

**การศึกษาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในการท่องเที่ยวโดยชุมชน
เขตพื้นที่ภาคตะวันออก**

**A study of the components of food tourism for community-based tourism
in the Eastern Region**

วรรณภา อุดมผล^{1*} ซานนท์ อนันตานนท์¹

Wannapa U-domphon Sanon Anantanond

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาแบบจำลององค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในการท่องเที่ยวโดยชุมชนเขตพื้นที่ภาคตะวันออก 2) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลององค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในการท่องเที่ยวโดยชุมชนเขตพื้นที่ภาคตะวันออก โดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน 449 ชุด ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Sample Random Sampling) วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis : EFA) และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA) จากนั้นจึงวิเคราะห์ความสนใจของนักท่องเที่ยวด้วยสถิติเชิงพรรณนา ด้วยค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA) และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) พบว่าองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในการท่องเที่ยวโดยชุมชนเขตพื้นที่ภาคตะวันออก มีจำนวน 4 องค์ประกอบ คือ การท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่น (Local Culinary Tourism) การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism) การท่องเที่ยวภูมิปัญญาและมรดกทางอาหาร (Culinary Wisdom and Heritage in Tourism) และการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Value Co-Created Experience of Culinary Tourism) มีตัวแปรชี้วัดหรือตัวแปรสังเกตได้ ทั้งหมด 15 ตัวแปร

แบบจำลองที่พัฒนาขึ้น มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี (ค่าสถิติ Chi-square เท่ากับ 222.524 ค่า df เท่ากับ 80 ค่า p เท่ากับ 0.000 ค่า CFI เท่ากับ 0.953 RMR เท่ากับ 0.053 SRMR เท่ากับ 0.054 RMSEA เท่ากับ 0.063 PCLOSE เท่ากับ 0.015) ตัวแปรองค์ประกอบทั้งหมดในแบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนท่องเที่ยวเขตพื้นที่ภาคตะวันออกได้ร้อยละ 41.7 84.5 85.2 และ 20.4 ตามลำดับ

ผลการศึกษานำไปสู่การคาดการณ์พฤติกรรมผู้บริโภคให้ตรงกับความต้องการในอนาคต ให้ข้อเสนอแนะสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยการใช้อาหารในแต่ละท้องถิ่นเป็นต้นทุนทางวัฒนธรรม

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงอาหาร การท่องเที่ยวชุมชน การวิเคราะห์องค์ประกอบ

¹ อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

Lecturer, Burapha Business School, Burapha University

* Corresponding Author e-mail: sanon@buu.ac.th

Abstract

This study aimed to 1) study a model of elements of food tourism in tourism communities in the Eastern region. 2) to examine the consistency and harmony of the model of elements of food tourism in tourism communities in the Eastern region. Data was collected from the respondents using a questionnaire and administered to 449 sets, utilizing the method of simple random sampling. The data were subjected to exploratory factor analysis (EFA) and confirmatory factor analysis (CFA). In addition, tourists' interests were analyzed using descriptive statistics, including mean and standard deviation.

The findings from the exploratory factor analysis (EFA) and confirmatory factor analysis (CFA) revealed that there are four distinct components of food tourism in tourism communities in the Eastern Region. These components include Local Culinary Tourism, Community-Based Tourism, Culinary Wisdom and Heritage in Tourism and Value Co-Created Experience of Culinary Tourism. In total, there are 15 indicators or observable variables associated with these components.

Model that has been created or designed the results are very consistent with the empirical data, as indicated by the following statistics: Chi-square statistic is 222.524, df is 80, p is 0.000, CFI is 0.953, RMR is 0.053, SRMR is 0.054, RMSEA is 0.063, PCLOSE is 0.015. All component variables in the model the model were able to explain 41.7%, 84.5%, 85.2%, 85.2%, and 20.4% of the variance in the composition variables in the composition variables of food tourism in the Eastern Region tourism community, respectively.

The study's findings allow for the anticipation of consumer behavior to address future demands. Provide suggestions to improve food tourism by using local food as a form of cultural currency.

Keywords: Food tourism, Communities based tourism, Factor analysis

บทนำ

จากการศึกษาแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ได้มีนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย โดยเป็นการเน้นขับเคลื่อนร่วมไปกับงานพัฒนากรรมวิธีการผลิตของภาคเกษตร หรือ Food Annapolis มุ่งสร้างประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสบรรยากาศและวัฒนธรรมท้องถิ่นแบบ Authentic Local Tourism พร้อมทั้งสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งความเคลื่อนไหวต่างในการพยายามกระตุ้นการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ได้ฉายออกมาเป็นรูปร่างชัดเจนมากขึ้นเรื่อย ตั้งแต่ การจัดทำ “มิชลิน ไกด์ กรุงเทพฯ” ของ ททท. ร่วมกับ มิชลิน ไกด์ ประเทศไทย, การได้รับเลือกให้เป็นเจ้าภาพในการจัดงาน “UNWTO World Forum on Gastronomy Tourism ครั้งที่ 4” ซึ่งถือเป็นงานสัมมนาวิชาการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารระดับนานาชาติครั้งแรกของเอเชีย, การจัดมหกรรมอาหาร “Amazing Thai Taste Festival” หรือแคมเปญล่าสุดอย่าง “Eat Local : Localicious” ประชาสัมพันธ์เส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อชวนคนออกไปลิ้มลองอาหารถิ่นโดยเฉพาะ ซึ่งส่งผลได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารจะเข้ามามีบทบาทและความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวทั่วโลกและในประเทศ ทั้งในระดับท้องถิ่น ภูมิภาค

ระดับชาติ และนานาชาติ ‘การท่องเที่ยวเพื่อกิน’ จึงไม่ใช่เรื่องเล็กที่หลายคนจะมองข้ามได้อีกแล้ว (Center of Tourism Research and Development, 2018)

ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการรับประทานอาหารจะให้ความสำคัญกับการเลือกร้านอาหารท้องถิ่น หรือ ยอมตื่นแต่เช้ายิ่งกว่าวันทำงานเพื่อออกมาหาของอร่อยในตลาดเช้าชุมชนมากขึ้น ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ขับเคลื่อนให้ เทรนด์ “การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism)” แพร่หลายไปทั่วโลก อันที่จริงรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารยังเชื่อมโยงไปถึงการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น และยังมีพลังในการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น ซึ่งองค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ได้กล่าวถึงปรากฏการณ์ เที่ยวเพื่อกิน หรือ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) ไว้ในรายงาน Global Report on Food Tourism ว่าเป็นแนวโน้มการท่องเที่ยวที่กำลังมาแรงและน่าจับตามอง โดยในระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมาผลการวิจัยค้นพบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเยือนต่างประเทศจะใช้จ่ายในหมวดอาหารและเครื่องดื่มมากถึง 1 ใน 3 ของค่าใช้จ่ายในแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมด นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยุคใหม่ยังมักมองหาอาหารท้องถิ่นที่มีความแปลก แตกต่าง และเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ เนื่องจากพวกเขาคือว่าการได้ลิ้มลองเมนูเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์การเดินทาง เช่นนั้นแล้วจึงอาจกล่าวได้ว่า กระแส Food Tourism นั้นมีความเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวในลักษณะ Experiential Tourism อย่างแนบแน่น อีกทั้งยังมีความผูกพันกับสภาพแวดล้อม วิถีชีวิตและวัฒนธรรม อาทิ ข้าวหอมมะลิจากภาคอีสานของไทย องุ่นจากไร่นาในแคว้นทางตอนใต้ของฝรั่งเศส ประเพณีการดื่มชาแบบอังกฤษ หรือ อาหารแบบดั้งเดิม Washoku ของญี่ปุ่น สิ่งเหล่านี้จึงสามารถเชื่อมโยงไปถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) รวมถึงการท่องเที่ยวแบบท้องถิ่น (Local Tourism) (World Tourism Organization, 2012) ซึ่ง UNWTO เพิ่มเติมอีกว่าจากการสำรวจความเห็นของสมาชิกที่ส่วนมากเป็นหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวในระดับประเทศ และภูมิภาคทั่วโลกในประเด็นต่าง เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร พบว่าร้อยละ 88.2 มอง ‘อาหาร’ เป็นส่วนประกอบสำคัญในการสร้างแบรนด์และยกระดับภาพลักษณ์ของท้องถิ่น (Tourism Authority of Thailand, 2017)

จากพฤติกรรมการการท่องเที่ยวดังกล่าว ประเทศไทยในภูมิภาคตะวันออกมีการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มุ่งเน้นการยกระดับการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยนำเอาเอกลักษณ์ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิวิถีในการประกอบอาหารท้องถิ่น ตั้งแต่กระบวนการหาวัตถุดิบ จนกระทั่งกระบวนการปรุงอาหาร มาเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจหลักในการเชิญชวนนักท่องเที่ยวมาเที่ยวชุมชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก ส่งผลให้สามารถแบ่งการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั่วโลกตามหลัก 4 รูปแบบ ได้แก่ (Center of Tourism Research and Development, 2018)

1. การท่องเที่ยวตามสถานที่สำคัญและทดลองชิมอาหารประจำถิ่น เป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเกือบทุกเชื้อชาติ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเน้นการท่องเที่ยว ให้ความสำคัญกับสถานที่ แต่มีอาหารท้องถิ่นเป็นองค์ประกอบร่วม
2. การท่องเที่ยวในเทศกาลอาหาร ฮิตในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและอเมริกา ซึ่งการท่องเที่ยวแนวนี้มีจุดเด่นอยู่ที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกสัมผัสและเข้าถึงอาหารได้หลากหลาย โดยไม่ต้องเดินทางไปชิมไกล อีกทั้งเทศกาลส่วนใหญ่มักคัดสรรร้านอาหารที่มีชื่อเสียงมาร่วม จึงเป็นโอกาสอันดีที่นักท่องเที่ยวจะได้ลิ้มลองอาหารขึ้นชื่อของแต่ละแหล่งอย่างจุใจ
3. การเข้าคอร์สสอนทำอาหาร ตอบโจทย์กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกมากกว่าเอเชีย พวกเขามองว่ากิจกรรมการเลือกซื้อวัตถุดิบและปรุงอาหารโดยมีผู้สอนเป็นคนท้องถิ่น เป็นการเรียนรู้วิถีชีวิตของคนชาตินั้น อีกรูปแบบหนึ่ง

