้าสถานีกาชาด 3.2.3) ก้วยเต็ยชะอำ ป.ประทีป พริกเผ็ด 3.2.4) น้ำโอ เต้าหู้ทำยาง 3.2.5) น้ำตาลสดนถม 3.2.6) แม่งาม หอยทอด 3.2.7) หมี่ก้อย ใจ 3.2.12) ข้าวแช่แม่อ่อน 3.2.13) ข้าวแช่แม่อร 3.2.14) ข้าวแช่แม่แอ็ด เจ้าเก่า 3.2.15) ข้าวแช่แม่ลาก 3.2.16) ข้าวแช่แม่สายบัว หน้าร้านทองแม่แฝว 5 เพชรบุรี 3.2.17) ทอดมันปลากราย แม่จุก 3.2.18) แม่ฟ้ามุย ขนมหวาน 3.2.19) น้ำเต้าหู้เจ็หลินเจ้าเก่า 3.2.20) ขนมจีนทอดมันแม่แดง ตลาด ริมน้ำ 3.2.21) ร้านป้าแป้ว สะพานยกโรงปูน ชะอำ 3.2.22) ฟี่สุ กล้วยปิ้ง 3.2.23) ขนมหวานป่าไฟ ตลาด ชะอำ 3.2.24) หมูสะเต๊ะหน้าเขาวัง เพชรบุรี 3.2.25) ลูกชิ้นทอดท่าหิน เพชรบุรี 3.2.26) ร้านขนมหนักน้อย แม่หลาย (เจ้าเก่า) 3.2.27) กนกพรลอดช่องน้ำตาลชั้น 3.2.28) เดอะโอวทัง นายกี 3.2.29) ลอดช่องน้ำตาลชั้น โพธิ์การ์รอง (Lod Chong Nam Tam Khon) 3.3.30) ขนมหม้อแกงแม่สมาน ตลาดเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี

3.3) จังหวัดสมุทรสงคราม: 3.3.1) โจ๊กหม้อดินธนภรณ์ 3.3.2) แม่ลมุด หมี่กสดย่าง 3.3.3) เต้าทึง หมี่หวาน เจ็ดตัวเจ้าเก่า 3.3.4) ข้าวเหนียวยายบุญเรือน 3.3.5) ร้านข้าวต้มปลาแม่กลอง (ร้านรัง นกเจ็สุ) 3.3.6) ก้วยเต็ยยายปุก 3.3.7) ข้าวต้มเปิดแจ้ 3.3.8) กระจะปะปลาปรุงสด 3.3.9) ข้าวมันไก่ไทย สวีตตี้ 3.3.10) ข้าวแกงแม่แซกแม่กลอง 3.3.11) Slow bar (สโลว์บาร์หน้าโรงพักแม่กลอง) 3.3.12) โรตีสั้นตัว ตลาดน้ำบางน้อย 3.3.13) แฮกิ้งโบราณ สูตรอากง ตลาดน้ำแม่่น้อย 3.3.14) ฮกกิม บะหมี่หมูทอง 3.3.15) ขนมปั่นสิบ ครองแครง ขนมบ้านกานต์ 3.3.16) กล้วยทอดสลัดน้ำมันคุณต๋อย 3.3.17) แม่เอี้ย ขนมต้มแม่ กลอง เจ้าเก่า 3.3.18) เต้าหู้นมสด ลุงต๋อย วัดประทุม 3.3.19) หมูสะเต๊ะนายไฮ้เจ้าเก่า สาขาตลาดผลไม้ ถนนประสิทธิ์พัฒนา 3.3.20) ขนมเป็องบ้านอม สูตรโบราณ ตลาดน้ำท่าคา 3.3.21) หอยทอดป่าเขียว ในตำนาน 3.3.22) รอยอินทร์ 3.3.23) ข้าวต้มเรือตาเจ็ก 3.3.24) กล้วยย่างเจ็ยบ เจ็ยบ

3.4) จังหวัดสมุทรสาคร: 3.4.1) ข้าวขาหมู 300 ห้อง มหาชัย 3.4.2) แดกเอื้อเต็ด
ขวัญใจหมึกย่าง 3.4.3) ตีโหงง เกี้ยวปลาท่าฉลอม 3.4.4) ข้าวต้มบ้านกุ่มปลา 3.4.5) หมูย่างป่าทา ท่าฉลอม
3.4.6) ขนมเบื้องญวนป่าแห่ง ท่าฉลอม 3.4.17) กะบับไก่พ่นไฟรังสิต สาขาพันท้ายนรสิงห์

P1-01 “...อาหารริมทาง บางอย่างก็เป็นอาหารจากภูมิปัญญาคนในนี้ แต่บางอย่างก็อาจมีดัดแปลงไปตามที่
เขาหาของมาทำได้ ความหวังที่ว่า จะได้กินแบบอาหารโบราณที่พ่อแม่เราทำก็มีแหละ แต่ก็ไม่เสมอไป ...”

P1-04 “... จะได้กินของดั้งเดิมมัย เท่าที่บางทีเวลาเราบอกว่า อาหาร Street food คนเขาก็ว่า เออ จะได้กิน
ของดั้งเดิมมัย เท่าที่เราดูมันก็มีของโบราณอยู่หลายอย่าง ทำอร่อย ตามแบบอย่างไทยแท้ก็มี...”

4) หน่วยงานในพื้นที่ที่ให้การส่งเสริมสนับสนุนอาหารท้องถิ่นในรูปแบบอาหารริมบาทวิถี
(Street food) และรูปแบบการสนับสนุน

5) วิธีการสร้างภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นของธุรกิจริมบาทวิถีในการดึงดูดนักท่องเที่ยว

ภาพลักษณ์ เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ลูกค้าบอกต่อความอร่อยหรือกลับมาใช้บริการซ้ำ จุดเด่น
ของอาหารท้องถิ่นที่อยู่ริมบาทวิถี ถือเป็นเสน่ห์อีกรูปแบบหนึ่งของการให้บริการอาหารที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ
เนื่องจากเข้าถึงได้ง่ายกว่าการบริการในร้านอาหาร นักท่องเที่ยวสามารถเพลิดเพลินกับการใช้ประสบการณ์ใน
ร้านที่เป็นระบบเปิดได้สะดวก ดังนั้น อาหารจึงต้องมีคุณภาพดี รสชาติอร่อย สะอาด และดูแลความเป็น
ระเบียบของบริเวณรอบ ๆ แผงลอยหรือรถเข็นอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งต้องถือว่าเป็นความรับผิดชอบร่วมกันของ
หน่วยงานในท้องถิ่นและผู้ประกอบการ

P1-05 “...ภาพลักษณ์คือภาพจำที่มีความสำคัญมากที่สุด ทำยังไงให้นักท่องเที่ยวเขาอยากมาอีก อยู่ที่
รสชาติของอาหาร ต้องกินแล้วอร่อยเหมือนกันทุกครั้ง เพราะไม่ได้มีร้านเป็นหลักแหล่ง ใช้ส่วนผสมที่ดี สด
ใหม่ ทำให้เขากินเหมือนทำให้เรากินด้วย ไม่ใช่ทำไปแบบนั้น ๆ สดท้าย ก็ไม่มีใครกล้ามาอีก...”

P1-12 “...อาหาร Street food บางทีก็เนอะ เอาพูดกันตรง ๆ คือ ความสะอาด เพราะไม่ได้มีร้านเป็นหลัก
แหล่ง มีบ้าง แต่ส่วนใหญ่เป็นแผงลอย รถเข็น ต้องสะอาด คนขายต้องขยันที่จะทำให้ที่ร้านและรอบ ๆ ดูดี น่า
นั่ง น่าซื้อ ก็ไม่ใช่เรื่องง่าย แต่ก็ควรทำ เป็นการทำให้เกิดความประทับใจตั้งแต่ครั้งแรก ...”

4.1.1.3 ผลการสัมภาษณ์ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัด
ภาคกลางตอนล่างสำหรับการสร้างแบบสอบถาม ตามตารางที่ 4 2

ตารางที่ 4 2 สรุปตัวแปรจากการสัมภาษณ์สำหรับการสร้างแบบสอบถาม

ลำดับ	ตัวแปรภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่น ริมบาทวิถีจากการสัมภาษณ์	ตัวแปรภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่น ริมบาทวิถีสำหรับสร้างแบบสอบถาม
1	คุณภาพที่น่าประทับใจของอาหารท้องถิ่น	คุณภาพอาหาร
2	ใส่ใจเรื่องความสะอาดและความปลอดภัยของอาหาร	ความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร
3	ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณของอาหาร	ความคุ้มค่าสมราคา
4	เป็นอาหารท้องถิ่นที่แสดงเอกลักษณ์ที่โดดเด่น	ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร
5	ความหลากหลาย ให้เลือกได้หลายอย่าง	ความหลากหลายของอาหาร

ลำดับ	ตัวแปรภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่น ริบบาทวิถีจากการสัมภาษณ์	ตัวแปรภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่น ริบบาทวิถีสำหรับสร้างแบบสอบถาม
6	เป็นอาหารท้องถิ่นที่แสดงเอกลักษณ์ที่โดดเด่น	การแสดงถึงวัฒนธรรมไทยของอาหาร
7	บรรยากาศของร้าน Street food	บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของร้าน หรือสถานที่จำหน่ายอาหาร
8	คุณภาพการให้บริการของร้าน Street food	คุณภาพการบริการ
9	เข้าถึงร้านจำหน่ายอาหาร Street food ได้ง่าย	การเข้าถึงได้ง่าย

4.1.1.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมจากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด และวิเคราะห์ตามขั้นตอนที่กำหนดไว้ ตามตารางที่ 4.3-4. ดังนี้

- 1) ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ตามตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

	ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
(n = 400)			
เพศ			
	ชาย	92	23.0
	หญิง	290	72.5
	เพศทางเลือก	18	4.5
อายุ			
	น้อยกว่า 20 ปี	25	6.3
	20-30 ปี	39	9.8
	31-40 ปี	100	25.0
	41-50 ปี	93	23.3
	51-60 ปี	48	12.0
	มากกว่า 60 ปี	95	23.6
ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	36	9.0
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	136	34.0
	สูงกว่าปริญญาตรี	228	57.0

(n = 400)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	24	6.0
พนักงานในหน่วยงานราชการ	212	53.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ / เอกชน	46	11.5
อาชีพอิสระ	62	15.5
แม่บ้าน	30	7.5
อื่น ๆ	26	6.5
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 20,000 บาท	63	15.8
20,001-25,000 บาท	74	18.5
สูงกว่า 25,000 บาท	228	57.0
ไม่สามารถให้ข้อมูลได้	35	8.7
สถานภาพสมรส		
โสด	202	50.4
สมรส	189	47.3
หย่าร้าง/แยกกันอยู่	9	2.3
ที่พักอาศัยในปัจจุบัน		
กรุงเทพฯ	237	59.3
ภาคเหนือ	0	0
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	12	3.0
ภาคกลาง	107	26.7
ภาคตะวันออก	24	6.0
ภาคใต้	20	5.0
ผู้ร่วมเดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดภาคกลางตอนล่าง		
คนเดียว	18	4.5
ครอบครัว	260	65.0
เพื่อน	116	29.0
อื่น ๆ	6	1.5

(n = 400)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ช่วงเวลาในการเดินทางส่วนใหญ่		
วันธรรมดา	22	5.5
เสาร์-อาทิตย์	248	62.0
วันหยุดนักขัตฤกษ์	130	32.5
ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวส่วนใหญ่		
1 วัน	10	19.1
2 วัน 1 คืน	227	56.8
3 วัน 2 คืน	95	23.8
อื่น ๆ	2	0.5
แหล่งข้อมูลประกอบการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่		
องค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยว	24	6.0
โซเชียลมีเดีย	267	67.1
ครอบครัว/เพื่อน/คนรู้จัก	102	25.5
รายการส่งเสริมการท่องเที่ยว	5	1.4
ค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวในจังหวัดภาคกลางตอนล่าง /ครั้ง/คน		
ต่ำกว่า 1,000 บาท	9	2.3
1,001-1,500 บาท	59	14.7
1,501-2,000 บาท	100	25.0
มากกว่า 2,000 บาท	232	58.0
จำนวนครั้งของการท่องเที่ยวในจังหวัดภาคกลางตอนล่าง		
1 ครั้ง	37	9.3
2-3 ครั้ง	186	46.5
4-5 ครั้ง	44	11.0
มากกว่า 5 ครั้ง	133	33.2
จังหวัดภาคกลางตอนล่างที่ท่านชื่นชอบในการท่องเที่ยว		
ประจวบคีรีขันธ์	159	39.8
เพชรบุรี	156	39.0
สมุทรสาคร	27	6.7

(n = 400)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สมุทรสงคราม	58	14.5
เหตุผลจากการเลือกในข้อ 14 โปรดใส่ตัวเลขหน้าข้อเรียงลำดับตามความขึ้นชอบของท่าน		
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว	149	37.3
ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก	54	13.4
ความสะดวกในการเดินทาง	52	13.0
ความปลอดภัยในพื้นที่	42	10.5
อธยาศัยของผู้คนในพื้นที่	35	8.8
เอกลักษณ์ของอาหารในพื้นที่	68	17.0

จากตารางที่ 4.3 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม และสมุทรสาคร ส่วนมากเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 72.5 รองลงมาเป็นเพศชาย ร้อยละ 23.0 และเพศทางเลือก ร้อยละ 4.5 โดย 1 ใน 4 มีช่วงอายุ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.0 รองลงมาคือช่วงอายุมากกว่า 60 ปี ร้อยละ 23.6 และ 51 – 60 ปี และมีช่วงอายุ 41 – 50 ปี ร้อยละ 23.3 ซึ่งใกล้เคียงกัน เกินครึ่งหนึ่งของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมามีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 34.0 และมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 9.0 ตามลำดับ ประมาณครึ่งหนึ่งมีการประกอบอาชีพพนักงานในหน่วยงานราชการ คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมาประกอบอาชีพอิสระ ร้อยละ 15.5 ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ/เอกชน ร้อยละ 11.5 โดยส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 25,000 คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 25,000 บาท ร้อยละ 18.5 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท ร้อยละ 15.8 สถานภาพสมรสพบว่า ประมาณครึ่งหนึ่งเป็นโสด ร้อยละ 50.4 รองลงมาคือมีสถานภาพสมรส ร้อยละ 47.3 และหย่าร้าง/แยกกันอยู่ ร้อยละ 2.3 ปัจจุบันพักอาศัยในกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 59.3 รองลงมาคือภาคกลาง ร้อยละ 26.7 และภาคตะวันออก ร้อยละ 6.0 และไม่พบผู้อาศัยในภาคเหนือเลย

สำหรับข้อมูลการท่องเที่ยว พบว่า 2 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 65.0 รองลงมาคือเพื่อน ร้อยละ 29.0 ไม่มีผู้ร่วมเดินทางฯ (ไปคนเดียว) ร้อยละ 4.5 ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นวันเสาร์ – อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 62.0 รองลงมาคือวันนักขัตฤกษ์ ร้อยละ 32.5 และวันธรรมดาเพียงร้อยละ 5.5 โดยใช้ในการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ 2 วัน 1 คืน คิดเป็นร้อยละ 56.8 รองลงมาคือ 3 วัน 2 คืน ร้อยละ 23.8 และ 1 วันเป็นส่วนน้อย คือ ร้อยละ 19.1 ได้ข้อมูลการท่องเที่ยว ได้แหล่งข้อมูลประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่จาก โซเชียลมีเดีย คิดเป็นร้อยละ 67.1 รองลงมาคือ ครอบครัว/เพื่อน/คนรู้จัก ร้อยละ 25.5 จากองค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยว ร้อยละ 6.0 มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในจังหวัดภาคกลาง

ตอนล่าง /ครั้ง/คน จำนวน มากกว่า 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 58.0 รองลงมาคือจำนวน 1,501 – 2,000 บาท ร้อยละ 25.0 จำนวน 1,001 – 1,500 บาท จำนวน 14.7 และจำนวนต่ำกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 2.3 เกือบครึ่งหนึ่ง มีการท่องเที่ยวในจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 – 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 46.5 รองลงมาคือ มากกว่า 5 ครั้ง ร้อยละ 33.2 และ 4 – 5 ครั้ง ร้อยละ 11.0

ส่วนสถานที่ที่ชื่นชอบในการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชื่นชอบการท่องเที่ยวในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.8 รองลงมาซึ่งเป็นจำนวนใกล้เคียงกันคือ จังหวัดเพชรบุรี ร้อยละ 39.0 จังหวัดสมุทรสงคราม ร้อยละ 14.5 และจังหวัดสมุทรสาคร ร้อยละ 6.7 มากกว่า 1/3 ของผู้ที่ตอบชื่อจังหวัดที่ชื่นชอบในการท่องเที่ยวข้างต้น เลือกเหตุผลความชื่นชอบจาก ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.3 รองลงมาคือ เอกลักษณ์ของอาหารในพื้นที่ ร้อยละ 17.0 ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกร้อยละ 13.4 ความสะดวกในการเดินทาง ร้อยละ 13.0 ความปลอดภัยในพื้นที่ ร้อยละ 10.5 และอัยาศัยของผู้คนในพื้นที่ ร้อยละ 8.8 ตามลำดับ

2) ภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง โดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย (M) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2.1) ภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง จำแนกเป็นรายด้านตามตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย (M) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างจำแนกตามรายด้าน

ภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง	(n=400)		
	\bar{X}	S.D	ระดับ
1. ด้านคุณภาพอาหาร	4.16	0.66	มาก
2. ด้านความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร	3.96	0.70	มาก
3. ด้านความคุ้มค่าสมราคา	4.03	0.66	มาก
4. ด้านความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร	4.14	0.66	มาก
5. ด้านความหลากหลายของอาหาร	4.11	0.65	มาก
6. ด้านการแสดงถึงวัฒนธรรมไทยของอาหาร	4.14	0.68	มาก
7. ด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของร้านหรือสถานที่จำหน่ายอาหาร	4.04	0.62	มาก
8. ด้านคุณภาพการบริการ	3.92	0.67	มาก
9. ด้านการเข้าถึงได้ง่าย	3.97	0.77	มาก
ค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง	4.05	0.66	มาก

จากตารางที่ 4.4 ภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในเขตจังหวัดภาคกลางตอนล่างจำแนกตามรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัดภาคกลางตอนล่างโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.05$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 9 ด้าน โดยด้านคุณภาพอาหาร มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ($\bar{x} = 4.16$) รองลงมาอีก 2 ด้านคือ ด้านความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร และด้านการแสดงถึงวัฒนธรรมไทยของอาหาร มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดเท่ากัน ($\bar{x} = 4.14$) และด้านคุณภาพอาหาร มีค่าเฉลี่ยในระดับต่ำสุดเมื่อเทียบกับด้านอื่น ๆ ($\bar{x} = 3.92$)

2.2) ภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในเขตจังหวัดภาคกลางตอนล่าง จำแนกเป็นรายข้อ

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย (M) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($S.D.$) ภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในเขตจังหวัดภาคกลางตอนล่างจำแนกตามรายข้อ

ภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง	\bar{X}	S.D	ระดับ
(n=400)			
คุณภาพอาหาร			
1 ใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่นเป็นส่วนประกอบในการทำอาหาร	4.11	0.79	มาก
2 มีเทคนิคการปรุงอาหารที่โดดเด่นส่งผลให้ได้อาหารที่มีรสชาติอร่อย	4.11	0.77	มาก
3 มีลักษณะและรสชาติความดั้งเดิมของอาหารท้องถิ่น	4.11	0.88	มาก
4 เป็นอาหารที่สร้างสรรค์จากภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่น	4.01	1.08	มาก
ค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างด้านคุณภาพอาหาร	4.16	0.66	มาก
ความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร			
5 ใช้วัตถุดิบประเภทผักพื้นบ้านที่ปลูกแบบธรรมชาติ	4.07	0.92	มาก
6 มีขั้นตอนการเตรียมและปรุงอาหารที่สะอาด ถูกหลักอนามัย	4.07	0.81	มาก
7 เป็นอาหารที่มีสรรพคุณทางตำรายาพื้นบ้าน	3.67	0.99	มาก
8 มีคุณค่าทางโภชนาการจากการใช้วัตถุดิบพื้นบ้าน	4.02	0.93	มาก
ค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างด้านความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร	3.96	0.70	มาก
ความคุ้มค่าสมราคา			
9 ราคาสมเหตุสมผลกับคุณภาพอาหาร	4.23	0.75	มาก
10 ราคาสมเหตุสมผลกับปริมาณอาหาร	3.98	0.80	มาก
11 ราคาเหมาะสมกับคุณค่าที่ได้รับ	3.98	0.80	มาก
12 คุ้มค่ากับการเดินทางมาซื้อหรือรับประทาน	3.91	0.80	มาก

ภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

(n=400)

	\bar{X}	S.D	ระดับ
ค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างด้านความ คุ้มค่าสมราคา	4.03	0.66	มาก
ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร			
13 มีรายการอาหารที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับ	4.22	0.85	มาก
14 ใช้วัตถุดิบที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น	4.26	0.79	มาก
15 มีวิธีการปรุงที่เป็นลักษณะเฉพาะของภูมิปัญญาท้องถิ่น	4.07	0.89	มาก
16 มีเรื่องเล่าที่เป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว	3.99	0.95	มาก
ค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างด้านความ เป็นเอกลักษณ์ของอาหาร	4.14	0.66	มาก
ความหลากหลายของอาหาร			
17 มีรายการอาหารหลายประเภทให้เลือก	4.38	0.76	มาก
18 ใช้วัตถุดิบที่หลากหลายในการปรุงอาหาร	4.16	0.76	มาก
19 เปิดโอกาสให้เลือกส่วนประกอบของอาหาร/ขนมเพื่อเพิ่มความหลากหลายในการ รับประทาน	3.86	0.92	มาก
20 มีอาหารหลากหลายรสชาติ ทำให้เพลิดเพลินในการรับประทาน	4.04	0.93	มาก
ค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างด้านความ หลากหลายของอาหาร	4.11	0.65	มาก
การส่งเสริมวัฒนธรรมไทยของอาหาร			
21 เป็นอาหารที่ถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น	4.21	0.81	มาก
22 เป็นอาหารที่สะท้อนถึงวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของชุมชน	4.29	0.76	มาก
23 ใช้คนปรุงอาหารที่เป็นคนในท้องถิ่น	4.09	0.88	มาก
24 การสื่อสารเรื่องราวอาหารท้องถิ่นโดยผู้ปรุง ช่วยสร้างความรู้ทางวัฒนธรรม ประเพณี และความเชื่อของชุมชน	3.97	1.07	มาก
ค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างด้านการ ส่งเสริมวัฒนธรรมไทยของอาหาร	4.14	0.68	มาก
บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของร้านหรือสถานที่จำหน่ายอาหาร			
25 ที่ตั้งของร้านอาหาร/ที่จำหน่ายอาหารอยู่ในพื้นที่ที่เดินทางสะดวก	4.18	0.76	มาก
26 จัดสภาพแวดล้อมภายนอกสะอาด โល่ง ทำให้รู้สึกปลอดภัย	4.04	0.74	มาก
27 จัดสภาพแวดล้อมภายในเป็นระเบียบ แสดงถึงความพร้อมให้บริการ	4.06	0.77	มาก
28 จัดเตรียมอุปกรณ์ สิ่งตกแต่ง ในการรับประทานอาหารพร้อมวิธีการจัดวางที่เหมาะสม	3.90	0.95	มาก
ค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างด้าน บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของร้านหรือสถานที่จำหน่ายอาหาร	4.04	0.62	มาก

ภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

(n=400)

	\bar{X}	S.D	ระดับ
คุณภาพการบริการ			
29 มีการให้บริการโดยคนในพื้นที่	4.18	0.81	มาก
30 มีการนำเสนอเรื่องเล่าและประวัติความเป็นมาของอาหาร	3.87	0.89	มาก
31 มีการผสมผสานวัฒนธรรมให้เข้ากับองค์ประกอบของอาหาร เช่น การแต่งกาย	3.86	0.89	มาก
32 นำเทคโนโลยีมาช่วยในการบริการเพื่อความสะดวก รวดเร็ว	3.77	1.00	มาก
ค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างด้านคุณภาพการบริการ		0.67	มาก
การเข้าถึงได้ง่าย			
33 สามารถสืบค้นรายการอาหารท้องถิ่นได้หลายช่องทาง	4.22	0.89	มาก
34 การหาอาหารท้องถิ่นรับประทานมีความสะดวก รวดเร็ว	4.02	0.87	มาก
35 สามารถหาซื้ออาหารท้องถิ่นได้ในร้านอาหาร/ร้านค้าชุมชน	3.94	0.92	มาก
36 สามารถหาซื้ออาหารท้องถิ่นได้ตลอดเวลาที่ต้องการ	3.69	1.07	มาก
ค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างด้านการเข้าถึงได้ง่าย	3.97	0.77	มาก

จากตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย (M) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาวิถีในเขตจังหวัดภาคกลางตอนล่างจำแนกตามรายชื่อ สรุปได้ดังนี้

ภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ตอนล่างด้านคุณภาพอาหาร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาวิถีในจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านคุณภาพอาหาร โดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 4.16) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่นเป็นส่วนประกอบในการทำอาหาร มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (\bar{x} = 4.42) ส่วนการเป็นอาหารที่สร้างสรรค์จากภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (\bar{x} = 4.01)

ภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านความสะดวก ปลอดภัยของอาหารนั้น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาวิถีในจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านความสะดวก ปลอดภัยของอาหาร โดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 3.96) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การใช้วัตถุดิบประเภทผักพื้นบ้านที่ปลูกแบบธรรมชาติ และมีขั้นตอนการเตรียมและปรุงอาหารที่สะอาด ถูกหลักอนามัย มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากัน (\bar{x} = 4.07) ส่วนการเป็นอาหารที่มีสรรพคุณทางตำรายาพื้นบ้าน มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (\bar{x} = 3.67)

ภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านความคุ้มค่าสมราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาวิถีในจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านความคุ้มค่าสมราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 4.03) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ราคาสมเหตุสมผลกับ

คุณภาพอาหาร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}=4.23$) ส่วนความคุ้มค่ากับการเดินทางมาซื้อหรือรับประทาน มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{x}= 3.91$)

ภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}= 4.14$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การใช้วัตถุดิบที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}=4.26$) ส่วน การมีเรื่องเล่าที่เป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{x}= 3.99$)

ภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านความหลากหลายของอาหาร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านความหลากหลายของอาหาร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}= 4.11$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีรายการอาหารหลายประเภทให้เลือก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}=4.38$) ส่วน การเปิดโอกาสให้เลือกส่วนประกอบของอาหาร/ขนมเพื่อเพิ่มความหลากหลายในการรับประทาน มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{x}= 3.86$)

ภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยของอาหาร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยของอาหาร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}= 4.14$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า เป็นอาหารที่สะท้อนถึงวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของชุมชน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}=4.29$) ส่วนการสื่อสารเรื่องราวอาหารท้องถิ่นโดยผู้ปรุง ช่วยสร้างความรู้ทางวัฒนธรรม ประเพณี และความเชื่อของชุมชน มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{x}= 3.97$)

ภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของร้านหรือสถานที่จำหน่ายอาหาร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของร้านหรือสถานที่จำหน่ายอาหาร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}= 4.04$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ที่ตั้งของร้านอาหาร/ที่จำหน่ายอาหารอยู่ในพื้นที่ที่เดินทางสะดวก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}=4.18$) ส่วน การจัดเตรียมอุปกรณ์ สิ่งตกแต่ง ในการรับประทานอาหารพร้อมวิธีการจัดวางที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{x}= 3.90$)

ภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านคุณภาพการบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านคุณภาพการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}= 3.92$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีการให้บริการโดยคนในพื้นที่ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}=4.18$) ส่วน การนำเทคโนโลยีมาช่วยในการบริการเพื่อความสะดวก รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{x}= 3.77$)

ภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านการเข้าถึงได้ง่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

ด้านการเข้าถึงได้ง่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.97$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า สามารถสืบค้นรายการอาหารท้องถิ่นได้หลายช่องทาง มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ $(\bar{x} = 4.22)$ ส่วน สามารถหาซื้ออาหารท้องถิ่นได้ตลอดเวลาที่ต้องการ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{x} = 3.69$)

3) ความภักดีของนักท่องเที่ยวต่ออาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง โดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย (M) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

3.1) ความภักดีของนักท่องเที่ยวต่ออาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง จำแนกเป็นรายด้าน ตามตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย (M) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความภักดีของนักท่องเที่ยวต่ออาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างจำแนกตามรายด้าน

(n=400)			
ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง	\bar{X}	S.D	ระดับ
1. ความตั้งใจ	4.14	0.63	มาก
2. การแนะนำ	4.33	0.58	มาก
3. การบอกต่อ	4.13	0.66	มาก
4. การกลับมาซ้ำ	4.16	0.65	มาก
ค่าเฉลี่ยความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง	4.19	0.63	มาก

จากตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย (M) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความภักดีของนักท่องเที่ยวต่ออาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างจำแนกตามรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.19$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านการแนะนำ มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ($\bar{x} = 4.33$) รองลงมาคือ ด้านการกลับมาซ้ำ ($\bar{x} = 4.16$) ด้านความตั้งใจ ($\bar{x} = 4.14$) และด้านการบอกต่อ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{x} = 3.41$)

3.2) ความภักดีของนักท่องเที่ยวต่ออาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง จำแนกเป็นรายข้อ ตามตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย (M) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($S.D.$) ความภักดีของนักท่องเที่ยวต่ออาหารท้องถิ่นริม
 ภาววิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง จำแนกเป็นรายชื่อ

(n=400)

ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง	\bar{X}	S.D	ระดับ
ความตั้งใจ			
1 ตั้งใจใช้อาหารท้องถิ่นเป็นตัวเลือกแรกเมื่อวางแผนท่องเที่ยว	4.03	0.81	มาก
2 ตั้งใจทานอาหารท้องถิ่นเป็นตัวเลือกแรกเมื่อใช้บริการร้านอาหาร	4.22	0.78	มาก
3 ตั้งใจซื้ออาหารท้องถิ่นเป็นของฝากขณะเดินทางท่องเที่ยว	4.18	0.86	มาก
ค่าเฉลี่ยความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง	4.14	0.63	มาก
ด้านความตั้งใจ			
การแนะนำ			
4 คำแนะนำจากผู้เคยทานอาหารท้องถิ่นเป็นประโยชน์ต่อท่าน	4.28	0.76	มาก
5 ยินดีรับฟังคำแนะนำจากผู้เคยทานอาหารท้องถิ่น	4.39	0.72	มาก
6 ทานอาหารท้องถิ่นจากคำแนะนำผ่านสื่อต่าง ๆ ที่เชื่อถือได้	4.31	0.77	มาก
ค่าเฉลี่ยความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง	4.33	0.58	มาก
ด้านการแนะนำ			
การบอกต่อ			
7 ถ่ายทอดเรื่องราวของอาหารท้องถิ่นผ่านสื่อโซเชียลมีเดียทุกครั้งที่มีโอกาส	4.00	0.93	มาก
8 บอกต่อให้คนรู้จักทานอาหารท้องถิ่นเมื่อมีโอกาสเดินทางเสมอ	4.22	0.39	มาก
9 เชิญชวนญาติและเพื่อน ๆ ทานอาหารท้องถิ่นเจ้าอร่อยเสมอ	4.18	0.81	มาก
ค่าเฉลี่ยความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง	4.13	0.66	มาก
ด้านการบอกต่อ			
การกลับมาซ้ำ			
10 วางแผนการกลับมาเที่ยวเพื่อชิมอาหารท้องถิ่นอีกเมื่อมีโอกาส	4.23	0.77	มาก
11 แม้มีอาหารอื่นที่พิเศษ แต่ยังตั้งใจชิมอาหารท้องถิ่นเสมอ	4.10	0.80	มาก
12 จังหวัดภาคกลางตอนล่างเป็นตัวเลือกลำดับต้น ๆ เมื่อมีการท่องเที่ยว	4.15	0.82	มาก
ในอนาคต			
ค่าเฉลี่ยความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง	4.16	0.65	มาก
ด้านการกลับมาซ้ำ			

จากตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย (M) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความภักดีของนักท่องเที่ยวต่ออาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง จำแนกเป็นรายชื่อ สรุปได้ดังนี้

ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างด้านความตั้งใจ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีความจงรักภักดีด้านความตั้งใจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}= 4.14$) เมื่อพิจารณารายชื่อพบว่า ตั้งใจทานอาหารท้องถิ่นเป็นตัวเลือกแรกเมื่อใช้บริการร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}=4.22$) ส่วน ตั้งใจใช้อาหารท้องถิ่นเป็นตัวเลือกแรกเมื่อวางแผนท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{x}= 4.03$)

ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างด้านการแนะนำ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความจงรักภักดีด้านการแนะนำโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}= 4.33$) เมื่อพิจารณารายชื่อพบว่า การยินดีรับฟังคำแนะนำจากผู้เคยทานอาหารท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}=4.39$) ส่วน คำแนะนำจากผู้เคยทานอาหารท้องถิ่นเป็นประโยชน์ต่อท่าน มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{x}= 4.28$)

ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างด้านการบอกต่อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความจงรักภักดีด้านการบอกต่อ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}= 4.13$) เมื่อพิจารณารายชื่อพบว่า ชื่อที่บอกต่อให้คนรู้จักทานอาหารท้องถิ่นเมื่อมีโอกาสเดินทางเสมอ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}=4.22$) ส่วนชื่อ ถ่ายทอดเรื่องราวของอาหารท้องถิ่นผ่านสื่อโซเชียลมีเดียทุกครั้งที่มีโอกาส มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{x}= 4.00$)

ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างด้านการกลับมาซ้ำ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความจงรักภักดีด้านการกลับมาซ้ำ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}= 4.16$) เมื่อพิจารณารายชื่อพบว่า วางแผนการกลับมาเที่ยวเพื่อชิมอาหารท้องถิ่นอีกเมื่อมีโอกาส มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}=4.23$) ส่วน แม้อาหารอื่นที่พิเศษแต่ยังตั้งใจชิมอาหารท้องถิ่นเสมอ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{x}= 4.10$)

4.1.2 ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ปัจจัยภาพลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

ในวัตถุประสงค์ข้อนี้ ผู้วิจัยได้ใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ มีขั้นตอนดังนี้

4.1.2.1 ผู้วิจัยนำตัวแปรทั้งหมดที่จะเข้าการวิเคราะห์หิวเคราะห์ถดถอยพหุคูณทดสอบความเป็นอิสระต่อกันของตัวแปรอิสระ เนื่องจากตัวแปรแต่ละตัวต้องเป็นอิสระจากกัน ซึ่งตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม จะต้องไม่มีค่าความสัมพันธ์สูงเกิน 0.80 เพราะถ้าตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามมีความสัมพันธ์กันมาก อาจทำให้เกิดปฏิกริยาต่อกันและจะมีผลต่อตัวแปรตามได้ หรืออาจเกิดปัญหาที่เรียกว่า Multicollinearity Problem และทำให้ไม่สามารถใช้เทคนิคการวิเคราะห์ดังกล่าวได้ (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2540) ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำตัวแปรทั้งหมดไปทดสอบความสัมพันธ์กันเอง ตามตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

	คุณภาพ อาหาร	ความสะอาด ปลอดภัยของ อาหาร	ความ คุ้มค่าสม ราคา	ความเป็น เอกลักษณ์ ของอาหาร	ความ หลากหลายของ อาหาร	การแสดงถึง วัฒนธรรม ไทยของ อาหาร	บรรยากาศและ สิ่งแวดล้อมของ ร้านหรือสถานที่ จำหน่ายอาหาร	คุณภาพการ บริการ	การ เข้าถึงได้ ง่าย	ความ ตั้งใจ	การ แนะนำ	การบอก ต่อ	การกลับมา ซ้ำ
คุณภาพอาหาร	1	0.678**	0.641**	0.724**	0.591**	0.713**	0.544**	0.571**	0.446**	0.461**	0.547**	0.405**	0.359**
ความสะอาด ปลอดภัย ของอาหาร	0.678**	1	0.714**	0.651**	0.592**	0.619**	0.613**	0.622**	0.603**	0.474**	0.409**	0.484**	0.455**
ความคุ้มค่าสมราคา	0.641**	0.714**	1	0.632**	0.684**	0.650**	0.655**	0.517**	0.646**	0.430**	0.488**	0.566**	0.393**
ความเป็นเอกลักษณ์ของ อาหาร	0.724**	0.651**	0.632**	1	0.645**	0.717**	0.604**	0.707**	0.549**	0.440**	0.558**	0.476**	0.392**
ความหลากหลายของ อาหาร	0.591**	0.592**	0.684**	0.645**	1	0.652**	0.693**	0.544**	0.661**	0.383**	0.536**	0.492**	0.521**
การแสดงถึงวัฒนธรรม ไทยของอาหาร	0.713**	0.619**	0.650**	0.717**	0.652**	1	0.623**	0.744**	0.552**	0.390**	0.556**	0.473**	0.343**
บรรยากาศและ สิ่งแวดล้อมของร้านหรือ สถานที่จำหน่ายอาหาร	0.544**	0.613**	0.655**	0.604**	0.693**	0.623**	1	0.639**	0.759**	0.429**	0.542**	0.521**	0.478**
คุณภาพการบริการ	0.571**	0.622**	0.517**	0.707**	0.544**	0.744**	0.639**	1	0.532**	0.321**	0.485**	0.386**	0.280**
การเข้าถึงได้ง่าย	0.446**	0.603**	0.646**	0.549**	0.661**	0.552**	0.759**	0.532**	1	0.412**	0.446**	0.589**	0.519**
ความตั้งใจ	0.461**	0.474**	0.430**	0.440**	0.383**	0.390**	0.429**	0.321**	0.412**	1	0.615**	0.667**	0.573**
การแนะนำ	0.547**	0.409**	0.488**	0.558**	0.536**	0.556**	0.542**	0.485**	0.446**	0.615**	1	0.595**	0.521**
การบอกต่อ	0.405**	0.484**	0.566**	0.476**	0.492**	0.473**	0.521**	0.386**	0.589**	0.667**	0.595**	1	0.635**
การกลับมาซ้ำ	0.359**	0.455**	0.393**	0.392**	0.521**	0.343**	0.478**	0.280**	0.519**	0.573**	0.521**	0.635**	1

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ตัวแปรอิสระที่จะนำไปวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 01 ซึ่งตัวแปรอิสระและตัวแปรตามทั้งหมดมีความสัมพันธ์กันเอง (Multicollinearity) ไม่เกิน .80 (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2540) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำตัวแปรอิสระทั้งหมด ได้แก่ คุณภาพอาหาร ความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร ความคุ้มค่าสมราคา ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร ความหลากหลายของอาหาร การแสดงถึงวัฒนธรรมไทยของอาหาร บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของร้านหรือสถานที่จำหน่ายอาหาร คุณภาพการบริการ การเข้าถึงได้ง่าย และตัวแปรตามทั้งหมด ได้แก่ ความตั้งใจการแนะนำ การบอกต่อ การกลับมาซ้ำ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ต่อไป

4.1.2.2 วิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นตรงแบบพหุ Multiple Regression Analysis ระหว่างตัวแปรภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี และตัวแปรความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ตามตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นตรงแบบพหุ Multiple Regression Analysis ระหว่างตัวแปรภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี และตัวแปรความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

ภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี	ความตั้งใจ Adj-R ² = 0.283	การแนะนำ Adj-R ² = 0.416	การบอกต่อ Adj-R ² = 0.403	การกลับมาซ้ำ Adj-R ² = 0.356
คุณภาพอาหาร	0.193**	0.224**	-0.038	0.030
ความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร	0.176**	-0.166**	0.041	0.230**
ความคุ้มค่าสมราคา	0.100	0.056	0.240**	-0.182**
ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร	.0158*	0.127*	0.111	0.111
ความหลากหลายของอาหาร	-0.046	0.122*	-0.005	0.309**
การแสดงถึงวัฒนธรรมไทยของอาหาร	-0.041	0.057	0.081	-0.070
บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของร้านหรือสถานที่จำหน่ายอาหาร	0.145	0.202**	0.050	0.134
คุณภาพการบริการ	-0.133	0.057	-0.086	-0.205**
การเข้าถึงได้ง่าย	0.100	0.005	0.288**	0.222**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.1.2.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ตามตารางที่ 4.9 ดังนี้

1) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านความตั้งใจ ผลการวิเคราะห์อิทธิพลการถดถอยเชิงเส้นตรงแบบพหุ (Multiple Regression Analysis) ของตัวแปรต้นคือภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ที่มีต่อตัวแปรตามคือ ความตั้งใจ ในเชิงบวก โดยพบว่า สามารถอธิบายความผันผวนของตัวแปรต้นที่มีต่อตัวแปรตามได้ร้อยละ 28.3 ($Adj-R^2 = 0.283$)

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านความตั้งใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ คุณภาพอาหาร ($\beta = 0.193$) และ ความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร ($\beta = 0.176$)

ปัจจัยภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านความตั้งใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร ($\beta = 0.158$)

เมื่อนำตัวแปรที่สามารถร่วมกันพยากรณ์ปัจจัยการเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างด้านความตั้งใจ มาเขียนสมการจากคะแนนดิบเพื่อวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างด้านความตั้งใจ ดังนี้

ปัจจัยการเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างด้านความตั้งใจ = $1.847 + 0.193$ (คุณภาพอาหาร) + 0.176 (ความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร) + 0.158 (ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร)

จากสมการปัจจัยการเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านความตั้งใจ พบว่า ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในปัจจัยการเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านความตั้งใจ เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์คะแนนมาตรฐาน (Beta) ในตารางที่ 4.9 คือ ด้านคุณภาพอาหาร (0.193) ด้านความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร (0.176) ด้านความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร (0.158) ตามลำดับ

2.) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านการแนะนำ ผลการวิเคราะห์อิทธิพลการถดถอยเชิงเส้นตรงแบบพหุ (Multiple Regression Analysis) ของตัวแปรต้นคือภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ที่มีต่อตัวแปรตามคือ การแนะนำ ในเชิงบวก โดยพบว่า สามารถอธิบายความผันผวนของตัวแปรต้นที่มีต่อตัวแปรตามได้ร้อยละ 41.6 ($Adj-R^2 = 0.416$)

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านการแนะนำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ คุณภาพอาหาร ($\beta = 0.224$) ความสะอาด และบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของร้านหรือสถานที่จำหน่ายอาหาร ($\beta = 0.202$) ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลจากลบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 คือ ปลอดภัยของอาหาร ($\beta = -0.166$)

ปัจจัยภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านการแนะนำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร ($\beta = 0.127$) และ ความหลากหลายของอาหาร ($\beta = 0.122$)

เมื่อนำตัวแปรที่สามารถร่วมกันพยากรณ์ปัจจัยการเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างด้านการแนะนำ มาเขียนสมการจากคะแนนดิบเพื่อวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างด้านการแนะนำ ดังนี้

ปัจจัยการเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านการแนะนำ = $1.498 + 0.224$ (คุณภาพอาหาร) + 0.202 (บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของร้านหรือสถานที่จำหน่ายอาหาร) - 0.166 (ความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร) + 0.127 (ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร) + 0.122 (ความหลากหลายของอาหาร)

จากสมการปัจจัยการเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านการแนะนำ พบว่า ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในปัจจัยการเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านการแนะนำ เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์คะแนนมาตรฐาน (Beta) ในตารางที่ 4.9 คือ ด้านคุณภาพอาหาร (0.224) ด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของร้านหรือสถานที่จำหน่ายอาหาร (0.202) ด้านความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร (- 0.127) ด้านความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร (0.122) ตามลำดับ

3) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านการบอกต่อ ผลการวิเคราะห์อิทธิพลการถดถอยเชิงเส้นตรงแบบพหุ (Multiple Regression Analysis) ของตัวแปรต้นคือภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ที่มีต่อตัวแปรตามคือ การบอกต่อ ในเชิงบวก โดยพบว่า สามารถอธิบายความผันผวนของตัวแปรต้นที่มีต่อตัวแปรตามได้ร้อยละ 40.3 (Adj-R2 = 0.403)

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านการบอกต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ความคุ้มค่าสมราคา ($\beta = 0.240$) และการเข้าถึงได้ง่าย ($\beta = 0.288$)

เมื่อนำตัวแปรที่สามารถร่วมกันพยากรณ์ปัจจัยการเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างด้านการบอกต่อ มาเขียนสมการจากคะแนนดิบเพื่อวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างด้านการบอกต่อ ดังนี้

ปัจจัยการเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านการบอกต่อ = $1.379 + 0.288$ (การเข้าถึงได้ง่าย) + 0.240 (ความคุ้มค่าสมราคา)

จากสมการปัจจัยการเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านการบอกต่อ พบว่า ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในปัจจัยการเสริมสร้างความจงรักภักดีของ

นักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านการบอกต่อ เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์คะแนนมาตรฐาน (Beta) ในตารางที่ 4.9 คือ ด้านการเข้าถึงได้ง่าย (0.288) และด้านความคุ้มค่าสมราคา (0.240) ตามลำดับ

4.) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านการกลับมาซ้ำ ผลการวิเคราะห์อิทธิพลการถดถอยเชิงเส้นตรงแบบพหุ (Multiple Regression Analysis) ของตัวแปรต้นคือภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ที่มีต่อตัวแปรตามคือ การกลับมาซ้ำ ในเชิงบวก โดยพบว่า สามารถอธิบายความผันผวนของตัวแปรต้นที่มีต่อตัวแปรตามได้ร้อยละ 35.6 ($Adj-R^2 = 0.356$)

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านการกลับมาซ้ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร ($\beta = 0.309$) ความคุ้มค่าสมราคา ($\beta = -0.230$) ความหลากหลายของอาหาร ($\beta = 0.182$) การเข้าถึงได้ง่าย ($\beta = 0.222$) ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลจากลบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 คือ คุณภาพการบริการ ($\beta = -0.205$)

เมื่อนำตัวแปรที่สามารถร่วมกันพยากรณ์ปัจจัยการเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างด้านการแนะนำ มาเขียนสมการจากคะแนนดิบเพื่อวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างด้านการแนะนำ ดังนี้

ปัจจัยการเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านการกลับมาซ้ำ = $1.802 + 0.309$ (ความหลากหลายของอาหาร) + 0.230 (ความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร) + 0.222 (การเข้าถึงได้ง่าย) - 0.205 (คุณภาพการบริการ) - 0.182 (ความคุ้มค่าสมราคา)

จากสมการปัจจัยการเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านการกลับมาซ้ำ พบว่า ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในปัจจัยการเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านการกลับมาซ้ำ เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์คะแนนมาตรฐาน (Beta) ในตารางที่ 4.9 คือ ด้านความหลากหลายของอาหาร (0.309) และด้านความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร (0.230) ด้านการเข้าถึงได้ง่าย (0.222) ด้านคุณภาพการบริการ (-0.205) และด้านความคุ้มค่าสมราคา (-0.182) ตามลำดับ

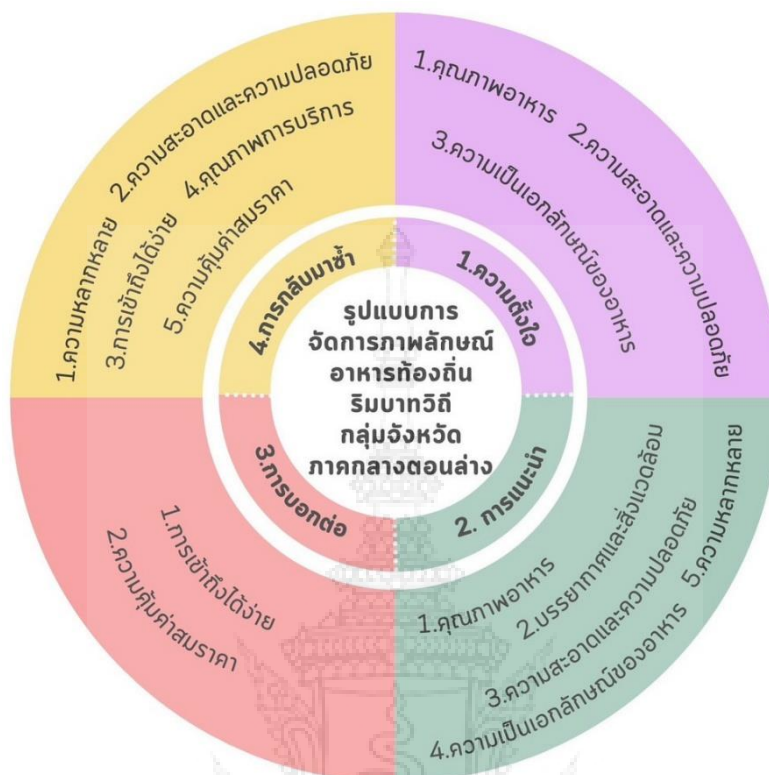
4.1.3 ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 รูปแบบการจัดการภาพลักษณ์ที่เสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

4.1.3.1 สรุปผลการศึกษาปัจจัยภาพลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ได้ข้อมูลปัจจัยการจัดการภาพลักษณ์ที่เสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวจำนวน 8 ปัจจัย ตามตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 สรุปปัจจัยภาพลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหาร
ท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

ลำดับ	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของ นักท่องเที่ยว	ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในการบริโภค อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี
1.	-คุณภาพอาหาร -ความสะอาดและความปลอดภัยของอาหาร -ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร	ความตั้งใจ: มีความตั้งใจในการใช้อาหารท้องถิ่นเป็นตัวเลือก แรกเมื่อวางแผนท่องเที่ยวหรือใช้บริการ ร้านอาหารริมบาทวิถี และตั้งใจซื้ออาหารท้องถิ่น เป็นของฝากขณะเดินทางท่องเที่ยว
2.	-คุณภาพอาหาร -บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของร้านหรือ สถานที่จำหน่ายอาหาร -ความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร -ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร -ความหลากหลายของอาหาร	การแนะนำ: คำแนะนำจากผู้เคยทานอาหารท้องถิ่นเป็น ประโยชน์ โดยยินดีรับฟังคำแนะนำจากผู้เคยทาน มาก่อน และทานอาหารท้องถิ่นจากคำแนะนำผ่าน สื่อต่าง ๆ ที่เชื่อถือได้
3.	-การเข้าถึงได้ง่าย -ความคุ้มค่าสมราคา	การบอกต่อ: ใช้วิธีการบอกต่อให้คนรู้จักทานอาหารท้องถิ่นเมื่อ มีโอกาส และเชิญชวนญาติและเพื่อน ๆ ทาน อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีเจ้าอร่อยเสมอ
4.	-ความหลากหลายของอาหาร -ความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร -การเข้าถึงง่าย -คุณภาพการบริการ -ความคุ้มค่าสมราคา	การกลับมาซ้ำ: วางแผนการกลับมาเที่ยวเพื่อชิมอาหารท้องถิ่นริม บาทวิถีอีกเมื่อมีโอกาส โดยจังหวัดภาคกลาง ตอนล่างเป็นตัวเลือกลำดับต้น ๆ เมื่อมีการ ท่องเที่ยวในอนาคต

4.1.3.2 พัฒนาปัจจัยเป็นรูปแบบการจัดการภาพลักษณ์เสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างตามภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 รูปแบบการจัดการภาพลักษณ์ที่เสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

จากภาพที่ 4.1 รูปแบบการจัดการภาพลักษณ์ที่เสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างที่นำเสนอเพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติให้เกิดประโยชน์ต่อการบริหารจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้

1. คุณภาพอาหาร เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว อาหารที่มีคุณภาพสูง เช่น ใช้วัตถุดิบสดใหม่ มีรสชาติที่ดี และถูกปรุงอย่างพิถีพิถัน จะสร้างความประทับใจและทำให้นักท่องเที่ยวต้องการกลับมาบริโภคอีกครั้ง อาหารที่มีคุณภาพยังสะท้อนถึงความใส่ใจของผู้ประกอบการซึ่งเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับร้านหรือแผงลอยจำหน่ายอาหาร

2. ความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญมาก นักท่องเที่ยวจะรู้สึกมั่นใจและเชื่อมั่นในการบริโภคอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีที่มีมาตรฐานด้านสุขอนามัยที่ดี หากสถานที่จำหน่ายอาหารมีการจัดการที่สะอาด และอาหารปรุงสุกใหม่ทุกครั้ง จะช่วยลดความกังวลเรื่องความปลอดภัยและส่งเสริมความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว

3. ความคุ้มค่าสมราคา นักท่องเที่ยวมักพิจารณาความคุ้มค่าเมื่อตัดสินใจบริโภคอาหารริมบาทวิถี หากอาหารมีคุณภาพดีและราคาสมเหตุสมผล จะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าคุณค่าเงินที่จ่ายไป ความคุ้มค่าสมราคานี้จะเป็นปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกกลับมาบริโภคซ้ำ และแนะนำให้ผู้อื่นมาเยี่ยมชม

4. ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร

ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นเป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว อาหารที่มีรสชาติหรือรูปแบบที่แตกต่างจากอาหารทั่วไปจะสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำให้กับนักท่องเที่ยว การที่อาหารมีเรื่องราวหรือประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจจะเพิ่มความประทับใจและสร้างความจงรักภักดีได้มากขึ้น

5. ความหลากหลายของอาหาร การมีเมนูอาหารที่หลากหลายและมีตัวเลือกให้กับนักท่องเที่ยวมากมาย จะเพิ่มโอกาสในการดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ ความหลากหลายของอาหารจะช่วยให้ร้านหรือแผงลอยสามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีรสนิยมและความชอบที่ต่างกัน และส่งผลให้พวกเขาต้องการกลับมาลองเมนูอื่น ๆ อีกในอนาคต

