



Received: March 12, 2026

Revised: April 17, 2026

Accepted: April 22, 2026

พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเล จังหวัดนครราชสีมา

Tourist Behavior and Satisfaction of Thai Tourists
Toward Coastal Local Gastronomy Tourism in Nakhon Si Thammarat Province

ปวิธ ตันสกุล*

สุภัทรชัย แก้วไทย

สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ณภัทรธิดา มีเดชา

เอกรัตน์ สิงห์ทอง

คณะกรรมการจัดการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

*ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author) E-mail: tpavit@gmail.com

Pavit Tansakul

Supattarachai Kaewthai

School of Management, Walailak University

Napattaratida Meedacha

Ekkarat Singthong

Graduate School of Tourism Management, National Institute of Development Administration

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราช กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่ จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ใช้สถิติเชิงพรรณนา (ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) ร่วมกับสถิติเชิงอนุมาน (Chi-square test, Independent Sample t-test และ One-Way ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมบริโภคอาหารทะเลสดและเดินทางร่วมกับครอบครัว โดยมีค่าใช้จ่ายด้านอาหารเฉลี่ย 501–1,000 บาทต่อคนต่อทริป ในด้านความพึงพอใจ พบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.61$) โดยด้านราคาและความคุ้มค่ามีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือด้านการบริการและบุคลากร ด้านอัตลักษณ์และคุณภาพอาหาร ด้านสถานที่และบรรยากาศตามลำดับ สำหรับการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ พบว่า อายุ อาชีพ รายได้และภูมิลำเนามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเฉพาะการตัดสินใจเดินทาง ขณะที่ปัจจัยประชากรศาสตร์ส่วนใหญ่ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจโดยรวม ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเลเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวได้หลากหลายกลุ่ม โดยความแตกต่างของความพึงพอใจเกิดขึ้นเฉพาะในมิติด้านราคาและบริบทแวดล้อม ข้อมูลดังกล่าวสามารถนำไปใช้ในการกำหนดนโยบายและพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าและยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารชายฝั่งทะเลจังหวัดนครศรีธรรมราชต่อไป

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงอาหาร; อาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเล; พฤติกรรมนักท่องเที่ยว; ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว; จังหวัดนครศรีธรรมราช

Abstract

This research aimed to examine the behavior and levels of satisfaction of Thai tourists toward coastal local gastronomy tourism in Nakhon Si Thammarat Province. The sample consisted of 400 Thai tourists who had prior experience in gastronomy tourism in the area, selected using convenience sampling. Data were collected using questionnaires and analyzed using descriptive statistics (frequency, percentage, mean, and standard deviation) combined with inferential statistics (chi-square test, independent samples t-test, and one-way ANOVA).

The findings revealed that most tourists preferred consuming fresh seafood and traveling with their families, with an average food expenditure of 501–1,000 baht per person per trip. In terms of satisfaction, tourists reported an overall satisfaction at the highest level ($M = 4.61$). Price and value for money achieved the highest mean score, followed by service and personnel, food identity and quality, and location and atmosphere, respectively. Correlation analysis indicated that age, occupation, income, and place of origin were significantly associated with tourism behavior at the .05 level, particularly in travel decision-making. In contrast, most demographic factors did not significantly influence overall satisfaction. The findings suggest that coastal local gastronomy tourism represents a tourism product capable of catering to diverse tourist segments. Differences in satisfaction were primarily observed in terms of price and environmental context. These findings can inform policy formulation and strategic development aimed at enhancing the value and quality of coastal gastronomy tourism in Nakhon Si Thammarat Province.



Keywords: Gastronomy tourism; Coastal local food; Tourist behavior; Tourist satisfaction; Nakhon Si Thammarat Province

บทนำ

ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวในระดับโลก โดยในปี พ.ศ. 2567 มีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศด้านการท่องเที่ยว (Tourism GDP) มูลค่ากว่า 2,732,371 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14.71 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศทั้งหมดของประเทศ นอกจากนี้ ภาคการท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดการจ้างงานจำนวนประมาณ 4.77 ล้านคน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อระบบเศรษฐกิจและการพัฒนาประเทศ (Trade Policy and Strategy Office, 2025) ขณะเดียวกันนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566–2570) ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวมูลค่าสูงและการใช้ทุนทางวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือในการยกระดับศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของประเทศ (Office of the National Economic and Social Development Council, 2022)