4. การท่องเที่ยวแบบพักอาศัยกับคนในพื้นที่ (homestay) นิยมกันในหมู่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวตะวันตก การท่องเที่ยวลักษณะนี้นักท่องเที่ยวจะได้ทั้งสัมผัสบรรยากาศการใช้ชีวิตของชาวบ้าน ศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรม ลิ้มลองเมนูพื้นบ้านขนานแท้ หรืออาจจะได้ทดลองปรุงอาหารระหว่างพักอาศัยด้วย

ซึ่งรูปแบบข้างต้น ได้สอดคล้องกับกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตามแนวคิดของ ที่ Hall et al. (2003) โดยแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ระดับต่ำ ระดับกลาง และระดับสูง ซึ่งแต่ละระดับประกอบด้วย ดังนี้

ระดับต่ำ	การท่องเที่ยวแบบชนบทหรือในเขตเมือง (Rural/Urban Tourism)
ระดับปานกลาง	การท่องเที่ยวที่มองอาหารในภาพรวม (Culinary Tourism)
ระดับสูง	การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomic /Cuisine Tourism)
	การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่นักท่องเที่ยวสนใจเฉพาะเจาะจง (Gourmet Tourism)

โดยแต่ละรูปแบบสามารถบ่งบอกถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ทำให้สามารถชุมชนจัดกิจกรรมทางอาหารได้ตรงต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้

ดังนั้น ผู้วิจัยได้เล็งเห็นว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกของประเทศไทย มีวัฒนธรรมวิถีชีวิต และอาหารท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ในแต่ละชุมชนที่สามารถมาต่อยอดและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้อย่างมีคุณภาพ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในการท่องเที่ยวโดยชุมชนเขตพื้นที่ภาคตะวันออก เพื่อนำมาพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ตอบโจทย์กับศักยภาพของชุมชนและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้อย่างลงตัว

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาแบบจำลององค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในการท่องเที่ยวโดยชุมชนเขตพื้นที่ภาคตะวันออก
- 2) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลององค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในการท่องเที่ยวโดยชุมชนเขตพื้นที่ภาคตะวันออก

ทบทวนวรรณกรรม

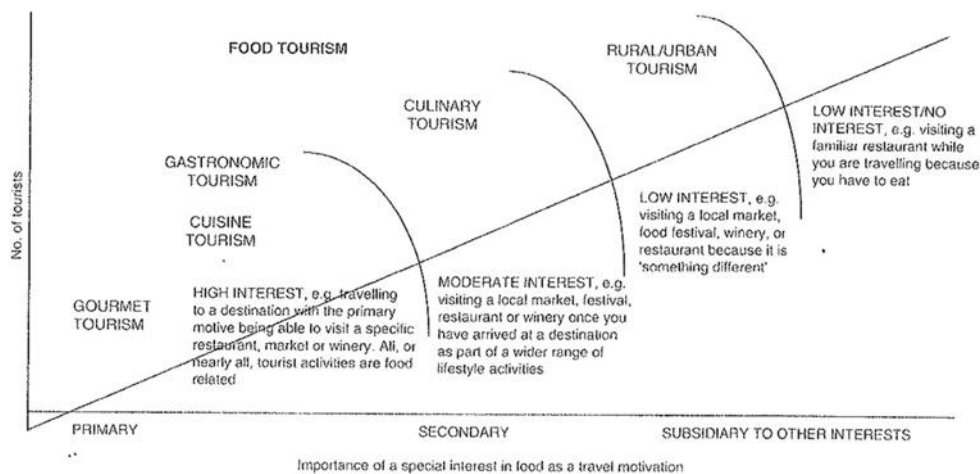
การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) เป็นแนวโน้มการท่องเที่ยวในปัจจุบันที่เกิดขึ้นโดยเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีลักษณะพิเศษ โดยมีอาหารเป็นปัจจัยหลักในการเสริมสร้างประสบการณ์ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่ง Hall, Sharples, Mitchell (2004) และ Macionis, & Cambourne (2003) ได้ให้คำนิยามว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นการเดินทางไปในพื้นที่เพื่อการพักผ่อน รวมถึงการไปชมอาหาร งานเทศกาลอาหาร งานแสดงสินค้า ด้านอาหาร การสาธิตการทำอาหาร รวมถึงการชิมผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพในพื้นที่นั้น โดยนักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสวัฒนธรรมของประเทศ หรือวัฒนธรรมท้องถิ่นที่แปลกใหม่ผ่านการชิมอาหาร ซึ่งรสชาติของอาหารจะสะท้อนถึงวัฒนธรรมของประเทศ

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร จึงเป็นการท่องเที่ยวที่ใช้ประสาทสัมผัส ทุกความรู้สึกและส่งผลให้อาหารเป็นศูนย์กลางสำคัญในประสบการณ์ท่องเที่ยว Shalini & Duggle (2015) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวทางด้านอาหารเป็นปรากฏการณ์ในระดับสากลที่อยู่ในระดับการพัฒนาที่ชัดเจน และมีผลทางบวกต่อเศรษฐกิจในระดับประเทศ และส่งผลดีต่อมรดกทางวัฒนธรรมเนื่องจากนักท่องเที่ยวพยายามที่จะสร้างประสบการณ์ทางด้านอาหาร การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวเพื่อซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งสอดคล้องกับองค์การท่องเที่ยวโลกได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นและกำลังพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

รูปแบบใหม่ โดยมากกว่า 1 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวไปกับอาหารการกิน ดังนั้นอาหารจึงเป็นจุดหมายปลายทางและเป็นส่วนสำคัญของประสบการณ์ที่มีคุณภาพในการเดินทาง (WTO, 2012)

นอกจากนี้ Pullphothong & Sopa (2012) ได้อธิบายว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากอาหารในพื้นที่หรือในภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวเข้าไปท่องเที่ยว ซึ่งเป็นองค์ประกอบหรือปัจจัยที่สำคัญที่กระตุ้นให้คนเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางโดยเฉพาะ การได้รับประทานอาหารท้องถิ่นซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญทางด้านการท่องเที่ยวมีความสำคัญเท่ากับสถานที่พักและทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงเป็นการเรียนรู้วัฒนธรรมใหม่ในแต่ละพื้นที่ เป็นการพัฒนาความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ของสินค้าและบริการรวมถึงอาหารที่ผ่านการบริโภคโดยนักท่องเที่ยว

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร



(Hall and Mitchell, 2005)

ภาพที่ 1 ระดับความสนใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหาร
ที่มา : Hall and Mitchell (2005)

จากแผนภาพแสดงระดับความสำคัญความสนใจในด้านอาหารซึ่งเป็นแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร Hall and Mitchell (2005) ได้แบ่งระดับได้ ดังนี้

1. **ระดับความสนใจต่ำ/ไม่มีความสนใจ** อาทิ การใช้บริการร้านอาหาร ภัตตาคารที่มีความเสมือนหรือใกล้เคียงกับประสบการณ์เดิมในขณะที่เดินทาง ทั้งนี้ เนื่องมาจากความต้องการรับประทานอาหารเท่านั้น คือ การท่องเที่ยวตามความต้องการของนักท่องเที่ยวทั่วไป

2. **ระดับความสนใจต่ำ** อาทิ การเยี่ยมชมตลาดท้องถิ่น งานเทศกาล ร้านอาหาร ภัตตาคาร หรือสถานที่ชม ชิมไวน์ ด้วยเหตุผลจากความแตกต่างบางประการของสถานที่ คือ การท่องเที่ยวรูปแบบ Rural/Urban Tourism

3. **ระดับความสนใจปานกลาง** อาทิ การเยี่ยมชมตลาดท้องถิ่น งานเทศกาล ร้านอาหาร ภัตตาคาร หรือสถานที่ชม ชิมไวน์อย่างน้อยหนึ่งครั้งเมื่อเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทาง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมตามไลฟ์สไตล์ที่หลากหลาย คือ การท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบ Culinary Tourism

4. **ระดับความสนใจสูง** อาทิ การเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวด้วยแรงกระตุ้นทางตรงเพื่อเยี่ยมชม ใช้บริการร้านอาหาร ภัตตาคารแบบเฉพาะเจาะจง ตลาด หรือสถานที่สำหรับชม ชิมไวน์ โดยกิจกรรม

ระหว่างการท่องเที่ยวทั้งหมด หรือเกือบทั้งหมดจะมีความเกี่ยวข้องกับเรื่องของอาหาร คือ การท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบ Gastronomic Tourism / Cuisine Tourism รวมถึง Gourmet Tourism

ซึ่งงานวิจัยของ Chumnanchar (2018) ได้แบ่งระดับความสนใจของการท่องเที่ยวเชิงอาหารไว้ดังนี้

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

2. **การท่องเที่ยวที่มองอาหารในภาพรวม (Culinary Tourism)** เป็นความสนใจในระดับปานกลาง เป็นลักษณะของการท่องเที่ยวและมีการเลือกรับประทานอาหารประจำท้องถิ่นเนื่องจากอาหารมีความแปลกหรือแตกต่างจากท้องถิ่นอื่น เช่น การรับประทานอาหารที่ขึ้นชื่อหรือเมนูแนะนำจากคนในท้องถิ่น

