Research Article

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครนายก

FOOD TOURISM DEVELOPMENT IN NAKHON NAYOK PROVINCE

พัลยมน สินหนัง* วัชรินทร์ อินทพรหม วณิฎา ศิริวรสกุล พัชรี กล่อมเมือง และ ณัฏฐา เกิดทรัพย์
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

Panlayamon Sinnang*, Watcharin Intaprom, Wanida Siriworasakul,
Patcharee Klommeung and Natta Kertsup
Phranakhon Rajabhat University

*E-mail: panlayamon@hotmail.com

Received: 2024-04-21
Revised: 2024-06-05
Accepted: 2024-06-14

บทคัดย่อ

มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เพื่อสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวสายอาหารสตรีทฟู้ดในพื้นที่จังหวัดนครนายก 2) เพื่อศึกษาแนวโน้มการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในการเดินทางไปบริโภคของผู้บริโภคในพื้นที่จังหวัดนครนายกและ 3) เพื่อค้นหา Baseline Data ของเส้นทางการท่องเที่ยวสายอาหารสตรีทฟู้ดในพื้นที่จังหวัดนครนายก การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหาร จำนวน 10 คน วิเคราะห์ด้วยสถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณาเนื้อหา

ผลวิจัยพบว่า 1) เส้นทางการท่องเที่ยวสายอาหารสตรีทฟู้ดในพื้นที่จังหวัดนครนายกคือ ร้านที่ 1 ตำนานก๋วยเตี๋ยวปลาสด ร้านที่ 2 ไก่ย่างป้าตุ๊ก ร้านที่ 3 ข้าวต้มราตรี ร้านที่ 4 ร้านธนกรหมูกระทะ นครนายก ร้านที่ 5 ผัดไทยแชมเปี้ยน ร้านที่ 6 ราดหน้ายอดผัก ร้านที่ 7 ส้มตำป้าแดง บ้านดง ร้านที่ 8 สวนศรีทอง ร้านที่ 9 ครัวลุงกั้ง และ ร้านที่ 10 สุกี้โบราณบ้านแม่ 2) แนวโน้มการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในการเดินทางไปบริโภคของผู้บริโภคในพื้นที่จังหวัดนครนายก คือ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์มากที่สุดด้านผลิตภัณฑ์ ($\overline{X}$ = 4.23) ดังนั้นผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ คือ อาหาร ด้านราคา และลักษณะทางกายภาพ คือ เหตุผลในการตัดสินใจของผู้บริโภคอาหาร ผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องต้องให้ความสำคัญกับราคาให้มีความเหมาะสมกับคุณภาพของอาหาร

ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ต้องเข้ามาดูแล สนับสนุน และจัดระเบียบให้เป็นสตรีทฟู้ด 3) Baseline Data ของเส้นทางการท่องเที่ยวสายอาหารสตรีทฟู้ดในพื้นที่จังหวัดนครนายก
คำสำคัญ: สตรีทฟูด การท่องเที่ยวเชิงอาหาร จังหวัดนครนายก

ABSTRACT

Objectives: 1) To create a street food tourism route in Nakhon Nayok Province. 2) To study consumer decision-making trends in traveling to consume products in Nakhon Nayok Province. 3) To find baseline data for the street food tourism route in Nakhon Nayok Province. This research is a mixed method research combining quantitative research with a sample group of 400 people and qualitative research by interviewing 10 restaurant operators. Data was analyzed using statistics, percentages, mean, and standard deviation. Content analysis statistics were also used. The research results are as follows: 1) The street food tourism route in Nakhon Nayok Province is as follows: Restaurant 1: Legendary Fresh Fish Noodle, Restaurant 2: Pa Tuk's Grilled Chicken, Restaurant 3: Ratree Congee, Restaurant 4: Thanakorn Nakhon Nayok BBQ, Restaurant 5: Pad Thai Champion, Restaurant 6: Rad Na Yot Pak, Restaurant 7: Pa Daeng's Som Tum, Ban Dong, Restaurant 8: Suan Si Thong, Restaurant 9: Khrua Lung Kang, and Restaurant 10: Sukea Boran Baan Mae. 2) Consumer decision-making trends in traveling to consume products in Nakhon Nayok Province are as follows: Consumers place the most importance on products ($\overline{X}$ = 4.23). Therefore, operators must place importance on products, namely food, price, and physical appearance, which are the reasons for consumers' decisions to purchase food. Operators and relevant government and private sector agencies must place importance on pricing so that it is appropriate for the quality of the food and not unfair to consumers. Relevant agencies must also provide support and organize the area into a street food zone. 3) Baseline data for the street food tourism route in Nakhon Nayok Province.
Keywords: street food Nakhon Nayok Food tourism