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร หมายถึงประสบการณ์การเดินทางที่เน้นการสำรวจวัฒนธรรมอาหารพื้นถิ่น ประเพณี การปรุงอาหาร และประสบการณ์การรับประทานอาหาร (Vu, Alonso, Nguyen, & Ngo, 2025) เนื่องจากอาหารถูกมองว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สามารถสะท้อนและเป็นตัวแทนในการนำเสนอวัฒนธรรม สังคมและวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคมนั้นได้อย่างชัดเจน (Hall & Sharples, 2003) การท่องเที่ยวที่ใช้อาหารเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปยังจุดหมายปลายทางต่าง ๆ ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Park & Widyanta, 2022) โดยในปี 2022 มูลค่าตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของประเทศไทยอยู่ที่ 23,285 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (Business Plus, 2023) ซึ่งชี้ให้เห็นถึงโอกาสในการพัฒนาอาหารให้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งในด้านการสร้างภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทาง การสร้างตราสินค้าการท่องเที่ยว ตลอดจนการใช้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อช่วยกระจายฤดูกาลท่องเที่ยวและลดการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยว (Muskat, Hörtnagl, Prayag, & Wagner, 2019) ประเด็นดังกล่าวสามารถอธิบายได้ผ่านแนวคิดเศรษฐกิจเชิงประสบการณ์ (Experience Economy) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคปัจจุบันได้เปลี่ยนจากการมุ่งเน้นสินค้าและบริการไปสู่การแสวงหาประสบการณ์ที่มีความหมายและน่าจดจำ (Erdem, Sener, & Demir, 2020) โดยการท่องเที่ยวเชิงอาหารถือเป็นรูปแบบหนึ่งของการสร้างประสบการณ์ผ่านรสชาติ วัฒนธรรม และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการกำหนดความพึงพอใจและการรับรู้คุณค่าของนักท่องเที่ยว

จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากมีพื้นที่ชายฝั่งทะเลที่ติดกับอ่าวไทยครอบคลุมจำนวน 6 อำเภอ ได้แก่ อำเภอขนอม อำเภอสิชล อำเภوتاเสา อำเภอมืองนครศรีธรรมราช อำเภอปากพนัง และอำเภอหัวไทร (Office of Provincial Commercial Affairs Nakhonsithammarat, 2021) พื้นที่ดังกล่าวมีความอุดมสมบูรณ์ทั้งด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเยี่ยมชมได้เป็นจำนวนมาก อีกทั้งอาหารทะเลยังเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่ชายฝั่งทะเลให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์อาหารทะเลของท้องถิ่น ผ่านการจัดกิจกรรมและเทศกาลอาหารทะเลอย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวและสนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจของชุมชนในพื้นที่ (Phokawattana & Seeputsuk, 2024)

อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า งานวิจัยที่ผ่านมาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารส่วนใหญ่มุ่งศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารท้องถิ่นหรือความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในภาพรวม แต่ยังขาดการศึกษาเชิงประจักษ์ที่อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในบริบทพื้นที่ชายฝั่งทะเล ซึ่งมีลักษณะเฉพาะด้านทรัพยากรอาหารทะเลและวัฒนธรรมชุมชนชายฝั่ง โดยเฉพาะ



ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ช่องว่างขององค์ความรู้ดังกล่าวสะท้อนว่ายังไม่มีคำอธิบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับบทบาทของอาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเลในฐานะองค์ประกอบสำคัญของประสบการณ์การท่องเที่ยว และยังไม่ปรากฏหลักฐานเชิงประจักษ์ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคอาหารท้องถิ่นกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในบริบทพื้นที่ชายฝั่ง

จากความสำคัญข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อให้เข้าใจลักษณะพฤติกรรมการบริโภคอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยว ซึ่งสะท้อนผ่านความพึงพอใจทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ อัตลักษณ์และคุณภาพอาหาร ราคาและความคุ้มค่า การบริการและบุคลากร และสถานที่และบรรยากาศ ในพื้นที่ชายฝั่งทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราช งานวิจัยนี้มีส่วนช่วยเติมเต็มองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคอาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเลกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และชี้ให้เห็นบทบาทของอัตลักษณ์อาหารทะเลท้องถิ่นในฐานะองค์ประกอบสำคัญของประสบการณ์การท่องเที่ยว ซึ่งช่วยขยายความเข้าใจด้านการสร้างคุณค่าทางการท่องเที่ยวในบริบทพื้นที่ชายฝั่ง ผลการศึกษานี้จะเป็นข้อมูลสำคัญที่สามารถนำไปใช้ในการกำหนดแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดนครศรีธรรมราช รวมถึงสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารพื้นถิ่น การเพิ่มมูลค่าทรัพยากรท้องถิ่น และการเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราช

