

การยกระดับการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อสร้างประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว
ตามบุคลิกของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย
UPGRADING COMMUNITY-BASED TOURISM TO CREATE A TOURIST
EXPERIENCE BASED ON THE PERSONA OF GASTRONOMY TOURISTS
IN CHIANG KHAN DISTRICT, LOEI PROVINCE

ปรียาพร พิชิตรานนท์^{1,*}, พิษญา ขุนศรี², วิศิษฐ์ศิริ ชูสกุล¹, วรรณวิสา ไพศรี³,
อรจิต ชัชวาลย์³ และ กิตติยา ศิริวงศ์³

Preeyaporn Pichitranon^{1,*}, Pitchaya Khunsri², Wisitsiri Chusakul¹, Wanwisa Paisri³,
Orajit Chatchawan³ and Kittiya Keerewong³

¹ สาขาวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

² สาขาวิชานิเทศศาสตร์ดิจิทัล คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

³ สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

¹ Program in Tourism and Hotel, Faculty of Management Sciences, Loei Rajabhat University

² Program in Digital Communication Arts, Faculty of Management Sciences, Loei Rajabhat University

³ Program in Digital Marketing, Faculty of Management Sciences, Loei Rajabhat University

Received: 9 September 2024 Revised: 17 December 2024 Accepted: 25 December 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) ของบุคลิกของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร 2) พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อสร้างประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวตามบุคลิกของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย 3) สร้างโปรแกรมวิเคราะห์บุคลิกของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับแนะนำเส้นทางท่องเที่ยว เป็นการศึกษาแบบผสมผสาน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) ของบุคลิกของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีปัจจัยรวม 4 องค์ประกอบ ได้แก่ Big eater,

* Corresponding author: ปรียาพร พิชิตรานนท์

Email: ploydojo@gmail.com

Shrugger, Activist และ Super taster และการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เหมาะสมกับบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวกลุ่ม Big eater และกลุ่ม Shrugger เน้นกิจกรรมที่มีการเรียนรู้และความสนุกสนาน ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่ม Activist และกลุ่ม Super taster เน้นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมสร้างสรรค์ เรียนรู้ และมีความสุขสนุกสนานไปพร้อมกัน ซึ่งมีเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารจากการวิเคราะห์โดยโปรแกรมบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับแนะนำเส้นทางท่องเที่ยว

คำสำคัญ: บุคลิกภาพ, ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวเชิงอาหาร

Abstract

This research aimed to 1) analyze exploratory factors (Exploratory Factor Analysis: EFA) of the persona of Gastronomy tourists. 2) develop community tourism activities to create tourist experiences according to the persona of Gastronomy tourists. In Chiang Khan District, Loei, 3) create a program to analyze the personality of food tourists to recommend travel routes. It is a mixed methods research by using descriptive statistics and content analysis.

The research results indicated that the analysis of the survey-based exploratory factor analysis (EFA) employed the principal components factoring method to extract four underlying factors from the Gastronomy tourist personas, namely "Big eater," "Shrugger," "Activist," and "Super taster." Furthermore, the creative Gastronomy tourism activities tailored to the persona of Gastronomy tourists align with the components of creative Gastronomy tourism activities. The "Big eater" and "Shrugger" tourist groups focus on learning and enjoyment-oriented activities, while the "Activist" and "Super taster" groups engage in activities that offer opportunities for participation, learning, and enjoyment simultaneously from the program analyzed the personality of food signals for recommending tourist routes.

Keywords: Tourism experience, Persona, Gastronomy Tourism

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมากเพราะเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้และมีส่วนสำคัญที่ทำให้เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทยเติบโต ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังผู้ประกอบการกลุ่มต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับตลาดห่วงโซ่อุปทาน และยังก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชน เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการรายย่อยได้มีรายได้และเติบโตถึงระดับฐานราก อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ประเทศไทยบรรลุเป้าหมายการพัฒนาประเทศที่มุ่งมั่นทำให้ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562)

จังหวัดเลยเป็นเมืองท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่โอบล้อมด้วยภูเขาสลับซับซ้อน อุดมไปด้วยพืชพรรณป่าไม้นานาชนิด ภูมิประเทศที่งดงาม อากาศเย็นตลอดทั้งปี มีประเพณีวัฒนธรรมอันแตกต่างจากถิ่นอื่น ให้ได้มาสัมผัสและเรียนรู้วิถีชีวิต เป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วิถีชีวิต และศิลปวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดเลยมีหลากหลาย เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอำเภอเชียงคาน อำเภอเล็ก ๆ ริมแม่น้ำโขงสุดชายแดนไทย ด้วยมนต์เสน่ห์ของวิถีชีวิตของผู้คนที่เรียบง่ายและยังคงวัฒนธรรมดั้งเดิมไว้อย่างเหนียวแน่น ทำให้เชียงคานได้รับความนิยม (สำนักงานจังหวัดเลย, 2566)