3. **การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomic Tourism) หรือ (Cuisine Tourism)** เป็นความสนใจในระดับสูงเป็นลักษณะการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นการเดินทางถึงจุดหมายปลายทาง อาหารและเครื่องดื่มจะเป็นกิจกรรมส่วนหลัก ที่เข้ามาเกี่ยวข้องในการท่องเที่ยวครั้งนั้น อย่างเช่น การมาท่องเที่ยวประเทศไทยก็จะรับประทานอาหารดื่มยาฝรั่งหรือไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีก็จะรับประทานอาหารกิมจิ หรือการเข้าไปในพื้นที่แล้วรับประทานอาหารท้องถิ่น เป็นต้น

4. **การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่นักท่องเที่ยวสนใจเฉพาะเจาะจง (Gourmet Tourism)** เป็นความสนใจในระดับสูงหรือเป็นการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างแท้จริงซึ่งเป็นแรงจูงใจ ในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทางหลักเพื่อรับประทานอาหารและเครื่องดื่มในท้องถิ่นนั้น ทุกกิจกรรมการท่องเที่ยวล้วนมีอาหารเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น การไปท่องเที่ยวเทศกาลอาหารในพื้นที่นั้น การไปฝึกทำอาหารในพื้นที่ท่องเที่ยว การเข้าไปท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อรับประทานอาหารพื้นเมือง ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวในระดับความสนใจ

การท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community - Based Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมของชุมชน กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชน เพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของในการจัดการ ดูแล เพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน โดยองค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยชุมชน มี 7 องค์ประกอบ

1. เมืองคร/กลไก ในการบริหารจัดการท่องเที่ยว

เมืองคร/กลไก ที่เกิดจากการรวมตัวของคนในชุมชน เพื่อเป็นแกนนำในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของสมาชิกและชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว

2. มีระบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

มีระบบบริหารจัดการท่องเที่ยวของชุมชน และกฎกติกาที่ใช้ในการบริหารการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยงกับการพัฒนาด้านอื่น ของชุมชน การเสริมศักยภาพของคนในกลุ่มท่องเที่ยวและชุมชน การปฏิบัติตามกฎระเบียบและรูปแบบที่ใช้สำหรับบริหารจัดการท่องเที่ยวของชุมชน และการตลาด การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นกับชุมชนอย่างยั่งยืน

3. สนับสนุนการพัฒนาคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจของชุมชน

สนับสนุนการพัฒนาชุมชน กระจายรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวชุมชนอย่างเป็นธรรมและสร้างโอกาสในการมีรายได้เสริม

4. ส่งเสริมวัฒนธรรมของชุมชน

กลุ่มท่องเที่ยวมีข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมในท้องถิ่น มีการถ่ายทอดวัฒนธรรมจากภายในสู่คนภายนอก มีกฎ กติกา และแนวทางเพื่อเคารพและปกป้องวัฒนธรรมชุมชน กลุ่มท่องเที่ยวมีการส่งเสริม อนุรักษ์ ฟื้นฟู และสืบต่อวัฒนธรรม

5. มีส่วนในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมร่วมกับชุมชน

กลุ่มท่องเที่ยวมีข้อมูลด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีการออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน จัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนและอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ มีการป้องกัน จัดการ และแก้ไขปัญหาผลกระทบ

6. สร้างการเรียนรู้

กิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างการเรียนรู้ความเข้าใจในวิถีชีวิต และวัฒนธรรมของชุมชน ให้แก่ผู้มาเยือน สร้างจิตสำนึกและองค์ความรู้ในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ทั้งคนในชุมชนและผู้มาเยือน

7. มีการบริการที่ดีและปลอดภัย

ทั้งด้านที่พัก ยานพาหนะ นักสื่อความหมายท้องถิ่น เจ้าของบ้าน และการประสานงานที่ดีระหว่างกลุ่มในชุมชนเพื่อให้บริการ

ประโยชน์ที่ชุมชนได้รับจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน

1. การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนสนับสนุนการจัดการทรัพยากรธรรมชาติโดยชุมชนความอยู่รอดของชุมชนขึ้นอยู่กับฐานทรัพยากรธรรมชาติวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน คนในชุมชนมีความเชื่อมโยงผูกพันกับทรัพยากร ดิน น้ำ ป่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน สร้างความภาคภูมิใจให้กับชุมชนในการเผยแพร่ภูมิปัญญาในการจัดการทรัพยากร สร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวให้ผู้มาเยือนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สร้างความร่วมมือของหน่วยงานในการทำงานเป็นพันธมิตรร่วมกับชุมชนในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

2. การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนสนับสนุนการพัฒนาวัฒนธรรมท้องถิ่นวิถีชีวิตและวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่บอกถึงอัตลักษณ์ความเป็นชุมชน ความเข้มแข็งของชุมชนจะทำให้ชุมชนสามารถปรับตัวให้อยู่ในสังคมที่ยังคงอนุรักษ์วัฒนธรรมและประยุกต์ให้สอดคล้องกับยุคสมัย มีการสืบทอดสู่คนรุ่นหลังได้อย่างต่อเนื่อง การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือในการสร้างความภาคภูมิใจให้กับคนในชุมชนในการนำเสนอ “ของดี” ชุมชนให้คนภายนอกได้รับรู้ทำให้เกิดการสืบค้น ถ่ายทอด และฟื้นฟูวัฒนธรรมจากรุ่นสู่รุ่น ชุมชนมีการบริหารจัดการและร่วมกันกำหนดว่าวิถีชีวิตและวัฒนธรรมอะไรบ้างที่ชุมชนพร้อมในการนำเสนอและสร้างการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน ตลอดจนมีแนวทางปฏิบัติตัวสำหรับนักท่องเที่ยว การที่นักท่องเที่ยวสนใจแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมคนท้องถิ่น เป็นตัวกระตุ้น อีกทางหนึ่งที่ทำให้ชุมชนเกิดความภาคภูมิใจ และมีชีวิตชีวาในการนำเสนอข้อมูล สามารถสร้างการมีส่วนร่วมให้กับนักท่องเที่ยวในกิจกรรมทางวัฒนธรรมของตน ทำให้เยาวชนคนรุ่นหลังเห็นคุณค่าของชุมชนตนเอง

3. การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนสนับสนุนการพัฒนาคน ความภาคภูมิใจในความเป็นท้องถิ่น หรือชาติพันธุ์ความร่วมมือและความสามัคคีของคนในชุมชน การมีพื้นที่ทางสังคม ได้รับการยอมรับจากคนภายนอก เป็นหัวใจสำคัญของการดำรงไว้ซึ่งความเป็นชุมชน การท่องเที่ยวโดยชุมชนช่วยให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมและกำหนดบทบาทของชุมชนต่อการท่องเที่ยว มีกระบวนการในการจัดการความรู้ภายในชุมชน สร้างระบบในการบริหารจัดการและแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวภายในชุมชนโดยชุมชนเอง มีการพัฒนาทักษะและเพิ่มเติมความรู้ใหม่ให้กับสมาชิกในชุมชนในการบริหารจัดการท่องเที่ยว ให้คนในชุมชนมีความเชื่อมั่นในการนำเสนอปัญหาและความ

ต้องการกับหน่วยงานภายนอก นำเสนอประสบการณ์และความสำเร็จในการพัฒนากับคนและหน่วยงานที่มาศึกษา-ดูงาน นอกจากเป็นการพัฒนา “คนใน” แล้วยังให้การศึกษา กับ “คนนอก” ด้วย

4. การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนและคุณภาพชีวิตนักท่องเที่ยว เป็นการดึงคนจากภายนอกมาเรียนรู้ชุมชน แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชน คือ วิถีชีวิตที่แตกต่าง วัฒนธรรมดั้งเดิม และแหล่งท่องเที่ยวที่มีความอุดมสมบูรณ์ จุดดึงดูด คือ วิถีชีวิตที่เรียบง่ายและมีการดำรงชีวิตที่ผูกพันกับธรรมชาติการท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงเป็นรายได้เสริมที่สามารถนำรายได้ไปดำรงชีพ โดยที่คนในชุมชนยังคงดำเนินวิถีดั้งเดิมหรือเป็นการสร้างทางเลือกเรื่องรายได้ให้กับบางครอบครัว ในการสร้างอาชีพเสริมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สร้างงานให้กับคนในชุมชนการท่องเที่ยว โดยชุมชน จัดสรรรายได้จากการท่องเที่ยว สนับสนุนกิจกรรมการพัฒนาชุมชนและสาธารณประโยชน์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการศึกษาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในการท่องเที่ยวโดยชุมชนเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) เป็นแนวทางหลักในการวิจัย โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ชนิดคำถามปลายปิด (Close Ended Question) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Sample Random Sampling) จำนวน 449 คน

การวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้ 1) สถิติเชิงสถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นสถิติที่นำมาใช้ในการบรรยายคุณลักษณะของข้อมูลทั่วไปของประชากร ประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลจากข้อมูลทั่วไปของประชากร 2) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มตัวชี้วัดให้ถูกต้องโดยการยืนยันจากค่าสถิติของระดับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 3) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) เพื่อใช้สถิติตรวจสอบเครื่องมือวัดที่ได้มาจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) ยังมีโครงสร้างขององค์ประกอบหรือเกาะกลุ่มกันของข้อคำถามตามเดิมหรือไม่

ผลการวิจัย

ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 449 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 62.1 มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 70.2 สถานภาพโสด ร้อยละ 83.5 มีศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 67.9 ประกอบอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชนมากที่สุด ร้อยละ 33.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 30,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 47.7 โดยมีจังหวัดที่เดินทางท่องเที่ยวโดยชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากที่สุด คือ จังหวัดชลบุรี ร้อยละ 86.9 รองลงมาคือ จังหวัดระยอง ร้อยละ 48.6 จังหวัดตราด ร้อยละ 44.1 จังหวัดฉะเชิงเทรา ร้อยละ 32.1 จังหวัดอื่น ๆ ร้อยละ 96 และจังหวัดจันทบุรี ร้อยละ 18.7 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์สถิติพื้นฐานของความสนใจของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารในการท่องเที่ยวโดยชุมชนเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผลการวิเคราะห์ความสนใจของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารในการท่องเที่ยวโดยชุมชนเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการวิเคราะห์นำเสนอด้วยรหัสตัวแปร ชื่อตัวแปร ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อการเดินทางท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

