

การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย
กับการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นอำเภอน้ำหนาว
จังหวัดเพชรบูรณ์

A Comparison of Thai Tourists' Demographic Characteristics and
Their Decision-Making on Local Food Consumption
in Nam Nao District, Phetchabun Province

ภารวี ศรีกาญจน์*, ฉันทนา ปาปัดธา*, และ ดลพร ศรีฟ้า*
Parawee Srikan*, Chantana Papattha* and Donlaporn Srifar*
Corresponding Author E-mail: chantana.p@rmutp.ac.th

วันที่รับบทความ 18 พฤษภาคม 2569
วันที่แก้ไขบทความ 30 พฤษภาคม 2569
วันที่ตอบรับบทความ 5 มิถุนายน 2569

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่สนใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นของอำเภอน้ำหนาว จำนวน 400 คน และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-Test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ผลการวิจัยพบว่า 1) การตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวในอำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และ 2) นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และประสบการณ์การเดินทางต่างกัน การตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวในอำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ไม่แตกต่างกัน

* คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

* Faculty of Mass Communication Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนบุคคล นักท่องเที่ยวชาวไทย การตัดสินใจ การบริโภคอาหารพื้นถิ่น

Abstract

The objective of this research was to compare personal factors with the decision-making on local food consumption among Thai tourists in Nam Nao District, Phetchabun Province. A questionnaire was employed as a tool to collect data from 400 Thai tourists who were interested in consuming local food in Nam Nao District. The statistics utilized for data analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, and One-Way ANOVA. The results of the research revealed that: 1) the overall decision-making on local food consumption among tourists in Nam Nao District, Phetchabun Province, was at a high level; and 2) tourists with different genders, ages, educational levels, occupations, monthly incomes, and travel experiences did not differ in their decisions to consume local food in Nam Nao District, Phetchabun Province.

Keywords: Demographic Characteristics, Thai Tourists', Decision-Making, Local Food Consumption

บทนำ

อาหารพื้นถิ่น คือภาพสะท้อนวิถีชีวิตและภูมิปัญญาที่เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ท้องถิ่นและการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ แม้จะมีคุณค่าทางโภชนาการและแฝงเร้นด้วยองค์ความรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (พนิดา รัตนพันธ์, 2563) แต่ในปัจจุบันกำลังเผชิญความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคม การขาดช่วงของการสืบทอด และการแข่งขันกับวัฒนธรรมบริโภคสมัยใหม่ จนบางชุมชนเริ่มสูญเสียรากฐานความรู้เหล่านี้ไป และในเชิงการท่องเที่ยว อาหารพื้นถิ่นถูกนิยามว่าเป็น “ประสบการณ์ทางวัฒนธรรม” (Cultural Experience) ที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อจำกัดด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และการตลาดที่ต้องเร่งพัฒนา (ณัฐวุฒิ หิรัญกาญจน์, 2562; สมศักดิ์ พงษ์สุวรรณ, 2561)

สำหรับจังหวัดเพชรบูรณ์ งานวิจัยของ กิตติมา ชาญวิชัย และธีรพล ภูริต (2562) ชี้ให้เห็นว่าการใช้ การเล่าเรื่อง (Storytelling) เช่น กรณี “ข้าวลิ้มผัว” และ “ฟักแม้ว” ในอำเภอเขาค้อสามารถสร้างความเชื่อมโยงทางอารมณ์และเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างทรงพลัง แม้จะยังมีอุปสรรคด้านระบบบริหารจัดการและการสืบทอดภูมิปัญญาระหว่างรุ่นก็ตาม

อำเภอน้ำหนาวโดดเด่นด้วยทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ สะท้อนผ่านเมนูจากผักพื้นบ้านและเห็ดป่า โดยมีจุดแข็งสำคัญคือ ข้าวพญาลิ้มแกง: ข้าวเหนียวพันธุ์พื้นเมืองที่มีกลิ่นหอม รสสัมผัสเหนียวนุ่ม ซึ่งนำมาทำเป็น “ข้าวหลอมพญาลิ้มแกง” อันเป็นเอกลักษณ์ (จรัญจิต เพ็ชรรัตน์, 2565) และวัฒนธรรมประเพณี: การจัดงานประเพณีเผาข้าวหลามและมหรพรมของดีอำเภอน้ำ

