

Factors Affecting the Tourists Experience for Enhance Cultural Tourism Management to Khanom La Thai, Nakhon Si Thammarat Province.

Tussanawalai Tuntiekaratana^{1,*} and Jiradchaya Keanboon²

Received: 30/08/2022, Revised: 15/03/2023, Accepted: 22/03/2023

Abstract

The objective of this research is to study the factors affecting of tourists experience for enhance cultural tourism management to Khanom La Thai, Nakhon Si Thammarat Province. The tools used was questionnaire, a sample of 384 people. Quantitative data used statistics in research were average, percentage, standard deviation, multiplicative regression analysis and qualitative data are content-oriented analyses and then categorized and compiled into essays. The results showed the factors affecting of tourists experience for enhance cultural tourism management to Khanom La Thai, Nakhon Si Thammarat Province, 1) Factors that positively impact include cultural tourist behavior ($\beta_1=0.419$, $p < 0.01$), local wisdom ($\beta_2=0.214$, $p < 0.01$), cultural tourism image ($\beta_3= 0.114$, $p < 0.05$), and religious beliefs, beliefs, and rituals ($\beta_5=0.129$, $p < 0.01$), and 2) food identity and identity factors ($\beta_4=-0.048$, $p > 0.05$). It does not affect of tourists experience for enhance cultural tourism management to Khanom La Thai, Nakhon Si Thammarat Province.

Keyword: Tourist Experience; Management; Cultural Tourism; Khanom La Thai

¹ School of Tourism and Hospitality Management, Suan Dusit University, Trang Campus

² School of Tourism and Hospitality Management, Suan Dusit University, Trang Campus

* Corresponding author, Email: tussanawalai.tun@gmail.com

ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเพื่อยกระดับการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารขนมลา จังหวัดนครศรีธรรมราช

ทัศนาวลัย ตันติเอกรัตน์^{1,*} และจิรัชญา แก่นบุญ²

วันรับบทความ: 30/08/2565, วันแก้ไขบทความ: 15/03/2566, วันตอบรับบทความ: 22/03/2566

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเพื่อยกระดับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร กรณีศึกษาขนมลา จังหวัดนครศรีธรรมราช เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 384 คน การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติในการวิจัยคือ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ และข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาแล้วนำมาจัดหมวดหมู่และเรียบเรียงเป็นความเรียง ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเพื่อยกระดับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร กรณีศึกษาขนมลา จังหวัดนครศรีธรรมราช ดังนี้ 1) ปัจจัยที่ส่งผลกระทบเชิงบวก ได้แก่ ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\beta_1=0.419$, $p < 0.01$) ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น ($\beta_2=0.214$, $p < 0.01$) ด้านภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\beta_3=0.114$, $p < 0.05$) และด้านความเชื่อ ศรัทธา และพิธีกรรมทางศาสนา ($\beta_5=0.129$, $p < 0.01$) และ 2) ปัจจัยเอกลักษณะและอัตลักษณ์อาหารขนมลา ($\beta_4=-0.048$, $p > 0.05$) ไม่ส่งผลกระทบต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเพื่อยกระดับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร กรณีศึกษาขนมลา จังหวัดนครศรีธรรมราช

คำสำคัญ: ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว; การจัดการ; การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม; ขนมลา

¹ คณะโรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ตรัง

² คณะโรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ตรัง

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ, ติดต่ออีเมล tussanawalai.tun@gmail.com

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของหลายประเทศทั่วโลกที่ส่งผลต่อการพัฒนาทั้งโครงสร้างพื้นฐาน รายได้ทางเศรษฐกิจ ซึ่งการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญต่อมวลมนุษยชาติที่มีความต้องการเดินทางท่องเที่ยวด้วยวัตถุประสงค์ต่าง ๆ การท่องเที่ยวทำให้เกิดสภาพคล่องมีการหมุนเวียนของระบบเศรษฐกิจ โดยในปี 2561 มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก มีรายได้จากการท่องเที่ยวรวม 1,876,136 ล้านบาท (Ministry of Tourism and Sports, 2018) เมื่อปลายปี 2562 ประเทศจีนเกิดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-2019) และได้แพร่กระจายของเชื้อไวรัสไปทั่วโลก จึงทำให้ช่วงต้นปี 2563 องค์การอนามัยโลก (WHO) ประกาศให้การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid 19) เป็นการระบาดครั้งใหญ่ การท่องเที่ยวต้องหยุดชะงักและชะลอตัวลงทำให้ทั่วโลกที่เคยมีการเดินทางแบบไร้พรมแดนต้องพบกับภาวะหยุดชะงักติดต่อกันมาจนถึงปี 2564 ส่งผลกระทบทางด้านการท่องเที่ยวทำให้เศรษฐกิจทั่วโลกได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก กระนั้นสถานการณ์ทั่วโลกค่อยปรับเปลี่ยนเริ่มคลี่คลายไปในทางที่ดีนักท่องเที่ยวเริ่มแสวงหาความสุขความเพลิดเพลินที่อยู่รอบตัวเพิ่มขึ้น ปรับตัวเน้นการท่องเที่ยววิถีใหม่ที่ปลอดภัยแบบรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Responsible tourism) อีกทั้งพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีความต้องการสัมผัสเรียนรู้เปิดประสบการณ์ใหม่เลือกท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติ แหล่งวัฒนธรรม เรียนรู้วิถีชีวิตชนบท และแหล่งที่มีความสนใจพิเศษ ประกอบกับหน่วยงานภาครัฐมีนโยบายจัดโครงการด้านการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจเน้นการพัฒนาฟื้นฟู อนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวให้มีความพร้อมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ทั้งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นเป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่ศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิตในอดีตจวบจนถึงปัจจุบัน ซึ่งวัฒนธรรมบางอย่างได้สูญหายไปตามระยะเวลาเหลือเพียงหลักฐานและร่องรอยของบางอย่างที่สืบทอดมาสู่รุ่นหลัง แต่ทั้งนี้วัฒนธรรมที่สืบทอดมาก็มีการปรับเปลี่ยนวิถีตามยุคสมัยหรืออาจบันทึกโดยการบอกเล่าที่สะท้อนให้เห็นถึงประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี สภาพทางเศรษฐกิจ สังคมของคนในแต่ละยุคสมัย วัฒนธรรมเป็นรูปแบบของกิจกรรมมนุษย์และโครงสร้างเชิงสัญลักษณ์ที่ทำให้กิจกรรมนั้นเด่นชัดและมีความสำคัญ วิธีการดำเนินชีวิตเป็นพฤติกรรมและสิ่งที่กลุ่มคนผลิตสร้างขึ้นด้วยการเรียนรู้ร่วมกันและร่วมใจอยู่ในหมู่พวกของตน แต่ก็สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม (Goodall, 1988)