อำเภอเชียงคาน เป็นเมืองโบราณเก่าแก่ มีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ มีการสืบสานวัฒนธรรม ประเพณี มีความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิตและภูมิปัญญา มีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว (เช่น เล่งวิริยะกุล และ ศักดิ์ชัย เจริญศิริพรกุล, 2560) อีกทั้งอำเภอเชียงคานเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นและความหลากหลายทางวัฒนธรรม เช่น กลุ่มชาติพันธุ์ ภาษา การแต่งกาย อาหาร จะเห็นได้ว่าในอำเภอเชียงคานเป็นอีกสถานที่หนึ่งที่มีอัตลักษณ์ด้านอาหารท้องถิ่นที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนได้ ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงอาหารสามารถสร้างรายได้เป็นจำนวนมากในการท่องเที่ยวไทย เนื่องจากสามารถสะท้อนถึงศักยภาพของรูปแบบการท่องเที่ยว และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการประสบการณ์แปลกใหม่ที่เป็นแก่นแท้ของสถานที่ท่องเที่ยว และยังช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทรัพยากรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอีกด้วย โดยการสร้างอัตลักษณ์ของอำเภอเชียงคาน เพื่อยกระดับสู่การท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ โดยผ่านการจัดการวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นสินค้าเชิงประสบการณ์ ด้วยการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงความเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นอย่างเป็นรูปธรรม สัมผัสถึงความเป็นท้องถิ่นด้วยการลงมือปฏิบัติ และการเรียนรู้

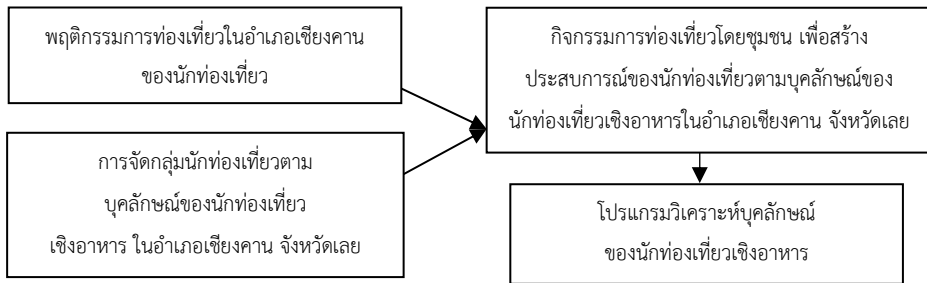
เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น (Local Experience) อย่างแท้จริง (คณพศ ภูวบริรักษ์, 2564)

การสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่จะสามารถดึงดูดความสนใจ และให้ความเหมาะสมกับบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคลต้องอาศัยการศึกษาบุคลิกของนักท่องเที่ยว (Tourist persona) หรือภาพตัวแทนของกลุ่มบุคคลที่เกิดจากการสังเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อสร้างตัวละครสมมติขึ้นมาเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ต่อไป เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรม ความคาดหวัง การให้คุณค่าและข้อห่วงกังวลของนักท่องเที่ยว (มิ่งสรรพ ขาวสอาด และคณะ, 2565) โดยนำผลจากการวิเคราะห์ไปสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เหมาะสมกับบุคลิกของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความทรงจำและประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่ดี ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและอยากกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง ดังนั้นคณะผู้วิจัย จึงมีความสนใจศึกษาการยกระดับการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อสร้างประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวตามบุคลิกของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในอำเภอเชียงคานจังหวัดเลย เพื่อให้ชุมชนในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลยสามารถขับเคลื่อนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวด้วยกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชนได้ด้วยตนเอง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) โดยใช้วิธีสกัดปัจจัยแบบวิธีตัวประกอบหลักปัจจัย (Principal Components Factoring) ของบุคลิกของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร
2. เพื่อพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อสร้างประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวตามบุคลิกของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย
3. เพื่อสร้างโปรแกรมวิเคราะห์บุคลิกของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับแนะนำเส้นทางท่องเที่ยว

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยโดยแยก ประชากรและกลุ่มตัวอย่างออกเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพตาม วัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 วิจัยเชิงปริมาณ วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย จำนวน 400 คน จากการกำหนดขนาด กลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อน (e) เท่ากับ 0.05 โดยใช้ แบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมทางท่งเที่ยวในอำเภอเชียงคาน และความคิด เห็นเกี่ยวกับประสบการณ์ทางท่งเที่ยวเชิงอาหาร ในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย และทำการ สุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

1.2 วิจัยเชิงคุณภาพ วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว จำนวน 20 คน ในการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) และทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยใช้แบบสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ ข้อมูลกิจกรรมทางท่งเที่ยวโดยชุมชนเพื่อสร้างประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวตามบุคลิกของ นักท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 เครื่องมือวิจัยเชิงปริมาณผู้วิจัยออกแบบแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรม ทางท่งเที่ยวในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย และความคิดเห็นเกี่ยวกับบุคลิก (Persona)

ของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในอำเภอเชียงคน จังหวัดเลย โดยมีรูปแบบของแบบสอบถาม แบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคนของนักท่องเที่ยว จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย คำถามเกี่ยวกับจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว บุคคลร่วมเดินทาง ระยะเวลาการมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายโดยรวม กิจกรรมท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคนที่น่าสนใจและคาดหวัง ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจรายการ (Checklist)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับบุคลิกลักษณะ (Persona) ของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในอำเภอเชียงคน จังหวัดเลย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Likert Scale) แบ่งออกเป็น 12 ประเด็นดังนี้ 1) เหตุผลในการท่องเที่ยว 2) สิ่งที่ต้องทำก่อนเดินทางมาท่องเที่ยวเชียงคน 3) กิจกรรมระหว่างการเดินทางที่ชอบทำ 4) ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ 5) การเลือกสถานที่ในการรับประทานอาหาร เมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวเชียงคน 6) กิจกรรมแรกที่ต้องการทำเมื่อมาถึงเชียงคน 7) การรับประทานอาหารที่เลือกระหว่างท่องเที่ยวในเชียงคน 8) กิจกรรมท่องเที่ยวในเชียงคนที่ทำให้ความสนใจมากที่สุด 9) สิ่งแรกที่จะทำหลังจากเดินทางกลับจากการเที่ยวเชียงคน 10) ประสบการณ์ที่ประทับใจในการท่องเที่ยวเชียงคน 11) คอนเทนต์แบบที่ชื่นชอบ 12) สโลแกนในการท่องเที่ยวของท่าน

ทั้งนี้มีการให้คะแนนการประเมินโดยให้คะแนนตั้งแต่ 1 คะแนน ถึง 5 คะแนน โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างทางขวามือที่ตรงกับระดับความคิดเห็นมากที่สุด

5 คะแนน หมายถึง มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด

4 คะแนน หมายถึง มีระดับความคิดเห็นมาก

3 คะแนน หมายถึง มีระดับความคิดเห็นปานกลาง

2 คะแนน หมายถึง มีระดับความคิดเห็นน้อย

1 คะแนน หมายถึง มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย คำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจรายการ (Checklist)

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่น ๆ

2.2 เครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์กลุ่มเพื่อให้ได้แนวทางในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อสร้างประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวตามบุคลิกของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย โดยมีคำถาม 3 ประเด็นหลัก คือ 1) ร้านอาหารที่มีศักยภาพในการรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 2) กิจกรรมที่เหมาะสมต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามบุคลิกของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร และ 3) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เหมาะสมกับบุคลิกของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร และข้อเสนอแนะอื่น ๆ

2.3 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลโดยการตรวจสอบทางด้านความเที่ยงตรงทางด้านเนื้อหา (Content validity test) และความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability test) โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.3.1 การตรวจสอบความเที่ยงตรงทางด้านเนื้อหา (Content validity test) โดยใช้เทคนิค IOC (Index of Item – Objective Congruence) พบว่าค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามมีค่าเท่ากับ 0.878 ซึ่งมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้ พิจารณาผลกับเกณฑ์ที่กำหนด และนำข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิไปปรับปรุงเครื่องมือก่อนนำไปทดลองใช้

2.3.2 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ (Reliability Test) โดยทดลองเก็บข้อมูลนำร่อง (Try Out) จากกลุ่มเป้าหมายที่มีคุณลักษณะเหมือนประชากรในการวิจัยจำนวน 30 คน แล้วนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นรายด้านจากการใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยใช้เกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ซึ่งเกณฑ์ที่ใช้ในการยอมรับพิจารณาค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.8 ซึ่งค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามได้ค่าเท่ากับ 0.955 แสดงว่าแบบสอบถามอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การดำเนินการวิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้แบบสัมภาษณ์กลุ่ม เป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ดังนี้

3.1 การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลกับนักท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบสอบถามทีละคนและผู้วิจัยคอยตอบข้อสงสัยและทำการอธิบายอย่างใกล้ชิด และเมื่อการทำแบบสอบถามสิ้นสุดลงจะทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์แต่ละฉบับ ก่อนนำไปวิเคราะห์ทางสถิติ และรายงานผลการวิจัยต่อไป

3.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยสัมภาษณ์กลุ่ม ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว จำนวน 20 ท่าน โดยใช้แบบสัมภาษณ์กลุ่ม ในระหว่างการสนทนามีการบันทึกวิดีโอและการถ่ายภาพ เพื่อเก็บรวบรวมรายละเอียดเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม โดยการหาค่าองค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยาย ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสนทนากลุ่มที่ได้มาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ร่วมกับข้อมูลที่ถอดเทป และจับประเด็นสำคัญที่ได้จากการสนทนากลุ่ม เพื่อทำการสรุป จำแนกข้อมูลเป็นหมวดหมู่ตามความหมายที่เข้าข่ายกับเรื่องที่ทำกรวิเคราะห์ เรียบเรียงเป็นความเรียงหลังจากนั้นทำการทดสอบนำข้อมูลที่ได้วิเคราะห์และเขียนเป็นรายงานเสร็จเรียบร้อยแล้ว นำกลับไปให้ประชากรเป้าหมายได้อ่านและทบทวนว่า ข้อมูลและการตีความของคณะผู้วิจัยเที่ยงตรงตามที่ผู้ให้ข้อมูลได้พูดได้แสดงความคิดเห็น แล้วจึงแก้ไขเป็นรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

สรุปผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) โดยใช้วิธีสกัดปัจจัยแบบวิธีตัวประกอบหลักปัจจัย (Principal Components Factoring) ของบุคลิกของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร ผู้วิจัยมีการรายงานผลการวิจัย ดังนี้

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.50 รองลงมาคือ เพศชายจำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.25 และไม่ระบุ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 ตามลำดับ มีอายุ 20 – 30 ปี จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ มีอายุ

31 - 40 ปี จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.75 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 รองลงมาคือ มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) โดยใช้วิธีสกัดปัจจัยแบบวิธี ตัวประกอบหลักปัจจัย (Principal Components Factoring) และสกัดองค์ประกอบด้วยวิธี แวริแมกซ์ (Varimax method) ของบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยมีปัจจัยร่วม 4 องค์ประกอบ ได้แก่ Big eater, Shrugger, Activist และ Super taster จากการวิเคราะห์ ต่อไปนี้

การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)) และ Bartlett's Test ค่า KMO ใช้วัดความเหมาะสมของข้อมูล ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.906 แสดงว่าข้อมูลที่มีอยู่เหมาะสมที่จะใช้เทคนิค Factor Analysis และค่า Bartlett Test เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีนัยสำคัญ แสดงว่า ตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน นอกจากนั้นค่า Measurement of sampling adequacy (MSA) ของข้อคำถามแต่ละข้อมีค่าอยู่ระหว่าง 0.875 - 0.950 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.5 ส่วนค่าความสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างตัวแปรซึ่งอยู่ในเกณฑ์ 0.30 - 0.77 แสดงว่าภาพรวมตัวแปร มีความสัมพันธ์กัน แสดงผลการจัดองค์ประกอบแต่ละปัจจัย ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การจัดองค์ประกอบแต่ละปัจจัย

Item	Factor Loading	Eigen values	Variance Percentage
Big eater		8.124	16.926
B1 อยากรับประทานอาหารท้องถิ่นที่มีชื่อเสียง	.862		
B2 ค้นหาอาหารที่ต้องไปชิม	.869		
B3 แวะทุกที่มีของกิน	.872		
B4 แหล่งท่องเที่ยวมีอาหารท้องถิ่นหลากหลายให้เลือก	.880		
B5 สถานที่ในการรับประทานอาหารที่มีเมนูอาหารดัง	.852		
B6 ทะลอนชิมอาหารท้องถิ่น	.856		
B7 อาหารตามกระแสนิยมจากการรีวิวในโซเชียลมีเดีย	.733		

ตารางที่ 1 การจัดองค์ประกอบแต่ละปัจจัย (ต่อ)

Item	Factor Loading	Eigen values	Variance Percentage
B8 จิ๋มอาหารดังของเชียงคาน เช่น ข้าวปุ้น น้ำแจ่ว และข้าวต้มมัด	.684		
B9 แชร์ภาพอาหารลงในสังคมออนไลน์ (Social Media) เช่น เฟสบุ๊ก	.691		
B10 อิ่มอร่อยไปกับอาหารท้องถิ่น	.728		
B11 รีวิวอาหารสุดฟินกินอร่อย	.782		
B12 เน้นกิน ไม่เน้นเที่ยว ขอนั่งเฉียวอย่างเดียว	.708		
Shrugger		7.420	15.458
S1 อยากมาพักผ่อน และสัมผัสบรรยากาศ/วิถีชีวิตวัฒนธรรมท้องถิ่น	.753		
S2 ค้นหาแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการพักผ่อน	.730		
S3 มุ่งมั่นการเดินทางเพื่อให้ถึงจุดหมายปลายทางที่รวดเร็ว	.775		
S4 แหล่งท่องเที่ยวที่มีทัศนียภาพที่สวยงาม	.778		
S5 สถานที่ในการรับประทานอาหารที่มีบรรยากาศดี	.803		
S6 นั่งชมบรรยากาศ	.723		
S7 อาหารที่คุ้นเคย	.694		
S8 พักผ่อน เช่น ชมบรรยากาศริมโขง ปั่นจักรยานตามเส้นทาง เลียบน้ำโขง	.808		
S9 พักผ่อนจากการเดินทาง	.791		
S10 ดื่มด่ำความสวยงามของบรรยากาศริมแม่น้ำโขง	.735		
S11 รีวิวสถานที่พักผ่อนสุดสบาย บรรยากาศผ่อนคลาย	.787		
S12 ท่องเที่ยวแบบชิล ๆ ไม่อินกับการกินและกิจกรรม	.701		
Activist		6.847	14.265
A1 อยากมาร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่น	.763		
A2 ค้นหาแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมให้ท่านมีส่วนร่วม	.791		
A3 แวะสถานที่ท่องเที่ยวที่คนไม่เยอะ เงียบๆ แต่มีกิจกรรมของ ชุมชนให้ร่วมทำ	.764		
A4 แหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมของชุมชนที่หลากหลาย	.798		
A5 สถานที่ในการรับประทานอาหารที่มีกิจกรรมให้ท่านมีส่วนร่วม	.730		
A6 มุ่งทำกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม เรียนรู้วิถีชีวิตของท้องถิ่นร่วมกับ คนในชุมชน เช่น รำวงโบราณ ล่องเรือหาปลา ฯ	.821		
A7 อาหารที่หาได้ง่ายทั่วไปในแหล่งท่องเที่ยว	.811		
A8 ทำกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชน เช่น ทำพิธีสาธิตลอย เคราะห์ ทอผ้า หนังกากและประเพณีผิชนน้ำ	.742		
A9 เล่าประสบการณ์เกี่ยวกับการทำกิจกรรมที่ประทับใจให้ผู้อื่นฟัง	.821		