6. การแสดงถึงวัฒนธรรมไทยของอาหาร อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมไทย เช่น การนำเสนอในรูปแบบดั้งเดิมหรือการใช้วัตถุดิบพื้นบ้าน จะช่วยสร้างประสบการณ์ที่ลึกซึ้งให้กับนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มองหาประสบการณ์เชิงวัฒนธรรมจะรู้สึกประทับใจและมีแนวโน้มที่จะภักดีต่อร้านที่สามารถนำเสนอความเป็นไทยผ่านอาหารได้อย่างชัดเจน

7. บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของร้านหรือสถานที่จำหน่ายอาหาร เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความรู้สึกของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหาร หากสถานที่ที่มีบรรยากาศที่ดี น่าพักผ่อน และมีสิ่งแวดล้อมที่สะอาดและน่าสนใจ จะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกผ่อนคลายและมีความสุขในการบริโภคอาหาร ซึ่งส่งผลให้กลับมาใช้บริการซ้ำ

8. คุณภาพการบริการ เป็นสิ่งที่สร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยว หากผู้ประกอบการมีการบริการที่ดี สุภาพ และเอาใจใส่ลูกค้า จะสร้างความพึงพอใจและทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าคุณค่าที่ได้รับบริการดูแลอย่างดี คุณภาพการบริการที่ดีจะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อมั่นและภักดีต่อร้านหรือแผงลอยนั้น

9. การเข้าถึงได้ง่าย การที่ร้านอาหารหรือแผงลอยมีการตั้งอยู่ในจุดที่เข้าถึงได้ง่าย เช่น อยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวหรือมีการเดินทางสะดวก จะเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวเลือกเข้ามาบริโภคอาหาร ความสะดวกสบายในการเข้าถึงจะส่งผลให้พวกเขาตัดสินใจกลับมาเยี่ยมชมและบริโภคอีกครั้ง

4.2 ผลการวิจัยตามกิจกรรมที่ 2 รูปแบบนวัตกรรมอาหารและการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

4.2.1 ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

4.2.1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์ ตามตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

รหัส	เพศ	อายุ (ปี)	ตำแหน่ง
P2-01	หญิง	56	ผู้ประกอบการร้านอาหารท้องถิ่นริมบาวิถี
P2-02	ชาย	52	ผู้ประกอบการร้านอาหารท้องถิ่นริมบาวิถี
P2-03	หญิง	61	ผู้ประกอบการร้านอาหารท้องถิ่นริมบาวิถี
P2-04	หญิง	49	ผู้ประกอบการร้านอาหารท้องถิ่นริมบาวิถี
P2-05	ชาย	55	ผู้แทนหน่วยงานด้านสุขภาพที่ดูแลธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาวิถี
P2-06	หญิง	48	ผู้แทนหน่วยงานด้านสุขภาพที่ดูแลธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาวิถี
P2-07	ชาย	35	ผู้แทนหน่วยงานด้านสุขภาพที่ดูแลธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาวิถี
P2-08	หญิง	37	ผู้แทนหน่วยงานด้านสุขภาพที่ดูแลธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาวิถี
P2-09	หญิง	61	ผู้ทรงคุณวุฒิด้านอาหารท้องถิ่น
P2-10	ชาย	58	ผู้ทรงคุณวุฒิด้านอาหารท้องถิ่น
P2-11	หญิง	63	ผู้ทรงคุณวุฒิด้านอาหารท้องถิ่น
P2-12	หญิง	54	ผู้ทรงคุณวุฒิด้านอาหารท้องถิ่น

4.2.1.2 ผลการสัมภาษณ์ความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

1) สภาพ/สถานการณ์ปัจจุบันของธุรกิจอาหารริมบาวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง อาหารริมบาวิถี หรือ อาหารริมทาง ในจังหวัดภาคกลางตอนล่างก็คล้ายคลึงกับจังหวัดอื่น ๆ โดยเฉพาะจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม เนื่องจากเป็นแหล่งที่รวมของอาหารหลากหลาย โดยรูปแบบการจำหน่ายอาหารริมบาวิถีส่วนใหญ่มักเป็นอาหารปรุงสำเร็จทานได้สะดวก เข้าถึงได้ง่ายเนื่องจากมีที่ตั้งอยู่บริเวณทางเท้า ริมถนน ที่สาธารณะ ราคาไม่แพง และมีคุณลักษณะและรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ แสดงออกถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของพื้นที่ การเข้าถึงได้ง่าย ราคาถูกเมื่อเทียบกับอาหารที่ให้บริการในร้านอาหาร นักท่องเที่ยวจึงตั้งใจที่จะสร้างประสบการณ์การทานอาหารร่วมไปกับการศึกษาวัฒนธรรมที่มาพร้อมกับอาหารริมบาวิตินั้น ๆ ปัจจุบัน จึงมักเห็นนักท่องเที่ยวนั่งรวมกันเป็นกลุ่ม ๆ เพื่อทานอาหารที่มีที่ตั้งอยู่ในแผงลอย รถเข็นข้างทางและทานอาหารอย่างเอร็ดอร่อย โดยอาหารที่เป็นอาหารริมทางเหล่านี้ มีทั้งประเภทอาหารท้องถิ่นที่เป็นภูมิปัญญาสืบต่อ ๆ กันของชุมชนในแถบ 4 จังหวัด

เช่น ผัดไทย ขนมจีนทอดมัน ข้าวแช่ ขนมหวานต่าง ๆ แต่ก็อาจพบอาหารสมัยใหม่ที่ประยุกต์ให้เข้ากับพฤติกรรมผู้บริโภคบางกลุ่มที่ต้องการลิ้มลองอาหารรูปแบบใหม่

2) นโยบายการส่งเสริมธุรกิจอาหารริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างจากการสนับสนุนของหน่วยงานส่วนกลางและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

การส่งเสริมส่วนใหญ่ จะอยู่ในความรับผิดชอบของกองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อมภายใต้เทศบาลของแต่ละพื้นที่ อาจจัดเป็นงานปกติ หรืองานโครงการ หรืองานภายใต้กิจกรรมต่าง ๆ โดยมีเป้าหมายที่เป็นประโยชน์ต่อทั้งฝ่ายประชาชนและนักท่องเที่ยวและฝ่ายผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการอาหารแผงลอยและรถเข็น ตัวอย่าง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยเทศบาลเมืองหัวหิน ได้จัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น พ.ศ. 2566-2570 มีโครงการยกระดับมาตรฐานสุขาภิบาลอาหารภายใต้วิถีชีวิตปกติใหม่ สะอาด ปลอดภัย ได้มาตรฐาน SAN ดังนี้ 1) วัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการจำหน่ายอาหาร มีการปรุงประกอบอาหารที่ถูกสุขลักษณะตามมาตรฐานสุขาภิบาลอาหารและมีการประเมินตนเองตามเกณฑ์มาตรฐานแพลตฟอร์ม Food handler เพื่อตรวจและให้การรับรองมาตรฐาน SAN แก่สถานที่จำหน่ายอาหารและแผงลอยจำหน่ายอาหาร ที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน SAN ของกรมอนามัยกระทรวงสาธารณสุข และเพื่อให้สถานที่จำหน่ายอาหารที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน SAN ของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ได้รับตราสัญลักษณ์ SAN เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นต่อการให้บริการด้านอาหารที่สะอาด ปลอดภัย แก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว 2) เป้าหมาย: ตรวจประเมินสถานที่จำหน่ายอาหารและแผงลอยจำหน่ายอาหารตามเกณฑ์มาตรฐาน SAN ไม่น้อยกว่า 600 แห่ง มอบตราสัญลักษณ์ SAN ให้แก่ สถานที่จำหน่ายอาหารและแผงลอยจำหน่ายอาหารที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน SAN กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข และ ร้อยละ 80 ของสถานประกอบการจำหน่ายอาหารและแผงลอยจำหน่ายอาหารผ่านเกณฑ์มาตรฐาน SAN 3) ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ: ประชาชนและนักท่องเที่ยวได้บริโภคอาหารที่สะอาดปลอดภัย ผู้ประกอบการสถานที่จำหน่าย และจังหวัดเพชรบุรี ด้านอาหารและแผงลอยจำหน่ายอาหารมีการบริหารจัดการและควบคุมสิ่งแวดล้อม รวมทั้งบุคลากรเกี่ยวข้องกับการเตรียม ปรุง และจำหน่ายอาหารตามมาตรฐานสุขาภิบาล เพื่อให้บริการอาหารสะอาดและปลอดภัยแก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการสถานที่จำหน่ายอาหารและ แผงลอยจำหน่ายอาหาร มีการประเมินตนเองตามเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จำหน่ายอาหาร และแผงลอยจำหน่ายอาหารในแพลตฟอร์ม Foodhandler ได้อย่างถูกต้อง

3) ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจอาหารริมบาทวิถี ในมุมมองของ

3.1) ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี: ปัญหาด้านการส่งเสริมสนับสนุนสืบเนื่องจาก ธุรกิจอาหารริมบาทวิถีที่ยังไม่มีกฎหมายบังคับใช้ที่ชัดเจน ส่งผลให้ผู้ประกอบการไม่สามารถวางแผนการดำเนินกิจการในระยะยาวได้ สิ่งที่เห็นคือ การประกอบอาชีพเป็นวัน ๆ ไป โดยขาดความมั่นใจและความมั่นคงของอาชีพ ซึ่งส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการ มีความต้องการดำเนินงานตามนโยบายภาครัฐอยู่แล้ว มีเพียงส่วนน้อยที่อาจมีปัญหาสำหรับการจัดการของฝ่ายรัฐ แต่การขาดความชัดเจนของนโยบายและการบังคับใช้กฎหมาย เป็นประเด็นหลักในการบริหารจัดการของผู้ประกอบ

3.2) ผู้แทนหน่วยงานด้านสุขภาพที่ดูแลธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี: จากผลของการขยายตัวของร้านอาหารริมบาทวิถี ก่อให้เกิดข้อกังวลและปัญหาด้านการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจอาหารริมบาทวิถี ได้แก่ 1) ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับร้านอาหารริมบาทวิถี เนื่องจากกฎหมายที่ใช้กำกับดูแลการประกอบกิจการร้านอาหาร คือ พระราชบัญญัติสาธารณสุข พ.ศ. 2535 มาตรา 4 ไม่ครอบคลุมการจำหน่ายอาหารริมบาทวิถี คำว่า อาหารริมบาทวิถี จึงยังไม่ได้อยู่ในความหมายของ สถานที่จำหน่ายอาหาร จึงส่งผลกระทบต่อกรกำกับดูแลของเจ้าหน้าที่ของรัฐ 2) ปัญหาความคงที่ของคุณภาพอาหารที่ได้ตามมาตรฐานความสะอาดและความปลอดภัยของอาหาร รวมทั้งคุณค่าทางโภชนาการของอาหาร 3) ปัญหาความสะอาดของบริเวณสถานที่จำหน่ายอาหารและสิ่งแวดล้อมโดยรอบที่ส่งผลกระทบต่อสุขลักษณะที่ดีของอาหาร

3.3) ผู้ทรงคุณวุฒิด้านอาหารท้องถิ่น: ปัญหาด้านการปรับปรุงแบบภูมิปัญญาอาหารที่อาจทิ้งรากเหง้าของความเป็นท้องถิ่น สืบเนื่องมาจากผู้เฒ่าผู้แก่ที่เป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมมีอายุมากขึ้น บางรายเสียชีวิต โดยไม่ได้ส่งต่อความรู้ ทักษะการทำอาหารตามแบบอย่างบรรพบุรุษ หรือวัตถุดิบดั้งเดิมหายาก ทำให้ต้องหาวัตถุดิบอื่นมาทดแทน เป็นเหตุให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการประกอบอาหาร เป็นสาเหตุทำให้อาหารแบบเดิมค่อย ๆ สูญหายไป

4) จากข้อ 3 ได้มีการดำเนินการเพื่อแก้ปัญหาอย่างไรตามบทบาทของผู้เกี่ยวข้องทั้ง 3 ฝ่าย

4.1) ผู้ประกอบการร้านอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี: ให้มีความชัดเจนเรื่องนโยบายและการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอาหารริมบาทวิถี ภาครัฐต้องตระหนักและให้ความสำคัญเกี่ยวกับภาพลักษณ์อาหารริมบาทวิถีในกลุ่ม 4 จังหวัดนี้ คือ การจัดการเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ความสะอาด สุขอนามัย ความปลอดภัย การให้บริการ โดยกำกับ ดูแล ควบคุม และให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการเรื่องมาตรฐานบริการอาหารริมบาทวิถีเพื่อการท่องเที่ยว หรือมาตรฐานด้านสุขภาพอาหาร และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง จะได้มีแนวทางที่ชัดเจน สามารถปฏิบัติตามได้ถูกต้อง ซึ่งจะเป็นประโยชน์แก่ทุกฝ่าย

4.2) ผู้แทนหน่วยงานด้านสุขภาพที่ดูแลธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี: ปรับพระราชบัญญัติสาธารณสุข พ.ศ. 2535 มาตรา 4 ให้ อาหารริมบาทวิถี รวมอยู่ในความหมายของ สถานที่จำหน่ายอาหาร ซึ่งจะส่งผลที่ดีและชัดเจนต่อการกำกับดูแลของเจ้าหน้าที่รัฐ

4.3) ผู้ทรงคุณวุฒิด้านอาหารท้องถิ่น: ให้ตระหนักถึงความสำคัญของอาหารท้องถิ่น ซึ่งแม้จะดำเนินการในรูปแบบอาหารริมบาทวิถี หรือ ในร้านอาหารทุกระดับ โดยให้คงความเป็นเอกลักษณ์แท้เดิมของอาหารท้องถิ่น ซึ่งจะมีผลต่อการสร้างการรับรู้แก่ลูกค้า นักท่องเที่ยวชาวไทย และโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้จดจำความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารไทย อันจะส่งผลต่อการสร้างเศรษฐกิจจากฐานรากไปสู่เศรษฐกิจระดับประเทศได้

4.2.1.3 ผลการสัมภาษณ์ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัดภาคกลางตอนล่างสำหรับการสร้างแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจาก ตัวแปรจากปัจจัยรูปแบบภาพลักษณ์อาหารริมบาทวิถีที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในกิจกรรมวิจัยที่ 1 ร่วมกับการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 กลุ่ม สัมภาษณ์และใช้เป็นตัวแปรการสร้างแบบสอบถาม สรุปตามตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 สรุปตัวแปรจากการสัมภาษณ์สำหรับการสร้างแบบสอบถาม

ปัจจัยภาพลักษณ์อาหารริม บาทวิถีที่มีอิทธิพลต่อความ จงรักภักดีของนักท่องเที่ยว	ตัวแปรการจัดการธุรกิจอาหาร ท้องถิ่นริมบาทวิถีจากการทบทวน วรรณกรรม/สัมภาษณ์	ตัวแปรการจัดการธุรกิจอาหาร ท้องถิ่นริมบาทวิถีสำหรับสร้าง แบบสอบถาม
คุณภาพอาหาร	มิติด้านสุขภาพ	1. มิติด้านสุขภาพ
ความสะอาด ปลอดภัยของ อาหาร	มิติด้านเศรษฐกิจ	1.1 คุณภาพอาหาร
ความคุ้มค่าสมราคา	มิติด้านสังคม	1.2 ความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร
ความเป็นเอกลักษณ์ของ อาหาร	มิติด้านวัฒนธรรม	1.3 คุณภาพการบริการ
ความหลากหลายของอาหาร	ความสะอาดและปลอดภัยของ อาหาร	2. มิติด้านเศรษฐกิจ
บรรยากาศและสิ่งแวดล้อม ของร้านหรือสถานที่ จำหน่ายอาหาร	รสชาติอาหาร	2.1 ความคุ้มค่าสมราคา
คุณภาพการบริการ	การค้นคว้าและนวัตกรรม	2.2 การบริหารจัดการ (คน เงิน งาน สถานที่และอุปกรณ์)
การเข้าถึงได้ง่าย	ความประทับใจในการบริการ	2.3 การใช้สื่อสื่อสารการตลาด ออนไลน์
	การเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	2.4 การสนับสนุน
	เอกลักษณ์ความเป็นไทย	3. มิติด้านสังคม
	การใช้สื่อสื่อสารการตลาดออนไลน์	3.1 ความหลากหลายของอาหาร
	การบริหารจัดการ	3.2 บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของ สถานที่จำหน่ายอาหาร
	การลงมือปฏิบัติ	3.3 การเข้าถึงได้ง่าย
	การสนับสนุน	4. มิติด้านวัฒนธรรม
	โปรโมชั่นส่วนลด	4.1 ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร
	ความสะดวกในการเข้าถึง สถานที่และอุปกรณ์	4.2 การแสดงออกถึงความเป็นไทย
		5. ด้านนวัตกรรม
		5.1 การค้นคว้าด้านนวัตกรรม
		5.2 การสร้างสรรค์นวัตกรรม

4.2.1.4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี
เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมจากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด และวิเคราะห์ตาม
ขั้นตอนที่กำหนดไว้ ดังนี้

1) ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ตามตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

(n = 400)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	147	36.8
หญิง	218	54.5
เพศทางเลือก	35	8.8
อายุ		
น้อยกว่า 30 ปี	18	4.5
30-40 ปี	101	25.3
41-50 ปี	118	29.5
51-60 ปี	113	28.3
มากกว่า 60 ปี	50	12.5
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	79	19.8
มัธยมศึกษาตอนต้น	68	17.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.	80	20.0
อนุปริญญา หรือ ปวส.	95	23.8
ปริญญาตรีขึ้นไป	78	19.5
การสืบทอดหรือเริ่มต้นธุรกิจขายอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี (สตรีทฟู้ด)		
สืบทอดกิจการต่อจากครอบครัว	138	34.5
รับช่วงกิจการจากผู้อื่น	112	28.0
เริ่มตนกิจการด้วยตนเอง	150	37.5
ความรู้หรือประสบการณ์การทำอาหารขาย (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)		
เรียนรู้จากบรรพบุรุษ/ครอบครัว	189	47.3
ฝึกหัดด้วยตนเอง	266	66.5
เข้าอบรมการทำอาหาร	126	31.5
เพื่อนที่สนิทกันให้สูตรมาพัฒนา	117	29.3
ระยะเวลาที่ทำธุรกิจขายอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี (สตรีทฟู้ด)		
น้อยกว่า 1 ปี	20	5.0

(n = 400)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 – 5 ปี	131	32.8
5 – 10 ปี	125	31.3
มากกว่า 10 ปี	124	31.0
จำนวนพนักงานที่ช่วยงานทำและขายอาหาร		
ไม่มี	44	11.0
1 – 5 คน	279	69.8
6 – 10 คน	67	16.8
มากกว่า 10 คน	10	2.5

จากตารางที่ 4.13 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี ร้อยละ 29.5 ซึ่งใกล้เคียงกับผู้ที่มีอายุระหว่าง 51 – 60 ปี และ 30 – 40 ปี มีการศึกษาระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. ร้อยละ 23.8 ใกล้เคียงกับระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. และ ระดับปริญญาตรีขึ้นไป โดยเริ่มต้นธุรกิจขายอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี (สตรีทฟู้ด) ด้วยตนเองร้อยละ 37.5 เช่นเดียวกับฝึกความรู้หรือประสบการณ์การทำอาหารขายด้วยตนเองร้อยละ 66.5 โดยระยะเวลาที่ทำธุรกิจขายอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี (สตรีทฟู้ด) 5 – 10 ปี ร้อยละ 31.1 และพนักงานที่ช่วยงานทำและขายอาหาร จำนวน 1 – 5 คน ร้อยละ 69.8

2) การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี โดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย (M) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2.1) การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี จำแนกเป็นรายมิติ ตามตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี จำแนกเป็นรายมิติ

การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี	\bar{x}	S.D	ระดับ
1. มิติด้านสุขภาพ	4.10	0.52	มาก
2. มิติด้านเศรษฐกิจ	3.97	0.46	มาก
3. มิติด้านสังคม	4.41	0.49	มาก
4. มิติด้านวัฒนธรรม	4.10	0.53	มาก
5. มิติด้านนวัตกรรม	3.82	0.56	มาก
ค่าเฉลี่ยการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี	4.08	0.40	มาก

(n=400)

จากตารางที่ 4.14 การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี จำแนกเป็นรายมิติ ผู้ตอบแบบสอบถามมีการดำเนินงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$) เมื่อพิจารณารายมิติ พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 5 มิติ โดย มิติด้านสังคม มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ($\bar{X} = 4.41$) รองลงมาอีก 2 มิติ คือ มิติด้านสุขภาพ และมิติด้านวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยในระดับมากเท่ากัน ($\bar{X} = 4.10$) และมิติด้านนวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยในระดับต่ำสุดเมื่อเทียบกับด้านอื่น ๆ ($\bar{X} = 3.97$)

2.2) การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี จำแนกเป็นรายด้านตามตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี จำแนกเป็นรายด้าน

(n=400)			
การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี	\bar{X}	S.D	ระดับ
มิติด้านสุขภาพ			
1. คุณภาพอาหาร	4.10	0.52	สูง
2. ความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร	3.87	0.52	สูง
3. คุณภาพการบริการ	4.33	0.52	สูงมาก
ค่าเฉลี่ยมิติด้านสุขภาพ	4.10	0.52	สูง
มิติด้านเศรษฐกิจ			
1. ความคุ้มค่าสมราคา	4.25	0.50	สูงมาก
2. การบริหารจัดการ (คน เงิน งาน สถานที่และอุปกรณ์)	3.99	0.40	สูง
3. การใช้การสื่อสารการตลาดออนไลน์	3.90	0.45	สูง
4. การสนับสนุน	3.76	0.50	สูง
ค่าเฉลี่ยมิติด้านเศรษฐกิจ	3.97	0.46	สูง
มิติด้านสังคม			
1. ความหลากหลายของอาหาร	4.04	0.51	สูง
2. บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของสถานที่จำหน่ายอาหาร	4.17	0.46	สูง
3. การเข้าถึงได้ง่าย	4.22	0.50	สูงมาก
ค่าเฉลี่ยมิติด้านสังคม	4.41	0.49	สูงมาก
มิติด้านวัฒนธรรม			
1. ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร	4.18	0.55	สูง
2. การแสดงออกถึงความเป็นไทย	4.02	0.62	สูง
ค่าเฉลี่ยมิติด้านวัฒนธรรม	4.10	0.58	สูง

(n=400)

การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี	\bar{x}	S.D	ระดับ
มิติด้านนวัตกรรม			
1. การศึกษาค้นคว้าด้านนวัตกรรม	3.71	0.61	สูง
2. การสร้างสรรค์นวัตกรรม	3.93	0.51	สูง
ค่าเฉลี่ยมิติด้านนวัตกรรม	3.82	0.56	สูง
ค่าเฉลี่ยการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี	4.08	0.40	สูง

จากตารางที่ 4.15 การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี จำแนกเป็นรายด้าน ผู้ตอบแบบสอบถามมีการดำเนินงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.08$) เมื่อพิจารณารายมิติ พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 5 มิติ โดย มิติด้านสังคม มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ($\bar{x} = 4.1$) รองลงมาอีก 2 มิติ คือ มิติด้านสุขภาพ และมิติด้านวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดเท่ากัน ($\bar{x} = 4.10$) และมิติด้านนวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยในระดับต่ำสุดเมื่อเทียบกับด้านอื่น ๆ ($\bar{x} = 3.97$) สำหรับรายด้านทั้ง 14 ด้านพบว่า ด้านคุณภาพการบริการ มีการดำเนินงานมากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ($\bar{x} = 4.33$) รองลงมาคือ การดำเนินงานด้านความคุ้มค่าสมราคา และ ด้านการเข้าถึงได้ง่าย โดยมีการดำเนินงานในระดับมากที่สุดทั้ง 2 ด้าน ($\bar{x} = 4.25$ และ 4.22 ตามลำดับ) และการศึกษาค้นคว้าด้านนวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยในระดับต่ำสุดเมื่อเทียบกับด้านอื่น ๆ ($\bar{x} = 3.71$)

2.3) การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี จำแนกเป็นรายข้อ ตามตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี จำแนกเป็นรายข้อ

(n=400)

การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี	\bar{x}	S.D	ระดับ
คุณภาพอาหาร			
ใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่นเป็นส่วนประกอบในการทำอาหาร	4.07	0.66	มาก
มีเทคนิคการปรุงอาหารที่โดดเด่นส่งผลให้ได้อาหารที่มีรสชาติอร่อย	4.15	0.72	มาก
มีลักษณะและรสชาติความดั้งเดิมของอาหารท้องถิ่น	4.09	0.62	มาก
ค่าเฉลี่ยการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีด้านคุณภาพอาหาร	4.10	0.52	มาก
ความปลอดภัยของอาหาร			
4 ใช้วัตถุดิบประเภทผักพื้นบ้านที่ปลูกแบบธรรมชาติ	3.88	0.65	มาก

(n=400)

การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี	\bar{x}	S.D	ระดับ
5 มีขั้นตอนการเตรียมและปรุงอาหารที่สะอาด ถูกหลักอนามัย	3.97	0.73	มาก
6 เป็นอาหารที่มีสรรพคุณทางตำรายาพื้นบ้าน	3.77	0.66	มาก
ค่าเฉลี่ยการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีด้าน ความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร	3.87	0.52	มาก
คุณภาพการบริการ			
7. ให้การต้อนรับลูกค้าด้วยความเป็นมิตร	4.36	0.69	มาก
8. นำเสนอเรื่องราวของอาหารหรือขนมแก่ลูกค้าเพื่อให้น่าสนใจ	4.19	0.73	มาก
9. ให้บริการลูกค้าเสมอต้นเสมอปลายทุกครั้งที่ใช้บริการ	4.43	0.64	มาก
ค่าเฉลี่ยการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีด้าน คุณภาพการบริการ	4.33	0.52	มาก
ความคุ้มค่าสมราคา			
10 กำหนดราคาสมเหตุสมผลกับคุณภาพอาหารหรือขนม	4.38	0.58	มาก
11 กำหนดราคาสมเหตุสมผลกับปริมาณอาหารหรือขนม	4.33	0.65	มาก
12 ราคาอาหารคุ้มค่ากับการที่ลูกค้าเดินทางมาซื้อหรือทานในร้าน	4.04	0.65	มาก
ค่าเฉลี่ยการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีด้าน ความคุ้มค่าสมราคา	4.25	0.50	มาก
การบริหารจัดการ (คน เงิน งาน สถานที่และอุปกรณ์)			
13. วางแผนการจัดหาวัตถุดิบ วัสดุอุปกรณ์ ก่อนทำอาหารจำหน่าย	3.97	0.49	มาก
14. จัดสรรเงินทุนที่มีเพื่อให้ใช้จ่ายในธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง	4.01	0.66	มาก
15. มอบหมายให้พนักงานทำหน้าที่ภายใต้การให้คำแนะนำ	3.81	0.80	มาก
16. คอยตรวจสอบความสำเร็จของงานเมื่อสิ้นสุดการขายในแต่ละวัน	4.17	0.58	มาก
ค่าเฉลี่ยการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีด้าน การบริหารจัดการ (คน เงิน งาน สถานที่และอุปกรณ์)	3.99	0.44	มาก
การใช้การสื่อสารการตลาดออนไลน์			
17. มีการขายทั้งในพื้นที่และแบบสั่งออนไลน์	4.07	0.66	มาก
18. ลูกค้าสามารถจ่ายค่าอาหารโดยการโอนหรือสแกนคิวอาร์โค้ดได้	4.06	0.65	มาก
19. มีการบริการโดยผูกหรือเชื่อมโยงกับธุรกิจส่งอาหาร เช่น Food panda, Grab food หรือธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ในท้องถิ่น	3.56	0.73	มาก
ค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัดภาคกลางตอนล่างด้าน การใช้การสื่อสารการตลาดออนไลน์	3.90	0.45	มาก

(n=400)

การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี	\bar{x}	S.D	ระดับ
การสนับสนุน			
20. เข้าร่วมกิจกรรมการส่งเสริมการขายอาหารสตรีฟู้ดของหน่วยงานท้องถิ่น	3.86	0.56	มาก
21. ได้รับความช่วยเหลือจัดหาวัตถุดิบอาหารจากหน่วยงานท้องถิ่น	3.78	0.65	มาก
22. ได้รับการสนับสนุนด้านการพัฒนาเมนูอาหารใหม่ ๆ อยู่เสมอ	3.63	0.71	มาก
ค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัดภาคกลางตอนล่างด้าน	3.76	0.50	มาก
การสนับสนุน			
ความหลากหลายของอาหาร			
23. มีรายการอาหารหลายประเภทให้เลือก	4.01	0.58	มาก
24. มีอาหารหลายรสชาติทั้ง คาว - หวาน ทำให้เพลิดเพลินในการทำงาน	4.03	0.62	มาก
25. เปิดโอกาสให้ลูกค้าเลือกส่วนประกอบของอาหาร/ขนม เช่น ใส่นม หน้าทอปปิ้งต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความหลากหลายในการทำงาน	4.09	0.67	มาก
ค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัดภาคกลางตอนล่างด้าน	4.04	0.51	มาก
ความหลากหลายของอาหาร			
บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของสถานที่จำหน่ายอาหาร			
26. ที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายอาหารอยู่ในพื้นที่ที่เดินทางสะดวก	4.20	0.59	มาก
27. จัดสภาพแวดล้อมสะอาด เป็นระเบียบ แสดงถึงความพร้อมให้ในการให้บริการ	4.20	0.57	มาก
28. เตรียมอุปกรณ์ สิ่งตกแต่ง ในการรับประทานอาหารพร้อมวิธีการจัดวางที่เหมาะสม	4.12	0.65	มาก
ค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัดภาคกลางตอนล่างด้าน	4.17	0.46	มาก
บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของสถานที่จำหน่ายอาหาร			
การเข้าถึงได้ง่าย			
29. มีข้อมูลการขายให้สืบค้นรายการอาหารท้องถิ่นได้หลายช่องทาง	4.22	0.57	มาก
30. ให้บริการอาหารครอบคลุมเวลาที่ลูกค้าต้องการทานหรือซื้อกลับบ้าน	4.19	0.66	มาก
31. ผู้คนส่วนใหญ่รู้จักร้านอาหารท้องถิ่นเพราะมีผู้แนะนำผ่านสื่อสารออนไลน์	4.23	0.59	มาก
ค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัดภาคกลางตอนล่างด้าน	4.22	0.50	มาก
การเข้าถึงได้ง่าย			
ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร			
32. มีรายการอาหารที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับ	4.21	0.56	มาก
33. ใช้วัตถุดิบที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น	4.20	0.67	มาก

(n=400)

การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี	\bar{x}	S.D	ระดับ
34. มีเรื่องเล่าที่เป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นที่ดึงดูดความสนใจ	4.13	0.80	มาก
ค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัดภาคกลางตอนล่างด้าน ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร	4.18	0.55	มาก
การส่งออกถึงความเป็นไทย			
35. มีเมนูอาหารที่ถ่ายทอดตำรับจากบรรพบุรุษ	4.14	0.65	มาก
36. เป็นอาหารที่สะท้อนถึงวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของชุมชน	4.07	0.69	มาก
37. เป็นอาหารที่ใช้ในประเพณีดั้งเดิมของพื้นที่	3.87	0.88	มาก
ค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัดภาคกลางตอนล่างด้าน การส่งออกถึงความเป็นไทย	4.03	0.74	มาก
การศึกษาค้นคว้าด้านนวัตกรรม			
38. ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารและการบริการ	3.72	0.60	มาก
39. กำหนดวิธีการสร้างรูปแบบอาหารใหม่ ๆ	3.70	0.75	มาก
40. ค้นหาความรู้เกี่ยวกับการสร้างนวัตกรรมเพื่อให้ลูกค้าประทับใจ	3.71	0.76	มาก
ค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัดภาคกลางตอนล่างด้าน การศึกษาค้นคว้าด้านนวัตกรรม	3.71	0.70	มาก
การสร้างสรรค้้นวัตกรรม			
41. คิดค้นเมนูอาหารใหม่จากพื้นฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น	4.17	0.63	มาก
42. สร้างสรรค์การบริการใหม่อยู่เสมอเพื่อความประทับใจของลูกค้า	3.84	0.74	มาก
43. พัฒนาช่องทางการขายรูปแบบใหม่ให้ลูกค้าได้รับความสะดวก	3.80	0.76	มาก
ค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัดภาคกลางตอนล่างด้าน การสร้างสรรค้้นวัตกรรม	3.94	0.71	มาก
ค่าเฉลี่ยการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี	4.08	0.40	มาก

จากตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี จำแนกเป็นรายข้อ สรุปได้ดังนี้

การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านคุณภาพอาหาร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานด้านคุณภาพอาหาร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.10$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีเทคนิคการปรุงอาหารที่โดดเด่นส่งผลให้ได้อาหารที่มีรสชาติอร่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 4.15$) ส่วนใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่นเป็นส่วนประกอบในการทำอาหาร มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{x} = 4.07$)

การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านความสะอาด ปลอดภัยของอาหารพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานด้านความสะอาด ปลอดภัยของอาหารโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีขั้นตอนการเตรียมและปรุงอาหารที่สะอาด ถูกหลักอนามัยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.15$) ส่วนเป็นอาหารที่มีสรรพคุณทางตำรายาพื้นบ้าน มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.77$)

การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านคุณภาพการบริการพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานด้านคุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ให้บริการลูกค้าเสมอต้นเสมอปลายทุกครั้งที่ใช้บริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.43$) ส่วนนำเสนอเรื่องราวของอาหารหรือขนมแก่ลูกค้าเพื่อให้น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 4.19$)

การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านความคุ้มค่าสมราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานด้านความคุ้มค่าสมราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า กำหนดราคาสมเหตุสมผลกับปริมาณอาหารหรือขนม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.38$) ส่วนราคาอาหารคุ้มค่ากับการที่ลูกค้าเดินทางมาซื้อหรือทานในร้าน มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 4.04$)

การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านการบริหารจัดการ (คน เงิน งาน สถานที่และอุปกรณ์) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานการบริหารจัดการ (คน เงิน งาน สถานที่และอุปกรณ์) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า คอยตรวจสอบความสำเร็จของงานเมื่อสิ้นสุดการขายในแต่ละวันมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.17$) และมอบหมายให้พนักงานทำหน้าที่ภายใต้การให้คำแนะนำมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.81$)

การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านการใช้การสื่อสารการตลาดออนไลน์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานการใช้การสื่อสารการตลาดออนไลน์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีการขายทั้งในพื้นที่และแบบสั่งออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.07$) มีการบริการโดยผูกหรือเชื่อมโยงกับธุรกิจส่งอาหาร เช่น Food panda, Grab food หรือธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ในท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.56$)

การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านการสนับสนุน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานด้านการสนับสนุน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า เข้าร่วมกิจกรรมการส่งเสริมการขายอาหารสตรีทฟู้ดของหน่วยงานท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.86$) และเข้าร่วมกิจกรรมการส่งเสริมการขายอาหารสตรีทฟู้ดของหน่วยงานท้องถิ่นมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.63$)

การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านความหลากหลายของอาหารพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานด้านความหลากหลายของอาหาร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า เปิดโอกาสให้ลูกค้าเลือกส่วนประกอบของอาหาร/ขนม เช่น ใส่นม หน้าทอปปิ้งต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความหลากหลายในการทาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.09$) และมีรายการอาหารหลายประเภทให้เลือกมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 4.01$)

การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของสถานที่จำหน่ายอาหาร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของสถานที่จำหน่ายอาหาร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายอาหารอยู่ในพื้นที่ที่เดินทางสะดวก เท่ากับ จัดสภาพแวดล้อมสะอาด เป็นระเบียบ แสดงถึงความพร้อมให้ในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.20$) เตรียมอุปกรณ์ สิ่งตกแต่ง ในการรับประทานอาหารพร้อมวิธีการจัดวางที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 4.12$)

การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านการเข้าถึงได้ง่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานด้านการเข้าถึงได้ง่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.22$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้คนส่วนใหญ่รู้จักร้านอาหารท้องถิ่นเพราะมีผู้แนะนำผ่านสื่อออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.23$) และ ให้บริการอาหารครอบคลุมเวลาที่ลูกค้าต้องการทานหรือซื้อกลับบ้าน มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 4.19$)

การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานด้านความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีรายการอาหารที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.21$) และ มีเรื่องเล่าที่เป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นที่ดึงดูดความสนใจมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 4.13$)

การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านการแสดงออกถึงความเป็นไทย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานการแสดงออกถึงความเป็นไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีเมนูอาหารที่ถ่ายทอดได้รับจากบรรพบุรุษ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.14$) และเป็นอาหารที่ใช้ในประเพณีดั้งเดิมของพื้นที่ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.87$)

การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านการศึกษาค้นคว้าด้านนวัตกรรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานการศึกษาค้นคว้าด้านนวัตกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารและบริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.72$) และ กำหนดวิธีการสร้างรูปแบบอาหารใหม่ ๆ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.70$)

การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านการสร้างสรรค่นวัตกรรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานด้านการสร้างสรรค่นวัตกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า คิดค้นเมนูอาหารใหม่จากพื้นฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.72$) และ พัฒนาช่องทางการขายรูปแบบใหม่ให้ลูกค้าได้รับความสะดวก มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.80$)

3) ความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัดภาคกลางตอนล่าง โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

3.1) ความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัดภาคกลางตอนล่าง จำแนกเป็นรายด้าน ตามตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 ความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี จำแนกเป็นรายด้าน

(n=400)			
ความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี	\bar{x}	S.D	ระดับ
1. ยอดขายและกำไร	3.86	0.64	มาก
2. การแนะนำ	4.13	0.66	มาก
3. ความพึงพอใจของลูกค้า	4.26	0.65	มาก
ค่าเฉลี่ยความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี	4.08	0.65	มาก

จากตารางที่ 4.17 ความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีจำแนกเป็นรายด้าน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.08$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทั้ง 3 ด้าน โดยความพึงพอใจของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ($\bar{x} = 4.26$) รองลงมาคือ ด้านการแนะนำ ค่าเฉลี่ยในระดับมาก ($\bar{x} = 4.13$) และยอดขายและกำไร มีค่าเฉลี่ยในระดับต่ำสุด ($\bar{x} = 3.86$)

3.2) ความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัดภาคกลางตอนล่าง จำแนกเป็นรายข้อ ตามตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 ความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี จำแนกเป็นรายข้อ

(n=400)			
ความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี	\bar{x}	S.D	ระดับ
ยอดขายและกำไร			
ยอดขายแต่ละวัน เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้	3.99	0.60	สูง
กำไรสุทธิ สามารถทำให้ธุรกิจขายอาหารดำเนินงานต่อได้	3.82	0.65	สูง
ภาพรวมผลการดำเนินธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีอยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด	3.76	0.66	สูง
ค่าเฉลี่ยความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีด้านยอดขายและกำไร	3.86	0.64	สูง
การแนะนำ			
4. ลูกค้าแนะนำผู้อื่นให้มาอุดหนุนอาหารที่ร้านเสมอ	4.31	0.63	สูงมาก
5. มีการแนะนำอาหารของร้านผ่านแพลตฟอร์มการรีวิวอาหาร	4.13	0.65	สูง
6. หน่วยงานท้องถิ่นแนะนำเมนูอาหารของร้านผ่านเพจอาหารและการท่องเที่ยว	3.95	0.71	สูง
ค่าเฉลี่ยความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีด้านการแนะนำ	4.13	0.66	สูง
ความพึงพอใจของลูกค้า			
7. ลูกค้าแสดงความชื่นชมรสชาติอาหารทั้งต่อหน้าและผ่านการบอกต่อ	4.28	0.64	สูงมาก
8. ลูกค้าให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการในเชิงสร้างสรรค์	4.31	0.68	สูงมาก

(n=400)

ความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี	\bar{X}	S.D	ระดับ
9. ลูกค้ารายเดิมเข้ามาใช้บริการซ้ำอย่างสม่ำเสมอ	4.19	0.64	สูง
ค่าเฉลี่ยความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีด้านความพึงพอใจของลูกค้า	4.26	0.65	สูงมาก
ค่าเฉลี่ยความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี	4.08	0.65	สูง

จากตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี จำแนกเป็นรายข้อ จำแนกเป็นรายข้อ สรุปได้ดังนี้

ความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านยอดขายและกำไร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ลูกค้าแนะนำผู้อื่นให้มาอุดหนุนอาหารที่ร้านเสมอ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.31$) และภาพรวมผลการดำเนินธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีอยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.76$)

ความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านการแนะนำ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีด้านการแนะนำ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ยอดขายแต่ละวัน เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.99$) และหน่วยงานท้องถิ่นแนะนำเมนูอาหารของร้านผ่านเพจอาหารและการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.95$)

ความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านความพึงพอใจของลูกค้า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีความพึงพอใจของลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ลูกค้าให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการพัฒนา

คุณภาพการให้บริการในเชิงสร้างสรรค์มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.31$) และ ลูกค้ารายเดิมเข้ามาใช้บริการซ้ำอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 4.19$)

4) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยได้ใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ มีขั้นตอนดังนี้

4.1) ผู้วิจัยนำตัวแปรทั้งหมดที่จะเข้าการวิเคราะห์วิเคราะห์การถดถอยพหุคูณทดสอบความเป็นอิสระต่อกันของตัวแปรอิสระ เนื่องจากตัวแปรแต่ละตัวต้องเป็นอิสระจากกัน ซึ่งตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม จะต้องไม่มีค่าความสัมพันธ์สูงเกิน 0.80 เพราะถ้าตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามมีความสัมพันธ์กันมาก อาจทำให้เกิดปฏิกริยาต่อกันและจะมีผลต่อตัวแปรตามได้ หรืออาจเกิดปัญหาที่เรียกว่า Multicollinearity Problem และทำให้ไม่สามารถใช้เทคนิคการวิเคราะห์ดังกล่าวได้ (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2540) ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำตัวแปรทั้งหมดไปทดสอบความสัมพันธ์กันเอง ตามตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

	คุณภาพ อาหาร	ความ สะอาด ปลอดภัย ของอาหาร	คุณภาพ การบริการ	ความ คุ้มค่า ราคา	การบริหาร จัดการ	การใช้การ สื่อสาร การตลาด ออนไลน์	การ สนับสนุน	ความ หลากหลาย ของ อาหาร	บรรยากาศ และ สิ่งแวดล้อม ของ สถานที่ จำหน่าย อาหาร	การเข้าถึง ได้ง่าย	ความเป็น เอกลักษณ์ ของ อาหาร	การ แสดงออก ถึงความ เป็นไทย	การศึกษา ค้นคว้า ด้าน นวัตกรรม	การ สร้างสรรค์ นวัตกรรม	ยอดขาย และกำไร	การ แนะนำ	ความพึง พอใจของ ลูกค้า
คุณภาพอาหาร	1	0.063	0.138**	0.152**	0.163**	-0.190**	-0.004	0.132**	0.173**	0.216**	-0.017	0.116*	-0.327**	-0.085	-0.120*	0.166**	0.067
ความสะอาด ปลอดภัยของ อาหาร	0.063	1	0.240**	0.108*	0.058	0.191**	0.181**	0.071	0.110*	0.100*	0.39	0.099*	-0.022	0.067	0.162**	0.174**	0.023
คุณภาพการบริการ	0.138**	0.240**	1	0.309**	-0.035	0.044	-0.022	0.097	0.257**	0.162**	0.182**	0.032	-0.156**	-0.125*	-0.138**	0.219**	0.326**
ความคุ้มค่า ราคา	0.152**	0.108/	0.309**	1	-0.141**	0.001	-0.029	0.153**	0.300**	0.444**	0.227**	0.2880**	-0.002	-0.032	0.022	0.238**	0.240**
การบริหารจัดการ	0.163**	0.058	-0.035	-0.141**	1	0.225**	0.264**	0.014	0.096	0.035	-0.102*	0.005	-0.128*	0.139**	0.004	-0.016	0.142**
การใช้การสื่อสารการตลาด ออนไลน์	-0.190**	0.191**	0.044	0.001	0.225**	1	0.279**	0.017	0.128*	0.068	-0.007	-0.002	0.341**	0.359**	-0.043	-0.107*	0.162**
การสนับสนุน	-0.004	0.181**	-0.022	-0.029	0.264**	0.279**	1	0.134**	-0.087	0.04	0.099*	0.027	.215**	.198**	-0.032	0.02	0.06
ความหลากหลายของอาหาร	0.132**	0.071	0.097	0.153**	0.014	0.017	0.134**	1	0.286**	0.300**	0.192**	0.249**	-0.151**	-0.053	-0.158**	0.199**	0.138**
บรรยากาศและสิ่ง แวดล้อมของ สถานที่จำหน่ายอาหาร	0.173**	0.110*	0.257**	0.300**	0.096	0.128*	-0.087	0.286**	1	0.286**	0.319**	0.327**	-0.055	0.144**	-0.039	0.234**	0.144**
การเข้าถึงได้ง่าย	0.216**	0.100*	0.162**	0.444**	0.035	0.068	0.04	0.300**	0.286**	1	0.218**	0.480**	-0.162**	-0.057	0.132**	0.310**	0.359**
ความเป็นเอกลักษณ์ของ อาหาร	-0.017	0.039	0.182**	0.227**	-0.102*	-0.007	0.099*	0.192**	0.319**	0.218**	1	0.280**	0.187**	0.135**	0.174**	0.144**	0.210**
การแสดงออกถึงความ เป็นไทย	0.116*	0.099*	0.032	0.280**	0.005	-0.002	0.027	0.249**	0.327**	0.480**	0.280**	1	-0.157**	0.069	0.174**	0.378**	0.283**
การศึกษาค้นคว้าด้าน นวัตกรรม	-0.327**	-0.022	-0.156**	-0.002	-0.128*	0.341**	0.215**	-0.151**	-0.055	-0.162**	0.187**	-0.157**	1	0.536**	0.047	-0.276**	-0.187**
การสร้างสรรค์นวัตกรรม	-0.085	0.067	-0.125*	-0.032	0.139**	0.359**	0.198**	-0.053	0.144**	-0.057	0.135**	0.069	0.536**	1	0.04	-0.187**	-0.004
ยอดขายและกำไร	-0.120*	0.162**	-0.138**	0.022	0.004	-0.043	-0.032	-0.158**	-0.039	0.132**	0.174**	0.174**	0.047	0.04	1	0.032	0.023
การแนะนำ	0.166**	0.174**	0.219**	0.238**	-0.016	-0.107*	0.02	0.199**	0.234**	0.310**	0.144**	0.378**	-0.276**	-0.187**	0.032	1	0.265**
ความพึงพอใจของลูกค้า	0.067	0.023	0.326**	0.240**	0.142**	0.162**	0.06	0.138**	0.144**	0.359**	0.210**	0.283**	-0.187**	-0.004	0.023	0.265**	1

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ตัวแปรอิสระที่จะนำไปวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 01 ซึ่งตัวแปรอิสระและตัวแปรตามทั้งหมดมีความสัมพันธ์กันเอง (Multicollinearity) ไม่เกิน .80 (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2540: 77) ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำตัวแปรอิสระทั้งหมด ได้แก่ คุณภาพอาหาร ความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร คุณภาพการบริการ ความคุ้มค่าสมราคา การบริหารจัดการ การใช้การสื่อสารการตลาดออนไลน์ การสนับสนุน ความหลากหลายของอาหาร บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของสถานที่จำหน่ายอาหาร การเข้าถึงได้ง่าย ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร การแสดงออกถึงความเป็นไทย การศึกษาค้นคว้าด้านนวัตกรรม การสร้างสรรค์นวัตกรรม และตัวแปรตามทั้งหมด ได้แก่ ยอดขายและกำไร การแนะนำ ความพึงพอใจของลูกค้า โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณต่อไป ตามตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นตรงแบบพหุ Multiple Regression Analysis ระหว่างตัวแปรการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี และตัวแปรความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี

การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี	ยอดขายและกำไร Adj-R ² = 0.215	การแนะนำ Adj-R ² = 0.245	ความพึงพอใจของลูกค้า Adj-R ² = 0.299
คุณภาพอาหาร	-0.134**	0.007	-0.072*
ความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร	0.216**	0.100*	-0.124**
คุณภาพการบริการ	-0.188**	0.085*	0.258*
ความคุ้มค่าสมราคา	0.002	0.060*	0.103*
การบริหารจัดการ	0.096	-0.028	0.151*
การใช้การสื่อสารการตลาดออนไลน์	-0.107	-0.083*	0.214**
การสนับสนุน	-0.078	0.075*	0.005
ความหลากหลายของอาหาร	-0.219**	0.014	-0.023
บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของสถานที่จำหน่ายอาหาร	-0.098	0.085*	-0.173**
การเข้าถึงได้ง่าย	0.152**	0.067	0.186**
ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร	0.197**	0.013	0.149**
การแสดงออกถึงความเป็นไทย	0.101*	0.214**	0.123**
การศึกษาค้นคว้าด้านนวัตกรรม	0.006	-0.099*	-0.208**
การสร้างสรรค์นวัตกรรม	-0.006	-0.126*	0.078*

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.2) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านยอดขายและกำไร

จากตารางที่ 4.20 แสดงผลการวิเคราะห์อิทธิพลการถดถอยเชิงเส้นตรงแบบพหุ (Multiple Regression Analysis) ของตัวแปรต้นคือการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ที่มีต่อตัวแปรตามคือความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านยอดขายและกำไร ในเชิงบวก โดยพบว่า สามารถอธิบายความผันผวนของตัวแปรต้นที่มีต่อตัวแปรตามได้ร้อยละ 21.5 ($Adj-R^2 = 0.215$)

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ที่มีต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านยอดขายและกำไร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ คุณภาพอาหาร ($\beta = -0.134$) และ ความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร ($\beta = 0.216$) คุณภาพการบริการ ($\beta = -0.188$) ความหลากหลายของอาหาร ($\beta = -0.219$) การเข้าถึงได้ง่าย ($\beta = 0.152$) ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร ($\beta = 0.197$)

ปัจจัยการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ที่มีต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านยอดขายและกำไร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ การแสดงออกถึงความเป็นไทย ($\beta = 0.101$)

เมื่อนำตัวแปรที่สามารถร่วมกันพยากรณ์ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านยอดขายและกำไร มาเขียนสมการจากคะแนนดิบเพื่อวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านยอดขายและกำไร ดังนี้

ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านยอดขายและกำไร = $4.133 + 0.216$ (ความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร) -0.219 (ความหลากหลายของอาหาร) $+ 0.197$ (ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร) $- 0.188$ (คุณภาพการบริการ) $+ 0.152$ (การเข้าถึงได้ง่าย) $- 0.134$ (คุณภาพอาหาร) $+ 0.101$ (การแสดงออกความเป็นไทย)

จากสมการปัจจัยปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านยอดขายและกำไร พบว่า ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านยอดขายและกำไร เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์คะแนนมาตรฐาน (Beta) ในตารางที่ 4.18 คือ ด้านความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร (0.216) ด้านความหลากหลายของอาหาร (-0.219) ด้านความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร (0.197) ด้านคุณภาพการบริการ (-0.188) ด้านการเข้าถึงได้ง่าย (0.152) ด้านคุณภาพอาหาร (-0.134) และด้านการแสดงออกความเป็นไทย (0.101) ตามลำดับ

4.3) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านการแนะนำ

จากตารางที่ 4.20 แสดงผลการวิเคราะห์อิทธิพลการถดถอยเชิงเส้นตรงแบบพหุ (Multiple Regression Analysis) ของตัวแปรต้นคือการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ที่มีต่อตัวแปรตามคือความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านการแนะนำ ในเชิงบวก โดยพบว่า สามารถอธิบายความผันผวนของตัวแปรต้นที่มีต่อตัวแปรตามได้ร้อยละ 24.5 ($Adj-R^2 = 0.245$)

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ที่มีต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านการแนะนำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ การแสดงออกถึงความเป็นไทย ($\beta = 0.214$)

ปัจจัยการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ที่มีต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านการแนะนำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ความสะอาดปลอดภัยของอาหาร ($\beta = 0.100$) คุณภาพการบริการ ($\beta = 0.085$) ความคุ้มค่าสมราคา ($\beta = 0.060$) การใช้สื่อสารการตลาดออนไลน์ ($\beta = -0.083$) การสนับสนุน ($\beta = 0.075$) บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของสถานที่จำหน่ายอาหาร ($\beta = 0.085$) การศึกษาค้นคว้าด้านนวัตกรรม ($\beta = -0.099$) และการสร้างสรรค์นวัตกรรม ($\beta = -0.126$)

เมื่อนำตัวแปรที่สามารถร่วมกันพยากรณ์ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านการแนะนำ มาเขียนสมการจากคะแนนดิบเพื่อวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านการแนะนำ ดังนี้

ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านการแนะนำ = $2.504 + 0.214$ (การแสดงออกถึงความเป็นไทย) - 0.126 (การสร้างสรรคัฒนธรรม) + 0.100 (ความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร) - 0.099 (การศึกษาค้นคว้าด้านนวัตกรรม) + 0.085 (บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของสถานที่จำหน่ายอาหาร) + 0.085 (คุณภาพการบริการ) - 0.083 (การใช้สื่อสารการตลาดออนไลน์) + 0.075 (การสนับสนุน) + 0.060 (ความคุ้มค่าสมราคา)

จากสมการปัจจัยปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านการแนะนำ พบว่า ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านการแนะนำ เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์คะแนนมาตรฐาน (Beta) ในตารางที่ 4.20 คือ ด้านการแสดงออกถึงความเป็นไทย (0.214) ด้านการสร้างสรรคัฒนธรรม (-0.126) ด้านความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร (0.100) ด้านการศึกษาค้นคว้าด้านนวัตกรรม (-0.099) ด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของสถานที่จำหน่ายอาหาร (0.085) ด้านคุณภาพการบริการ (0.085) ด้านการใช้สื่อสารการตลาดออนไลน์ (-0.083) ด้านการสนับสนุน (0.075) และด้านความคุ้มค่าสมราคา (0.060) ตามลำดับ

