

การส่งเสริมอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี

Promoting Gastronomy Tourism in Banglamung District, Chonburi Province

สุธีธรรม กิ่งนันทสิงห์¹ เสรี วงษ์มณฑา² ผกามาศ ชัยรัตน์³
Soothitam Kingnamsing, Seri Wongmonta, Pakamas Chairatana

บทคัดย่อ (Abstract)

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวชาวไทย อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี 2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี จำนวน 420 คน เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยคือ แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการใช้โปรแกรมทางสถิติ การทดสอบสมมติฐาน ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ Chi-square test T-test One-way Anova และ วิธีการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์การเดินทาง เพื่อพักผ่อน / ท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางมากับครอบครัว จำนวนสมาชิกในการเดินทาง 4-5 คน ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวอยู่ระหว่างวันวันเสาร์ – อาทิตย์ ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว 2-3 ครั้ง มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อคนครั้งละ 1,001 - 3,000 บาท แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดชลบุรีที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบหลังจากเดินทางมาท่องเที่ยว ได้แก่ เกาะล้าน 2) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านสภาพเศรษฐกิจ ด้านความปลอดภัย ด้านความแตกต่างของวัฒนธรรมอาหาร ด้านการเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง และด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

คำสำคัญ (Keywords) : อัตลักษณ์การท่องเที่ยว; การท่องเที่ยวเชิงอาหาร; จังหวัดชลบุรี

Received: 2022-05-06 Revised: 2022-06-14 Accepted: 2022-06-16

¹ หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา กรุงเทพมหานคร Master of Arts Program in Tourism and Hotel Management, College of Management University of Phayao, Bangkok Campus. Corresponding Author e-mail: soothitam.ki@gmail.com

² หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา กรุงเทพมหานคร Master of Arts Program in Tourism and Hotel Management, College of Management University of Phayao, Bangkok Campus.

³ สาขาการโรงแรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร Faculty of Liberal Arts in Hotel Management, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

Abstract

The purpose of this research was 1) To study tourist behavior in Integrated Sustainable Gastronomy Tourism in Chonburi province. 2) To study the affecting travel decision factors of Thai tourists who come to sustainable integrated gastronomy attractions at Banglamung district Chonburi province to propose guidelines to promote sustainable food tourism in Chonburi Province. This is a quantitative research collected questionnaire data of 420 tourists visiting Chonburi province. The questionnaire data had been analyzed in descriptive statistics of frequency, percentage, mean and standard deviation. For hypothesis testing by using the inferential statistics Chi-square test, T-test, One-way Anova and the test will be done in pairs with the Least Significant Difference (LSD) to determine statistical significance level at 0.05. The research result showed that 1) The tourism had the purpose of traveling for leisure / tourism, traveling with family, number of travel members 4-5 person, travel period is Saturday and Sunday, frequency of traveling 2-3 times, average travel expenses per person 1,001 - 3,000 baht Gastronomy tourism in Chonburi Province that the tourism liked after traveling is Koh Larn 2) Factors affecting decision making in the travel of tourists, including tourist attractions in terms of economic, conditions safety, difference food cultures, being known and famous and cost in tourism.

Keywords: Tourism Identity; Gastronomy Tourism; Chonburi Province

บทนำ (Introduction)

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือว่าเป็นบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย ซึ่งนับเป็นโอกาสอันดี ในการสนับสนุนให้สอดคล้องตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 แต่หากพัฒนาอย่างรวดเร็วเกินไป อาจเกิดผลกระทบร้ายแรงตามมา ประเทศไทยจัดเป็นประเทศที่มีระบบนิเวศที่หลากหลาย มีการเจริญเติบโตด้านการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว จากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่ามีอัตราเพิ่มขึ้นทุกปี (ศูนย์วิจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว, 2559) ทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้จากอดีตที่ผ่านมาจะเห็นได้ว่า การบริหารจัดการชาดการบูรณาการในบริบทด้านต่าง ดังนั้น จึงมีความจำเป็นในการแสวงหาแนวทางในการพัฒนาการอย่างยั่งยืน (เมตต์ เมตต์การุญจิต, 2556) ซึ่งความจำเป็นอย่างเร่งด่วนในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อเป็นแนวทางในการใช้ทรัพยากรที่เหนือคู่แข่ง ปรับเปลี่ยนจุดอ่อนให้เป็นจุดแข็งสร้างวิกฤตให้เป็นโอกาส เพื่อบรรลุเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน และเป็นเข็มทิศนำทางให้สามารถพัฒนาไปสู่ความยั่งยืน