รหัส	ข้อตัวแปร	Mean	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
X1	เดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	3.69	1.079	มาก
X2	เดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อให้ได้ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่	3.64	.979	มาก
X3	เดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อหลีกเลี่ยงความวุ่นวาย จากการท่องเที่ยวในเมือง	3.80	1.011	มาก
X4	เดินทางท่องเที่ยวชุมชนและได้มีส่วนร่วมกิจกรรมอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับการอาหาร ท้องถิ่นของชุมชนที่จัดเตรียมไว้	3.27	.945	ปานกลาง
X5	ได้รับรู้วิถีชีวิตของชุมชนการท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวชุมชน	3.55	.922	มาก
X6	ได้รับประทานอาหารพื้นถิ่นของชุมชนระหว่างท่องเที่ยวชุมชน	3.63	.933	มาก
X7	ได้เห็นการทำอาหารในชุมชนท่องเที่ยว	3.22	1.018	ปานกลาง
X8	เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนเพราะชื่อเสียงของชุมชน	3.47	.966	มาก
X9	เดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพราะมีความสะดวกสบาย ในการเดินทาง	3.43	.947	มาก
X10	เดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพราะมีความปลอดภัย	3.39	.978	ปานกลาง
X11	สามารถรับประทานอาหารพื้นถิ่นของชุมชนท่องเที่ยวได้	3.71	.955	มาก
X12	คิดว่าอาหารท้องถิ่นที่มีชื่อเสียง สามารถดึงดูดความสนใจในการตัดสินใจเดินทาง ไปเที่ยวชุมชนของท่าน	3.64	.986	มาก
X13	เลือกรับประทานอาหารในชุมชนท่องเที่ยวตามที่ท่านสามารถรับประทานได้	3.64	.935	มาก
X14	ไม่ได้มีส่วนร่วมกิจกรรมการทำอาหารของชุมชนท่องเที่ยว	3.16	1.077	ปานกลาง
X15	จะรับประทานอาหารเช้าเมนูขึ้นชื่อหรือเมนูแนะนำของท้องถิ่นเท่านั้น	3.02	1.040	ปานกลาง
X16	รับประทานอาหารเช้าของท้องถิ่นเพราะมีความแปลกกว่าอาหารทั่วไป	3.31	.956	ปานกลาง
X17	อาหารประจำท้องถิ่นของแต่ละชุมชนมีส่วนในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว ของท่าน	3.34	1.010	ปานกลาง
X18	รับประทานอาหารเช้าในชุมชนท่องเที่ยวเพราะปลอดภัย ถูกสุขอนามัย	3.38	.886	ปานกลาง
X19	รับประทานอาหารเช้าในชุมชนท่องเที่ยวเพราะมีความสดใหม่ในการประกอบ อาหาร	3.56	.899	มาก
X20	การรับประทานอาหารเช้าเป็นส่วนหนึ่งของไลฟ์สไตล์	3.57	.998	มาก
X21	เลือกรับประทานอาหารเช้าท้องถิ่นในชุมชนท่องเที่ยวเพราะทำจากวัตถุดิบท้องถิ่นที่ หาทานได้ยาก	3.57	.921	มาก
X22	สามารถมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่นของชุมชน	3.28	.955	ปานกลาง
X23	กิจกรรมหลัก ของชุมชน ที่ท่านมีส่วนร่วมเน้นการนำเสนออาหารและเครื่องดื่มที่ เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน	3.39	.904	ปานกลาง
X24	ได้ชิมอาหารพื้นถิ่นของชุมชนทุกครั้งที่ได้เดินทางท่องเที่ยวชุมชน	3.56	.899	มาก
X25	ได้ดื่มเครื่องดื่มที่ทำมาจากวัตถุดิบของชุมชน	3.57	.998	มาก
X26	ได้รับประทานอาหารที่เป็นรสชาติของคนในท้องถิ่น	3.57	.921	มาก
X27	ได้เห็นกรรมวิธีในการรังสรรค์อาหารของคนในท้องถิ่น	3.28	.955	ปานกลาง
X28	คาดหวังที่จะได้รับประทานอาหารเช้าจากการท่องเที่ยวชุมชน	3.39	.904	มาก
X29	คนในชุมชนให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่เน้นอาหารท้องถิ่นเป็นหลัก	3.44	.955	มาก
X30	มีแรงจูงใจเดินทางชุมชนท่องเที่ยวเพื่อรับประทานอาหารเช้าพื้นถิ่นนั้น ของชุมชน โดยเฉพาะ	3.26	.987	ปานกลาง

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อการเดินทางท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ต่อ)

รหัส	ข้อตัวแปร	Mean	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
X31	เดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพราะอยากมีส่วนร่วมในการทดลอง สานิตการทำอาหารท้องถิ่นของชุมชน	3.57	.921	มาก
X32	ชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนท่องเที่ยว	3.16	1.026	มาก
X33	ชื่นชอบเดินทางไปท่องเที่ยวงานเทศกาลอาหารที่ชุมชนท่องเที่ยวจัดขึ้น	3.54	.979	มาก
X34	ชื่นชอบการรับประทานอาหารพื้นถิ่นหรืออาหารท้องถิ่นของชุมชนการท่องเที่ยว	3.43	.894	มาก
X35	มีส่วนร่วมในการหาวัตถุดิบของชุมชนมาเพื่อประกอบอาหารพื้นถิ่นเสมอ	3.23	1.005	ปานกลาง
X36	มีส่วนร่วมในกรรมวิธีการผลิตอาหารในชุมชนท่องเที่ยวเสมอ	2.69	1.178	ปานกลาง
X37	ได้เรียนรู้กระบวนการและเกิดทักษะการทำอาหารพื้นถิ่นจากการท่องเที่ยวชุมชนทุกครั้ง	2.91	1.046	ปานกลาง
X38	ชุมชนท่องเที่ยวมีการนำวัตถุดิบมาประกอบอาหารที่มีความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน	3.54	.930	มาก
X39	ได้ซื้ออาหารพื้นถิ่นของชุมชนกลับบ้านทุกครั้งที่มาชุมชนท่องเที่ยว	3.44	.951	มาก
X40	เรื่องราวและความเป็นมาของอาหารท้องถิ่น ทำให้ท่านเดินทางท่องเที่ยวชุมชน	3.41	1.012	มาก
X41	สนใจเทศกาลอาหารที่มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและประเพณีของท้องถิ่น	3.55	1.003	มาก
รวม		3.40	.627	ปานกลาง

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

จากตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าระดับของตัวแปรของความสนใจต่อการเดินทางท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจต่อการเดินทางท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40) โดยข้อคำถามจำนวน 41 ข้อ อยู่ในระดับมากที่สุดจำนวน 26 ข้อ และข้อที่อยู่ในระดับกลาง จำนวน 15 ข้อ ดังนี้

ความสนใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการเดินทางท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก จำนวน 26 ข้อ โดยสรุปด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ เดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อหลีกเลี่ยงความวุ่นวายจากการท่องเที่ยวในเมือง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80) รองลงมา ได้แก่ สามารถรับประทานอาหารพื้นถิ่นของชุมชนท่องเที่ยวได้ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71) และ เดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69) ตามลำดับ จนถึงคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ คิดว่าคนในชุมชนให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่เน้นอาหารท้องถิ่นเป็นหลัก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44) เท่ากับ ได้ซื้ออาหารพื้นถิ่นของชุมชนกลับบ้านทุกครั้งที่มาชุมชนท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44) และเรื่องราวและความเป็นมาของอาหารท้องถิ่นทำให้เดินทางท่องเที่ยวชุมชน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41)

ความสนใจต่อการเดินทางท่องเที่ยวชุมชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางจำนวน 15 ข้อ โดยสรุปด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดได้แก่ เดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพราะมีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39) รองลงมา คือ รับประทานอาหารท้องถิ่นในชุมชนท่องเที่ยวเพราะปลอดภัย ถูกสุขอนามัย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38) และอาหารประจำท้องถิ่นของแต่ละชุมชนมีส่วนในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34) ตามลำดับ จนถึงคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ได้เรียนรู้กระบวนการและเกิดทักษะการทำอาหารพื้นถิ่นจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนทุกครั้ง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.91) และมีส่วนร่วมในกรรมวิธีการผลิตอาหารในชุมชนท่องเที่ยวเสมอ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.69)

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis : EFA)

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

ตารางที่ 2 ค่าไคเซอร์ ไมเยอร์-โอลคิน (The Kaiser-Meyer-Olkin-KMO) และการทดสอบบาร์เล็ท (Bartlett's Test)

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) and Bartlett's Test	
ค่าสถิติทดสอบสมมติฐาน (Bartlett's Test of Sphericity Approx. Chi-Square)	1308.631
Df	105
Sig.	.000
ค่าความเพียงพอเหมาะสมของข้อมูล (KMO)	.855

จากตารางที่ 2 แสดงถึง ค่า Kaiser-Meyer-Olkin = 0.855 ซึ่งมากกว่า 0.50 สามารถสรุปได้ว่าข้อมูลความสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารของการท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความเหมาะสม และสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจได้

ค่าประมาณการทางสถิติของ Chi-Square = 1308.631 และ ค่า Significant = 0.000 น้อยกว่า 0.05 สามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรปัจจัยต่าง ทั้ง 41 ตัวแปรนั้น มีความสัมพันธ์กัน ทั้งนี้ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจได้รับตัวแปรสังเกตได้หรือตัวแปรชี้วัดที่ผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนด จำนวน 15 ตัวแปร โดยมีค่าร้อยละสะสมของความแปรปรวน (Accumulative percentage of variance) = 71.97