บทนำ

ประเทศไทยเป็นแหล่งการผลิตอาหารที่มีคุณภาพและมีความสำคัญของโลก เนื่องจากที่ตั้งของประเทศไทยซึ่งอยู่ในคาบสมุทรเหนือเส้นศูนย์สูตร มีอากาศแบบร้อนชื้น ประกอบกับสภาพภูมิประเทศทั้งเทือกเขา แม่น้ำ แหล่งน้ำตามธรรมชาติและธรรมชาติแบบป่าฝนเขตร้อนที่อุดมด้วยความหลากหลายทางชีวภาพ ทั้งหมดที่กล่าวมาเป็นต้นทุนทางธรรมชาติที่เอื้อต่อการคิดค้น สร้างสรรค์และดัดแปลงอาหารให้เกิดเป็นเอกลักษณ์ของอาหารไทยที่มีรสชาติหลากหลาย นอกเหนือจากความกลมกล่อมรสชาติของอาหารไทยแล้ว เครื่องปรุงและส่วนผสมที่ได้รับการคัดสรรคุณภาพมาเป็นอย่างดี ทั้งยังมีความหลากหลายของประเภทอาหารไม่ว่าจะเป็นอาหารคาว อาหารหวาน และผลไม้ที่มีอย่างอุดมสมบูรณ์ตลอดปี นอกจากนี้อาหารไทย ยังถูกพัฒนาให้เป็นช่องทางการสื่อสารและนำเสนอด้านการตลาดที่สำคัญในการเผยแพร่สัญลักษณ์ของประเทศไทยในเรื่อง “วิถีไทย” ที่โดดเด่นส่งผลต่อเนื่อง ทำให้ภาพรวมของวัฒนธรรมไทยอยู่ในระดับสากล เกิดกระแสการนิยมไทยในระยะยาว และยังจะเป็นส่วนช่วยในการสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้อีกทางหนึ่ง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558)

การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากจะเป็นการดำเนินการที่สำคัญในการพัฒนาและยกระดับประเทศให้เป็น ประเทศรายได้สูง ที่มีการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง เป็นการวางรากฐานที่มั่นคงให้กับเศรษฐกิจไทยในอนาคต โดยการส่งเสริมเศรษฐกิจระดับชุมชนท้องถิ่นให้มีความเข้มแข็ง มีศักยภาพในการแข่งขัน สามารถพึ่งพาตนเองได้ ซึ่งจะช่วยก่อให้เกิดการยกระดับมาตรฐานการครองชีพและความเป็นอยู่ของประชาชนในชุมชนให้ดีขึ้น และนำไปสู่การแก้ไขปัญหาความยากจน ความเหลื่อมล้ำ และความไม่เสมอภาคตามเป้าหมายการพัฒนาของยุทธศาสตร์ชาติ โดยเฉพาะด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม เพื่อให้ทุกคนได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนาอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม ผ่านการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจและพฤติกรรม และด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน (แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (16) ประเด็น เศรษฐกิจฐานราก (พ.ศ. 2561 - 2580)