ตารางที่ 1 การจัดองค์ประกอบแต่ละปัจจัย (ต่อ)

Item	Factor Loading	Eigen values	Variance Percentage
A10 สนุกกับการทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน	.844		
A11 รีวิวการมีส่วนร่วมของชุมชนในการทำกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว	.774		
A12 เที่ยวสนุก ทำทุกกิจกรรม แต่ไม่เนิ่นนิน	.788		
Super taster		5.646	11.763
SU1 อยากได้ประสบการณ์ใหม่ในการทำอาหารแบบมีส่วนร่วมกับชุมชน และรับประทานอาหารท้องถิ่น	.628		
SU2 ค้นหาชุมชนที่อยู่ในกระแสนิยมและมีกิจกรรมเกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นให้ท่านมีส่วนร่วม	.683		
SU3 แวะเสริมประสบการณ์จากการร่วมทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหารกับชุมชน เช่น ร่วมทำอาหารกับชุมชน	.582		
SU4 แหล่งท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น พร้อมได้รับประทานอาหารท้องถิ่นที่อร่อย	.678		
SU5 สถานที่ในการรับประทานอาหารที่มีกิจกรรมให้ท่านมีส่วนร่วมและร่วมรับประทานอาหารกับคนในท้องถิ่น	.729		
SU6 ร่วมทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหารพร้อมเพื่อรับประทานอาหารร่วมกับคนในชุมชน	.698		
SU7 เน้นอาหารท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วมกับคนในชุมชนที่ร่วมประกอบอาหารรับประทานด้วยกัน	.713		
SU8 มีส่วนร่วมกับกิจกรรมอาหารท้องถิ่น เช่น ร่วมทำข้าวปุ้น-น้ำแจ่ว และห่อข้าวต้มมัด	.732		
SU9 มอบของฝากหรือของที่ระลึกจากการลงมือทำด้วยตนเอง (D.I.Y) ให้กับคนใกล้ชิด	.744		
SU10 ประทับใจกับการทำกิจกรรมเกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นพร้อมเปิดประสบการณ์ใหม่จากการกิน	.738		
SU11 รีวิวกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหารที่สร้างการเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นสำหรับนักท่องเที่ยว	.656		
SU12 ชอบกิน ชอบเที่ยว ชอบเที่ยวทุกกิจกรรม	.697		

จากตารางที่ 1 พบว่า องค์ประกอบทั้งหมด 4 ปัจจัย สามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 58.412 การจัดองค์ประกอบแต่ละปัจจัยผลการวิเคราะห์ของบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยมีปัจจัยร่วม 4 องค์ประกอบ ได้แก่ Big eater, Shrugger, Activist และ Super taster

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อสร้างประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวตามบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ผู้วิจัยมีการรายงานผลการวิจัย ดังนี้

2.1 ผลการสัมภาษณ์ชุมชนเกี่ยวกับร้านอาหารที่มีศักยภาพในการรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชน

2.1.1 Big eater เป็นนักท่องเที่ยวที่มุ่งลิ้มลองอาหารเป็นอันดับแรก ร้านอาหารที่มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวเชิงอาหารส่วนใหญ่จะเป็นร้านอาหารที่มีชื่อเสียงและเป็นร้านอาหารที่นำเสนออาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ตามวิถีเชียงคาน เช่น ร้านจุ่มน่วยายัด ร้านอาหารเก่าแก่อยู่เชียงคานมายาวนานกว่า 50 ปี ชิมจุ่มน่วย ก้วยจ๊ับ ขนมนจีน หมี่กะทิ และขนมหวาน (ซอยศรีเชียงคาน 10) แม่งามอิมอร้อย (ข้าวเปิยกเส้น ไช้กระทะ โจ๊ก) เป็นต้น และมีกิจกรรมที่เหมาะสมกับกลุ่มนี้ คือ ชิมอาหารท้องถิ่น ถ่ายภาพ และซื้อของที่ระลึกในถนนคนเดิน

2.1.2 Shrugger เป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่เน้นการรับประทานอาหาร เน้นการพักผ่อน ร้านอาหารที่เหมาะสมกับกลุ่มนี้ เช่น ซอยขาวเชียงคาน (ข้าวเปิยกเส้น ไช้กระทะ โจ๊ก) แม่งามอิมอร้อย (ข้าวเปิยกเส้น ไช้กระทะ โจ๊ก) ครั้วเจริญอาหาร ร้านกาแฟ เช่น บุสมคาเฟ่ (กลางวัน)บ้านติดดิน บ้านสุพิชญา โพลว รวมถึงกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น ถ่ายภาพบรรยากาศยามเช้าที่แก่งคุดคู้ นั่งสามล้อเที่ยวชมเมืองเชียงคาน ล่องเรือยามเย็น ชมบรรยากาศริมโขงพร้อมรับประทานอาหารเย็นบนเรือ เป็นต้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ผ่อนคลายและประทับใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอ เชียงคาน จังหวัดเลย