ในปี 2558 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงอาหารคิดเป็นร้อยละ 20 ของรายได้รวมทั้งหมดของการท่องเที่ยว ทำให้รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยมีการจัดโครงการ Amazing Thai Taste เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยว สร้างภาพลักษณ์ของอาหาร เครื่องดื่ม และผลิตภัณฑ์ของไทยให้เป็นสินค้าเกรดพรีเมียมคุณภาพ (Premium Product) รวมถึงส่งเสริมให้ทานผลไม้ตามฤดูกาลทำให้เกิดการกระจายรายได้ในประเทศไทยนั้นเพิ่มขึ้นร้อยละ 50 (พรรณี สวนเพลง และคณะ, 2559) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงมีความสำคัญมาก เนื่องจากการใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมาจากค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับอาหารและเครื่องดื่ม ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่ผสมผสานธรรมชาติของพื้นที่ วัฒนธรรม วิถีชีวิต และเอกลักษณ์เฉพาะของพื้นที่นั้น ๆ รวมเป็นประสบการณ์ที่มอบให้กับนักท่องเที่ยว เป็นการสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจ นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ยังเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนและท้องถิ่น ทั้งทางตรงและทางอ้อม (ประชาชาติธุรกิจ, 2562)

จังหวัดชลบุรี ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกของประเทศไทย มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาในพื้นที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และมีชื่อเสียงในเรื่องของอาหาร ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี ทางจังหวัดชลบุรีได้มีวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว และบริการเพื่อยกระดับให้เป็นเมืองท่องเที่ยวนานาชาติที่มีมาตรฐานระดับสากล โดยใช้ชื่อโครงการ “การส่งเสริมสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลาย” ทิศทางการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวไทยในอนาคต ต้องพัฒนาไปสู่ความมั่นคง ความมั่งคั่ง และความยั่งยืน ดังนั้นเพื่อให้การเติบโตมีคุณภาพและยั่งยืน ทิศทางการขับเคลื่อนต้องตอบสนองต่อแนวโน้มการท่องเที่ยว สามารถสร้างสมดุลของการเพิ่มรายได้ เพิ่มค่าใช้จ่าย เพิ่มจำนวนวันพักของนักท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มสนใจการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นพิเศษ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาการส่งเสริมอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี โดยการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวชาวไทย และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อค้นหาแนวทางในการสนับสนุน และพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดชลบุรี พร้อมทั้งนำผลการวิจัยที่ได้มาปรับใช้ในพื้นที่จริง เพื่อส่งเสริมสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดชลบุรีให้เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีมาตรฐานตามแบบแผนพัฒนาของจังหวัดชลบุรี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Methods)

1. ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวชาวไทย อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี
2. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยผู้วิจัยใช้การเก็บแบบสอบถามข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยมาท่องเที่ยวใน อำเภอบางละมุง จำนวน 420 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอบางละมุง โดยมีทั้งหมด 4 พื้นที่ ได้แก่ นาเกลือ เนินพลับหวน ซากแก้ว และจอมเทียน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงครอบคลุมเนื้อหาอย่างสมบูรณ์นำมาใช้อย่างเป็นขั้นตอนเพื่อศึกษา ไว้ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวของ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ

4. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อบรรยายข้อมูลทั่วไป

2. สถิติอนุมานหรืออ้างอิง (Inferential Statistics) ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-square test) ค่าที (T-test) ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way Anova or F-test) ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD)

ผลการวิจัย (Research Results)