นครนายกเป็นเมืองที่ตั้งอยู่บนพื้นที่ราบเชิงเขาใหญ่ อากาศจึงเย็นสบาย อยู่ใกล้ด่านเข้าอุทยานเขาใหญ่เพียง 20 กิโลเมตร ซึ่งมีเขาเขียวและอุทยานแห่งชาติที่ใหญ่อันดับ 3 รวมอยู่ด้วย จึงแวดล้อมด้วยพื้นที่สีเขียวที่ทำให้ชุ่มเย็นสบายตลอดปี นอกจากนี้พื้นที่ในนครนายกไม่เสี่ยงต่อการเลื่อนไหลและการถล่มของภูเขาดังเช่นพื้นที่รอบเขาใหญ่ในจังหวัดอื่น ๆ เช่น ปากช่อง วังน้ำเขียว วังกะทะ เนื่องจากภูเขายังเต็มไปด้วยต้นไม้ดั่งเดิม ไม่ถูกตัดโค่นทำลาย และตัวภูเขาเองก็เป็นชั้นหินอัคนีที่แข็งแกร่ง (ไม่ใช่ดิน) นอกจากนั้น จังหวัดนครนายกยังเป็นเมืองที่อยู่อาศัยไร้มลพิษ ตามประกาศของทางราชการ ต้องการให้จังหวัดนครนายกเป็นเมืองที่อยู่อาศัย ไม่มีโรงงาน จึงไม่มีมลพิษทางอากาศ ท่านจะได้อารมณ์ที่สงบแบบบ้านๆ และมีความสุขภายในจิตใจอย่างแท้จริง ไม่แออัดด้วยประชากร เดินทางสะดวก รถไม่ติด จะไปไหน ๆ ในอำเภอ

แค่ 10-15 นาทีก็ถึงจุดหมายปลายทาง ตัวเมืองน้ำไม่ท่วม (ตามสถิติปี พ.ศ. 2535-2557) เนื่องจากมีเขื่อนขุนด่านปราการชล และเป็นพื้นที่สูง สูงกว่ากรุงเทพประมาณ 10 เมตร เป็นต้นน้ำสูงพร้อมจะไหลไปสู่ปลายน้ำที่ต่ำกว่าตลอดเวลา มีแหล่งท่องเที่ยวใกล้กรุงเทพ เช่น น้ำตกสาริกา น้ำตกนางรอง วังตะไคร้ เขื่อนขุนด่านปราการชล วัดหลวงพ่อปากแดง ตลาดโรงเกลือ100% ตลาดอาเซียนอินโดจีน AEC อุทยานพระพิฆเณศ อุทยานมาฆบูชานุสรณ์ จีเต็กลิ้ม เจ้าแม่กวนอิม อ่างเก็บน้ำห้วยปรือ อ่างเก็บน้ำทรายทอง เมืองโบราณดงละคร ฯลฯ

จังหวัดนครนายกเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศระดับโลก มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย เป็นเมืองน่าอยู่ และถูกกำหนดให้เป็นเมืองสีเขียว ทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวจำนวนมาก โดยมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในปี พ.ศ.2560 ถึง 1,389,750 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดนครนายก, 2563) สิ่งสำคัญและความต้องการจำเป็นที่นักท่องเที่ยวต้องการ เช่น ความปลอดภัย สาธารณูปโภค ที่พัก และอาหาร ซึ่งจังหวัดนครนายกมีความหลากหลายของอาหารและมีให้เลือกบริโภคได้ง่ายตามเส้นทางต่าง ๆ ทั่วจังหวัด จากการสำรวจเบื้องต้นพบว่าร้านจำหน่ายอาหารในจังหวัดนครนายกยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว เนื่องจากไม่มีการจัดทำข้อมูลและเส้นทางอย่างเป็นระบบ ดังนั้นมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครที่มีพื้นที่บริการจังหวัดนครนายก การสำรวจและจัดทำเส้นทางอาหาร (สตรีทฟู้ด) เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว