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย และ 2) ตัวแปรตาม แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยว โดยพัฒนาจากงานวิจัยของ Junlakittiphun (2025) และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเล ซึ่งสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ Chimbanrai & Wongsaroj (2016) และ Kaewjarus (2023) โดยดัดแปลงให้เหมาะสมกับบริบทของการวิจัยในครั้งนี้ กำหนดสมมติฐานเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษา ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกันส่งผลพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกัน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างไรก็ตามเนื่องจากไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Cochran (1977) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้เท่ากับ 0.05 ซึ่งได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยกำหนดให้มีการกระจายกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมพื้นที่ชายฝั่งทะเลทั้ง 6 อำเภอ ได้แก่ อำเภอนครหลวง อำเภอนครชัยศรี อำเภอนครชัยศรี อำเภอนครชัยศรี อำเภอนครชัยศรี อำเภอนครชัยศรี



และอำเภอหัวไทร เพื่อสะท้อนความหลากหลายของบริบทพื้นที่ศึกษาและลดอคติจากการเก็บข้อมูลเฉพาะจุด โดยได้กำหนดสัดส่วนการเก็บข้อมูลในแต่ละพื้นที่อย่างใกล้เคียงกัน คือ อำเภอละ 66 คน และมี 3 อำเภอ ๆ ละ 67 คน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิลำเนา ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ได้แก่ พฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงอาหารของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย วัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง บุคคลที่ร่วมเดินทาง ค่าใช้จ่ายด้านอาหาร ประเภทอาหารพื้นถิ่นที่นิยมรับประทาน เหตุผลในการเลือกรับประทานอาหาร ความถี่ในการรับประทานอาหาร ช่วงเวลาที่เลือกรับประทานอาหาร และแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักร้านอาหาร หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และ ส่วนที่ 3 ระดับความพึงพอใจ ได้แก่ ด้านอัตลักษณ์และคุณภาพอาหาร ด้านราคาและความคุ้มค่า ด้านการบริการและบุคลากร ด้านสถานที่และบรรยากาศ โดยกำหนดให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นแบบ 5 ระดับ (Likert scale) โดย 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด จนถึง 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด ซึ่งใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้ ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง ระดับมาก ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง ระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง ระดับน้อย และค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา โดยใช้วิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย หลังจากนั้น ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ซึ่งเป็นวิธีการประเมินความสอดคล้องภายในของแบบสอบถาม โดยงานวิจัยนี้ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.90 ซึ่งมากกว่า 0.70 แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ตามเกณฑ์ของ Nunnally & Berntein (1994)

กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ผ่านระบบ Google Form กำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูล โดยผู้ตอบแบบสอบถามต้องเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่ดังกล่าวอย่างน้อย 1 ครั้ง เช่น การเยี่ยมชมตลาดท้องถิ่น การรับประทานอาหาร หรือการเข้าร่วมกิจกรรมเทศกาลอาหาร ทั้งนี้ ผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์ดังกล่าวจะไม่สามารถดำเนินการตอบแบบสอบถามต่อไปได้ สำหรับการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์จากผู้ประกอบการร้านอาหารและสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในพื้นที่ชายฝั่งทะเลทั้ง 6 อำเภอ ได้แก่ อำเภอท่าศาลา อำเภอขนอม อำเภอสิชล อำเภอเมืองนครศรีธรรมราช อำเภอปากพนัง และอำเภอหัวไทร ในการช่วยเผยแพร่แบบสอบถามไปยังนักท่องเที่ยว โดยใช้วิธีการแจก QR Code และลิงก์แบบสอบถาม ณ จุดให้บริการ เช่น ร้านอาหาร ตลาดท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยว โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนมกราคม ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2569

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้สถิติเบื้องต้น ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา และใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน ใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานทางสถิติ โดยการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้วยการทดสอบไคสแควร์ (Chi-square test: χ^2) และการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA: F-test)



สรุปผลการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราช กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน ที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารในแหล่งท่องเที่ยวชายฝั่งทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 218 คน (ร้อยละ 54.5) รองลงมาคือเพศชาย จำนวน 170 คน (ร้อยละ 42.5) และไม่ระบุเพศ จำนวน 12 คน (ร้อยละ 3.0) ด้านอายุ พบว่าส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 18–25 ปี จำนวน 224 คน (ร้อยละ 56.0) รองลงมาคือช่วงอายุ 46–55 ปี จำนวน 57 คน (ร้อยละ 14.2) และช่วงอายุ 36–45 ปี จำนวน 50 คน (ร้อยละ 12.5) ด้านการศึกษา พบว่าส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 256 คน (ร้อยละ 64.0) สำหรับอาชีพ พบว่าส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ จำนวน 190 คน (ร้อยละ 47.5) รองลงมาคือพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 115 คน (ร้อยละ 28.7) และประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 56 คน (ร้อยละ 14.0) ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท จำนวน 226 คน (ร้อยละ 56.5) รองลงมาคือ 20,001–30,000 บาท จำนวน 52 คน (ร้อยละ 13.0) และ 30,001–40,000 บาท จำนวน 50 คน (ร้อยละ 12.5) ขณะที่ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวพักอาศัยอยู่ในภาคใต้ จำนวน 248 คน (ร้อยละ 62.0) รองลงมาคือกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 100 คน (ร้อยละ 25.0) โดยนักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราช ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวชาวไทย (n = 400)