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามในการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการส่งเสริมอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ตามวัตถุประสงค์ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยว

พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วัตถุประสงค์ก่อนการเดินทางมาจังหวัดชลบุรี		
1. พักผ่อน/ท่องเที่ยว	207	49.29
2. เยี่ยมญาติ/เพื่อน	97	23.10
3. ทักนศึกษา/ดูงาน	19	4.52
4. ประชุม/สัมมนา	54	12.86
5. ติดต่อธุรกิจ	15	3.57

6. ปฏิบัติราชการ	2	0.48
7. ร่วมมหกรรมดนตรี กีฬา	7	1.67
8. เทศกาลงานประเพณี	4	0.95
9. ให้อำเภอทำบุญปฏิบัติธรรม	15	3.57
รวม	420	100

ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดชลบุรี

1. เดินทางคนเดียว	74	17.62
2. เดินทางกับครอบครัว	138	32.86
3. บริษัทจัดนำเที่ยว	7	1.67
4. กลุ่มหน่วยงานองค์กร	74	17.62
5. กลุ่มเพื่อน	127	30.24
รวม	420	100

จำนวนสมาชิกในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดชลบุรี

1. คนเดียว	74	17.62
2. จำนวน 2-3 คน	136	32.38
3. จำนวน 4-5 คน	141	33.57
4. จำนวน 6-7 คน	39	9.29
5. จำนวน 8 คนขึ้นไป	30	7.14
รวม	420	100

ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดชลบุรี

1. วันจันทร์-ศุกร์	85	20.24
2. วันเสาร์ - อาทิตย์	252	60
3. วันหยุดนักขัตฤกษ์	35	8.33
4. วันหยุดพิเศษอื่น ๆ	48	11.43
รวม	420	100

ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดชลบุรี

1. เดินทางครั้งแรก	32	7.62
2. เดินทาง 2 - 3 ครั้ง	202	48.10
3. เดินทาง 4 - 5 ครั้ง	133	31.67
4. เดินทาง 6 - 7 ครั้ง	29	6.90
5. เดินทาง 8 ครั้งขึ้นไป	24	5.71
รวม	420	100

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดชลบุรี (เฉลี่ยต่อครั้งต่อคน)

1. น้อยกว่า 1,000 บาท	58	13.81
2. 1,001 - 3,000 บาท	314	74.76
3. 3,001 - 5,000 บาท	36	8.57
4. 5,001 - 7,000 บาท	7	1.67
5. 7,001 บาทขึ้นไป	5	1.19
รวม	420	100

แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดชลบุรีที่ท่านชื่นชอบหลังจากเดินทางมาท่องเที่ยว

1. ตลาดอาหารทะเลสด ลานโพธิ์ - นาเกลือ	49	11.67
2. ชุมชนมุสลิม ซอยเนินพลับหวาน	5	1.19
3. ชุมชนจีนบ้านซากแก้ว	13	3.10
4. ร้านอาหารทะเล ย่านจอมเทียน	59	14.05
5. ตลาดน้ำ 4 ภาค	93	22.14
6. สวนนงนุชพัทยา	42	10.00
7. วัดญาณสังวราราม วรมหาวิหาร	38	9.05
8. เกาะล้าน	121	28.81
รวม	420	100

จากตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละ พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ก่อนการเดินทางมาจังหวัดชลบุรีของกลุ่มตัวอย่างเดินทางเพื่อพักผ่อน/ท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 49.29 มีลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดชลบุรี แบบเดินทางกับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 32.86 มีจำนวนสมาชิกในการเดินทาง จำนวน 4-5 คน คิดเป็นร้อยละ 33.57 ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว อยู่ระหว่างวันวันเสาร์ - อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 60 ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว มีการเดินทาง 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 48.10 มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อคนครั้งละ 1,001 - 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 74.76 แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดชลบุรีที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบหลังจากเดินทางมาท่องเที่ยว ได้แก่ เกาะล้าน คิดเป็นร้อยละ 28.81