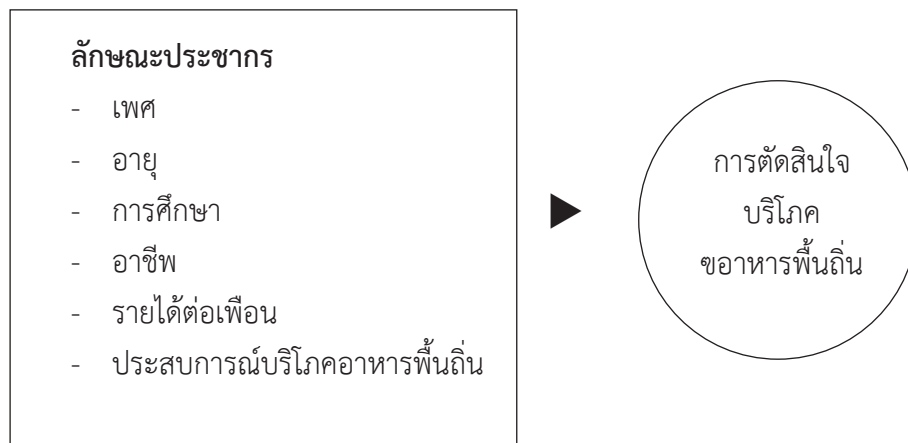
หนาว เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและอนุรักษ์แหล่งวัฒนธรรมพื้นเมือง (thenews4news, 2567) อย่างไรก็ตาม ข้าวพันธุ์นี้ปลูกยากและมีผลผลิตจำกัด การอนุรักษ์และพัฒนาให้เข้ากับบริบทสมัยใหม่จึงเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อความยั่งยืนของชุมชน (ณัฐฐา ภูนิยม และ กัลยาณี อินทร์เพ็ง, 2563; มูลนิธิซี.ซี.เอฟ., 2566) แม้ถิ่นน้ำหนาวจะมีวัตถุดิบและภูมิปัญญาที่ทรงคุณค่า แต่การบริโภคอาหารพื้นถิ่นในกลุ่มนักท่องเที่ยวยังไม่แพร่หลายเท่าที่ควร เนื่องจากปัจจัยด้านการรับรู้รสชาติ คุณค่าทางสุขภาพ และการสื่อสารการตลาดที่ยังไม่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา “การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นอำเภอภูน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์” เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมและแรงจูงใจ อันจะนำไปสู่แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวในอำเภอภูน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์
- 2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอภูน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นอำเภอภูน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ สามารถกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากกรอบแนวคิดการวิจัย สามารถกำหนดเป็นสมมติฐานการวิจัย และกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนี้

สมมติฐาน: ลักษณะประชากรของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่างถิ่นมีการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นแตกต่างกัน

- เพศของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่างถิ่นมีการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นแตกต่างกัน
- อายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่างถิ่นมีการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นแตกต่างกัน
- การศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่างถิ่นมีการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นแตกต่างกัน
- อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่างถิ่นมีการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นแตกต่างกัน
- รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่างถิ่นมีการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นแตกต่างกัน
- ประสบการณ์บริโภคอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่างถิ่นมีการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นแตกต่างกัน

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นอำเภอพานาน จังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สามารถกำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือมีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวในอำเภอพานาน จังหวัดเพชรบูรณ์ และมีประสบการณ์บริโภคอาหารพื้นถิ่นและมีความสนใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นของอำเภอพานาน จังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือมีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวในอำเภอพานาน จังหวัดเพชรบูรณ์ และมีประสบการณ์บริโภคอาหารพื้นถิ่นและมีความสนใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นของอำเภอพานาน จังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจึงนิยมใช้วิธีการคำนวณจากสูตรการหาขนาดตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรการคำนวณของ Cochran (1977) และกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (Margin of Error) ที่ $\pm 5\%$, ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม ผลการคำนวณขนาดตัวอย่างที่ได้ คือ 384 ตัวอย่าง ดังนั้น จึงทำการกำหนดขนาดตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้เป็น 400 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่น่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