โดยประเทศไทยถือได้ว่ามีชื่อเสียงทางด้านวัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิต การแต่งกาย และอาหาร ซึ่งอาหารไทยมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารเป็นการท่องเที่ยว

ที่น่าสนใจสำหรับประเทศไทย เพราะประเทศไทยมีชื่อเสียงด้านอาหารเป็นที่รู้จักไปทั่วโลกควบคู่กับประเพณีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตตลอดจนการใช้สอยพื้นบ้านในฐานะวัฒนธรรมของหมู่บ้านที่มีส่วนช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร โดยองค์การท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ได้แสดงข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร ที่สร้างรายได้มูลค่าสูงถึง 150,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2558 ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวของสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นในประเทศต่าง ๆ ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารถือเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว เนื่องจากอาหารสามารถบอกถึงเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ของพื้นที่และเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นของคนจากรุ่นสู่รุ่นถ่ายทอดมาสู่วิถีชีวิตในปัจจุบัน ซึ่งกลายเป็นขนบธรรมเนียมประเพณีและนำไปขยายผลต่อยอดให้มีความโดดเด่นมีคุณค่าและเกิดภูมิปัญญาในอนาคต อีกทั้งประเทศไทยมีวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับประเพณีของแต่ละจังหวัด ซึ่งเป็นประเพณีที่สืบทอดกันมายาวนานและเป็นที่รู้จักของคนไทยและชาวต่างชาติที่สามารถนำเสนอประสบการณ์ใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว อาทิ ประเพณีลอยกระทง จังหวัดสุโขทัย ประเพณีถือศีลกินผัก (กินเจ) จังหวัดภูเก็ต และประเพณีบุญสารทเดือนสิบ จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นต้น ทั้งนี้งานประเพณีบุญสารทเดือนสิบเป็นงานที่มีชื่อเสียงของภาคใต้ โดยเฉพาะจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ได้รับอิทธิพลด้านความเชื่อ ความศรัทธา และเป็นการอุทิศส่วนกุศลให้แก่ดวงวิญญาณของบรรพชนและญาติที่ล่วงลับ (Chantarasiri & Wannaphas, 2014)

โดยจังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ใหญ่เป็นอันดับสองและมีประชากรมากที่สุดในภาคใต้ (Nakhon Si Thammarat Provincial Government Office, 2018) มีชื่อเสียงด้านสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อาทิ วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร เป็นสถานที่คู่บ้านคู่เมืองมายาวนานและรวมถึงเป็นเมืองที่มีความผูกพันกับพระพุทธศาสนาที่ได้แฝงอยู่ในวิถีชีวิตที่สัมพันธ์กับประเพณีและพิธีกรรม โดยเฉพาะประเพณีบุญสารทเดือนสิบ นับว่าเป็นประเพณีที่สำคัญแสดงออกถึงความกตัญญูต่องานบุญบารมี มีการทำบุญอุทิศส่วนกุศลแก่บรรพบุรุษที่ล่วงลับ ในวันแรม 1 ค่ำ เดือน 10 ถือเป็นการรับตายายที่ประตูละครและนรกจะเปิดให้บรรพบุรุษผู้ล่วงลับกลับมาเยี่ยมเยือนลูกหลาน และวันแรม 15 ค่ำ เดือน 10 เป็นการทำบุญอีกครั้งเพื่อส่งบรรพบุรุษกับสวรรค์หรือการส่งตายาย ปัจจุบันทายาทรุ่นหลังมีการย้ายถิ่นฐานออกจากภูมิลำเนาเดิมเพื่อประกอบอาชีพ แต่เมื่อถึงงานประเพณีบุญสารทเดือนสิบจะกลับมาพบปะร่วมจัดงานบุญแสดงถึงความกตัญญูต่องานบุญบารมีที่ล่วงลับ โดยจัดเตรียมให้มีเครื่องใช้ในชีวิตประจำวันและขนมสำหรับการประกอบพิธีกรรมแต่ละชนิด จะมีความหมายแตกต่างกัน ประกอบด้วย ขนมพอง เป็นสัญลักษณ์แทนเรือหรือแพ สำหรับญาติผู้ล่วงลับใช้เดินทาง ขนมบ้า เป็นสัญลักษณ์แทนลูกสะบ้าเป็นการละเล่น ขนมดีซำ เป็นสัญลักษณ์แทนเงินสำหรับใช้จ่าย

ขนมกง (ขนมไข่ปลา) เป็นสัญลักษณ์แทนเครื่องประดับ และขนมลา เป็นสัญลักษณ์แทนเครื่องนุ่งห่มที่ส่งไปให้บรรพบุรุษสวมใส่ในภพภูมิหน้า (Kamlangkue & Numuen, 2017) ซึ่งเป็นสิ่งที่จะบ่งบอกว่าบรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้วมีความเป็นอยู่อย่างไร หากบรรพบุรุษแต่งกายสวยงามแสดงว่าบรรพบุรุษนั้นมีความสุขภายในภพภูมิหน้า อีกทั้งกรรมวิธีในการทำขนมลาจะแตกต่างจากขนมชนิดอื่น ๆ จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเพื่อยกระดับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารขนมลา จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งขนมที่ใช้ประกอบพิธีกรรมงานประเพณีวันสารทเดือนสิบถือเป็นวัฒนธรรมอาหารที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เปิดประสบการณ์ใหม่ อีกทั้งเป็นการส่งเสริมระบบเศรษฐกิจให้เข้มแข็งกระจายรายได้เศรษฐกิจสู่ชุมชนและช่วยสร้างจิตสำนึกให้คนในท้องถิ่นได้ช่วยกันอนุรักษ์วัฒนธรรมไทยให้คงอยู่จากรุ่นสู่รุ่นต่อไปอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเพื่อยกระดับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารขนมลา จังหวัดนครศรีธรรมราช

การทบทวนวรรณกรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชิงอาหาร

จากการสังเคราะห์ข้อมูลจากทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหาร ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากวัฒนธรรม ศาสนา ความเชื่อ การเรียนรู้ของประชาชนในพื้นที่สู่การเรียนรู้และสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว (Hall and Sharples, 2003) สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารเป็นการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่นของชุมชนนั้น ซึ่ง Athena (2012) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวสนใจต่อการบริโภคอาหารของคนในพื้นที่นั้น ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้และสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของสังคมในอดีตที่ผ่านมา โดยมีการเรียนรู้จากประสบการณ์ที่สืบทอดกันมาเป็นสิ่งที่จูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ ความแตกต่างในวิถีชีวิต (Pigram, 1993) ของสังคมในเรื่องต่าง ๆ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจที่จะศึกษาเรียนรู้ รวมทั้งเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีทางภาคใต้ที่สืบทอดกันมา โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่สืบเนื่องและมีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว อีกทั้งเป็นส่วนหนึ่งในการรักษาประเพณีวัฒนธรรมอันดีงามของคนไทย ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้มีประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม ดังนี้

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวมีความต้องการและความสนใจเพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของตนเอง ดังนั้นจึงมีการสืบค้นข้อมูลและแสวงหาประสบการณ์ใหม่ในเรื่องต่าง ๆ ตามความสนใจของนักท่องเที่ยวเอง (Reisinger, 1994) โดยสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นมีเอกลักษณ์เฉพาะหรือมีเพียงสถานที่เดียวที่สามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาสัมผัสเรียนรู้เปิดประสบการณ์ใหม่ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต วัฒนธรรม พฤติกรรมเหล่านี้สามารถเกิดขึ้นครั้งเดียวหรือหลายครั้งก็ได้ ซึ่งเป็นตัวกำหนดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาโดยทำให้เกิดแรงจูงใจ ความปรารถนาและความคาดหวัง (Schmoll, 1977; Haines, Howard & Sheth, 1970) ที่จะนำไปสู่การท่องเที่ยวตามความสนใจของนักท่องเที่ยวให้มากที่สุดและกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกในครั้งต่อไป

สมมุติฐานที่ 1 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อการยกระดับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารขนมลา จังหวัดนครศรีธรรมราช

ภูมิปัญญาท้องถิ่น

ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นการรับรู้จากประสบการณ์ที่สั่งสมมาเป็นเวลานานของบุคคลนั้น (Buason, 1992) ที่สามารถถ่ายทอดไปยังบุคคลอื่นได้อย่างเชี่ยวชาญ ในรูปแบบของการเล่าให้ฟัง สาธิตให้ดูผ่านกระบวนการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ จนเกิดปัญญาและตกผลึกมาเป็นองค์ความรู้ใหม่ที่จะช่วยในการเรียนรู้ การแก้ปัญหา การจัดการ และการปรับตัวเพื่อดำเนินชีวิตในสังคม ชุมชน และในบริบทของตนเอง ทั้งนี้มีการปฏิบัติสืบเนื่องกันมาโดยจะปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัยนั้น

สมมุติฐานที่ 2 ภูมิปัญญาท้องถิ่นส่งผลกระทบต่อการยกระดับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารขนมลา จังหวัดนครศรีธรรมราช

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว สามารถเกิดขึ้นได้ 2 ทาง ได้แก่ 1) ภาพลักษณ์ที่เกิดจากแหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวค้นหาดด้วยตนเอง และ 2) ภาพลักษณ์ที่เกิดจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Kozak & Baloglu, 2011) โดยนักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์จากสิ่งต่าง ๆ นั้นทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ ดังนั้นการกำกับดูแลแหล่งท่องเที่ยวที่ดีจึงจำเป็นต้องสร้างความน่าเชื่อถือจากการจดจำและภาพลักษณ์ที่ดีให้นักท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวจะให้ความสนใจในภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก อาทิ สถานที่ที่มีชื่อเสียง ความสวยงาม ความสะอาด และความปลอดภัย ที่จะเดินทางมาเยือนในสถานที่ท่องเที่ยวนั้น (Echtner & Ritchie, 2003)

สมมุติฐานที่ 3 ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมส่งผลกระทบต่อการยกระดับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารขนมลา จังหวัดนครศรีธรรมราช

เอกลักษณ์และอัตลักษณ์อาหารขนมลา

อาหารขนมลา เป็นขนมพื้นเมืองที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (Food ways) (Rachelle, 2015) ทั้งนี้ขนมลา มีความเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมกับประเพณีที่สืบทอดกันจากรุ่นสู่รุ่นมาอย่างยาวนาน โดยเป็นขนมที่ใช้ ในการประกอบพิธีกรรมที่แสดงถึงความเชื่อ ความศรัทธาถึงบรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้ว ซึ่งเป็นงานประเพณี ที่สำคัญของจังหวัดในภาคใต้ ในการทำบุญหรือที่เรียกว่า “จัดหมรับ” โดยแต่ละครอบครัวจะร่วมนำข้าวของ เครื่องใช้มาจัดโดยมีลำดับการจัดเริ่มจากการนำกระบุง กระจาด ถาด หรือกอละมังเป็นภาชนะ จัดวางข้าวสาร กระเทียม พริก เกลือ น้ำตาลและเครื่องปรุงอาหารที่จำเป็น จากนั้นนำผัก ผลไม้ที่สามารถเก็บรักษาได้ยาวนาน อาทิ พักทอง มะพร้าว ขมิ้น เงาะ ลองกอง ข่า ตะไคร้ เป็นต้น และเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน อาทิ หม้อ กระทะ ถ้วยชาม น้ำมันมะพร้าว ไม้ขีดไฟ เครื่องเย็บปักถักร้อย เครื่องเขียนหมาก และสิ่งสำคัญที่สุดของการจัดหมรับ คือ ขนม 5 ชนิด ได้แก่ ขนมพอง ขนมบ้า ขนมดีซำ ขนมกง (ขนมไข่ปลา) และขนมลา (Phatthalung Provincial Cultural Office, 2020) “ขนมลา” เป็นสัญลักษณ์แทนเครื่องนุ่งห่มที่ส่งไปให้บรรพบุรุษใช้สวมใส่ในภพภูมิหน้า และการทำขนมลามีกรรมวิธีที่แตกต่างจากขนมชนิดอื่นที่ใช้การทอด แต่ “ขนมลา” ใช้แป้งข้าวเจ้าผสมข้าว เหนียวนวดกับน้ำตาลแล้วนำแป้งมาโรยเป็นเส้นฝอย ๆ บนกระทะใบบัว ขนมลามีรสชาติที่มีความโดดเด่น ซึ่งไม่ได้มีวางจำหน่ายทั่วไปมีเพียงเฉพาะช่วงงานประเพณีเท่านั้น ทั้งนี้ขนม 1 ใน 5 ชนิดที่สำคัญใช้สำหรับ จัดสำหรับเพื่อนำไปถวายพระสงฆ์ในงานประเพณีบุญสารทเดือนสิบ โดยมีความเชื่อศรัทธาเกี่ยวกับการได้ทำบุญ อุทิศส่วนกุศลให้แก่บรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้ว โดยประเพณีดังกล่าวได้สืบทอดมาอย่างยาวนานจนถึงปัจจุบัน (Nakhon Si Thammarat Provincial Cultural Office, 2019)