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว			
1. มีทัศนียภาพที่สวยงาม	4.29	0.92	มากที่สุด
2. มีความสะอาด ปลอดภัย หรือได้รับการรับรองมาตรฐาน	4.23	0.88	มากที่สุด
3. เหมาะสำหรับการเดินทางไปร้านอาหารและท่องเที่ยว	4.15	0.70	มาก
รวม	4.23	0.58	มากที่สุด
ด้านสภาพเศรษฐกิจ			
1. เศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวมีการลงทุนที่สูงขึ้น	4.04	0.85	มาก
2. การปรับตัวของราคาน้ำมันมีผลต่อการเดินทาง	3.70	1.03	มาก
3. นโยบายการกระตุ้นการส่งเสริมการท่องเที่ยว	4.15	0.83	มาก
รวม	3.96	0.62	มาก
ด้านความปลอดภัย			
1. เส้นทางคมนาคมมีความปลอดภัยต่อการเดินทาง	4.15	0.90	มาก
2. มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยในพื้นที่	4.16	0.90	มาก
3. มีสถานพยาบาล และสถานีตำรวจ เพื่อรองรับเหตุที่เกิดขึ้น	4.03	0.76	มาก
รวม	4.12	0.60	มาก
ด้านความแตกต่างของวัฒนธรรมอาหาร			
1. สนใจศึกษาวัฒนธรรมอาหารของชุมชนท้องถิ่น	3.75	0.98	มาก
2. อยากมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมอาหารกับชุมชนท้องถิ่น	3.70	1.05	มาก
3. ต้องการอนุรักษ์วัฒนธรรมอาหารให้คงอยู่	4.20	0.83	มาก
รวม	3.88	0.71	มาก
ด้านการเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง			
1. มีชื่อเสียงจากการลงนิตยสาร หนังสือ ฯลฯ ด้านท่องเที่ยว	4.08	0.92	มาก
2. ได้ติดรายชื่อสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมของประเทศ	4.08	0.92	มาก

3. มีบุคคลที่มีชื่อเสียงมาโฆษณาหรือเชิญชวนให้มาท่องเที่ยว	4.01	0.82	มาก
รวม	4.06	0.65	มาก
ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว			
1. ราคาที่พัก อาหาร เครื่องดื่มที่จำหน่ายในสถานที่ท่องเที่ยว	4.11	0.89	มาก
2. ราคาค่าเข้าร่วมกิจกรรมในสถานที่ท่องเที่ยว	3.95	0.92	มาก
3. ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยว	4.13	0.82	มาก
รวม	4.06	0.62	มาก
ภาพรวม	4.05	0.50	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ได้แก่

1. ด้านสถานที่ท่องเที่ยว เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ทศนิยภาพที่สวยงามมีความสะอาด ปลอดภัย หรือได้รับการรับรองมาตรฐาน และเหมาะสำหรับการเดินทางไปร้านอาหารและท่องเที่ยว ตามลำดับ

2. ด้านสภาพเศรษฐกิจ เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ นโยบายการกระตุ้นการส่งเสริมการท่องเที่ยว เศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวมีการลงทุนที่สูงขึ้น และการปรับตัวของราคาน้ำมันมีผลต่อการเดินทาง ตามลำดับ

3. ด้านความปลอดภัย เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยในพื้นที่ เส้นทางคมนาคมมีความปลอดภัยต่อการเดินทาง และมีสถานพยาบาล และสถานีตำรวจ เพื่อรองรับเหตุที่เกิดขึ้นตามลำดับ

4. ด้านความแตกต่างของวัฒนธรรมอาหาร เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ต้องการอนุรักษ์วัฒนธรรมอาหารให้คงอยู่ สนใจศึกษาวัฒนธรรมอาหารของชุมชนท้องถิ่น และอยากมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมอาหารกับชุมชนท้องถิ่นตามลำดับ

5. ด้านการเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ มีชื่อเสียงจากการลงนิตยสาร หนังสือ ฯลฯ ได้ติดรายชื่อสถานที่ท่องเที่ยวยอดเยี่ยมของประเทศไทย และมีบุคคลที่มีชื่อเสียงมาโฆษณาหรือเชิญชวนให้มาท่องเที่ยวตามลำดับ

6. ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยว ราคาที่พัก อาหาร เครื่องดื่มที่จำหน่ายในสถานที่ท่องเที่ยว และราคาค่าเข้าร่วมกิจกรรมในสถานที่ท่องเที่ยวตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

การวิจัยเรื่องการส่งเสริมอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี มีประเด็นที่สามารถอภิปรายผลได้ 2 ประเด็นดังนี้

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีลักษณะการเดินทางมากับครอบครัว มีจำนวนสมาชิก จำนวน 4-5 คน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภูมิ ชุนด์ขจร (2563) ได้ศึกษาถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มในกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่พบความแตกต่างของความต้องการจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน เราจึงต้องตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างครอบคลุม โดยการจัดกิจกรรมให้มีความหลากหลายเหมาะสมกับทุกเพศทุกวัย อาจจะจัดกิจกรรมเฉพาะสำหรับครอบครัว เพื่อให้สมาชิกทุกคนในครอบครัวจะได้ทำกิจกรรมร่วมกัน ทั้งนี้ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว อยู่ระหว่างวันเสาร์ – อาทิตย์ สอดคล้องกับงานวิจัยรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเล ของ ญาดา ขอบท่าดี และนรินทร์ สังข์รักษา (2562) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีพฤติกรรมเดินทางท่องเที่ยวในวันหยุด ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวหรือชุมชนควรจัดกิจกรรมในวันหยุดมากกว่าวันธรรมดาเพื่อดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาร่วมกิจกรรม ทำให้เกิดภาพจำที่ดีจะได้มีการบอกต่อและเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำ ทั้งนี้จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวเฉลี่ย 1,001 - 3,000 บาท ต่อคนต่อครั้ง หากทางชุมชนสามารถเพิ่มจำนวนวันที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวได้ จะทำให้ค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวต้องใช้จ่ายในการทานอาหาร การจองที่พัก การทำกิจกรรมกับชุมชนเพิ่มขึ้นไปในทิศทางเดียวกัน และสุดท้ายแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบที่สุดหลังจากเดินทางมาได้แก่ เกาะล้าน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยภาศ ภูมิภมร (2562) ที่ศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่บ้านเกาะกลาง ต.คลองประสังค์ อ.เมือง จ.กระบี่ พบว่าสถานที่ส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวจะไป คือ ชายทะเล/ชายหาด จากที่กล่าวมาข้างต้น จึงควรเน้นการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่ชายหาด ชายทะเล หรือบนเกาะเนื่องจากนักท่องเที่ยวมีความชื่นชอบทัศนียภาพริมทะเล และยังสามารถหาอาหารทะเลสด ๆ มาให้กับนักท่องเที่ยวได้ ทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาสามารถเข้าถึงการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้ง่ายมากยิ่งขึ้น

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ได้แก่

- 2.1 ด้านสถานที่ท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับทัศนียภาพที่สวยงาม ความสะดวก ปลอดภัย ได้รับการรับรองมาตรฐาน มีความสอดคล้องกับ หลักการในการดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยว ของกรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่นกระทรวงมหาดไทย (2550) ที่เร่งพัฒนา พื้นที่ บุรีรัมย์ สันทรพิทยาทังวัฒนธรรม ส่งเสริมบทบาทเอกชนร่วมกับชุมชนในการรักษาแหล่งท่องเที่ยว วิถีชีวิตให้คงสภาพเดิม และส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ ให้ชุมชนได้

เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้น เพื่อให้สถานที่ท่องเที่ยวมีทัศนียภาพที่สวยงาม มีความสะอาด ปลอดภัย นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาได้อย่างปลอดภัย