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง		
1.1 พักผ่อนหย่อนใจ	102	25.5
1.2 ทำกิจกรรมเกี่ยวกับการศึกษา/อบรม/สัมมนา	68	17.0
1.3 รับประทานอาหาร/ร่วมกิจกรรมหรือเทศกาลอาหาร	201	50.3
1.4 เดินทางเยี่ยมญาติหรือพบปะเพื่อน	29	7.3
2. บุคคลที่ร่วมเดินทาง		
2.1 เดินทางตามลำพัง/บริษัททัวร์/หน่วยงานภาครัฐ/หน่วยงานเอกชน	24	6
2.2 เดินทางกับครอบครัว/ญาติ	256	64
2.3 เดินทางกับกลุ่มเพื่อน	91	22.8
2.4 เดินทางกับคู่รัก	29	7.2
3. ค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มต่อคน/ต่อทริป		
3.1 ต่ำกว่า 500 บาท	25	6.3
3.2 501 - 1,000 บาท	251	62.7
3.3 1,001 - 2,000 บาท	91	22.8
3.4 มากกว่า 2,000 บาท	33	8.3
4. ประเภทอาหารที่นิยมรับประทาน		
4.1 อาหารทะเลสด (กุ้ง, หอย, ปู, ปลา)	277	69.3
4.2 อาหารพื้นถิ่น (รสจัด/ใส่ขมิ้น)	79	19.8
4.3 อาหารจากพืชป่าชายเลน (เช่น ยำใบชะคราม, แกงส้มเถาะคัน ฯลฯ)	32	8
4.4 อาหารแปรรูป (เช่น ปลาเค็ม, กะปิ)	12	3
5. เหตุผลในการเลือกรับประทานอาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเล		
5.1 รสชาติอร่อย	95	23.8



พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5.2 ราคาสอดคล้องกับคุณภาพอาหาร	58	14.5
5.3 ความสะอาดในขั้นตอนการปรุง	37	9.3
5.4 หาซื้อได้สะดวก	43	10.8
5.5 ความชื่นชอบในอาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเล	71	17.8
5.6 ความต้องการลิ้มลองอาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเล	96	24
6. ความถี่ในการรับประทานอาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเล		
6.1 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	280	70
6.2 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	91	22.8
6.3 มากกว่า 4 ครั้งต่อสัปดาห์	29	7.2
7. ช่วงเวลาในการรับประทานอาหาร		
7.1 ช่วงมื้ออาหารเช้า	21	5.3
7.2 ช่วงมื้ออาหารกลางวัน	175	43.8
7.3 ช่วงมื้ออาหารเย็น	204	51
8. แหล่งข้อมูลที่ทำให้ท่านรู้จักร้านอาหาร/เมนูอาหารพื้นถิ่น/กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร		
8.1 สื่อสังคมออนไลน์ (เช่น Facebook, TikTok)	140	35
8.2 การบอกต่อจากคนรู้จัก	149	37.3
8.3 เว็บไซต์ท่องเที่ยว	65	16.3
8.4 ป้ายโฆษณา/ประชาสัมพันธ์	46	11.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเพื่อรับประทานอาหารร่วมกิจกรรมหรือเทศกาลอาหาร จำนวน 201 คน (ร้อยละ 50.3) รองลงมาคือพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 102 คน (ร้อยละ 25.5) และทำกิจกรรมเกี่ยวกับการศึกษา อบรมหรือสัมมนา จำนวน 68 คน (ร้อยละ 17.0) ตามลำดับ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัวหรือญาติ จำนวน 256 คน (ร้อยละ 64.0) และมีค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่ม 501-1,000 บาทต่อคนต่อทริป มากที่สุด จำนวน 251 คน (ร้อยละ 62.7)

ในด้านประเภทอาหารที่นิยม พบว่า นักท่องเที่ยวนิยมอาหารทะเลสด มากที่สุด จำนวน 277 คน (ร้อยละ 69.3) รองลงมาคือ อาหารพื้นถิ่น (ร้อยละ 19.8) โดยเหตุผลสำคัญในการเลือกรับประทานอาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเลคือ ความต้องการลิ้มลองอาหารพื้นถิ่น (ร้อยละ 24.0) และ รสชาติอร่อย (ร้อยละ 23.8) นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับประทานอาหารพื้นถิ่น 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 70.0) และนิยมรับประทานในช่วงมื้อเย็น มากที่สุด (ร้อยละ 51.0) ขณะที่แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักร้านอาหารหรือกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหารมากที่สุดคือ การบอกต่อจากคนรู้จัก (ร้อยละ 37.3) รองลงมาคือสื่อสังคมออนไลน์ (ร้อยละ 35.0) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ภาพรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเล

ความพึงพอใจต่ออาหารพื้นถิ่น (Satisfaction)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านอัตลักษณ์และคุณภาพอาหาร	4.60	0.601	มากที่สุด
2. ด้านราคาและความคุ้มค่า	4.70	0.516	มากที่สุด
3. ด้านการบริการและบุคลากร	4.61	0.631	มากที่สุด
4. ด้านสถานที่และบรรยากาศ	4.55	0.623	มากที่สุด
รวม	4.61	0.592	มากที่สุด



จากตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเล พบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่ออาหารพื้นถิ่นอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.61$, S.D. = 0.592) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านราคาและความคุ้มค่า ($\bar{X} = 4.70$, S.D. = 0.516) รองลงมาคือด้านการบริการและบุคลากร ($\bar{X} = 4.61$, S.D. = 0.631) และด้านอัตลักษณ์และคุณภาพอาหาร ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.601) ตามลำดับ ขณะที่ด้านสถานที่และบรรยากาศ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{X} = 4.55$, S.D. = 0.623) แต่ยังคงอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ผลการวิจัยดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับ “ความคุ้มค่า” เป็นปัจจัยหลักในการประเมินประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งอาจเนื่องมาจากการรับรู้ถึงความสมเหตุสมผลของราคาเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพอาหารและปริมาณที่ได้รับ ส่งผลให้ระดับความพึงพอใจในด้านนี้อยู่ในระดับสูงที่สุด ขณะเดียวกัน ด้านการบริการและบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูง แสดงให้เห็นถึงบทบาทของคุณภาพการให้บริการในการสร้างประสบการณ์เชิงบวกให้แก่นักท่องเที่ยว

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	ลักษณะทางประชากรศาสตร์					
	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้	ภูมิลำเนา
1. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง	0.421	0.001*	0.018*	0.005*	0.001*	0.001*
2. บุคคลที่ร่วมเดินทาง	0.175	0.003*	0.693	0.001*	0.023*	0.080
3. ค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มต่อคน/ต่อทริป	0.666	0.407	0.326	0.564	0.130	0.428
4. ประเภทอาหารที่ทานนิยมรับประทาน	0.920	0.216	0.671	0.256	0.894	0.664
5. เหตุผลในการเลือกรับประทานอาหาร	0.183	0.473	0.976	0.340	0.226	0.534
6. ความถี่ในการรับประทานอาหาร	0.541	0.605	0.024*	0.204	0.176	0.142
7. ช่วงเวลาที่รับประทานอาหาร	0.619	0.087	0.241	0.063	0.140	0.292
8. แหล่งข้อมูลที่ทำให้ท่านรู้จักร้านอาหาร/เมนูอาหารพื้นถิ่น/กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.273	0.504	0.969	0.680	0.592	0.965

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 1 โดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square: χ^2) พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวบางด้านมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในหลายมิติ เมื่อพิจารณารายตัวแปร พบว่า อายุ อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = 0.001, 0.005, 0.001 และ 0.001 ตามลำดับ) รวมถึงระดับการศึกษา (Sig. = 0.018) ขณะที่เพศไม่พบความสัมพันธ์ (Sig. = 0.421) ผลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าปัจจัยด้านอายุ อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา มีบทบาทสำคัญต่อ “การตัดสินใจเดินทาง” ของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในมิติของวัตถุประสงค์ในการเดินทาง สำหรับบุคคลที่ร่วมเดินทาง พบว่า อายุ อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = 0.003, 0.001 และ 0.023 ตามลำดับ) ขณะที่เพศ ระดับการศึกษา และภูมิลำเนา ไม่พบความสัมพันธ์ (Sig. > 0.05) สะท้อนว่าปัจจัยด้านรายได้และช่วงวัยมีบทบาทต่อรูปแบบการเดินทางร่วมซึ่งเกี่ยวข้องกับลักษณะการบริโภคและกิจกรรมการท่องเที่ยว ในด้านค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มต่อคนต่อทริป ประเภทอาหารที่นิยมรับประทาน เหตุผลในการเลือกรับประทานอาหารพื้นถิ่น ช่วงเวลาในการรับประทานอาหาร และแหล่งข้อมูล พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. > 0.05) แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมการบริโภคอาหารโดยตรงไม่ได้ขึ้นอยู่กับลักษณะประชากรศาสตร์อย่างชัดเจน อย่างไรก็ตาม พบว่า

ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับ ความถี่ในการรับประทานอาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = 0.024) ขณะที่ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอื่นไม่พบความสัมพันธ์ (Sig. > 0.05)

ตารางที่ 4 ภาพรวมการวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่างถิ่นมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารแตกต่างกัน

ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	ลักษณะทางประชากรศาสตร์					
	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้	ภูมิลำเนา
1. ด้านอัตลักษณ์และคุณภาพอาหาร	0.424	0.097	0.706	0.879	0.922	0.112
2. ด้านราคาและความคุ้มค่า	0.942	0.026*	0.587	0.625	0.220	0.001*
3. ด้านการบริการและบุคลากร	0.904	0.109	0.809	0.999	0.563	0.281
4. ด้านสถานที่และบรรยากาศ	0.709	0.459	0.512	0.224	0.030*	0.179

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 2 โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test และ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่ออาหารพื้นถิ่นในทุกด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. > 0.05) ดังนั้นผลการทดสอบจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ผลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในมิติด้านอัตลักษณ์และคุณภาพอาหาร การบริการ และบรรยากาศ มีลักษณะค่อนข้างสม่ำเสมอในทุกกลุ่มประชากร แสดงให้เห็นถึงความสามารถของแหล่งท่องเที่ยวในการตอบสนองความต้องการพื้นฐานของนักท่องเที่ยวได้อย่างครอบคลุม อย่างไรก็ตาม พบว่า อายุและภูมิลำเนามีความแตกต่างของความพึงพอใจในด้านราคาและความคุ้มค่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = 0.026 และ 0.001) และรายได้มีความแตกต่างของความพึงพอใจในด้านสถานที่และบรรยากาศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = 0.030) จึงถือว่าเป็นไปตามสมมติฐานในบางประเด็น ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยด้านอายุ รายได้ และภูมิลำเนามีความเชื่อมโยงกับความพึงพอใจในมิติที่เกี่ยวข้องกับ ราคาและสภาพแวดล้อม ซึ่งสะท้อนถึงความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้จ่ายและความคาดหวังต่อบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มนักท่องเที่ยว ขณะที่ด้านอื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. > 0.05) ดังนั้น โดยภาพรวม สามารถสรุปได้ว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจโดยรวมในทุกมิติ แต่มีอิทธิพลเฉพาะบางด้าน ได้แก่ ด้านราคาและความคุ้มค่า และด้านสถานที่และบรรยากาศ ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่มีความไวต่อความแตกต่างของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเพื่อรับประทานอาหารเช้าหรือเข้าร่วมกิจกรรมเทศกาลอาหาร และนิยมบริโภคอาหารทะเลสดหรืออาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเล ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าอาหารพื้นถิ่นเป็นแรงจูงใจสำคัญในการเลือกจุดหมายปลายทาง การผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับ Suwannarak & Peeraphatchara (2024) ที่พบว่าอาหารเป็นองค์ประกอบสำคัญของกิจกรรมการท่องเที่ยว และถูกนำมาใช้เป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐ โดยนักท่องเที่ยวมักแสวงหาประสบการณ์การบริโภคอาหารที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Kuensman, Visesprapa, & Phuripanik (2023) ที่ระบุว่าอาหารพื้นถิ่นภาคใต้มีเอกลักษณ์ด้านวัตถุดิบและรสชาติที่โดดเด่น ซึ่งสามารถพัฒนาเป็นทรัพยากรสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของภูมิภาคได้



จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเล จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยภาพรวมอยู่ในระดับ พึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.61$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า 1) ด้านอัตลักษณ์และคุณภาพอาหารอยู่ในระดับมากที่สุด สะท้อนให้เห็นว่าอาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเลมีเอกลักษณ์เฉพาะและคุณภาพที่สามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องงานวิจัยของ Tuntiekaratana & Keanboon (2023) ที่พบว่า เอกลักษณ์ด้านอาหารเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร 2) ด้านราคาและความคุ้มค่ามีค่าเฉลี่ยสูงสุด แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความเหมาะสมของราคาเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพและปริมาณอาหาร ทั้งนี้สอดคล้องกับ Al-Ansi & Han (2019) ที่พบว่า ราคาส่งผลต่อทัศนคตินักท่องเที่ยวเมื่อนักท่องเที่ยวรู้สึกคุ้มค่ากับเงินที่ใช้จ่ายย่อมส่งผลต่อการตัดสินใจในอนาคตด้วย 3) ด้านการบริการและบุคลากรพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด สะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพการให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sanaha, Shahrin, & Salimon (2024) ที่พบว่า คุณภาพการบริการและบุคลากรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเฉพาะด้านความเอาใจใส่และการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Muneewong (2020) ที่ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารริมทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งพบว่าปัจจัยด้านการบริการและบุคลากรเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการบริการเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างประสบการณ์ที่ดีและเพิ่มความพึงพอใจโดยรวม และ 4) ด้านสถานที่และบรรยากาศ แม้ว่าจะมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าด้านอื่นเล็กน้อย แต่ยังคงอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด สะท้อนว่าบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวมีบทบาทในการสนับสนุนประสบการณ์โดยรวมของนักท่องเที่ยว ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Dangsungwal (2021) ที่พบว่า สภาพแวดล้อมภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นในจังหวัดภูเก็ตสามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนและสร้างความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร พบว่า อายุ อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทาง และบุคคลที่ร่วมเดินทาง ขณะที่ เพศ ไม่พบความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ผลการศึกษานี้สะท้อนให้เห็นว่าปัจจัยทางประชากรศาสตร์บางด้านมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะปัจจัยด้านรายได้และสถานะทางเศรษฐกิจ ซึ่งอาจส่งผลต่อรูปแบบการเดินทางและการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kittichaikoonkij, Wongmontha, Na Thalang, & Techakana (2025) ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่พบว่าปัจจัยด้านรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมากที่สุด อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษพบว่าปัจจัยประชากรศาสตร์ส่วนใหญ่ ไม่มีความสัมพันธ์กับประเภทอาหารที่เลือกหรือค่าใช้จ่ายด้านอาหาร และไม่ได้จำกัดเฉพาะกลุ่มรายได้หรือกลุ่มอายุใดกลุ่มหนึ่ง ทั้งนี้ งานวิจัยของ Kuensman, Visessapra, & Phuripanik (2023) ที่ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารในภาคใต้เน้นว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์และการจัดการเส้นทางโลจิสติกส์มีผลต่อการกระจายของนักท่องเที่ยวและรูปแบบการใช้จ่ายมากกว่าเพียงอาศัยการประชาสัมพันธ์อย่างเดียว ดังนั้น การศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเลเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแบบครอบคลุมที่สามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวได้หลากหลายกลุ่ม โดยความแตกต่างของความพึงพอใจเกิดขึ้นเฉพาะในมิติด้านราคาและบริบทแวดล้อม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะด้านราคาและการบริการ แต่ยังคงมีความแตกต่างในบางมิติ เช่น ด้านราคาและบรรยากาศตามลักษณะประชากรศาสตร์ ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐ



และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรกำหนดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเล จังหวัด นครศรีธรรมราช อย่างเป็นระบบ โดยมุ่งเน้นการยกระดับมาตรฐานอาหารพื้นถิ่นด้านคุณภาพ การบริการและการ นำเสนอที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น ควบคู่กับการกำหนดราคาให้เหมาะสม และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและ บรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสะอาด ปลอดภัยและสะดวกสบาย พร้อมทั้งบูรณาการการดำเนินงาน ระหว่างภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และผู้ประกอบการ เพื่อยกระดับพื้นที่สู่การเป็นจุดหมายปลายทาง ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีความแตกต่างกัน ดังนั้น ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการ โดยมุ่งเน้นการ พัฒนาอาหารพื้นถิ่นให้มีความหลากหลายควบคู่กับการคงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น การยกระดับคุณภาพการบริการและ บุคลากรให้มีมาตรฐานอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการออกแบบกิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม ตลอดจนการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว เชิงอาหารที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ของจังหวัด

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งถัดไป

การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นการศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรม และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ดังนั้น การวิจัยในอนาคตควรขยายขอบเขตการศึกษาให้ครอบคลุมปัจจัยอื่นที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เช่น แรงจูงใจ ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว และประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว รวมทั้งการขยายกลุ่มตัวอย่างไปยัง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหรือการเปรียบเทียบระหว่างพื้นที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ตลอดจนการประยุกต์ใช้วิธีการ วิจัยเชิงผสมเพื่อเพิ่มความลึกซึ้งในการอธิบายพฤติกรรมและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่การพัฒนา องค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้มีความครอบคลุมและชัดเจนยิ่งขึ้น

References

- Al-Ansi, A., & Han, H. (2019). Role of halal-friendly destination performances, value, satisfaction, and trust in generating destination image and loyalty. *Journal of Destination Marketing & Management*, 13, 51–60.
- Business Plus. (2023). *Thailand's tourism selling point toward gastronomy tourism*. Retrieved 2026, January 12, from <https://www.thebusinessplus.com/gastronomy-tourism/> (in Thai)
- Chimbanrai, H., & Wongsaroj, R. (2016). Potential of local cuisine and guidelines for promoting tourism through local food in Nan Province. *International Thai Tourism Journal*, 11(1), 37–53. (in Thai)
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques*. New York: John Wiley & Sons.
- Dangsunwal, N. (2022). *The model of tourist local food destination image formation in Thailand* (Doctoral dissertation). Silpakorn University, Doctor of Philosophy, Program in Management Program (in Thai)
- Erdem, M. N., Sener, N. K., & Demir, T. (2020). *Handbook of research on aestheticization of violence, horror, and power*. Hershey: IGI Global.