สมมติฐานที่ 4 เอกลักษณ์และอัตลักษณ์อาหารขนมลาส่งผลกระทบต่อการยกระดับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารขนมลา จังหวัดนครศรีธรรมราช

ความเชื่อ ศรัทธา และพิธีกรรมทางศาสนา

เป็นความศรัทธาที่มีต่อความเชื่อของตนเองและยอมรับในพลังอำนาจเหนือธรรมชาติของบุคคล (Nillakarn, 2018) ตลอดจนยึดหลักปฏิบัติตามขนบธรรมเนียมประเพณีทางศาสนา ซึ่งเป็นแนวทางที่ปฏิบัติ สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน ในปัจจุบันอาจจะปรับเปลี่ยนประเพณีวัฒนธรรมให้เข้ากับยุคสมัยมากขึ้น

สมมติฐานที่ 5 ความเชื่อ ศรัทธา และพิธีกรรมทางศาสนาส่งผลกระทบต่อการยกระดับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารขนมลา จังหวัดนครศรีธรรมราช

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ประกอบด้วย ประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช และกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ การสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling) จำนวน 384 คน โดยใช้สูตรของคอคแรน Cochran, (1977) ใช้ในกรณีที่ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน แต่ทราบว่ามีความถี่จำนวนมากและต้องการประมาณค่าสัดส่วนของประชากร มีระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการยกระดับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารขนมลา จังหวัดนครศรีธรรมราช ประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามเลือกตอบ (Checklist)

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเพื่อยกระดับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารขนมลา จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นคำถามที่สร้างขึ้นโดยใช้ (Rating scales) แนวทางการสร้างแบบวัดของลิเคิร์ต (Likert) โดยกำหนดระดับการประมาณค่าเป็น 5 ระดับ เพื่อให้เหมาะสมและสะดวกในการตอบแบบสอบถามและวิเคราะห์คำนวณ

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารขนมลา จังหวัดนครศรีธรรมราช

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้สถิติ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอย และข้อมูลเชิงคุณภาพ คำถามข้อเสนอแนะการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารขนมลา จังหวัดนครศรีธรรมราช นำมาจัดลำดับและหมวดหมู่ของคำตอบในแต่ละด้านเพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหา จากนั้นนำเสนอผลในลักษณะความเรียงเนื้อหา (Content analysis)

ผลการศึกษา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี เป็นนักเรียน/นักศึกษา ส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว ความถี่ในการมาท่องเที่ยว 1 - 2 ครั้ง มาเพื่อพักผ่อนหลีกหนีความจำเจและศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรม เดินทางมาลักษณะกลุ่มบุคคล และจะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเพื่อยกระดับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารขนมลา จังหวัดนครศรีธรรมราช

ตารางที่ 1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเพื่อยกระดับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
อาหารขนมลา จังหวัดนครศรีธรรมราช

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	($\bar{x}$)	(S.D.)	แปลผล
พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	4.22	.571	มาก
ภูมิปัญญาท้องถิ่น	4.05	.634	มาก
ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	3.94	.613	มาก
เอกลักษณ์และอัตลักษณ์อาหารขนมลา	4.09	.596	มาก
ความเชื่อ ศรัทธา และพิธีกรรมทางศาสนา	4.10	.526	มาก
รวม	4.08	.418	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเพื่อยกระดับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารขนมลา จังหวัดนครศรีธรรมราช ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเพื่อยกระดับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารขนมลา จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่ 1) ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2) ความเชื่อ ศรัทธา และพิธีกรรมทางศาสนา 3) เอกลักษณ์และอัตลักษณ์อาหารขนมลา 4) ภูมิปัญญาท้องถิ่น และ 5) ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตามลำดับ

ตารางที่ 2 การทดสอบสมมติฐานสัมประสิทธิ์การถดถอยต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อยกระดับ
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารขนมลา จังหวัดนครศรีธรรมราช

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	Standardized Coefficients		t	p-value
	Beta (β)	Std. Error		
ค่าคงที่	1.026	.206	4.993	.000
พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	.419	.041	9.264	.000***
ภูมิปัญญาท้องถิ่น	.214	.039	4.571	.000***
ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	.114	.040	2.441	.015**
เอกลักษณ์และอัตลักษณ์อาหารขนมลา	-.048	.044	-.957	.339

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	Standardized Coefficients		t	p-value
	Beta (β)	Std. Error		
ความเชื่อ ศรัทธา และพิธีกรรมทางศาสนา	.129	.050	2.593	.010**
F= 54.089, p=0.000 R ² = .646, AdjR ² = .417				

p<.05,*p<.01

จากตารางที่ 2 พบว่า จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเพื่อยกระดับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารขนมลา จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า 1) ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อเชิงบวก ได้แก่ ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\beta_1=0.419$, $p < 0.01$) ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น ($\beta_2=0.214$, $p < 0.01$) ด้านภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\beta_3=0.114$, $p < 0.05$) และด้านความเชื่อ ศรัทธา และพิธีกรรมทางศาสนา ($\beta_5=0.129$, $p < 0.01$) และ 2) ปัจจัยเอกลักษณ์และอัตลักษณ์อาหารขนมลา ($\beta_4=-0.048$, $p > 0.05$) ไม่ส่งผลกระทบต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเพื่อยกระดับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารขนมลา จังหวัดนครศรีธรรมราช

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อประสบการณ์นักท่องเที่ยวเพื่อยกระดับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารขนมลา จังหวัดนครศรีธรรมราช จากการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจะมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับประเพณีบุญสาทรเดือนสิบ โดยได้รับรู้เรื่องราวทางวัฒนธรรมอาหารขนมลา วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ความสามัคคีของคนในท้องถิ่นที่แสดงถึงความกตัญญูทวดที่ต่อบรรพบุรุษ โดยเฉพาะคนในชุมชนที่มีความเชื่อและศรัทธาในวัฒนธรรมประเพณี ตั้งแต่วัยเยาว์จนกระทั่งเติบโตเป็นผู้ใหญ่ ทำให้มีส่วนร่วมในการรักษาอัตลักษณ์ สืบสานวัฒนธรรมประเพณี จากรุ่นสู่รุ่น ซึ่งงานประเพณีของทุกปีผู้สูงวัยในท้องถิ่นจะมีการชักชวนบุตรหลานทั้งที่อยู่ใกล้และไกลเดินทางกลับมา ยังภูมิลำเนาเดิมเพื่อร่วมแสดงถึงความกตัญญูทวดที่ต่อบรรพบุรุษที่ล่วงลับ ดังนั้นทุกกิจกรรมในงานประเพณี จึงทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ใหม่ เรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นและการสร้างคุณค่าของทรัพยากรให้คงอยู่ต่อไปอย่างยั่งยืน