4.4) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านความพึงพอใจของลูกค้า

จากตารางที่ 4.20 แสดงผลการวิเคราะห์อิทธิพลการถดถอยเชิงเส้นตรงแบบพหุ (Multiple Regression Analysis) ของตัวแปรต้นคือการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ที่มีต่อตัวแปรตามคือความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านความพึงพอใจของลูกค้า ในเชิงบวก โดยพบว่า สามารถอธิบายความผันผวนของตัวแปรต้นที่มีต่อตัวแปรตามได้ร้อยละ 29.9 ($Adj-R^2 = 0.299$)

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ที่มีต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านความพึงพอใจของลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร ($\beta = -0.124$) การใช้การสื่อสารการตลาดออนไลน์ ($\beta = 0.214$) บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของสถานที่จำหน่ายอาหาร ($\beta = -0.173$) การเข้าถึงได้ง่าย ($\beta = 0.186$) ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร ($\beta = 0.149$) การแสดงออกถึงความเป็นไทย ($\beta = 0.123$) การศึกษาค้นคว้าด้านนวัตกรรม ($\beta = -0.208$)

ปัจจัยการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ที่มีต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านความพึงพอใจของลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ คุณภาพอาหาร ($\beta = -0.072$) คุณภาพการบริการ ($\beta = 0.285$) ความคุ้มค่าสมราคา ($\beta = 0.103$) การบริหารจัดการ ($\beta = 0.151$) การสร้างสรรค์นวัตกรรม ($\beta = 0.078$)

เมื่อนำตัวแปรที่สามารถร่วมกันพยากรณ์ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านความพึงพอใจของลูกค้า มาเขียนสมการจากคะแนนดิบเพื่อวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านความพึงพอใจของลูกค้า ดังนี้

ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านความพึงพอใจของลูกค้า = $1.416 + 0.285$ (คุณภาพการบริการ) - 0.214 (การใช้การสื่อสารการตลาดออนไลน์) - 0.208 (การศึกษาค้นคว้าด้านนวัตกรรม) + 0.186 (การเข้าถึงได้ง่าย) - 0.173 (บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของสถานที่จำหน่ายอาหาร) + 0.151 (การบริหารจัดการ) + 0.149 (ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร) - 0.124 (ความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร) + 0.123 (การแสดงออกถึงความเป็นไทย) + 0.103 (ความคุ้มค่าสมราคา) + 0.078 (การสร้างสรรค์นวัตกรรม) - 0.072 (คุณภาพอาหาร)

จากสมการปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านความพึงพอใจของลูกค้า พบว่า ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านความพึงพอใจของลูกค้า เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์คะแนนมาตรฐาน (Beta) ในตารางที่ 4.18 คือ ด้านคุณภาพการบริการ (0.285) ด้านการใช้การสื่อสารการตลาดออนไลน์ (-0.214) ด้านการศึกษาค้นคว้าด้านนวัตกรรม (-0.208) ด้านการเข้าถึงได้ง่าย (0.186) ด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของสถานที่จำหน่ายอาหาร (-0.173) ด้านการบริหารจัดการ (0.151) ด้านความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร (0.149) ด้านความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร (-0.124) ด้านการแสดงออกถึงความเป็นไทย (0.123) ด้านความคุ้มค่าสมราคา (0.103) ด้านการสร้างสรรค์นวัตกรรม (0.078) และด้านคุณภาพอาหาร (-0.072)

4.2.2 ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 รูปแบบนวัตกรรมอาหารและการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

4.2.2.1 สรุปผลการศึกษา การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี และความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ได้ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีจำนวน 14 ปัจจัย ตามตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 สรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลาง
ตอนล่าง

ลำดับ	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จ	ความสำเร็จของธุรกิจอาหารริมบาทวิถี
1.	-ด้านความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร -ด้านความหลากหลายของอาหาร -ด้านความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร -ด้านคุณภาพการบริการ -ด้านการเข้าถึงได้ง่าย -ด้านคุณภาพอาหาร -ด้านการแสดงออกความเป็นไทย	ยอดขายและกำไร: ยอดขายแต่ละวันเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด โดยมีกำไรสุทธิที่สามารถทำให้ธุรกิจขายอาหารดำเนินงานต่อได้ และเมื่อพิจารณาภาพรวมผลการดำเนินธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีพบว่า อยู่ในเกณฑ์ที่ผู้ประกอบการกำหนด
2.	-ด้านการแสดงออกถึงความเป็นไทย -ด้านการสร้างสรรค์วัฒนธรรม -ด้านความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร -ด้านการศึกษาค้นคว้าด้านนวัตกรรม -ด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของสถานที่จำหน่ายอาหาร -ด้านคุณภาพการบริการ -ด้านการใช้การสื่อสารการตลาดออนไลน์ -ด้านการสนับสนุน -ด้านความคุ้มค่าสมราคา	การแนะนำ: มีลูกค้าแนะนำผู้อื่นให้มาอุดหนุนอาหารที่ร้านเสมอ และมีการแนะนำอาหารของร้านผ่านแพลตฟอร์มการรีวิวอาหาร รวมทั้งหน่วยงานท้องถิ่นแนะนำเมนูอาหารของร้านผ่านเพจอาหารและการท่องเที่ยว
3.	-ด้านคุณภาพการบริการ -ด้านการใช้การสื่อสารการตลาดออนไลน์ -ด้านการศึกษาค้นคว้าด้านนวัตกรรม -ด้านการเข้าถึงได้ง่าย -ด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของสถานที่จำหน่ายอาหาร -ด้านการบริหารจัดการ -ด้านความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร -ด้านความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร -ด้านการแสดงออกถึงความเป็นไทย -ด้านความคุ้มค่าสมราคา -ด้านการสร้างสรรค์นวัตกรรม -ด้านคุณภาพอาหาร	ความพึงพอใจของลูกค้า: ลูกค้าแสดงความชื่นชมรสชาติอาหารทั้งต่อหน้าและผ่านการบอกต่อ มีลูกค้าให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการในเชิงสร้างสรรค์ และมีลูกค้ารายเดิมเข้ามาใช้บริการซ้ำอย่างสม่ำเสมอ

4.2.2.2 รูปแบบนวัตกรรมอาหารและการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ตามภาพที่ 4.2



ภาพที่ 4.2 รูปแบบนวัตกรรมอาหารและการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

จากภาพที่ 4.2 รูปแบบนวัตกรรมอาหารและการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ที่นำเสนอเพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติให้เกิดประโยชน์ต่อการบริหารจัดการอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้

1. คุณภาพอาหาร ควรให้ความสำคัญกับการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นเป็นหลัก เช่น ผัก ผลไม้ หรือเครื่องปรุงรสที่เป็นเอกลักษณ์ของภูมิภาค การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการปรุงอาหารจะช่วยเสริมสร้างความโดดเด่นและความน่าสนใจ นอกจากนี้ ควรมีกิจกรรมหรือเทศกาลที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้สัมผัสและลิ้มลองอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี เช่น งานเทศกาลอาหารประจำท้องถิ่น ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้เกิดการบริโภคและการเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่

2. ความสะอาดและความปลอดภัยของอาหาร หน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่นควรมีบทบาทสำคัญในการกำหนดมาตรฐานคุณภาพอาหารริมบาทวิถี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องความสะอาดและความปลอดภัยของอาหาร ควรมีการตรวจสอบและให้การรับรองมาตรฐานให้แก่ผู้ประกอบการ เช่น การให้ตราสัญลักษณ์รับรองความสะอาด (Clean Food Good Taste) เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว และการฝึกอบรมผู้ประกอบการด้านสุขลักษณะและการจัดการอาหารอย่างถูกต้อง

3. คุณภาพการบริการ การบริการที่ดีเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับร้านอาหารริมบาทวิถี ควรฝึกอบรมพนักงานเกี่ยวกับการให้บริการที่สุภาพ เป็นมิตร และการรักษามาตรฐานความสะอาดของพื้นที่ การให้บริการที่ดีไม่เพียงแต่จะทำให้ลูกค้าพอใจ แต่ยังสามารถก่อให้เกิดการบอกต่อในลักษณะปากต่อปาก (word of mouth) หรือผ่านสื่อออนไลน์ ซึ่งเป็นการเพิ่มยอดขายและการเข้าถึงของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. ความคุ้มค่าสมราคา ควรกำหนดราคาสินค้าและบริการให้มีความคุ้มค่า โดยคำนึงถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในแต่ละพื้นที่ การสร้างความสมดุลระหว่างคุณภาพและราคาเป็นสิ่งสำคัญที่จะดึงดูดลูกค้าและทำให้พวกเขากลับมาใช้บริการอีกครั้ง การนำเสนอโปรโมชั่นหรือส่วนลดในช่วงเวลาพิเศษอาจช่วยเพิ่มยอดขายและความสนใจจากนักท่องเที่ยวได้

5. การบริหารจัดการ (คน เงิน งาน สถานที่และอุปกรณ์) การใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการร้านอาหารริมบาทวิถีเป็นสิ่งจำเป็นในยุคปัจจุบัน การใช้ระบบจัดการร้านอาหาร (Point of Sale - POS) จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถจัดการการขาย การสต็อกสินค้า และการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การใช้ระบบการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น QR Code หรือการชำระเงินผ่านธนาคารออนไลน์ จะช่วยเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้าและสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ

6. การใช้การสื่อสารการตลาดออนไลน์ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram, หรือ TikTok ในการโปรโมทร้านอาหารริมบาทวิถีเป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพ ควรใช้การตลาดออนไลน์เพื่อเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า และควรเชื่อมโยงกับบริการส่งอาหารออนไลน์ เช่น Foodpanda, Grabfood ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสในการขายและการเข้าถึงลูกค้าที่หลากหลายมากขึ้น นอกจากนี้ ควรมีการวิเคราะห์ผลการตลาดออนไลน์อย่างต่อเนื่องเพื่อปรับกลยุทธ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาด

7. การสนับสนุน หน่วยงานภาครัฐและองค์กรที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนผู้ประกอบการด้านข้อมูลธุรกิจ การฝึกอบรม และการเข้าถึงแหล่งทุน การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นจะช่วยลดต้นทุนและสนับสนุนเศรษฐกิจในชุมชน นอกจากนี้ ควรมีการให้ความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติตามมาตรฐานสุขอนามัยและความปลอดภัยในการประกอบอาหารริมบาทวิถี เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว

8. ความหลากหลายของอาหาร การมีเมนูอาหารที่หลากหลายและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ควรพิจารณาเพิ่มเมนูอาหารที่ตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายของนักท่องเที่ยว เช่น อาหารเพื่อสุขภาพ อาหารมังสวิวัติ หรืออาหารที่ใช้วัตถุดิบเฉพาะท้องถิ่น รวมถึงการพัฒนาเมนูใหม่ ๆ ที่สอดคล้องกับเทรนด์อาหารในปัจจุบัน

9. บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของสถานที่จำหน่ายอาหาร บรรยากาศของร้านอาหารริมบาทวิถีเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ควรคำนึงถึงการจัดสถานที่ให้สะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย รวมถึงการใช้ภาษาบรรจงที่เรียบร้อยสลายได้หรือเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อลดขยะและรักษาภาพลักษณ์ที่ดีให้กับร้าน นอกจากนี้ การออกแบบร้านหรือชุ้มอาหารให้น่าสนใจและสอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น จะช่วยเสริมสร้างความเป็นเอกลักษณ์และดึงดูดนักท่องเที่ยว

10. การเข้าถึงได้ง่าย สถานที่ตั้งของร้านอาหารริมบาทวิถีควรตั้งอยู่ในที่ที่มีการเข้าถึงสะดวก ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวหรือชุมชน การวางแผนการจัดการการเข้าถึง เช่น การจัดที่จอดรถที่เพียงพอ การมีป้ายบอกทางที่ชัดเจน จะช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงร้านได้ง่ายขึ้นและสะดวกสบาย

11. ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร อาหารริมบาทวิถีควรมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นที่มีคุณภาพ การปรุงรสชาติที่โดดเด่น และการนำเสนอที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ การออกแบบร้านหรือชุ้มอาหารให้น่าสนใจและมีความเป็นเอกลักษณ์จะช่วยเพิ่มโอกาสในการจำหน่ายและทำให้นักท่องเที่ยวจำร้านได้

12. การแสดงออกถึงความเป็นไทย ควรนำเสนออาหารริมบาทวิถีให้เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเชื่อมโยงการนำเสนออาหารกับเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เช่น การแต่งกายของพนักงาน

การตกแต่งร้าน และการใช้ภาษาในเมนูอาหาร นอกจากนี้ การจัดกิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรมควบคู่ไปกับการจำหน่ายอาหารจะช่วยเพิ่มความน่าสนใจและทำให้การท่องเที่ยวในพื้นที่มีมิติที่หลากหลาย

13. การค้นคว้าด้านนวัตกรรม การศึกษาค้นคว้าและพัฒนารูปแบบนวัตกรรมในอาหารริมบาทวิถีจะช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เช่น การพัฒนาวิธีการปรุงอาหารใหม่ ๆ การใช้เทคโนโลยีในการจัดการร้าน หรือการสร้างสรรค์เมนูที่ตอบสนองต่อเทรนด์อาหารในปัจจุบัน นอกจากนี้ การวิจัยและพัฒนาด้านการตลาดออนไลน์จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถปรับตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

14. การสร้างสรรค์นวัตกรรม การสร้างสรรค์นวัตกรรมในการจัดการร้านอาหารริมบาทวิถีเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความโดดเด่นและประสบความสำเร็จในธุรกิจ การนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น ระบบจัดการร้านอัจฉริยะ หรือการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการโปรโมท จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ และดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาใช้บริการซ้ำ

4.3 ผลการวิจัยตามกิจกรรมที่ 3 การพัฒนาอาหารท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เชื่อมโยงธุรกิจอาหารริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

4.3.1 ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 รายการอาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง

4.3.1.1 รายชื่อและข้อมูลอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง

จากผลการศึกษาในกิจกรรมที่ 1 จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก 3 กลุ่ม ได้รายชื่ออาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง ได้แก่ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 29 รายการ เพชรบุรี 29 รายการ สมุทรสงคราม 23 รายการ และสมุทรสาคร 7 รายการ ตามลำดับ จากนั้น ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลรายชื่อ

ร้านอาหาร ที่อยู่ร้านอาหาร และข้อมูลอาหาร จากการทบทวนวรรณกรรมเพิ่มเติมเพื่อใช้เป็นแนวทางการพัฒนาแบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว โดย รายการอาหารและข้อมูลอาหารท้องถิ่นริมบาทวีถีจำแนกตามจังหวัดในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง คือ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม และสมุทรสาคร

ตารางที่ 4.22 ข้อมูลอาหารท้องถิ่นริมบาทวีถีจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ร้าน/อาหาร	ที่อยู่/พิกัด	ข้อมูลอาหาร
1. เจี๊มว้ย ซาลาเปาเตาถ่าน 	89/2 ถนนชมสินธุ์ หัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77110 โทร: 0649805035 29 รีวิว (4.1) W 92 รีวิว (4.3) G	ซาลาเปาไส้หมูสับแบบโฮมเมด หมั่นโถว 3 รส กาแฟ มันทะ ฟักทอง แป้งฟู เนื้อสัมผัสเหนียว นุ่ม รสหวานอ่อน เวลาขาย: 11.00-14.00 น.
2. กาแฟเจ๊กเป๊ะ 	6-54 หัวหิน 57 ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77110 โทร: 032511289 2,247 รีวิว (4.1) W 247 รีวิว (3.6) G	ให้บริการอาหารไทย หมูสะเต๊ะ อาหารทะเล เช่น จิ้มจุ่มทะเล ผัด ฉ่าหอยเชลล์ ปูนึ่งผัดผงกะหรี่ ปลาหมึกแดดเดียว กุ้งทอด กระเทียม ไช้เจียว เวลาขาย: 6.30-12.30 น. 17.30-19.30 น.
3. ลูกชิ้นหัวหิน 	39/8 ถนนชมสินธุ์ ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77110 โทร: 0815145045 12 รีวิว (3.9) W	ลูกชิ้นหมูปิ้งด้วยเตาถ่าน นำไป จุ่มน้ำจิ้ม นำมาปิ้งต่ออีกครั้ง เพื่อให้ได้กลิ่นหอม รสชาติกลม กล่อม หวานนำ ไม่เผ็ดมาก ช่วง กลางคืนขายอยู่ที่ตลาดโต้รุ่ง กลางวันขายอยู่ในซอยหัวหิน 70 พร้อมให้บริการถ้วยเดียวด้วย

ร้าน/อาหาร	ที่อยู่/พิกัด	ข้อมูลอาหาร
4. อาม่าก๋วยเตี๋ยว 60 ปี (ตลาดฉัตรไชย)	65-3 หัวหิน 72 ตำบลหัวหิน อำเภอ หัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ 77110 โทร: 0835074741 19 รีวิว (4.0) W 25 รีวิว (4.4) G	ร้านตั้งอยู่ตลาดโต้รุ่งหัวหิน แป้งก๋วยเตี๋ยว มีเนื้อสัมผัสนุ่ม นำไป ทอดจนกรอบ กลิ่นหอม ปริมาณ ใส่เยอะ ทานกับน้ำจิ้มทำให้เพิ่ม ความอร่อยมากขึ้น
5. ก๋วยจั๊บน้ำข้นแม่มาลีตลาดฉัตรไชย หัวหิน (เจ้าแรกในหัวหิน)	33 ซอย หัวหิน 66 ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77110 โทร: 0895494566 8 รีวิว (3.8) W 26 รีวิว (4.1) G	เป็นก๋วยจั๊บน้ำข้นที่ขายในตลาด หัวหิน ปรงด้วยน้ำซุบที่มีกลิ่น หอม รสชาติกลมกล่อม ไม่หวาน มาก เครื่องก๋วยจั๊บกครบทั้ง หมู กรอบ เครื่องใน เส้นก๋วยจั๊ว เหนียวนุ่ม ทานกับพริกน้ำส้ม
6. หมูปิ้งลุงแต	65-3 หัวหิน 72 ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77110 โทร: 0817363937 36 รีวิว (4.1) W 81 รีวิว (4.4) G	หมูปิ้งไม่ติดมัน เป็นเนื้อล้วน นอกจากนี้ ยังมีลูกชิ้นหมู ใส่ กรอก ทานกับข้าวเหนียวดำ ราคาไม่แพง ร้านตั้งอยู่กลางซอย ตลาดโต้รุ่ง ถ้าขับรถมาไปจอด หลังตลาด แล้วเดินมา ซื่อได้ ให้บริการตั้งแต่ 7.00 น.
7. หอยเสียบเจ้เปียร์ (น้ำจิ้มมะละกอ)	12 ซอย ประชาสามัคคี ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ 77110 โทร: 0933546642 22 รีวิว (3.6) W 22 รีวิว (4.6) G	มีลักษณะเป็นอาหารทะเลแห้ง เสียบไม้ปิ้ง พอสุกบนเตาถ่าน เสิร์ฟพร้อมน้ำจิ้มสามรสถ้วยเล็ก ที่มีรสหวาน เปรี้ยว เค็ม และเผ็ด ตาม โรยหน้าน้ำจิ้มด้วยถั่วคั่วบด และน้ำจิ้มสามรสใส่มะละกอใส เป็นเส้นยาว รสเค็ม จากตัวของ ทะเลแห้งที่ปิ้งสุก และสามารถ

ร้าน/อาหาร	ที่อยู่/พิกัด	ข้อมูลอาหาร
		จากน้ำจิ้ม เนื้อสัมผัสกรอบและเหนียวหนึบ พร้อมได้ความกรุบกรอบของเส้นมะละกอ ทำให้ได้รสชาติที่กลมกล่อมลงตัว
8. นิไอศกรีม	12 ซอยประชาสามัคคี ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ 77110 โทร: 032530389 179 รีวิว (3.7) W 107 รีวิว (4.5) G	ไอศกรีมที่คิดค้นตำรับและผลิตเอง มีรสกะทิ รวมมิตร วานิลลา กาแฟ ชาเย็น ชาเขียว รัมเรซิน ช็อคโกแลต สตรอเบอร์รี่ ใส่น้ำตาลต่างๆ ได้แก่ กล้วยเชื่อม มะม่วงเชื่อม มันเชื่อม เผือกเชื่อม เม็ดบัวเชื่อม ลูกชิด ลูกเกด
9. ลอดช่องสิงคโปร์ ลูกดำ	54 ถนน สระสรอง ตำบลหัวหิน อำเภอหัว หิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77110 โทร: 0819227210 60 รีวิว (3.9) W 118 รีวิว (4.1) G	ลอดช่องเส้นร์พในแก้ว มีเส้นลอดช่อง ขนุนเนื้อสัมผัสเหนียวหนึบ หอมกะทิสด หวานปานกลาง เมื่อใส่น้ำแข็งให้พอดี รอให้เย็นหรือคนให้เข้ากันหน่อย จะได้รสชาติที่ดี ราคาแก้วละ 20 บาท
10. กล้วยทอด ป้าเจ๊	149-59 ถนน แนนบ เคหาสน์ ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ 77110 โทร: 0851962204 25 รีวิว (3.9) W 122 รีวิว (4.3) G	ขนมหรือของว่างประเภทขนม/ธัญพืช/ผลไม้ ชุบแป้งทอด กล้วยเผือก มันทอด เผือกกระเบื้องทอด ฟักทองทอด ขนมขงทอด กล้วยข้าวเม่า 3 ลูก 25 บาท สับปะรดชิ้นละ 15 บาท เผือกกระเบื้องขนมขงเผือก กล้วยมัน ฟักทอง ไซนกระททา 8 ชิ้น 20 บาท

ร้าน/อาหาร	ที่อยู่/พิกัด	ข้อมูลอาหาร
11. ปิ้งบป้าภา	3218 ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77110 โทร: 0863312026 2 ริวิว (4.4) W 20 ริวิว (4.3) G	เมนูพื้นบ้านของอำเภอหัวหิน เมนูปลาอย่าง ทานพร้อมขนมจีน และน้ำปลาดีสูตรเด็ด ปิ้งบ ปลาสิ่กุน โดยการผสมเครื่องแกง และกะทิ ใส่เนื้อปลาสิ่กุนและใบ โหระพา นำมาอย่างบนเตาให้มี กลิ่นหอม เนื้อเหนียวนุ่ม ไม่เละ ราคาชิ้นละ 10 บาท
12. สมชาย ปาท่องโก๋	7 ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77110 โทร: 032534292 38 ริวิว (3.6) W 36 ริวิว (3.9) G	เป็นปาท่องโก๋ด้วยยาว บิดเกลียว ทอดในน้ำมันร้อนจนสุกเป็นสี เหลืองทอง หอมกลิ่นแป้ง รสเค็ม กรอบนอกนุ่มใน ราคาตัวละ 2 บาท มีขายสังขยาและนมข้น หวาน กระจุกละ 10 บาท ขาย ตั้งแต่เวลา 6.30-8.00 น.
13. โรตีสี อินเตอร์ หัวหิน	ซอยหัวหิน 72 ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77110 โทร: 0848382433 19 ริวิว (3.5) W 259 ริวิว (4.1) G	ร้านโรตีสีแผงลอยในตลาดโต้รุ่ง มี เมนูให้เลือกหลากหลายรสชาติ เช่น โรตีสีใส่ไข่ แซมชีส มะม่วง ซ็อกโกแลต แยม โรตีสีที่เป็น จุดเด่นคือ โรตีสีกั๊วและนุเทลล่า แป้งหนานุ่ม ถ้าแป้งบางจะกรอบ อร่อย ราดนมน้ำตาลซุ่ม ๆ เพิ่ม รสชาติของโรตีสี ขายเวลา 17.00- 23.00 น.
14. Wabi หัวหิน	Phrom Suk Rd. ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77110 โทร: 0957386667	ซูชิคำละ 5-10 บาทแล้วแต่ วัตถุดิบ ซึ่งมีหลากหลาย ขนาด คำเล็ก ๆ วัตถุดิบสดใช้ได้ นอกจากซูชิแล้ว ยังให้บริการ ปลาดิบ โดยราคาขึ้นอยู่กับชนิด ของปลาดิบและจำนวนชิ้นของ ปลา ที่สำคัญวาซาบิสด ฉุนขึ้น จมูก เชฟแต่งตัวสะอาดสะอ้าน

ร้าน/อาหาร	ที่อยู่/พิกัด	ข้อมูลอาหาร
16. ข้าวแช่แม่ตุ๋่ม เพชรบุรี 	ซอยหัวหิน 72ตำบลหัว หิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77110 โทร: 0832679925 4 รีวิว (3.4) W 6 รีวิว (4.8) G	เน้นซีอกลับ แต่ที่ร้านก็มีภาชนะ สำหรับใส่แล้วทานได้เลย ข้าวซัด มาอย่างดี หอมน้ำลอยดอกไม้ เครื่องประกอบมี ปลาผัดหวาน ลูกกะปิ และไข่โป้วผัดหวาน เวลาขาย 6:30-14:00 น ราคา ชุดละ 25 บาท
17. เฮียชัยเป็ดย่าง ตลาดฉัตรไชย 	65-3 หัวหิน 72 ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ 77110 โทร: 0892250773 15 รีวิว (3.9) W 45 รีวิว (4.2) G	ให้บริการข้าวหน้าเป็ด ข้าวหน้า หมูกรอบ ข้าวหน้าหมูแดง หนึ่ง เป็ดกรอบ หมูกรอบกรอบกำลังดี เปิดขายตั้งแต่ 07.00 น. ถึงประมาณ 12.00 น.
18. ข้าวเหนียวมะม่วงป่าเจือ 	82 ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ 77110 โทร: 032511704 99 รีวิว (3.6) W 277 รีวิว (3.8) G	ร้านขนมที่มีอายุมากกว่า 50 ปี สืบทอดตำรับจากป่าเจือที่เป็นผู้ ก่อตั้ง ชายข้าวเหนียวมะม่วง โดยมีแบบข้าวเหนียวซึ่งเป็น น้ำหนัก และแบบจัดเป็นชุด ใช้ ข้าวเหนียวเขี้ยวงูมูนด้วยกะทิ เม็ดข้าวนุ่ม เริ่งเม็ดสวย น้ำกะทิ เข้มข้น รสหวานมัน
19. ลากปาก ผัดไทย-หอยทอ 	106 ถนนเดชาอนุชิต ซอย 57 ตำบลหัวหิน อำเภอหัว หิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ 77110 โทร: 0955651687 10 รีวิว (4.8) G	ให้บริการผัดไทย หอยทอ ที่ ตลาดโต้รุ่งหัวหิน ผัดไทยเส้น เหนียวนุ่ม รสชาติกลมกล่อม แบบไม่ต้องปรุงเพิ่ม หอยทอสด ให้บริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 16.30-23.30 น.

ร้าน/อาหาร	ที่อยู่/พิกัด	ข้อมูลอาหาร
20. ตะโก้ไสยเบญจรงค์	35 ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ 77110 โทร: 032511255 47 รีวิว (4.1) W 92 รีวิว (4.5) G	ตะโก้บรรจุในกล่องพลาสติก ตัว ขนมมีสองชั้น ด้านบนเป็นส่วน กะทิ ด้านล่างเป็นเนื้อตะโก้ รสชาติต่าง ๆ ลักษณะเป็นขนม โบราณ หอมกลิ่นกะทิ เนื้อสัมผัส นุ่ม รสหวานมัน
21. ข้าวเหนียวมะม่วงท่านขุน ตลาดโต้รุ่ง หัวหิน	ตำบลหัวหิน อำเภอหัว หิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77110 โทร: 0936515645 19 รีวิว (3.8) W 16 รีวิว (4.2) G	ขายข้าวเหนียวมะม่วง ข้าว เหนียวหน้าต่าง ๆ เช่น ข้าว เหนียวหน้าสังขยา ข้าวเหนียว กลอย ข้าวเหนียวเหลืองปลาแห้ง ข้าวเหนียวเรียงเม็ด หอมกะทิ เหนียวนุ่ม รสหวานมัน
22. ขนมครกสีม่วง ใส้ทะเลัก หัวหิน	566 ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77110 โทร: 0849739638 1 รีวิว (5.0) W	ขนมครกชนิดกรอบนอกนุ่มใน แป้งสีม่วงจากการใช้ข้าวไรซ์เบอร์รี่ เป็นส่วนผสม แต่งหน้าด้วย ฟักทอง มันม่วง ข้าวโพด มะพร้าว อ่อน แบบเต็มหน้า เป็นขนมครก แบบหน้าทะเลัก สีสนหลากหลาย จากสีของแป้งและส่วนประกอบ หอมกะทิ เนื้อแป้งเหนียวนุ่ม รสหวานมัน
23. ขนมหวานแม่ต๊ับ เจ้าเก่าตลาดโต้รุ่ง หัวหิน	หัวหิน 72 ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ โทร: 0942356249 11 รีวิว (3.5) W 1 รีวิว (5.0) G	ขายขนมบัวลอย รวมมิตร เต้าทึง ทั้งร้อนและเย็น ร้านอยู่ในตลาด โต้รุ่ง ตรงข้ามร้านโกทิ ขนมที่มี ชื่อเสียงและเป็นที่ยอดนิยมของ ลูกค้าสูงสุดคือ บัวลอยไข่หวาน

ร้าน/อาหาร	ที่อยู่/พิกัด	ข้อมูลอาหาร
24. สาลี กะปิสุตรโบราณ ตลาดโต้รุ่งหัวหิน	42 ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77110 โทร: 0837779978 20 รีวิว (3.8) W 4 รีวิว (4.5) G	ผลไม้รสเปรี้ยวและเครื่องจิ้ม ต่างๆ -ผลไม้: มะม่วง มะปราง มะดัน ตะลิงปิง และผลไม้เปรี้ยวตาม ฤดูกาล -เครื่องจิ้ม: กะปิโหว่ กะปิหวาน กะปิอาเซียน ร้อยจิ้งหรีด...อิ น้ำปลาหวาน ตะลุมอีสาน เฉพาะ ลาว เหนือปูน...โดยปรับตาม แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภค
25. ขนมจีนเจ็ร่งหัวหิน 55	ซอยหัวหิน 55 ถนนชล สินธุ์ ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ 77110 โทร: 0935656484, 0823607752 20 รีวิว (3.8) W	ขนมจีน เสิร์ฟพร้อมทอดมันปลา รับประทานพร้อมน้ำแกงชนิด ต่าง ๆ ตามที่เลือก ได้แก่ น้ำยา กะทิ น้ำยาป่า น้ำพริก (หวาน) น้ำต้มปลา หรือขนมจีนกับ ทอดมันและน้ำจิ้มทอดมัน ขนมจีน น้ำยาต่าง ๆ ชุดละ 30 บาท ทอดมัน ชุดละ 20 บาท สินค้าขายดี น้ำยากะทิ น้ำยาป่า จุดเด่น คือ มะเขือเปราะและ กะหล่ำปลีแช่อิ่ม
26. อาย กล้วยปิ้งมะพร้าวอ่อน ตลาดฉัตรไชย	ซอยหัวหิน 72 ตำบล หัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77110 โทร: 0882991623 1 รีวิว (4.0) W 2 รีวิว (4.5) G	กล้วยน้ำว้าปิ้งบนเตาถ่าน ทับให้ แบนลง แล้วราดด้วยน้ำจิ้ม ได้แก่ กล้วยปิ้ง กล้วยปิ้งน้ำกะทิ กล้วยปิ้งมะพร้าวอ่อน (บรรจุ ภัณฑ์แก้ว) สินค้าขายดีคือ กล้วยปิ้งมะพร้าวอ่อน



ร้าน/อาหาร	ที่อยู่/พิกัด	ข้อมูลอาหาร
<p>27. ขนมหวานบ้านป่าปรังค์</p> 	<p>25 ถนนชมสินธุ์ ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77110 โทร: 0817942070 143 รีวิว (4.0) W 259 รีวิว (4.4) G</p>	<p>ขนมหวานสด ได้แก่ กล้วยเชื่อม เผือกเชื่อม ครอบแครง กะทิ ขนมโค ข้าวเหนียวดำเปียก ทับทิมกรอบ สาคุเปียกมะพร้าว อ่อน กล้วยบัวตชี พักทอง แกงบวด ถั่วดำบวด เต้าส่วน เฉาก๊วย สามเกลอ ราคา 20-25 บาท สินค้าขายดีคือ ขนมโค</p>
<p>28. กล้วยปิ้ง ณ ตรุณ</p> 	<p>24/2 ถนนแนบ เคหาสน์ ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77110 โทร: 0811952110 1 รีวิว (4.0) W</p>	<p>กล้วยน้ำว้าปิ้ง 2 รสชาติ คือ รส เค็ม: กล้วยปิ้งบนเตาถ่านด้วยไฟ อ่อน ชุบน้ำเกลือแล้งปิ้งต่อจน กล้วยสุกนุ่มเหนียวทั้งลูก รส หวาน: กล้วยปิ้งบนเตาถ่านจน สุกนุ่มเหนียว ทบให้แบนลงแล้ว ราดด้วยน้ำจิ้มกะทิหอมหวาน ด้วยกลิ่นกะทิ เทียนอบ และ น้ำตาลมะพร้าว ราคา ชุดละ 20 บาท (5 ลูก) สินค้าขายดี กล้วย ปิ้งรสเค็ม</p>
<p>29. แป้งปะ หัวหิน</p> 	<p>757 ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77110 โทร: 097 243 9002 7 รีวิว (3.9) W</p>	<p>เมนูที่ขายเป็นหลักคือ ขนม บ่าบิ้น ที่ทำจากแป้งและใส่ มะพร้าวอ่อนในปริมาณมาก เป็น ขนมบ่าบิ้นที่มีแป้งเหนียวนุ่ม กลิ่นหอมมะพร้าวอ่อน รสหวาน มัน นอกจากนี้ ยังมี กะลोजี ที่ ทำจากแป้งข้าวเหนียวดำ ให้บริการอีกด้วย</p>

ตารางที่ 4.23 ข้อมูลอาหารท้องถิ่นริมบาวิถีจังหวัดเพชรบุรี

ร้าน/อาหาร	ที่อยู่/พิกัด	ข้อมูลอาหาร
<p>1. นุชทอดมันขนมจีน</p> 	<p>67 คีรีรัฐยา ตำบลคลองกระแซง อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี 76000 โทร: 0866235748 48 รีวิว (3.7) W 202 รีวิว (3.9) G</p>	<p>ทอดมันปลากรายผสมใบกระเพรา ทานคู่กับขนมจีนตามวัฒนธรรมการกินของชาวเมืองเพชรบุรี จานเล็ก 60 จานใหญ่ 80 บาท ราคาน้ำจิ้ม 3 รส ทอดมันมีหอมกลิ่นกระเพรา เนื้อเหนียวนุ่ม ทานคู่กับน้ำจิ้มทำให้มีรสกลมกล่อม และยังให้บริการทอหมกปลาอินทรีด้วย</p>
<p>2. ขนมจีนหน้าสถานีกาชาด (แม่อ้อยขนมจีนชาน้ำ)</p> 	<p>ซอยอนามัย ตำบลท่าราบ อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี 76000 โทร: 0802581693 43 รีวิว (4.0) W 1 รีวิว (5.0) G</p>	<p>แม่อ้อย ขนมจีนชาน้ำ หรือขนมจีนหน้าสถานีกาชาด อยู่คู่เคียงกันกับร้านข้าวแช่แม่เอื้อนหน้าสำนักงานกาชาด จังหวัดเพชรบุรี ขายเมนูขนมจีนน้ำยาน้ำพริก ขนมจีนแกงเขียวหวานราคาจานละ 25 บาท นั่งทานกันตามโต๊ะเก้าอี้เล็กๆ ได้บรรยากาศมาเที่ยวเพชรบุรีของแท้ และมีขนมตาลให้บริการด้วย</p>
<p>3. ก๋วยเตี๋ยวชะอำ ป.ประทีปพริกเผ็ด</p> 	<p>441 นิติธร 2 ตำบลชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120 โทร: 0971940541, 0889426199 27 รีวิว (4.1) W 572 รีวิว (4.1) G</p>	<p>ให้บริการก๋วยเตี๋ยวหมู ไก่ เนื้อ มีร้านเครื่องต้ม ร้านลูกชิ้น และร้านขนมปังสังขยารวมครบอยู่ในที่เดียวกัน เส้นก๋วยเตี๋ยวเนื้อเหนียวนุ่ม เนื้อหมู เนื้อไก่นุ่ม เมนูทุกรายการมีรสชาติเข้มข้นแทบไม่ต้องเติมเครื่องปรุงรส</p>

ร้าน/อาหาร	ที่อยู่/พิกัด	ข้อมูลอาหาร
4. น้ำโอ เต้าหู้ทำยาง	322/14 ท่ายาง (ซอย ข้างธนาคารกรุงเทพ) ตำบลท่ายาง อำเภอท่า ยาง จังหวัดเพชรบุรี 76130 โทร: 0989988926 4 รีวิว (4.0) W 57 รีวิว (4.6) G	มีเมนูทอด น้ำเต้าหู้สด สิ้นค้าแพ็ค เช่น เต้าหู้ทอด น้ำเต้าหู้ เต้าหู้สด และฟองเต้าหู้ เต้าหู้ทอดมีแบบ ผสมเผือกทอด ข้าวโพดทอด กับ โปเปี้ยะทอด เนื้อสัมผัสกรอบ นอกนุ่มใน ทานคู่กับน้ำจิ้มสามรส น้ำเต้าหู้ใสเนื้อลูกตาลอ่อน และ ชาไทยน้ำเต้าหู้ ขายเวลา 8.00- 15.30 น. ปิดวันพฤหัสบดี
5. น้ำตาลสดนฤมล	ถนนเพชรเกษม ตำบล ไร่ส้ม อำเภอเมือง เพชรบุรี จังหวัด เพชรบุรี 76000 โทร: 0817430278 1 รีวิว (5.0) W 19 รีวิว (4.5) G	น้ำตาลสดตามราคาหน้า สตีกเกอร์ขวดละ 35 บาท มีกลิ่น หอม หวานชื่นใจ นอกจากนี้ ยังมี น้ำตาลโตนดขายด้วย น้ำตาล โตนดของที่นี่ กลิ่นหอม เหมาะ สำหรับทำกับข้าวหรือเคี้ยวทำ น้ำปลาหวาน ราคาขายขนาด กระปุก 1 กิโลกรัม 100 บาท
6. แม่งาม หอยทอด	ตำบลคลองกระแซง อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี โทร: 0635163766 17 รีวิว (5.0) W	ตำรับหอยทอดที่ถ่ายทอดมา ตั้งแต่รุ่นแม่ มาสู่รุ่นลูก ตำนาน ความอร่อยมากกว่า 30 ปี ให้บริการทั้งหอยทอดและ ขนมหัวผักกาด สามารถสั่งได้ทั้ง แบบธรรมดาและแบบพิเศษ ให้บริการ 12.00-16.00 น. หยุด วันจันทร์
7. ร้านโจ๊กเจนี่ (เจ้าเก่า)	ถนนในตลาดสด เทศบาลท่ายาง ตำบล ท่ายาง อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี 76130 โทร: 0928206611 032435609	ร้านในบริเวณตลาดท่ายาง มีโจ๊ก น้ำแดงที่มีความแปลกและ แตกต่าง คือ ใช้โจ๊กชั้น ๆ ที่ไม่ ปรุงรส โปะด้านบนด้วยหมูสับ ตับ ไข่ เลือด และไข่ออนเซ็น กับ น้ำซุปลีน้ำตาลเข้มข้น เรียกว่า โจ๊ก น้ำแดง ก่อนทานคลุกให้เข้ากัน

ร้าน/อาหาร	ที่อยู่/พิกัด	ข้อมูลอาหาร
8. ข้าวแช่ป่าเอื่อน	ตำบลท่ายาง อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี 76130 โทร: 0806034488 0863035647	ปรุงรสด้วยเติมซีอิ๊วขาว ราคา ธรรมดาชามละ 30 บาท ใส่ไข่ 40 บาท พิเศษ 40 บาท ใส่ไข่ 50 บาท บริการเวลา 6.30-11.00 น. ข้าวแช่แม่เอื่อน หรือที่คนท้องถิ่น เรียกกันติดปากว่า ข้าวแช่กาชาด เพราะตั้งขายริมทางหน้ากาชาด พื้นที่ 8 จังหวัดเพชรบุรี เป็นเจ้า เก่าแก่ที่เปิดขายมานานเกือบ 100 ปี ข้าวแช่ เตรียมจากข้าวหุงสุก นำมาขัดด้วยมือจนขาวใส แล้วใส่ ในน้ำลอยดอกมะลิและกระดังงาที่ ทำให้หอมและสดชื่น ทานกับของ แฉม 3 อย่าง คือ ลูกกะปิชุบไข่ ทอด ปลาหยีสนวน และไข่โป๊ฝัด หวาน เสิร์ฟในภาชนะลายไทย
9. ข้าวแช่แม่นิด	3176 ตำบลคลอง กระแซง อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี โทร: 0924128878	ร้านตั้งอยู่แถวสะพานดำ ริม แม่น้ำเพชรบุรี ข้าวแช่ร้านนี้ มี เครื่องสามอย่าง คือ ลูกกะปิ ปลา หวาน และไข่โป๊ฝัดหวาน ส่วน ข้าวที่แช่อยู่ในน้ำลอยดอกมะลิ มี กลิ่นหอมชัดเจน กินแล้วชื่นใจ ตัว ข้าวเป็นเม็ดสวย เสิร์ฟในภาชนะ ลายไทย
10. ข้าวแช่แม่เล็ก สะกิดใจ	143 ตำบลท่ายาง อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี 76130 โทร: 0863035647	ร้านข้าวแช่ที่เปิดมานานเกือบ 100 ปี ข้าวแช่ มีลักษณะข้าวเม็ด สวยและนุ่ม แช่มาในน้ำอบควัน เทียนและกระดังงา มีกลิ่นหอม เสิร์ฟในภาชนะลายไทยพร้อม เครื่องเคียงที่ปรุงรสหวานด้วย น้ำตาลโตนดจากจังหวัดเพชรบุรี คือ ลูกกะปิ เนื้อสัมผัสกรอบนอก



ร้าน/อาหาร	ที่อยู่/พิกัด	ข้อมูลอาหาร
11. ข้าวแช่แม่อ่อน	<p>130 มาตยาวงศ์ ตำบลท่าราบ อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี 76000 โทร: 0982787659 6 รีวิว (4.0) W 22 รีวิว (4.8) G</p>	<p>นุ่ม ปลาผัดหวาน และหัวไชโป้ว ผัดหวาน แถมวิธีทานจากคำแนะนำของเจ้าของร้านด้วย</p> <p>ร้านข้าวแช่เมืองเพชรสูตรโบราณ เก่าแก่กว่า 50 ปี จุดเด่นอยู่ที่ น้ำข้าวแช่ ที่ใช้น้ำมะลิอบควันเทียน กลิ่นหอม เข้ากันกับเครื่องเคียง คือ ปลาหวานรสชาติไม่หวานกลมกล่อม เจือเค็มเล็กน้อย ลูกกะปิและไชโป้วผัดหวาน เสิร์ฟในภาชนะลายไทย</p>
12. ข้าวแช่แม่อร	<p>70 ถนนพานิชเจริญ ตำบลท่าราบ อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี 76000 โทร: 0894101969 42 รีวิว (4.3) W 388 รีวิว (4.5) G</p>	<p>ข้าวแช่แม่อร เป็นร้านโปรดของผู้ที่มาเมืองเพชรบุรี ตั้งอยู่ทางเข้าตลาดเก่าริมน้ำเพชรบุรี ข้าวเม็ดเรียงตัวสวย น้ำใส กลิ่นหอมอ่อนจากเทียนอบและน้ำลอยดอกมะลิ มีเครื่องเคียง 3 อย่าง คือ ลูกกะปิ หอมกระชาย ปลายี่สน และไชโป้วผัดหวาน รสหวานเค็มตาม เสิร์ฟในภาชนะลายไทย</p>
13. ข้าวแช่เจ๊แอ๊ด เจ้าเก่า	<p>95-129 พานิชเจริญ ตำบลท่าราบ อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี 76000 โทร: 0815709253</p>	<p>ข้าวแช่เจ๊แอ๊ด เจ้าเก่า เป็นร้านข้าวแช่แนวพื้นบ้าน จุดเด่นอยู่ที่ น้ำข้าวแช่ที่มีกลิ่นหอม ชื่นใจสุดพร้อมเครื่องเคียง ลูกกะปิ ปลากระเบนหวาน และไชโป้วผัดหวาน รสหวานกลมกล่อม</p> <p>4 รีวิว (3.7) G</p>

ร้าน/อาหาร	ที่อยู่/พิกัด	ข้อมูลอาหาร
<p>14. ข้าวแช่แม่ลาภ ตรงข้ามวัดข่อย</p> 	<p>ตำบล คลองกระแซง อำเภอเมืองเพชรบุรี เพชรบุรี 76000 โทร: 0871708384 11 รีวิว (4.1) W</p>	<p>ย้ายจากร้านเดิมหน้าวิทยาลัย อาชีวศึกษาเพชรบุรีมาอยู่ตรง ข้ามวัดข่อย ข้าวแช่แม่ลาภ เป็น ข้าวแช่น้ำที่มีกลิ่นหอมของเทียน อบ และดอกมะลิ ข้าวเม็ดสวย เสิร์ฟเย็นในภาชนะลายไทยพร้อม เครื่องเคียง 3 อย่าง มีลูกกะปิ ไช โป๊ผัดหวาน และปลาหวาน ราคา ชุดละ 35บาท เปิดบริการ 9.00- 15.00 น.หยุดวันพุธ</p>
<p>15. ข้าวแช่แม่สายบัว หน้าร้านทองแม่แฝว 5 เพชรบุรี</p> 	<p>หน้าร้านทองแม่แฝว 5 ตำบลท่าราบ อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี 76000 โทร: 0916058556 4 รีวิว (4.0) W 17 รีวิว (4.8) G</p>	<p>ขายอยู่ที่หน้าร้านทองแม่แฝว 5 ราคาข้าวแช่ชุดละ 25 บาท เสิร์ฟ ในชุดภาชนะลายไทยและช้อน ทองเหลือง พร้อมเครื่องเคียง ได้แก่ ปลาผัดหวาน ลูกกะปิ หัว ไชโป๊ผัดหวาน มีตั้งโต๊ะเก้าอี้ให้ นั่งทานและชื้อกลับ</p>
<p>16. ทอดมันปลากราย แม่จุก</p> 	<p>ตำบลคลองกระแซง อำเภอเมืองเพชรบุรี เพชรบุรี 76000 โทร: 0841148182 14 รีวิว (4.2) W 59 รีวิว (4.4) G</p>	<p>ทอดมันทำจากปลากราย ชิ้นโต เสิร์ฟพร้อมกระเพราทอดกรอบ และแตงกวาสดหั่นชิ้น พอคำ ราค ด้วยน้ำจิ้มสามรส มีความหอม จากพริกแกงเผ็ด เนื้อสัมผัส เหนียวหนึบได้ความกรอบของใบ กระเพราและแตงกวากรอบ ใน น้ำจิ้มเปรี้ยว เค็ม หวาน สามรส</p>

ร้าน/อาหาร	ที่อยู่/พิกัด	ข้อมูลอาหาร
<p>17. แม่ฟ้ามุย ขนมหวาน</p> 	<p>ถนนเพชรเกษม ตำบลบ้านหม้อ อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี โทร: 0624939156 1 รีวิว (5.0) G</p>	<p>ขนมหวานพื้นบ้านเพชรบุรีจาก ภูมิปัญญาการทำขนมหวานที่เกิด จากการฝึกฝนด้วยตนเอง ด้วยวิธี ทำแบบดั้งเดิมตามแบบของเมือง เพชร มีหลายรายการ เช่น ขนม หวานชุดทอง ทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง เม็ดขนุนถั่ว และเผือก ขนมต้ม เนื้อส้มผัสนุ่ม ละมุนลิ้น รสหวาน</p>
<p>18. น้ำเต้าหู้เจ้หลินเจ้าเก่า</p> 	<p>สุรินทร์ฤๅไชย ตำบลท่าราบ อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี 76000 โทร: 0974195629 1 รีวิว (3.0) W</p>	<p>ร้านน้ำเต้าหู้อยู่ในย่านตลาดเช้า ถนนพานิชเจริญ ตำบลท่าราบ อำเภอเมืองเพชรบุรี หน้าธนาคาร ทีเอ็มบีธนชาติ ขายน้ำเต้าหู้ และปาต่องโก๋ ทั้งแบบไม่ใส่เครื่อง ใส่เครื่อง และน้ำเต้าหู้ทรงเครื่อง จุดเด่นคือ วันไหนที่เคยที่ใส่ ในน้ำเต้าหู้ และปาต่องโก๋ ที่ กรอบนอก นุ่มใน ขายเวลา 5.00-8.30 น.</p>
<p>19. ขนมจีนทอดมันแม่แดง ตลาดริมน้ำ</p> 	<p>ตำบลท่าราบ อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี 76000 โทร: 0982941561 1 รีวิว (4.0) W 2 รีวิว (4.5) G</p>	<p>ขนมจีนเจ้าเก่าแก่ในตลาดริมน้ำ ขายขนมจีนทานคู่กับทอดมันปลา อินทรีย์ ราดด้วยน้ำจิ้ม 3 รส ทอดมันเนื้อส้มผัสนุ่มหนึบ รส กลมกล่อม ส่วนใหญ่เน้นซื้อกลับบ้าน แต่ก็สามารถสั่งใส่จานทาน โซนริมน้ำได้</p>

ร้าน/อาหาร	ที่อยู่/พิกัด	ข้อมูลอาหาร
20. ร้านป่าแป้ว สะพานยกโรงปูน ชะอำ	ถนนคลองเทียน ตำบลชะอำ อำเภอ ชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120 โทร: 032472382	ร้านป่าแป้ว เป็นร้านหลวมๆอยู่ เชิงสะพานยกโรงปูน หากไม่ สังเกต หรือไม่ได้ตั้งใจมา ... ขับ เลยแน่นอน เมนูเด่นคือ ต้มพุง เนื้อ แบบน้ำใส เป็นเนื้อต้มจาก ตำรับดั้งเดิม เนื้อสับผัดกะเพรา อีกหนึ่งเมนูที่มีรสชาติเผ็ดตาม แบบฉบับของร้าน เมนูอื่น ๆ เช่น แกงคั่วหัวตาลแกงคั่วหอย แกง ป่าเนื้อ ผัดปลารังคัน น้ำพริกต่าง ๆ บริการเวลา 6.00-19.00 น. 3 รีวิว (4.0) W 404 รีวิว (4.7) G
21. ฟี่สุ ก๊วยปัง	5 ถนนดำเนินเกษม ตำบลคลองกระแซง อำเภอเมืองเพชรบุรี เพชรบุรี 76000 โทร: 0892555719 6 รีวิว (3.8) W	ฟี่สุ ก๊วยปังสูตรชาวจีน ปังก๊วย ด้วยไฟอ่อนโดยใช้เตาถ่าน ตัด เป็นชิ้น ๆ ทานคู่กับน้ำตาลโตนด ที่เคี้ยวจนขึ้นเหมือนคาราเมล หอมกลิ่นน้ำตาลโตนดและกะทิ สด เนื้อก๊วยเหนียวหนึบ ได้ ความหอมจากก๊วย น้ำตาล โตนด และกะทิ รสหวานมันหวาน เค็ม กลมกล่อม
22. ขนมหวานป่าไฟ ตลาดชะอำ	ตลาดชะอำ ตำบล ชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120 โทร:	ร้านตั้งอยู่บริเวณทางเข้าตลาด ขายขนมหวานแบบไทยแนวสตรี ทพุดลักษณะ Thai Style ด้วย น้ำตาลเมืองเพชร มี ฟักทองเชื่อม เผือกเชื่อม ก๊วยเชื่อม มันเชื่อม ที่เป็นเมนูขึ้นชื่อ ราคาเริ่มต้นที่ 15 บาท เมนูของเชื่อมจะเริ่มต้น ที่ถูกลง 20 บาท ทานกับน้ำกะทิ ที่มีรสเค็มมัน ทำให้เข้ากันได้ดี



ร้าน/อาหาร	ที่อยู่/พิกัด	ข้อมูลอาหาร
<p>23. หมูสะเต๊ะหน้าข้าววัง เพชรบุรี</p> 	<p>ตำบลคลองกระแซง อำเภอเมืองเพชรบุรี เพชรบุรี 76000 โทร: 0870793331 1 รีวิว (4.0) W 47 รีวิว (4.3) G</p>	<p>ขายหมูสะเต๊ะ เสิร์ฟคู่กับน้ำจิ้ม สามรส นอกจากนี้ ยังมีขนมปัง หน้าหมูที่ไม่อมน้ำมัน หน้าหมู รสชาติดี กรอบนอกนุ่มใน</p>
<p>24. ลูกชิ้นทอดทำหิน เพชรบุรี</p> 	<p>ตำบลท่าราบ อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี 76000 โทร: 0641878777 1 รีวิว W 6 รีวิว (4.5) G</p>	<p>ร้านลูกชิ้นทอดถนนบุบผา ขาย ตั้งแต่ช่วง 15.00 น. มีให้เลือก หลายอย่าง เช่น ไส้กรอก ลูกชิ้นปลา ทอดมัน เต้าหู้ ปอ เปี้ยะทอด ทานกับน้ำจิ้มสามรส เป็นอาหารว่างหรืออาหารทาน เล่น</p>
<p>25. ร้านขนมกนน้อย แม่หลาย (เจ้าเก่า)</p> 	<p>ถนนดำเนินเกษม ตำบลคลองกระแซง อำเภอเมืองเพชรบุรี (หน้าวัดมหาธาตุ) จังหวัดเพชรบุรี โทร: 0811349627 39 รีวิว (3.9) W 343 รีวิว (4.2) G</p>	<p>ร้านขนมมีรายการทั้งเมนูหายาก และเมนูตามฤดูกาลมากกว่า 50 รายการ เช่น แกงบวดทุเรียน ทุเรียนเชื่อม แกงบวดลูกตาล มะพร้าวกะทิน้ำใส ทับทิมกรอบ ข้าววัง สาकुลาไยดอกอัญชัน ข้าว ฟางเปียก รวมมิตรสูตรพิเศษ แตงโมปลาแห้ง</p>