ด้วยลักษณะของการเป็นเมืองท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวจำนวนมาก เนื่องจากนครนายกความสวยงามของธรรมชาติ เช่น เขื่อนขุนด่านปราการชล น้ำตกนางรอง วังตะไคร้ สาลิกา และอื่น ๆ เป็นที่รู้จักและชื่นชอบของนักท่องเที่ยว โดยมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในปี พ.ศ.2560 ถึง 1,389,750 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดนครนายก, 2563) สิ่งสำคัญและความต้องการจำเป็นที่นักท่องเที่ยวต้องการ เช่น ความปลอดภัย สาธารณูปโภค ที่พัก และอาหาร ซึ่งจังหวัดนครนายกมีความหลากหลายของอาหาร และมีให้เลือกบริโภคได้ง่ายตามเส้นทางต่าง ๆ ทั่วจังหวัด จากการสำรวจเบื้องต้นพบว่าร้านจำหน่ายอาหารในจังหวัดนครนายกยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว เนื่องจากไม่มีการจัดทำข้อมูลและเส้นทางอย่างเป็นระบบ ดังนั้นมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครที่มีพื้นที่บริการจังหวัดนครนายก การสำรวจและจัดทำเส้นทางอาหาร (สตรีทฟู้ด) เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง นอกจากจะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดแล้ว ยังเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากสำหรับผู้ประกอบการรายย่อย และเศรษฐกิจชุมชนได้ด้วย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวสายอาหารสตรีทฟู้ดในพื้นที่จังหวัดนครนายก
2. เพื่อศึกษาแนวโน้มการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในการเดินทางไปบริโภคของผู้บริโภคในพื้นที่จังหวัดนครนายก
3. เพื่อค้นหา Baseline Data ของเส้นทางการท่องเที่ยวสายอาหารสตรีทฟู้ดในพื้นที่ จังหวัดนครนายก

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ได้เส้นทางการท่องเที่ยวสายอาหารสตรีทฟู้ดในพื้นที่จังหวัดนครนายก

2. ทำให้ทราบถึงแนวโน้มการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในการเดินทางไปบริโภคของผู้บริโภคในพื้นที่จังหวัดนครนายก

3. ทำให้ทราบ Baseline Data ของเส้นทางการท่องเที่ยวสายอาหารสตรีทฟู้ดในพื้นที่จังหวัดนครนายก

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัย เรื่อง การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวสายอาหารสตรีทฟู้ดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดนครนายก เป็นการวิจัยแบบผสมระหว่างเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคอาหารผู้บริโภคอาหารในพื้นที่จังหวัดนครนายก จำนวน 400 คน

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วย ผู้ประกอบการร้านอาหารคาวในพื้นที่จังหวัดนครนายกไม่น้อยกว่า 10 ร้านค้า

ขอบเขตด้านเนื้อหา

เส้นทางการท่องเที่ยวสายอาหารสตรีทฟู้ดในพื้นที่จังหวัดนครนายก การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และ Baseline Data ของเส้นทางการท่องเที่ยวสายอาหารสตรีทฟู้ด

ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่จังหวัดนครนายก

ขอบเขตด้านเวลา

ช่วงเวลาที่ดำเนินการ ก.ย. 2565 - ก.ย. 2566

ทบทวนแนวคิด

แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหาร

เว็บไซต์ thecesarsalad.com นำเสนอเกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหารไว้ดังนี้

อาหารไทยนั้นเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก เพราะนอกจากจะมีรสชาติที่อร่อยกลมกล่อมแล้ว หน้าตายังน่ารับประทานอีกด้วย ดังที่มีคำกล่าวว่า “รูปสวยรวยรส” ก็น่าจะไม่เกินความจริง แต่การเผยแพร่อาหารไทยไปทั่วโลกนั้นนอกจากจะเป็นการประกาศให้ทั่วโลกทราบว่าคนไทยมีฝีมือในการทำอาหารแล้ว ยังเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรม ผ่านทางอาหารอีกด้วย ว่าประเทศเรานั้นมีศิลปวัฒนธรรมที่งดงาม และยาวนาน แม้แต่ในอาหารยังมีความประณีตทั้งในการปรุงรสและกระแกะสลักตกแต่งให้หน้าตาของอาหารให้ดูน่ารับประทานอีกด้วย