สรุปและอภิปรายผล

ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเพื่อยกระดับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารขนมลา จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเพื่อยกระดับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารขนมลา จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่ 1) พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2) ความเชื่อ ศรัทธา และพิธีกรรมทางศาสนา 3) เอกลักษณ์และอัตลักษณ์อาหารขนมลา 4) ภูมิปัญญาท้องถิ่น และ 5) ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมส่งผลกระทบต่อกรยกระดับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารขนมลา จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นอันดับแรก เนื่องจากนักท่องเที่ยวยังมีการอนุรักษ์วัฒนธรรมที่สืบทอดกันมาตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษ หากเป็นบุตรหลานทางภาคใต้ก็จะได้รับการปลูกฝังถึงความสำคัญของประเพณีบุญสารทเดือนสิบ ที่ต้องเดินทางกลับภูมิลำเนาบ้านเกิดมาพบเจอกันเพื่อมาร่วมทำบุญให้กับบรรพชนที่ล่วงลับถึงแม้ว่าจะประกอบอาชีพทำงานในต่างถิ่นก็ตาม ดังนั้น จึงมีผลต่อการสร้างประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นสิ่งที่แสดงออกถึงวัฒนธรรมของอาหารขนมลาที่เชื่อมโยงกับพิธีกรรมทางศาสนา โดยยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นถือเป็นการสืบสานประเพณีและวัฒนธรรมอันดีงามให้อยู่กับคนไทย สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Phakdee - auksorn and Pattaro (2022) โดยนักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ด้านอาหารท้องถิ่นเพื่อได้รับประทานอาหารที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมและประเพณี และได้ลิ้มลองอาหารหายาก ทำให้นักท่องเที่ยวหลายคนสนใจในวัฒนธรรมอาหารขนมลามีความสนใจที่จะลิ้มลอง ลักษณะวิธีการทำและการสืบสานวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Suebsuntorn and Khunwong (2018) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารเป็นการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานความยั่งยืน จึงจำเป็นต้องมีการบริหารจัดการที่เหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของสถานที่ท่องเที่ยวที่ส่งเสริมความเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Sivarat et al. (2019) การยกระดับการท่องเที่ยวโดยชุมชนจะต้องมีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยว การสร้างเครือข่าย การส่งเสริมประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย และมีการบริหารจัดการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี ทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ดีซึ่งมีการบอกต่อเล่าประสบการณ์ที่ดีในการท่องเที่ยวให้กับบุคคลอื่นได้รับรู้และบุคคลที่ได้รับรู้เกิดความต้องการที่จะเรียนรู้ประสบการณ์ใหม่เช่นกัน (Chandraworrsit, 2021) จึงทำให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในอนาคต โดยมีปัจจัยที่ส่งผลต่อประสบการณ์นักท่องเที่ยวเพื่อยกระดับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารขนมลา จังหวัดนครศรีธรรมราช ดังนี้

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมส่งผลกระทบต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารขนมลา จังหวัดนครศรีธรรมราช ($\beta_1=0.419$, $p < 0.01$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมส่งผลกระทบต่อประสบการณ์การท่องเที่ยว เพราะในสังคมปัจจุบันมนุษย์มีการใช้ชีวิตแบบเร่งรีบประกอบอาชีพตามภาวะทางเศรษฐกิจ ทำให้มีความต้องการพักผ่อนหลีกหนีความจำเจแสวงหาความสุข ศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิตวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ใหม่เพิ่มขึ้น ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารขนมลานั้นนักท่องเที่ยวจะได้รับความรู้ เพลิดเพลินในการชม ชิม ช้อป และร่วมกิจกรรมที่ยังมีวิถีแบบดั้งเดิมเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Puaksanit and Pasunon (2021) การเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้งนั้น นักท่องเที่ยวมีความสนใจวัฒนธรรมในสถานที่ต่าง ๆ ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว โดยนิยมท่องเที่ยวในรูปแบบวัฒนธรรมพื้นบ้านรวมทั้งงานประเพณีที่จัดขึ้น โดยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน เพิ่มพูนความรู้หาประสบการณ์ใหม่ (Sritalalai, & Na Thalang, 2019) และจะท่องเที่ยวในวันหยุดหรือในช่วงเทศกาลจึงทำให้การท่องเที่ยวในช่วงดังกล่าวมีความคึกคักและมีการหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจมากขึ้น ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 1

ภูมิปัญญาท้องถิ่นส่งผลกระทบต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารขนมลา จังหวัดนครศรีธรรมราช ($\beta_2=0.214$, $p < 0.01$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 แสดงให้เห็นว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นส่งผลต่อการสร้างประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว เนื่องด้วยอาหารขนมลานั้นเป็นส่วนประกอบหลักที่ใช้ในการประกอบพิธีกรรมงานบุญสารทเดือนสิบทางภาคใต้ที่มาจากการสั่งสมภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมท้องถิ่นเชื่อมโยงความเชื่อทางศาสนา โดย “ขนมลา” เป็นขนมสำคัญที่ขาดไม่ได้ในพิธีกรรมการยกหมรับ การผลิตจะนำข้าวเจ้า ข้าวเหนียวมาไม่แป้ง น้ำผึ้งหรือน้ำตาลมาจากต้นตาลโตนดที่ขึ้นตามคันนา และใช้น้ำมันมะพร้าวที่ผ่านการเคียนน้ำมันก่อนอย่างน้อย 15 วัน จะทำให้ขนมมีความหอม การทำขนมลาจะมีการทำร่วมกันในเครือญาติเนื่องจากมีกระบวนการในการผลิตที่ซับซ้อน ถือได้ว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นสิ่งที่แสดงออกถึงองค์ความรู้ เทคนิควิธีที่คนในท้องถิ่นคิดค้นเอง ปฏิบัติเอง โดยใช้ศักยภาพที่มีอยู่ในท้องถิ่นดำเนินได้อย่างเหมาะสมและมีความเชื่อมโยงตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Hemhong et al. (2017) พบว่า ภูมิปัญญาเป็นรูปธรรมและนามธรรมที่มีทั้งศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี เป็นต้น ซึ่งได้สั่งสมสืบสานมาเป็นระยะเวลายาวนานและได้เปลี่ยนแปลงไปตามระบบเสรีนิยมจากสังคมและวัฒนธรรมเป็นพหุสังคมและพหุวัฒนธรรม โดยมีการสื่อสารภูมิปัญญาชุมชนทั้งภายในและภายนอกชุมชน (Angkura et al., 2018) เพื่อให้ทุกคนรับรู้ทั้งบุคคลภายในและภายนอกชุมชน ทั้งนี้เป็นการอนุรักษ์และสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นต่อไป ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 2