ร้าน/อาหาร	ที่อยู่/พิกัด	ข้อมูลอาหาร
<p>26. กนกพรลอดช่องน้ำตาลชั้น</p> 	<p>67 ถนนราชวิถี ตำบล คลองกระแชง อำเภอ เมือง (ตรงข้ามปั๊มเชลล์ หน้าเขาวัง) จังหวัด เพชรบุรี โทร: 0932154440 80 รีวิว (4.0) W 491 รีวิว (4.4) G</p>	<p>สูตรลอดช่องน้ำตาลชั้น-กะทิสด ที่มีความหอมหวานเฉพาะตัว มีเมนูให้เลือกหลากหลาย ได้แก่ ลอดช่อง วุ้นมะพร้าว มัน เผือก แมงลัก ข้าวโพด มะเขือเทศ ขนมปัง ชนุน เฉาก๊วย ลูกชิด สับปะรด ข้าวเหนียวสามเหลี่ยม ราคาเริ่มต้น 25-30 บาท</p>
<p>27. เดอะโอวทิ่ง นายกี</p> 	<p>ตำบลคลองกระแชง อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี โทร: 0818558819, 0818523350 1,500 รีวิว (4.3) W</p>	<p>ร้านลอดช่องน้ำตาลโตนดที่สืบ ทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่นมาเป็น เวลา 70 ปี ให้บริการลอดช่อง น้ำตาลชั้นหน้าต่าง ๆ โอวทิ่ง ดับเบิลไอศกรีม ไอศกรีมปั่น ให้บริการเวลา 9.00-17.00 น. ราคาเริ่มต้นที่ 30 บาท</p>
<p>28. ลอดช่องน้ำตาลชั้นโพธิ์การ์อง (Lod Chong Nam Tarn Khon)</p> 	<p>ตำบลท่าราบ อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี 76000 โทร: 0890328453 55 รีวิว (4.0) W</p>	<p>ร้านลอดช่องน้ำตาลชั้นดั้งเดิมของ เมืองเพชรบุรี น้ำตาลชั้นก็คือ น้ำตาลโตนดที่เคี่ยวจนเป็นสี น้ำตาลเข้ม หอมหวานมีเอกลักษณ์ เฉพาะตัว ผสมกับน้ำกะทิสดที่ เข้มข้นแต่ไม่หวานมาก สามารถ เลือกเครื่องได้ตามชอบ คือ ลอดช่อง เผือก และสับปะรด และ อื่น ๆ เส้นลอดช่องเป็นแบบ ลอดช่องสิงคโปร์ เมนูเด่นคือ ลอดช่อง เลือกได้ 2 ขนาด: เล็ก (20 บาท ใส่เครื่อง 1-3 อย่าง) และ ใหญ่ (25 บาท ใส่เครื่อง 1-4 อย่าง)</p>

ร้าน/อาหาร	ที่อยู่/พิกัด	ข้อมูลอาหาร
29. ขนมหม้อแกงแม่สมาน	93 ตำบล ห้วยโรง อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี 76140 โทร: 0819958317 5 รีวิว (4.5) W	ขนมหม้อแกงแม่สมาน ขนมหวานพื้นเมือง จำหน่ายผลิตภัณฑ์จากขนมหวานในรูปแบบวิสาหกิจชุมชน ตามแบบฉบับวิถีแห่งภูมิปัญญา ร้านขนมหม้อแกงแม่สมาน ขนมหวานพื้นเมืองมีเมนูขนมหม้อแกง ขนมถ้วยโบราณ กระจยาสารท น้ำตาลโตนด กาละแมโบราณน้ำตาลโตนด ข้าวต้มมัดโบราณ ข้าวเหนียวตัด



ตารางที่ 4.24 ข้อมูลอาหารท้องถิ่นริมบาวิถีจังหวัดสมุทรสงคราม

ร้าน/อาหาร	ที่อยู่/พิกัด	ข้อมูลอาหาร
1. โจ๊กหม้อดิน ธนภรณ์	520 ถนนศรีจำปา ตำบลแม่กลอง อำเภอเมือง สมุทรสงคราม จังหวัด สมุทรสงคราม 75000 โทร: 081-857-0089 9 รีวิว (4.4) W	ร้านโจ๊กหม้อดิน มีที่นั่งให้บริการในร้าน สามารถจอดรถข้างทางได้ ตั้งอยู่ใกล้วัดบ้านแหลม มีเมนูโจ๊กเปล่า 10 บาท โจ๊กเด็กหมูอย่างเดียว 25 บาท โจ๊กผู้ใหญ่ หมูอย่างเดียว 30 บาท หากเพิ่มไข่ ราคาเพิ่มชามละ 5 บาท หรือกรณีเพิ่มเครื่องใน ไข่เยี่ยวม้า เพิ่มราคาตามรายการที่ต้องการ ขายทุกวัน เวลา 15.00-23.59 น.
2. แม่ลมุด หมึกสดย่าง	ตำบลคลองโคน อำเภอเมือง สมุทรสงคราม จังหวัด สมุทรสงคราม 75000 โทร: 0904980024 2 รีวิว (4.0) W 20 รีวิว (4.9) G	ตั้งอยู่ใน ปตท. คลองโคน มีไข่หมึก ปลาหมึก เอ็นหมึก ไข่หมึก หมึกกะตอย เสิร์ฟกับน้ำจิ้มรสจัดจ้าน ให้เลือกทั้งน้ำจิ้มซีฟู้ด น้ำจิ้มหวาน หรือแบบผสม มีหลายขนาด หลายราคาให้เลือก ไข่หมึกกล้วย



ร้าน/อาหาร	ที่อยู่/พิกัด	ข้อมูลอาหาร
<p>3. เต้าทึง หมี่หวาน เจี๊ตี้วเจ้าเก่า</p> 	<p>527-534 เพชรสมุทร ตำบลแม่กลอง อำเภอเมือง สมุทรสงคราม จังหวัด สมุทรสงคราม 75000 โทร: 0941622029 1 รีวิว (4.0) W 9 รีวิว (5.0) G</p>	<p>ราคาไม้ละ 15 บาท ซื่อครบ 7 ไม้ เหลือ 100 บาท หมึกหอม ราคา 170 บาท เนื้อหนา เนื้อ สัมผัสเหนียวหนึบแต่ไม่แข็ง กระด้าง และอื่น ๆ อีกหลาย รายการ ร้านมีที่ตั้งอยู่ตรงข้ามคลินิก หมอสมปองในตลาดแม่กลอง ขายหมี่หวาน เต้าทึง จุดเด่นคือ แป้งกรอบเนื้อสัมผัส หนึบ น้ำลำไยหอม เข้มข้น มีทั้งแบบ นั่งทาน และสั่งกลับบ้าน เวลาขาย วันจันทร์, ศุกร์,อาทิตย์:13.30- 18.00 น.</p>
<p>4. ข้าวเหนียวยายบุญเรือน</p> 	<p>644 ซอยเพชรเกษม เพชรสมุทร ตำบลแม่ กลอง อำเภอเมือง สมุทรสงคราม จังหวัด สมุทรสงคราม 75000 2 รีวิว (5.0)</p>	<p>ขายข้าวเหนียวมูนหน้าต่าง ๆ และข้าวเหนียวกลอย</p>
<p>5. ร้านข้าวต้มปลาแม่กลอง (ร้านรังนกเจี๊สุ)</p> 	<p>ถนนทางเข้าเมือง ตำบลแม่กลอง อำเภอเมือง สมุทรสงคราม จังหวัดสมุทรสงคราม (ข้างธนาคาร UOB ทางเข้าเมืองแม่กลอง) โทร: 0889206566</p>	<p>ร้านมีที่ตั้งติดริมถนนทางเข้า ตลาดร่มหุบ เมนูข้าวต้ม เช่น ข้าวต้มปลากะพง ปลาเก๋า หอยนางรม ไข่ปลาหมึก หรือ สั่งเป็นรวมมิตร ราคาขั้นต่ำ 80 บาท เนื้อปลาแน่นสด ไม่คาว น้ำซุปรสเค็มอ่อน มีสมุนไพร ผัดราดด้านบน โรยด้วยขิง และ</p>

ร้าน/อาหาร	ที่อยู่/พิกัด	ข้อมูลอาหาร
	0853733224 2 รีวิว (4.0) W 30 รีวิว (4.4) G	ยังมีอาหารจานเดียว เช่น ข้าว กระเพราปู จันทร – เสาร์ 16.00 – 22.00 น. อาทิตย์ 16.00 – 21.00 น.
6. ก๋วยเตี๋ยวยายปลูก	ซอยราชญาติรักษา ตำบลแม่กลอง อำเภอเมือง สมุทรสงคราม จังหวัดสมุทรสงคราม 75000 โทร: 093 242 6311 2 รีวิว (4.0) W 159 รีวิว (4.5) G	ก๋วยเตี๋ยวเตาฟืน ตั้งอยู่ริม สะพานใกล้กับการประปาส่วน ภูมิภาคสมุทรสงคราม ต้อง จองรถริมถนน เมนูที่ร้านมี แห้ง น้ำ น้ำใส ต้มยำ และ เย็นตาโฟ จุดเด่นคือ มีหนังหมู หมักซอสเป็นเครื่องใส่ใน ก๋วยเตี๋ยว สามารถสั่งหนังหมู อย่างเดียวมาทานได้ เมนูเด็ด คือ บะหมี่แห้งทานกับหนังหมู ราคาใส่ซาม 15-20 บาท ใส่ ถุ้ง 20-25 บาท หนังหมูเปล่า 20 บาท ขายทุกวันเวลา 7.00- 15.00 น.
7. ข้าวต้มเป็ดแจ้	570/1-2 เพชรสมุทร 1 แม่กลอง อำเภอเมือง สมุทรสงคราม จังหวัด สมุทรสงคราม (ท่าเรือ แสงวณิชเก่า เลี้ยวซ้าย มี ผ้าใบบังแดดสีน้ำเงิน) โทร: 0835456804 0895181709 2 รีวิว (4.0) W 11 รีวิว (4.6) G	ร้านข้าวต้มข้าวแห้งหน้าวัด เพชร ไม่มีชื่อร้าน แต่ลูกค้า เรียกชื่อร้านข้าวต้มตาแจ้ ตาม ชื่อเจ้าของร้าน มีเมนู ข้าวต้ม เป็ด ข้าวแห้งเป็ด ข้าวแห้งปลา ข้าวแห้งซี่โครงหมู ข้าวต้มเป็ด ข้าวนุ่ม ๆ ราคด้วยน้ำเป็ด เข้มข้น เนื้อเป็ดและเครื่องใน เต็มชาม โรยหน้าด้วยฟองเต้าหู้ ทอด คนให้เข้ากัน หอมซิง กิน แล้วเข้ากับเนื้อปลา การทาน ข้าวแห้งตามสไตล์แม่กลอง คือ นำข้าวคลุกกระเทียมแล้วราด ด้วยน้ำซุปรุ้งเข้มข้น โรย



ร้าน/อาหาร	ที่อยู่/พิกัด	ข้อมูลอาหาร
<p>8. กมลลา กระเพาะปลาปรุงสด อัมพวา</p> 	<p>59 อัมพวา ตำบลอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม 75110 โทร:0946246150</p>	<p>กระเทียมเจียว ขายทุกวัน เวลา 16.30-21.30 น. กระเพาะปลาใช้กรรมวิธีต้มจาก จากชาวประมงพื้นบ้าน ไม่ใช่ปลา แช่แข็ง เนื้อนุ่ม ปรุงรสและหวาน มาก เครื่องที่ใส่ กระเพาะปลา เนื้อไก่ ไช้หนกกระทา เลือดไก่ หน่อไม้ เห็ดหอม มีแบบใส่ กระปุกพร้อมทาน หรือ เหมาะ สำหรับเป็นของฝาก เวลาขาย จันทร์ - อังคาร: 11:30 - 22:00 พฤหัสบดี - อาทิตย์: 11:30 - 22:00 39 รีวิว (4.8) G</p>
<p>9. ข้าวมันไก่ไทยสวัสดิ์</p> 	<p>8-551 เพชรสมุทร ตำบล แม่กลอง อำเภอเมือง สมุทรสงครามจังหวัด สมุทรสงคราม 75000 โทร: 0815362642 14 รีวิว (4.0) W 131 รีวิว (4.3) G</p>	<p>ร้าน ข้าวมันไก่ไทยสวัสดิ์ ตั้งอยู่ ใกล้ตลาดร่มหุบ สามารถจอด ในวัดได้ไม่เสียเงิน มีเมนูข้าว มันไก่ ทานกับน้ำซุปร้อน ๆ และน้ำจิ้มรสกลมกล่อม หรือ สั่งไก่เป็นจาน เนื้อไก่นุ่ม เนื้อ หนา สามารถนั่งทานในร้าน และสั่งกลับบ้านได้ นอกจากนี้ ทางร้านยังมีบริการมูมกาแพ โบราณอีกด้วย ขายทุกวัน เวลา 6.00-14.30 น.</p>
<p>10. ข้าวแกงแม่แซกแม่กลอง</p> 	<p>สถานีรถไฟสมุทรสงคราม ตำบลแม่กลอง อำเภอ เมืองสมุทรสงคราม จังหวัดสมุทรสงคราม 75000 โทร: 0869036464 9 รีวิว (3.9) W 18 รีวิว (4.3) G</p>	<p>ขายข้าวราดแกง มีกับข้าวให้ เลือกหลายรายการประมาณ 20 อย่าง ทั้งอาหารรสเผ็ดและ ไม่เผ็ด และก็มีเมนูต้มร้อนๆ สับเปลี่ยนเมนูทุกวัน เป็นร้านที่ เป็นขวัญใจลูกค้าเนื่องจาก ทำอาหารอร่อยและราคา</p>

ร้าน/อาหาร	ที่อยู่/พิกัด	ข้อมูลอาหาร
<p>11. Slow bar (สโลว์บาร์หน้าโรงพักแม่กลอง)</p> 	<p>หน้าสถานีตำรวจภูธร เมืองสมุทรสงคราม ถนน เอกชัย ตำบลแม่กลอง อำเภอเมือง สมุทรสงคราม จังหวัด สมุทรสงคราม โทร: 0829939097 0829939105 เพจ: 89 Slow Bar</p>	<p>ย่อมเยาว์ ส่วนพิกัดร้านปัก หมุดที่สถานีรถไฟแม่กลอง ขาย จันทร์ 08:00 - 17:00 พุธ - อาทิตย์ 08:00 - 17:00 เป็นร้านกาแฟเปิดท้ายในรถ กระบะตกแต่งแนววินเทจ ให้บริการแบบ take home นำกาแฟหลายพันธุ์มาผสมเป็น สูตรใหม่ เมนู กาแฟดริป เอสเปรสโซ่ แยกเป็นแบบไทย กับแบบสากล และ คาปูชิโน่ ลาเต้ มอคค่า อเมริกาโน่ ทุก แก้ว 50 บาท แบบฟิวชันคือ อเมริกาโน่ส้ม อเมริกาโน่ มะพร้าว แก้วละ 60 บาท ชา เขียว ชาไทย แก้วละ 40 บาท ชิกเนเจอร์ของร้าน เป็นโกโก้ ที่ นำเข้าจากต่างประเทศ แก้วละ 50 บาท นอกจากนี้มีน้ำผลไม้ คือ น้ำส้ม น้ำมะพร้าว น้ำผึ้ง</p>
<p>12. โรตีสั้แต้จิว ตลาดน้ำบางน้อย</p> 	<p>ตลาดน้ำบางน้อย ตำบลกระดังงา อำเภอบางคนที จังหวัด สมุทรสงคราม 75120 โทร: 034761027 33 รีวิว (3.7) W</p>	<p>โรตีสั้แต้จิว หรือชื่อเดิมว่า หลัวก้วย เป็นขนมภายใน ครอบครัวที่อำมาเจ้าของร้าน เป็นคนคิดค้นขึ้นเพื่อใช้สำหรับ ไหว้เจ้าในพิธีส่งเจ้าขึ้นสวรรค์ เป็นขนมชิกเนเจอร์ของตลาด น้ำบางน้อย สมุทรสงคราม ทำ จากแป้งข้าวเหนียวทอดให้เป็น แผ่นบางคล้ายโรตีสั้ ตัวแป้ง เหนียวนุ่ม ใส่ใส่น้ำตาลทราย แดง ถั่วป่น งา หอมงาและ น้ำตาลทรายแดง แป้งเหนียว</p>

ร้าน/อาหาร	ที่อยู่/พิกัด	ข้อมูลอาหาร
13. แฮ่กึ่งโบราณ สูตรอากง ตลาดน้ำแม่่น้อย	ตลาดน้ำบางน้อย ตำบลกระดังงา อำเภอบางคนที จังหวัด สมุทรสงคราม 75120 โทร: 0814308394 2 รีวิว (3.0) W	นุ่ม รสหวาน ราคา 3 ชิ้น 20 บาท แฮ่กึ่งสูตรโบราณ แฮ่กึ่งก็คือจ๊อ กุ้งนั่นเอง ที่นี้ทำจากสูตรโบราณต้นตำรับมีส่วนผสมของ กุ้งค่อนข้างมาก ทานกับน้ำจิ้ม บ๊วยแบบทำเอง กลิ่นหอม กรอบนอกนุ่มใน จิ้มน้ำจิ้มทำให้มีรสชาติเค็มผสม 3 รส ราคา เส้นละ 70 บาท
14. ฮกกีม บะหมี่หมูทอง	หมู่ที่ 6, 151/2, ถ. พระราม 2 ตำบลแพรง หนามแดง อำเภอ อัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม 75110 โทร: 0994292446 7 รีวิว (3.8) W 77 รีวิว (4.6) G	ร้านมีที่ตั้งอยู่ในปั้มน้ำมัน Esso ปั้มสุดท้าย เป็นห้องคูหาติดกัน 2 ห้อง มีทั้งแอร์และไมแอร์ เมนูหลากหลาย จานเดียวแบบง่าย จุดเด่นคือ บะหมี่ไข่พิเศษ นวดด้วยไม้ไผ่ สูตรต้นตำรับ ตั้งแต่ปี 2496 มีเมนูบะหมี่: หมูแดง หมูกรอบ หมูแดง ข้าว: หมูแดง หมูกรอบ เกี้ยว: หมูแดง หมูกรอบ หมูแดง ของทานเล่น: เกี้ยวหมูทอด เกี้ยวแก้วกรอบ กากหมูเจียว นอกจากนี้ ยังมีอาหารจานเดียว เครื่องดื่มและของหวาน เวลาขาย จันทร์-เสาร์ เวลา 7.00-17.00 น. ขนมปั้นสับ ครองแครง ขนมบ้านกานต์ เปิดเป็นซุ้มอยู่ในโครงการอัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์ มูลนิธิชัยพัฒนา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ขายปั้นสับ ถ้าเป็นปลา/กุ้ง ฤง
15. ขนมปั้นสับ ครองแครง ขนมบ้านกานต์	185 - 191 ตำบลอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัด สมุทรสงคราม 75110 75110 โทร: 0813562866 0863486812	ขนมปั้นสับ ครองแครง ขนมบ้านกานต์ เปิดเป็นซุ้มอยู่ในโครงการอัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์ มูลนิธิชัยพัฒนา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ขายปั้นสับ ถ้าเป็นปลา/กุ้ง ฤง

ร้าน/อาหาร	ที่อยู่/พิกัด	ข้อมูลอาหาร
	032253278 1 รีวิว (5.0) W	ละ 35 บาท ส่วนไส้เห็นหอม ถูกลงละ 35 บาท และมี ครองแครงกรอบราคาถูกลงละ 30 บาท
16. กลัวยทอดสลัดน้ำมันคุณต้อย 	ตำบลบางช้าง อำเภออัมพวา จังหวัด สมุทรสงคราม 75120 โทร: 0811980148 1 รีวิว (4.0) W 2 รีวิว (5.0) G	ร้านมีที่ตั้งอยู่หน้าวัดบางพรหม สมุทรสงคราม เป็นร้านดังออก ทิว โดยมีจุดขายเรื่องกลัวย ทอดเพื่อสุขภาพเพราะสลัด น้ำมัน ร้านหาไม่ยาก ขับรถเลย มาจากตลาดน้ำอัมพวา ร้านจะ อยู่หน้าวัด เป็นบุชขนาด 1 ห้อง ทอดแบบสด ๆ ที่ร้านจึง ทำให้ลูกค้าได้ทานแบบร้อน ๆ รสชาติอร่อยและราคาไม่แพง เวลาขาย ทุกวัน 7.30-13.30 น.
17. แม่เอี้ย ขนมห่มแม่กลอง เจ้าเก่า 	ตำบลแม่กลอง อำเภอ เมืองสมุทรสงคราม จังหวัดสมุทรสงคราม 75000 โทร: 0982626114 18 รีวิว (4.5) W 295 รีวิว (4.0) G	ของดีประจำจังหวัด สมุทรสงคราม เป็นที่นิยมของ ลูกค้ามาก โดยเฉพาะวันเสาร์- อาทิตย์ หรือวันหยุด ขนมห่ม ทำสดใหม่ โรยหน้าด้วย มะพร้าวทึนทึก ช่วยให้รสชาติ ดีขึ้น นอกจากนี้ ยังมี ขนมตาล ข้าวเกรียบงา ข้าวเกรียบว่าว วนกรอบรูปดอกทานตะวัน หลากสี เวลาขาย ทุกวัน เวลา 8.00-17.00 น.

ร้าน/อาหาร	ที่อยู่/พิกัด	ข้อมูลอาหาร
<p>18. เต้าหู้นมสด ลูกต๋อย วัดประทุม</p> 	<p>ถนนไชยพร ตำบลแม่กลอง อำเภอมืองสมุทรสงคราม จังหวัดสมุทรสงคราม 75000 โทร: 081-943-2837 2 รีวิว (4.5) W</p>	<p>ขายเต้าหู้นมสดใส่ปิ๊ปแบบฉบับลูกต๋อยที่เป็นขนมหวานสูตรสำหรับเด็ก เต้าหู้เนื้อเนียนใส่ฟักทองเชื่อม ปิ๊ป ลูกเกด ราวด้วยนมสด โปะน้ำแข็ง และเมนูสำหรับผู้ใหญ่ คือ เต้าฮวยน้ำขิง และเต้าทึงร้อนเย็น ที่มีจุดขายตรงแบ่งกรอบใส่เส้นชะม้หวาน หอมหวาน น้ำลำไย เครื่องแน่นแต่ราคาถูก</p>
<p>19. หมูสะเต๊ะนายไฮ้เจ้าเก่า สาขาตลาดผลไม้ ถนนประสิทธิ์พัฒนา</p> 	<p>ตลาดผลไม้ ถนนประสิทธิ์พัฒนา ตำบลแม่กลอง อำเภอมืองสมุทรสงคราม จังหวัดสมุทรสงคราม 75000 โทร: 0616644355 3 รีวิว (4.7) G</p>	<p>ร้านมีที่ตั้งอยู่หลังป้อมจระจกรติดกับร้านดอกไม้และร้านกาแฟ ราคาหมูสะเต๊ะไม้ละ 5 บาท ให้บริการแบบนั่งทานในร้าน ซื่อกลับ และจัดงานเลี้ยง เวลาขาย ทุกวัน 8.00-14.00 น.</p>
<p>20. ขนมเบื้องป้านอมสูตรโบราณ ตลาดน้ำท่าคา</p> 	<p>ตลาดน้ำท่าคา ตำบลท่าคา อำเภอม่วงสามสิบ จังหวัดสมุทรสงคราม</p>	<p>ร้านที่เป็นที่นิยมในตลาดน้ำท่าคา เป็นร้านขนมเบื้องสูตรโบราณร้านป้านอม ทำขายเพียง 1 เมนูตามชื่อร้าน คือ ขนมเบื้องสูตรโบราณ ราคา 20 บาท ทำใหม่ทุก order ใส่ขนมเบื้องแน่น ช่วยทำให้รสชาติดีขึ้น</p>

ร้าน/อาหาร	ที่อยู่/พิกัด	ข้อมูลอาหาร
<p>21. หอยทอดป่าเขียวในตำนาน</p> 	<p>52 หมู่ 3 ถนน สมุทรสงคราม บางแพ ตำบลจอมปลวก อำเภอบางคนที จังหวัด สมุทรสงคราม โทร: 0894870371 3 รีวิว (4.1) W 92 รีวิว (4.5) G</p>	<p>ร้านหอยทอดป่าเขียว อยู่ใน ตลาดน้ำท่าคาเป็นร้านนี้มีคิ วกันค่อนข้างมาก หอยทอดที่ ขายเป็นแบบแป้งนึ่ง จานละ 20 บาท เวลาขาย พุธ-อาทิตย์ 9.00-15.00 น.</p>
<p>22. รอยอินทร์</p> 	<p>ตำบลอัมพวา อำเภออัมพ วา จังหวัดสมุทรสงคราม 75110 โทร: 0905915259 8 รีวิว (3.9) W</p>	<p>ร้านตั้งอยู่ที่อุทยานรัชกาลที่ 2 เดินเข้ามาเลี้ยวซ้ายข้างสะพาน เดินไปเกือบสุดทางเดิน จะเจอ ร้านขนมหวานลอดช่อง ราคา อยู่ที่ถ้วยละ 30 บาท เลือก เครื่องได้ 3 อย่าง เช่น ข้าว เหนียวดำ แคนตาลูป เผือก นอกจากนี้ ยังให้บริการลูกชิ้น หมูไม้ละ 10 บาท รสชาติดีทั้ง ลูกชิ้นและน้ำจิ้ม เวลาขาย เสาร์ อาทิตย์ 9.00-20.00 น.</p>
<p>23. ข้าวต้มเรือตาแจ็ก</p> 	<p>เพชรสมุทร ตำบลแม่ กลอง อำเภอเมือง สมุทรสงคราม จังหวัด สมุทรสงคราม 75000 โทร: 0832243549 12 รีวิว (4.0) W 238 รีวิว (4.5) G</p>	<p>ร้านอยู่ในวัดช่องลม จังหวัด สมุทรสงคราม บรรยากาศ ริมน้ำ อาแจ็กขายบนเรือ (ที่อยู่ บนฝั่ง) ข้าวต้มเป็ด ข้าวต้มไก่ ข้าวแห้งเป็ด ข้าวแห้งไก่ ข้าวไก่ เปล่า ราคาชามละ 20 บาท</p>

ร้าน/อาหาร	ที่อยู่/พิกัด	ข้อมูลอาหาร
24. ก๊วยย่างเจียบ เจียบ 	48 ริมถนนปากท่อสาย เก่า ตำบลวัดประดู่ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม 75110 โทร: 0829594129 1 ไร่วิ W 9 ไร่วิ (4.6) G	ตั้งอยู่ริมถนนปากท่อสายเก่า ขายก๊วยปิ้งสอดไส้ที่อบปิ้ง ฉัณพีช เช่น ผีอก มันม่วง ฟักทอง ลูกเดือย ถั่วเขียวผ่าซีก และข้าวโพด ทำสดใหม่วันต่อ วัน ใช้ก๊วยสวนในอำเภออัมพ วา ปอกเปลือกแล้วเสียบด้วยส แตนเลสอย่างบนเตาถ่าน ทาผิว ด้วยน้ำตาลมะพร้าว หั่นเป็นชิ้น จัดใส่กล่อง ราคา 30 บาท หน้าที่อบปิ้งเพิ่ม 10 บาท พร้อม น้ำจิ้ม
25. ก๋องเมงจั้น บะหมี่เส้นซึก 	638 ซอยเพชรสมุทร แม่ กลอง อำเภอเมือง สมุทรสงคราม จังหวัด สมุทรสงคราม โทร: 034710338 0909742653 101 ไร่วิ (3.9) W	ตำนานร้านบะหมี่เส้นซึกแห่ง ตลาดแม่กลอง ให้บริการบะหมี่ เกี้ยว บะหมี่-เกี้ยว (แห้ง-น้ำใส- ต้มยำ) ชามละ 40-60 บาท เพิ่มหมูแดง10 บาท นอกจากนี้ ยังมีหมูแดงเปล่า และเครื่องดื่ม

ตารางที่ 4.25 ข้อมูลอาหารท้องถิ่นริมบาวิถีจังหวัดสมุทรสาคร

ร้าน/อาหาร	ที่อยู่/พิกัด	ข้อมูลอาหาร
1. ข้าวขาหมู 300 ห่อง มหาชัย 	ริมทางรถไฟ ตรงสี่แยก สะพานวัดเจษา โทร: 0995725465 31 ไร่วิ (4.5) G	ข้าวขาหมู 300 ห่อง มีที่ตั้งอยู่ ริมทางรถไฟ ตรงสี่แยกสะพาน วัดเจษาฯ ขายข้าวขาหมูเนื้อหมู เปื่อยนุ่ม ยังมีเนื้อให้เคี้ยว หนั กหมูเหนียวนุ่ม น้ำพะโล้ไม่หวาน มาก พริกน้ำส้ม เจ้าของร้าน เป็นคำตำเองกับมือ เปิดตั้งแต่ 17.30 น. เป็นต้นไป

ร้าน/อาหาร	ที่อยู่/พิกัด	ข้อมูลอาหาร
<p>2. แดกเถาะเตี๊ด ขวัญใจหมึกย่าง</p> 	<p>ร้านอยู่ตรงหอนาฬิกา ตลาดกระทุ่มแบน 1 รีวิว (5.0) W</p>	<p>เป็นร้านรถเข็นเล็ก ๆ ขายอาหารทะเลย่าง ได้แก่ หมึกย่าง ทั้งหมึกไข่ หมึกกล้วย หมึกสาย หมึกกระดอง แมงกะพรุน ลูกชิ้นปิ้ง จุดเด่นคือ มีน้ำจิ้มหลายแบบให้เลือก เนื้อปลาหมึกเหนียวหนึบ ไม่คาว ทานคู่กับน้ำจิ้มสูตรน้ำจิ้มลูกชิ้นผสมน้ำจิ้มซีฟู้ด ทำให้มีรสชาติครบรส ขายทุกวัน เวลา 16.30-23.00 น.</p>
<p>3. ตี๋ไฮซอง เกี้ยวปลาท่าฉลอม</p> 	<p>ตำบลท่าฉลอม อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร 74000 โทร: 0837005969 4 รีวิว (4.0) W 31 รีวิว (4.8) G</p>	<p>เปิดขายมาตั้งแต่สมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยทำตามสูตรโบราณจากเนื้อปลาอินทรีล้วน เปิดขายช่วงกลางคืนเพียง 1 ชั่วโมง (21:00-22:00 น.) โดยลูกค้าต้องรับบัตรคิวหน้าร้าน เกี้ยวปลาทอดมี 2 แบบ แบบทอด 2 ครั้งพร้อมทานหรือทอดครั้งเดียว เกี้ยวปลาทอดครั้งเดียวจะทอดซ้ำโดยทอดในน้ำมันหรือหม้ออบลมร้อน เปลือกเกี้ยวกรอบคล้ายทานข้าวเกรียบ ใสเนื้อจะมีความหนึบเล็กน้อย รสเค็มและหวานตาม</p>
<p>4. ข้าวต้มบ้านกุ้งปลา</p> 	<p>3242 ตำบลมหาชัย อำเภอเมืองสมุทรสาคร สมุทรสาคร 74000 โทร: 0835596773 1 รีวิว (4.0) W 7 รีวิว (5.0) G</p>	<p>ร้านข้าวต้มในมหาชัย รสชาติดี ปลาสดมาก มีเมนูข้าวต้มปลาให้เลือก คือ ปลาเก๋า ปลากระพง และไท่เหลย (ปลาช่อนทะเล) ข้าวต้มเป็นสูตรโบราณ ปลาสดมาก ไม่มีกลิ่นคาว กินคู่กับเต้าหู้ทอด แก้มักกันได้เป็นอย่างดี</p>

ร้าน/อาหาร	ที่อยู่/พิกัด	ข้อมูลอาหาร
5. หมูย่างป้าทา ทำฉลอม	อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร 74000 โทร: 0876964156 1 รีวิว (5.0) W 1 รีวิว (5.0) G	ร้านมีที่ตั้งในตลาดเทศบาลท่าฉลอม หมูย่าง (ซีตละ 40บาท) เป็นชิ้นใหญ่ หมักเครื่องจนเข้าเนื้อแล้วเอามาย่างเตาถ่าน ใช้หมูที่เป็นเนื้อสันไม่ติดมันมาก เครื่องหมักออกรสหวาน-เค็มหอมซีอิ๊วและกลั่นอย่างถ่าน ให้ความรู้สึกเหมือนได้ทานหมูย่าง/หมูปิ้งสมัยเด็กๆ เวลาขาย 5.00-7.30 น.
6. ขนมเป็องญวนป้าเหง่ง ทำฉลอม	ตำบลท่าจีน ตำบลท่าฉลอม อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร 74000 โทร: 0865546488 2 รีวิว (4.0) W	ร้านเป็นโต๊ะตั้งหน้าบ้าน ขายเป็องญวนและขนมอบเล็กน้อย เป็องญวนราคา 40 บาท ห่อแป้งผสมไข่โดยทำทีละกระทะ นำไปทอดน้ำมันท่วมจนกรอบ ก่อนใส่ถุงให้ลูกค้าจะวางพักให้สะเด็ดน้ำมันก่อน ก่อนทานหากนำเข้าไปเตาอบไล่น้ำมันจะทำให้มีรสชาติดีขึ้น เป็องญวนไส้แน่น รสกลมกลม ออกหวานเล็กน้อย ทานคู่กับอจาต 3 รส
7. กะบับไก่ฟนไฟรังสิต สาขาพันท้ายนรสิงห์	อยู่ในปั้ม ปตท. สาขาพันท้ายนรสิงห์ (น้ำมัน+อีวี) ที่อยู่: มหาชัย ตำบลมหาชัย อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร 74000 โทร: 094 624 4668 1 รีวิว (5.0) W 114 รีวิว (4.4) G	กะบับที่ทำเป็นพิซซ่าเหมือนแป้งบางกรอบ มีให้เลือกได้หลายแบบตามระดับของซีส เนื้อไก่จะหมักด้วยเครื่องเทศและสมุนไพรในปริมาณที่เหมาะสมเพื่อให้ได้รสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ การทอดไส้ ซี ส เฝื้ ม ความ เข้ม ช้น นอกจากนี้ยังมีเคบับทูน่า ปูอัด แยมไก่ สลัดไก่ ทูน่า ปูอัดและแยมไก่ พิชซ่าไก่ ทูน่า ปูอัด แยมไก่ และเมนูมังสวิรัตสำหรับผู้ไม่ทานเนื้อสัตว์

4.3.1.2 รายการอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลางตอนล่างตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

1) ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ตามตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
(n = 390)		
ท่านเคยทานอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี (Street food) ในเขตจังหวัดภาคกลางตอนล่างหรือไม่		
เคย	390	100
ไม่เคย	0	0
เพศ		
ชาย	162	41.54
หญิง	210	53.85
เพศทางเลือก	18	4.62
อายุ		
น้อยกว่า 20 ปี	21	5.38
20-30 ปี	61	15.64
31-40 ปี	110	28.21
41-50 ปี	87	22.30
51-60 ปี	60	15.39
มากกว่า 60 ปี	51	13.08
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	37	9.49
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	199	51.03
สูงกว่าปริญญาตรี	154	39.48
อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	28	7.18
พนักงานในหน่วยงานราชการ	122	31.28

(n = 390)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พนักงานรัฐวิสาหกิจ / เอกชน	99	25.38
อาชีพอิสระ	78	20.00
แม่บ้าน	29	7.44
ข้าราชการบำนาญ	25	6.41
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	9	2.31
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 20,000 บาท	70	17.95
20,001-25,000 บาท	84	21.54
สูงกว่า 25,000 บาท	201	51.54
ไม่สามารถให้ข้อมูลได้	35	8.97
สถานภาพสมรส		
โสด	221	56.67
สมรส	170	43.59
หย่าร้าง/แยกกันอยู่	9	2.31
ที่พักอาศัยในปัจจุบัน		
กรุงเทพฯ	231	59.23
ภาคเหนือ	4	1.03
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	12	3.08
ภาคกลาง	99	25.38
ภาคตะวันออก	24	6.15
ภาคใต้	20	5.13
จำนวนครั้งของการท่องเที่ยวในจังหวัดภาคกลางตอนล่าง		
1 ครั้ง	43	11.03
2-3 ครั้ง	190	48.72
4-5 ครั้ง	35	8.97
มากกว่า 5 ครั้ง	122	31.29
จังหวัดภาคกลางตอนล่างที่ท่านชื่นชอบในการท่องเที่ยว		
ประจวบคีรีขันธ์	149	38.21

(n = 390)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพชรบุรี	152	38.97
สมุทรสงคราม	56	14.36
สมุทรสาคร	33	8.46
เหตุผลท่านเคยทานอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในเขตจังหวัดภาคกลางตอนล่าง		
เป็นคนในพื้นที่	111	28.46
เดินทางมาท่องเที่ยว	189	48.46
เดินทางมาประชุม/สัมมนา	48	12.31
เดินทางมาทำงานในพื้นที่	42	10.77

จากตารางที่ 4.26 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 53.85 รองลงมาคือ เพศชาย และ เพศทางเลือก ร้อยละ 41.54 และ 4.62 ตามลำดับ มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ร้อยละ 28.21 ซึ่งใกล้เคียงกับผู้ที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี ร้อยละ 22.30 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 51.03 โดยมีอาชีพเป็นพนักงานในหน่วยงานราชการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.28 ใกล้เคียงผู้มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ / เอกชน ร้อยละ 25.38 ประมาณครึ่งหนึ่งของผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สูงกว่า 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.54 โดยมีสถานภาพโสดมากที่สุด ร้อยละ 56.67 ปัจจุบันพักอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ คิดเป็นร้อยละ 59.23 เกือบครึ่งหนึ่งของผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนครั้งของการท่องเที่ยวในจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 – 3 ครั้ง ร้อยละ 48.72 จังหวัดภาคกลางตอนล่างที่ชื่นชอบในการท่องเที่ยว ได้แก่ จังหวัดเพชรบุรี ร้อยละ 38.97 รองลงมาคือ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ร้อยละ 38.21 ซึ่งพบว่า เป็นจำนวนที่ใกล้เคียงกัน และเหตุผลที่เคยทานอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี เพราะเดินทางมาท่องเที่ยว ร้อยละ 48.46 รองลงมาคือเป็นคนในพื้นที่ ร้อยละ 28.46 เดินทางมาประชุมสัมมนา ร้อยละ 12.31 และ เดินทางมาทำงานในพื้นที่ ร้อยละ 10.77 ตามลำดับ

2) พฤติกรรมการบริโภคอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี (Local Street food) โดยใช้สถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ตามตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.27 พฤติกรรมการบริโภคอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี (Local Street food) ของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 390)

พฤติกรรมการบริโภค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ส่วนใหญ่ท่านทานอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกับใคร		
ทานคนเดียว	55	14.10

พฤติกรรมการบริโภค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทานกับครอบครัว	198	50.77
ทานกับเพื่อน ๆ	103	26.41
ทานกับผู้ร่วมงาน	34	8.72
ร้านอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีที่ท่านเคยทาน (ตอบได้มากกว่า 1ข้อ)		
ร้านอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีจังหวัดประจวบคีรีขันธ์		
1) เจี๋ม่วย ซาลาเปาเตาถ่าน	258	66.15
2) กาแฟเจ๊กเปี้ยะ	203	52.05
3) ลูกชิ้นหัวหิน	222	56.92
4) อาม่ากุ๋ชายก้วย 60 ปี (ตลาดฉัตรไชย)	234	60.00
5) ก้วยจับแม่มาลีตลาดฉัตรไชย หัวหิน	208	53.33
6) หมูแป้งลุงแต	219	56.15
7) หอยเสียบเจี๋เปียร์ (น้ำจิ้มมะละกอ)	298	76.41
8) นีไอศกรีม	287	73.59
9) ลอดช่องสิงคโปร์ ลูกดำ	229	58.72
10) กล้วยทอด ป้าเจี๋	230	58.94
11) ปิ้งบป้าภา	288	73.85
12) สมชาย ปาท่องโก๋	228	58.46
13) โรตีสินเตอร์ หัวหิน	212	54.36
14) Wabi หัวหิน	222	56.92
15) ข้าวโพดปิ้ง สี่พี่น้อง	199	51.03
16) ข้าวแช่แม่ตุ๋ม เพชรบุรี	189	48.46
17) เสียดยี่เป็ดย่าง ตลาดฉัตรไชย	187	47.95
18) ข้าวเหนียวมะม่วงป้าเจี๋	299	76.67
19) ลากปาก ผัดไทย-หอยทอด	176	45.13
20) ตะโก้ไสยเบญจรงค์	233	59.74
21) ข้าวเหนียวมะม่วงท่านขุน ตลาดโต้รุ่ง	190	48.72
22) ขนมครกสีม่วง ไล่ทะลัก หัวหิน	204	52.31
23) ขนมหวานแม่ต๋ับ เจ้าเก่าตลาดโต้รุ่ง	211	54.10
24) สาเล่ กะปิสูตรโบราณ ตลาดโต้รุ่ง	278	71.28

พฤติกรรมผู้บริโภค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
25) ขนมจีนเจี๋ยหัวหิน 55	224	57.44
26) อาย กล้วยปิ้งมะพร้าวอ่อน	228	58.46
27) ขนมหวานบ้านป่าปรางค์	235	60.26
28) กล้วยปิ้ง ณ ตรุณ	200	51.28
29) แป้งปะ หัวหิน	223	57.18
ร้านอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีจังหวัดเพชรบุรี		
1) นุชทอดมันขนมจีน	289	74.10
2) ขนมจีนหน้าสถานีกาชาด (แม่อ้อย)	212	54.36
3) ก้วยเตี่ยวชะอำ ป.ประทีป พริกเผ็ด	293	75.13
4) น้ำโอ เต้าหู้ทำยาง	165	41.31
5) น้ำตาลสดนฤมล	140	35.90
6) แม่่งาม หอยทอด	144	36.92
7) ร้านโจ๊กเจี๋ย (เจ้าเก่า) ตลาดท่ายาง	162	41.54
8) ข้าวแช่ป่าเอื่อน ท่ายาง	211	54.10
9) ข้าวแช่แม่נית คลองกระแซง	180	46.15
10) ข้าวแช่แม่เล็ก สะกิดใจ ท่ายาง	267	68.46
11) ข้าวแช่แม่อ่อน ท่าราบ	179	45.90
12) ข้าวแช่แม่อร	290	74.36
13) ข้าวแช่เจี๋ยแอ็ด เจ้าเก่า ท่าราบ	204	52.31
14) ข้าวแช่แม่ลาก ตรงข้ามวัดข่อย	230	58.97
15) ข้าวแช่แม่สายบัว หน้าร้านทองแม่แฝว 5 เพชรบุรี	209	53.59
15) ทอดมันปลาทราย แม่จุก	178	45.64
17) แม่ฟ้าม่วย ขนมหวาน	209	53.59
18) น้ำเต้าหู้เจี๋ยหลินเจ้าเก่า	207	53.07
19) ขนมจีนทอดมันแม่แดง ตลาดริมน้ำ	208	53.33
20) ร้านป่าแป้ว สะพานยกโรงปูน ชะอำ	178	45.64
21) ฟี่สุ กล้วยปิ้ง	221	56.67
22) ขนมหวานป่าไฟ ตลาดชะอำ	200	51.28
23) หมูสะเต๊ะหน้าเขาวัง เพชรบุรี	187	49.95

พฤติกรรมกรการบริโภค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
24) ลูกชิ้นทอดทำหีน เพชรบุรี	165	42.31
25) ร้านขนมกนน้อย แม่หลาย (เจ้าเก่า)	277	71.03
26) กนกพร ลอดช่องน้ำตาลชั้น	271	69.49
27) เดอะโอวทิ่ง นายกี	264	67.69
28) ลอดช่องน้ำตาลชั้นโพธิ์กาห้อง	256	65.64
29) ขนมหม้อแกงแม่สมาน	287	73.59
ร้านอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีจังหวัดสมุทรสงคราม		
1) โจ๊กหม้อดิน ธนภรณ์	255	65.38
2) แม่ลมุด หมักสดย่าง	177	45.38
3) เต้าทึง หมี่หวาน เจ็ดหัวเจ้าเก่า	170	43.59
4) ข้าวเหนียวยายบุญเรือน	186	47.69
5) ร้านข้าวต้มปลาแม่กลอง (ร้านรังนกเจ็ส)	154	39.49
6) ก้วยเตี้ยยายปุก	248	63.59
7) ข้าวต้มเปิดแจ้	134	34.36
8) กมลา กระเพาะปลาปรุงสด อัมพวา	178	45.64
9) ข้าวมันไก่ไทยสวัสดิ์	277	71.03
10) ข้าวแกงแม่แขกแม่กลอง	154	39.49
11) Slow bar (สโลว์บาร์หน้าโรงพักแม่กลอง)	187	47.95
12) โรตีสั้จิว ตลาดน้ำบางน้อย	221	56.67
13) แฮ่กึ่งโบราณสุตรอากงตลาดน้ำแม่่น้อย	189	48.46
14) ฮกกิม บะหมี่หมูทอง	199	51.03
15) ขนมปั้นลิบ ครงแครง ขนมบ้านกานต์	143	36.67
16) กลั้ยทอดสลัดน้ำมันคุณต้อย	155	39.74
17) แม่เอี้ย ขนมต้มแม่กลอง เจ้าเก่า	235	60.26
18) เต้าหู้นมสด ลุงต้อย วัดประทุม	177	45.39
19) หมูสะเต๊ะนายไ้เจ้าเก่า สาขาตลาดผลไม้	166	42.56
20) ขนมเป็องป้านอมสุตรโบราณ ตลาดน้ำท่าคา	177	45.38
21) หอยทอดป่าเขียวในตำนาน	201	51.54
22) รอยอินทร์	173	44.36

พฤติกรรมการบริโภค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
23) ข้าวต้มเรือตาแจ็ก	167	42.82
24) ก๋วยเตี๋ยวเจี๊ยะ เจี๊ยะ	220	56.41
25) ก๋องเมงจั้น บะหมี่เส้นซึก	267	68.46
ร้านอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีจังหวัดสมุทรสาคร		
1) ข้าวขาหมู 300 ห้อง มหาชัย	199	51.03
2) แดกเถอะเต็ด ขวัญใจหมึกย่าง	153	39.23
3) ตี๋โฮง เกี้ยวปลาท่าฉลอม	219	56.15
4) ข้าวต้มบ้านกุ่มปลา	189	48.46
5) หมูย่างป่าทา ท่าฉลอม	190	48.72
6) ขนมเป็๋ญวนป่าแห่่ง ท่าฉลอม	154	39.49
7) กะบับไก่พ่นไฟรังสิต สาขาพันท้ายนรสิงห์	134	34.36
เหตุผลที่ท่านเลือกทานอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี		
มีอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่	120	30.77
มีอาหารหลากหลาย	92	23.59
หาทานได้สะดวก	102	26.15
เป็นที่นิยม	76	19.49
ผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกทานอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี		
ตัวเอง	77	19.74
เพื่อน	80	20.51
ครอบครัว/ญาติ	132	33.85
สื่อสังคมออนไลน์	101	25.90
ท่านรับประทานอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีเมื่อใดบ่อยที่สุด		
มือเช้า	68	17.44
มือกลางวัน	144	36.92
มือเย็น	132	33.85
มือดึก	45	11.54

จากตารางที่ 4.27 พฤติกรรมการบริโภคอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี (Local Street food) ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ทานอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีร่วมกับครอบครัว ร้อยละ 50.77 รองลงมาคือ ทานกับ

เพื่อน ร้อยละ 26.41 ร้านอาหารที่เคยทาน พบว่า 1) ร้านอาหารท้องถิ่นริมบาวิถีจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่เคยทานมากที่สุด 10 ลำดับแรก เรียงตามลำดับค่าร้อยละ ได้แก่ 1.1) ข้าวเหนียวมะม่วงป่าเจือ จำนวน 299 คน ร้อยละ 76.67 1.2) หอยเสียบเจ็ปเปียร์ (น้ำจิ้มมะละกอ) 298 คน ร้อยละ 76.41 1.3) นีโอสครีม 287 คน ร้อยละ 73.59 1.4) สาลี่ กะปิสูทรโบราณ ตลาดใต้รุ่ง 278 คน ร้อยละ 71.28 1.5) เจ็มว้ย ซาลาเปาเตาถ่าน 258 คน ร้อยละ 66.15 1.6) ขนมหวานบ้านป่าปรังค์ 235 คน ร้อยละ 60.26 1.7) 4) อาม่ากู่ช่ายก้วย 60 ปี (ตลาดฉัตรไชย) 234 คน ร้อยละ 60.00 1.8) ตะโก้เสวยเบญจพงศ์ 233 คน ร้อยละ 59.74 1.9) กล้วยทอด ป้าเจ็ 230 คน ร้อยละ 58.94 และ 1.10) ลอดช่องสิงคโปร์ ลุงดำ 229 ร้อยละ 58.72 2) ร้านอาหารท้องถิ่นริมบาวิถีจังหวัดเพชรบุรีที่เคยทานมากที่สุด 10 ลำดับแรก เรียงตามลำดับค่าร้อยละ ได้แก่ 2.1) ก้วยเตี้ยวชะอำ ป. ประทีป พริกเผ็ด จำนวน 293 คน ร้อยละ 75.13 2.2) ข้าวแช่แม่อร 290 คน ร้อยละ 74.36 2.3) นุชทอดมัน ขนมจีน 289 คน ร้อยละ 74.10 2.4) ขนมหม้อแกงแม่สมาน 287 คน ร้อยละ 73.59 2.5) ร้านขนมก้น้อย แม่หลาย (เจ้าเก่า) 277 คน ร้อยละ 71.03 2.6) กนกพร ลอดช่องน้ำตาลชั้น 271 คน ร้อยละ 69.49 2.7) ข้าวแช่แม่เล็ก สะกิดใจ ท่ายาง 267 คน ร้อยละ 68.46 2.8) เดอะโอท๊อง นายก็ 264 คน ร้อยละ 67.69 และ 2.9) ลอดช่องน้ำตาลชั้นโพธิ์กาห้อง 256 คน จำนวน 65.64 และ 2.10) ข้าวแช่แม่ลาภ ตรงข้ามวัดช้อย 230 คน ร้อยละ 58.97 3) ร้านอาหารท้องถิ่นริมบาวิถีจังหวัดสมุทรสงครามที่เคยทานมากที่สุด 10 ลำดับแรก เรียงตามลำดับค่าร้อยละ ได้แก่ 3.1) ข้าวมันไก่ไทยสวีตี้ จำนวน 277 ร้อยละ 71.03 3.2) ก่องเมงจั้น บะหมี่ลื่นซึก 267 คน ร้อยละ 68.46 3.3) โจ๊กหม้อดิน ธนภรณ์ 255 คน ร้อยละ 65.38 3.4) ก้วยเตี้ยวยายปุก 248 คน ร้อยละ 63.59 3.5) แม่เอ๊ย ขนมต้มแม่กลอง เจ้าเก่า 235 คน ร้อยละ 60.26 3.6) โรตีสั้จิว ตลาดน้ำบางน้อย 221 คน ร้อยละ 56.67 3.7) กล้วยย่างเจ็บ เจ็บ 220 คน ร้อยละ 56.41 3.8) หอยทอดป่าเขียวในตำนาน 201 คน ร้อยละ 51.54 3.9) ฮกกิม บะหมี่หมูทง 199 คน ร้อยละ 51.03 และ 3.10) Slow bar (สโลว์บาร์หน้าโรงพักแม่กลอง) 187 คน ร้อยละ 47.95 และ 4) ร้านอาหารท้องถิ่นริมบาวิถีจังหวัดสมุทรสาครที่เคยทานมากที่สุด 7 ลำดับตามข้อมูลที่ศึกษา เรียงตามลำดับค่าร้อยละ ได้แก่ 4.1) ตีไหยง เกี้ยวปลาท่าฉลอม จำนวน 219 คน ร้อยละ 56.15 4.2) ข้าวขาหมู 300 ห้อง มหาชัย จำนวน 199 คน ร้อยละ 51.03 4.3) หมูย่างป่าท่าฉลอม 190 คน ร้อยละ 48.72 4.4) ข้าวต้มบ้านกุงปลา 189 คน ร้อยละ 48.46 4.5) ขนมเบื้องญวนป่าแห่งท่าฉลอม 154 คน ร้อยละ 39.49 4.6) แดกเถาะเด็ด ขวัญใจหมึกย่าง 153 คน ร้อยละ 39.23 และ 4.7) กะบับไก่พ่นไฟรังสิต สาขาพันท้ายนรสิงห์ 134 คน ร้อยละ 34.36 เหตุผลที่เลือกทานอาหารท้องถิ่นริมบาวิถี เพราะมีอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ ร้อยละ 30.77 รองลงมา คือ หาทานได้สะดวก ร้อยละ 26.15 มีอาหารหลากหลาย ร้อยละ 23.59 และ เป็นที่นิยม ร้อยละ 19.49 ผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกทานอาหารท้องถิ่นริมบาวิถี คือ ครอบครัว/ญาติ ร้อยละ 33.85 รองลงมาคือ สื่อสังคมออนไลน์ ร้อยละ 25.90 เพื่อน ร้อยละ 20.51 และตัวเอง ร้อยละ 19.47 และ รับประทานอาหารท้องถิ่นริมบาวิถีมีมือกลางวันบ่อยที่สุด ร้อยละ 36.92 รองลงมาคือ มือเย็น ร้อยละ 33.85 มือเช้า ร้อยละ 17.44 และ มือดึก ร้อยละ 11.54 ตามลำดับ