2.2 ด้านสภาพเศรษฐกิจ พบว่านโยบายการกระตุ้นการส่งเสริมการท่องเที่ยว เศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวมีการลงทุนที่สูงขึ้น และการปรับตัวของราคาน้ำมันมีผลต่อการเดินทาง สอดคล้องกับการที่รัฐบาลมีส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยมีการจัดโครงการ Amazing Thai Taste เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยว สร้างภาพลักษณ์ของอาหาร เครื่องดื่ม และผลิตภัณฑ์ของไทยให้เป็นสินค้าเกรดพรีเมียมคุณภาพ (Premium Product) รวมถึงส่งเสริมให้ทานผลไม้ตามฤดูกาล (พรณี สวนเพ็ญ และคณะ, 2559) ดังนั้นควรจัดโครงการหรือนโยบายที่ช่วยกระตุ้นและส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น โครงการคนละครึ่ง โครงการเราเที่ยวด้วยกัน เป็นต้น

2.3 ด้านความปลอดภัย พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับ พื้นที่ที่มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัย เส้นทางคมนาคมมีความปลอดภัย อยู่ใกล้สถานพยาบาล และสถานีตำรวจ เพื่อรองรับเหตุฉุกเฉินที่อาจจะเกิดขึ้น มีความสอดคล้องกับหลักการในการดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เพิ่มมาตรการอำนวยความสะดวก สร้างความปลอดภัยและป้องกันการเอาเปรียบ นักท่องเที่ยว รวมทั้งเร่งรัดการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของนักท่องเที่ยวอย่างจริงจัง (กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่นกระทรวงมหาดไทย, 2550)

2.4 ด้านความแตกต่างของวัฒนธรรมอาหาร พบว่า นักท่องเที่ยวมีความสนใจศึกษาวัฒนธรรมอาหารของชุมชนท้องถิ่น และอยากมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมอาหารกับชุมชนท้องถิ่น สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน เพื่อไม่ให้อาหารที่แสดงออกถึงความเป็นชุมชนนั้นสูญหายไป อาหารนับว่าเป็นหนึ่งในเครื่องมือสำคัญสำหรับการนำเสนออัตลักษณ์ (Identity) และวัฒนธรรมของชุมชนให้กับนักท่องเที่ยวได้สัมผัสและมีส่วนร่วมในประสบการณ์จากกิจกรรมของชุมชนที่จัดขึ้น (นุชนาฏ เชียงชัย, 2558) ทำให้ความแตกต่างของวัฒนธรรมอาหารเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และยังสอดคล้องกับ สวัสดิ์ ทองสมุทร (2558) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ชุมชนต้องเข้ามามีส่วนร่วม พร้อมทั้งจะดำเนินงานตามแผนและที่สำคัญต้องคงไว้ซึ่งวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชน ต้องอนุรักษ์วัฒนธรรมอาหารให้คงอยู่ สร้างเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และต้องเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

2.5 ด้านการเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง พบว่า การที่แหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียงจากการลงนิตยสาร หนังสือ ฯลฯ ได้ติดอันดับรายชื่อสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยม และมีบุคคลที่มีชื่อเสียงมาโฆษณาหรือเชิญชวนให้มาท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยว มีความสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่กล่าวว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารควรจะใช้การประชาสัมพันธ์ควบคู่กับการโฆษณา เนื่องจากการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และสามารถสร้างภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวไปยังกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง เพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดี และเป็นการสื่อสารให้ตรงกับกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอาหารกับชุมชน ซึ่งทำให้สามารถตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเกิดได้เร็วขึ้น (ฤดี เสริมชยุต, 2563)

2.6 ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทาง ราคาที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม และราคาค่าเข้าร่วมกิจกรรมเป็นอย่างมาก สอดคล้องกับการส่งเสริมการตลาดแบบปากต่อปาก เป็นการนำเสนอสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่มีคุณค่ามีคุณภาพ เพื่อสร้างความประทับใจให้เกิดจากการบอกต่อไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ โดยเฉพาะการบอกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น การรีวิวจาก Facebook, Twitter, Instagram, การเขียน Blog เป็นต้น สื่อเหล่านี้บอกทั้งระดับความพึงพอใจ บอกถึงราคาสินค้าและบริการ ซึ่งสื่อเหล่านี้มีอิทธิพลเป็นอย่างมากต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร ที่พัก ฯลฯ ของนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน (ฤดี เสริมชยุต, 2563) ดังนั้นควรจะมีการชี้แจง แจ้งราคาค่าบริการที่ชัดเจนกับนักท่องเที่ยว และควรจะเป็นราคาที่เหมาะสม