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมส่งผลกระทบต่อประสบการณ์การท่องเที่ยว เนื่องด้วยจังหวัดนครศรีธรรมราชมีชื่อเสียงโดดเด่นทางประเพณีวัฒนธรรม โดยภาพลักษณ์เชิงวัฒนธรรมอาหารขนมกลางานประเพณีบุญสารทเดือนสิบที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นนั้นเป็นที่รู้จักกันมายาวนานของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการรับรู้ข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาและได้รับประสบการณ์ใหม่ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยมีประสบการณ์กับแหล่งท่องเที่ยววนั้น อีกทั้งนักท่องเที่ยวสามารถบอกต่อเล่าประสบการณ์ที่ได้รับและกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Nobsuwan and Jansri (2020) พบว่า ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึง โครงสร้างพื้นฐาน และความปลอดภัย เป็นสิ่งสำคัญที่สร้างความมั่นใจให้นักท่องเที่ยว โดยผ่านสื่อช่องทางทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ถือเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวใหม่และนักท่องเที่ยวเดิมตัดสินใจกลับมาเที่ยวซ้ำ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 3

เอกลักษณ์และอัตลักษณ์อาหารขนมลาไม่ส่งผลกระทบต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ($\beta_4 = -0.048$, $p > 0.05$) แสดงให้เห็นว่าเอกลักษณ์และอัตลักษณ์อาหารขนมลาไม่ได้ส่งผลให้เกิดประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทั้งนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามมีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ช่วงวัยรุ่นตอนปลายที่มีความสนใจแสวงหาความรู้ใหม่ สร้างเอกลักษณ์ มีค่านิยมตามทัศนคติของตนเอง และการรับรู้ถึงวัฒนธรรมอาหารขนมลาอาจจะยังไม่มากพอ ประกอบกับขนมลามีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นและรสชาติดั้งเดิมไม่ได้ปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัยใหม่มากนัก ส่วนใหญ่จะผลิตจำนวนมากในช่วงงานประเพณีและมีจำหน่ายเฉพาะในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว จึงไม่เป็นที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มวัยดังกล่าว จากการศึกษาขนมลาเป็น 1 ใน 5 ชนิดของขนมที่ใช้ในพิธีกรรมงานบุญสารทเดือนสิบเท่านั้น โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเพื่อชมหรือร่วมพิธีกรรมในประเพณีบุญสารทเดือนสิบ แต่ในปัจจุบันการประกอบพิธีกรรมการจัดและยกหมรับกำลังจะถูกเลือนหายไปเนื่องจากเป็นที่รู้จักเฉพาะกลุ่มคนในภาคใต้ ทั้งนี้ควรมีกลยุทธ์ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการออกแบบผลิตภัณฑ์อาหารขนมลาให้เหมาะกับกลุ่มนักท่องเที่ยวและให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายไปยังภูมิภาคอื่นเพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Panichsamai (2017) พบว่ามีการปรับกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารในด้านการชูความเป็นอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของสถานที่นั้นขยายการรับรู้เชิงคุณค่าทางวัฒนธรรมจากรากฐานความเข้าใจ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Booranawong and Theerachun (2022) แบ่งพฤติกรรมผู้บริโภคขนมลาตามกลุ่มช่วงอายุ

โดยกลุ่ม Gen Z อายุต่ำกว่า 20 ปี มีความต้องการซื้อขนมลากรอบสอดไส้ช็อกโกแลตมากที่สุด ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 4

ความเชื่อ ศรัทธา และพิธีกรรมทางศาสนา ส่งผลกระทบเชิงบวกกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ($\beta_5=0.129$ $p < 0.05$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงให้เห็นว่าความเชื่อ ศรัทธา และพิธีกรรมทางศาสนา ส่งผลต่อประสบการณ์นักท่องเที่ยว อาหารขนมลาเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่มีความเชื่อใช้ประกอบพิธีกรรมงานประเพณีบุญสารทเดือนสิบ ทำบุญอุทิศส่วนกุศลแก่บรรพชนที่ล่วงลับแสดงออกถึงความกตัญญูแก่ผู้ที่ต่อบรรพบุรุษ อีกทั้งเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจก่อให้เกิดความรักและสามัคคีต่อกันและให้บุคคลในสังคมปฏิบัติตามถือได้ว่าเป็นการอนุรักษ์ทำนุบำรุงสืบทอดวัฒนธรรมประเพณีจากรุ่นสู่รุ่นต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ Caruvanno et al., (2021) ส่งผลต่อความเชื่อส่วนบุคคลที่ถือปฏิบัติส่งผลต่อจิตใจ ดังเช่นการทำบุญวันสารทเดือนสิบ เชื่อกันว่าสวรรค์หรือนรกปล่อยบรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้วให้กลับมาเยี่ยมลูกหลานของตน จะมีการทำบุญครั้งแรกในวันแรม 1 ค่ำ (รับเปรต) และ ทำบุญอีกครั้งในวันแรม 15 ค่ำเดือนสิบ (ส่งเปรต) ของทุกปี โดยในพิธีกรรมจะประกอบด้วยอาหารคาว อาหารหวาน ดอกไม้ ธูปเทียน เงิน และขนมทั้ง 5 ชนิด เป็นต้น โดยความเชื่อ ศรัทธา และพิธีกรรมทางศาสนาที่ถูกสั่งสอนให้มีความเชื่อในระบบความคิดของมนุษย์โดยไม่มีเหตุผลและหลักวิทยาศาสตร์ก็ไม่สามารถพิสูจน์ได้ Attasanto (2005) ส่งผลให้มนุษย์ทุกคนปฏิบัติตามหลักของสังคมด้วยความเชื่อและแรงศรัทธาทำให้เกิดแรงดึงดูดโดยไม่มีเหตุผลที่จะอธิบายได้ชัดเจน ถือได้ว่าพิธีกรรมดังกล่าวจึงเป็นการมารวมตัวกันโดยไม่ได้นัดหมายแต่อย่างใดและทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเกิดขึ้น ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 5