3) อาหารท้องถิ่นริมบาวิถีที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง ตามตารางที่ 4.28 – 4.30

ตารางที่ 4.28 อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง (จังหวัดประจวบคีรีขันธ์)

ร้านอาหาร/รายการอาหาร	\bar{X}	S.D	ระดับ
(n=390)			
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์			
เจี๋ม่วย ซาลาเปาเตาถ่าน	4.51	0.50	มากที่สุด
กาแฟเจ๊กเปี้ยะ	4.05	0.65	มาก
ลูกชิ้นหัวหิน	4.07	0.71	มาก
อาม่ากู่ช่ายก้วย 60 ปี (ตลาดฉัตรไชย)	4.47	0.64	มาก
ก้วยจับแม่มาลีตลาดฉัตรไชย	3.90	0.70	มาก
หมูปิ้งลุงแต	3.99	0.67	มาก
หอยเสียบเจี๋เปียร์ (น้ำจิ้มมะละกอ)	4.52	0.61	มากที่สุด
นีโอศกริม	4.53	0.58	มากที่สุด
ลอดช่องสิงคโปร์ ลุงดำ	4.16	0.70	มาก
กล้วยทอด ป้าเจี	4.52	0.55	มากที่สุด
ปิ้งงบบ้าภา	4.55	0.61	มากที่สุด
สมชาย ปาท่องโก๋	3.84	0.54	มาก
โรตี่ อินเตอร์ หัวหิน	3.98	0.64	มาก
Wabi หัวหิน	4.01	0.59	มาก
ข้าวโพดปิ้ง สีพี่น้อง	4.23	0.56	มาก
ข้าวแช่แม่ตุ่ม เพชรบุรี	4.10	0.60	มาก
เฮียชัยเป็ดย่าง ตลาดฉัตรไชย	4.03	0.63	มาก
ข้าวเหนียวมะม่วงป่าเจือ	4.52	0.62	มากที่สุด
ลาภปาก ผัดไทย-หอยทอด	4.00	0.67	มาก
ตะโก้เสวยเบญจพงศ์	4.50	0.57	มากที่สุด
ข้าวเหนียวมะม่วงท่านขุน ตลาดไต้รุ่ง	3.92	0.68	มาก
ขนมครกสีม่วง ไล่ทะลัก หัวหิน	4.01	0.65	มาก
ขนมหวานแม่ต๊ับ เจ้าเก่าตลาดไต้รุ่ง	4.03	0.65	มาก
สาเลี กะปิสูตรโบราณ ตลาดไต้รุ่ง	4.52	0.65	มากที่สุด
ขนมจีนเจี๋ยหัวหิน 55	3.54	0.56	มาก

(n=390)			
ร้านอาหาร/รายการอาหาร	\bar{X}	S.D	ระดับ
อายุ กล้วยปิ้งมะพร้าวอ่อน	4.07	0.53	มาก
ขนมหวานบ้านป่าปรังค์	4.55	0.49	มากที่สุด
กล้วยปิ้ง ณ ตรุณ	4.30	0.62	มาก
แป้งปะ หัวหิน	4.13	0.73	มาก

จากตารางที่ 4.28 อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง (จังหวัดประจวบคีรีขันธ์) ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว พบว่า ร้านอาหาร/รายการอาหารที่นักท่องเที่ยว เห็นว่ามีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในระดับมาก 20 รายการ และมากที่สุด 9 รายการ โดยมีร้านอาหาร/อาหาร เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 10 รายการ ได้แก่ 1) ปิ้งบป้าภา 2) ขนมหวานบ้านป่าปรังค์ 3) นีไอศกรีม 4) หอยเสียบเจ็เบียร์ (น้ำจิ้มมะละกอ) 5) กล้วยทอด ป้าเจ็ 6) ข้าวเหนียวมะม่วงป่าเจ็ 7) สาลี่ กะปิสูตรโบราณ ตลาดฉัตรไชย 8) เจ็ม่วย ซาลาเปาเตาถ่าน 9) ตะโก้เสวย เบลูจวงค์ 10) อาม่ากุ๋ซ่ายก้วย 60 ปี (ตลาดฉัตรไชย)

ตารางที่ 4.29 อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง (จังหวัดเพชรบุรี)

(n=390)			
ร้านอาหาร/รายการอาหาร	\bar{X}	S.D	ระดับ
จังหวัดเพชรบุรี			
นุชทอดมันขนมจีน	4.51	0.65	มากที่สุด
ขนมจีนหน้าสถานีกาชาด (แม่อ้อย)	4.02	0.55	มาก
ก้วยเต็ยชะอำ ป.ประทีป พริกเผ็ด	4.51	0.50	มากที่สุด
น้ำโอ เต้าหู้ทำยาง	3.88	0.58	มาก
น้ำตาลสดนฤมล	4.36	0.71	มาก
แม่งาม หอยทอด	3.91	0.51	มาก
ร้านโจ๊กเจ็นี (เจ้าเก่า) ตลาดทำยาง	4.03	0.62	มาก
ข้าวแช่ป่าเอ็อน ทำยาง	4.30	0.55	มาก
ข้าวแช่แม่ณิต คลองกระแซง	4.18	0.68	มาก
ข้าวแช่แม่เล็ก สะกิดใจ ทำยาง	4.53	0.50	มากที่สุด

(n=390)

ร้านอาหาร/รายการอาหาร	\bar{X}	S.D	ระดับ
ข้าวแช่แม่อ่อน ท่าราบ	4.23	0.49	มาก
ข้าวแช่แม่อร	4.51	0.52	มากที่สุด
ข้าวแช่เจ๊แอ๊ด เจ้าเก่า ท่าราบ	4.29	0.51	มาก
ข้าวแช่แม่ลาก ตรงข้ามวัดข่อย	4.30	0.67	มาก
ข้าวแช่แม่สายบัว หน้าร้านทองแม่แฝว 5 เพชรบุรี	4.16	0.62	มาก
ทอดมันปลาทราย แม่จุก	4.17	0.53	มาก
แม่ฟ้าม่วย ขนมหวาน	4.30	0.47	มาก
น้ำเต้าหู้เจ๊หลินเจ้าเก่า	3.97	0.70	มาก
ขนมจีนทอดมันแม่แดง ตลาดริมน้ำ	4.08	0.61	มาก
ร้านป้าเป็ว สะพานยกโรงปูน ชะอำ	4.01	0.66	มาก
พี่สุ กล้วยปิ้ง	4.04	0.69	มาก
ขนมหวานป่าไฟ ตลาดชะอำ	4.00	0.51	มาก
หมูสะเต๊ะหน้าเขาวัง เพชรบุรี	3.69	0.76	มาก
ลูกชิ้นทอดทำหิน เพชรบุรี	3.92	0.72	มาก
ร้านขนมกนน้อย แม่หลาย (เจ้าเก่า)	4.54	0.51	มากที่สุด
กนกพร ลอดช่องน้ำตาลชั้น	4.52	0.50	มากที่สุด
เดอะโอวทิ่ง นายกี	4.52	0.57	มากที่สุด
ลอดช่องน้ำตาลชั้นโพธิ์การ้อง	4.50	0.59	มากที่สุด
ขนมหม้อแกงแม่สมาน	4.52	0.56	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.29 อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง (จังหวัดเพชรบุรี) ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว พบว่า ร้านอาหาร/รายการอาหารที่นักท่องเที่ยวเห็นว่ามีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของพื้นที่จังหวัดเพชรบุรีในระดับมาก 20 รายการ และมากที่สุด 9 รายการ โดยมีร้านอาหาร/อาหาร เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 10 รายการ ได้แก่ 1) ร้านขนมกนน้อย แม่หลาย (เจ้าเก่า) 2) ข้าวแช่แม่เล็ก สะกิดใจ ท่ายาง 3) กนกพรลอดช่องน้ำตาลชั้น 4) เดอะโอวทิ่ง นายกี 5) ขนมหม้อแกงแม่สมาน 6) นูชทอดมันขนมจีน 7) ก้วยเตี่ยวชะอำ ป.ประทีป พริกเผ็ด 8) ข้าวแช่แม่อร 9) ลอดช่องน้ำตาลชั้นโพธิ์การ้อง และ 10) น้ำตาลสดนฤมล

ตารางที่ 4.30 อาหารท้องถิ่นริมบาวิถีที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง
(จังหวัดสมุทรสงคราม)

(n=390)

ร้านอาหาร/รายการอาหาร	\bar{X}	S.D	ระดับ
จังหวัดสมุทรสงคราม			
โจ๊กหม้อดิน ธนภรณ์	4.20	0.66	มาก
แม่ลมุด หมึกสดย่าง	3.98	0.71	มาก
เต้าหู้ หมีหวาน เจ็ดตัวเจ้าเก่า	3.99	0.64	มาก
ข้าวเหนียวยายบุญเรือน	3.99	0.64	มาก
ร้านข้าวต้มปลาแม่กลอง (ร้านรังนกเจ็ส)	3.99	0.55	มาก
ก๋วยเตี๋ยวยายปุก	4.17	0.65	มาก
ข้าวต้มเป็ดแจ้	3.91	0.46	มาก
กมลา กระจ่างปลาปรุงสด อัมพวา	3.95	0.65	มาก
ข้าวมันไก่ไทยสวัสดิ์	4.34	0.56	มาก
ข้าวแกงแม่แขกแม่กลอง	3.96	0.62	มาก
Slow bar (สโลว์บาร์หน้าโรงพักแม่กลอง)	4.24	0.71	มาก
โรตีสั้จิว ตลาดน้ำบางน้อย	4.32	0.65	มาก
แฮกิ้งโบราณสุทธารากตลาดน้ำแม่น้อย	3.89	0.50	มาก
ฮอกกีม บะหมี่หมูทอง	4.18	0.71	มาก
ขนมปั้นสิบ ครองแครง ขนมบ้านกานต์	3.91	0.61	มาก
กล้วยทอดสลัดน้ำมันคุณต๋อย	3.99	0.67	มาก
แม่เอี้ย ขนมต้มแม่กลอง เจ้าเก่า	4.27	0.67	มาก
เต้าหู้นมสด ลุงต๋อย วัดประทุม	3.95	0.64	มาก
หมูสะเต๊ะนายไ้เจ้าเก่า สาขาตลาดผลไม้ ถนนประสิทธิ์พัฒนา	3.96	0.67	มาก
ขนมเป็๋องบ้านอมสุทธโบราณ ตลาดน้ำท่าคา	4.00	0.74	มาก
หอยทอดป่าเขียวในตำนาน	4.11	0.63	มาก
รอยอินทร์	3.93	0.61	มาก
ข้าวต้มเรือตาแจ็ก	3.70	0.52	มาก
กล้วยย่างเจี๊ยะ เจี๊ยะ	4.33	0.64	มาก
ก๋องเมงจัน บะหมี่ลั่นซึก	4.51	0.56	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.30 อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง (จังหวัดสมุทรสงคราม) ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว พบว่า ร้านอาหาร/รายการอาหารที่นักท่องเที่ยวเห็นว่ามียอดลักษณะทางวัฒนธรรมของพื้นที่จังหวัดสมุทรสงครามในระดับมาก 24 รายการ และมากที่สุด 1 รายการ โดยมีร้านอาหาร/อาหาร เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 10 รายการ ได้แก่ 1) กุ้งเมงจั่น บะหมี่ลีนซึก 2) ข้าวมันไก่ไทยสวีต 3) ก๋วยเตี๋ยวเจ็บบ เจ็บบ 4) โรตีสั้แต้จิว ตลาดน้ำบางน้อย 5) แม่เอ๊ย ขนมต้มแม่กลอง เจ้าเก่า 6) Slow bar (สโลว์บาร์หน้าโรงพักแม่กลอง 7) โจ๊กหม้อดิน ธนภรณ์ 8) สกกิม บะหมี่หมูทง 9) ก๋วยเตี๋ยวยายปุก และ 10) หอยทอดป่าเขียวในตำนาน

ตารางที่ 4.31 อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง (จังหวัดสมุทรสาคร)

	\bar{X}	S.D	ระดับ
(n=390)			
จังหวัดสมุทรสาคร			
ข้าวขาหมู 300 ห้อง มหาชัย	4.20	0.66	มาก
แดกเถอะเต็ด ขวัญใจหมึกย่าง	3.80	0.67	มาก
ดีไหงง เกี้ยวปลาท่าฉลอม	4.30	0.55	มาก
ข้าวต้มบ้านกุ่มปลา	4.10	0.70	มาก
หมูย่างป่าทา ท่าฉลอม	4.10	0.70	มาก
ขนมเป็ญญวนป่าแห่ง ท่าฉลอม	4.00	0.68	มาก
กะบับไก่พ่นไฟรังสิต สาขาพันท้ายนรสิงห์	3.80	0.59	มาก

จากตารางที่ 4.31 อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง (จังหวัดสมุทรสาคร) ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว พบว่า ร้านอาหาร/รายการอาหารที่นักท่องเที่ยวเห็นว่าอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีที่มีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของพื้นที่จังหวัดสมุทรสาครในระดับมาก 7 รายการ โดยมีร้านอาหาร/อาหาร เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ 1) ดีไหงง เกี้ยวปลาท่าฉลอม 2) ข้าวขาหมู 300 ห้อง มหาชัย 3) ข้าวต้มบ้านกุ่มปลา 4) หมูย่างป่าทา ท่าฉลอม 5) ขนมเป็ญญวนป่าแห่ง ท่าฉลอม 6) แดกเถอะเต็ด ขวัญใจหมึกย่าง และ 7) กะบับไก่พ่นไฟรังสิต สาขาพันท้ายนรสิงห์

4.3.2 ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 นำเสนอรายการอาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลางตอนล่างและการจัดอันดับ (Ranking) โดยผู้ทรงคุณวุฒิในการสัมภาษณ์เชิงลึก

4.3.2.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์ ตามตารางที่ 4.32

ตารางที่ 4.32 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

รหัส	เพศ	อายุ (ปี)	ตำแหน่ง
P3-01	ชาย	56	ผู้ทรงคุณวุฒิด้านอาหาร
P3-02	ชาย	59	ผู้ทรงคุณวุฒิด้านอาหาร
P3-03	หญิง	61	ผู้ทรงคุณวุฒิด้านอาหาร
P3-04	หญิง	45	ผู้ทรงคุณวุฒิด้านอาหาร
P3-05	หญิง	66	ผู้ทรงคุณวุฒิภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร
P3-06	หญิง	61	ผู้ทรงคุณวุฒิภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร
P3-07	หญิง	54	ผู้ทรงคุณวุฒิภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร
P3-08	ชาย	55	ผู้ทรงคุณวุฒิภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร
P3-09	ชาย	45	ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี
P3-010	ชาย	41	ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี
P3-11	หญิง	58	ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี
P3-12	หญิง	64	ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี

4.3.2.2. อัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี

1) ลักษณะของอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี

เป็นอาหารที่ 1) ทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นเป็นส่วนใหญ่ 2) ถ่ายทอดมาจาก ปู่ ย่า ตา ยาย หรือ บรรพบุรุษ ตามอัตลักษณ์วัฒนธรรมของผู้คนในท้องถิ่น 3) ใช้รับประทานในชีวิตประจำวัน 4) พัฒนาเป็นสินค้าที่จำหน่ายในท้องถิ่นในรูปแบบอาหารแผงลอย หรือรถเข็น หน้าร้านหรือในตลาดท้องถิ่น

2) ที่มา/การเกิดของอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี

อาหารท้องถิ่นในเขตจังหวัดภาคกลางตอนล่างก็คล้ายคลึงกับในเขตพื้นที่อื่น เกิดขึ้นด้วยเหตุผลหลายประการ ได้แก่ การทำอาหารเพื่อการยังชีพ ดูแลสุขภาพ การถนอมหรือเก็บรักษาอาหาร

3) อัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี

อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีมีอัตลักษณ์ 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านวัตถุดิบที่มีเฉพาะในท้องถิ่น 2) ด้านวิธีการปรุงหรือประกอบอาหาร 3) ด้านวิธีการนำเสนอ และ 4) ด้านวิธีการกิน

4) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ได้แก่ 1) หน่วยงานภาครัฐ ในส่วนกลาง กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 2) หน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่น เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบล พัฒนาชุมชน 3) ผู้ประกอบการอาหารริมบาทวิถี 4) ผู้นำชุมชนและชุมชน

5) ปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี

5.1) ปัญหาด้านอัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ผู้ประกอบการบางรายมีการปรับเปลี่ยนเมนูที่มีอยู่เดิมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวหรือรองรับรสนิยมนที่หลากหลายซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่ดี แต่บางครั้ง

อาจทำให้อาหารสูญเสียเอกลักษณ์และรสชาติที่เป็นต้นตำรับของท้องถิ่น อาจทำให้ขาดความน่าสนใจและไม่สามารถแข่งขันกับร้านอาหารริมบาทวิถีในพื้นที่อื่น

5.2) ปัญหาด้านคุณภาพของอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี เป็นอีกหนึ่งปัญหาที่พบ เกิดจากการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบ การปรุงอาหาร และการบริการที่ไม่สม่ำเสมอ ซึ่งอาจเกิดจากขาดความรู้ในการบริหารจัดการ หรือการขาดแคลนวัตถุดิบที่มีคุณภาพ นอกจากนี้ การที่ผู้ประกอบการบางรายพยายามลดต้นทุนโดยใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพต่ำกว่าเดิม อาจส่งผลให้รสชาติและคุณภาพของอาหารลดลง ทำให้นักท่องเที่ยวและลูกค้าประจำสูญเสียความเชื่อมั่น

5.3) ปัญหาด้านความสะอาดของร้านอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี เป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และสุขภาพของผู้บริโภค ที่เกิดจากขาดการฝึกอบรมหรือการจัดการที่เหมาะสม ทำให้อาหารที่ขายไม่ได้รับการดูแลเรื่องสุขอนามัยอย่างเพียงพอ ปัญหานี้อาจทำให้นักท่องเที่ยวหรือลูกค้าไม่กล้าเสียมาลิ้มลองอาหาร และทำให้ธุรกิจสูญเสียรายได้และความน่าเชื่อถือ

5.4) ปัญหาด้านการสร้างการรับรู้แก่นักท่องเที่ยวต่ออาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี แม้ว่าอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีจะมีความหลากหลายและเป็นเอกลักษณ์ แต่ยังคงเผชิญกับปัญหาด้านการสร้างการรับรู้แก่นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวบางส่วนอาจไม่ทราบถึงความน่าสนใจของอาหารท้องถิ่นเนื่องจากขาดการประชาสัมพันธ์หรือการจัดแสดงข้อมูลอย่างเพียงพอ นอกจากนี้ การที่มีร้านอาหารริมบาทวิถีอยู่หลายแห่ง แต่ไม่ได้มีการจัดระเบียบหรือแผนที่เส้นทางท่องเที่ยวที่ชัดเจน อาจทำให้นักท่องเที่ยวไม่ทราบว่าร้านอาหารเหล่านี้อยู่ที่ใดหรือมีเมนูอะไรที่น่าสนใจ

5.5) ปัญหาด้านการขาดองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี เกิดจากผู้ประกอบการขาดความเข้าใจในความสำคัญของการรักษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมของท้องถิ่น ขาดทักษะในการปรับปรุงเมนูให้มีความโดดเด่นและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว การขาดการฝึกอบรมและการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำให้ธุรกิจไม่สามารถสร้างความแตกต่างหรือเพิ่มมูลค่าให้กับอาหารท้องถิ่น

6) แนวทางการพัฒนาพัฒนาอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์

6.1) การส่งเสริมอาชีพเกี่ยวกับวัตถุดิบของอาหารท้องถิ่น สร้างความร่วมมือระหว่างเกษตรกรและผู้ประกอบการอาหารในท้องถิ่น เพื่อพัฒนาวัตถุดิบที่มีคุณภาพและมีความหลากหลาย โดยนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการปรับปรุงการผลิตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุน เช่น การใช้เทคนิคการปลูกแบบยั่งยืน หรือใช้ในกระบวนการบรรจุและเก็บรักษาวัตถุดิบให้ใช้ได้ยาวนานขึ้น

6.2) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ ชุมชนท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐ เอกชน และนักท่องเที่ยว โดยจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและการทำงานร่วมกัน เช่น ห้องเรียนการทำอาหารท้องถิ่น การจัดนิทรรศการ หรือการประกวดเมนูอาหารท้องถิ่น ซึ่งจะช่วยสร้างความผูกพันและความร่วมมือระหว่างกัน

6.3) การสร้างการรับรู้เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นและพื้นที่ ใช้แคมเปญการตลาดโดยประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชัน จัดทำสื่อ

ประชาสัมพันธ์ที่บอกเล่าเรื่องราวของวัตถุดิบ กระบวนการทำอาหาร และประวัติความเป็นมาของเมนูนั้น ๆ เพื่อสร้างความสนใจและดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว

6.4) การส่งเสริมการเข้าถึงอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยว โดยพัฒนาเส้นทาง การท่องเที่ยวอาหารท้องถิ่น หรือจัดทำแผนที่ร้านอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีที่น่าสนใจ ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ป้ายบอกทาง หรือสถานที่พักผ่อนหย่อนใจในบริเวณใกล้เคียง เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยว

6.5) การพัฒนาองค์ความรู้ให้กับบุคลากรและผู้เกี่ยวข้อง โดยการจัดฝึกอบรมหรือสัมมนาที่เน้นการพัฒนาทักษะการทำอาหาร การบริหารจัดการธุรกิจ และการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการผลิตและบริการ นอกจากนี้ยังสามารถส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างผู้ประกอบการท้องถิ่นและผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่าง ๆ

4.3.2.3 การนำเสนอรายการอาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง จากข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านอาหาร ผู้ทรงคุณวุฒิภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร และ ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี มีความคิดเห็นสอดคล้องกัน 2 ประเด็น ดังนี้

1) ในการพิจารณาอาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ตามคำจำกัดความของงานวิจัย คือ เป็นอาหารท้องถิ่นที่ทำและจำหน่ายในรูปแบบอาหารริมบาทวิถี (Street Food) เป็นอาหารที่ 1.1) สะท้อนวัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่ 1.2) ถ่ายทอดต่ารับจากบรรพบุรุษ 1.3) ใช้วัตถุดิบวัตถุดิบที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น 1.4) มีวิธีการปรุงและการกินที่เป็นลักษณะเฉพาะของภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยใช้ข้อมูลทีวีเคราะห์จากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวร่วมกับผลการสัมภาษณ์และข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิ

2) ควรนำเสนอในรูปแบบชื่อร้าน รายการอาหารหรือขนม และระบุลักษณะของอาหาร เพื่อให้สามารถประยุกต์เป็นเรื่องราวเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในการนำเสนอชื่อร้านอาหาร รายการอาหารหรือขนมแยกตาม 4 จังหวัดในกลุ่มภาคกลางตอนล่างตามตารางที่ 4.33 – 4.35

ตารางที่ 4.33 อาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ชื่อร้าน/ชื่ออาหาร	รูปภาพอาหาร	ลักษณะอาหาร
ปังงบบ้าภา		เมนูพื้นบ้านของหัวหิน ปังงบบ้าภา สุกโดยการผสมเครื่องแกงและกะทิ ใส่เนื้อมะพร้าวและใบโหระพา นำมาย่างบนเตาให้มีกลิ่นหอม เนื้อเหนียวนุ่ม ไม่เละ

ชื่อร้าน/ชื่ออาหาร	รูปภาพอาหาร	ลักษณะอาหาร
ขนมหวานบ้านป่าปรังค์		ขนมหวานสด กล้วยเชื่อม เผือกเชื่อม ครอบแครง กะทิ ขนมโค ข้าวเหนียว ดำเปียก ทับทิมกรอบ สาคุเปียก มะพร้าวอ่อน กล้วยบัวต๋อซี ฟักทอง แกงบวด ถั่วดำบวด เต้าส่วน ฉะก๋วย สามเกลอ ราคา 20-25 บาท
นิโศกรีม		โศกรีมเจ้าตำรับ มีรสกะทิ รวมมิตร วานิลลา กาแฟ ชาเย็น ชาเขียว รัมเร ซิน ช็อคโกแลต สตรอเบอร์รี่ ใส่ของ เชื่อมจาก กล้วย มะม่วง มันเทศ เผือก เม็ดบัว ลูกชิด ลูกเกด
หอยเสียบเจ้เปียร์ (น้ำจิ้มมะละกอ/หอย เสียบมะละกอป่าแขก		อาหารทะเลแห้งเสียบไม้ปิ้งย่างบนเตา ถ่าน เสิร์ฟพร้อมน้ำจิ้มสามรส และ มะละกอใส่เป็นเส้นยาวในน้ำจิ้ม เนื้อ สัมผัสเหนียวหนึบ รสเค็มผสมสามรส จากน้ำจิ้ม
กล้วยทอด ป้าเจ้		ต้นตำรับกล้วย เผือก มันทอด เผือก ระเบิดทอด ฟักทองทอด ขนมแข่งทอด กล้วยข้าวเม่า 3 ลูก 25 บาท สับปะรด ขึ้นละ 15 บาท เผือกกระเปิด ขนมแข่ง เผือก กล้วย มัน ฟักทอง ไข่นกกระทา 8 ชิ้น 20 บาท
ข้าวเหนียวมะม่วงป่าเจือ		ร้านขนมที่สืบทอดตำรับจากป่าเจือ ขายข้าวเหนียวมะม่วงแบบชั่งน้ำหนัก และแบบจัดเป็นชุด ข้าวเหนียวเม็ด ข้าวนุ่ม เรียงเม็ดสวย น้ำกะทิเข้มข้น รสหวานมัน

ชื่อร้าน/ชื่ออาหาร	รูปภาพอาหาร	ลักษณะอาหาร
<p>สาเลี๊ยะ กะปิสุตโรโบราณ ตลาดโต้รุ่งหัวหิน</p>		<p>ผลไม้ มะม่วง มะปราง มะดัน ตะลิงปิง และตามฤดูกาล พร้อมเครื่องจิ้ม กะปิ โห้ว กะปิหวาน กะปิอาเซีย ร้อยจิ้งจู้ โหด...อิ น้ำปลาหวาน ตะลุดอีสาน เฉพาะลาว โดยปรับตามแนวโน้ม พฤติกรรมผู้บริโภค</p>
<p>เจี๊ม่วย ซาลาเปาเตาถ่าน</p>		<p>ซาลาเปาไส้หมูสับแบบโฮมเมด หมั่น โถว 3 รส กาแฟ มันเทศ ฟักทอง แป้ง พู เนื้อสัมผัสเหนียวนุ่ม รสหวานอ่อน</p>
<p>ตะโก้เสวยเบญจรงค์</p>		<p>ตะโก้ในกล่องพลาสติก ตัวขนมมีสอง ชั้น ด้านบนเป็นกะทิ ด้านล่างเป็นเนื้อ ตะโก้รสชาติต่าง ๆ ลักษณะเป็นขนมโบราณ หอมกลิ่นกะทิ เนื้อสัมผัสนุ่ม รสหวานมัน</p>
<p>อาม่ากู่ซ่ายก้วย 60 ปี (ตลาดฉัตรไชย)</p>		<p>ร้านตั้งอยู่ตลาดโต้รุ่งหัวหิน แป้งกู่ซ่าย มีเนื้อสัมผัสนุ่ม นำไปทอดจนกรอบ กลิ่นหอม ปริมาณไส้แน่น ทานกับ น้ำจิ้มทำให้เพิ่มความอร่อยมากขึ้น</p>

ตารางที่ 4.34 อาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม จังหวัดเพชรบุรี

ชื่อร้าน/ชื่ออาหาร	รูปภาพอาหาร	ลักษณะอาหาร
<p>ร้านขนมมนกน้อย แม่หลาย (เจ้าเก่า)</p>		<p>มีเมนูหายากและเมนูตามฤดูกาลมากกว่า 50 รายการ แกงบวดทุเรียน ทุเรียนเชื่อม แกงบวดลูกตาล มะพร้าวกะทิน้ำใส ทับทิมกรอบขาววัง สาकु ลำไยดอกอัญชัน ข้าวฟ่างเปียก รวมมิตรสูตรพิเศษ แต่งโม ปลาแห้ง</p>
<p>ข้าวแช่แม่เล็ก สะกิดใจ ทำยาง/ข้าวแช่แม่อร/ ข้าวแช่ป่าเอื้อน ทำยาง/ ข้าวแช่แม่נית คลอง กระแซง/ข้าวแช่แม่อ่อน ท่าราบ/ข้าวแช่เจ้แอ็ด เจ้าเก่า ท่าราบ/ข้าวแช่ แม่ลาก ตรงข้ามวัดข่อย/ ข้าวแช่แม่สายบัว หน้า ร้านทองแม่แพ้ว 5 เพชรบุรี</p>		<p>ข้าวแช่ ลักษณะข้าวเม็ดสวยและนุ่ม แช่ในน้ำอบควันเทียนและกะดั่งงา เสิร์ฟในภาชนะลายไทยพร้อมเครื่อง เคียง ลูกกะปิ เนื้อส้มฝักรอบนอกนุ่ม ใน ปลาผัดหวาน หัวไชโป้วผัดหวาน แถมวิธีทานข้าวแช่ที่เพิ่มความอร่อย ด้วย</p>
<p>กนกพรลอดช่องน้ำตาล ชั้น/เดอะโอวทิง นายกี/ ลอดช่องน้ำตาลชั้นโพธิ์ การ์อง</p>		<p>สูตรลอดช่องน้ำตาลชั้น-กะทิสด ที่มี เมนูหลากหลาย ได้แก่ ลอดช่อง วุ้น มะพร้าว มัน เผือก แมงลัก ข้าวโพด มะเขือเทศ ขนมหุ้ง ขนุน เงาะก้วย ลูก ชิต สับปะรด ข้าวเหนียวสามเหลี่ยม ราคาเริ่มต้น 25-30 บาท</p>
<p>ขนมหม้อแกงแม่สมาน</p>		<p>ขนมหวานพื้นเมือง จำหน่าย ผลิตภัณฑ์จากขนมหวานตามแบบ ฉบับวิถีแห่งภูมิปัญญา ขนมหม้อแกง ขนมถ้วยโบราณ กระจ่างสารท น้ำตาล โตนด กาละแมโบราณน้ำตาลโตนด ข้าวต้มมัดโบราณ ข้าวเหนียวตัด</p>

ชื่อร้าน/ชื่ออาหาร	รูปภาพอาหาร	ลักษณะอาหาร
นุชทอดมันขนมจีน/ ขนมจีนทอดมันแม่แดง ตลาดริมน้ำ		ทอดมันปลากรายผสมใบกระเพรา ทานคู่กับขนมจีนตามวัฒนธรรมการ กินของชาวเมืองเพชรบุรี ราคาน้ำจิ้ม 3 รส หอมกลิ่นกระเพรา เนื้อเหนียวนุ่ม และยังให้บริการต่อหมกปลาอินทรี ร้อน ๆ ด้วย
ก๋วยเตี๋ยวชะอำ ป. ประทีป พริกเผ็ด		ก๋วยเตี๋ยวหมู ไก่ เนื้อ มีเครื่องต้ม ร้าน ลูกชิ้น และขนมปังสังขยารวมครบอยู่ ในที่เดียวกัน เส้นก๋วยเตี๋ยวเนื้อเหนียว นุ่ม เนื้อหมู เนื้อไก่อนุ่ม เมนูทุกรายการ มีรสชาติเข้มข้นแทบไม่ต้องเติม เครื่องปรุงรส
น้ำตาลสดนฤมล		น้ำตาลสดขวดละ 35 บาท มีกลิ่นหอม หวานชื่นใจ นอกจากนี้ ยังมีน้ำตาล โตนดขายด้วย น้ำตาลโตนดกลิ่นหอม เหมาะสำหรับทำกับข้าวหรือเคี้ยวทำ น้ำปลาหวาน ราคาขายขนาดกระปุก 1 กิโลกรัม 100 บาท
แม่ฟ้าม่วย ขนมหวาน/ ขนมหวานป่าไฟ ตลาด ชะอำ		ขนมหวานพื้นบ้านเพชรบุรีจากภูมิ ปัญญาการทำขนมหวาน ด้วยวิธีทำ แบบดั้งเดิมตามแบบของเมืองเพชร เช่น ขนมหวานชุดทอง ทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง เม็ดขนุนแก้วและ เผือก ขนมต้ม เนื้อส้มฝัสนุ่ม รสหวาน

3) อาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม จังหวัดสมุทรสงคราม

ตารางที่ 4.35 อาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม จังหวัดสมุทรสงคราม

ชื่อร้าน/ชื่ออาหาร	รูปภาพอาหาร	ลักษณะอาหาร
ก๋อ้งเม้งจิ้น บะหมี่เส้นซึก		ตำนานร้านบะหมี่เส้นซึกแห่งตลาดแม่กลอง ให้บริการบะหมี่ เกี้ยว บะหมี่-เกี้ยว (แห้ง-น้ำใส-ต้มยำ) ชามละ 40-60 บาท เพิ่มหมูแดง 10 บาท นอกจากนี้ ยังมีหมูแดงเปล่า และเครื่องต้ม
ข้าวมันไก่ไทยสวัสดิ์		ตั้งอยู่ใกล้ตลาดร่มหุบ มีเมนูข้าวมันไก่ ทานกับน้ำซุปร้อน ๆ และน้ำจิ้มรสกลมกล่อม หรือสั่งไก่เป็นจาน เนื้อไก่นุ่ม เนื้อหนา ทานเข้ากันกับข้าวที่หุงสุกนุ่ม สามารถนั่งทานในร้านและสั่งกลับบ้านได้
ก๊วยย่างเจี๊ยบ เจี๊ยบ		ตั้งอยู่ริมถนนปากท่อสายเก่า ขายก๊วยปังที่อบปิ้งธัญพืช เช่น เผือก มันม่วง ฟักทอง ลูกเต๋อย น้าก๊วย ปอกเปลือกแล้วเสียบด้วยสแตนเลส อย่างบนเตาถ่าน ทาผิวด้วยน้ำตาลมะพร้าว หั่นชิ้น บรรจุกล่อง
โรตีสั้จั้ว ตลาดน้ำบางน้อย		โรตีสั้จั้ว ชื่อเดิมว่า หลัวก๊วย เป็นขนมซิกเนเจอร์ของตลาดน้ำบางน้อย สมุทรสงคราม ทำจากแป้งข้าวเหนียวทอดให้เป็นแผ่นบางคล้ายโรตีสั้ ตัวแป้งเหนียวนุ่ม ใส่ใส่น้ำตาลทรายแดง ถั่วป่น และงา หอมงาและน้ำตาลทรายแดง แป้งหนุบเหนียว นุ่ม รสหวาน

ชื่อร้าน/ชื่ออาหาร	รูปภาพอาหาร	ลักษณะอาหาร
แม่เอ๊ย ขนมห่มแม่กลอง เจ้าเก่า		ของดีประจำจังหวัดสมุทรสงคราม เป็นที่นิยมของลูกค้ายาก ขนมห่มทำสดใหม่ โรยหน้าด้วยมะพร้าวทึนทึก จนคลุมขนมห้ทั้งหมด ช่วยให้รสชาติอร่อยมากขึ้น
Slow bar (สโลว์บาร์หน้า โรงพักแม่กลอง		ร้านกาแฟเปิดท้ายตึกแต่งแนววินเทจ ให้บริการแบบ take home เมนูกาแฟดริป เอสเพรสโซ่ คาปูชิโน่ ลาเต้ มอคค่า อเมริกาโน่ อเมริกาโน่ ส้ม อเมริกาโน่มะพร้าว ชาเขียว ชาไทย ชิกเนเจอร์ของร้านเป็นโกโก้
โจ๊กหม้อดิน ธนภรณ์		ร้านโจ๊กหม้อดิน ตั้งอยู่ใกล้วัดบ้านแหลม มีเมนูโจ๊กเปล่า 10 บาท โจ๊กเด็ก 25 บาท โจ๊กผู้ใหญ่ 30 บาท หากเพิ่มไข่ ราคาเพิ่มชามละ 5 บาท หรือกรณีเพิ่มเครื่องใน ไข่เยี่ยวม้า เพิ่มราคาตามรายการที่ต้องการ
ฮกกีม บะหมี่หมูทอง		ร้านมีที่ตั้งอยู่ในปั้มน้ำมัน Esso ปั้มสุดท้าย จุดเด่นคือ บะหมี่ไข่พิเศษ นวดด้วยไม้ไผ่สูตรต้นตำรับ มีบะหมี่หมูแดง หมูกรอบ หมูแดง ข้าวหมูแดง หมูกรอบ เกี้ยวหมูแดง หมูกรอบ เกี้ยวทอด เกี้ยวแก้วกรอบ กากหมูเจียว
ก๋วยเตี๋ยวยายปุก		ก๋วยเตี๋ยวยายปุก ตั้งอยู่ริมสะพานใกล้กับการประปาส่วนภูมิภาคสมุทรสงคราม มีก๋วยเตี๋ยวแห้ง น้ำ น้ำใส ต้มยำ เย็นตาโฟ จุดเด่นคือ มีหนังหมูหมักซอสใส่ในก๋วยเตี๋ยวยายปุก สามารถสั่งหนังหมูอย่างเดี๋ยวมาทานได้

ชื่อร้าน/ชื่ออาหาร	รูปภาพอาหาร	ลักษณะอาหาร
หอยทอดป่าเขียวในตำนาน		ร้านหอยทอดป่าเขียว อยู่ในตลาดน้ำท่าคาเป็นร้านนี้มีคิวกันค่อนข้างมาก หอยทอดที่ขายเป็นแบบแป้งนิ่มจานละ 20 บาท

4) อาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม จังหวัดสมุทรสาคร

ตารางที่ 4.36 อาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม จังหวัดสมุทรสาคร

ชื่อร้าน/ชื่ออาหาร	รูปภาพอาหาร	ลักษณะอาหาร
ตีไหยง เกี้ยวปลาท่าฉลอม		ทำตามสูตรโบราณ จากเนื้อปลาอินทรีล้วนไม่ผสมแป้ง เกี้ยวปลาทอดมี 2 แบบ: ทอด 2 ครั้งพร้อมทานหรือแบบทอดครั้งเดียว จะทอดซ้ำโดยทอดในน้ำมันหรือหม้ออบลมร้อน เปลือกเกี้ยวกรอบคล้ายข้าวเกรียบ ใส่น้ำมันมีความหนึบเล็กน้อย รสเค็มและหวานตาม
ข้าวขาหมู 300 ห่องมหาชัย		ข้าวขาหมู 300 ห่อง มีที่ตั้งอยู่ริมทางรถไฟ ตรงสี่แยกสะพานวัดเจษฎา ขยายข้าวขาหมูเนื้อหมูเปื่อยนุ่ม น้ำพะโล้ไม่หวานมาก พริกน้ำส้ม เจ้าของร้านเป็นคำตัวเองกับมือ
ข้าวต้มบ้านกุงปลา		ร้านข้าวต้มในมหาชัย เนื้อปลาสด มีเมนูข้าวต้มปลาให้เลือก คือ ปลาเก๋า ปลากระพง และไท่เหลย (ปลาช่อนทะเล) ข้าวต้มเป็นสูตรโบราณ ปลาสดมาก ไม่มีกลิ่นคาว ทานคู่กับเต้าหู้ทอด

ชื่อร้าน/ชื่ออาหาร	รูปภาพอาหาร	ลักษณะอาหาร
หมูย่างป่าทา ทำฉลอม		<p>หมูย่างชิ้นใหญ่ หมักเครื่องจนเข้าเนื้อแล้วเอามาย่างเตาถ่าน ใช้หมูที่เป็นเนื้อสันไม่ติดมันมาก เครื่องหมักออกรสหวาน-เค็ม หอมซีอิ๊ว และกลิ่นย่างถ่าน</p>
ขนมเป็๋องญวนป่าแห้ง ทำฉลอม		<p>ขายเป็๋องญวน ห่อแป้งผสมไข่โดยทำที่ละครณะ นำไปทอดน้ำมันท่วมจนกรอบ ก่อนใส่ถุงให้ลูกค้าจะวางพักให้สะเด็ดน้ำมันก่อน เป็๋องญวนไส้แน่น รสกลมกล่อม ออกหวานเล็กน้อย ทานคู่กับอากาด 3 รส</p>



บทที่ 5

การสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง การยกระดับคุณภาพธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากสู่การพึ่งพาตนเองกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง แบ่งออกเป็น 3 กิจกรรม ประกอบด้วย 1) กิจกรรมที่ 1 การพัฒนารูปแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี เพื่อเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีและความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง (2) ศึกษาปัจจัยภาพลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง และ (3) สร้างรูปแบบการจัดการภาพลักษณ์ที่เสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2) กิจกรรมที่ 2 รูปแบบนวัตกรรมอาหารและการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง และ (2) สร้างรูปแบบนวัตกรรมอาหารและการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง และ 3) กิจกรรมที่ 3 การพัฒนาอาหารท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เชื่อมโยงธุรกิจอาหารริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษารายการอาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง และ (2) นำเสนอรายการอาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง โดยมีสรุปผลและอภิปรายผลการวิจัยนำเสนอตามลำดับวัตถุประสงค์ ดังนี้

5.1 การสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ตามกิจกรรมที่ 1 พัฒนารูปแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีเพื่อเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

5.1.1 การสรุป

5.1.1.1 อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

1) ความเกี่ยวข้องของอาหารริมบาทวิถี (Street food) กับอาหารท้องถิ่น ในการจำหน่ายอาหารท้องถิ่นในแถบจังหวัดภาคกลางตอนล่าง มากกว่าครึ่งหนึ่งที่เป็นธุรกิจอาหารริมทางหรือ Street food เนื่องจากส่วนใหญ่เริ่มต้นจากการทำธุรกิจขนาดเล็กเฉพาะในครอบครัว อาจกล่าวได้ว่า อาหารท้องถิ่นในรูปแบบนี้ เป็นภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษ เริ่มต้นจากวิถีชีวิตที่สะท้อนวัฒนธรรมของการรับประทานอาหารของคนในพื้นที่นี้ และทำเป็นอาชีพในเวลาต่อมา เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะตามหาและใช้บริการอาหารท้องถิ่นนอกเหนือจากการหาที่พักผ่อนหย่อนใจ เพราะต้องการสัมผัสวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ เป็นสิ่งดึงดูดสำหรับพื้นที่ภาคกลางตอนล่างที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ท่องเที่ยว 2) ความสำคัญของวัตถุดิบอาหารกับเรื่องการสร้างอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นอาหารริมบาทวิถี 3) อัตลักษณ์ของอาหารริมบาทวิถี แสดงถึงความ

อุดมสมบูรณ์ด้านทรัพยากรในพื้นที่โดยเฉพาะทรัพยากรทะเลและไร่นา หรือวัตถุดิบท้องถิ่น ที่ถือเป็นสิ่งสำคัญ ประการแรกที่ส่งผลถึงการสร้างสรรค์รายการอาหารจากผลผลิตที่มีตามฤดูกาล หากกล่าวถึงวัตถุดิบ จะเป็นสิ่ง ที่เกี่ยวเนื่องกับลักษณะพื้นที่ที่มีความเหมาะสมกับผลผลิตที่เป็นวัตถุดิบอาหารด้วย จากเหตุผลข้างต้น ส่งผลให้ อาหารริมบาทวิถีของไทยมีเสน่ห์ดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศเป็นจำนวนมาก และความสำคัญต่อเศรษฐกิจพื้นฐานของประเทศ พบว่าเป็นธุรกิจที่เชื่อมโยงธุรกิจอื่น ๆ เข้าด้วยกัน ตั้งแต่ วัตถุดิบจากภาคการเกษตร ผลิตภัณฑ์จากอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป และอุตสาหกรรมอาหารข้าว และผลิตภัณฑ์จากข้าวและแป้ง เครื่องเทศและเครื่องปรุงรส น้ำมันพืช และเครื่องดื่มต่าง ๆ นอกจากนี้ ยังเกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ ภาชนะใส่อาหาร และเครื่องครัว หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน จึงต่างกำหนดนโยบายหรือมาตรการที่สอดคล้องกันเพื่อเพิ่มศักยภาพแก่ธุรกิจอาหารริมบาทวิถี ก่อให้เกิดการ กระจายรายได้ ช่วยส่งเสริมอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องให้เติบโตได้อย่างต่อเนื่อง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2562)

5.1.1.2 ภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

ภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในเขตจังหวัดภาคกลางตอนล่างจำแนกตามรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัดภาคกลางตอนล่าง โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 9 ด้าน โดย ด้านคุณภาพอาหาร มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก รองลงมาอีก 2 ด้านคือ ด้านความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร และด้านการแสดงถึง วัฒนธรรมไทยของอาหาร มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดเท่ากัน และด้านคุณภาพอาหาร มีค่าเฉลี่ยในระดับต่ำสุด เมื่อเทียบกับด้านอื่น ๆ

5.1.1.2 ความภักดีของนักท่องเที่ยวต่ออาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

ความภักดีของนักท่องเที่ยวต่ออาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างจำแนก ตามรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลาง ตอนล่าง อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาค กลางตอนล่าง ด้านการแนะนำ มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการกลับมาซ้ำ ด้านความตั้งใจ และด้านการบอกต่อ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

5.1.1.3 ปัจจัยภาพลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในการบริโภค อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

ปัจจัยการเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านความตั้งใจ พบว่า ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในปัจจัยการเสริมสร้างความจงรักภักดีของ นักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านความตั้งใจ เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์คะแนนมาตรฐาน (Beta) ในตารางที่ 4.8 คือ ด้านคุณภาพอาหาร (0.193) ด้านความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร (0.176) ด้านความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร (0.158) ตามลำดับ

ปัจจัยการเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านการ แนะนำ พบว่า ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในปัจจัยการเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่ม จังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านการแนะนำ เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์คะแนนมาตรฐาน (Beta) ในตาราง

ที่ 4.8 คือ ด้านคุณภาพอาหาร (0.224) ด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของร้านหรือสถานที่จำหน่ายอาหาร (0.202) ด้านความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร (- 0.127) ด้านความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร (0.122) ตามลำดับ

ปัจจัยการเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านการบอกต่อ พบว่า ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในปัจจัยการเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านการบอกต่อ เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์คะแนนมาตรฐาน (Beta) ในตารางที่ 4.8 คือ ด้านการเข้าถึงได้ง่าย (0.288) และด้านความคุ้มค่าสมราคา (0.240) ตามลำดับ

ปัจจัยการเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านการกลับมาซ้ำ พบว่า ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในปัจจัยการเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านการกลับมาซ้ำ เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์คะแนนมาตรฐาน (Beta) ในตารางที่ 4.8 คือ ด้านความหลากหลายของอาหาร (0.309) และด้านความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร (0.230) ด้านการเข้าถึงได้ง่าย (0.222) ด้านคุณภาพการบริการ (-0.205) และด้านความคุ้มค่าสมราคา (-0.182) ตามลำดับ

5.1.2 อภิปรายผล

5.1.2.1 ผลการศึกษาการจำหน่ายอาหารท้องถิ่นในแถบจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ตั้งแต่จังหวัดนครปฐมจนถึงจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มากกว่าครึ่งหนึ่งที่เป็นธุรกิจอาหารริมทางหรือ Street food เนื่องจากส่วนใหญ่เริ่มต้นจากการทำธุรกิจขนาดเล็กเฉพาะในครอบครัว อาจกล่าวได้ว่า อาหารท้องถิ่นในรูปแบบนี้ เป็นภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษ เริ่มต้นจากวิถีชีวิตที่สะท้อนวัฒนธรรมของการรับประทานอาหารของคนในพื้นที่นี้ และทำเป็นอาชีพในเวลาต่อมา เมื่อมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว จะตามหาและใช้บริการอาหารท้องถิ่นนอกเหนือจากการหาที่พักผ่อนหย่อนใจ เพราะต้องการสัมผัสวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ เป็นสิ่งดึงดูดสำหรับพื้นที่ภาคกลางตอนล่างที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ท่องเที่ยว โดยเฉพาะ หัวหิน ปรานบุรี ชะอำ แม่กลอง อัมพวา จะมีร้านอาหารที่เป็นร้านริมทางที่จำหน่ายอาหารประจำพื้นที่ด้วยเมนูที่หลากหลาย สำหรับปริมาณการให้บริการอาหารท้องถิ่นในธุรกิจอาหารริมบาทวิถีในจังหวัดภาคกลางตอนล่างในเขตพื้นที่ของจังหวัดภาคกลางตอนล่างมีร้านอาหารริมทางปริมาณมากเมื่อเทียบกับร้านอาหารทั่วไป ส่วนใหญ่สามารถสืบค้นข้อมูลได้จากเว็บไซต์ส่งเสริมด้านอาหาร ได้แก่ เว็บไซต์ Wongnai และ เว็บไซต์ bester eats และจากสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ ซึ่งหากกล่าวถึงอาหารริมทางหรือสตรีทฟู้ดในเมืองไทยนั้น ไม่ได้มีเฉพาะในเขตกรุงเทพฯ เท่านั้น แต่กระจายอยู่ ทุกแหล่งชุมชนทั่วประเทศ โดยปี พ.ศ. 2559 ประเมินว่ามีร้านอาหารริมทางประมาณ 103,000 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 69 ของร้านอาหารทั้งหมด สาเหตุที่ร้านอาหารริมทางมีจำนวนมาก เนื่องจากต้นทุนต่ำ มีเพียงรถเข็นและอุปกรณ์ทำอาหารเพียงไม่กี่ชิ้นเท่านั้นก็สามารถเปิดร้านได้ อีกทั้งยังไม่ต้องเสียค่าเช่า (หรืออาจเสียในอัตราไม่สูง) ผู้ประกอบการสามารถเข้า-ออกจากธุรกิจได้โดยง่าย ทั้งนี้ร้านอาหารที่มีชื่อเสียงในปัจจุบันจำนวนมากไม่ยั้งที่เริ่มจากร้านอาหารริมทาง เมื่อมีลูกค้าจำนวนมากจึงเริ่มขยายไปสู่ร้านอาหารแบบถาวร (ศูนย์อัจฉริยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร, 2560)

5.1.2.2 ผลการวิจัยปัจจัยภาพลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง พบว่า 1) ปัจจัยภาพลักษณ์ด้านคุณภาพอาหาร บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของร้านหรือสถานที่จำหน่ายอาหาร ความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร และความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างด้านความตั้งใจ 2) ปัจจัยภาพลักษณ์ด้านคุณภาพอาหาร บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของร้านหรือสถานที่จำหน่ายอาหาร ความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร และความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างด้านการแนะนำ 3) ปัจจัยภาพลักษณ์ด้านการเข้าถึงได้ง่าย และความคุ้มค่าสมราคา มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างด้านการบอกต่อ และ 4) ปัจจัยภาพลักษณ์ด้านความหลากหลายของอาหาร ความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร การเข้าถึงได้ง่าย คุณภาพการบริการ และความคุ้มค่าสมราคา มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างด้านการกลับมาซ้ำ สอดคล้องกับการศึกษาของ สุธีรา สิทธิกุล (2565) ที่ศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่น ได้แก่ ด้านคุณภาพของอาหารท้องถิ่น และด้านความคุ้มค่าของราคาของอาหารท้องถิ่น สามารถนำไปพยากรณ์แนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการกลับมาท่องเที่ยวเชิงอาหารซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่ได้ร้อยละ 42.40 หรือมีอำนาจพยากรณ์ร้อยละ 42.40 และมีค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ที่ ± 0.352 ซึ่งให้เห็นว่าภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นด้านคุณภาพและความคุ้มค่าของราคา เป็นตัวแปรสำคัญที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้กลับมาท่องเที่ยวเชิงอาหารซ้ำ ในขณะที่ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการมีอิทธิพลเชิงบวกทางอ้อมต่อความภักดีของแหล่งท่องเที่ยวโดยผ่านตัวแปรความพึงพอใจ และปัจจัยด้านความพึงพอใจมีอิทธิพลทางตรงต่อความภักดีของแหล่งท่องเที่ยวทางภาคใต้เช่นเดียวกัน (กฤติกา คุญูปการ และเกศรา สุขเพชร, 2565) นอกจากนี้ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์อาหาร คุณภาพอาหาร ทัศนคติ และนวัตกรรมการจัดการ มีอิทธิพลทางตรงต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยทุกตัวแปรสามารถร่วมกันทำนายความภักดีของนักท่องเที่ยวได้ร้อยละ 90 เป็นต้นแบบให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะชุมชนและผู้ประกอบการอาหารท้องถิ่นนำไปกำหนดทิศทางการพัฒนาอาหารท้องถิ่นให้เป็นผลิตภัณฑ์หลักทางการท่องเที่ยว ทำให้เกิดความยั่งยืนต่อเศรษฐกิจฐานรากชุมชนและผู้ประกอบการมีส่วนแบ่งรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นส่งผลต่อคุณภาพชีวิตที่ดี (จอมขวัญ สุวรรณรักษ์ และคณะ, 2564) สำหรับคุณภาพการให้บริการ ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว โดยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวมากที่สุด (อนุรักษ์ ทองขาว และคณะ, 2563) พิมพะระวี โรจน์รุ่งสัจย์ (2561) ศึกษาพบว่า องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ความเป็นเอกลักษณ์ ความคิดสร้างสรรค์ และคุณค่าทางโภชนาการ โดยผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว ด้านการกลับมาซื้อซ้ำ ได้แก่ ความเป็นเอกลักษณ์ และ ความคิดสร้างสรรค์ และผลการวิเคราะห์ที่อิทธิพลที่มีต่อการมีส่วนร่วมในการปกป้องภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่น ได้แก่ ความเป็นเอกลักษณ์ และ 4) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวด้านความเชื่อมั่น ได้แก่ ความเหมาะสมของราคา และความเป็นเอกลักษณ์ แนวทางพัฒนารูปแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหาร

ท้องถิ่นของจังหวัดเพชรบุรี ควรมุ่งเน้นด้านความเป็นเอกลักษณ์ ความคิดสร้างสรรค์คุณค่าด้านโภชนาการ และความเหมาะสมของราคาตามลำดับ หากพิจารณาภาพลักษณ์ของอาหารไทยในมุมมองของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เด่นชัดมากที่สุด คือ อาหารไทยมีรสชาติอร่อย (กฤษณ์ท แสนทวี, 2562) Fam et al. (2019) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความสำคัญกับการเลือกอาหารเป็นสำคัญ ความสะดวกสบายและอารมณ์มีอิทธิพลต่อการเลือกอาหารท้องถิ่น สรุปว่า ปัจจัยความสะดวกสบาย มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจบริโภคอาหารของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวจีนและยุโรป ปัจจัยด้านอารมณ์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจบริโภคอาหารของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและมาเลเซีย และปัจจัยด้านความเหมือนและลักษณะทางประสาทสัมผัส มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจบริโภคอาหารของนักท่องเที่ยวชาวจีน Ali et al. (2019) คุณภาพอาหาร การรับรู้คุณภาพสิ่งแวดล้อม การรับรู้คุณค่า และคุณภาพการบริการ มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยรวมพบว่า ความพึงพอใจและความภักดีเป็นปัจจัยสำคัญในการตั้งสมมติฐาน โดยการรับรู้ภาพลักษณ์อาหารริมทาง มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจกลับมาจุกดหมายปลายทางซ้ำ (พิชชานันท์ ช่องรักษ์ และเจริญชัย เอกมาไพศาล, 2561)

5.1.3 ข้อเสนอแนะ

5.1.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งนี้

1) การส่งเสริมคุณภาพอาหารและบรรยากาศของร้าน: ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการพัฒนาและรักษาคุณภาพของอาหาร รวมถึงบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของร้านเพื่อดึงดูดความสนใจและสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การตกแต่งร้านให้น่าสนใจและมีบรรยากาศที่แสดงถึงความเป็นท้องถิ่นของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

2) การรักษาความสะอาดและความปลอดภัยของอาหาร: เนื่องจากความสะอาดและความปลอดภัยของอาหารเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการจึงควรเคร่งครัดในการรักษามาตรฐานความสะอาดและความปลอดภัยของอาหารที่จำหน่ายอาหาร ภายใต้การสนับสนุนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ

3) การเน้นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น: การสร้างความแตกต่างและความโดดเด่นในอาหารท้องถิ่นจะช่วยเสริมสร้างความสนใจและความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการหาประสบการณ์เกี่ยวกับการทานอาหารท้องถิ่น จึงควรส่งเสริมการใช้วัตถุดิบท้องถิ่นและวิธีการปรุงอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง ได้แก่ วัตถุดิบอาหารทะเล ตาล น้ำตาลโตนด น้ำตาลมะพร้าว เกลือ และ มะนาว

4) การเข้าถึงและความคุ้มค่าสมราคา: ควรปรับปรุงการเข้าถึงร้านอาหารริมบาทวิถีให้ง่ายขึ้น รวมถึงเสนอราคาอาหารที่เหมาะสมและคุ้มค่า เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจที่จะแนะนำร้านและกลับมาใช้บริการซ้ำ

5.1.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1) การศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน: ในการวิจัยครั้งต่อไปควรพิจารณาการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะต่างกัน เช่น อายุ เพศ ระดับการศึกษา หรือวัฒนธรรม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและสามารถนำมาใช้พัฒนาแนวทางการบริการที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย

2) การวิจัยเกี่ยวกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว: ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการบริโภคอาหารริมบาทวิถี เช่น การบริการที่ได้รับ ความสะดวกสบาย และความประทับใจโดยรวม ซึ่งอาจมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีเช่นกัน

3) การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการส่งเสริมการตลาด: ควรทำการวิจัยเกี่ยวกับบทบาทของเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการส่งเสริมการบริโภคอาหารริมบาทวิถี เช่น การใช้สื่อสังคมออนไลน์หรือแอปพลิเคชันเพื่อดึงดูดและรักษาลูกค้า

4) การศึกษาผลกระทบระยะยาว: การวิจัยในอนาคตควรเน้นศึกษาผลกระทบระยะยาวของปัจจัยหลักที่มีต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มและความเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

5.2 การสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ตามกิจกรรมที่ 2 รูปแบบนวัตกรรมอาหารและการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

5.2.1 การสรุป

5.2.1.1 สภาพ/สถานการณ์ปัจจุบันของธุรกิจอาหารริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง อาหารริมบาทวิถี หรือ อาหารริมทาง ในจังหวัดภาคกลางตอนล่างคล้ายคลึงกับจังหวัดอื่น ๆ โดยเฉพาะจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม เนื่องจากเป็นแหล่งที่รวมของอาหารหลากหลาย โดยรูปแบบการจำหน่ายอาหารริมบาทวิถีส่วนใหญ่มักเป็นอาหารปรุงสำเร็จ ทานได้สะดวก เข้าถึงได้ง่ายเนื่องจากมีที่ตั้งอยู่บริเวณทางเท้า ริมถนน ที่สาธารณะ ราคาไม่แพง และมีคุณลักษณะและรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ แสดงออกถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของพื้นที่ การเข้าถึงได้ง่าย ราคาถูกเมื่อเทียบกับอาหารที่ให้บริการในร้านอาหาร นักท่องเที่ยวจึงตั้งใจที่จะสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวรวมไปกับการศึกษาวัฒนธรรมที่มาพร้อมกับอาหารริมบาทวิถีนั้น ๆ ปัจจุบัน จึงมักเห็นนักท่องเที่ยวนั่งรวมกันเป็นกลุ่ม ๆ เพื่อทานอาหารที่มีที่ตั้งอยู่ในแผงลอย รถเข็นข้างทางและทานอาหารอย่างเอร็ดอร่อย โดยอาหารที่เป็นอาหารริมทางเหล่านี้ มีทั้งประเภทอาหารท้องถิ่นที่เป็นภูมิปัญญาสืบต่อ ๆ กันของชุมชนในแถบ 4 จังหวัด เช่น ผัดไทย ขนมจีนทอดมัน ข้าวแช่ ขนมหวานต่าง ๆ แต่ก็อาจพบอาหารสมัยใหม่ที่ประยุกต์ให้เข้ากับพฤติกรรมผู้บริโภคบางกลุ่มที่ต้องการลิ้มลองอาหารรูปแบบใหม่

5.2.1.2 นโยบายการส่งเสริมธุรกิจอาหารริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างจากการสนับสนุนของหน่วยงานส่วนกลางและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การส่งเสริมส่วนใหญ่ จะอยู่ในความรับผิดชอบของกองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อมภายใต้เทศบาลของแต่ละพื้นที่ อาจจัดเป็นงานปกติ หรืองานโครงการ หรืองานภายใต้กิจกรรมต่าง ๆ โดยมีเป้าหมายที่เป็นประโยชน์ต่อทั้งฝ่ายประชาชนและนักท่องเที่ยว และฝ่ายผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการอาหารแผงลอยและรถเข็น ตัวอย่าง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

โดยเทศบาลเมืองหัวหิน ได้จัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น พ.ศ. 2566-2570 มีโครงการยกระดับมาตรฐานสุขาภิบาลอาหารภายใต้วิถีชีวิตปกติใหม่ สะอาด ปลอดภัย ได้มาตรฐาน SAN ดังนี้ 1) วัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการจำหน่ายอาหาร มีการปรุงประกอบอาหารที่ถูกสุขลักษณะตามมาตรฐานสุขาภิบาลอาหาร และมีการประเมินตนเองตามเกณฑ์มาตรฐานแพลตฟอร์ม Food handler เพื่อตรวจและให้การรับรองมาตรฐาน SAN แก่สถานที่จำหน่ายอาหารและแผงลอยจำหน่ายอาหาร ที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน SAN ของกรมอนามัยกระทรวงสาธารณสุข และเพื่อให้สถานที่จำหน่ายอาหารที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน SAN ของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ได้รับตราสัญลักษณ์ SAN เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นต่อการให้บริการด้านอาหารที่สะอาด ปลอดภัย แก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว 2) เป้าหมาย: ตรวจประเมินสถานที่จำหน่ายอาหารและแผงลอยจำหน่ายอาหารตามเกณฑ์มาตรฐาน SAN ไม่น้อยกว่า 600 แห่ง มอบตราสัญลักษณ์ SAN ให้แก่สถานที่จำหน่ายอาหารและแผงลอยจำหน่ายอาหารที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน SAN กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข และ ร้อยละ 80 ของสถานประกอบการจำหน่ายอาหารและแผงลอยจำหน่ายอาหารผ่านเกณฑ์มาตรฐาน SAN 3) ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ: ประชาชนและนักท่องเที่ยวได้บริโภคอาหารที่สะอาดปลอดภัย ผู้ประกอบการสถานที่จำหน่าย และจังหวัดเพชรบุรี ด้านอาหารและแผงลอยจำหน่ายอาหารมีการบริหารจัดการและควบคุมสิ่งแวดล้อม รวมทั้งบุคลากรเกี่ยวข้องกับการเตรียม ปรุง และจำหน่ายอาหารตามมาตรฐานสุขาภิบาล เพื่อให้บริการอาหารสะอาดและปลอดภัยแก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการสถานที่จำหน่ายอาหารและ แผงลอยจำหน่ายอาหาร มีการประเมินตนเองตามเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จำหน่ายอาหารและแผงลอยจำหน่ายอาหารในแพลตฟอร์ม Foodhandler ได้อย่างถูกต้อง

5.2.1.3 การดำเนินงานของผู้ประกอบการอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลาง
 ตอนล่างการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี จำแนกเป็นรายด้าน ผู้ตอบแบบสอบถามมีการดำเนินงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายมิติ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 5 มิติ โดย มิติด้านสังคม มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก รองลงมาอีก 2 มิติคือ มิติด้านสุขภาพ และมิติด้านวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยในระดับมากเท่ากัน และมิติด้านนวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยในระดับต่ำสุดเมื่อเทียบกับด้านอื่น ๆ สำหรับรายด้านทั้ง 14 ด้านพบว่า ด้านคุณภาพการบริการ มีการดำเนินงานมากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก รองลงมาคือ การดำเนินงานด้านความคุ้มค่าสมราคา และ ด้านการเข้าถึงได้ง่าย โดยมีการดำเนินงานในระดับมากที่สุด และการศึกษาค้นคว้าด้านนวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยในระดับต่ำสุดเมื่อเทียบกับด้านอื่น ๆ

5.1.2.4 ความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง
 ความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีจำแนกเป็นรายด้าน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 3 ด้าน โดยความพึงพอใจของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านการแนะนำ ค่าเฉลี่ยในระดับมาก และยอดขายและกำไร มีค่าเฉลี่ยในระดับต่ำสุด

5.2.1.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านยอดขายและกำไร พบว่า ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านยอดขายและกำไร คือ ด้านความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร (0.216) ด้านความหลากหลายของอาหาร (-0.219) ด้านความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร (0.197) ด้านคุณภาพการบริการ (-0.188) ด้านการเข้าถึงได้ง่าย (0.152) ด้านคุณภาพอาหาร (-0.134) และด้านการแสดงออกความเป็นไทย (0.101) ตามลำดับ

ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านการแนะนำ พบว่า ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านการแนะนำ คือ ด้านการส่งออกถึงความเป็นไทย (0.214) ด้านการสร้างสรรคัวัฒนธรรม (-0.126) ด้านความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร (0.100) ด้านการศึกษาค้นคว้าด้านนวัตกรรม (-0.099) ด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของสถานที่จำหน่ายอาหาร (0.085) ด้านคุณภาพการบริการ (0.085) ด้านการใช้การสื่อสารการตลาดออนไลน์ (-0.083) ด้านการสนับสนุน (0.075) และด้านความคุ้มค่าสมราคา (0.060) ตามลำดับ

ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านความพึงพอใจของลูกค้า พบว่า ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านความพึงพอใจของลูกค้า คือ ด้านคุณภาพการบริการ (0.285) ด้านการใช้การสื่อสารการตลาดออนไลน์ (-0.214) ด้านการศึกษาค้นคว้าด้านนวัตกรรม (-0.208) ด้านการเข้าถึงได้ง่าย (0.186) ด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของสถานที่จำหน่ายอาหาร (-0.173) ด้านการบริหารจัดการ (0.151) ด้านความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร (0.149) ด้านความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร (-0.124) ด้านการส่งออกถึงความเป็นไทย (0.123) ด้านความคุ้มค่าสมราคา (0.103) ด้านการสร้างสรรคันวัตกรรม (0.078) และด้านคุณภาพอาหาร (-0.072)

5.2.2 อภิปรายผล

5.2.2.1 สถานการณ์ปัจจุบันและนโยบายการส่งเสริมธุรกิจอาหารริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง พบว่า อาหารริมบาทวิถี หรือ อาหารริมทาง ในจังหวัดภาคกลางตอนล่างก็คล้ายคลึงกับจังหวัดอื่น ๆ โดยเฉพาะจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม เนื่องจากเป็นแหล่งที่รวมของอาหารหลากหลาย โดยรูปแบบการจำหน่ายอาหารริมบาทวิถีส่วนใหญ่มักเป็นอาหารปรุงสำเร็จ ทานได้สะดวก เข้าถึงได้ง่ายเนื่องจากมีที่ตั้งอยู่บริเวณทางเท้า ริมถนน ที่สาธารณะ ราคาไม่แพง และมีคุณลักษณะและรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ แสดงออกถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของพื้นที่ โดยณัฐกานต์ พฤกษ์สรนันท์ และคณะ (2560) ได้ศึกษาในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่และสมุทรสงครามพบว่า อาหารท้องถิ่นเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่ไม่สามารถจับต้องได้และยังเป็นการแสดงถึงภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทาง นอกจากนี้ อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถียังเข้าถึงได้ง่าย และราคาถูกเมื่อเทียบกับอาหารที่ให้บริการในร้านอาหาร นักท่องเที่ยวจึงตั้งใจที่จะสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวร่วมไปกับการศึกษาวัฒนธรรมที่มาพร้อมกับอาหารริมบาทวิถีนั้น ๆ ปัจจุบัน จึงมักเห็นนักท่องเที่ยวนั่งรวมกันเป็นกลุ่ม ๆ เพื่อทานอาหาร ที่มีที่ตั้งอยู่ในแผงลอย รถเข็นข้างทางและทานอาหารอย่างเอร็ดอร่อย โดยอาหารที่เป็นอาหารริมทางเหล่านี้ มีทั้งประเภทอาหารท้องถิ่นที่เป็นภูมิปัญญาสืบต่อ ๆ กันของชุมชนในแถบ 4 จังหวัด เช่น ผัดไทย ขนมจีน ทอดมัน ข้าวแช่ ขนมหวานต่าง ๆ แต่ก็อาจพบอาหารสมัยใหม่ที่ประยุกต์ให้เข้ากับพฤติกรรมผู้บริโภคบางกลุ่ม

ที่ต้องการลิ้มลองอาหารรูปแบบใหม่ สำหรับนโยบายการส่งเสริมธุรกิจอาหารริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลาง ต่อด้านล่างจากการสนับสนุนของหน่วยงานส่วนกลางและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การส่งเสริมส่วนใหญ่ จะอยู่ในความรับผิดชอบของกองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อมภายใต้เทศบาลของแต่ละพื้นที่ อาจจัดเป็นงาน ปกติ หรืองานโครงการ หรืองานภายใต้กิจกรรมต่าง ๆ โดยมีเป้าหมายที่เป็นประโยชน์ต่อทั้งฝ่ายประชาชน และนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการอาหารแผงลอยและรถเข็น ตัวอย่าง จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ โดยเทศบาลเมืองหัวหิน ได้จัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น พ.ศ. 2566-2570 มีโครงการยกระดับ มาตรฐานสุขาภิบาลอาหารภายใต้วิถีชีวิตปกติใหม่ สะอาด ปลอดภัย ได้มาตรฐาน SAN ดังนี้ 1) วัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการจำหน่ายอาหาร มีการปรุงประกอบอาหารที่ถูกสุขลักษณะตามมาตรฐาน สุขาภิบาลอาหารและมีการประเมินตนเองตามเกณฑ์มาตรฐานแพลตฟอร์ม Food handler เพื่อตรวจและให้ การรับรองมาตรฐาน SAN แก่สถานที่จำหน่ายอาหารและแผงลอยจำหน่ายอาหาร ที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน SAN ของกรมอนามัยกระทรวงสาธารณสุข และเพื่อให้สถานที่จำหน่ายอาหารที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน SAN ของกรม อนามัย กระทรวงสาธารณสุข ได้รับตราสัญลักษณ์ SAN เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นต่อการให้บริการด้าน อาหารที่สะอาด ปลอดภัย แก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว 2) เป้าหมาย: ตรวจประเมินสถานที่จำหน่ายอาหาร และแผงลอยจำหน่ายอาหารตามเกณฑ์มาตรฐาน SAN ไม่น้อยกว่า 600 แห่ง มอบตราสัญลักษณ์ SAN ให้แก่ สถานที่จำหน่ายอาหารและแผงลอยจำหน่ายอาหารที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน SAN กรมอนามัย กระทรวง สาธารณสุข และ ร้อยละ 80 ของสถานประกอบการจำหน่ายอาหารและแผงลอยจำหน่ายอาหารผ่านเกณฑ์ มาตรฐาน SAN 3) ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ: ประชาชนและนักท่องเที่ยวได้บริโภคอาหารที่สะอาดปลอดภัย ผู้ประกอบการสถานที่จำหน่าย และจังหวัดเพชรบุรี ด้านอาหารและแผงลอยจำหน่ายอาหารมีการบริหาร จัดการและควบคุมสิ่งแวดล้อม รวมทั้งบุคลากรเกี่ยวข้องกับการเตรียม ปรุง และจำหน่ายอาหารตามมาตรฐาน สุขาภิบาล เพื่อให้บริการอาหารสะอาดและปลอดภัยแก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการสถานที่ จำหน่ายอาหารและ แผงลอยจำหน่ายอาหาร มีการประเมินตนเองตามเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จำหน่ายอาหาร และแผงลอยจำหน่ายอาหารในแพลตฟอร์ม Foodhandler ได้อย่างถูกต้อง จากความสำคัญของอาหาร ท้องถิ่นดังที่กล่าวไปข้างต้นทำให้รัฐบาลในหลายประเทศต่างผลักดันและสนับสนุนอย่างจริงจังโดยกำหนด นโยบายต่าง ๆ ให้นำเอาอาหารซึ่งแต่เดิมเป็นสิ่งสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตและความเป็นอัตลักษณ์ของ วัฒนธรรมมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายเพื่อเป็นการส่งเสริมและกระจายรายได้ไป ยังชุมชน ซึ่งจะนำไปสู่การจ้างงาน การพัฒนาชุมชนให้มีความพร้อมต่อการรองรับนักท่องเที่ยวและถือเป็นการ พัฒนาเศรษฐกิจให้แก่ท้องถิ่นอย่างยั่งยืน (Zainal, Zali, & Kassim, 2010)

5.2.2.2 การดำเนินงานของผู้ประกอบการอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลาง ต่อด้านล่าง การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีเมื่อพิจารณารายมิติ พบว่า อยู่ใน ระดับมากที่สุด 5 มิติ โดย มิติด้านสังคม มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด รองลงมาอีก 2 มิติคือ มิติด้านสุขภาพ และมิติด้านวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดเท่ากัน และมิติด้านนวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยในระดับต่ำสุดเมื่อเทียบ กับด้านอื่น ๆ สำหรับรายด้านทั้ง 14 ด้านพบว่า ด้านคุณภาพการบริการ มีการดำเนินงานมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ การดำเนินงานด้านความคุ้มค่าสมราคา และ ด้านการเข้าถึงได้ง่าย

โดยมีการดำเนินงานในระดับมากที่สุด และการศึกษาค้นคว้าด้านนวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยในระดับต่ำสุดเมื่อเทียบกับด้านอื่น ๆ โดย พิษณุ บางเขียว (2565) กล่าวว่า อาหารริมบาทวิถี ถือเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่มีความสำคัญทางด้านสังคมวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ ที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีวัฒนธรรมท้องถิ่นและเป็นตัวชี้วัดซึ่งแสดงให้เห็นรูปแบบของสังคมและการดำเนินชีวิตของผู้คนในย่านฝั่งธนบุรีที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งมิติด้านเศรษฐกิจ มิติด้านสังคมมิติด้านวัฒนธรรม และมิติด้านสุขภาพ โดย ชนบท บัวหลวง (2564) สรุปผลจากการวิจัยว่า การพัฒนานโยบายสาธารณะอย่างมีส่วนร่วมในการจัดการอาหารริมบาทวิถีจังหวัดลพบุรี ประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่ (1) มิติด้านสุขภาพโดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นจุดศูนย์กลาง จัดแผนพัฒนา จัดตั้งกลุ่มของผู้ประกอบการ จัดบริการและสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ ตลอดจนปรับปรุงเทศบัญญัติ (2) มิติด้านเศรษฐกิจมีคณะทำงานแบบบูรณาการและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน (3) มิติด้านสังคมมีจุดบริการข้อมูลและระบบรักษาความปลอดภัย (4) มิติด้านวัฒนธรรม มีการจำหน่ายอาหารพื้นบ้านและการแต่งกายประจำถิ่น

5.2.2.3 ผลการวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง พบว่า 1) ปัจจัยด้านความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร ความหลากหลายของอาหาร ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร คุณภาพการบริการ การเข้าถึงได้ง่าย คุณภาพอาหาร และการแสดงออกความเป็นไทย มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านยอดขายและกำไร 2) ปัจจัยด้านการแสดงออกถึงความเป็นไทย การสร้างสรรค์วัฒนธรรม ความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร การศึกษาค้นคว้าด้านนวัตกรรม บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของสถานที่จำหน่ายอาหาร คุณภาพการบริการ การใช้สื่อการตลาดออนไลน์ การสนับสนุน และความคุ้มค่าสมราคา มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านการแนะนำ 3) ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ การใช้สื่อการตลาดออนไลน์ การศึกษาค้นคว้าด้านนวัตกรรม การเข้าถึงได้ง่าย บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของสถานที่จำหน่ายอาหาร การบริหารจัดการ ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร ความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร การแสดงออกถึงความเป็นไทย ความคุ้มค่าสมราคา การสร้างสรรค์นวัตกรรม และคุณภาพอาหาร มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ด้านความพึงพอใจของลูกค้า โดยอัมพร จันทวิบูลย์ และสง่า ดามาพงษ์ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาอาหารริมบาทวิถีของประเทศไทย ผลการวิจัยได้นำไปสู่การออกแบบแนวทางการดำเนินงานอาหารริมบาทวิถีดังนี้ ในระดับชุมชนให้คำนึงถึงโครงสร้างของการดำเนินงาน 4 ด้านได้แก่ ด้านสิ่งของ รวมทั้งสถานที่และวัสดุอุปกรณ์ ด้านคน ด้านเงิน และด้านระบบงาน ในระดับเมืองให้มุ่งพัฒนาตามแนวคิด “เมืองน่าอยู่” ขององค์การอนามัยโลก ชัยนันต์ ไชยเสน (2563) ศึกษาเรื่อง อาหารริมทางภูเก็ต: รูปแบบอาหารริมทางและวิถีสร้างสรรค์เสน่ห์เพื่อการท่องเที่ยว พบว่า จังหวัดภูเก็ตต้องพัฒนาอาหารริมทางให้มีเสน่ห์และอัตลักษณ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งผู้ประกอบการต้องมีความเข้าใจและวางแผนการจัดการ โดยใช้รูปแบบ “STREET FOODS Model” ประกอบด้วย Sanitation and Safety (ความสะอาดและปลอดภัย) Taste (รสชาติ) Research and Innovation (การค้นคว้าและนวัตกรรม) Exceed to Service (ความประทับใจด้านการบริการ) Environmental Friendly (เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม) Thainess (เอกลักษณ์ความเป็นไทย) Food Identity (เอกลักษณ์ด้านอาหาร) Online Marketing (การใช้สื่อการตลาดออนไลน์) Organize (การบริหารจัดการ) Do it (ลงมือปฏิบัติ) และ Supporting (การสนับสนุน) และภาครัฐควรให้การสนับสนุนอย่างเป็น

ระบบและกำกับดูแลให้เป็นไปตามมาตรฐานบริการอาหารริมทางเพื่อการท่องเที่ยว ยกเว้นมาตรฐานการให้บริการและสร้างเสน่ห์ให้อาหารริมทางผูกพันพัฒนาควบคู่ไปกับภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวระดับโลก และเมืองอาหารเชิงสร้างสรรค์ ฐิติพัฒน์ ภาคพรต (2562) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาร้านอาหารริมทางในแหล่งท่องเที่ยว ที่เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการเลือกบริโภคอาหารริมทางของนักท่องเที่ยวมาจากการโปรโมชันส่วนลดยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.60 มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารจะคำนึงถึงรสชาติของอาหารอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.68 โดยนักท่องเที่ยวระบุสิ่งที่ร้านอาหารริมทางควรปรับปรุงแก้ไขที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรก ได้แก่ ความสะอาดและสุขอนามัย ส่วนแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาร้านอาหารริมทางในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวต่างชาติ แบ่งเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยการเลือกบริโภคอาหารริมทาง และพฤติกรรมการเลือกบริโภคอาหารริม

โอปอล์ สุวรรณเมฆ และ อภิวรรณ กรมเมือง (2562) พบว่า ปัจจัยด้านความสะดวกในการเข้าถึง และรสชาติอาหาร ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี ในขณะที่ปัจจัยด้านความมีสุขลักษณะที่ดี ราคา และสารอาหารที่ได้รับ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ว่าส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถี ปัจจุบันมีการคาดการณ์ว่า วัฏจักรอาหารริมทางในประเทศไทยจะยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมูลค่าเพิ่มขึ้นเป็น 303,700 ล้านบาท ในปี 2565 คิดเป็นอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 2.1 ต่อปี ปัจจัยสนับสนุนสำคัญต่อการเติบโตคือ การเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ เนื่องจากอาหารเป็นหนึ่งในปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิต ประกอบกับการใช้เงินลงทุน ไม่สูงมากก็สามารถเข้าสู่ธุรกิจได้ เพียงแต่ต้องมุ่งเน้นที่การสร้างความแตกต่างไม่ว่าจะเป็นอาหารที่แปลกใหม่ ถ่ายภาพแล้วแชร์ผ่านสื่อออนไลน์ได้สวยงาม รสชาติอร่อย และที่สำคัญสะอาดถูกสุขอนามัย ควบคู่กับพฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้านที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ประกอบกับภาครัฐให้ความสำคัญกับการผลักดันให้อาหารริมทางเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ ด้วยการยกระดับมาตรฐานสุขอนามัยและความปลอดภัย เพื่อให้อาหารริมทางของไทยมีมาตรฐาน เป็นที่ยอมรับของสากลเพิ่มมากขึ้น ขณะเดียวกันก็สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค ปัจจุบันที่ให้ความใส่ใจต่อความสะอาดและปลอดภัยในอาหารที่รับประทานมากขึ้น (สุนิษฐา เศรษฐีธร, 2561)

5.2.3 ข้อเสนอแนะ

5.2.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งนี้

1) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานที่สนับสนุนการท่องเที่ยว ควรสนับสนุนให้ผู้ประกอบการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการที่สอดคล้องกับตลาดธุรกิจอาหารริมบาทวิถีในปัจจุบันโดยอยู่บนฐานของวิถีชีวิตและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ทั้งนี้ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และเป็นการเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจที่รับผิดชอบ

2) จากการวิจัยพบว่า คุณภาพการบริการเป็นตัวแปรหลักที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง จึงควรจัดแผนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะในการให้บริการของผู้ประกอบการ เพื่อเพิ่มคุณภาพการบริการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามากขึ้น

3) การพัฒนามาตรฐานด้านความสะอาดและความปลอดภัยของอาหารยังคงเป็นเป้าหมายหลักในการดำเนินงานของผู้ประกอบการและเป็นความคาดหวังของลูกค้า นักท่องเที่ยว และหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญ และนำแนวทางของส่วนราชการที่ได้จัดทำคำแนะนำไว้ไปปฏิบัติให้เกิดผลอย่างจริงจัง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าและนักท่องเที่ยว

5.2.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาด้านปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลง ซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจอาหารริมบาทวิถีในพื้นที่ต่าง ๆ ของประเทศไทย เพื่อให้การวิจัยครอบคลุมและมีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมปัจจุบัน

2) ควรสำรวจและวิเคราะห์ผลกระทบของการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่มาใช้ในธุรกิจอาหารริมบาทวิถี ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ผู้สนับสนุนในภาครัฐและเอกชน ผู้ประกอบการ ลูกค้า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีให้ตอบสนองต่อความต้องการของทุกฝ่าย

3) ควรศึกษาการใช้การสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่มีลักษณะเฉพาะสำหรับธุรกิจอาหารริมบาทวิถีที่เน้นการให้บริการอาหารท้องถิ่น เพื่อหาวิธีที่เหมาะสมในการประชาสัมพันธ์อาหารท้องถิ่นของพื้นที่ต่าง ๆ ในประเทศไทยให้มีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล

5.3 การสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ตามกิจกรรมที่ 3 การพัฒนาอาหารท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เชื่อมโยงธุรกิจอาหารริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

5.3.1 การสรุป

5.3.1.1 ลักษณะของอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี

1) ทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นเป็นส่วนใหญ่ 2) ถ่ายทอดมาจาก ปู่ ย่า ตา ยาย หรือ บรรพบุรุษตามอัตลักษณ์วัฒนธรรมของผู้คนในท้องถิ่น 3) ใช้รับประทานในชีวิตประจำวัน 4) พัฒนาเป็นสินค้าที่จำหน่ายในท้องถิ่นในรูปแบบอาหารแผงลอย หรือรถเข็น หน้าร้านหรือในตลาดท้องถิ่น

2) ที่มา/การเกิดของอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีอาหารท้องถิ่นในเขตจังหวัดภาคกลางตอนล่างก็คล้ายคลึงกับในเขตพื้นที่อื่น เกิดขึ้นด้วยเหตุผลหลายประการ ได้แก่ การทำอาหารเพื่อการยังชีพ ดูแลสุขภาพ การถนอมหรือเก็บรักษาอาหาร

3) อัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีมีอัตลักษณ์ 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านวัตถุดิบที่มีเฉพาะในท้องถิ่น 2) ด้านวิธีการปรุงหรือประกอบอาหาร 3) ด้านวิธีการนำเสนอ และ 4) ด้านวิธีการกิน

4) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี ได้แก่ 1) หน่วยงานภาครัฐในส่วนกลาง กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 2) หน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่น เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบล พัฒนาชุมชน 3) ผู้ประกอบการอาหารริมบาทวิถี 4) ผู้นำชุมชนและชุมชน

5.3.1.2 รายชื่ออาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง ได้แก่ จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ 29 รายการ เพชรบุรี 29 รายการ สมุทรสงคราม 23 รายการ และสมุทรสาคร 7 รายการ ตามลำดับ

1) อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง (จังหวัดประจวบคีรีขันธ์) ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว พบว่า ร้านอาหาร/รายการอาหารที่นักท่องเที่ยว เห็นว่ามีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในระดับมาก 20 รายการ และมากที่สุด 9 รายการ โดยมีร้านอาหาร/อาหาร เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 10 รายการ ได้แก่ 1) ปิ้งงบบ้าภา 2) ขนมหวานบ้านป่าปรางค์ 3) นีไอศกริม 4) หอยเสียบเจ็เบียร์ (น้ำจิ้มมะละกอ) 5) กล้วยทอด ป้าเจ้ 6) ข้าวเหนียวมะม่วงป่าเจือ 7) สาลี กะปิสูตรโบราณ ตลาด 8) เจ้ม้วย ซาลาเปาเตาถ่าน 9) ตะโก้เสวยเบญจพงศ์ 10) อาม่ากู่ช่ายก้วย 60 ปี (ตลาดฉัตรไชย)

อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง (จังหวัด เพชรบุรี) ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว พบว่า ร้านอาหาร/รายการอาหารที่มีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของ พื้นที่จังหวัดเพชรบุรีในระดับมาก 20 รายการ และมากที่สุด 9 รายการ โดยมีร้านอาหาร/อาหาร เรียงลำดับ ค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 10 รายการ ได้แก่ 1) ร้านขนมกนน้อย แม่หลาย (เจ้าเก่า) 2) ข้าวแช่แม่เล็ก สะกิดใจ ทำยาง 3) กนกพรลอดช่องน้ำตาลชั้น 4) เดอะโอวทิง นายกี้ 5) ขนมหม้อแกงแม่สมาน 6) นุชทอดมัน ขนมจีน 7) ก้วยเตี่ยวชะอำ ป.ประทีป พริกเผ็ด 8) ข้าวแช่แม่อร 9) ลอดช่องน้ำตาลชั้นโพธิ์การ์รอง และ 10) น้ำตาลสดนฤมล

อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง (จังหวัด สมุทรสงคราม) ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว พบว่า ร้านอาหาร/รายการอาหารที่มีอัตลักษณ์ทาง วัฒนธรรมของพื้นที่จังหวัดสมุทรสงครามในระดับมาก 24 รายการ และมากที่สุด 1 รายการ โดยมีร้านอาหาร/ อาหาร เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 10 รายการ ได้แก่ 1) ก่องเมงจัน บะหมี่ลิ้นชัก 2) ข้าวมันไก่ไทย สวัสดิ์ 3) กล้วยย่างเจ็บบ เจ็บบ 4) โรตีสั้แต้จิว ตลาดน้ำบางน้อย 5) แม่เอี้ย ขนมต้มแม่กลอง เจ้าเก่า 6) Slow bar (สโลว์บาร์หน้าโรงพักแม่กลอง 7) โจ๊กหม้อดิน ธนภรณ์ 8) สกгим บะหมี่หมูทอง 9) ก้วยเตี่ยวยายปุก และ 10) หอยทอดป่าเขียวในตำนาน

อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง (จังหวัด สมุทรสาคร) ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว พบว่า ร้านอาหาร/รายการอาหารที่มีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ของพื้นที่จังหวัดสมุทรสาครในระดับมาก 7 รายการ โดยมีร้านอาหาร/อาหาร เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไป น้อย ได้แก่ 1) ตี๋โฮง เกี้ยวปลาท่าฉลอม 2) ข้าวขาหมู 300 ห้อง มหาชัย 3) ข้าวต้มบ้านกุงปลา 4) หมูย่าง ป้าทา ท่าฉลอม 5) ขนมเป็องญวนป่าแห่ง ท่าฉลอม 6) แดกเถอะเต็ด ขวัญใจหมึกย่าง และ 7) กะบับไก่พันไฟ รังสิต สาขาพันท้ายนรสิงห์

5.3.1.3 การจัดลำดับ (Ranking) รายการอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีที่เป็นอัตลักษณ์ทาง วัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาอาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ตามคำจำกัด ความของงานวิจัย คือ เป็นอาหารท้องถิ่นที่ทำและจำหน่ายในรูปแบบอาหารริมบาทวิถี (Street Food)

เป็นอาหารที่ 1) สะท้อนวัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่ 2) ถ่ายทอดคำรับจากบรรพบุรุษ 3) ใช้วัตถุดิบวัตถุดิบที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น 4) มีวิธีการปรุงและการกินที่เป็นลักษณะเฉพาะของภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยใช้ข้อมูลทีวีเคราะห์จากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวร่วมกับผลการสัมภาษณ์และข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิ โดยนำเสนอในรูปแบบชื่อร้าน รายการอาหารหรือขนม และระบุลักษณะของอาหารเพื่อให้สามารถประยุกต์เป็นเรื่องราวเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

5.3.1.4 การจัดลำดับชื่อร้าน/รายการอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง ประกอบด้วย 1) ชื่อร้าน/รายการอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 11 ร้าน 10 รายการ 2) ชื่อร้าน/รายการอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีจังหวัดเพชรบุรี 21 ร้าน 10 รายการ 3) ชื่อร้าน/รายการอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีจังหวัดสมุทรสงคราม 10 ร้าน 10 รายการ และ 4) ชื่อร้าน/รายการอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีจังหวัดสมุทรสาคร 5 ร้าน 5 รายการ

5.3.2 อภิปรายผล

5.3.2.1 อัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี 1) ลักษณะของอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีเป็นอาหารที่ทำจากวัตถุดิบในท้องถิ่นเป็นส่วนใหญ่ ถ่ายทอดมาจาก ปู่ ย่า ตา ยาย หรือ บรรพบุรุษ ตามอัตลักษณ์วัฒนธรรมของผู้คนในท้องถิ่น ใ้รับประทานในชีวิตประจำวัน และพัฒนาเป็นสินค้าที่จำหน่ายในท้องถิ่นในรูปแบบอาหารแผงลอย หรือรถเข็น หน้าร้านหรือในตลาดท้องถิ่น 2) ที่มา/การเกิดของอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี อาหารท้องถิ่นในเขตจังหวัดภาคกลางตอนล่างก็คล้ายคลึงกับในเขตพื้นที่อื่น เกิดขึ้นด้วยเหตุผลหลายประการ ได้แก่ การทำอาหารเพื่อการยังชีพ ดูแลสุขภาพ การถนอมหรือเก็บรักษาอาหาร 3) อัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี มี 4 ด้าน ได้แก่ ด้านวัตถุดิบที่มีเฉพาะในท้องถิ่น ด้านวิธีการปรุงหรือประกอบอาหาร ด้านวิธีการนำเสนอ และด้านวิธีการกินโดย กติกา กลิ่นจันทร์แดง และศิริเพ็ญ ดาบเพชร (2564) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารด้วยอัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น พบว่า อัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นมี 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเทคนิคในการทำ (Cooking technique) ด้านรสชาติ (Flavor) และด้านสูตรอาหาร (Recipe) ซึ่งอาหารท้องถิ่นได้ถูกนำมาสร้างการรับรู้เกี่ยวกับพื้นที่ โดยนำมาเป็นสินค้าของที่ระลึก จัดเป็นเทศกาล เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมทางการท่องเที่ยว และเผยแพร่ทางสื่อสังคมออนไลน์ ธีระวัฒน์ จันทิก และคณะ (2564) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารพื้นถิ่น สำหรับยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวของชุมชนหมู่บ้านไทยมุสลิม ผลการศึกษาพบว่า รายการอาหาร วัตถุดิบที่ใช้ และกรรมวิธีในการทำ นำมาซึ่งข้อมูลการผลิตอาหารพื้นถิ่นตามอัตลักษณ์ของชุมชนหมู่บ้านไทยมุสลิม ที่จะนำไปสู่การพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์อาหารจากวัตถุดิบในท้องถิ่นนั้น ต้องอนุรักษ์ความโดดเด่นของเครื่องเทศแบบมุสลิมเอาไว้ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถรับรู้ถึงรสชาติอาหารของชาวมุสลิม นอกจากนี้ การจำหน่ายให้มีการจำหน่ายอาหารภายใต้ “ภัตตาคารชุมชน” ได้จัดให้มีตำรับอาหารสำหรับรับรองรับกลุ่มผู้ศึกษาดูงาน กลุ่มนักท่องเที่ยวของชุมชนหมู่บ้านไทยมุสลิม ประกอบด้วย อาหารที่เป็นอัตลักษณ์ของชาวมุสลิม อาหารพื้นบ้าน และตำรับอาหารสำหรับกิจกรรมที่สืบเนื่องจากการท่องเที่ยว (งานอีเวนต์) และกลุ่มสถานประกอบการโรงแรมหรือรีสอร์ท สำหรับผลการพัฒนาศักยภาพ เพิ่มความรู้ความสามารถให้กับบุคลากรในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในการจัด

โปรแกรมการท่องเที่ยวหรือการศึกษาดูงานร่วมกันการจัดทำรับอาหารที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน วรารัตน์ สานนท์ และคณะ (2563) ศึกษาเรื่อง การศึกษาอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนจาก อัตลักษณ์เพื่อการท่องเที่ยวเรียนรู้อาหารเชิงสุขภาพของภูมิภาคตะวันตก ผลการวิจัยพบว่า มีการนำทรัพยากร ในท้องถิ่น เช่น พืชผักพื้นบ้านที่ขึ้นตามธรรมชาติหรือตามฤดูกาล เช่น มะสัง ใบเปราะ หน่อไม้ แดงเปรี้ยว มะดัน ผักกูด คุณหรือโชน เครื่องเทศที่ขึ้นความจำเพาะในป่า เช่น มะแข่นหรือพริกพราน พืชสวนครัวผัก พื้นบ้านมักเป็นพืชสมุนไพร ได้แก่ ข่า ตะไคร้ ใบมะกรูด กะเพรา โหระพา กระชาย เป็นต้น นำมาใช้เป็น วัตถุดิบในการประกอบอาหาร มีการใช้พืชผักที่ให้รสเปรี้ยวมาประกอบอาหาร สำหรับเนื้อสัตว์นิยมใช้ปลา และไก่เป็นเนื้อ สัตว์หลัก โดยเฉพาะปลาน้ำจืดที่สามารถหาได้ตามแหล่งน้ำธรรมชาติ จึงเป็นอาหารที่ปลอดภัย สารพิษ ในการประกอบอาหารใช้น้ำมันและไขมันน้อย ซึ่งแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของท้องถิ่นนั้น ๆ ส่วนการจัดทำสร้างเรื่องเล่าและวิธีการเรียนรู้อาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพตามอัตลักษณ์ ชุมชนสำหรับนักท่องเที่ยวพบว่า ในแต่ละชุมชนได้คัดเลือกอาหารท้องถิ่นมาจัดทำอาหารเพื่อสุขภาพได้ อย่างน้อย 6 สำหรับ โดยแต่ละสำรับมีอาหารครบ 5 หมู่ มีเรื่องเล่าด้านประวัติอาหาร วิธีประกอบอาหาร วิธีชีวิตชุมชนและสรรพคุณทางอาหาร พร้อมทั้งสร้างเรื่องเล่าแต่ละสำรับมาเชื่อมโยงออกแบบเรื่องเล่า และวิธีการเรียนรู้อาหารท้องถิ่น สำหรับไทยเป็นภูมิปัญญาและมีการใช้สมุนไพรที่ เป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริม ให้ชุมชนมีกิจกรรมการท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นช่องทางสร้างงานสร้างรายได้ให้กับชุมชน นำไปสู่ยกระดับการ ท่องเที่ยวเรียนรู้อาหารเชิงสุขภาพวิจัย ธรรมสอน และจอมขวัญ สุวรรณรักษ์ (2566) ปัจจัยด้านอัตลักษณ์ อาหาร ด้านคุณภาพอาหาร ด้านทัศนคติ และด้านความสะอาดมีผลต่อความตั้งใจบริโภคอาหารประจำถิ่นใน ระดับมากที่สุด 3) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ด้านรายได้มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 และ 4) ปัจจัยด้านคุณภาพอาหาร ด้านทัศนคติ ด้านความสะอาด และด้านอัตลักษณ์อาหารมี ความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจบริโภคอาหารประจำถิ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ ญาณิศา มิตร โกลสูม (2563) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวอาหารริมทางผ่านมุมมองของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ กรณีศึกษา ย่านเยาวราช กรุงเทพมหานคร ได้เสนอแนวทางพัฒนาภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว อาหารริมทางของย่านเยาวราช กรุงเทพมหานคร โดยต้องมีการพัฒนาภาพลักษณ์จากองค์ประกอบ 3 ประการ ได้แก่ 1) การพัฒนาองค์ประกอบที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวเยาวราช 2) การพัฒนาองค์ประกอบทาง โครงสร้างและองค์ประกอบทางอารมณ์ของย่านเยาวราช และ 3) การพัฒนาอัตลักษณ์ของย่านเยาวราช

5.3.2.2 รายการอาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง การ จัดลำดับ (Ranking) รายการอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาอาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ตามคำจำกัดความของงานวิจัย คือ เป็นอาหาร ท้องถิ่นที่ทำและจำหน่ายในรูปแบบอาหารริมบาทวิถี (Street Food) เป็นอาหารที่ 1) สะท้อนวัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่ 2) ถ่ายทอดตำรับจากบรรพบุรุษ 3) ใช้วัตถุดิบวัตถุดิบที่แสดงความเป็น เอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น 4) มีวิธีการปรุงและการกินที่เป็นลักษณะเฉพาะของภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยใช้ข้อมูล ที่วิเคราะห์จากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวร่วมกับผลการสัมภาษณ์และข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิ โดยนำเสนอในรูปแบบชื่อร้าน รายการอาหารหรือขนม และระบุลักษณะของอาหารเพื่อให้สามารถประยุกต์

เป็นเรื่องเล่าเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในการจัดลำดับชื่อร้าน/รายการอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง ประกอบด้วย 1) ชื่อร้าน/รายการอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 11 ร้าน 10 รายการ 2) ชื่อร้าน/รายการอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีจังหวัดเพชรบุรี 21 ร้าน 10 รายการ 3) ชื่อร้าน/รายการอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีจังหวัดสมุทรสงคราม 10 ร้าน 10 รายการ และ 4) ชื่อร้าน/รายการอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีจังหวัดสมุทรสาคร 5 ร้าน 5 รายการ โดย สิทธิศักดิ์ เตียงงา และกนกวรรณกรณ์ หลวงวังโพธิ์ (2565) ได้ศึกษาเรื่อง การสร้างอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นและการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ ผลการวิจัยพบว่า อาหารที่จัดเป็นอาหารท้องถิ่นและมีอัตลักษณ์ของชุมชนในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์คือ น้ำพริกปลาร้า ส้มตำ ลาบ ก้อย อ่อม ผักพื้นบ้านทั่วไป ผลไม้ตามฤดูกาล นักท่องเที่ยวชุมชนในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีภูมิลำเนาอยู่ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ ใช้เวลาในการท่องเที่ยวครั้งละ 3 วัน นิยมรับประทานอาหารท้องถิ่นในมือเที่ยงและมือค่ำ รสชาติอาหารมีรสชาติตามธรรมชาติของเมนูและวัตถุดิบที่ใช้ทำอาหาร รสชาติเข้มข้นแต่เผ็ดปานกลางถึงมาก นักท่องเที่ยวต้องการมีส่วนร่วมในการทำอาหาร และชมการทำอาหารท้องถิ่น อาหารท้องถิ่นในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ที่นักท่องเที่ยวต้องการ คือ น้ำพริกปลาร้า ส้มตำและลาบ ชิษฐพงศ์ ศิริโชตินิศากร (2559) ศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบนวัตกรรมอาหารพื้นถิ่นเชิง สร้างสรรค์เพื่อเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการวิจัยพบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหารพื้นถิ่นอยู่ที่ระดับมากที่สุดในแต่ละด้าน คือ 1) ด้านเครื่องปรุงและวัตถุดิบที่แสดงออกถึงอาชีพของคนในพื้นที่ 2) ด้านอาหารพื้นถิ่นมีคุณค่าแก่การสืบทอดด้วยการสร้างเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว 3) ขั้นตอนการประกอบอาหารเป็นปัจจัยดึงดูดใจในการรับประทานของนักท่องเที่ยว 4) รสชาติของอาหารพื้นถิ่นทำให้เกิดการกระตุ้นความต้องการเดินทาง 5) รูปแบบอาหารที่ทันสมัยส่งผลต่อการเลือกบริโภค ของนักท่องเที่ยวในอาหารพื้นถิ่น

สภาพการณ์ของอาหารในพื้นที่ 1) ด้านคุณลักษณะหรือเอกลักษณ์ของอาหารแสดงออกถึงวิถีชีวิตที่เรียบง่ายของคนในพื้นที่ ลักษณะของพื้นที่ การประกอบอาชีพมีอิทธิพลกับการปรุงอาหาร 2) ด้านวัตถุดิบและรสชาติของอาหาร สะท้อนการนำวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นทั้งสดและแปรรูปมาใช้ในการปรุงอาหาร และรสชาติที่โดดเด่น ครบรสจากเครื่องปรุงในพื้นที่ 3) ด้านกระบวนการขั้นตอนในการปรุงคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของรสชาติจากวัตถุดิบ ด้วยการพล่า แกง ต้ม และการรับประทานสด อาหารที่ผ่านการพัฒนารูปแบบนวัตกรรมอาหารพื้นถิ่นด้วยการพัฒนาสูตรมาตรฐานอาหาร รสชาติ และการนำเสนอคือ พล่าปลากะแล้ แกงลูกสามสิบ ขนมโค มะละกอหอยเสียบ แกงส้มพริกนก ขนมข้าวฟ่าง

5.3.3 ข้อเสนอแนะ

5.2.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งนี้

1) การส่งเสริมและอนุรักษ์อัตลักษณ์อาหารท้องถิ่น: ควรเน้นการอนุรักษ์และถ่ายทอดอัตลักษณ์วัฒนธรรมของอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี เพื่อให้ยังคงความเป็นเอกลักษณ์และดึงดูดนักท่องเที่ยวและคนรุ่นใหม่ให้เข้ามาสัมผัสและรู้จักอาหารท้องถิ่นอย่างลึกซึ้ง

2) การสนับสนุนผู้ประกอบการอาหารริมบาทวิถี: หน่วยงานภาครัฐและองค์กรชุมชนควรให้การสนับสนุนผู้ประกอบการในการพัฒนาและขยายกิจการของตน เช่น การอบรมด้านการจัดการธุรกิจ การตลาด และการรักษาความปลอดภัยของอาหาร เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

3) การส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์: ควรมีการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น การจัดกิจกรรมเทศกาลอาหารท้องถิ่น การใช้สื่อออนไลน์ และการพัฒนาแอปพลิเคชันที่เน้นการแนะนำร้านอาหารริมบาทวิถีในแต่ละพื้นที่

4) การรักษาความสะอาดและความปลอดภัยของอาหาร: ควรมีการตรวจสอบและควบคุมมาตรฐานความสะอาดและความปลอดภัยของอาหารริมบาทวิถีอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว

5.2.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1) การศึกษาความยั่งยืนของอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี: ควรมีการวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับความยั่งยืนของการประกอบอาหารริมบาทวิถี โดยเฉพาะการใช้วัตถุดิบท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพและการรักษาแหล่งที่มาของวัตถุดิบที่ยั่งยืน

2) การวิจัยเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยว: ควรศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย เช่น การหันมาใส่ใจในเรื่องสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้สามารถพัฒนาและปรับปรุงอาหารริมบาทวิถีให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในอนาคต

3) การวิจัยเชิงเปรียบเทียบอาหารท้องถิ่นในพื้นที่ต่าง ๆ: ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในภูมิภาคอื่น ๆ ของประเทศไทย เพื่อหาจุดเด่นและลักษณะที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาและขยายตลาดให้กับอาหารท้องถิ่นในภูมิภาคต่าง ๆ

4) การศึกษาบทบาทของเทคโนโลยีในการส่งเสริมอาหารท้องถิ่น: ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับบทบาทของเทคโนโลยีในการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี เช่น การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ในการโปรโมทและขายอาหาร หรือการพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับนักท่องเที่ยวในการค้นหาร้านอาหารริมบาทวิถี

เอกสารอ้างอิง

- กนก บุญศักดิ์ สิทธิชัย พรหมสุวรรณ เสรี วงษ์มณฑา วาสนา และกิริติจำเริญ. (2561). อิทธิพลของปัจจัยที่มีต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวบนฐานชุมชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างของประเทศไทย. *วารสารวิจัยชุมชน*, 12(1), 10-28.
- กรมอนามัย. (2563). คู่มือการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานอาหารริมบาทวิถี (Street Food Good Health), สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ.
- กฤติกา คุณูปการ และเกศรา สุกเพชร (2565). ปัจจัยความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวจีนมูลค่าสูงที่มีต่อภาคใต้ของประเทศไทย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 42(3), 78-103.
- กฤษณ์ท แสหนทวี. (2562). แนวทางการสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 7(4), 59-70.
- กอบกาญจน์ วัฒนวรางกูร. (2560). รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว ฉบับที่ 4. สืบค้นจาก <http://www.thansettakij.com/content/77043>.
- กติกิา กลิ่นจันทร์ แดง และศิริเพ็ญ ดาบเพชร. (2564). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารด้วยอัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น. *วารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา*, 15(3), 144-157.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558). *อาหารการกิน*. สืบค้นเมื่อ 24 ธันวาคม 2566 จาก <https://thai.tourismthailand.org/>.
- จอมขวัญ สุวรรณรักษ์ บัณฑิต ผังนรินทร์ และวัชรินทร์ แสงมา. (2564). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นในเขตระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก.
- เจริญชัย เอกมาไพศาล และและณัฐสการณั ดิภาสโตร. (2561). การวิเคราะห์องค์ประกอบของทัศนคติการบริโภคอาหารริมทางของผู้บริโภคชาวไทย กรณีศึกษาร้านอาหารริมทางย่านเกาะโดยรอบวงเวียนอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ กรุงเทพมหานคร. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*, 13(45), 56-67.
- ชนบท บัวหลวง. (2564). นโยบายสาธารณะ: การพัฒนารูปแบบการจัดการอาหารริมบาทวิถี โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน จังหวัดลพบุรี. *วารสารสาธารณสุขและวิทยาศาสตร์สุขภาพ*, 4(1), 175-190.
- ชัยนันต์ ไชยเสน. (2563). อาหารริมทางภูเก็ต: รูปแบบอาหารริมทางและวิถีสร้างสรรค์เสน่ห์เพื่อการท่องเที่ยว. *เชิงอาหารของจังหวัดภูเก็ต. วารสารการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์*, 9(2), 120-127.
- ชัยวิชญ์ ม่วงหมื่น นฤมล สุนสวัสดิ์ ปริญญาญช กิจรุ่งโรจน์เจริญ รัชชก ปัญญาสุพัฒน์ และรัตนา บุญอ่วม. (2562). รูปแบบความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี*, 13(2), 125-137.