2.1.3 Activist เป็นนักท่องเที่ยวที่เน้นการเข้าร่วมกิจกรรมกับชุมชน เน้นการสร้างประสบการณ์จากการลงมือทำ ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการทำกิจกรรมท่องเที่ยวกับชุมชน จำนวน 2 แห่ง ประกอบด้วย แพนพิมพ์โฮมสเตย์ แพนประมงพื้นบ้าน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือปฏิบัติกับชุมชนอย่างเต็มที่

2.1.4 Super taster เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ต้องการประสบการณ์ด้านอาหารและสร้างความสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่น ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการทำกิจกรรม

ห้องเกี่ยวกับชุมชน จำนวน 2 แห่ง มี Cooking class ประกอบด้วย แพนพิมพ์โฮมสเตย์
แพประมงพื้นบ้าน ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือเรียนรู้จริงในแหล่งท่องเที่ยว

2.2 การสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวเชิง
อาหารผลการวิเคราะห์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับบุคลิกภาพ
ของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์

องค์ประกอบ	กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์	แหล่งท่องเที่ยว / ร้านอาหาร	Big eater	Shrugger	Activist	Super taster
ร่วมสร้างสรรค์ (Co-create)	- การทดลองทำอาหาร				✓	✓
	- การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยว	แพนพิมพ์โฮมสเตย์				
	- มีส่วนร่วมในวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น	แพประมงพื้นบ้าน			✓	✓
เรียนรู้ (Learn)	- การนำชมแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่น	ถนนคนเดินเชียงคาน	✓	✓		
	- การชิมหรือรับประทานอาหารท้องถิ่น	ร้านอาหารท้องถิ่นริมโขงหรือร้านอาหารที่ได้รับ ความนิยมจากนักท่องเที่ยว	✓	✓		
	- Cooking Class	แพนพิมพ์โฮมสเตย์ แพประมงพื้นบ้าน				✓
	- ชมการสาธิตการปรุงอาหาร	แพนพิมพ์โฮมสเตย์ แพประมงพื้นบ้าน			✓	✓
	- การบอกเล่าเรื่องราวอาหารท้องถิ่น	ร้านอาหารท้องถิ่นริมโขงหรือร้านอาหารที่ได้รับ ความนิยมจากนักท่องเที่ยว		✓	✓	✓
ความสนุกสนาน (Entertain)	- เยี่ยมชมตลาด	ถนนคนเดินเชียงคาน		✓	✓	✓

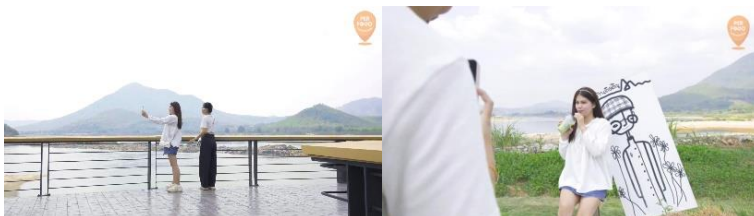
จากตารางที่ 2 พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นไปตามองค์ประกอบของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ แบ่งเป็น

Big eater เน้นการเรียนรู้และความสนุกสนานควบคู่กันไป โดยมีการนำชมแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่น เน้นการชิมหรือรับประทานอาหารท้องถิ่น



ภาพที่ 2 แสดงกิจกรรมการท้องเที่ยวของกลุ่ม Big eater

Shrugger เน้นการเรียนรู้และความสนุกสนาน มีการนำชมแหล่งท้องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่น ชิมหรือรับประทานอาหารท้องถิ่น และรับฟังการบอกเล่าเรื่องราวอาหารท้องถิ่น และพักผ่อนด้วยการเยี่ยมชมตลาดในท้องถิ่น



ภาพที่ 3 แสดงกิจกรรมการท้องเที่ยวของกลุ่ม Shrugger

Activist เปิดโอกาสให้นักท้องเที่ยวได้ร่วมสร้างสรรค์ เรียนรู้ และมีความสนุกสนานไปพร้อมกัน เน้นให้นักท้องเที่ยวมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น ชมการสาธิตการปรุงอาหาร การบอกเล่าเรื่องราวอาหารท้องถิ่น และการเยี่ยมชมตลาดในท้องถิ่น



ภาพที่ 4 แสดงกิจกรรมการท้องเที่ยวของกลุ่ม Activist

Super taster เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมสร้างสรรค์ เรียนรู้ และมีความสุขสนุกสนานไปพร้อมกัน เน้นการทดลองทำอาหาร การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น การเข้าร่วม Cooking Class ชมการสาธิตการปรุงอาหาร รับฟังการบอกเล่าเรื่องราวอาหารท้องถิ่น รวมถึงการเยี่ยมชมตลาด ร่วมกับคนในท้องถิ่น