ข้อเสนอแนะเชิงทฤษฎี

1. ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะแสวงหาประสบการณ์หรือร่วมกิจกรรมในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน เช่น การเรียนรู้วัฒนธรรมแต่ละท้องถิ่น พฤติกรรมที่เที่ยวชม ฯลฯ

2. ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเทศไทยแต่ละภูมิภาคจะมีความแตกต่างด้านลักษณะประเพณีวัฒนธรรมตามที่ได้รับอิทธิพลและสืบทอดกันมา เช่น ชุมชนที่มีชาวไทยเชื้อสายจีนก็จะมีพิธีกรรมประเพณีวัฒนธรรมของประเทศจีน ได้แก่ เทศกาลกินเจ เทศกาลไหว้พระจันทร์ เป็นต้น

3. ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวจะศึกษาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวก่อนเดินทางท่องเที่ยว ในปัจจุบันเป็นยุคสังคมออนไลน์ที่สามารถกระทำการค้นหาข้อมูลได้ง่ายขึ้น โดยสถานที่ท่องเที่ยวมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อหรือช่องทางที่สามารถสืบค้นข้อมูลได้สะดวกและรวดเร็ว

4. เอกลักษณ์และอัตลักษณ์อาหารขนมลา จังหวัดนครศรีธรรมราชมีอาหารขนมลาเป็นสินค้าพื้นเมืองที่มีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะ มีการผลิตขนมลาในช่วงเทศกาลบุญสารทเดือนสิบเพื่อนำไปใช้ประกอบพิธีกรรม อีกทั้งในช่วงเทศกาลมีร้านค้าผลิตขนมลาเพื่อจำหน่ายเป็นของฝากจำนวนมาก

5. ความเชื่อ ศรัทธา และพิธีกรรมทางศาสนา มีการสืบทอดกันมายาวนานตั้งแต่ก่อนพุทธศักราชขึ้นอยู่กับความเชื่อในสมัยนั้น ทั้งนี้อาจมีการปรับเปลี่ยนพิธีกรรมทางศาสนาจากเดิมไปตามยุคสมัยปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะมีเฉพาะกลุ่มเดินทางมาในช่วงเทศกาลประเพณี อาทิ ประเพณีบุญสารทเดือนสิบ ประเพณีสงกรานต์ ดังนั้นสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด ควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สร้างความเป็นเอกลักษณ์ของขนมลาให้มีความน่าสนใจเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มวัย เช่น ร่วมกิจกรรมเรียนรู้การผลิตขนมลากับปราชญ์ท้องถิ่น กิจกรรมการละเล่นที่สอดแทรกในงานประเพณี

2. ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น กระบวนการการผลิตขนมลาถือเป็นการสืบสานอนุรักษ์วิถีวัฒนธรรมจากบรรพบุรุษมาอย่างยาวนาน โดยในช่วงงานบุญสารทเดือนสิบในอดีตนั้นแทบทุกครัวเรือนจะมีการผลิตขนมลาเนื่องจากไม่มีร้านค้าจำหน่ายเหมือนในปัจจุบัน ซึ่งทุกครัวเรือนจะจัดหาอุปกรณ์ เครื่องใช้ วัสดุที่ผลิตขนมลาดังนั้น สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด ควรจัดให้มีศูนย์การเรียนรู้การผลิตขนมลาเพื่อให้นักท่องเที่ยวศึกษาเรียนรู้วิถีวัฒนธรรมและยังเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กลุ่มคนรุ่นหลังต่อไป

3. ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดนครศรีธรรมราชมีความโดดเด่น มีชื่อเสียงของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอยู่แล้วนั้น แต่ทั้งนี้ในเชิงวัฒนธรรมอาหารขนมลาโดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะเดินทางท่องเที่ยวในเฉพาะช่วงงานประเพณีบุญสารทเดือนสิบ ดังนั้น สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรประชาสัมพันธ์นำเสนอผ่านสื่อช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ตลอดทั้งปี เพื่อยังคงรักษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อีกทั้งถือเป็นการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางและได้รับประสบการณ์ใหม่

4. เอกลักษณ์และอัตลักษณ์อาหารขนมลา เป็นอาหารที่มีเอกลักษณ์เฉพาะดั้งเดิม โดยมีกรรมวิธีการผลิตต่างจากขนมชนิดอื่น “ขนมลา” จะมีลักษณะเป็นเส้นเหนียวนุ่ม มีความหวานน้อย ดังนั้น หน่วยงาน

ที่เกี่ยวข้องควรศึกษากระบวนการผลิต พัฒนาขนมลาให้มีรูปลักษณ์ รสชาติเป็นที่น่าดึงดูดแก่นักท่องเที่ยวในทุกกลุ่มวัย อายุการเก็บรักษาให้นานขึ้นเหมาะสำหรับเป็นของฝากเพื่อให้ได้รับความนิยมนักท่องเที่ยว

5. ความเชื่อ ศรัทธา และพิธีกรรมทางศาสนา ประเพณีบุญสารทเดือนสิบของภาคใต้ วัฒนธรรมอาหารขนมลาเป็นองค์ประกอบที่ใช้ในพิธีกรรมความเชื่อทางศาสนา กล่าวว่า สวรรค์ได้เปิดประตูปล่อยให้บรรพชนที่ล่วงลับกลับมาเยี่ยมบุตรหลาน โดยจะมีพิธีกรรมทำบุญ ครั้งที่ 1 “รับตายาย” และทำบุญ ครั้งที่ 2 “ส่งตายาย” ถือเป็นการสอนสั่งและปลูกฝังให้บุตรหลานได้ระลึกถึงคุณงามความดี กตัญญูต่อบรรพชนที่ล่วงลับ ดังนั้นความเชื่อ ความศรัทธา และพิธีกรรมทางศาสนา หากไม่ได้รับการสืบสานต่อสิ่งเหล่านี้อาจจะเปลี่ยนไปตามยุคสมัย จึงควรให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดการความรู้ให้กับเยาวชนในสถานศึกษาหรือกิจกรรมที่สามารถสืบทอดและอนุรักษ์ให้อยู่กับคนรุ่นหลังต่อไป

6. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรจัดศูนย์บริการข้อมูลหรือสนับสนุนเครื่องมือการสื่อสารให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความเป็นเอกลักษณ์วัฒนธรรมประเพณีบุญสารทเดือนสิบแก่นักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ขนมลาให้มีความร่วมสมัยและตรงความต้องการในแต่ละช่วงวัยของกลุ่มนักท่องเที่ยว

2. ควรศึกษาแนวทางการจัดการการอนุรักษ์ทุนทางวัฒนธรรมประเพณีบุญสารทเดือนสิบที่สามารถส่งต่อให้คนรุ่นหลังได้มีส่วนร่วมสืบสานวัฒนธรรมประเพณีต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- Angkura, R. Torkaew, W. & Sridee, S. (2018). Communicating Wisdom through Community Based Tourism. *Electronic Journal of Open and Distance Innovative Learning (e-JODIL)*. 9(1), 129-154.
- Athena H. N. M. (2012). Factors influencing tourist food consumption. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 928-936.
- Attasanto, (Ochawat) T. (2005). *A Study of the Buddhist Beliefs and Rituals of Spirit Mediumships: A case study in Bangkok*. [Master's thesis]. Mahachulalongkornrajavidyalaya University.