- Hall, C. M., & Sharples, L. (2003). The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. In C. M. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis, & B. Cambourne (Eds.), *Food tourism around the world: Development, management and markets* (pp. 1–24). Elsevier.
- Junlakittiphun, R. (2025). A study of tourist satisfaction with local food to enhance the tourism value of Samut Prakan Province. *Journal of Liberal Arts Academic and Research*, 20(2), 57–70. (in Thai)
- Kaewjarus, A. (2023). Tourist behavior and satisfaction toward accommodation services under the “We Travel Together” program in Bangkok and metropolitan areas (Master’s thesis). University of Phayao, School of Business and Communication Arts, Tourism, Hotel and Event Management. (in Thai)
- Kittichaikoonkij, R., Wongmontha, S., Na Thalang, C., & Techakana, J. (2025). Behavior and satisfaction of Thai tourists toward tourism at Si Thep Historical Park, a World Heritage City. *Southeast Bangkok Journal (Humanities and Social Sciences)*, 11(2), 96–111. (in Thai)
- Kuensman, W., Visesprapa, P., & Phuripanik, P. (2022). Competitive strategies of local gastronomy tourism in Southern Thailand under the COVID-19 pandemic. *Journal of Business Administration and Social Sciences, Ramkhamhaeng University*, 5(2), 57–76. (in Thai)
- Muneewong, P. (2020). Expectation and satisfaction of Thai tourists toward street food buying decision in Bangkok (Master’s independent study). Dhurakij Pundit University, College of Tourism and Hospitality, Tourism Management. (in Thai)
- Muskat, B., Hörtnagl, T., Prayag, G., & Wagner, S. (2019). Perceived quality, authenticity, and price in tourists' dining experiences: Testing competing models of satisfaction and behavioral intentions. *Journal of Vacation Marketing*, 25(4), 480–498.
<https://doi.org/10.1177/1356766718822675>
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory*. (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Office of Provincial Commercial Affairs Nakhon Si Thammarat. (2021). General information of Nakhon Si Thammarat Province. Retrieved 2026, January 10, from <https://nakhonsithammarat.moc.go.th/th/content/page/index/id/1055> (in Thai)
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2022). *The thirteenth National Economic and Social Development Plan (2023–2027)*. Bangkok: Office of the National Economic and Social Development Council (in Thai)
- Park, E., & Widyanta, A. (2022). Food tourism experience and changing destination foodscape: An exploratory study of an emerging food destination. *Tourism Management Perspectives*, 42,(2022), 100964. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2022.100964>
- Phokawattana, O., & Seeputsuk, D. (2024). Logistics management to develop seafood tourism routes in Nakhon Si Thammarat Province. *Journal of Social Development Research and Practice*, 1(3), 62–74. (in Thai)



- Saneha, J., Shahrin, S., & Salimon, M. G. (2024). The relationship between service quality and tourist satisfaction and its moderating effect on gastronomy tourism in Southern Thailand: A PLS-SEM-based analysis. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 19(9), 3299–3309. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.190903>
- Suwannarak, J., & Peeraphatchara, C. (2025). Gastronomy tourism through the lens of local food. *Journal of Cultural Approach*, 26(50), 78–91. (in Thai)
- Trade Policy and Strategy Office. (2025). Tourism trends: Opportunities to drive long-term economic growth. Retrieved 2026, January 12, from <https://uploads.tpso.go.th/> (in Thai)
- Tuntiekaratana, T., & Keanboon, J. (2023). Factors affecting tourists' experience for enhancing cultural gastronomy tourism management: A case study of Khanom La, Nakhon Si Thammarat Province. *Phuket Rajabhat University Academic Journal*, 19(1), 69–87. (in Thai)
- Vu, O. T. K., Alonso, A. D., Nguyen, T. T., & Ngo, A. T. T. (2025). Gastronomy and beverages as key resources of a nation's destination image potential. *Current Issues in Tourism*. <https://doi.org/10.1080/13683500.2025.2501676>

ผู้เขียน

อาจารย์ปวิธ ต้นสกุล

สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

เลขที่ 222 หมู่10 ตำบลไทยบุรี อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช 80160

E-mail: tpavit@gmail.com

นายสุภัทรชัย แก้วไทย

นักศึกษาปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะการประกอบอาหารอย่างมืออาชีพ

สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

เลขที่ 222 หมู่10 ตำบลไทยบุรี อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช 80160

E-mail: Supattarachai.ka@gmail.com

นางสาวณภัทรธิดา มีเดชา

นักศึกษาปริญญาโท การจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

เลขที่ 148 ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240

E-mail: Napatmeedacha@gmail.com

นายเอกรัตน์ สิงห์ทอง

นักศึกษาปริญญาโท การจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

เลขที่ 148 ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240

E-mail: Ekkaratribbin@gmail.com