2. เครื่องมือและการหาคุณภาพเครื่องมือ

ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และประสบการณ์การเดินทาง มีลักษณะแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ซึ่งเป็นข้อมูลระดับนามบัญญัติ (Nominal Scale) และข้อมูลระดับมาตราอันดับ (Ordinal Scale)

ตอนที่ 2 การตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่น มีลักษณะแบบสอบถามแบบมาตราอัตราภาค

ขั้น (Interval Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale) ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด การหาคุณภาพเครื่องมือเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กำหนดออกเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

1) การหาความตรงเชิงเนื้อหา โดยการประเมินความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย ด้วยการประเมินค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) โดยอาศัยผู้ทรงคุณวุฒิในการประเมินความเหมาะสมของข้อคำถาม จำนวน 3 คน และเมื่อทำการวิเคราะห์ความสอดคล้องเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา และกำหนดให้ทุกข้อคำถามต้องมีค่า IOC มากกว่า 0.50 ขึ้นไป ผลการประเมินความตรงเชิงเนื้อหา พบว่า แบบสอบถามทั้งฉบับมีความตรงเชิงเนื้อหา โดยมีค่า IOC อยู่ที่ 0.67-1.00 และและมีข้อเสนอแนะเพื่อการปรับแก้คำถามเพื่อให้คำถามมีความสมบูรณ์มากขึ้น ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับแก้คำถามตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิก่อนจัดทำเป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปทดลองใช้

2) การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยการนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปทดลองใช้ (Try Out) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง จำนวน 30 คน และเมื่อรวบรวมข้อมูลแล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของชุดแบบสอบถาม โดยกำหนดให้แบบสอบถามทั้งฉบับมีความเชื่อมั่นที่ 0.80 ขึ้นไป ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น พบว่า แบบสอบถามทั้งฉบับมีความเชื่อมั่นที่ .955 ซึ่งถือว่ามีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูงมาก สามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการการแจกแบบสอบถามออนไลน์ โดยมีขั้นตอนดำเนินการ ดังนี้

1) จัดเตรียมแบบสอบถาม และแบบสอบถามออนไลน์

2) แจกแบบสอบถามออนไลน์ด้วยวิธีการฟากลิงค์กับเยาวชนในกรุงเทพมหานคร โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) จากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือผู้มีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวและเคยบริโภคอาหารพื้นถิ่นของอำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์

3) ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามให้ได้ครบตามจำนวนที่กำหนดขนาดตัวอย่างไว้ จำนวน 400 ชุด

4) ดาวน์โหลดไฟล์ที่นำไปแปลงค่าและทำการวิเคราะห์ข้อมูล

4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2556)

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
1.00-1.50	น้อยที่สุด
1.51-2.50	น้อย
2.51-3.50	ปานกลาง
3.51-4.50	มาก
4.51-5.00	มากที่สุด

2) การเปรียบเทียบปัจจัยปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่น สำหรับตัวแปรที่มีตัวแปรย่อย 2 ตัวแปร ได้แก่ เพศ และประสบการณ์การเดินทาง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบค่าที (t-Test) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และตัวแปรที่มีตัวแปรย่อยมากกว่า 2 ตัวแปร ได้แก่ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการทดสอบค่าเอฟ (F-test) ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และทำการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยด้วยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญ .05

ผลการวิจัย

1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และประสบการณ์บริโภคอาหารพื้นถิ่น สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวน และร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	500	100.00
เพศ		
ชาย	220	44.00
หญิง	280	56.00
อายุ		
น้อยกว่า 25 ปี	60	12.00
20-30 ปี	129	25.80
31-40 ปี	153	30.60
41-50 ปี	98	19.60
มากกว่า 50 ปี	60	12.00
การศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	119	23.80
ปริญญาตรี	337	67.40
สูงกว่าปริญญาตรี	44	8.80