- Booranawong, T., Theerachun, S. (2022). A Study of Consumer Behavior and a Guideline for Khanom La Product Development of Community Enterprise Groups in Nakhon Si Thammarat Province. *Nakhon Si Thammarat Rajabhat University Journal*. 14(1), 44.
- Buason, R. (1992). *Curriculum Development and Teaching Management for Local Wisdom Transfer: A Case Study of a Community in the Lower Central Region*. [Doctoral dissertation]. Srinakharinwirot University.
- Caruvanno, (Yiram) N., Laphontan, S., & Khemadharo, V.T. (2021). An Analytical Study of Beliefs and Rituals in the San Don Ta Merit of People in Surin Province. *Academic MCU Buriram Journal*. 6(2), 301-315.
- Chandraworsit, R. (2021). *Travel Motivations and Travel Experiences Affecting Thai Tourist's Satisfactions Kanchanaburi Province*. [Master's thesis]. Dhurakij Phundit University.
- Chantarasiri, W., & Wannaphas S. (2014). *Development of a training program model in integrated nutrition package with the use of interactive webcast for primary school teacher*. Research Report. Sukhothai Thammathirat University.
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques*. 3d ed. John Wiley and Sons Inc.
- Echtner, C. M. and Ritchie, J. R. B. (2003). The meaning and measurement of destination image. *The Journal of Tourism Studies*. 14(1), 37-48.
- Goodall, B. (1988). *How tourists choose their holidays: An analytical framework* In B. Goodall a G. Ashworth (Eds.), *Marketing in the tourism industry: The promotion of destination regions*. Routledge.
- Haines, G. H., Howard, J. N., & Sheth, J. N. (1970). The theory of buyer behavior. *Journal of the American Statistical*. 65(331), 1406-1407. <https://doi.org/10.2307/2284311>
- Hall, C. M. and Sharples, L. (2003). *The Consumption of Experiences or the Experience of Consumption An Introduction to the Tourism of Taste*. Butterworth-Heinemann.
- Hemhong, W., Saiyasopon, K. & Munde, B. (2017). The Study of Local Wisdom for Cultural Tourism in Surin Province. *Journal of Humanities and Social Sciences Surin Rajabhat University*. 19(2), 59-68.

- Kamlangkue, M., & Numuen, W. (2017). *The tenth lunar month rite and its change into invented tradition. Journal of Research and Development Institute, Loei Rajabhat University. 14(41), 35-46.*
- Kozak, M. & Baloglu, S. (2011). *Managing and marketing tourist destinations: strategies to gain a competitive edge.* Routledge.
- Ministry of Tourism and Sports. (2018). *Statistics of domestic tourists in 2018.* Retrieved December 12, 2021 from <https://www.mots.go.th/news/category/531>
- Nakhon Si Thammarat Provincial Cultural Office. (2019). *The Tenth Month Merit Tradition.* Retrieved April 15, 2022, from https://www.m-culture.go.th/nakhonsrithammarat/ewt_news.php?nid=658&filename=index
- Nakhon Si Thammarat Provincial Government Office. (2018). *Basic information of the province.* Retrieved December 12, 2021, from <https://www.pokkrongnakhon.com/general1.php>
- Nillakarn, L. (2018). Belief culture with the faith management of the community. *Narkbhutparitat Journal Nakhon Si Thammarat Rajabhat University. 10(2), 11-20.*
- Nobsuwan, T. & Jansri, W. (2020). The Influence of Tourist Attraction's Image on Tourist's Satisfaction and Loyalty in Songkhla Old Town. *Economics and Business Administration Journal Thaksin University. 13(2), 145-162.*
- Panichsamai, P. (2017). *Cultural Identity Design for Sustainable Tourism of Tha Pear District, Nakhon si Thammarat Province.* [Master's thesis]. Silpakorn University.
- Phakdee – auksorn, P. & Pattaro, P. (2022). An Exploratory Factor Analysis of International Food Tourist's Motivation to Phuket, Thailand. *Manutsayasart Wichakan. 28(2), 1-17.*
- Phatthalung Provincial Cultural Office. (2020). *The tradition of the tenth lunar day (Ching Prat tradition).* Retrieved March 10, 2022, from https://www.m-culture.go.th/phatthalung/ewt_news.php?nid=2432&filename=King
- Pigram, J.J. (1993). *Planning for tourism in rural areas: Bridging the policy implementation gap In tourism research.* Critiques and challenges Pearce D. and Butler W. (eds).

- Puaksanit, S., & Pasunon, P. (2021). Behavior of Thai tourists in cultural tourism Chachoengsao Province. *Humanities and Social Sciences Journal, Ubon Ratchathani Rajabhat University*. 12(2), 203-215.
- Rachelle, H. S. (2015). *Identity and Food*. In, *The SAGE Encyclopedia of Food Issues*. SAGE Publications.
- Schmoll, G. A. (1977). *Tourism Promotion*. Tourism International Press.
- Sivarat. N., Kenaphom, S., & Kittiumphon, S. (2019). Enhancing Cultural Tourism Management by Creative Communities in the Group Roikhansarasin Province. *Journal of Graduate MCU KhonKaen Campus*. 6(3), 534-547.
- Sritalalai, A., & Na Thalang, C. (2019). Cultural Tourism in the Belief about “Naga” of Thai Tourists in the Northeast (Udon Thani Province, Nongkhai Province, Bueng Kan Province, and Nakhon Phanom Province) Thailand. *Dusit Thani College Journal*. 14(1), 53-74.
- Suebsuntorn, S. & Khunwong, N. (2018). Sustainable Creative Tourism Management. *Journal of Humanities and Social Sciences Review (JHSSR)*. 20(2), 269-287.