- ณัฐกานต์ พุกษ์สรนันท์, จุฬามาศ วิศาลสิงห์, และฐานกาญจน์ วงศ์วิศิษฐ์ศิลป์. (2560). แนวทางการสอดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ห่วงโซ่อาหารเพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าการท่องเที่ยว. *วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่*, 10(2), 169-182.
- ณัฐพัชร์ ล้อประดิษฐ์พงษ์. (2549). คู่มือสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า. กรุงเทพฯ. สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.
- ธมนวรรณ อินทรทัต (2563). มาตรฐานมิชลินกับวัฒนธรรมการกินอาหารริมบาทวิถีในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้: กรณีศึกษานนเยาวราช กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. คณะศิลปศาสตร์.
- ธานีรินทร์ ศิลป์จารุ. (2563). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS*. พิมพ์ครั้งที่ 18. บิซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- ธีระวัฒน์ จันทิก จิตพนธ์ ชุมเกตุ ชิชณพงศ์ ศิริโชตินิศากร ระชานนท์ ทวีผล และธนพัฒน์ อินทวี. (2564). การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารพื้นถิ่น สำหรับยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวของชุมชนหมู่บ้านไทยมุสลิม. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 15(1), 454-475.
- สุธีรา สิทธิกุล. (2566). ภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกลับมาท่องเที่ยวเชิงอาหารซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารสยามวิชาการ*, 24(1), 1-21.
- นัยนา รัตนสุวรรณชาติ เขมมารี รักรัชชูชีพ และศิริภัสสรค์ วงศ์ทองดี. (2562). นวัตกรรมจัดการ. *วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย*, 11(3), 543-554.
- ประไพพิมพ์ สุธีวสินนนท์ และประสพชัย พสุนนท์. (2559). กลยุทธ์การเลือกตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ. *วารสารปริชาต มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 29(2), 31 – 48
- ปวงปณิต สออบขุนทด ขวัญกมล ดอนขวา และฉัตรชัย พิศพล. (2562). ความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์. *WMS Journal of Management Walailak University*, 9(1), 65-80.
- พงษ์เทพ วรกิจโภคาทร. (2548). *การวิจัยประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ประกายประกิ.
- พัชรี ตั้งตระกูล กรุณา วงษ์กระจ่าง ศิวฤทธิ พงศกรรังศิลป์ และณรงค์ สมพงษ์. (2561). *การส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารท้องถิ่นของ จังหวัดภูเก็ต*. กรุงเทพฯ: คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พิชานันท์ ช่อรักษ์ และเจริญชัย เอกมาไพศาล. (2561). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของภาพลักษณ์อาหารริมทาง ทิศนคติต่อจุดหมายปลายทาง การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และ ความตั้งใจกลับมาจุดหมายปลายทางซ้ำของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา ย่านเยาวราช. *วารสารเศรษฐศาสตร์และนโยบายสาธารณะ*, 9 (17), 1-20.
- ทิพวัลย์ รามรง ชัยรัตน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง พรเทพ พัฒนานุรักษ์ และสมจิตต์ ปาละภาค. (2564). ศักยภาพอาหารท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านอาหารท้องถิ่น กรณีศึกษาจังหวัดตรังเมืองคนช่างกิน. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 47(2), 59-74

- พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจด์. (2561). การพัฒนารูปแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นเพื่อเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 14(1), 152-167.
- พิชญ บางเขียว. (2565). อาหารริมบาทวิถีฝั่งธนบุรี: การเปลี่ยนแปลงของสังคมเมืองเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน. *วารสารที่ค้นคว้าวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา*, 21(1), 145-165.
- ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชำนิประศาสน์. (2562). *ระเบียบวิธีการวิจัย*. เจริญดีมั่นคงการพิมพ์.
- วรรัตน์ สานนท์ และกมลพร สนวนทอง. (2561). การศึกษาอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนจากอัตลักษณ์เพื่อการท่องเที่ยวเรียนรู้อาหารเชิงสุขภาพของภูมิภาคตะวันตก: กรณีศึกษาชุมชนท่องเที่ยวล่องชมวิถีคลองมหาสวัสดิ์ ตำบลมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม*, 6(2), 97-114.
- วุฒิชัย กฤษณะประกรกิจ. (2560). *Foodie food tourism trend 2017*. สืบค้นจาก <http://www.etatjournal.com/web/menu-read-tat/menu-2017/menu-12017/756-12017-foodie>
- วันนา ศุภผล และเจริญชัย เอกมาไพศาล. (2562). ปัจจัยคุณภาพอาหารและทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่ออาหารริมทางในแง่ของความปลอดภัย กรณีศึกษา: ย่านถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร. *วารสารการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์*, 8(1), 10-23.
- คันสนีย์ อุตมอ่าง. (2542). *เอกสารประกอบการสอนรายวิชาขนมอบ*. เพชรบูรณ์: คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.
- ศุภณีย์ อัจฉริยะเพ็ ออกุศลกรรมอาหาร. (2560). *อาหารริมทาง (Street Food) ในประเทศไทย*. <https://fic.nfi.or.th/market-intelligence-detail.php?smid=145>
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ พัทธร์ผจง วัฒนสินธุ์ อัจฉรา จันทร์ฉาย และประกอบ บุปรัตน์. (2553). นวัตกรรม: ความหมาย ประเภท และความสำคัญต่อการเป็นผู้ประกอบการ. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 33(128), 57-58.
- สรชัย พิศาลบุตร เสาวรส ไทใหญ่สว่าง และปรีชา อัสวเดชานุกร. (2556). *การสร้างและประมวลผลข้อมูลจากแบบสอบถาม*. วิทย์พัฒนา.
- สุนิษฐา เศรษฐีธรรม. (2561). *ธุรกิจอาหารริมทางในประเทศไทย*. https://fic.nfi.or.th/upload/market_overview/word/Rep_Street%20Food_10.04.62_edit%2003.05.62.docx
- สุรพงษ์ คงสัจด์ และธีรชาติ ธรรมวงศ์. (2551). *การหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC)*. <https://www.mcu.ac.th/article/detail/14329>.
- สุธีรา สิทธิกุล. (2565). ภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกลับมาท่องเที่ยวเชิงอาหารซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่. *สยามวิชาการ*, 24(10), 1-21.
- สุนีย์ ศักดาเดช. (2549). *อาหารท้องถิ่นจันทบุรี*. จันทบุรี: คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.

- เสาวภา ศักยพันธ์. (2548). *เอกสารประกอบการสอนรายวิชานมอบ*. เชียงใหม่: คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน). (2562). *การจัดการองค์การนวัตกรรม Innovative Organization Book Of Knowledge*. กรุงเทพฯ: ทริปเปิลว้าว คอร์ปอเรชั่น จำกัด.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2562). *บทสรุปสำหรับผู้บริหาร การสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ.2561*. <http://www.nso.go.th>
- สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. (2564). *คู่มือการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานอาหารริมบาทวิถี*. กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อและสิ่งพิมพ์แก้วเจ้าจอม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- อัมพร จันทวิบูลย์ และสง่า ดามาพงษ์. (2562). การพัฒนาอาหารริมบาทวิถีของประเทศไทย. *วารสารวิชาการสาธารณสุข*, 28(6), 996-1012.
- อำไพ พฤติวรพงศ์กุล. (2551). *อาหารพื้นบ้านไทย ในตำราวิชาการอาหารเพื่อสุขภาพ*. กองการแพทย์ทางเลือก กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและแพทย์ทางเลือก.
- โอบอล สุวรรณเมฆ และ อภิวรรณ กรมเมือง. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ*, 10(2), 144-155.
- Bornstein, M. H., Jager, J., & Putnick, D. L. (2013). Sampling in Developmental Science: Situations, Shortcomings, Solutions, and Standards. *Developmental Review*, 33(4), 357–370.
- Cohen, E., & Avieli, N. (2004). Food in tourism: Attraction and impediment. *Annals of tourism Research*, 31(4), 755-778.
- Danhi. (2003). What is your country's culinary identity?. *Culinology Currents, Winter2003*, 4-5.
- Damanpour, F. & Gopalakrishnan. S. (2001). The Dynamics of the Adoption of Product and Process Innovations in Organizations. *Journal of Management Studies*, 38(1), 65-84.
- Danica G.H. & Anneliese A. Singh. (2012). Qualitative Inquiry in Clinical and Educational Settings. *International Statistical Review*, 81(1), 167 - 168
- Drucker, P. F. (1985). The Discipline of Innovation. *Harvard Business Review*, 68(4), 67-72.
- Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., & Cambourne, B. (Eds.). (2004). *Food tourism around the world*. Routledge.
- Evan, W.M. (1966). Organizational Lag. *Human Organization*, 25 (spring), 51-53.
- Everett, S., & Aitchison, C. (2008). The Role of Food Tourism in Sustaining Regional Identity: A Case Study of Cornwall. Southwest England. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2), 150-167.
- Freeman, C. & Soete, L. (1997). *The Economics of Industrial Innovation*. 3rd ed. Continuum.

- Fox, R. (2007). Reinventing the gastronomic identity of Croatian tourist destinations. *Science Direct Hospitality Management*, 26, 546-559.
- Gendzheva, N. (2014). Model of corporate social responsibility in food tourism. *International Journal for Responsible Tourism*, 3(1), 44-63.
- Hall, M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., & Cambourne, B. (2003). *Food tourism around the world: Development, management and markets*. Butterworth-Heinemann.
- Harrington, R. J. (2005). Defining gastronomic identity: The impact of environment and culture on prevailing components, texture and flavors in wine and food. *Journal of Culinary Science & Technology*, 4(2/3), 129-152.
- Henderson, J. C. (2006). Tourism in Dubai: Overcoming Barriers to Destination Development. *International Journal of Tourism research*, 8, 87-99.
- Herkema, S. (2003). A Complex Adaptive Perspective on Learning within Innovation Projects. *The Learning Organization*, 10(6), 340-346.
- Mile & Huberman, 1994
- Horner, S., & Swarbrooke, J. (2016). *Consumer behaviour in tourism* (3rd ed.). Routledge.
- Hong, J., & Tsai, C. (2012). Exploring marketing strategies for culinary tourism in Hong Kong and Singapore. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 17(3), 277-300.
- Jalilvand, M. R., & Samiei, N. (2012). The impact of electronic word of mouth on a tourism destination choice: Testing the theory of planned behavior (TPB). *Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy*, 22(5), 591-612.
- Kiralova, A., & Hamarneh, I. (2017). Local gastronomy as a prerequisite of food tourism development in the Czech Republic. *Marketing and Management of Innovations*, (2), 15–25. <https://doi.org/10.21272/mmi.2017.2-01>
- Lee, T. H. (2009). A structural model to examine how destination image, attitude, and motivation affect the future behavior of tourists. *Leisure Sciences*, 31(3), 215-236.
- Levitt, J. A., Meng, F., Zhang, P., & DiPietro, R. B. (2017). Examining factors influencing food tourist intentions to consume local cuisine. *Tourism and Hospitality Research*, 1-14.
- Mak, A. H., Lumbers, M., Eves, A., & Chang, R. C. (2012). Factors influencing tourist food consumption. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 928-936.
- Miles, M.B., & Huberman, A.M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Sage.

- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing*, 63(Special Issue), 33–44.
- Olorunniwo, F., Hsu, M.K. and Udo, G.J. (2006), "Service quality, customer satisfaction, and behavioral intentions in the service factory", *Journal of Services Marketing*, Vol. 20 No. 1, pp. 59-72.
- Robinson, S., & Etherington, L. (2006). *Customer Loyalty: A Guide for Time Travelers*. New York: Palgrave Macmillan
- Schwarcz, S., Spindler, H., Scheer, S., Valleroy, L., & Lansky, A. (2007). Assessing representativeness of sampling methods for reaching men who have sex with men: A direct comparison of results obtained from convenience and probability samples. *AIDS and Behavior*, 11(4), 596– 602.
- Sirdeshmukh, D., Singh, J., & Sabol, B. (2002). Consumer trust, value, and loyalty in relational exchanges. *Journal of Marketing*, 66(1), 15–37.
- Wolf, E. (2002). *Culinary tourism. A tasty economic proposition*. International Culinary Tourism Task Force.
- World Tourism Organization. (2012). *Global report on food tourism*. The World Tourism Organization.
- Park, S. H., Hsieh, C.-M., & Lee, C.-K. (2017). Examining Chinese College Students' Intention to Travel to Japan Using the Extended Theory of Planned Behavior: Testing Destination Image and the Mediating Role of Travel Constraints. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34 (1), 113-131. doi: 10.1080/10548408.2016.1141154.
- Thompson, J. (2022). A Guide to Abductive Thematic Analysis. *The Qualitative Report*, 27(5), 1410 - 1421.
- Quinn, J. (1992). *Intelligent enterprise*. Free Press.
- Rand, D. U., & Heath, E. (2006). Towards a Framework for Food Tourism as an Element of Destination Marketing. *Current Issues in Tourism*, 9(3), 206-234.
- Rogers, E.M. (1995). *Diffusion of Innovation*. 4th ed. The Free Press.
- Schilling, M.A. (2008). *Strategic Management of Technological Innovation*. 2nd ed. McGraw-Hill Education.
- Sezgin, A. C., & Şanlıer, N. (2016). Street food consumption in terms of the food safety and health. *Journal of Human Sciences*, 13(3), 4072-4083.
- Smits, R. (2002). Innovation studies in the 21 th century: Questions from a user's Perspective. *Technological Forecasting & Social Change*, 69(2), 861-883.

- Tushman, M.L. & Nadler, D. (1986). Organizing for Innovation. *California Management Review*, 28(3), 74-92.
- T-Globe. (2559). อาหารพื้นบ้าน. <http://www.t-globe.com/15904>
- Kotler, P. (2000). *Marketing management millennium edition* (10th ed.). Prentice-Hall.
- Utterback, J.M. (1971). The Process of Technological Innovation Within the Firm. *Academy of Management Journal*. 14(1), 75-88.
- Rand, D. U., & Heath, E. (2006). Towards a Framework for Food Tourism as an Element of Destination Marketing. *Current Issues in Tourism*, 9(3), 206-234.
- Wolf, E. (2002). *Culinary tourism. A tasty economic proposition*. International Culinary Tourism Task Force.
- Zainal, A., Zali, A. N., & Kassim, M. N. (2010). Malaysian gastronomy routes as a tourist destination. *Journal Tourism, Hospitality and Culinary Arts*, 2(1), 15-24.



ภาคผนวก



แบบสัมภาษณ์

ภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีเพื่อเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง (โครงการ-1)

คำชี้แจง: แบบสัมภาษณ์นี้ เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีเพื่อเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของท่านต่อตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ประกอบด้วย จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสาคร และ สมุทรสงคราม จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านให้ข้อมูลซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัยในครั้งนี้

คำนิยาม: อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี (Local Street Food) หมายถึง อาหารท้องถิ่น ที่ตั้งขายริมฟุตบาท หน้าตึกแถว หรือร้านค้าในย่านการค้า หรือร้านค้าในชุมชนหนาแน่น มักใช้ชื่อเรียกเป็นถนน หรือย่านการค้า หรือบางแห่งเรียกเป็นตลาดโต้รุ่ง ในเขตจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ได้แก่ จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสาคร และ สมุทรสงคราม

แบบสัมภาษณ์นี้ แบ่งเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

1 เพศ 1) ชาย 2) หญิง

2 อายุปี

3 ตำแหน่ง

- 1) ผู้ประกอบการ/ผู้ปฏิบัติงานในธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี
- 2) ผู้นำชุมชน
- 3) ผู้บริหาร/ผู้ปฏิบัติงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นต่ออาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

1. อาหารริมบาทวิถี (Street food) เกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่นอย่างไร
2. บทบาทของอาหารริมบาทวิถีในปัจจุบันมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศอย่างไรบ้าง
3. อาหารท้องถิ่นในจังหวัดของท่านให้บริการในรูปแบบของอาหารริมบาทวิถีมากน้อยเพียงใด
4. หน่วยงานใดในพื้นที่ที่ให้การส่งเสริมสนับสนุนอาหารท้องถิ่นในรูปแบบอาหารริมบาทวิถี (Street food)

และสนับสนุนในรูปแบบใด

5. ท่านคิดว่า จะสร้างภาพลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นในธุรกิจริมบาทวิถีอย่างไรในการดึงดูดนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นต่อตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัดภาคกลาง
ตอนล่าง

ท่านคิดว่า ตัวแปรต่อไปนี้มีความสำคัญกับธุรกิจอาหารริมบาทวิถี (Street food) ที่เกี่ยวข้องกับอาหาร
ท้องถิ่นในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

ลำดับ	ตัวแปร	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย
1	คุณภาพที่น่าประทับใจของอาหารท้องถิ่น			
2	คุณภาพการให้บริการของร้าน Street food			
3	ราคาอาหารที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพ			
4	ความแปลกใหม่ของอาหารท้องถิ่นที่ให้บริการ			
5	บรรยากาศของร้าน Street food			
6	มีคุณค่าทางโภชนาการจากการใช้พืชผักสมุนไพร			
7	มีส่วนประกอบของวัตถุดิบเป็นเสน่ห์ดึงดูด			
8	สร้างสรรค์ความคิดใหม่ ๆ ในการประกอบและบริการ			
9	ใส่ใจเรื่องความสะอาดและความปลอดภัยของอาหาร			
10	แสดงให้เห็นถึงความเป็นวัฒนธรรมของอาหารไทย			
11	เป็นอาหารท้องถิ่นที่แสดงเอกลักษณ์ที่โดดเด่น			
12	ความมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป			
13	ใส่ใจเรื่องความสะอาดและความปลอดภัยของอาหาร			
14	ความหลากหลาย ให้เลือกได้หลายอย่าง			
15	เป็นอาหารท้องถิ่นที่แสดงเอกลักษณ์ที่โดดเด่น			
16	มีสิ่งดึงดูดใจ ทำให้ต้องการลิ้มลอง			
17	เข้าถึงร้านจำหน่ายอาหาร Street food ได้ง่าย			
18	บรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุอาหารมีความเหมาะสม			

ขอขอบคุณในความอนุเคราะห์การสัมภาษณ์ในครั้งนี้
คณะผู้วิจัย

แบบสอบถาม

ภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีเพื่อเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่ม จังหวัดภาคกลางตอนล่าง (โครงการ-1)

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้ เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีเพื่อเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของท่านต่อภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี (Street Food) กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ประกอบด้วย จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสาคร และ สมุทรสงคราม จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านให้ข้อมูลซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัยในครั้งนี้

คำนิยาม: อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี (Local Street Food) หมายถึง อาหารท้องถิ่น ที่ตั้งขายริมฟุตบาท หน้าตึกแถว หรือร้านค้าในย่านการค้า หรือร้านค้าในชุมชนหนาแน่น มักใช้ชื่อเรียกเป็นถนน หรือย่านการค้า บางแห่งเรียกเป็นตลาดสดหรือตลาดโต้รุ่ง อยู่ในเขตจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ได้แก่ จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสาคร และ สมุทรสงคราม

แบบสอบถาม แบ่งเป็น 4 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

- 1 เพศ 1) ชาย 2) หญิง 3) เพศทางเลือก
- 2 อายุ 1) น้อยกว่า 20 ปี 2) 20-30 ปี 3) 31-40 ปี
 4) 41-50 ปี 5) 51-60 ปี 5) มากกว่า 60 ปี
- 3 ระดับการศึกษา
 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี 2) ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า 3) สูงกว่าปริญญาตรี
- 4 อาชีพ 1) นักเรียน / นักศึกษา 2) พนักงานในหน่วยงานราชการ
 3) พนักงานรัฐวิสาหกิจ / เอกชน 4) อาชีพอิสระ
 5) แม่บ้าน 6) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
- 5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 1) ต่ำกว่า 20,000 บาท 2) 20,001-25,000 บาท
 3) สูงกว่า 25,000 บาท 4) ไม่สามารถให้ข้อมูลได้
- 6 สถานภาพสมรส
 1) โสด 2) สมรส 3) หย่าร้าง/แยกกันอยู่

7 ที่พักอาศัยในปัจจุบัน

- 1) กรุงเทพฯ 2) ภาคเหนือ 3) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
 4) ภาคกลาง 5) ภาคตะวันออก 6) ภาคใต้

8 ผู้ร่วมเดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

- 1) คนเดียว 2) ครอบครัว 3) เพื่อน 4) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

9 ช่วงเวลาในการเดินทางส่วนใหญ่

- 1) วันธรรมดา 2) เสาร์-อาทิตย์ 3) วันหยุดนักขัตฤกษ์

10 ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวส่วนใหญ่

- 1) 1 วัน 2) 2 วัน 1 คืน 3) 3 วัน 2 คืน 4) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

11 แหล่งข้อมูลประกอบการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่

- 1) องค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยว 2) โซเชียลมีเดีย
 3) ครอบครัว/เพื่อน/คนรู้จัก 4) รายการส่งเสริมการท่องเที่ยว

12 ค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวในจังหวัดภาคกลางตอนล่าง /ครั้ง/คน

- 1) ต่ำกว่า 1,000 บาท 2) 1,001-1,500 บาท
 3) 1,501-2,000 บาท 4) มากกว่า 2,000 บาท

13 จำนวนครั้งของการท่องเที่ยวในจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

- 1) 1 ครั้ง 2) 2-3 ครั้ง 3) 4-5 ครั้ง 4) มากกว่า 5 ครั้ง

14 จังหวัดภาคกลางตอนล่างที่ท่านชื่นชอบในการท่องเที่ยว

- 1) ประจวบคีรีขันธ์ 2) เพชรบุรี 3) สมุทรสาคร 4) สมุทรสงคราม

15 เหตุผลจากการเลือกในข้อ 14 โปรดใส่ตัวเลขหน้าข้อเรียงลำดับตามความชื่นชอบของท่าน

- 1) ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว
 2) ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก
 3) ความสะดวกในการเดินทาง
 4) ความปลอดภัยในพื้นที่
 5) อธิปไตยของผู้คนในพื้นที่
 6) เอกลักษณ์ของอาหารในพื้นที่

ตอนที่ 2 ภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี (Street Food) ในจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

โดยแต่ละระดับความคิดเห็น มีความหมาย ดังนี้

- 5 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับ มากที่สุด 4 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับ มาก
 3 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับ ปานกลาง 2 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับ น้อย
 1 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับ น้อยที่สุด

รายการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
คุณภาพอาหาร					
1 ใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่นเป็นส่วนประกอบในการทำอาหาร					
2 มีเทคนิคการปรุงอาหารที่โดดเด่นส่งผลให้ได้อาหารที่มีรสชาติอร่อย					
3 มีลักษณะและรสชาติความดั้งเดิมของอาหารท้องถิ่น					
4 เป็นอาหารที่สร้างสรรค์จากภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่น					
ความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร					
5 ใช้วัตถุดิบประเภทผักพื้นบ้านที่ปลูกแบบธรรมชาติ					
6 มีขั้นตอนการเตรียมและปรุงอาหารที่สะอาด ถูกหลักอนามัย					
7 เป็นอาหารที่มีสรรพคุณทางตำรายาพื้นบ้าน					
8 มีคุณค่าทางโภชนาการจากการใช้วัตถุดิบพื้นบ้าน					
ความคุ้มค่าสมราคา					
9 ราคาสมเหตุสมผลกับคุณภาพอาหาร					
10 ราคาสมเหตุสมผลกับปริมาณอาหาร					
11 ราคาเหมาะสมกับคุณค่าที่ได้รับ					
12 คุ้มค่ากับการเดินทางมาซื้อหรือรับประทาน					
ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร					
13 มีรายการอาหารที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับ					
14 ใช้วัตถุดิบที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น					
15 มีวิธีการปรุงที่เป็นลักษณะเฉพาะของภูมิปัญญาท้องถิ่น					
16 มีเรื่องเล่าที่เป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว					
ความหลากหลายของอาหาร					
17 มีรายการอาหารหลายประเภทให้เลือก					
18 ใช้วัตถุดิบที่หลากหลายในการปรุงอาหาร					

รายการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
19 เปิดโอกาสให้เลือกส่วนประกอบของอาหาร/ขนมเพื่อเพิ่มความหลากหลายในการรับประทาน					
20 มีอาหารหลากหลายรสชาติ ทำให้เพลิดเพลินในการรับประทาน					
การแสดงถึงวัฒนธรรมไทยของอาหาร					
21 เป็นอาหารที่ถ่ายทอดคำรับจากบรรพบุรุษ					
22 เป็นอาหารที่สะท้อนถึงวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของชุมชน					
23 ใช้คนปรุงอาหารที่เป็นคนในท้องถิ่น					
24 การสื่อสารเรื่องราวอาหารท้องถิ่นโดยผู้ปรุง ช่วยสร้างความรู้ทางวัฒนธรรม ประเพณี และความเชื่อของชุมชน					
บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของร้านหรือสถานที่จำหน่ายอาหาร					
25 ที่ตั้งของร้านอาหาร/ที่จำหน่ายอาหารอยู่ในพื้นที่ที่เดินทางสะดวก					
26 จัดสภาพแวดล้อมภายนอกสะอาด โล่ง ทำให้รู้สึกปลอดภัย					
27 จัดสภาพแวดล้อมภายในเป็นระเบียบ แสดงถึงความพร้อมให้บริการ					
28 จัดเตรียมอุปกรณ์ สิ่งตกแต่ง ในการรับประทานอาหารพร้อมวิธีการจัดวางที่เหมาะสม					
คุณภาพการบริการ					
29 มีการให้บริการโดยคนในพื้นที่					
30 มีการนำเสนอเรื่องเล่าและประวัติความเป็นมาของอาหาร					
31 มีการผสมผสานวัฒนธรรมให้เข้ากับองค์ประกอบของอาหาร เช่น การแต่งกาย					
32 นำเทคโนโลยีมาช่วยในการบริการเพื่อความสะดวก รวดเร็ว					
การเข้าถึงได้ง่าย					
33 สามารถสืบค้นรายการอาหารท้องถิ่นได้หลายช่องทาง					
34 การหาอาหารท้องถิ่นรับประทานมีความสะดวก รวดเร็ว					
35 สามารถหาซื้ออาหารท้องถิ่นได้ในร้านอาหาร/ร้านค้าชุมชน					
36 สามารถหาซื้ออาหารท้องถิ่นได้ตลอดเวลาที่ต้องการ					

ตอนที่ 3 ความรักดีของนักท่องเที่ยวต่ออาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี (Street Food) ในจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

โดยแต่ละระดับความคิดเห็น มีความหมาย ดังนี้

- 5 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับ มากที่สุด 4 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับ มาก
 3 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับ ปานกลาง 2 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับ น้อย
 1 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับ น้อยที่สุด

รายการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ความตั้งใจ					
1 ตั้งใจใช้อาหารท้องถิ่นเป็นตัวเลือกแรกเมื่อวางแผนท่องเที่ยว					
2 ตั้งใจทานอาหารท้องถิ่นเป็นตัวเลือกแรกเมื่อใช้บริการร้านอาหาร					
3 ตั้งใจซื้ออาหารท้องถิ่นเป็นของฝากขณะเดินทางท่องเที่ยว					
การแนะนำ					
4 คำแนะนำจากผู้เคยทานอาหารท้องถิ่นเป็นประโยชน์ต่อท่าน					
5 ยินดีรับฟังคำแนะนำจากผู้เคยทานอาหารท้องถิ่น					
6 ทานอาหารท้องถิ่นจากคำแนะนำผ่านสื่อต่าง ๆ ที่เชื่อถือได้					
การบอกต่อ					
7 ถ่ายทอดเรื่องราวของอาหารท้องถิ่นผ่านสื่อโซเชียลมีเดียทุกครั้งที่มีโอกาส					
8 บอกต่อให้คนรู้จักทานอาหารท้องถิ่นเมื่อมีโอกาสเดินทางเสมอ					
9 เชิญชวนญาติและเพื่อน ๆ ทานอาหารท้องถิ่นเจ้าอร่อยเสมอ					
การกลับมาซ้ำ					
10 วางแผนการกลับมาเที่ยวเพื่อชิมอาหารท้องถิ่นอีกเมื่อมีโอกาส					
11 แม้มีอาหารอื่นที่พิเศษ แต่ยังตั้งใจชิมอาหารท้องถิ่นเสมอ					
12 จังหวัดภาคกลางตอนล่างเป็นตัวเลือกลำดับต้น ๆ เมื่อมีการท่องเที่ยวในอนาคต					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี

.....

.....

.....

ขอขอบคุณในความร่วมมือตอบแบบสอบถาม

คณะผู้วิจัย

แบบสัมภาษณ์

รูปแบบนวัตกรรมอาหารและการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี

กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง (โครงการ-2)

คำชี้แจง: แบบสัมภาษณ์นี้ เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีเพื่อเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของท่านต่อตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ประกอบด้วย จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสาคร และสมุทรสงคราม จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านให้ข้อมูลซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัยในครั้งนี้

คำนิยาม: อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี (Local Street Food) หมายถึง อาหารท้องถิ่น ที่ตั้งขายริมฟุตบาท หน้าตึกแถว หรือร้านค้าในย่านการค้า หรือร้านค้าในชุมชนหนาแน่น มักใช้ชื่อเรียกเป็นถนน หรือย่านการค้า หรือบางแห่งเรียกเป็นตลาดโต้รุ่ง ในเขตจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ได้แก่ จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสาคร และ สมุทรสงคราม

แบบสัมภาษณ์นี้ แบ่งเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

- 1 เพศ 1) ชาย 2) หญิง
- 2 อายุปี
- 3 ตำแหน่ง 1) ผู้ประกอบการร้านอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี
 2) ผู้แทนหน่วยงานด้านสุขาภิบาลที่ดูแลธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี
 3) ผู้ทรงคุณวุฒิด้านอาหารท้องถิ่น

ตอนที่ 2 ธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

1. สภาพ/สถานการณ์ปัจจุบันของธุรกิจอาหารริมบาทวิถีในจังหวัดของท่านเป็นอย่างไรบ้าง
 2. นโยบายการส่งเสริมธุรกิจอาหารริมบาทวิถีในจังหวัดของท่านมีอะไรบ้าง และดำเนินการอย่างไร
 3. ท่านมีปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจอาหารริมบาทวิถีหรือไม่ และเป็นอย่างไรบ้าง
- ในมุมมองของ

- 3.1 ผู้ประกอบการร้านอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี
 - 3.2 ผู้แทนหน่วยงานด้านสุขาภิบาลที่ดูแลธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี
 - 3.3 ผู้ทรงคุณวุฒิด้านอาหารท้องถิ่น
4. จากข้อ 3 ได้มีการดำเนินการเพื่อแก้ปัญหาอย่างไรตามบทบาทของผู้เกี่ยวข้องทั้ง 3 ฝ่าย
- 4.1 ผู้ประกอบการร้านอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี

4.2 ผู้แทนหน่วยงานด้านสุขภาพที่ดูแลธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี

4.3 ผู้ทรงคุณวุฒิด้านอาหารท้องถิ่น

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นต่อตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัดภาค
กลางตอนล่าง

ตัวแปรใดต่อไปนี่ที่ท่านคิดว่ามีผลสำคัญกับธุรกิจอาหารริมบาทวิถี (Street food) ที่เกี่ยวข้องกับการ
บริหารจัดการธุรกิจอาหารริมบาทวิถีเพื่อให้ประสบความสำเร็จ

ลำดับ	ตัวแปร	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย
1	คุณภาพอาหาร			
2	ความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร			
3	ความคุ้มค่าสมราคา			
4	ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร			
5	ความหลากหลายของอาหาร			
6	บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของร้าน/สถานที่จำหน่าย อาหาร			
7	คุณภาพการบริการ			
8	การเข้าถึงได้ง่าย			
9	การค้นคว้าและนวัตกรรม			
10	การแสดงเอกลักษณ์ความเป็นไทย			
11	การลงมือปฏิบัติ			
12	การบริหารจัดการที่ดี (บริหารคน เงิน งาน)			
13	สถานที่และอุปกรณ์			
14	การใช้สื่อการตลาดออนไลน์			
15	การสนับสนุนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง			

อื่น ๆ (โปรดระบุ)

.....

ขอขอบคุณในความอนุเคราะห์การสัมภาษณ์ในครั้งนี้

คณะผู้วิจัย

แบบสอบถาม

รูปแบบนวัตกรรมอาหารและการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลาง ตอนล่าง (โครงการ-2)

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้ เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง รูปแบบนวัตกรรมอาหารและการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง และสร้างรูปแบบนวัตกรรมอาหารและการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ประกอบด้วย จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสาคร และ สมุทรสงคราม จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านให้ข้อมูลซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัยในครั้งนี้

คำนิยาม: อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี (Local Street Food) หมายถึง อาหารท้องถิ่น ที่ตั้งขายริมฟุตบาท หน้าตึกแถว หรือร้านค้าในย่านการค้า หรือร้านค้าในชุมชนหนาแน่น มักใช้ชื่อเรียกเป็นถนน หรือย่านการค้า หรือบางแห่งเรียกเป็นตลาดโต้รุ่ง ในเขตจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ได้แก่ จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสาคร และ สมุทรสงคราม

แบบสอบถามนี้ แบ่งเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

- 1 เพศ 1) ชาย 2) หญิง 3) เพศทางเลือก
- 2 อายุ 1) น้อยกว่า 30 ปี 2) 30-40 ปี 3) 41-50 ปี
 4) 51-60 ปี 5) มากกว่า 60 ปี
- 3 ระดับการศึกษา
 1) ประถมศึกษา 2) มัธยมศึกษาตอนต้น 2) มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ
ปวช. 3) อนุปริญญา หรือ ปวส. ปริญญาตรีขึ้นไป
4. การสืบทอดหรือเริ่มต้นธุรกิจขายอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี (สตรีทฟู้ด)
 1) สืบทอดกิจการต่อจากครอบครัว 2) รับช่วงกิจการต่อจากผู้อื่น
 2) เริ่มต้นกิจการด้วยตนเอง
- 5 ความรู้หรือประสบการณ์การทำอาหารขาย
 1) เรียนรู้จากบรรพบุรุษ/ครอบครัว 2) ฝึกหัดด้วยตนเอง
 3) เข้าอบรมการทำอาหาร 4) เพื่อนที่สนิทกันให้สูตรมาพัฒนา

รายการ	ระดับการดำเนินงาน				
	5	4	3	2	1
10 กำหนดราคาสมเหตุสมผลกับคุณภาพอาหารหรือขนม					
11 กำหนดราคาสมเหตุสมผลกับปริมาณอาหารหรือขนม					
12 ราคาอาหารคุ้มค่ากับการที่ลูกค้าเดินทางมาซื้อหรือทานในร้าน					
2. การบริหารจัดการ (คน เงิน งาน สถานที่และอุปกรณ์)					
13. วางแผนการจัดหาวัตถุดิบ วัสดุอุปกรณ์ ก่อนทำอาหารจำหน่าย					
14. จัดสรรเงินทุนที่มีเพื่อให้ใช้จ่ายในธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง					
15. มอบหมายให้พนักงานทำหน้าที่ภายใต้การให้คำแนะนำ					
16. คอยตรวจสอบความสำเร็จของงานเมื่อสิ้นสุดการขายในแต่ละวัน					
3. การใช้การสื่อสารการตลาดออนไลน์					
17. มีการขายทั้งในพื้นที่และแบบสั่งออนไลน์					
18. ลูกค้าสามารถจ่ายค่าอาหารโดยการโอนหรือสแกนคิวอาร์โค้ดได้					
19. มีการบริการโดยผูกหรือเชื่อมโยงกับธุรกิจส่งอาหาร เช่น Food panda, Grab food หรือธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ในท้องถิ่น					
4. การสนับสนุน					
20. เข้าร่วมกิจกรรมการส่งเสริมการขายอาหารสตรีฟู้ดของหน่วยงานท้องถิ่น					
21. ได้รับความช่วยเหลือจัดหาวัตถุดิบอาหารจากหน่วยงานท้องถิ่น					
22. ได้รับการสนับสนุนด้านการพัฒนาเมนูอาหารใหม่ ๆ อยู่เสมอ					
มิติด้านสังคม					
1. ความหลากหลายของอาหาร					
23. มีรายการอาหารหลายประเภทให้เลือก					
24. มีอาหารหลายรสชาติทั้ง คาว - หวาน ทำให้เพลิดเพลินในการทาน					
25. เปิดโอกาสให้ลูกค้าเลือกส่วนประกอบของอาหาร/ขนม เช่น ใส่นม หน้า ทอปปิ้งต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความหลากหลายในการทาน					
2. บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของสถานที่จำหน่ายอาหาร					
26. ที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายอาหารอยู่ในพื้นที่ที่เดินทางสะดวก					
27. จัดสภาพแวดล้อมสะอาด เป็นระเบียบ แสดงถึงความพร้อมให้บริการ					
28. เตรียมอุปกรณ์ สิ่งตกแต่ง ในการรับประทานอาหารพร้อมวิธีการจัดวางที่เหมาะสม					
3. การเข้าถึงได้ง่าย					

รายการ	ระดับการดำเนินงาน				
	5	4	3	2	1
29. มีข้อมูลการขายให้สืบค้นรายการอาหารท้องถิ่นได้หลายช่องทาง					
30. ให้บริการอาหารครอบคลุมเวลาที่ลูกค้าต้องการทานหรือซื้อกลับบ้าน					
31. ผู้คนส่วนใหญ่รู้จักร้านอาหารท้องถิ่นเพราะมีผู้แนะนำผ่านสื่อสารออนไลน์					
มิติด้านวัฒนธรรม					
1. ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร					
32. มีรายการอาหารที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับ					
33. ใช้วัตถุดิบที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น					
34. มีเรื่องเล่าที่เป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นที่ดึงดูดความสนใจ					
2. การแสดงออกถึงความเป็นไทย					
35. มีเมนูอาหารที่ถ่ายทอดตำรับจากบรรพบุรุษ					
36. เป็นอาหารที่สะท้อนถึงวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของชุมชน					
37. เป็นอาหารที่ใช้ในประเพณีดั้งเดิมของพื้นที่					
มิติด้านนวัตกรรม					
1. การศึกษาค้นคว้าด้านนวัตกรรม					
38. ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารและบริการ					
39. กำหนดวิธีการสร้างรูปแบบอาหารใหม่ ๆ					
40. ค้นหาความรู้เกี่ยวกับการสร้างนวัตกรรมเพื่อให้ลูกค้าประทับใจ					
2. การสร้างสรรค์นวัตกรรม					
41. คิดค้นเมนูอาหารใหม่จากพื้นฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น					
42. สร้างสรรค์การบริการใหม่อยู่เสมอเพื่อความประทับใจของลูกค้า					
43. พัฒนาช่องทางการขายรูปแบบใหม่ให้ลูกค้าได้รับความสะดวก					

ตอนที่ 3 ความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน
โดยแต่ละระดับความคิดเห็น มีความหมาย ดังนี้

- 5 หมายถึง มีความคิดเห็น ในระดับ มากที่สุด
- 4 หมายถึง มีความคิดเห็น ในระดับ มาก
- 3 หมายถึง มีความคิดเห็น ในระดับ ปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความคิดเห็น ในระดับ น้อย
- 1 หมายถึง มีความคิดเห็น ในระดับ น้อยที่สุด

รายการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ยอดขายและกำไร					
1. ยอดขายแต่ละวัน เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้					
2. กำไรสุทธิ สามารถทำให้ธุรกิจขายอาหารดำเนินงานต่อได้					
3. ภาพรวมผลการดำเนินธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีอยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด					
การแนะนำของลูกค้า					
4. ลูกค้าแนะนำผู้อื่นให้มาอุดหนุนอาหารที่ร้านเสมอ					
5. มีการแนะนำอาหารของร้านผ่านแพลตฟอร์มการรีวิวอาหาร					
6. หน่วยงานท้องถิ่นแนะนำเมนูอาหารของร้านผ่านเพจอาหารและการท่องเที่ยว					
ความพึงพอใจของลูกค้า					
7. ลูกค้าแสดงความชื่นชมรสชาติอาหารทั้งต่อหน้าและผ่านการบอกต่อ					
8. ลูกค้าให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการในเชิงสร้างสรรค์					
9. ลูกค้ารายเดิมเข้ามาใช้บริการซ้ำอย่างสม่ำเสมอ					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงการบริหารจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี

.....

.....

.....

ขอขอบคุณในความร่วมมือตอบแบบสอบถาม
คณะผู้วิจัย

แบบสัมภาษณ์

รายการอาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง (โครงการ-3)

คำชี้แจง: แบบสัมภาษณ์นี้ เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีเพื่อเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสรุปรายการอาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง ประกอบด้วย จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสาคร และ สมุทรสงคราม และจัดลำดับ (Ranking) จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านให้ข้อมูลซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัยในครั้งนี้

คำนิยาม:

1. อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี (Local Street Food) หมายถึง อาหารท้องถิ่น ที่ตั้งขายริมฟุตบาท หน้าตึกแถว หรือร้านค้าในย่านการค้า หรือร้านค้าในชุมชนหนาแน่น มักใช้ชื่อเรียกเป็นถนน หรือย่านการค้า หรือบางแห่งเรียกเป็นตลาดโต้รุ่ง ในเขตจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ได้แก่ จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสาคร และ สมุทรสงคราม

2. อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Cultural identity) หมายถึง สิ่งที่เป็นลักษณะร่วมอันเป็นลักษณะเฉพาะของอาหารท้องถิ่นที่ทำและจำหน่ายในรูปแบบอาหารริมบาทวิถี (Street Food) ที่สะท้อนวัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่ เป็นอาหารที่ถ่ายทอดมารับจากบรรพบุรุษ ใช้วัตถุดิบวัตถุดิบที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น มีวิธีการปรุงและการกินที่เป็นลักษณะเฉพาะของภูมิปัญญาท้องถิ่น

แบบสัมภาษณ์นี้ แบ่งเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นต่อรายการอาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นต่อการจัดลำดับ (Ranking) รายการอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

1 เพศ 1) ชาย 2) หญิง

2 อายุปี

3 ตำแหน่ง

1) ผู้ทรงคุณวุฒิด้านอาหาร

2) ผู้ทรงคุณวุฒิภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร

3) ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในพื้นที่จังหวัดภาคกลางตอนล่าง

ตอนที่ 2 อุตสาหกรรมอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี

1. อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี มีลักษณะอย่างไร
2. อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีมีที่มาหรือเกิดขึ้นได้อย่างไร
3. อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในพื้นที่จังหวัดของท่าน มีอัตลักษณ์อย่างไร
4. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในพื้นที่จังหวัดของท่าน มีหน่วยงานใดบ้าง
5. ปัจจุบัน ในเขตพื้นที่จังหวัดของท่าน มีปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับเรื่องต่อไปนี้หรือไม่ อย่างไร
 - 5.1 ปัญหาด้านอัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี
 - 5.2 ปัญหาด้านคุณภาพของอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี
 - 5.3 ปัญหาด้านความสะอาดของร้านอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี
 - 5.4 ปัญหาด้านการสร้างการรับรู้แก่นักท่องเที่ยวต่ออาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี
 - 5.5 ปัญหาด้านการขาดองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นต่อการจัดลำดับ (Ranking) รายการอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี (Local street food) ที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของพื้นที่จังหวัดภาคกลางตอนล่าง

คำชี้แจง: โปรดจัดลำดับอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีที่ท่านเห็นว่าเป็นอาหารที่แสดงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในเขตจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ได้แก่ ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม และ สมุทรสาคร โดยใส่หมายเลขลงในช่องการจัดลำดับ หมายเลข 1 หมายถึง รายการอาหารที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเป็นลำดับ 1 หมายเลขอื่น ๆ ตามลำดับ

3.1 การจัดลำดับอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี (Local Street Food) ที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ลำดับ	รายชื่ออาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี	การจัดลำดับ	ความคิดเห็น
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....
.....

3. 2 การจัดลำดับอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี (Local Street Food) ที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี

ลำดับ	รายชื่ออาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี	การจัดลำดับ	ความคิดเห็น
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....
.....

3.3 การจัดลำดับอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี (Local Street Food) ที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม

ลำดับ	รายชื่ออาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี	การจัดลำดับ	ความคิดเห็น
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			

ลำดับ	รายชื่ออาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี	การจัดลำดับ	ความคิดเห็น
9			
10			

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

3.4 การจัดลำดับอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี (Local Street Food) ที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของพื้นที่จังหวัดสมุทรสาคร

ลำดับ	รายชื่ออาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี	การจัดลำดับ	ความคิดเห็น
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

ขอขอบคุณในความอนุเคราะห์การสัมภาษณ์ในครั้งนี้
 คณะผู้วิจัย

แบบสอบถาม

อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง (โครงการ-3)

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้ เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง การพัฒนาอาหารท้องถิ่นด้วยนวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์เชื่อมโยงธุรกิจอาหารริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของท่านต่อรายการอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง ประกอบด้วย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม และ สมุทรสาคร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านให้ข้อมูลซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัยในครั้งนี้

คำนิยาม:

1. **อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี (Local street food)** หมายถึง อาหารท้องถิ่น ที่ตั้งขายริมฟุตบาท หน้าตึกแถว หรือร้านค้าในย่านการค้า หรือร้านค้าในชุมชนหนาแน่น มักใช้ชื่อเรียกเป็นถนน หรือย่านการค้า หรือบางแห่งเรียกเป็นตลาดโต้รุ่ง ในเขตจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ได้แก่ จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสาคร และ สมุทรสงคราม

2. **อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Cultural identity)** หมายถึง สิ่งที่เป็นลักษณะร่วมอันเป็นลักษณะเฉพาะของอาหารท้องถิ่นที่ทำและจำหน่ายในรูปแบบอาหารริมบาทวิถี (Street Food) ที่สะท้อน วัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่ เป็นอาหารที่ถ่ายทอดคำรับจากบรรพบุรุษ ใช้วัตถุดิบวัตถุดิบ ที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น มีวิธีการปรุงและการกินที่เป็นลักษณะเฉพาะของภูมิปัญญาท้องถิ่น

แบบสอบถามนี้ แบ่งเป็น 4 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. ท่านเคยทานอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี (Street food) ในเขตจังหวัดภาคกลางตอนล่างหรือไม่

1) เคย 2) ไม่เคย (ยุติการตอบแบบสอบถาม)

2. เพศ 1) ชาย 2) หญิง 3) เพศทางเลือก

3. อายุ 1) น้อยกว่า 20 ปี 2) 20-30 ปี 3) 31-40 ปี

4) 41-50 ปี 5) 51-60 ปี 5) มากกว่า 60 ปี

4. ระดับการศึกษา

1) ต่ำกว่าปริญญาตรี 2) ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า 3) สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ 1) นักเรียน / นักศึกษา 2) พนักงานในหน่วยงานราชการ
 3) พนักงานรัฐวิสาหกิจ / เอกชน 4) อาชีพอิสระ
 5) แม่บ้าน 6) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 1) ต่ำกว่า 20,000 บาท 2) 20,000-25,000 บาท
 3) 25,001-30,000 บาท 4) สูงกว่า 30,000 บาท
7. สถานภาพสมรส
 1) โสด 2) สมรส 3) หย่าร้าง/แยกกันอยู่
8. ที่พักอาศัยในปัจจุบัน
 1) กรุงเทพฯ 2) ภาคเหนือ 3) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
 4) ภาคกลาง 5) ภาคตะวันออก 6) ภาคใต้
9. จำนวนครั้งของการท่องเที่ยวในจังหวัดภาคกลางตอนล่าง
 1) 1 ครั้ง 2) 2-3 ครั้ง 3) 4-5 ครั้ง 4) มากกว่า 5 ครั้ง
10. จังหวัดภาคกลางตอนล่างที่ท่านชื่นชอบในการท่องเที่ยว
 1) ประจวบคีรีขันธ์ 2) เพชรบุรี 3) สมุทรสาคร 4) สมุทรสงคราม
11. เหตุผลที่ท่านเคยทานอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีในเขตจังหวัดภาคกลางตอนล่าง
 1) เป็นคนในพื้นที่ 2) เดินทางมาท่องเที่ยว
 3) เดินทางมาประชุม/สัมมนา 4) เดินทางมาทำงานในพื้นที่

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี (Local Street food)

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีของท่าน

1. ส่วนใหญ่ท่านทานอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกับใคร

- 1) ทานคนเดียว 2) ทานกับครอบครัว
 3) ทานกับเพื่อน ๆ 4) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

2. อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีที่ท่านเคยทาน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

2.1 อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

<p><input type="checkbox"/> 1) เจี๋ม่วย ซาลาเปาเตาถ่าน</p> <p>ซาลาเปาไส้หมูสับแบบโฮมเมด หมั่นโถว 3 รส กาแฟมันเทศ ฟักทอง แอปเปิ้ล เนื้อสัมผัสเหนียวนุ่ม รสหวานอ่อน</p> 	<p><input type="checkbox"/> 2) กาแฟเจ๊กเปี้ยะ</p> <p>บริการอาหารไทย หมูสะเต๊ะ อาหารทะเล เช่น จิ้มจุ่มทะเล ผัดฉ่าหอยเชลล์ ปูนิ่มผัดผงกะหรี่ ปลาหมึกแดดเดียว กุ้งทอดกระเทียม และไข่เจียว</p> 
<p><input type="checkbox"/> 3) ลูกชิ้นหัวหิน</p> <p>ลูกชิ้นหมูปิ้งด้วยเตาถ่าน จุ่มในน้ำจิ้ม นำมาปิ้งต่ออีกครั้งเพื่อให้ได้กลิ่นหอม รสชาติกลมกล่อม ช่วงกลางวันขายอยู่ที่ตลาดโต้รุ่ง กลางวันขายในซอยหัวหิน 70</p> 	<p><input type="checkbox"/> 4) อาม่าก๋วยจั๊วก้วย 60 ปี (ตลาดฉัตรไชย)</p> <p>ร้านตั้งอยู่ตลาดโต้รุ่งหัวหิน แป้งก๋วยจั๊ว มีเนื้อสัมผัสนุ่มนำไปทอดจนกรอบ กลิ่นหอม ปริมาณใส่เยอะ ทานกับน้ำจิ้มทำให้เพิ่มความอร่อยมากขึ้น</p> 
<p><input type="checkbox"/> 5) ก๋วยจั๊บน้ำข้นแม่มาลีตลาดฉัตรไชย หัวหิน</p> <p>ก๋วยจั๊บน้ำข้นที่ขายในตลาดหัวหิน ปรงด้วยน้ำซุบที่มีกลิ่นหอม รสชาติกลมกล่อม ไม่หวานมาก เครื่องก๋วยจั๊วครบทั้ง หมูกรอบ เครื่องใน เส้นก๋วยจั๊วเหนียวนุ่ม ทานกับพริกน้ำส้ม</p> 	<p><input type="checkbox"/> 6) หมูปิ้งลุงแต</p> <p>หมูปิ้งไม่ติดมัน ลูกชิ้นหมู ไส้กรอก ทานกับข้าวเหนียวดำ ราคาไม่แพง ร้านตั้งอยู่กลางซอยตลาดโต้รุ่ง ถ้าขับรถมาไปจอดหลังตลาด แล้วเดินมาซื้อได้</p> 

□ 7) หอยเสียบเจ็ปเปียร์ (น้ำจิ้มมะละกอ)

อาหารทะเลแห้งเสียบไม้ปิ้งย่างบนเตาถ่าน เสิร์ฟพร้อมน้ำจิ้มสามรส และมะละกอใส่เป็นเส้นยาวในน้ำจิ้ม เนื้อสัมผัสเหนียวหนึบ รสเค็มผสมสามารถจกน้ำจิ้ม



□ 8) นีโศกรีม

ไอศกรีมเจ้าตำรับ มีรสกะทิ รวมมิตร วานิลลา กาแฟ ชา เย็น ชาเขียว รัมเรซิน ช็อคโกแลต สตรอเบอร์รี่ ใส่ของเชื่อมจาก กล้วย มะม่วง มันเทศ เผือก เม็ดบัว ลูกชิด ลูกเกด



□ 9) ลอดช่องสิงคโปร์ ลูกตำ

ลอดช่องเสิร์ฟในแก้ว มีเส้นลอดช่อง ขนุนเนื้อสัมผัสเหนียวหนึบ หอมกะทิสด หวานปานกลาง เมื่อใส่น้ำแข็งให้พอดี รอให้เย็นหรือคนให้เข้ากันหน่อย จะได้รสชาติที่ดี ราคาแก้วละ 20 บาท



□ 10) กล้วยทอด ป้าเจ้า

ต้นตำรับกล้วย เผือก มันทอด เผือกกระเบิดทอด ฟักทองทอด ขนมห่วงทอด กล้วยข้าวเม่า 3 ลูก 25 บาท สับปะรดชิ้นละ 15 บาท เผือกกระเบิด ขนมห่วง เผือก กล้วย มัน ฟักทอง ไซนักระทาก 8 ชิ้น 20 บาท



□ 11) ปิ้งงบบ้าภา

เมนูพื้นบ้านของหัวหิน ปิ้งงบบ้าภาสีกุน โดยการผสมเครื่องแกงและกะทิ ใส่น้ำมันปลาและใบโหระพานำมาอย่างบนเตาให้มีกลิ่นหอม เนื้อเหนียวนุ่ม ไม่เละ ราคาชิ้นละ 10 บาท



□ 12) สมชาย ปาท่องโก๋

เป็นปาท่องโก๋ตัวยาว บิดเกลียว ทอดในน้ำมันร้อนจนสุกกรอบ หอมกลิ่นแป้ง รสเค็ม กรอบนอกนุ่มใน ราคาตัวละ 2 บาท มีขายสังขยาและนมข้นหวาน กระปุกละ 10 บาท ขายตั้งแต่เวลา 6.30-8.00 น.