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

1.1 ด้านวัฒนธรรมอาหาร ควรส่งเสริมให้ชุมชนเน้นการใช้วัตถุดิบที่หาได้ หรือ ปลูกขึ้นบริเวณของชุมชน รวมถึงมีการสาธิตอาหารท้องถิ่นที่มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นให้มีชื่อเสียง และเป็นที่รู้จักกับนักท่องเที่ยวมากขึ้น

1.2 ควรมีการควบคุมราคาของที่พัก ราคาในการจำหน่ายอาหารของชุมชน รวมถึงค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารไม่ให้สูงเกินไป เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมกับนักท่องเที่ยว

1.3 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ความพิเศษของสถานที่ท่องเที่ยว นั้นๆ ให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่สนใจได้ตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับชุมชน หรือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดชลบุรี ในพื้นที่อื่น ๆ ใกล้เคียง เช่น ตลาดหนองมน เกาะสีชัง ร้านอาหารบริเวณหาดบางแสน เป็นต้น

2.2 ศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดอื่น ๆ เช่น จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดน่าน ที่มีชื่อเสียงในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นต้น

2.3 ควรมีการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกในเรื่องของการพัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดชลบุรี

เอกสารอ้างอิง (References)

- กัลยรัตน์ โตสุขศรี. (2552). พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแชมพูสระผม
แพนทีนโปร-วี ในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นิคม จารุมณี. (2535). การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: โรง
พิมพ์ศาสนา.

- นุชนาฏ เชียงชัย. (2558). การใช้อัตลักษณ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดลำปาง. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2562). *Gastronomy Tourism* กระจายรายได้สู่ “ฐานราก”. สืบค้น 2 กันยายน 2563, จาก <https://www.prachachat.net/tourism/news-317059>
- ปาริณทร อึ้งจะนิล. (2554). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในรูปแบบตลาดเก่า กรณีศึกษาตลาดคลองสวน 100 ปีจังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ปิยภาคย์ ภูมิภมร. (2562). รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่บ้านเกาะกลาง ต.คลองประสงค์ อ.เมือง จ.กระบี่. วิทยานิพนธ์ดุสิตบัณฑิต สาขาการจัดการสิ่งแวดล้อม. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- พรณี สวนเพลง และคณะ. (2559). การท่องเที่ยวเชิงอาหาร. รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว. เมตต์ เมตต์การุณจิต. (2556). ยุทธศาสตร์การพัฒนา: จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติเชิงรุก. พิมพ์ครั้งที่ 1. นนทบุรี: บุ๊คพอยท์วิชาการ.
- รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์. (2558). เจตคติของคนในชุมชนท้องถิ่นและเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์การศึกษาพิเศษประจำจังหวัดระนองที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัคร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- วชิราภรณ์ โลหะขาละ. (2558). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: แม็คเอ็ดดูเคชั่น.
- ศูนย์วิจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว. (2559). ฐานข้อมูล Tune In โครงการสำรวจข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงลึก. สืบค้น 24 กันยายน 2563, จาก https://tatreviewmagazine.files.wordpress.com/2017/09/db_tune-in.pdf
- สวัสดิ์ ทองสมุทร. (2558). 5หลักการ เที่ยวให้สนุกสุขใจและยั่งยืน. สืบค้น 30 ตุลาคม 2564, จาก <https://www.thaihealth.or.th/Content>
- สิริกาญจน์ กมลปิยะพัฒน์. (2556). การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Getz, D., Andersson, T., Vujicic, S., & Robinson, R. (2015). Food Events in Lifestyle and Travel. *Event Management*. 19(2), 407-419.
- Goeldner, C., & Ritchie, J. R. B. (2006). *Tourism: principles, practices, philosophies* (10th ed.). Hoboken: Wiley.