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	197	39.40
พนักงานบริษัท	183	36.60
ธุรกิจส่วนตัว	108	21.60
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	6	1.20
อื่นๆ ได้แก่ แม่บ้าน รับจ้างทั่วไป และประกอบอาชีพอิสระ	6	1.20
รายได้ต่อเดือน		
น้อยกว่า 15,000 บาท	109	21.80
15,001-30,000 บาท	186	37.20
30,001-45,000 บาท	129	25.80
มากกว่า 45,000 บาท	76	15.20
ประสบการณ์บริโภคอาหารพื้นถิ่น		
เคย	21	4.20
ไม่เคย	479	95.80

จากตารางแสดงจำนวน และร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.00 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.60 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 67.40 เป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 39.40 มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.20 และไม่เคยประสบการณ์บริโภคอาหารพื้นถิ่น ร้อยละ 95.80

2) การตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่น

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่น

การสื่อสารและการรับรู้	ระดับความต้องการ		
	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
1. เชื่อมั่นในคุณภาพและความปลอดภัย	4.08	0.87	มาก
2. รสชาติและความแปลกใหม่	4.06	0.87	มาก
3. ราคาสมเหตุสมผล	4.05	0.85	มาก
4. การแนะนำจากผู้อื่น/สื่อ	4.06	0.86	มาก
5. องค์กรสนับสนุนชุมชนท้องถิ่น	4.03	0.86	มาก
6. ต้องการสัมผัสประสบการณ์ท่องเที่ยวที่แท้จริง	4.11	0.84	มาก
7. มีการนำเสนอเมนูอย่างชัดเจนและน่าสนใจ	4.09	0.82	มาก

การสื่อสารและการรับรู้	ระดับความต้องการ		
	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
8. ร้านที่ได้รับการรับรองหรือมีชื่อเสียง	4.07	0.85	มาก
9. ความสะดวกในการเข้าถึงและการบริการ	4.06	0.88	มาก
10. มีคุณค่าทางวัฒนธรรมและเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	4.10	0.86	มาก
ภาพรวม	4.07	0.78	มาก

จากตารางแสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นพบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.07 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เชื่อมั่นในคุณภาพและความปลอดภัย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.08 รองลงมาคือ รสชาติและความแปลกใหม่ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 ราคาสมเหตุสมผล อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.05 การแนะนำจากผู้อื่น/สื่อ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 องค์กรสนับสนุนชุมชนท้องถิ่น อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.03 ต้องการสัมผัสประสบการณ์ท่องเที่ยวที่แท้จริง อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.11 มีการนำเสนอเมนูอย่างชัดเจนและน่าสนใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.09 ร้านที่ได้รับการรับรองหรือมีชื่อเสียง อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.07 ความสะดวกในการเข้าถึงและการบริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 และมีคุณค่าทางวัฒนธรรมและเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.10 ตามลำดับ

3) ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวในอำเภอหน้าหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์

สมมติฐานที่ 1: ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกับการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวในอำเภอหน้าหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์แตกต่างกัน

- เพศต่างกับการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวในอำเภอหน้าหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.7 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวในอำเภอหน้าหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามเพศ

เพศ	N	$\bar{x}$	S.D.	t	Sig.
ชาย	220	4.08	.781	.135	.893
หญิง	280	4.07	.780		

จากตารางแสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวในอำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามเพศ พบว่า เพศต่างกันการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวในอำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ไม่แตกต่างกัน

- อายุต่างกันการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวในอำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.8 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวในอำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามอายุ

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	.355	4	.089	145	.965
ภายในกลุ่ม	303.	444	495	613	
รวม	303.	799	499		

จากตารางแสดงการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวในอำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามอายุ พบว่า อายุต่างกันการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวในอำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ไม่แตกต่างกัน

- การศึกษาต่างกันการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวในอำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.9 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวในอำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามการศึกษา

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	1.512	2	.756	1.243	.289
ภายในกลุ่ม	302.287	497	608		
รวม	303.799	499			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางแสดงการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวในอำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามการศึกษา พบว่า การศึกษาต่างกันการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวในอำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.10 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวในอำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามอาชีพ

- อาชีพต่างกันการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวในอำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์แตกต่างกัน

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	1.803	4	.451	.739	.566
ภายในกลุ่ม	301.997	495	.610		
รวม	303.799	499			

จากตารางแสดงการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวในอำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพต่างกันการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวในอำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ไม่แตกต่างกัน

- รายได้ต่อเดือนต่างกันการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวในอำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.11 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวในอำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	2.020	3	.673	1.106	.346
ภายในกลุ่ม	301.779	496	.608		
รวม	303.799	499			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางแสดงการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวในอำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า รายได้ต่อเดือนต่างกันการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวในอำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ไม่แตกต่างกัน

- ประสบการณ์การเดินทางต่างกันการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวในอำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวในอำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามประสบการณ์การเดินทาง

ประสบการณ์การเดินทาง	N	$\bar{x}$	S.D.	t	Sig.
เคย	221	44.20	4.11	.194	.846
ไม่เคย	279	55.80	4.07		

จากตารางแสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวในอำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามเพศ พบว่า เพศต่างกันการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวในอำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ไม่แตกต่างกัน

การอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นอำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1) การตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวในอำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถนำมาอภิปรายผลโดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย เพื่อให้เห็นพฤติกรรมและการรับรู้ของคุณค่าที่แท้จริงของนักท่องเที่ยว ซึ่งสามารถอภิปรายผลในมิติต่างๆ ดังนี้

มิติด้านคุณค่า ประสบการณ์ และเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ผลการวิจัยพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ลำดับแรก คือ ความต้องการสัมผัสประสบการณ์ท่องเที่ยวที่แท้จริง และมีคุณค่าทางวัฒนธรรมและเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งผลลัพธ์นี้สะท้อนให้เห็นว่า แรงจูงใจหลักที่ผลักดันให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นน้ำหนาว ไม่ใช่เพียงแค่การบำบัดความหิว แต่เป็นการแสวงหา “ทุนทางวัฒนธรรม” และ “ความจริงแท้ (Authenticity)” ของการเดินทางลักษณะดังกล่าวสอดคล้องอย่างยิ่งกับงานวิจัยของ สุวรรณ พิชัยยงค์วงศ์ และคณะ (2562) ที่ค้นพบว่า นักท่องเที่ยวมีความชอบต่ออาหารท้องถิ่นเนื่องจากมองว่าเป็นสิ่งที่มีความน่าสนใจ และพร้อมที่จะเข้าหาร้านอาหารท้องถิ่นเพื่อสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ในการเดินทาง สอดรับกับแนวคิดของ เทตยา แซ่ตัน และพิชญลักษณ์ พิชญุก (2567) ที่ระบุว่า นักท่องเที่ยวมีทัศนคติมองว่าอาหารเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างประสบการณ์ระหว่างท่องเที่ยว และยังเชื่อมโยงได้กับผลการศึกษาของ นันทิยา ตันตราสืบ และวาร์ชต์ มัธยมบุรุษ (2561) ที่ชี้ว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เลือกบริโภคอาหารพื้นถิ่นให้คุณค่ากับ “การได้บริโภคอาหารที่มาจากแหล่งผลิตดั้งเดิม” เพราะเป็นเครื่องมือสำคัญในการเชื่อมโยงความผูกพันอันดีระหว่างตัวนักท่องเที่ยวกับคนในท้องถิ่นที่ไปเยือน

มิติด้านตัวผลิตภัณฑ์และการนำเสนอ ประเด็นถัดมาที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมาก คือ มีการนำเสนอเมนูอย่างชัดเจนและน่าสนใจ และความเชื่อมั่นในคุณภาพและความปลอดภัย สอดคล้องกับงานวิจัยของ จอมขวัญ สุวรรณรักษ์ และคณะ (2564) ที่ระบุว่า “ภาพลักษณ์ของอาหาร” และ “คุณภาพของอาหาร” มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการตัดสินใจบริโภคของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ และสอดคล้องกับ นันทิยา ตันตราสืบ และวรัชต์ มัธยมบุรุษ (2561) ที่ยืนยันว่า ปัจจัยด้านกระบวนการผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่อง “วัตถุดิบของอาหารต้องมีคุณภาพดี” จะมีผลต่อนักท่องเที่ยวมากที่สุดในการเลือกบริโภคอาหารพื้นถิ่น อย่างไรก็ตาม ในมิติด้านการนำเสนอเมนูที่ชัดเจนและน่าสนใจนั้น ชุมชนจำเป็นต้องนำแนวคิดเรื่องการจัดการความรู้มาปรับใช้ เพื่อเปลี่ยน “ภูมิปัญญาแบบฝังลึก” (Tacit Knowledge) ของคนน้ำหนาว ออกมาเป็น “ความรู้ที่ชัดเจน” (Explicit Knowledge) ผ่านสื่อเพื่อสร้างความน่าดึงดูดใจตามแนวทางของ ณิชมน ภมร และพัชรี ตันติวิภาวิน (2563)