☐ 13) โรตีสี อินเตอร์ หัวหิน

ร้านโรตีสีแผงลอยในตลาดโต้รุ่ง มีเมนูโรตีสีไข่ แฮมชีส มะม่วง ช็อกโกแลต แยม จุดเด่นคือ โรตีสีกล้วยและ นูเทลล่า แป้งหนานุ่ม แป้งบางจะกรอบอร่อย ราดนม น้ำตาลเพิ่มรสชาติของโรตีสี ขายเวลา 17.00-23.00 น.



☐ 14) Wabi หัวหิน

ซูชิคำละ 5-10 บาท มีหลากหลาย ขนาดคำเล็ก วัตถุดิบสด นอกจากซูชิแล้ว ยังให้บริการปลาดิบ โดยราคาขึ้นอยู่กับชนิดของปลาดิบและจำนวนชิ้นปลา ที่สำคัญวาซาบิสด ฉุนขึ้นจุก เขฟแต่งตัวสะอาดสะอาด



☐ 15) ข้าวโพดปิ้ง สีพี่น้อง

ข้าวโพดปิ้ง แบ่งขายแบบเต็มฝัก ครึ่งฝัก 1 ใน 3 ฝัก ราคา 20 15 10 บาท สามารถเลือกน้ำเชื่อมรสหวาน เค็ม ราดแล้วนำไปปิ้งต่อ เนื้อข้าวโพดเหนียว หอม รส เค็มหวานปานกลาง และยังมีขาย กล้วยปิ้ง มันปิ้ง



☐ 16) ข้าวแช่แม่ตุ๋่ม เพชรบุรี

เน้นช็อกกลับ แต่ที่ร้านก็มีภาชนะสำหรับใส่แล้วทานได้เลย ข้าวชดมาอย่างดี หอมน้ำลอยดอกไม้มือเครื่อง ประกอบมี ปลาผัดหวาน ลูกกะปิ และไข่เป็ดผัดหวาน เวลาขาย 6:30-14:00 น. ราคาชุดละ 25 บาท



☐ 17) เฮียชัยเป็ดย่าง ตลาดฉัตรไชย

ให้บริการข้าวหน้าเป็ด ข้าวหน้าหมูกรอบ ข้าวหน้า หมูแดง หนังเป็ดกรอบ หมูกรอบกรอบกำลังดี เปิดขาย ตั้งแต่ 07.00 น. ถึงประมาณ 12.00 น.



☐ 18) ข้าวเหนียวมะม่วงป่าเจือ

ร้านขนมที่สืบทอดตำรับจากป่าเจือ ขายข้าวเหนียว มะม่วงแบบซังน้ำหนักและแบบจัดเป็นชุด ข้าวเหนียว เม็ดข้าวนุ่ม เริ่งเม็ดสวย น้ำกะทิเข้มข้น รสหวานมัน



□ 19) ลากปาก ผัดไทย-หอยทอด

ให้บริการผัดไทย หอยทอด ที่ตลาดโต้รุ่งหัวหิน ผัดไทยเส้นเหนียวนุ่มรสชาติกลมกล่อมแบบไม่ต้องปรุง หอยทอดสด ให้บริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 16.30-23.30 น.



□ 20) ตะโก้เสวยเบญจพงศ์

ตะโก้ในกล่องพลาสติก ตัวขนมมีสองชั้น ด้านบนเป็นกะทิ ด้านล่างเป็นเนื้อตะโก้รสชาติต่าง ๆ ลักษณะเป็นขนมโบราณ หอมกลิ่นกะทิ เนื้อสัมผัสนุ่ม รสหวานมัน



□ 21) ข้าวเหนียวมะม่วงท่านขุน ตลาดโต้รุ่ง

ข้าวเหนียวมะม่วง ข้าวเหนียวหน้าสังขยา ข้าวเหนียวกลอย ข้าวเหนียวเหลืองปลาแห้ง เนื้อข้าวเหนียวเรียงเม็ด หอมกะทิ เหนียวนุ่ม รสหวานมัน



□ 22) ขนมครกสีม่วง ไล่ทะเล็ก หัวหิน

ขนมครกกรอบนอกนุ่มใน ใช้ข้าวไรซ์เบอร์รี่เป็นส่วนผสม แต่งหน้าด้วยฟักทอง มันม่วง ข้าวโพด มะพร้าวอ่อน หอมกะทิ เนื้อแป้งเหนียวนุ่ม รสหวานมัน



□ 23) ขนมหวานแม่ต๊ับ เจ้าเก่าตลาดโต้รุ่ง

ขายขนมบัวลอย รวมมิตร เต้าทึง ทั้งร้อนและเย็น ร้านอยู่ในตลาดโต้รุ่ง ตรงข้ามร้านโกทิ ขนมที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของลูกค้ำสูงสุดคือ บัวลอยไข่หวาน



□ 24) สาลี่ กะปิสูตรโบราณ ตลาดโต้รุ่ง

ผลไม้ มะม่วง มะพร้าว มะดัน ตะลิงปิง และตามฤดูกาล พร้อมเครื่องจิ้ม กะปิโหว่ กะปิทวาน กะปิอาเซียน ร้อยจิ้งจู้ โหด...อิ น้ำปลาหวาน ตะลุมฮีสาน เฉพาะลาว โดยปรับตามแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภค



☐ 25) ขนมจีนเจี๋ยหัวหิน 55

ขนมจีนเส้นีร์ฟพร้อมทอดมันปลา ทานกับ น้ำยากะทิ น้ำยาปลา น้ำพริก (หวาน) น้ำต้มปลา ขนมจีนทอดมัน และน้ำจิ้ม ชุดละ 30 บาท ทอดมันชุดละ 20 บาท จุดเด่น คือ มะเขือเปราะและ กะหล่ำปลีต้องสามรส



☐ 26) อาย กล้วยปิ้งมะพร้าวอ่อน ตลาดฉัตรไชย

กล้วยน้ำว้าปิ้งบนเตาถ่าน ทับให้แบนลง แล้วราดด้วยน้ำจิ้ม ได้แก่ กล้วยปิ้ง กล้วยปิ้งน้ำกะทิ กล้วยปิ้งมะพร้าวอ่อน (บรรจุภัณฑ์แก้ว) สินค้าขายดีคือ กล้วยปิ้งมะพร้าวอ่อน



☐ 27) ขนมหวานบ้านป่าปรังค์

ขนมหวานสด กล้วยเชื่อม เผือกเชื่อม ครอบแครง กะทิ ขนมโค ข้าวเหนียวดำเปียก ทับทิมกรอบ สาคุเปียก มะพร้าวอ่อน กล้วยบวดซี ฟักทองแกงบวด ถั่วดำบวด เต้าส่วน เฉาก๊วย สามเกลอ ราคา 20-25 บาท



☐ 28) กล้วยปิ้ง ณ ตรุณ

กล้วยปิ้งรสเค็ม: กล้วยปิ้งบนเตาถ่านชุบน้ำเกลือแล้ว ปิ้งต่อจนกล้วยสุกนุ่ม รสหวาน: กล้วยปิ้งบนเตาถ่านจนสุก ทับแล้วราดด้วยน้ำจิ้มกะทิหอมหวานด้วยกลิ่นกะทิ และน้ำตาลมะพร้าว ราคา ชุดละ 20 บาท (5 ลูก)



☐ 29) แป้งปะ หัวหิน

เมนูหลักคือ ขนมบ้าบิ่น ที่ทำจากแป้งและไส้มะพร้าวอ่อนในปริมาณมาก เป็นขนมบ้าบิ่นที่มีแป้งเหนียวนุ่ม กลิ่นหอมมะพร้าวอ่อน รสหวานมัน นอกจากนี้ ยังมี กะลोजี ที่ทำจากแป้งข้าวเหนียวดำ ให้บริการอีกด้วย



2.2 อาหารท้องถิ่นริมบาวิถีจังหวัดเพชรบุรี

☐ 1) นุชทอดมันขนมจีน

ทอดมันปลาทรายผสมใบกระเพรา ทานคู่กับขนมจีน ตามวัฒนธรรมการกินของชาวเมืองเพชรบุรี ราดน้ำจิ้ม 3 รส หอมกลิ่นกระเพรา เนื้อเหนียวนุ่ม และยังให้บริการหอมกปลาอินทรีร้อน ๆ ด้วย



☐ 2) ขนมจีนหน้าสถานีกาชาด (แม่ฮ้อย)

ขนมจีนหน้าสถานีกาชาด อยู่คู่เคียงกันกับร้านข้าวแช่ แม่ฮ้อย เมนูขนมจีนน้ำยา น้ำพริก แกงเขียวหวาน ราคาจานละ 25 บาท นั่งทานกันตามโต๊ะเก้าอี้เล็กๆ ได้บรรยากาศเพชรบุรี และมีขนมตาลให้บริการด้วย



☐ 3) ก๋วยเตี๋ยวชะอำ ป.ประทีป พริกเผ็ด

ก๋วยเตี๋ยวหมู ไก่ เนื้อ มีเครื่องต้ม ร้านลูกชิ้น และขนมปังสังขยา รวมครบอยู่ในที่เดียวกัน เส้นก๋วยเตี๋ยวเนื้อ เหนียวนุ่ม เนื้อหมู เนื้อไก่นุ่ม เมนูทุกรายการมีรสชาติเข้มข้นแทบไม่ต้องเติมเครื่องปรุงรส



☐ 4) น้ำไอ เต้าหู้ทำยาง

มีเมนูทอด น้ำเต้าหู้สด สิ้นค้าแพ็ค เต้าหู้ทอดผสมเผือกทอด ข้าวโพดทอด ปอเป็ญะทอด เนื้อส้มผักรอบนอกนุ่มใน ทานคู่กับน้ำจิ้มสามรส น้ำเต้าหู้ใสเนื้อลูกตาลอ่อน ชาไทยน้ำเต้าหู้



☐ 5) น้ำตาลสดนฤมล

น้ำตาลสดขวดละ 35 บาท มีกลิ่นหอม หวานชื่นใจ นอกจากนี้ ยังมีน้ำตาลโตนดขายด้วย น้ำตาลโตนดกลิ่นหอม เหมาะสำหรับทำกับข้าวหรือเคี้ยวทำน้ำปลาหวาน ราคาขายขนาดกระปุก 1 กิโลกรัม 100 บาท



☐ 6) แม่งาม หอยทอด

ตำรับหอยทอดจากรุ่นแม่ มาสู่รุ่นลูก ตำนานความอร่อยมากกว่า 30 ปี ให้บริการทั้งหอยทอดและขนมหัวผักกาด สามารถสั่งได้ทั้งแบบธรรมดาและแบบพิเศษ ให้บริการ 12.00-16.00 น. หยุดวันจันทร์



□ 7) ร้านโจ๊กเจ๊ณี (เจ้าเก่า) ตลาดท่ายาง

มีโจ๊กน้ำแดงที่มีความแปลกและแตกต่าง คือ ใช้โจ๊กชั้น ที่ไม่ปรุงรส โปะด้วยหมูสับ ตับ ไข่ เลือด ไช้ออนเซ็น กับน้ำซุปลี้น้ำตาลเข้ม เรียกว่า โจ๊กน้ำแดง ก่อนทานลูกค้าให้เข้ากันและปรุงรสบริการเวลา 6.30-11.00 น.



□ 8) ข้าวแช่ป่าเอื่อน ท่ายาง

ข้าวแช่แม่เอื่อน คนท้องถิ่นเรียกว่า ข้าวแช่กาชาด เป็นเจ้าเก่าแก่ที่เปิดขายมานานเกือบ 100 ปี ข้าวแช่ เตรียมจากข้าวหุงสุก นำมาขัดด้วยมือจนขาวใส แล้วใส่น้ำลอยดอกมะลิและกระดังงา ทานกับลูกกะปิ ปลาเยี่ยมหวาน และไชโป๊ผัดหวาน เสิร์ฟในภาชนะลายไทย



□ 9) ข้าวแช่แม่ชนิด คลองกระแซง

ร้านตั้งอยู่แถวสะพานดำ ริมแม่น้ำเพชรบุรี มีเครื่องสำอาง คือ ลูกกะปิ ปลาหวาน และไชโป๊ผัดหวาน ส่วนข้าวที่แช่อยู่ในน้ำลอยดอกมะลิ มีกลิ่นหอม ทานแล้วชื่นใจ ตัวข้าวเป็นเม็ดสวย เสิร์ฟในภาชนะลายไทย



□ 10) ข้าวแช่แม่เล็ก สะกิดใจ ท่ายาง

ร้านเปิดมานานเกือบ 100 ปี ข้าวแช่ มีลักษณะข้าวเม็ดสวยและนุ่ม แช่ในน้ำอบควันเทียนและกระดังงา เสิร์ฟในภาชนะลายไทยพร้อมเครื่องเคียง ลูกกะปิ เนื้อส้มฝักรอบนอกนุ่มใน ปลาผัดหวาน หัวไชโป๊ผัดหวาน แลมวิธีทานข้าวแช่ที่เพิ่มความอร่อยด้วย



□ 11) ข้าวแช่แม่อ่อน ท่าราบ

ร้านข้าวแช่สุตรโบราณกว่า 5 ปี จุดเด่นคือน้ำข้าวแช่ที่ใช้น้ำมะลิอบควันเทียน กลิ่นหอม เข้ากันกับเครื่องเคียง ปลาหวานรสชาติกลมกล่อม เจือเค็มเล็กน้อย ลูกกะปิ และไชโป๊ผัดหวาน เสิร์ฟในภาชนะลายไทย



□ 12) ข้าวแช่แม่อร

ข้าวแช่แม่อร ร้านโปรดของผู้ที่มาเมืองเพชรบุรี ตั้งอยู่ทางเข้าตลาดเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี ข้าวเม็ดเรียงตัวสวย น้ำใส กลิ่นหอมอ่อนจากเทียนอบและน้ำลอยดอกมะลิ มีเครื่องเคียง ลูกกะปิ ปลาเยี่ยมหวาน และไชโป๊ผัดหวาน รสหวานเค็มตาม เสิร์ฟในภาชนะลายไทย



□ 13) ข้าวแช่เจี๊แอ็ด เจ้าเก่า ท่าราบ

ข้าวแช่เจี๊แอ็ด เจ้าเก่า เป็นร้านข้าวแช่แนวพื้นบ้าน จุดเด่นอยู่ที่น้ำข้าวแช่ที่มีกลิ่นหอม ชื่นใจสุด พร้อมเครื่องเคียง ลูกกะปิ ปลากระเบนหวาน และไขโป้ผัดหวาน รสหวานกลมกล่อม



□ 14) ข้าวแช่แม่ลาภ ตรงข้ามวัดข่อย

เป็นข้าวแช่ที่น้ำมีกลิ่นหอมของเทียนอบ และดอกมะลิ ข้าวเม็ดสวย เสิร์ฟในภาชนะลายไทยพร้อมลูกกะปิ ไขโป้ผัดหวาน และปลาหวาน ราคาชุดละ 35บาท เปิดบริการ 9.00-15.00 น.หยุดวันพุธ



□ 15) ข้าวแช่แม่สายบัว หน้าร้านทองแม่แฝว 5 เพชรบุรี

ขายอยู่ที่ หน้าร้านทองแม่แฝว 5 ราคาข้าวแช่ชุดละ 25 บาท เสิร์ฟในชุดภาชนะลายไทยและช้อนทองเหลือง พร้อมเครื่องเคียง ได้แก่ ปลาผัดหวาน ลูกกะปิ หัวไชโป้ว ผัดหวาน มีตั้งโต๊ะเก้าอี้ให้นั่งทานและชื้อกลับ



□ 16) ทอดมันปลากราย แม่จุก

ทอดมันทำจากปลากราย ชิ้นโต เสิร์ฟพร้อมกระเพรา ทอดกรอบและแตงกวาสดหั่นชิ้น ราดด้วยน้ำจิ้มสามรส มีความหอมจากพริกแกงเผ็ด เนื้อสัมผัสเหนียวหนึบได้ ความกรอบของใบกะเพราและแตงกวากรอบ ในน้ำจิ้มเปรี้ยว เค็ม หวาน สามรส



□ 17) แม่ฟ้าม่วย ขนมหวาน

ขนมหวานพื้นบ้านเพชรบุรีจากภูมิปัญญาการทำขนมหวาน ด้วยวิธีทำแบบดั้งเดิมตามแบบของเมืองเพชร เช่น ขนมหวานชุดทอง ทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง เม็ดขนุนถั่วและเผือก ขนมต้ม เนื้อสัมผัสนุ่ม รสหวาน



□ 18) น้ำเต้าหู้เจี๊หลินเจ้าเก่า

ร้านน้ำเต้าหู้ที่อยู่ในย่านตลาดเช้าถนนพานิชเจริญ ตำบลท่าราบ หน้าธนาคารทีเอ็มบีธนชาติ น้ำเต้าหู้ น้ำเต้าหู้ทรงเครื่อง ปาท่องโก๋ จุดเด่นคือ วุ้นใบเตยที่ใส่น้ำเต้าหู้ และปาท่องโก๋ ที่กรอบนอก นุ่มใน ขายเวลา 5.00-8.30 น.



☐ 19) ขนมจีนทอดมันแม่แดง ตลาดริมน้ำ

ขนมจีนเจ้าเก่าแก่ในตลาดริมน้ำ ขายขนมจีนทานคู่กับทอดมันปลาอินทรี รวดด้วยน้ำจิ้ม 3 รส ทอดมันเนื้อ ส้มผัสเหนียวหนึบ รสกลมกล่อม ส่วนใหญ่เน้นซื้อกลับบ้าน แต่ก็สามารถสั่งใส่จานทานโซนนริมน้ำได้



☐ 20) ร้านป่าแป้ว สะพานยกโรงปูน ชะอำ

ร้านป่าแป้ว เป็นร้านหลบมุมอยู่เชิงสะพานยกโรงปูน เมนูเด่น ต้มพุงเนื้อ แบบน้ำใส เนื้อสับผัดกะเพรา เมนูอื่น ๆ เช่น แกงคั่วหัวตาลแกงคั่วหอย แกงป่าเนื้อ ผัดปลารังคั้น น้ำพริก บริการเวลา 6.00-19.00 น.



☐ 21) ฟี่สู กัวยี่ปัง

กัวยี่ปังด้วยเตาถ่าน ตัดเป็นชิ้น ทานคู่กับน้ำตาลโตนดที่เคี่ยวจนข้นเหมือนคาราเมล หอมกลิ่นน้ำตาลโตนดและกะทิสด เนื้อกัวยี่เหนียวหนึบ ได้ความหอมจากน้ำตาลโตนด กะทิ รสหวานมันหวานเค็ม กลมกล่อม



☐ 22) ขนมหวานป่าไฟ ตลาดชะอำ

ตั้งอยู่บริเวณทางเข้าตลาด ขายขนมหวานแบบไทยแนวสตรีทฟู้ดลักษณะ Thai Style ด้วยน้ำตาลเมืองเพชร มี ฟักทองเชื่อม เผือกเชื่อม กัวยี่เชื่อม มันเชื่อม ทานกับน้ำกะทิที่มีรสเค็มมัน ทำให้เข้ากันได้ดี



☐ 23) หมูสะเต๊ะหน้าเขาวัง เพชรบุรี

ขายหมูสะเต๊ะ เสริฟคู่กับน้ำจิ้มสามรส นอกจากนี้ ยังมีขนมปังหน้าหมูที่ไม่อมน้ำมัน หน้าหมูรสชาติดี กรอบนอกนุ่มใน



☐ 24) ลูกชิ้นทอดท่าหิน เพชรบุรี

ร้านลูกชิ้นทอดถนนบูปผา มีให้เลือกหลายอย่าง เช่น ไส้กรอก ลูกชิ้นปลา ทอดมัน เต้าหู้ ปอเปี๊ยะทอด ทานกับน้ำจิ้มสามรส เป็นอาหารว่างหรือทานเล่น



□ 25) ร้านขนมมนกน้อย แม่หลาย (เจ้าเก่า)

มีเมนูหายากและเมนูตามฤดูกาลมากกว่า 50 รายการ แกงบวดทุเรียน ทุเรียนเชื่อม แกงบวดลูกตาล มะพร้าว กะทิน้ำใส ทับทิมกรอบขาววัง สาकुลาโยดอกอัญชัน ข้าวฟ่างเปียก รวมมิตรสูตรพิเศษ แต่งโม ปลาแห้ง



□ 26) กนกพร ลอดช่องน้ำตาลชั้น

สูตรลอดช่องน้ำตาลชั้น-กะทิสด ที่มีเมนูหลากหลาย ได้แก่ ลอดช่อง วุ้นมะพร้าว มัน เผือก แมงลัก ข้าวโพด มะเขือเทศ ขนมปัง ขนุน เฉาก๊วย ลูกชิด สับปะรด ข้าวเหนียวสามเหลี่ยม ราคาเริ่มต้น 25-30 บาท



□ 27) เดอะโอวทิ่ง นายกี้

ร้านลอดช่องน้ำตาลโตนดที่สืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น มาเป็นเวลา 70 ปี ให้บริการลอดช่องน้ำตาลชั้น หน้าต่าง ๆ โอวทิ่งดับเบิ้ลไอศกรีม ไอศกรีมปั่น ให้บริการเวลา 9.00-17.00 น. ราคาเริ่มต้นที่ 30 บาท



□ 28) ลอดช่องน้ำตาลชั้นโพธิ์การ์้อง

ร้านลอดช่องน้ำตาลชั้นดั้งเดิมของเมืองเพชรบุรี น้ำตาลชั้นก็คือน้ำตาลโตนดที่เคี่ยวจนเป็นสีน้ำตาลเข้ม หวานมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ผสมกับน้ำกะทิสดที่เข้มข้น สามารถเลือกเครื่องได้ตามชอบ คือ ลอดช่อง เผือก และสับปะรด และอื่น ๆ



□ 29) ขนมหม้อแกงแม่สมาน

ขนมหวานพื้นเมือง จำหน่ายผลิตภัณฑ์จากขนมหวานตามแบบฉบับวิถีแห่งภูมิปัญญา ขนมหม้อแกง ขนมถ้วยโบราณ กระจ่างสารท น้ำตาลโตนด กาละแมโบราณน้ำตาลโตนด ข้าวต้มมัดโบราณ ข้าวเหนียวตัด



2.3 อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีจังหวัดสมุทรสงคราม

☐ 1) โจ๊กหม้อดิน ธารณณ์

ร้านโจ๊กหม้อดิน ตั้งอยู่ใกล้วัดบ้านแหลม มีเมนูโจ๊กเปล่า 10 บาท โจ๊กเด็ก 25 บาท โจ๊กผู้ใหญ่ 30 บาท หากเพิ่มไข่ ราคาเพิ่มชามละ 5 บาท หรือกรณีเพิ่มเครื่องใน ไข่เยี่ยวม้า เพิ่มราคาตามรายการที่ต้องการ



☐ 2) แม่ลมุด หมึกสดย่าง

ตั้งอยู่ใน ปตท. คลองโคน มีไข่หมึก ปลาหมึก เอ็นหมึก ไช้หมึก หมึกกะตอย เสิร์ฟกับน้ำจิ้มรสจัดจ้าน ให้เลือกทั้งน้ำจิ้มซีฟู้ด น้ำจิ้มหวาน หรือแบบผสม เนื้อหนา เนื้อสัมผัสเหนียวหนึบแต่ไม่แข็งกระด้าง



☐ 3) เต้าทึง หมี่หวาน เจ็ดตัวเจ้าเก่า

ร้านมีที่ตั้งอยู่ตรงข้ามคลินิกหมอสมปองในตลาดแม่กลอง ขายหมี่หวาน เต้าทึง จุดเด่นคือ แป้งกรอบ น้ำลำไยหอม เข้มข้น มีทั้งแบบนั่งทาน และสั่งกลับบ้าน



☐ 4) ข้าวเหนียวยายบุญเรือน

ขายข้าวเหนียวเมนูหน้าต่าง ๆ และข้าวเหนียวกอลอย



☐ 5) ข้าวต้มปลาแม่กลอง (ร้านรังนกเจ็ส)

ร้านมีที่ตั้งติดริมถนนทางเข้าตลาดร่มหุบ มีเมนู ข้าวต้มปลากะพง ปลาเก๋า หอยนางรม ไข่ปลาหมึก หรือสั่งเป็นรวมมิตร เนื้อปลาแน่นสด ไม่คาว น้ำซุปรสเค็มอ่อน มีสมุนไพรผัดราดด้านบน โรยด้วยขิง



☐ 6) ก๋วยเตี๋ยวยายปุก

ก๋วยเตี๋ยวเตาพื้น ตั้งอยู่ริมสะพานใกล้กับการประปา ส่วนภูมิภาคสมุทรสงคราม มีก๋วยเตี๋ยวแห้ง น้ำ น้ำใส ต้มยำ เย็นตาโฟ จุดเด่นคือ มีหนังหมูหมักซอสใส่ในก๋วยเตี๋ยว สามารถสั่งหนังหมูอย่างเดี๋ยวมาทานได้



□ 7) ข้าวต้มเป็ดแจ้

ร้านข้าวต้มข้าวแห้งหน้าวัดเพชร มีเมนู ข้าวต้มเป็ด ข้าวแห้งเป็ด ข้าวแห้งปลา ข้าวแห้งซี่โครงหมู ข้าวต้มเป็ด การทานข้าวแห้งตามสไตล์แม่กลอง คือนำข้าวคลุกกระเทียมแล้วราดด้วยน้ำซุปลอยกระเทียมเจียว



□ 8) กมลา กระจ่างปลาปรุงรส อัมพวา

กระจ่างปลาใช้กรรมเชียงปุม้าจากชาวประมงพื้นบ้าน จึงสดและหวานมาก เครื่องที่ใส่กระจ่างปลา เนื้อไก่ ไช้ปนกระต๋า เลือดไก่ หน่อไม้ เห็ดหอม มีแบบใส่กระปุกพร้อมทานและสำหรับเป็นของฝาก



□ 9) ข้าวมันไก่ไทยสวัสดิ์

ตั้งอยู่ใกล้ตลาดร่มหุบ มีเมนูข้าวมันไก่ ทานกับน้ำซุปร้อน ๆ และน้ำจิ้มรสกลมกล่อม หรือสั่งไก่เป็นจาน เนื้อไก่นุ่ม เนื้อหนา ทานเข้ากันกับข้าวที่หุงสุกนุ่ม สามารถนั่งทานในร้านและสั่งกลับบ้านได้



□ 10) ข้าวแกงแม่แซกแม่กลอง

ข้าวราดแกง มีกับข้าวให้เลือกหลายรายการทั้งรสเผ็ดและไม่เผ็ด และเมนูต้มร้อน ๆ สับเปลี่ยนทุกวัน เป็นร้านที่เป็นขวัญใจลูกค้าเนื่องจากอาหารอร่อยราคาย่อมเยาว์ พักตร์ร้านปิดหมดที่สถานีรถไฟแม่กลอง



□ 11) Slow bar (สโลว์บาร์หน้าโรงพักแม่กลอง)

ร้านกาแฟเปิดท้ายตึกแต่งแนววินเทจ ให้บริการแบบ take home เมนูกาแฟดริป เอสเปรสโซ่ คาปูชิโน่ ลาเต้ มอคค่า อเมริกาโน่ อเมริกาโน่ส้ม อเมริกาโน่มะพร้าว ชาเขียว ชาไทย ชิคนเจอร์ของร้านเป็นโกโก้



□ 12) โรตีสั้จิว ตลาดน้ำบางน้อย

โรตีสั้จิว ชื่อเดิมว่า หลัวก้วย เป็นขนมจีนเจอร์ของตลาดน้ำบางน้อย สมุทรสงคราม ทำจากแป้งข้าวเหนียวทอดให้เป็นแผ่นบางคล้ายโรตีสั้ ตัวแป้งเหนียวนุ่ม ใส่ไส้น้ำตาลทรายแดง ถั่วป่น และงา หอมงาและน้ำตาลทรายแดง แป้งหนุบเหนียวนุ่ม รสหวาน



□ 13) แอ้กิ่งโบราณสูตรอากาศลาดน้ำแม่่น้อย แอ้กิ่งสูตรโบราณ แอ้กิ่งก็คือจิ้งก้านั่นเอง ที่นี้ทำจากสูตรโบราณต้นตำรับมีส่วนผสมของกุ้งค่อนข้างมากทานกับน้ำจิ้มบ๊วยแบบทำเอง กลิ่นหอม กรอบนอกนุ่มใน จิ้มน้ำจิ้มทำให้มีรสชาติเค็มผสม 3 รส



□ 14) ฮกгим บะหมี่หมูทง ร้านที่ตั้งอยู่ในปั้มน้ำมัน Esso ปั้มสุดท้าย จุดเด่นคือบะหมี่ไซ้พิเศษขนาดด้วยไม้ไผ่สูตรต้นตำรับ มีบะหมี่หมูแดง หมูกรอบ หมูแดง ข้าวหมูแดง หมูกรอบ เกี้ยวหมูแดง หมูกรอบ เกี้ยวทอด เกี้ยวแก้วกรอบ กากหมูเจียว



□ 15) ขนมปั้นสิบ โครงแครง ขนมบ้านกานต์ เปิดเป็นซุ้มอยู่ในโครงการอัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์มูลนิธิชัยพัฒนา อัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ขายปั้นสิบ ไข่ปลา/กุ้ง/เห็ดหอม และมีโครงแครงกรอบ



□ 16) กลั้วทอดสลัดน้ำมันคุณต้อย ร้านตั้งอยู่หน้าวัดบางพรหมสมุทรสงคราม มีจุดขายเรื่องกลั้วทอดเพื่อสุขภาพเพราะสลัดน้ำมัน ขั้บรถเลยมาจากตลาดน้ำอัมพวา ร้านจะอยู่หน้าวัด ทอดใหม่ ๆ



□ 17) แม่เอ๊ย ขนมต้มแม่กลอง เจ้าเก่า ของดีประจำจังหวัดสมุทรสงคราม เป็นที่นิยมของลูกค้ำมาก ขนมต้มทำสดใหม่ โรยหน้าด้วยมะพร้าวทึนทึกจนคลุมขนมทั้งหมด ช่วยให้รสชาติอร่อยมากขึ้น



□ 18) เต้าหู้นมสด ลุงต้อย วัดประทุม เต้าหู้นมสดใส่ปีโป้สูตรสำหรับเด็ก เต้าหู้เนื้อเนียนใส่ฟักทองเชื่อม ปีโป้ ลูกเกด รัตด้วยนมสด และเมนูสำหรับผู้ใหญ่ คือ เต้าฮวยน้ำขิง เต้าทึงร้อนเย็น มีจุดขายตรงแบ่งกรอบ ใส่เส้นบะหมี่หวาน น้ำลำไย



□ 19) หมูสะเต๊ะนายไฮ้เจ้าเก่า สาขาทลาดผลไม้ ถนนประสิทธิ์พัฒนา

ร้านที่ตั้งอยู่หลังป้อมจระจก ติดกับร้านดอกไม้และร้านกาแฟ ราคาหมูสะเต๊ะไม้ละ 5 บาท ให้บริการแบบนั่งทานในร้าน ซ็อกกลับ และจัดงานเลี้ยง



□ 20) ขนมเบื้องป้านอมสูตรโบราณ ตลาดน้ำท่าคา

ร้านที่เป็นที่นิยมในตลาดน้ำท่าคา เป็นร้านขนมเบื้องสูตรโบราณร้านป้านอม ทำขายเพียง 1 เมฆตามชื่อร้านคือ ขนมเบื้องสูตรโบราณ ราคา 20 บาท ทำใหม่ทุก order ใส่นมเบิ้งแน่น ช่วยทำให้รสชาติดีขึ้น



□ 21) หอยทอดป่าเขียวในตำนาน

ร้านหอยทอดป่าเขียว อยู่ในตลาดน้ำท่าคาเป็นร้านนี้มีคิวกันค่อนข้างมาก หอยทอดที่ขายเป็นแบบแป้งนึ่งมีจานละ 20 บาท



□ 22) รอยอินทร์

ร้านตั้งอยู่ที่อุทยานรัชกาลที่ 2 ร้านขนมหวานลอดช่องราคาอยู่ที่ถ้วยละ 30 บาท เลือกเครื่องได้ 3 อย่าง เช่น ข้าวเหนียวดำ แคนตาลูป เผือก



□ 23) ข้าวต้มเรือตาเจ๊ก

ร้านอยู่ในวัดช่องลม จังหวัดสมุทรสงคราม บรรยากาศริมน้ำ อาเจ๊กขายบนเรือ (ที่อยู่บนฝั่ง) ข้าวต้มเป็ด ข้าวต้มไก่ ข้าวแห้งเป็ด ข้าวแห้งไก่ ข้าวไก่เปล่า



□ 24) กลัวย่างเจียบ เจียบ

ตั้งอยู่ริมถนนปากท่อสายเก่า ขายกลัวย่างที่อบปิ้งธัญพืช เช่น เผือก มันม่วง ฟักทอง ลูกเดือย นำกลัวย่างปอกเปลือกแล้วเสียบด้วยสแตนเลสอย่างบนเตาถ่าน ทาผิวด้วยน้ำตาลมะพร้าว หั่นชิ้น บรรจุกล่อง



□ 25) ก๋องเมงจิ้น บะหมี่ลื่นซึก

ตำนานร้านบะหมี่ลื่นซึกแห่งตลาดแม่กลอง ให้บริการบะหมี่ เกี้ยว บะหมี่-เกี้ยว (แห้ง-น้ำใส-ต้มยำ) ขามละ 40-60 บาท เพิ่มหมูแดง 10 บาท นอกจากนี้ ยังมีหมูแดงเปล่า และเครื่องต้ม



2.4 อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีจังหวัดสมุทรสาคร

□ 1) ข้าวขาหมู 300 ห้อง มหาชัย

ข้าวขาหมู 300 ห้อง มีที่ตั้งอยู่ริมทางรถไฟ ตรงสี่แยกสะพานวัดเจษฎา ขายข้าวขาหมูเนื้อหมูเปื่อยนุ่ม น้ำพะโล้ไม่หวานมาก พริกน้ำส้ม เจ้าของร้านเป็นคำตำเองกับมือ เปิดตั้งแต่ 17.30 น. เป็นต้นไป



□ 2) แดกเถาะเด็ด ขวัญใจหมึกย่าง

เป็นร้านรถเข็นขายอาหารทะเลย่าง ได้แก่ หมึกย่าง ทั้งหมึกไข่ หมึกกล้วย หมึกสาย หมึกกระดอง แมงกะพรุน ลูกชิ้นปิ้ง มีน้ำจิ้มหลายแบบให้เลือก เนื้อปลาหมึกเหนียวหนึบ ทานคู่กับน้ำจิ้มลูกชิ้นผสมน้ำจิ้มซีฟู้ด



□ 3) ตีโห่ง เกี้ยวปลาท่าฉลอม

ทำตามสูตรโบราณ จากเนื้อปลาอินทรีล้วนไม่ผสมแป้ง เกี้ยวปลาทอดมี 2 แบบ: ทอด 2 ครั้งพร้อมทานหรือแบบทอดครั้งเดียว จะทอดซ้ำโดยทอดในน้ำมันหรือหม้ออบลมร้อน เปลือกเกี้ยวกรอบคล้ายข้าวเกรียบ ใสเนื้อมีความหนึบเล็กน้อย รสเค็มและหวานตาม



□ 4) ข้าวต้มบ้านกุงปลา

ร้านข้าวต้มในมหาชัย ปลาสดมาก มีเมนูข้าวต้มปลาให้เลือก คือ ปลาเก๋า ปลากระพง และไหลเหลย (ปลาช่อนทะเล) ข้าวต้มเป็นสูตรโบราณ ปลาสดมาก ไม่มีกลิ่นคาว กินคู่กับเต้าหู้ทอด แกงส้มกันได้เป็นอย่างดี



5) หมูย่างป่าทา ทำฉลอม

ร้านตั้งในตลาดเทศบาลทำฉลอม หมูย่างชิ้นใหญ่ หมักเครื่องจนเข้าเนื้อแล้วเอามาย่างเตาถ่าน ใช้หมูที่เป็นเนื้อสันไม่ติดมันมาก เครื่องหมักออกรสหวาน-เค็มหอมซีอิ๊วและกลั่นอย่างถ่าน



6) ขนมเบื้องญวนป่าแห้ง ทำฉลอม

ขายเบื้องญวน ห่อแป้งผสมไข่โดยทำที่ละกระทะ นำไปทอดน้ำมันท่วมจนกรอบ ก่อนใส่ถุงให้ลูกค้าจะวางพักให้สะเด็ดน้ำมันก่อน เบื้องญวนไส้แน่น รสกลมกล่อมออกหวานเล็กน้อย ทานคู่กับอากาด 3 รส



7) กะบับไก่ฟืนไฟรังสิต สาขาพันท้ายนรสิงห์

กะบับที่ทำเป็นพิซซ่าเหมือนแป้งบางกรอบ มีหลายแบบตามระดับของซีส เนื้อไก่หมักด้วยเครื่องเทศและสมุนไพร การสอดไส้ซีสเพิ่มความเข้มข้น มีเคbabทูน่า ปูอัด แฮมไก่ สลัดไก่ ทูน่า ปูอัดและแฮมไก่ พิซซ่า และเมนูมังสวิรัต



3. เหตุผลที่ท่านเลือกทานอาหารท้องถิ่นริมบาทวีถี

- 1) มีอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ 2) มีอาหารหลากหลาย
 3) ทานทานได้สะดวก 4) เป็นที่นิยม 5) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

4. ผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกทานอาหารท้องถิ่นริมบาทวีถี

- 1) ตัวเอง 2) เพื่อน 3) ครอบครัว/ญาติ 4) สื่อสังคมออนไลน์

5. ท่านรับประทานอาหารท้องถิ่นริมบาทวีถีมีบ่อยที่สุด

- 1) มื้อเช้า 2) มื้อกลางวัน 3) มื้อเย็น 4) มื้อดึก

ตอนที่ 3 อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

โดยแต่ละระดับความคิดเห็น มีความหมาย ดังนี้

- 5 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับ มากที่สุด 4 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับ มาก
 3 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับ ปานกลาง 2 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับ น้อย
 1 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับ น้อยที่สุด

ท่านคิดว่า รายการอาหาร/ร้านอาหารริมบาทวิถี (Street food) ต่อไปนี้ เป็นอาหารที่มีเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง (ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม และ สมุทรสาคร) มากน้อยเพียงใด

อาหาร/ร้านอาหารริมบาทวิถีที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. จังหวัดประจวบคีรีขันธ์					
1. เจ็ม่วย ซาลาเปาเตาถ่าน					
2. กาแฟแจ็กเปี้ยะ					
3. ลูกชิ้นหัวหิน					
4. อาม่าคู่ชายก้าวย 60 ปี (ตลาดฉัตรไชย)					
5. ก้วยจับแม่มาลีตลาดฉัตรไชย					
6. หมูปิ้งลุงแต					
7. หอยเสียบเจ็เปียร์ (น้ำจิ้มมะละกอ)					
8. นีโศกริม					
9. ลอดช่องสิงคโปร์ ลูกดำ					
10. กล้วยทอด ป้าเจ็					
11. ปิ้งบป้าภา					
12. สมชาย ปาท่องโก๋					
13. โรตีสี อินเตอร์ หัวหิน					
14. Wabi Sushi หัวหิน					
15. ข้าวโพดปิ้ง สีพื้นอง					
16. ข้าวแช่แม่ต๋ม เพชรบุรี					
17. เสี้ยชัยเป็ดย่าง ตลาดฉัตรไชย					
18. ข้าวเหนียวมะม่วงป้าเจ็					
19. ลากปาก ผัดไทย-หอยทอด					

อาหาร/ร้านอาหารริมบาทวิถีที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
20. ตะโก้ไสวยเบญจรงค์					
21. ข้าวเหนียวมะม่วงท่านขุน ตลาดโต้รุ่ง					
22. ขนมครกสีม่วง ไล่ทะลัก หัวหิน					
23. ขนมหวานแม่ต๊อบ เจ้าเก่า ตลาดโต้รุ่งหัวหิน					
24. สาลี่ กะปิสูตรโบราณ ตลาดโต้รุ่ง					
25. ขนมจีนเจี๋ยหัวหิน 55					
26. อาย กล้วยปิ้งมะพร้าวอ่อน ตลาดฉัตรไชย					
27. ขนมหวานบ้านป่าปรังค์					
28. กล้วยปิ้ง ณ ตรุณ					
29. แป้งปะ หัวหิน					
2. จังหวัดเพชรบุรี					
1. นุชทอดมันขนมจีน					
2. ขนมจีนหน้าสถานีกาชาด (แม่อ้อยขนมจีนขาวน้ำ)					
3. ก๋วยเตี๋ยวชะอำ ป.ประทีป พริกเผ็ด					
4. น้ำไอ เต้าหู้ทำยาง					
5. น้ำตาลสดนมถั่ว					
6. แม่งาม หอยทอด					
7. ร้านโจ๊กเจี๋ย (เจ้าเก่า) ตลาดท่ายาง					
8. ข้าวแช่ป่าเอื้อน ท่ายาง					
9. ข้าวแช่แม่นิด คลองกระแซง					
10. ข้าวแช่แม่เล็ก สะกิดใจ ท่ายาง					
11. ข้าวแช่แม่อ่อน ท่าราบ					
12. ข้าวแช่แม่อร					
13. ข้าวแช่เจี๋ยแอ็ด เจ้าเก่า ท่าราบ					
14. ข้าวแช่แม่ลาก ตรงข้ามวัดข่อย					
15. ข้าวแช่แม่สายบัว หน้าร้านทองแม่แฝว 5 เพชรบุรี					
16. ทอดมันปลากราย แม่จุก					
17. แม่ฟ้ามุย ขนมหวาน					
18. น้ำเต้าหู้เจี๋ยหลินเจ้าเก่า					
19. ขนมจีนทอดมันแม่แดง ตลาดริมน้ำ					

อาหาร/ร้านอาหารริมบาทวิถีที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
20. ร้านป่าแป้ว สะพานยกโรงปูน ชะอำ					
21. ฟู้ส์ กล้วยปิ้ง					
22. ขนมหวานป่าไฟ ตลาดชะอำ					
23. หมูสะเต๊ะหน้าเขาวัง เพชรบุรี					
24. ลูกชิ้นทอดท่าหิน เพชรบุรี					
25. ร้านขนมมนกน้อย แม่หลาย (เจ้าเก่า)					
26. กนกพร ลอดช่องน้ำตาลชั้น					
27. เดอะโอวท์ทิง นายกี					
28. ลอดช่องน้ำตาลชั้นโพธิ์การ์้อง					
29. ขนมหม้อแกงแม่สมาน					
3. จังหวัดสมุทรสงคราม					
1. โจ๊กหม้อดิน ธนภรณ์					
2. แม่ลมุด หมี่กสดย่าง					
3. เต้าทึง หมี่หวาน เจ็ดหัวเจ้าเก่า					
4. ข้าวเหนียวยายบุญเรือน					
5. ร้านข้าวต้มปลาแม่กลอง (ร้านรังนกเจ็ส)					
6. ก๋วยเตี้ยยายปุก					
7. ข้าวต้มเป็ดแจ้					
8. กมลา กระจ่างปลาปรุงสด อัมพวา					
9. ข้าวมันไก่ไทยสวัสดิ์					
10. ข้าวแกงแม่แขกแม่กลอง					
11. Slow bar (สโลว์บาร์หน้าโรงพักแม่กลอง)					
12. โรตีสั้แต้จิว ตลาดน้ำบางน้อย					
13. แฮ่กิ้งโบราณ สูตรอากตลาดน้ำแม่่น้อย					
14. ฮกกิม บะหมี่หมูทอง					
15. ขนมปั้นสิบ ครอบแครง ขนมบ้านกานต์					
16. กล้วยทอดสลัดน้ำมันคุณต้อย					
17. แม่เอี้ย ขนมต้มแม่กลอง เจ้าเก่า					
18. เต้าหู้นมสด ลุงต้อย วัดประทุม					
19. หมูสะเต๊ะนายไ้เจ้าเก่า สาขาตลาดผลไม้ ถนนประสิทธิ์พัฒนา					

อาหาร/ร้านอาหารริมบาทวิถีที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
20. ขนมเบื้องบ้านอมสุตรโบราณ ตลาดน้ำท่าคา					
21. หอยทอดป่าเขียวในตำนาน					
22. รอยอินทรี					
23. ข้าวต้มเรือตาแจ็ก					
24. ก๋วยเตี๋ยวเจี๊ยบ เจี๊ยบ					
25. ก๋องเมงจัน บะหมี่ล้นซึก					
4. จังหวัดสมุทรสาคร					
1. ข้าวขาหมู 300 ห้อง มหาชัย					
2. แดกเถาะเด็ด ขวัญใจหมึกย่าง					
3. ตี๋ไหงง เกี้ยวปลาท่าฉลอม					
4. ข้าวต้มบ้านกุ่มปลา					
5. หมูย่างป่าทา ท่าฉลอม					
6. ขนมเบื้องญวนป่าหน่ง ท่าฉลอม					
7. กะบับไก่พ่นไฟรังสิต สาขาพันท้ายนรสิงห์					

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

ขอขอบคุณในความร่วมมือตอบแบบสอบถาม

คณะผู้วิจัย

1) ตลาดชะอำ



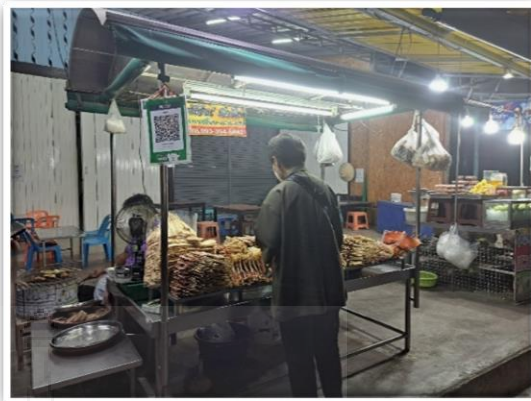
2) ตลาดเพชรบุรี



2) ตลาดเพชรบุรี (ต่อ)



3) ตลาดหัวหิน



3) ตลาดหัวหิน (ต่อ)



ประวัติย่อผู้วิจัย

หัวหน้าชุดโครงการวิจัย

คุณวุฒิ

นางสาวเจนจิรา บ.ป.สูงเนิน

คศ.ม. คหกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาสังคมวิทยา กลุ่มวิชาภูมิปัญญาท้องถิ่น

สาขาที่มีความชำนาญพิเศษ

(ต่างจากวุฒิการศึกษา)

หัวหน้าโครงการวิจัย กิจกรรมที่ 1

คุณวุฒิ

นางสาวเจนจิรา บ.ป.สูงเนิน

คศ.ม. คหกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาสังคมวิทยา กลุ่มวิชาภูมิปัญญาท้องถิ่น

สาขาที่มีความชำนาญพิเศษ

(ต่างจากวุฒิการศึกษา)

หัวหน้าโครงการวิจัย กิจกรรมที่ 2

คุณวุฒิ

นางสาวพัชรนันท์ ยังวรวิเชียร

ท.ม. การจัดการเทคโนโลยีอุตสาหกรรมเกษตร

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สาขาวิชาสังคมวิทยา กลุ่มวิชาภูมิปัญญาท้องถิ่น

สาขาที่มีความชำนาญพิเศษ

(ต่างจากวุฒิการศึกษา)

หัวหน้าโครงการวิจัย กิจกรรมที่ 3

คุณวุฒิ

นางสาววัชรภรณ์ ชัยวรรณ

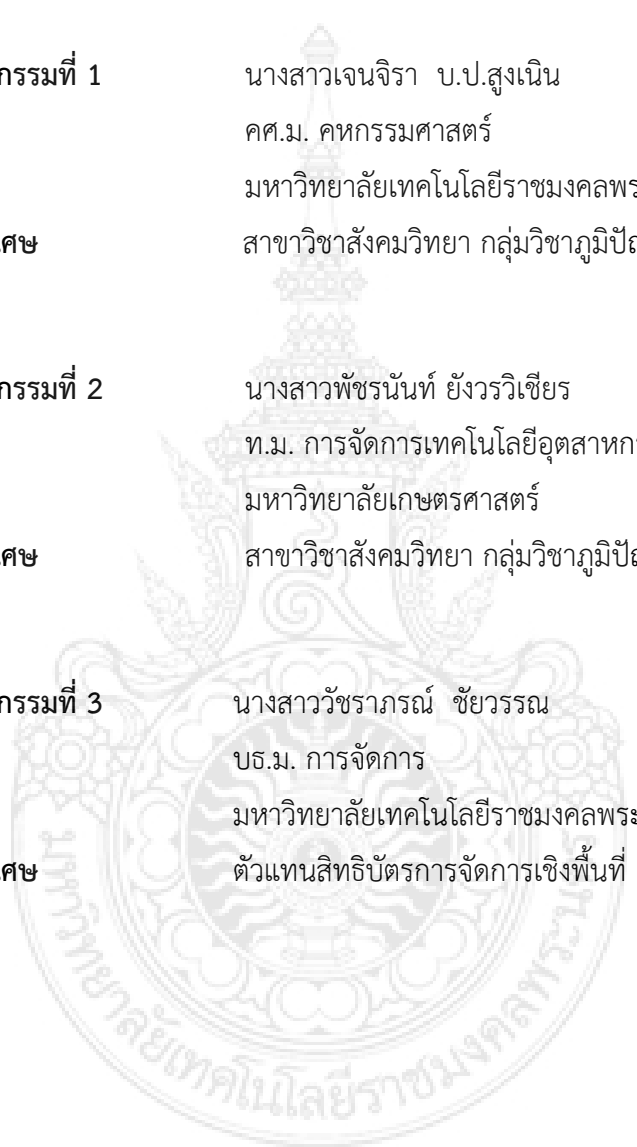
บธ.ม. การจัดการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ตัวแทนสิทธิบัตรการจัดการเชิงพื้นที่

สาขาที่มีความชำนาญพิเศษ

(ต่างจากวุฒิการศึกษา)



ประวัติย่อผู้วิจัย (ต่อ)

หัวหน้าโครงการวิจัย กิจกรรมที่ 1

คุณวุฒิ

นางสาวเจนจิรา บ.ป.สูงเนิน

คศ.ม. คหกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาที่มีความชำนาญพิเศษ

สาขาวิชาสังคมวิทยา กลุ่มวิชาภูมิปัญญาท้องถิ่น

(ต่างจากวุฒิการศึกษา)

ผู้ร่วมวิจัย

รองศาสตราจารย์ ดร.จอมขวัญ สุวรรณรักษ์

คุณวุฒิ

ปร.ด. นวัตกรรมจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

สาขาที่มีความชำนาญพิเศษ

สาขาวิชาสังคมวิทยา กลุ่มวิชาภูมิปัญญาท้องถิ่น

(ต่างจากวุฒิการศึกษา)

ผู้ร่วมวิจัย

รองศาสตราจารย์ ดร.จุฑามาศ พิรพัชระ

คุณวุฒิ

บธ.ด. การพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมและทรัพยากรมนุษย์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

สาขาที่มีความชำนาญพิเศษ

สาขาวิชาสังคมวิทยา กลุ่มวิชาภูมิปัญญาท้องถิ่น

(ต่างจากวุฒิการศึกษา)

หัวหน้าโครงการวิจัย กิจกรรมที่ 2

คุณวุฒิ

นางสาวพัชรนันท์ ยังวรวิเชียร

ท.ม. การจัดการเทคโนโลยีอุตสาหกรรมเกษตร

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สาขาที่มีความชำนาญพิเศษ

สาขาวิชาสังคมวิทยา กลุ่มวิชาภูมิปัญญาท้องถิ่น

(ต่างจากวุฒิการศึกษา)

ผู้ร่วมวิจัย

รองศาสตราจารย์ ดร.จุฑามาศ พิรพัชระ

คุณวุฒิ

บธ.ด. การพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมและทรัพยากรมนุษย์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

สาขาที่มีความชำนาญพิเศษ

สาขาวิชาสังคมวิทยา กลุ่มวิชาภูมิปัญญาท้องถิ่น

(ต่างจากวุฒิการศึกษา)

ผู้ร่วมวิจัย

นางสาวอินท์ธิดา หิรัญอุ๋ครวงศ์

คุณวุฒิ

คศ.ม. คหกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาที่มีความชำนาญพิเศษ

สาขาวิชาสังคมวิทยา กลุ่มวิชาภูมิปัญญาท้องถิ่น

(ต่างจากวุฒิการศึกษา)

ประวัติย่อผู้วิจัย (ต่อ)

หัวหน้าโครงการวิจัย กิจกรรมที่ 3

คุณวุฒิ

นางสาววัชรภรณ์ ชัยวรรณ

บธ.ม. การจัดการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาที่มีความชำนาญพิเศษ

(ต่างจากวุฒิการศึกษา)

ตัวแทนสิทธิบัตรการจัดการเชิงพื้นที่

ผู้ร่วมวิจัย

คุณวุฒิ

นางสาวพัชรนันท์ ยังวรวิเชียร

ท.ม. การจัดการเทคโนโลยีอุตสาหกรรมเกษตร

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สาขาที่มีความชำนาญพิเศษ

(ต่างจากวุฒิการศึกษา)

สาขาวิชาสังคมวิทยา กลุ่มวิชาภูมิปัญญาท้องถิ่น

ผู้ร่วมวิจัย

คุณวุฒิ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.น้อมจิตต์ สุธิบุตร

ปร.ด. สาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอาหาร

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

สาขาที่มีความชำนาญพิเศษ

สาขาวิชาเทคโนโลยีการหมัก แปรรูปอาหาร จุลชีววิทยาอาหาร

ผู้ร่วมวิจัย

คุณวุฒิ

รองศาสตราจารย์ ดร.จุฑามาศ พิรพัชระ

ปร.ด. การพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมและทรัพยากรมนุษย์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

สาขาที่มีความชำนาญพิเศษ

(ต่างจากวุฒิการศึกษา)

สาขาวิชาสังคมวิทยา กลุ่มวิชาภูมิปัญญาท้องถิ่น