ตารางที่ 3 ถึง 6 เป็นส่วนที่มาจากค่าสั่งให้หมุนแกน เป็นค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor Loading) ที่ได้มาจากการหมุนแกนด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยหลัก (Principal Component Analysis) แบบ Varimax มีค่าเท่ากับสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรกับปัจจัยที่หมุนแกนแล้ว ส่วนตัวแปรใดที่ไม่สามารถจัดเข้ากลุ่มใดได้ที่มีค่าความสัมพันธ์กับกลุ่มไม่ถึง 0.50 จะถูกตัดทิ้งออกไปและเลือกองค์ประกอบที่มีค่า Total Eigenvalues มากกว่า 1 (Vanichbuncha, 2009) ได้องค์ประกอบจำนวน 4 องค์ประกอบ ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA) มีผลการวิเคราะห์ตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจขององค์ประกอบที่ 1

ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ
X11 ความสามารถรับประทานอาหารพื้นถิ่นของชุมชนท่องเที่ยวได้	.716
X12 ความคิดว่าอาหารท้องถิ่นที่มีชื่อเสียง สามารถดึงดูดความสนใจในการตัดสินใจเดินทางไปเที่ยวชุมชน	.778
X13 การเลือกรับประทานอาหารในชุมชนท่องเที่ยวตามที่สามารถรับประทานได้	.732
X18 การรับประทานอาหารท้องถิ่นในชุมชนท่องเที่ยวเพราะปลอดภัย ถูกสุขอนามัย	.607

ตารางที่ 3 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจขององค์ประกอบที่ 1 (ต่อ)

ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ
X19 การรับประทานอาหารท้องถิ่นในชุมชนท่องเที่ยวเพราะมีความสดใหม่ในการประกอบอาหาร	.739
X20 ความคิดต่อการทานอาหารพื้นถิ่นเป็นส่วนหนึ่งของไลฟ์สไตล์	.765
ค่าความแปรปรวนร่วม (Eigenvalues) = 4.337	

จากตารางที่ 3 แสดงค่าน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่ 1 ประกอบด้วย 6 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักอยู่ระหว่าง 0.607 ถึง 0.778 มีค่าความแปรปรวนร่วม 4.337 ค่าร้อยละของความแปรปรวน (Percentage of variance) = 25.37 เมื่อพิจารณาจากตัวแปรชี้วัดสามารถตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่น (Local Culinary Tourism)

ตารางที่ 4 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจขององค์ประกอบที่ 2

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

จากตารางที่ 4 แสดงค่าน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่ 2 ประกอบด้วย 3 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักอยู่ระหว่าง 0.738 ถึง 0.852 มีค่าความแปรปรวนร่วม 2.410 ค่าร้อยละของความแปรปรวน (Percentage of variance) = 16.64 เมื่อพิจารณาจากตัวแปรชี้วัดสามารถตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism)

ตารางที่ 5 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจขององค์ประกอบที่ 3

ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ
X8 การเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนเพราะชื่อเสียงของชุมชน	.690
X9 การเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพราะมีความสะดวกสบายในการเดินทาง	.636
X14 การไม่ได้มีส่วนร่วมกับกิจกรรมการทำอาหารของชุมชนท่องเที่ยว	.810
X15 การรับประทานอาหารเช้าเมนูขึ้นชื่อหรือเมนูแนะนำของท้องถิ่นเท่านั้น	.691
ค่าความแปรปรวนร่วม (Eigenvalues) = 2.827	

จากตารางที่ 5 แสดงค่าน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่ 3 ประกอบด้วย 4 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักอยู่ระหว่าง 0.636 ถึง 0.810 มีค่าความแปรปรวนร่วม 2.827 ค่าร้อยละของความแปรปรวน (Percentage of variance) = 16.58 เมื่อพิจารณาจากตัวแปรชี้วัดสามารถตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า การท่องเที่ยวภูมิปัญญาและมรดกทางอาหาร (Culinary Wisdom and Heritage Tourism)

ตารางที่ 6 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจขององค์ประกอบที่ 4

ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ
X35 การมีส่วนร่วมในการหาวัตถุดิบของชุมชนมาเพื่อประกอบอาหารพื้นถิ่นเสมอ	.947
X36 การมีส่วนร่วมในกรรมวิธีการผลิตอาหารในชุมชนท่องเที่ยวเสมอ	.896

ค่าความแปรปรวนรวม (Eigenvalues) = 1.843

จากตารางที่ 6 แสดงค่าน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่ 4 ประกอบด้วย 2 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักอยู่ระหว่าง 0.896 ถึง 0.947 มีค่าความแปรปรวนรวม 1.843 ค่าร้อยละของความแปรปรวน (Percentage of variance) = 13.38 เมื่อพิจารณาจากตัวแปรชี้วัดสามารถตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า การสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Value Co-Created Experience of Culinary Tourism)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) เพื่อใช้สถิติตรวจสอบเครื่องมือวัดที่ได้มาจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) ตรวจสอบองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารของการท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ 15 ตัวแปร

ทั้งนี้ ในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ของตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 15 ตัว จะนำมาหาค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สันมาใช้ในการวิเคราะห์ด้วย ซึ่งผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ มีความสัมพันธ์แสดงดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA)

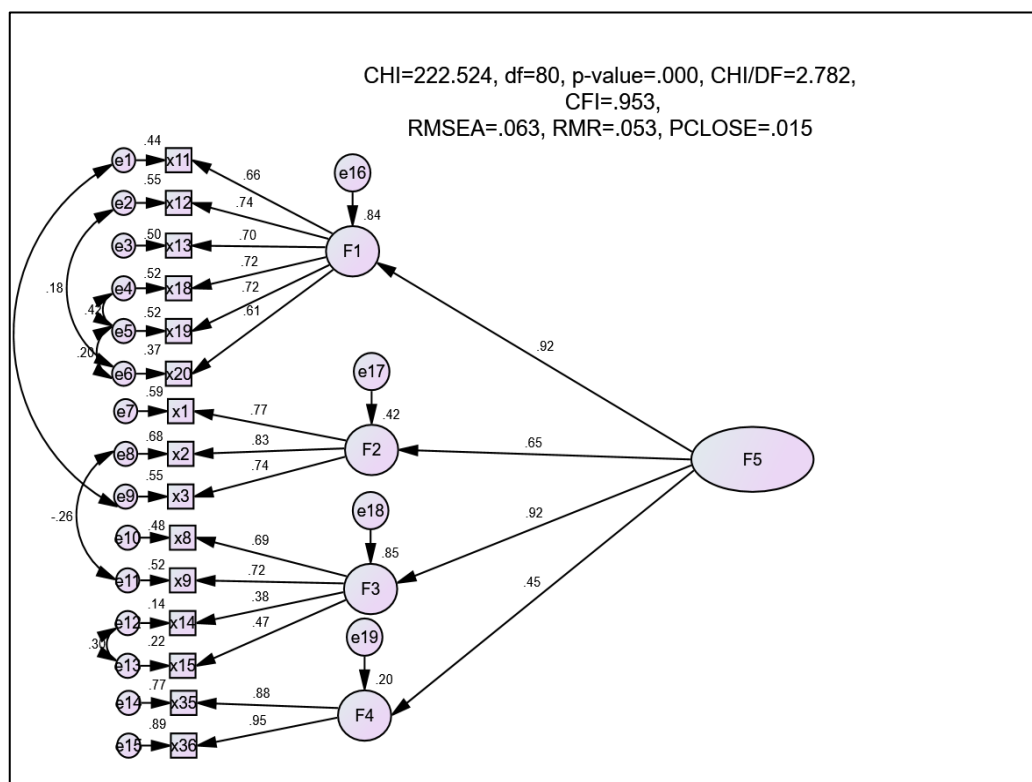
ตัวแปร	x1	x2	x3	x8	x9	x11	x12	x13	x14	x15	x18	x19	x20	x35	x36
x1	1.000														
x2	.638	1.000													
x3	.590	.661	1.000												
x8	.307	.423	.421	1.000											
x9	.337	.303	.351	.610	1.000										
x11	.354	.493	.541	.446	.479	1.000									
x12	.309	.425	.439	.498	.451	.668	1.000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

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

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ X1, X2, X3, มีขนาดความสัมพันธ์อยู่ในช่วง 0.590 - 0.638 ตัวแปรสังเกตได้ X11, X12, X13, X18 X19, X20 มีขนาดความสัมพันธ์อยู่ในช่วง 0.444 - 0.728 ตัวแปรสังเกตได้ X8, X9, X14, X15 มีขนาดความสัมพันธ์อยู่ในช่วง 0.406 - 0.6108 และ ตัวแปรสังเกตได้ X35, X36 มีขนาดความสัมพันธ์เท่ากับ 0.844

หลังจากพัฒนาโมเดลสมมติฐานและตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์แล้ว พบว่า โมเดลสมมติฐานยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยจึงปรับโมเดล (Model modification) จากการปรับพารามิเตอร์จากเมทริกซ์ความแปรปรวน-ความแปรปรวนร่วมของความคลาดเคลื่อนของตัวแปรสังเกตได้ โดยจะพิจารณาปรับแบบจำลองโดยพิจารณาจากดัชนีการปรับแบบจำลอง (Modification Index) ตามที่โปรแกรมให้คำแนะนำ สามารถทำการปรับแบบจำลองได้ทันที โดยไม่มีผลกระทบต่อโครงสร้างของแบบจำลองตามสมมติฐาน และเมื่อปรับแบบจำลองจนเป็นไปตามเกณฑ์ดัชนีตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของข้อมูลแล้ว ถือว่า แบบจำลองตามสมมติฐานสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

โดยนำเสนอองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในการท่องเที่ยวโดยชุมชนเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตาม ภาพที่ 2



ภาพที่ 2 การวิเคราะห์องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในการท่องเที่ยวโดยชุมชนเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จากภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในการท่องเที่ยวโดยชุมชนเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลอง ได้ค่าสถิติทดสอบไคสแควร์ (χ^2) เท่ากับ 222.524 ที่องศาอิสระ (df) เท่ากับ 80 ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (χ^2 / df) เท่ากับ 2.782 ค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.000 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI) ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.953 ดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือ (RMR) เท่ากับ 0.053 ค่ารากของเฉลี่ยกำลังสองของเศษเหลือในรูปคะแนนมาตรฐาน (SRMR) เท่ากับ 0.054 ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสอง

ของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (RMSEA) เท่ากับ 0.063 (PCLOSE) เท่ากับ 0.015 อยู่ในเกณฑ์ดัชนีตรวจสอบความตรงของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ทุกค่า (Angsuchoti et al., 2011) สรุปได้ว่าโมเดลตามสมมติฐานสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือเครื่องมือที่สร้างขึ้นนี้ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ F1-F4 โดยที่องค์ประกอบ F1 และ F3 มีน้ำหนักความสำคัญเท่ากัน รองลงมาได้แก่ F2 และ F4 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มี 4 องค์ประกอบ 15 ตัวแปรสังเกตได้ คำนวณน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตได้มีค่าเป็นบวก อยู่ระหว่าง .38 ถึง .88 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 15 ตัวแปรนั้น เป็นตัวแปรที่สำคัญของความสนใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จัดเรียงองค์ประกอบตามค่าน้ำหนักองค์ประกอบได้ดังนี้

ตารางที่ 8 คำนวณน้ำหนักองค์ประกอบจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบที่ 1

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

จากตารางที่ 8 แสดงค่าน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่ 1 การท่องเที่ยวที่มองอาหารในภาพรวมเชิงการประกอบอาหาร (Culinary Tourism) (ตัวแปร F1) ประกอบด้วย 6 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักอยู่ระหว่าง 0.61 ถึง 0.74 มีค่าความแปรปรวนร่วม 4.15 เมื่อพิจารณาจากตัวแปรชี้วัดสามารถตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่น (Local Culinary Tourism)

ตารางที่ 9 คำนวณน้ำหนักองค์ประกอบจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบที่ 2

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

จากตารางที่ 9 แสดงค่าน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่ 2 การท่องเที่ยวเชิงอาหารชนบท (Rural Food Tourism) (ตัวแปร F2) ประกอบด้วย 3 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักอยู่ระหว่าง 0.74 ถึง 0.83 มีค่าความแปรปรวน

รวม 2.34 เมื่อพิจารณาจากตัวแปรชี้วัดสามารถตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism)

ตารางที่ 10 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบที่ 3

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

ค่าความแปรปรวนรวม (Eigenvalues) = 2.26

จากตารางที่ 10 แสดงค่าน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่ 3 การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นการเดินทางถึงจุดหมายปลายทางที่เป็นเอกลักษณ์พื้นถิ่น (Cuisine Tourism) (ตัวแปร F3) ประกอบด้วย 4 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักอยู่ระหว่าง 0.38 ถึง 0.72 มีค่าความแปรปรวนรวม 2.26 เมื่อพิจารณาจากตัวแปรชี้วัดสามารถตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า การท่องเที่ยวภูมิปัญญาและมรดกทางอาหาร (Culinary Wisdom and Heritage Tourism)

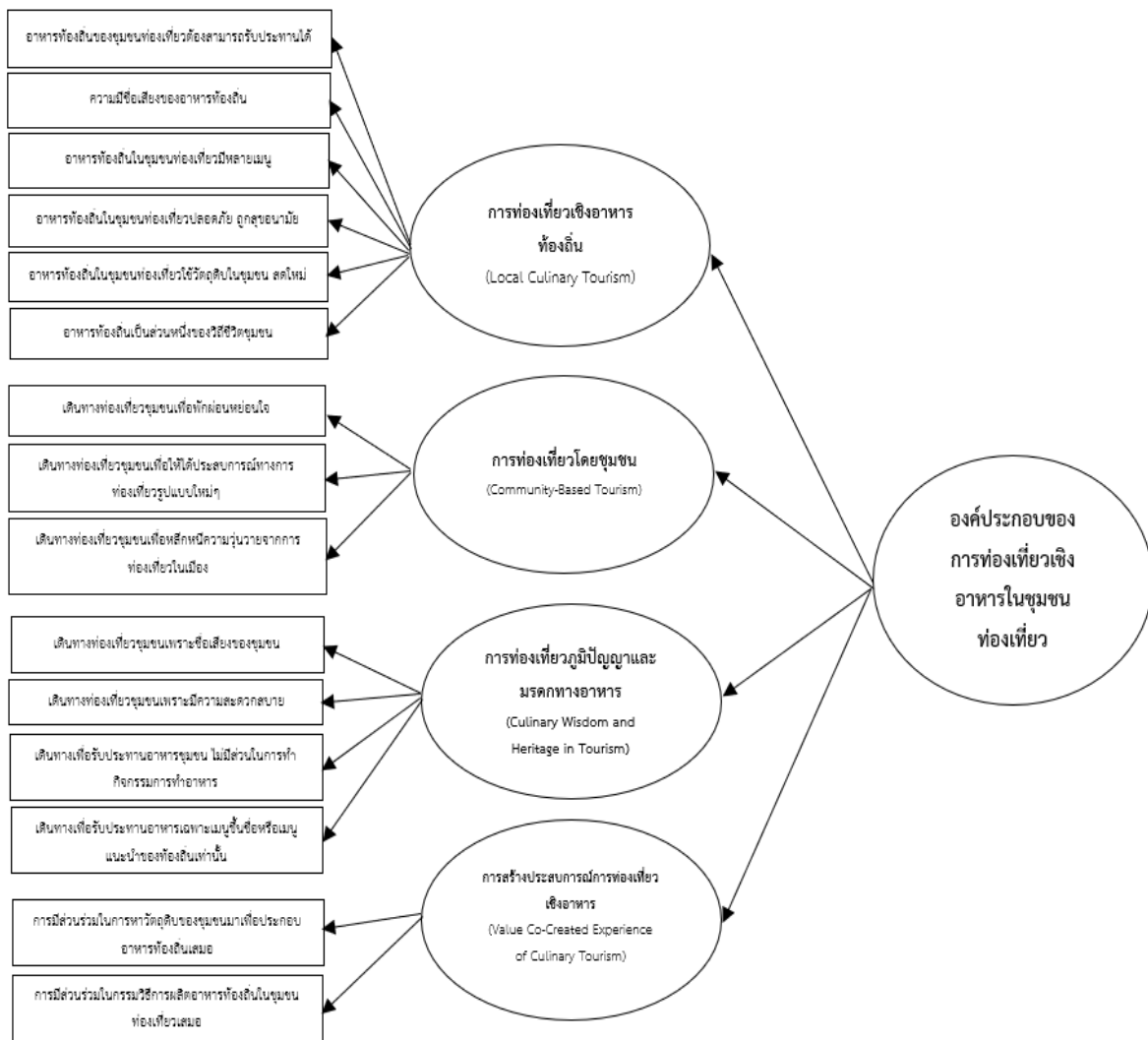
ตารางที่ 11 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบที่ 4

ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ
X35 การมีส่วนร่วมในการหาวัตถุดิบของชุมชนมาเพื่อประกอบอาหารพื้นถิ่นเสมอ	.88
X36 การมีส่วนร่วมในกรรมวิธีการผลิตอาหารในชุมชนท่องเที่ยวเสมอ	.95

ค่าความแปรปรวนรวม (Eigenvalues) = 1.83

จากตารางที่ 11 แสดงค่าน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่ 4 การท่องเที่ยวเชิงอาหารเลิศรส (Gourmet Tourism) (ตัวแปร F4) ประกอบด้วย 2 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักอยู่ระหว่าง 0.88 ถึง 0.95 มีค่าความแปรปรวนรวม 1.83 เมื่อพิจารณาจากตัวแปรชี้วัดสามารถตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า การสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Value Co-Created Experience of Culinary Tourism)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) สามารถสรุปองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในการท่องเที่ยวโดยชุมชนเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงใต้ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนท่องเที่ยวเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัยสามารถแบ่งได้ตามผลของการวิจัย ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ความสนใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารของการท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และการวิเคราะห์องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในการท่องเที่ยวโดยชุมชนเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ความสนใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารของการท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผลการวิเคราะห์ระดับความสนใจต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารของการท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง แสดงว่าระดับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนส่งผลต่อระดับความสนใจต่อการเดินทางท่องเที่ยวชุมชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อยู่ในระดับปานกลาง โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมาก คือการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ รองลงมาเป็นการเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อให้ได้ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ เพื่อหลีกเลี่ยงความวุ่นวายจากการท่องเที่ยวในเมือง เพื่อได้รับวิถี

ชีวิตของชุมชนการท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวชุมชน ได้รับประทานอาหารพื้นถิ่นของชุมชนระหว่างท่องเที่ยวชุมชน เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนเพราะชื่อเสียงของชุมชน และเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพราะมีความสะดวกสบายในการเดินทาง และสามารถรับประทานอาหารพื้นถิ่นของชุมชนท่องเที่ยว เพราะอาหารท้องถิ่นที่มีชื่อเสียงสามารถดึงดูดความสนใจในการตัดสินใจเดินทางไปเที่ยวชุมชน โดยเลือกรับประทานอาหารในชุมชนท่องเที่ยวตามที่สามารถรับประทานได้ อาหารท้องถิ่นในชุมชนท่องเที่ยวเพราะมีความสดใหม่ในการประกอบอาหาร โดยทำจากวัตถุดิบท้องถิ่นที่หาทานได้ยาก จึงชิมอาหารพื้นถิ่นของชุมชนทุกครั้งที่ได้เดินทางท่องเที่ยวชุมชน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับ Pullphothong & Sopa (2012) ที่ชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากอาหารในพื้นที่หรือในภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวเข้าไปท่องเที่ยว ซึ่งเป็นองค์ประกอบหรือปัจจัยที่สำคัญที่กระตุ้น ให้คนเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางโดยเฉพาะ การได้รับประทานอาหารท้องถิ่นซึ่งเป็นองค์ประกอบ สำคัญทางด้านการท่องเที่ยวมีความสำคัญเท่ากับ สถานที่พักและทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงเป็นการเรียนรู้วัฒนธรรม ใหม่ในแต่ละพื้นที่เป็นการพัฒนาความรู้ความเข้าใจ ในผลิตภัณฑ์ของสินค้าและบริการรวมถึงอาหารที่ผ่านการบริโภคโดยนักท่องเที่ยว

การวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารของการท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียง

การวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารของการท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียง พบว่า มีตัวแปรที่คงเหลือจากการผ่านการวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารของการท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงจากทั้งหมด 41 ตัวแปรสังเกต เมื่อทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจได้ องค์ประกอบทั้งหมด 4 องค์ประกอบ และ 15 ตัวแปรสังเกต ค่าตัวแปรที่คงเหลืออยู่นั้นมีค่าน้ำหนักมากเกิน 0.5 แสดงให้เห็นว่ามีความสำคัญที่จะนำไปวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ในกระบวนการถัดไป เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักขององค์ประกอบพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ การท่องเที่ยวที่มองอาหารในภาพรวม (Culinary Tourism) มากที่สุด รองลงมาเป็นการท่องเที่ยวแบบชนบท (Rural Tourism) การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นการเดินทางถึงจุดหมายปลายทาง (Cuisine Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gourmet) ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์เชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis : EFA) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เพื่อทำการหาความสัมพันธ์ของโครงสร้างตัวแปรความสนใจต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารของการท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียง ได้องค์ประกอบจำนวน 4 องค์ประกอบ และมีตัวแปรที่สังเกตได้ 15 ตัว และเมื่อนำมาทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA) เพื่อใช้ตรวจสอบเครื่องมือวัดที่ได้มาจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ผลการวิเคราะห์ได้องค์ประกอบจำนวน 4 องค์ประกอบ และมีตัวแปรที่สังเกตได้ 15 ตัว ซึ่งสอดคล้องกัน และเมื่อพิจารณาจากตัวแปรชี้วัดสามารถตั้งชื่อองค์ประกอบ ทั้ง 4 องค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

องค์ประกอบที่ 1 การท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่น (Local Culinary Tourism) ความสามารถรับประทานอาหารพื้นถิ่นของชุมชนท่องเที่ยวได้ ความมีชื่อเสียงของอาหารท้องถิ่น ความสามารถดึงดูดความสนใจในการตัดสินใจเดินทางไปเที่ยวชุมชน การเลือกรับประทานอาหารในชุมชนท่องเที่ยวตามที่สามารถรับประทานได้ การรับประทานอาหารท้องถิ่นในชุมชนท่องเที่ยวเพราะปลอดภัย ถูกสุขอนามัย การรับประทานอาหารท้องถิ่นในชุมชนท่องเที่ยวเพราะมีความสดใหม่ในการประกอบอาหาร และความคิดเห็นต่อการทานอาหารพื้นถิ่นเป็นส่วนหนึ่งของไลฟ์สไตล์ สอดคล้องกับ Hall and Mitchell (2005) ที่แบ่งการท่องเที่ยวที่มองอาหารในภาพรวม (Culinary Tourism) เป็นความสนใจระดับปานกลาง โดยนักท่องเที่ยวมีความสนใจในการเยี่ยมชมตลาดท้องถิ่น งานเทศกาล ร้านอาหาร ภัตตาคาร หรือสถานที่ชม ชิมไวน์อย่างน้อยหนึ่งครั้งเมื่อเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมตามไลฟ์สไตล์ที่หลากหลาย Lucy M. Long (2012) อธิบาย การท่องเที่ยวแบบ Culinary

tourism ว่าเป็นเรื่องเกี่ยวกับอาหารที่สื่อความหมายการเดินทางและจุดหมายปลายทางสำหรับการท่องเที่ยวของบุคคลที่เดินทางสำรวจอาหารใหม่ ๆ ตลอดจนการใช้อาหารเพื่อการสำรวจวัฒนธรรมและวิถีชีวิตใหม่ รวมถึงกลุ่มผู้ขายอาหารที่มีอัตลักษณ์ มีชื่อเสียงและประวัติน่าสนใจสามารถทำการตลาดได้ และเป็นเรื่องเกี่ยวกับบุคคลที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยความอยากรู้อยากเห็น เป็นเรื่องราวของประสบการณ์ด้านอาหารที่ไม่ธรรมดา การก้าวออกจากกิจวัตรปกติเพื่อสังเกตความแตกต่างที่พบเจอจากการได้สัมผัสผัสของอาหาร งานวิจัยของ Chumnanchar (2018) ที่ศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอาหาร: ศักยภาพและความได้เปรียบของประเทศไทยได้แบ่งระดับความสนใจของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร แบบการท่องเที่ยวที่มองอาหารในภาพรวม (Culinary Tourism) เป็นความสนใจในระดับปานกลาง คือ เป็นลักษณะของการท่องเที่ยวและมีการเลือกรับประทานอาหารประจำท้องถิ่น เนื่องจากอาหารมีความแปลกหรือแตกต่างจากท้องถิ่นอื่น ๆ เช่น การรับประทานอาหารที่ขึ้นชื่อหรือเมนูแนะนำจากคนในท้องถิ่น และงานวิจัยของ Handi (2015) ที่กล่าวว่า Culinary tourism อาจรวมถึงองค์ประกอบอื่นของแหล่งท่องเที่ยวด้วย เช่น วัฒนธรรมท้องถิ่น การเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวที่รวมถึงแหล่งผลิตอาหาร เทศกาลอาหาร ร้านอาหาร ย่านอาหาร การเรียนรู้ประสบการณ์ทางด้านอาหารจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านอาหาร และการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปโดยปัจจัยการท่องเที่ยวเชิงอาหารสามารถเป็นเหตุผลหลักหรือเหตุผลรองในการเดินทาง

องค์ประกอบที่ 2 การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism) การเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ การเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อให้ได้ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ และการเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อหลีกเลี่ยงความวุ่นวาย จากการท่องเที่ยวในเมือง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (Pérez et al. 2010:41; Sebele 2010:140) ซึ่งกล่าวว่า CBT เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ต้องดึงเอาวัตถุดิบหรือเอกลักษณ์ของท้องถิ่นที่มีอยู่มาใช้เพื่อพัฒนาชุมชนเพื่อก่อให้เกิดรายได้เนื่องจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนจำเป็นต้องดึงอัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรทางธรรมชาติ หรือวัฒนธรรม ประเพณี และสอดคล้องกับ Hall and Mitchell (2005) ที่แบ่งการท่องเที่ยวแบบชนบท (Rural Tourism) เป็นความสนใจระดับต่ำ โดยนักท่องเที่ยวมีความสนใจเยี่ยมชมตลาดท้องถิ่น งานเทศกาล ร้านอาหาร ภัตตาคาร หรือสถานที่ชม ชิมไวน์ ด้วยเหตุผลจาก ‘ความแตกต่างบางประการ’ ของสถานที่ คือ การท่องเที่ยวแบบ Rural/Urban Tourism และงานวิจัยของ Chumnanchar (2018) ที่ศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอาหาร: ศักยภาพและความได้เปรียบของประเทศไทย ได้แบ่งระดับความสนใจของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร แบบชนบทหรือในเมือง (Rural/ Urban Tourism) เป็นความสนใจในระดับต่ำสุด คือ ไม่ได้สนใจการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวหรือการท่องเที่ยวในชุมชนหรือในเมือง โดยมีการรับประทานอาหารควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเหมือนกับนักท่องเที่ยวปกติทั่วไปที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวและรับประทานอาหารเครื่องดื่มในมืออาหารนั้น ๆ

องค์ประกอบที่ 3 การท่องเที่ยวภูมิปัญญาและมรดกทางอาหาร (Culinary Wisdom and Heritage Tourism) การเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนเพราะชื่อเสียงของชุมชน การเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเพราะมีความสะดวกสบายในการเดินทาง การไม่ได้มีส่วนร่วมกับการทำอาหารของชุมชนท่องเที่ยว การรับประทานอาหารเฉพาะเมนูขึ้นชื่อหรือเมนูแนะนำของท้องถิ่นเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ A. Ramli and Zahari (2014) ซึ่งกล่าววามรดกทางอาหาร หมายถึง อาหารที่เป็นผลผลิตทางการเกษตรท้องถิ่นมีการเพาะปลูกตามสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศเฉพาะพื้นที่และควรมีวิธีการปรุงอาหารแบบดั้งเดิมและสอดคล้องกับแนวคิดของ (Matta 2013; Ramli, Zahari, Halim และ Aris 2015; Ramli, Zahari และ Talib 2014) กล่าววามรดกทางอาหาร คือ อาหารแบบดั้งเดิมที่สืบทอดมาจากรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่งและอาหารที่เกี่ยวข้องกับภูมิหลังทางวัฒนธรรมที่มีภูมิหลังทางชาติพันธุ์และวัฒนธรรมเนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชนนั้นใช้อัตลักษณ์ของอาหารในการนำมาเสนอต่อนักท่องเที่ยวและอาหาร คือ มรดกที่สืบทอดมาจากรุ่นสู่รุ่นที่นำเสนอความจริงแท้ของวัฒนธรรม