ภาพที่ 5 แสดงกิจกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่ม Super taster

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อสร้างโปรแกรมวิเคราะห์บุคลิกของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร จากผลการวิจัยในวัตถุประสงค์ที่ 1 และ 2 ผู้วิจัยนำผลที่ได้มาใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาโปรแกรมวิเคราะห์บุคลิกของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยใช้ Web Application สามารถใช้งานได้ง่ายผ่านเว็บเบราว์เซอร์โดยไม่ต้องติดตั้งแอปพลิเคชัน เป็นโปรแกรมที่สามารถแนะนำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ดึงดูดความสนใจ และมีความเหมาะสมกับบุคลิกของนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคล ซึ่งนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคลจะมีแรงจูงใจ ประสพการณ์ การรับรู้ ข้อมูลและปัจจัยอื่น ๆ ที่แตกต่างกัน ทำให้มีความต้องการกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่ไม่เหมือนกัน การใช้โปรแกรมวิเคราะห์บุคลิกของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารจะสามารถแยกตัวตนของนักท่องเที่ยว ตามพฤติกรรมต่าง ๆ ตลอดจนสามารถแนะนำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ตอบสนองต่อความต้องการ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ โดยสามารถเข้าไปใช้เว็บแอปพลิเคชันได้ที่ www.perfoodchiangkhan.com ตามภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 6 แสดงเว็บแอปพลิเคชัน และแบบทดสอบบุคลิกของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร

อภิปรายผล

1. ในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ได้มีการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่จะนำมาจัดกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อจะสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นไปตามองค์ประกอบของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์โดยนักท่องเที่ยวกลุ่ม Big eater และ Shruger จะเป็นกิจกรรมที่เน้นการเรียนรู้และความสนุกสนานควบคู่กันไป ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่ม Activist และ Super taster จะเป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมสร้างสรรค์ เรียนรู้ และมีความสนุกสนานไปพร้อมกัน และการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวตามเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เหมาะสมกับบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร แบ่งออกเป็น 4 เส้นทางของแต่ละบุคลิกภาพ เส้นทางละ 1 วัน โดยนำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ที่ประกอบไปด้วย การร่วมสร้างสรรค์ เรียนรู้ และความสนุกสนาน และร้านอาหารที่มีศักยภาพเหมาะกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารจัดอยู่ในเส้นทางท่องเที่ยวด้วย สอดคล้องกับ Tsai (2016) อธิบายว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารในแต่ละจุดหมายปลายทางสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างให้นักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ผ่านอาหารในสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนั้น ผ่านการลิ้มลองอาหาร การเยี่ยมชมสถานที่ทำอาหาร การได้ฝึกทำอาหาร หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่สัมพันธ์กับอาหารทำให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นและได้รับประสบการณ์ใหม่ตามที่ต้องการ

2. การพัฒนาโปรแกรมวิเคราะห์บุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยใช้ Web Application สามารถใช้งานได้ง่ายผ่านเว็บเบราว์เซอร์โดยไม่ต้องติดตั้งแอปพลิเคชัน ใช้เพียงอุปกรณ์ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตและเปิดเบราว์เซอร์ (กรวิญญ์ ไทยฉาย, 2565) การใช้ Web Application ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันประเภทหนึ่งเขียนขึ้นเพื่อใช้งาน โดยสามารถแสดงผลผ่าน Browser หรือเว็บเบราว์เซอร์ได้โดยไม่ต้องติดตั้งแอปพลิเคชัน สามารถใช้งานจาก Browser ได้โดยตรง ทำให้ Web Application ใช้เพียงอุปกรณ์ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตและเปิด Browser เพื่อเริ่มใช้งานโดยไม่ต้องลงโปรแกรม ใช้ทรัพยากรของเครื่องค่อนข้างต่ำและสามารถเปิดใช้งานได้รวดเร็ว และเป็นที่ยอมรับในปัจจุบัน ซึ่งโปรแกรมที่คณะผู้วิจัยจัดทำขึ้นสามารถแนะนำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ดึงดูดความสนใจ และมีความเหมาะสมกับบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคล ซึ่งนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคลจะมีแรงจูงใจ ประสบการณ์ การรับรู้ ข้อมูลและปัจจัยอื่น ๆ ที่แตกต่างกัน ทำให้มีความต้องการกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่ไม่

เหมือนกัน การใช้โปรแกรมวิเคราะห์บุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารจะสามารถแยกตัวตนของนักท่องเที่ยว ตามพฤติกรรมต่าง ๆ ตลอดจนสามารถแนะนำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ สอดคล้องกับ สุพรรณิ พุกษา และคณะ (2564) ที่กล่าวว่าบุคลิกภาพ (Persona) ของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกของนักท่องเที่ยว โดยแบ่งประเภทของนักท่องเที่ยวจากเกณฑ์ระดับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมอาหาร เนื่องจากการมีส่วนร่วมเป็นสิ่งสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และระดับความสนใจต่ออาหาร (แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว) ซึ่งส่งผลต่อการสร้างประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัยในครั้งนี้