เราต้องยอมรับว่าอาหารไทยไม่ได้เป็นแต่เพียงอาหาร แต่ยังนับเป็นงานศิลปะอีกด้วย เพราะนอกจากจะมีการปรุงรสให้กลมกล่อมแล้ว ในการตกแต่งจานก็ยังต้องทำให้สวยงามน่ารับประทาน แต่ถึงแม้ว่าอาหารไทยจะเป็นที่นิยมไปทั่วโลก แต่วัยรุ่นไทยเองกลับสนใจอาหารตะวันตกอาหารต่างชาติมากกว่า จะเห็นได้ว่าอาหารชาติอื่น ๆ เข้ามาได้รับความนิยมจากวัยรุ่นไทยเป็นจำนวนมาก เป็นที่น่าเสียดายเป็นอย่างยิ่งที่อาหารไทยดั้งเดิมกำลังเลือนหายไปตามกาลเวลาเพราะไม่มีใครทำเป็น อาจจะเป็นเพราะมีกรรมวิธีการทำที่ต้องอาศัยความชำนาญ การฝึกฝน และต้องใช้ความอดทนเป็นอย่างมากจึงทำให้น้อยคนจะทำเป็นอาหารไทยโบราณบางชนิดแม้แต่คนไทยเองก็ยังไม่รู้จักด้วยซ้ำ ถึงแม้ว่าวิถีชีวิตของคนไทยจะเปลี่ยนไป

แต่ก็อยากให้คนไทยกลับมาสนใจที่จะอนุรักษ์อาหารไทย ขนมไทยให้คงอยู่ เพื่อแสดงให้ลูกหลานเห็นถึงวัฒนธรรมที่ยาวนานของเรา

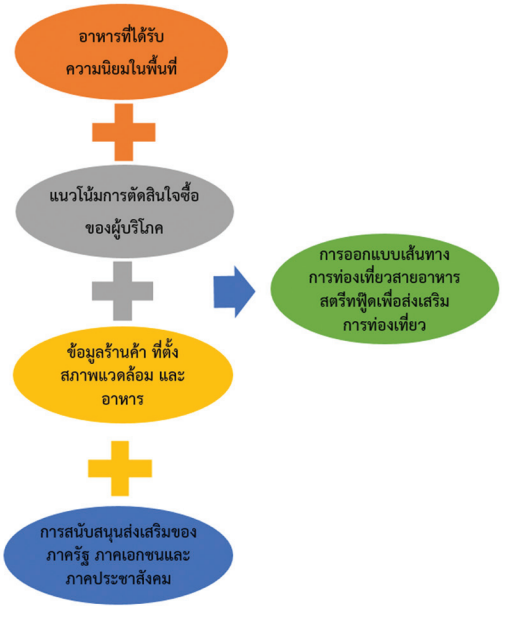
แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

อาหารทำหน้าที่มากกว่าให้ความพึงพอใจกับนักท่องเที่ยว เพราะว่ามันยังสะท้อนถึงวัฒนธรรมของประเทศนั้น ๆ และประชากรในท้องถิ่นอีกด้วย แนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร คือการมีประสบการณ์กับวัฒนธรรมอื่น ๆ ผ่านอาหาร โดย Du Rand, Heath, and Alberts (2003: 97 -112) นักวิจัยกลุ่มนี้มองว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นรูปแบบทางเลือกของการท่องเที่ยวที่เป็นผลมาจากการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นของจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวของแต่ละแห่ง และเป็นความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะสัมผัสประสบการณ์ใหม่ๆ และลิ้มรสชาติของอาหารท้องถิ่นแท้ ๆ อีกทั้ง Kivela and Crotts (2006: 354-377) ยังได้ทำการศึกษาเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์และพบว่าอาหารเป็นผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจเชิงบวกกับอาหาร และกลับมาท่องเที่ยวได้อีก อาหารยังเป็นสิ่งที่สร้างรายได้ให้กับสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้นด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับการตลาด และพฤติกรรมผู้บริโภค