มิติด้านการสร้างความน่าเชื่อถือและการสื่อสารทางสังคมสำหรับการตัดสินใจในข้อ ร้านที่ได้รับการรับรองหรือมีชื่อเสียง รสชาติและความแปลกใหม่ การแนะนำจากผู้อื่น/สื่อ และความสะดวกในการเข้าถึงและการบริการ ทั้งหมดนี้อยู่ในระดับมากในเกณฑ์ที่เท่าเทียมกันสะท้อนให้เห็นว่า อิทธิพลรอบตัวและมาตรฐานของร้านค้ามีส่วนช่วยสนับสนุนการตัดสินใจ ณ หน่วยงาน สอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) ในด้านกระบวนการ (Process) และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) ของ เทตยา แซ่ตัน และพิชญลักษณ์ พิชญุก (2567) รวมถึง สุวรรณมา พิชัยยงค์วงศ์ และคณะ (2562) ที่ชี้ว่าช่องทางการเข้าถึงและลักษณะร้านอาหารมีผลต่อการเลือกใช้บริการ ยิ่งไปกว่านั้น ประเด็นเรื่องรสชาติและความแปลกใหม่ ตลอดจนอิทธิพลจากสื่อและการแนะนำจากบุคคลรอบข้าง ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศศิวรรณ โสภา และคณะ (2568) ที่ระบุว่า ปัจจัยด้านรสนิยม สังคม และสื่อออนไลน์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกและส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นเมืองของกลุ่มคนรุ่นใหม่ โดยส่วนใหญ่มักเป็นการรับประทานร่วมกันกับเพื่อนและครอบครัวในโอกาสพิเศษ

มิติด้านความคุ้มค่าเชิงเศรษฐกิจและการเกื้อกูลชุมชน (กลุ่มลำดับท้าย) ในส่วนของข้อ ราคาสมเหตุสมผล และการต้องการสนับสนุนชุมชนท้องถิ่น แม้ว่าจะมีค่าเฉลี่ยอยู่ในลำดับท้ายสุดของตาราง แต่ยังคงอยู่ในเกณฑ์ระดับ “มาก” ประเด็นนี้อธิบายได้ว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังอำเภอน้ำหนาว มีความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness to Pay) หากอาหารนั้นสามารถตอบโจทย์ความแปลกใหม่และสร้างประสบการณ์วัฒนธรรมที่คุ้มค่าได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ศศิวรรณ โสภา และคณะ (2568) ที่พบว่าผู้บริโภคอาหารพื้นเมืองมีพฤติกรรมการใช้จ่ายต่อครั้งในระดับที่สอดคล้องกับคุณค่าที่ได้รับ นอกจากนี้ การที่ระดับคะแนนการสนับสนุนชุมชนท้องถิ่นอยู่ในระดับมาก ยังเป็นตัวตอกย้ำทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงอาหารและวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ตามแนวคิดของ ณิชมน ภมร และพัชรี ตันติวิภาวิน (2563) และ ปองปรารณ สุนทรเภสัช และคณะ (2561) ที่ระบุว่า อาหารพื้นถิ่นเป็นสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่เมื่อนักท่องเที่ยวตัดสินใจบริโภคแล้ว จะกลายเป็นกลไกขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจชุมชนเกิดการกระจายรายได้สู่เกษตรกรผู้ผลิตวัตถุดิบต้นน้ำ เช่น คนปลูกข้าวพญาลิ้มแกง หรือคนเก็บผักป่า และส่งเสริมให้ชุมชนเกิดความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและภูมิปัญญาดั้งเดิมของตนเองสืบไป

2) การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และประสบการณ์การเดินทางที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวในอำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ ไม่แตกต่างกัน ผลการวิจัยในส่วนนี้มีประเด็นที่น่าสนใจและขัดแย้งกับงานวิจัยของ เทตยา แซ่ตัน และพิชญลักษณ์ พิชญุก (2567) ที่เคยศึกษาไว้ว่า ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ และภูมิภาคที่อาศัยอยู่ ที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อระดับความคิดเห็นและการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม ปรากฏการณ์ที่พบในอำเภอน้ำหนาวนี้สามารถอธิบายได้ด้วยบริบททางวัฒนธรรมบริโภคสมัยใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ศศิวรรณ โสภากและคณะ (2568) ที่ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารพื้นเมืองพบว่า ตัวแปรด้านภูมิภาคหรือลักษณะทางประชากรอาจไม่ได้ทำให้พฤติกรรมหลักเปลี่ยนไปอย่างสิ้นเชิง หากแต่อาหารพื้นถิ่นนั้นสามารถเข้าถึงคนได้ทุกกลุ่มอายุและทุกระดับรายได้ โดยมักเป็นการรับประทานร่วมกันกับเพื่อนและครอบครัวในโอกาสพิเศษหรือในระหว่างการท่องเที่ยว ส่งผลให้ลักษณะทางประชากรศาสตร์ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารอย่างมีนัยสำคัญในพื้นที่นี้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวทุกคนต่างมีเป้าหมายร่วมกันในการแสวงหา “ประสบการณ์ทางวัฒนธรรมอาหาร” ที่แปลกใหม่และเป็นเอกลักษณ์เหมือนกันโดยไม่จำกัดช่วงอายุหรือรายได้

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัย พบว่า 1) การตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวในอำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และ 2) ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวในอำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และประสบการณ์การเดินทางต่างกัน การตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวในอำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน (ทั้งเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และประสบการณ์เดินทาง) ไม่ส่งผลให้การตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นแตกต่างกัน แสดงว่าอาหารพื้นถิ่นอำเภอน้ำหนาวมีศักยภาพในการเข้าถึงและดึงดูดใจนักท่องเที่ยวไทยได้ทุกกลุ่มโดยไม่มีข้อจำกัดด้านวัยหรือฐานะ ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านอาหารและหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ ไม่จำเป็นต้องแยกส่วนตลาด (Market Segmentation) เพื่อทำสื่อโฆษณาเฉพาะกลุ่ม แต่ควรมุ่งเน้นการทำการตลาดในภาพรวม (Mass Marketing) ที่สื่อสารให้เห็นถึงคุณค่า มาตรฐาน ความสะอาด รสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ และความคุ้มค่า ซึ่งเป็นจุดร่วมที่นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มให้ความสำคัญเหมือนกัน

2) นักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นในภาพรวมอยู่ในระดับ “มาก” สะท้อนว่าอาหารพื้นถิ่นของอำเภอน้ำหนาวมีความน่าสนใจและมีต้นทุนทางวัฒนธรรมที่ดีอยู่แล้ว ดังนั้น

ชุมชนและวิสาหกิจท้องถิ่นควรร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ (เช่น สำนักงานสาธารณสุขอำเภอ หรือ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด) ในการรักษาระดับมาตรฐานนี้ไว้ พร้อมทั้งควบคุมคุณภาพวัตถุดิบธรรมชาติ (ผักพื้นบ้าน เห็ดป่า) และรักษาเอกลักษณ์กรรมวิธีการทำ “ข้าวหลามพญาลิ้มแกง” ให้มีความคงเส้นคงวา ตลอดจนพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สะดวกต่อการซื้อเป็นของฝาก เพื่อกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อที่ง่ายขึ้นและยกระดับจากอาหารท้องถิ่นสู่การเป็นผลิตภัณฑ์เด่นทางการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อยอดวิจัยในอนาคต