1.1 ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยของร้าน อาหารจานเด่นของร้าน รวมถึงการให้ลูกค้าที่มาใช้บริการได้รีวิวอาหารของร้าน ภายใต้หัวข้อ “อาหารสุดฟินกินอร่อย” อย่างเป็นประจำ เนื่องจากนักท่องเที่ยวได้วางแผนก่อนการเดินทางโดยนิยมค้นหาร้านอาหารที่ต้องไปชิม เพื่อเป็นทางเลือกในการหาร้านอาหารที่รองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้ รวมถึงได้สัมผัสอาหารท้องถิ่นที่ได้รับความนิยมอีกด้วย นอกจากนี้ ผู้ประกอบการควรมีการตกแต่งร้านที่สวยงาม สะท้อนวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น สร้างบรรยากาศในการรับประทานอาหารที่ดี เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เดินทางมาเพื่อมาพักผ่อนในเชียงคาน จึงต้องการสัมผัสบรรยากาศรวมถึงวิถีชีวิตท้องถิ่นด้วย

1.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคาน ควรมีการจัดทำฐานข้อมูลอาหารที่มีชื่อเสียงของเชียงคาน เช่น ข้าวปุ้น น้ำแจ่ว และข้าวต้มมัด ประกอบด้วย เรื่องเล่าของอาหาร จุดเด่นที่น่าสนใจ ที่ตั้งของร้านอาหาร รวมถึงข้อมูลการติดต่อร้านอาหาร และควรมีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง ทั้งในส่วน of นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง เพื่อเตรียมพร้อมในการให้บริการนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.3 ผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยว รวมถึงกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ควรจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ค่านึงถึง 3 องค์ประกอบ คือ

การร่วมสร้างสรรค์ การเรียนรู้ และความสนุกสนาน โดยให้ทั้ง 3 องค์ประกอบอยู่ในกิจกรรมเดียวกัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบได้ลงมือปฏิบัติร่วมกับชุมชน จะเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ดีและความประทับใจจากการท่องเที่ยว

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงยืนยันันตามบุคลักษณ์ของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ส่งผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำ เพื่อเป็นแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารต่อไป

2.2 ควรมีการศึกษาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวจากการรับรู้ข้อมูลทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารในสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อนำมาพัฒนารูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่สร้างความประทับใจและภาพลักษณ์ที่ดี

2.3 ควรมีการศึกษาคุนภาพการบริการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำให้กับนักท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

กรวิชญ์ ไทยฉาย. (2565). **Web Application คืออะไร ทำไมสามารถสร้างจุดเด่นให้ธุรกิจ**.

สืบค้นเมื่อ 30 พฤษภาคม 2566, จาก <https://exvention.co.th/webapplication/>.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). **รายงานศึกษาขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจการท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด Sea Sun Sand**. สืบค้นเมื่อ 6 กันยายน 2567, จาก https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/policy/download/article/article_20190625145933.pdf.

เข้ม เล่งวริยะกุล และ ศักดิ์ชัย เจริญศิริพรกุล. (2560). **แนวทางการพัฒนาคลัสเตอร์ท่องเที่ยวถนนชายโขงอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย**. **วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มข.**, 10(1), 220-246.

คณพศ ภูวบริรักษ์. (2564). **แนวทางการพัฒนาการตลาดสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นของประเทศไทย**. สืบค้นเมื่อ 7 กันยายน 2567, จาก <https://researchcafe.tsri.or.th/local-experience/>.

มิ่งสรรพ ขาวสะอาด, อภิวัฒน์ รัตนวราหะ, คมกริช ณะเพทย์, ดนัยธัญ พงษ์พัชรารเทพ, อัครพงศ์ อันทอง, ณัฐพล อนันต์ธนสาร, อรุณี อินทรไพโรจน์, อรรถพันธ์ สารวงศ์, วรัญญา บุตรบุรี และ ปิณฑิรา วลีธนาพันธ์. (2565). **การวิจัยและพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของการท่องเที่ยวไทยหลังโควิด-19**. เชียงใหม่: มูลนิธิสถาบันศึกษานโยบายสาธารณะ.

สำนักงานจังหวัดเลย. (2566). **ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด**. สืบค้นเมื่อ 7 กันยายน 2567, จาก https://ww2.loe1.go.th/news_strategy.

สุพรรณิ พฤกษา, สัญชัย เกียรติทรงชัย, วิศิษฐ์ศิริ ชูสกุล, วรากรณ์ ใจน้อย, ปรียาพร พิษิตรา นนท์, รักษ์สา ขาดิกุล และ ธงชัย สุภา. (2564). **อัตลักษณ์อาหารมงคลท้องถิ่นเพื่อยกระดับสู่การท่องเที่ยววัฒนธรรมอาหารเชิงสร้างสรรค์ลุ่มแม่น้ำโขง**. (รายงานผลการวิจัย). เลย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.

Yamane, T. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. 3rd ed. New York: Harper and Row Publication.

Tsai, C. T. (2016). Memorable tourist experiences and place attachment when consuming local food. **International Journal of Tourism Research**, 18(6), 536-548.