ส่วนประสมทางการตลาด (7P) ทำให้ได้เห็นว่าถ้าธุรกิจใดก็ตามที่มีความต้องการที่จะประสบความสำเร็จในการกำหนดส่วนประสมการตลาดเป็นเรื่องที่สำคัญ เพราะกระบวนการซื้อในปัจจุบันของผู้บริโภค ผู้ซื้อจะยึดหลักมูลค่าสูงสุด (Value Maximization) ธุรกิจที่มีคุณค่าที่มอบให้ลูกค้าสูงสุด (Highest Delivered Value) จะได้รับการซื้อผลิตภัณฑ์จากลูกค้ามูลค่าที่กล่าว คือความแตกต่างระหว่างมูลค่าผลิตภัณฑ์ในสายตาของลูกค้า (Total Customer Value) และราคา (ต้นทุน) ของผลิตภัณฑ์รวมในสายตาของลูกค้านั่นเอง เมื่อต้องการส่งมอบมูลค่าผลิตภัณฑ์จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อธุรกิจได้ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ โดยธุรกิจต้องเพิ่มมูลค่าด้านผลิตภัณฑ์มูลค่าด้านภาพลักษณ์บุคลากรและ บริการ เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และต้องทำการลดราคาในรูปของตัวเงิน รวมทั้งต้องพยายามลดต้นทุนอื่นที่ไม่ปรากฏในรูปแบบของตัวเงิน เช่น การลดต้นทุนด้านเวลาที่ต้องเสียไปของลูกค้าลดต้นทุนพลังงานที่ต้องใช้ไปกับผลิตภัณฑ์และลดต้นทุนที่เกิดจากความไม่สบายใจจากการใช้ผลิตภัณฑ์

กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

รูปแบบการวิจัย

เป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยการแจกแบบสอบถามผู้บริโภค จำนวน 400 คน และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหาร วิเคราะห์ด้วยสถิติจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน กับการวิจัยเชิงคุณภาพ จากแบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลและนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เนื้อหาและนำเนื้อหาที่วิเคราะห์ได้มาสรุป ตีความตามประเด็นหลัก ประเด็นรอง และนำเสนอข้อมูลโดยบรรยายตอบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ พบว่า เป็นเพศหญิง ร้อยละ 55.0 มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 56.0 ส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 40.6 มีรายได้ 15,001-25,000 บาท มีแหล่งข้อมูลจากสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Line ร้อยละ 58.7 และช่วงเวลาที่ท่านไปรับประทานอาหารในร้านอาหาร พบว่าส่วนใหญ่ ไม่เจาะจง (ตามสะดวก) ร้อยละ 60.7

2. การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารในจังหวัดนครนายก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.11, S.D. = .711) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านราคา ($\overline{X}$ = 4.33, S.D. = .680) รองลงมา คือ ด้านกระบวนการให้บริการ ($\overline{X}$ = 4.24, S.D. = .700) และลำดับสุดท้าย คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\overline{X}$ = 3.75, S.D. = .779) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารในจังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.17, S.D. = .701) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า รสชาติและคุณภาพอาหาร อาหารสดใหม่ สะอาด ปลอดภัย ($\overline{X}$ = 4.42, S.D. = .656)

2.2 ด้านราคา ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารในจังหวัดนครนายก ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.33, S.D. = .680) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า รายการอาหารมีการแสดงป้ายราคากำกับไว้อย่างชัดเจน ($\overline{X}$ = 4.47, S.D. = .587)