- 1) แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาบริโภคซ้ำของนักท่องเที่ยวในอำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์
- 2) ปัจจัยด้านพฤติกรรมสุขภาพและทัศนคติต่ออาหารออร์แกนิกที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้ออาหารพื้นถิ่นและผักพื้นบ้านของนักท่องเที่ยวชาวไทย
- 3) การศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและการจัดการความรู้เพื่อส่งเสริมการตลาดอาหารพื้นถิ่น อำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์
- 4) กระบวนการส่งต่อภูมิปัญญาอาหารดั้งเดิมและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ “ข้าวหลามพญาลิ้มแกง” ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอน้ำหนาว
- 5) การศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม จังหวัดเพชรบูรณ์

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กิตติมา ชาญวิชัย และธีรพล ภูริต. (2562). การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการพัฒนาความเป็นตัวตนที่แท้จริงให้กับอาหารท้องถิ่นใน อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา ผ่านการเล่าเรื่อง. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- จรัญจิต เพ็งรัตน์. (2565). พญาลิ้มแกง: มหัศจรรย์ข้าวพื้นเมืองไทย. กรุงเทพมหานคร: คลังข้อมูลการวิจัยการเกษตรไทย.
- จอมขวัญ สุวรรณรักษ์ บัณฑิต ผังนิรันดร์ และวัชรินทร์ แสงมา. (2564). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นในเขตระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก. วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์มจร, 9(5). 1857-1870.
- ณัฐภา ภูนิคม, และ กัลยาณี อินทร์เพ็ง. (2563). การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารพื้นถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์. มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.
- ณัฐวุฒิ หิรัญกาญจน์. (2562). การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น: โอกาสและความท้าทายของชุมชนท้องถิ่น. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- ณิชนน ภมร และพัชรี ตันติวิภาวิน. (2563). การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านวัฒนธรรมอาหารพื้นบ้านภาคเหนือตอนบนของไทย. *วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์*, 5(2) มิถุนายน-ธันวาคม, 28-44.
- เทตยา แซ่ตัน และพิชญลักษณ์ พิชญก. (2567). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเลือกร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, 10(3) 58-65.
- นันทิยา ตันตราสืบ และวาริชต์ มัธยมบุรุษ. (2561). การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคอาหารพื้นถิ่นล้านนาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารสังคมศาสตร์วิชาการ*, 11(1) มกราคม-เมษายน, 97-106.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). *การวิจัยเบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- ปองปรารณ สุนทรเกษม กิติวัฒน์ กิตติบุตร และกนกพร เอกกะสินสกุล. (2561). การเล่าเรื่องอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาน้ำปูแจ่ม. *วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่*, 11(1) มกราคม-มิถุนายน, 192-213.
- พนิดา รัตนพันธ์. (2563). *ภูมิปัญญาอาหารพื้นถิ่นกับการพัฒนาคุณภาพชีวิต*. ขอนแก่น: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- มูลนิธิ ซี.ซี.เอฟ. เพื่อเด็กและเยาวชน. (2566). *อร่อย... อร่อย...! จนลิ้มแกง “ข้าวพญาลิ้มแกง”*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิ ซี.ซี.เอฟ.
- ศศิวรรณ โสภานิตินันท์ เวียงสมุทร สามีภา เกลี้ยงกมล และธนพล นิ่มมณี. (2568). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของเจนอเรชันซี. *วารสารคหกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน*, 7(1) มกราคม-เมษายน, 100-116.
- สมศักดิ์ พงษ์สุวรรณ. (2561). *การพัฒนาศักยภาพอาหารพื้นถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม.
- สุวรรณ พิชัยยงค์วงศ์ดี นุจิรา รัศมีไพบูลย์ และ เรณูมาศ กุลละศิริมา. (2562). พฤติกรรมการบริโภคอาหารท้องถิ่นและส่วนประสมการตลาด 7P's ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในพัทยา จังหวัดชลบุรี. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ* 22(2) กรกฎาคม-ธันวาคม, 316-327.
- thenews4news. (2567, ธันวาคม 20). *เปิดงานประเพณีเผาข้าวหลาม และมหกรรมของดีอำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์*. เข้าภาค 4.

ภาษาอังกฤษ

Cochran, W.G. (1977) *Sampling Techniques*. 3rd Edition, John Wiley & Sons, New York.