อาหารในชุมชนซึ่งประกอบด้วยการผลิตอาหารจากเกษตรกรรมแบบอินทรีย์การทำอาหารแบบดั้งเดิมมีความจริงแท้ของวัฒนธรรมอาหารการนำเสนอรูปแบบการจัดวางอาหารท้องถิ่นการนำเสนอวิธีการรับประทานอาหารท้องถิ่น และยังสอดคล้องกับ Hall and Mitchell (2005) ที่แบ่งการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นการเดินทางถึงจุดหมายปลายทาง (Cuisine Tourism) หรือ Gastronomy Tourism ไว้เป็นความสนใจระดับสูง โดยนักท่องเที่ยวมีความสนใจในการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวด้วยแรงกระตุ้นทางตรงเพื่อเยี่ยมชม ใช้บริการร้านอาหาร ภัตตาคารแบบเฉพาะเจาะจง ตลาด หรือสถานที่สำหรับชม ชิมไวน์ โดยกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยวทั้งหมด หรือเกือบทั้งหมดจะมีความเกี่ยวข้องกับเรื่องของอาหาร และงานวิจัยของ Chumnanchar (2018) ที่ศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอาหาร: ศักยภาพและความได้เปรียบของประเทศไทย ได้แบ่งระดับความสนใจของการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นความสนใจ ในระดับสูง คือ เป็นลักษณะการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นการเดินทางถึงจุดหมายปลายทาง อาหารและเครื่องดื่มจะเป็นกิจกรรมส่วนหลัก ที่เข้ามาเกี่ยวข้องในการท่องเที่ยวครั้งนั้น อย่างเช่น การมาท่องเที่ยวประเทศไทยก็จะรับประทานต้มยำกุ้งหรือไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีก็จะรับประทานกิมจิ หรือการเข้าไปในพื้นที่แล้วรับประทานอาหารท้องถิ่น เป็นต้น

องค์ประกอบที่ 4 การสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Value Co-Created Experience of Culinary Tourism) การมีส่วนร่วมในการหาวัตถุดิบของชุมชนมาเพื่อประกอบอาหารพื้นถิ่นเสมอ และการมีส่วนร่วมในกรรมวิธีการผลิตอาหารในชุมชนท่องเที่ยวเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Trencher, Yarime, Kharrazi, (2013) ซึ่งกล่าวว่า ในการสร้างคุณค่าร่วมกันนั้นมีการทำงานร่วมกันระหว่างเครือข่ายผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำนวนมากซึ่งมีการทำงานร่วมกันตามสถานะของบุคคลนั้น ในการสร้างการเปลี่ยนแปลงให้เกิดพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืนเพราะประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ดีร่วมกันโดยผ่านกิจกรรมและบริการที่เกี่ยวข้องกับอาหาร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chumnanchar (2018) ที่ศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอาหาร: ศักยภาพและความได้เปรียบของประเทศไทย ได้แบ่งระดับความสนใจของการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่นักท่องเที่ยวสนใจเฉพาะเจาะจง (Gourmet Tourism) เป็นความสนใจในระดับสูง หรือเป็นการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างแท้จริงซึ่งเป็นแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทางหลักเพื่อรับประทานอาหารและเครื่องดื่มในท้องถิ่นนั้น ทุกกิจกรรมการท่องเที่ยวล้วนมีอาหารเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น การไปท่องเที่ยวเทศกาลอาหารในพื้นที่นั้น การไปฝึกทำอาหารในพื้นที่ท่องเที่ยว การเข้าไปท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อรับประทานอาหารพื้นเมือง ซึ่งต่างจาก Hall and Mitchell (2005) ที่รวมการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบ Gourmet Tourism ไว้ในความสนใจระดับสูงเช่นเดียวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบ Gastronomic Tourism/ Cuisine Tourism ซึ่งกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยวทั้งหมดหรือเกือบทั้งหมดจะมีความเกี่ยวข้องกับเรื่องของอาหารและ Psychological Review

สรุปผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในการท่องเที่ยวโดยชุมชนเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีสอดคล้องตามแนวคิด Hall and Mitchell (2005) ซึ่งเมื่อจัดกลุ่มองค์ประกอบใหม่ตามผลการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถเรียงลำดับความสำคัญของตัวแปรตามความสนใจของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงอาหารจากนักท่องเที่ยวตามลำดับ ได้ 4 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบที่ 1 การท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่น (Local Culinary Tourism) องค์ประกอบที่ 2 การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism) องค์ประกอบที่ 3 การท่องเที่ยวภูมิปัญญาและมรดกทางอาหาร (Culinary Wisdom and Heritage Tourism) และ องค์ประกอบที่ 4 การสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Value Co-Created Experience of Culinary Tourism)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

ผลการศึกษาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในการท่องเที่ยวโดยชุมชนเขตพื้นที่ภาคตะวันออก ทำให้ทราบถึงมุมมองของนักท่องเที่ยวต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่ภาคตะวันออก ซึ่งช่วยให้ชุมชนหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นำไปใช้ในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงอาหารของท้องถิ่นชุมชนท่องเที่ยวในภาคตะวันออกได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงหากต้องการผลักดันหรือยกระดับอาหารท้องถิ่นไปสู่การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เน้นการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Value Co-Created Experience of Culinary Tourism) โดยเน้นการมีส่วนร่วมในการหาวัตถุดิบของชุมชนมาเพื่อประกอบอาหารพื้นถิ่น ชุมชนหรือหน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้องเชิงนโยบายในพื้นที่ภาคตะวันออก จะได้ออกแบบและเชื่อมโยงกิจกรรม รวมถึงส่งเสริมทางการตลาดให้กับชุมชนเพื่อพัฒนาและอนุรักษ์อาหารท้องถิ่นให้กับคนในชุมชนยังคงอยู่ รวมถึงให้เป็นไปตามนโยบาย Soft Power อาหารไทย ที่รัฐบาลให้การสนับสนุน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้สนใจอาจตั้งตัวแปรความสนใจต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารของการท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกให้มีจำนวนตัวแปรที่มากขึ้น โดยศึกษาประเด็นความหมายในแต่ละองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้ครอบคลุม อาทิ ความต้องการ พฤติกรรม ทักษะคติ กระบวนการตัดสินใจในการเลือกซื้อ และการบริโภคสินค้า และบริการด้านอาหาร ปฏิบัติการหลังการบริโภค วัฒนธรรม ปัจจัยจูงใจ และลักษณะบุคลิกภาพที่เกี่ยวข้องกับอาหารซึ่งเป็นตัวทำนายที่สำคัญอย่างต่อเนื่องของการบริโภคอาหารในท้องถิ่น และนำตัวแปรที่ได้ไปวิเคราะห์องค์ประกอบกับนักท่องเที่ยวหลายๆ กลุ่ม

2. ควรศึกษาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในการท่องเที่ยวโดยชุมชนเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเกี่ยวกับตัวแปรอื่น เช่น ความร่วมมือของชุมชน ความพร้อมของชาวบ้านในการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อนำไปเป็นข้อมูลในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนให้มีศักยภาพยิ่งขึ้น

References

- Angsuchoti, S., Wjitwanna, S.& Pinyopanuwat, R. (2011). Statistics analysis for social science and behavioral science research: LISREL program techniques (4th ed). Bangkok: Charoen Dee Man Kong Printing.
- Center of Tourism Research and Development Social Research Institute, Chiang Mai University. (2018). Community-based tourism management in the eastern region of Thailand. Chiang Mai: Chiang Mai University. (In Thai)
- Chumnanchar, B. (2018). Gastronomy Tourism: Thailand's Competitiveness. Private Higher Education Institutions Association of Thailand under the Royal Patronage of Her Royal Highness Princess Maha Chakri Sirindhorn, 24(1), 103-116. (In Thai)
- Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis* (6th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

- Hall, C. M. (2003). *Wine, food and tourism marketing*. New York: The Haworth Hospitality Press.
- Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., & Cambourne, B. (Eds.). (2004). *Food tourism around the world: Development, management and markets*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Hall, M., & Mitchell, R. (2005). Gastronomic tourism: Comparing food and wine tourism experiences. In M. Novelli (Ed.), *Niche tourism: Contemporary issues, trends and cases* (pp. 89-100). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Handi, S. (2015). Food tourism strategy and promotion of the potential of Thai tourism industry (Dissertation DBA). Pitsanulok: Naresuan University. (In Thai)
- Long, L. M. (Ed.). (2004). *Culinary tourism*. Lexington, KY: The University Press of Kentucky.
- Matta, R. (2013). Defining food heritage: Elements of food cultures. *Journal of Food Heritage*, 27(1), 35-45.
- Pérez, A., Mazon, J., & García, I. (2010). *Community-based tourism: A tool for community development*. University of Alicante.
- Pullphothong, L., & Sopha, C. (2012). Gastronomic tourism in Ayutthaya, Thailand. Retrieved November 20, 2017, from http://www.ijbts-journal.com/images/main_1366796758/0043-Ladapha.pdf
- Ramli, A., Zahari, M. S., & Talib, A. (2014). Traditional food heritage and its significance to food tourism. *Journal of Heritage Tourism*, 9(3), 234-245.
- Ramli, A., Zahari, M. S., Halim, N. A., & Aris, N. A. (2015). Food heritage: Traditional food inheritance and cultural background. *Journal of Culinary Arts and Gastronomy*, 5(2), 125-134.
- Sebele, L. (2010). Community-based tourism ventures, benefits and challenges: Khama Rhino Sanctuary Trust, Central District, Botswana. *Tourism Management*, 31(1), 136-146.
- Shalini, D., & Duggal, S. (2015). A review on food tourism quality and its associated forms around the world. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 4(2), 1-12.
- Suksawang, P. (2013). Structural equation modeling. Bangkok: Watanapanich Printing House. (In Thai)
- Tourism Authority of Thailand. (2017). Food will keep us alive. Retrieved November 8, 2017, from <http://www.etatjournal.com/mobile/index.php/menu-read-tat/menu-2017/menu-12017/281-1212017-food-alive>
- Trencher, G. P., Yarime, M., & Kharrazi, A. (2013). Co-creating sustainability: Cross-sector university collaborations for driving sustainable urban transformations. *Journal of Cleaner Production*, 50, 40-55.
- Vanichbuncha, K. (2009). Statistical Analysis: Statistics for Decision Making (4th ed). Bangkok: Chulalongkorn University Press. (In Thai)
- World Tourism Organization. (2012). *Global report on food tourism: AM report volume four*. Madrid, Spain: Author.