2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารในจังหวัดนครนายก ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.89, S.D. = .799) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทำเลที่ตั้งของร้านอาหารสะดวกต่อการเดินทาง ($\overline{X}$ = 4.48, S.D. = .656)

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารในจังหวัดนครนายก ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.75, S.D. = .779) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น ทางออนไลน์ โทรทัศน์ วิทยุ แผ่นพับ ป้ายไวนิล เป็นต้น ($\overline{X}$ = 4.22, S.D. = .643)

2.5 ด้านบุคลากร ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารในจังหวัดนครนายก ด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.21, S.D. = .636) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการมีความชำนาญและมีฝีมือในการประกอบอาหาร ($\bar{X}$ = 4.41, S.D. = .622)

2.6 ด้านกระบวนการให้บริการ ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารในจังหวัดนครนายกด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.24, S.D. = .700) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การบริการที่รวดเร็ว และถูกต้อง ($\bar{X}$ = 4.47, S.D. = .648)

2.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารในจังหวัดนครนายก ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.20, S.D. = .687) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สถานที่มีความสะอาด ถูกสุขลักษณะ ($\bar{X}$ = 4.42, S.D. = .648)

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ความต้องการสนับสนุนจากราชการ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อยากให้ช่วยจัดกิจกรรมทางด้านอาหาร เช่น การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ ให้นักท่องเที่ยวสนใจเกี่ยวกับร้านอาหารที่อร่อย มีคุณภาพ และได้มาตรฐาน ควรจัดการลดราคาอาหารเครื่องดื่มในช่วงเทศกาลสำคัญ ๆ เช่น เทศกาลสงกรานต์ เทศกาลปีใหม่ หรือการมีช่วงเวลาที่เปิดให้บริการ เช่น ใช้ก่อนปิดร้านรับส่วนลดเฉพาะเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวจังหวัดนครนายก เลือกร้านอาหารที่เป็นเจ้าดัง และรสชาติอร่อย วางตำแหน่งร้านค้าให้เป็นที่เดินทางท่องเที่ยวควบคู่กับสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงหรืออยู่ในเส้นทาง นั้น ๆ อยากให้การท่องเที่ยวทำป้ายชื่อร้านรวมถึงโลโก้ของการท่องเที่ยว เพื่อสนับสนุนร้านค้า-ร้านอาหารและการท่องเที่ยวนครนายก

ถนนและเส้นทางการท่องเที่ยว น่าจะพัฒนาให้สวยกว่านี้ เพราะเป็นถนนที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเพื่อท่องเที่ยวและเป็นถนนเศรษฐกิจทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักจังหวัดนครนายกมากขึ้น แหล่งท่องเที่ยว น้ำตก เขื่อนขุนด่าน ต้องเดินทางผ่านเส้นทางนี้อยากให้พัฒนาให้สวยมากกว่านี้

ผลวิจัยพบว่า 1) เส้นทางการท่องเที่ยวสายอาหารสตรีทฟู้ดในพื้นที่จังหวัดนครนายกคือ ร้านที่ 1 ตำนานก๋วยเตี๋ยวปลาสด ร้านที่ 2 ไก่ย่างป้าตุ๊ก ร้านที่ 3 ข้าวต้มราตรี ร้านที่ 4 ร้านธนกรหมูกระทะ นครนายก ร้านที่ 5 ผัดไทยแชมเปี้ยน ร้านที่ 6 ราดหน้ายอดผัก ร้านที่ 7 ส้มตำป้าแดงบ้านดง ร้านที่ 8 สวนศรีทอง ร้านที่ 9 ครัวลุงกั้ง และ ร้านที่ 10 สุกี้โบราณบ้านแม่

อภิปรายผล

จากผลของการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์มากที่สุด ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}$ = 4.23) ดังนั้นผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ คือ อาหารที่ต้องมีคุณลักษณะสำคัญ คือ 1) รสชาติ 2) ความสะอาด 3) ความสวยงาม 4) ปริมาณที่เหมาะสมกับราคา 5) ความหลากหลายของประเภทอาหาร พฤติกรรมผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ดังกล่าว สอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์ และ ศุภร

เสรีรัตน์ (2541: 337-339) ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์ (2546: 434) ได้กล่าวถึงส่วนประสมทางการตลาดและกระบวนการตัดสินใจ 7 ขั้นตอน คือ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) 2) ด้านราคา (Price) 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 4) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) 5) ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) 6) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และ 7) ด้านกระบวนการ (Process)

ด้านราคาและลักษณะทางกายภาพ คือ เหตุผลในการตัดสินใจของผู้บริโภคอาหาร ดังนั้น ผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องต้องให้ความสำคัญกับราคาให้มีความเหมาะสมกับคุณภาพของอาหาร ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น จังหวัดนครนายกต้องเข้ามาดูแล สนับสนุน และจัดระเบียบให้เป็นสตรีทฟู้ด ซึ่งสอดคล้องกับ Anne-Mette Hjalager and Greg Richards (2002 : 29-31) ที่ต้องจัดสตรีทฟู้ดให้มีลักษณะดังนี้ 1) ทัวร์อาหาร (Food Tours or Routes) หรือ เรียกอีกอย่างว่า เส้นทางรสชาติ (Taste Paths) 2) พิพิธภัณฑ์อาหาร (Food Museum) 3) เทศกาลอาหาร (Food Festival or Event) และ 4) การเรียนปรุงอาหาร (Cooking classes)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรมีนโยบายสร้างเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่สำคัญ ๆ และมีความเหมาะสม คือการจัดทำเป็นเส้นทางสายอาหาร (สตรีทฟู้ด)

2. เพื่อให้เกิดความปลอดภัยทางด้านสุขภาพ จังหวัดควรเข้ามาตรวจรับคุณภาพอาหารและออกใบรับรองให้ร้านค้าที่ผ่านการตรวจคุณภาพเพื่อสร้างมั่นใจให้กับผู้บริโภค

3. เพื่อให้เกิดความปลอดภัยและความสะดวกต่อการจราจรและที่จอดรถเพื่อรับประชาชน จังหวัด และเจ้าหน้าที่ตำรวจควรจัดระเบียบการจราจรในเส้นทางอาหาร

4. ภาครัฐควรนำข้อมูลเส้นทางสายอาหารที่ได้จากการวิจัยนี้ไปขับเคลื่อนให้ประสบความสำเร็จ

5. ภาครัฐควรสนับสนุนร้านค้าในเส้นทางสายอาหารทั้งทางด้านการประชาสัมพันธ์ วัสดุอุปกรณ์ และอื่น ๆ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาความเหมาะสมของประเภทอาหารที่เหมาะสมกับบริบทและเส้นทาง

2. ควรมีการศึกษารูปแบบเส้นทางสายอาหารที่ประสบความสำเร็จ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

REFERENCES

Kivela, J. and Crotts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. **Journal of Hospitality & Tourism Research**, 30(3), 354–377.

Nakhon Nayok Provincial Statistical Office. (2020). **Nakhon Nayok Provincial Statistics Report 2020**. National Statistical Office, Ministry of Digital Economy and Society.

Rand, G. E. D., Heath, E. and Alberts, N. (2003). The role of local and regional food in destination marketing: A South African situation analysis. **Journal of Travel & Tourism Marketing**, 14(3-4), 97-112.

Siriwan Serirat, Prin Laksitanon, and Suporn Serirat. (1998). **Modern Marketing Management**. Bangkok: Thira Film and Cytex Company Limited. **Journal of Narathiwat Rajanagarindra University, Humanities and Social Sciences**. 5(2), 184-195.

Siriwan Serirat, Suporn Serirat, Ong-art Pothawanich, and Prin Laksitanon. (2003). **Modern Marketing Management**. Bangkok: Thira Film and Cytex Company Limited.

Tourism Authority of Thailand. (2014). **Annual Report 2014**. Tourism Authority of Thailand.