

## แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทยสำหรับ

### นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จังหวัดสงขลา

## Guidelines for promoting Thai food tourism for foreign tourists Songkhla Province

ธัญพร อริยะเศรณี<sup>1</sup> อรพรรณ จันทน์อินทร์<sup>2\*</sup> อัจฉรา รัตนมา<sup>3</sup> ภาณุพร ภิญโญ<sup>4</sup> และ  
ชาตยา ลิ้มเจริญ<sup>5</sup>

Tunyaporn Ariyasarane<sup>1</sup>, Oraphan Chanin<sup>2\*</sup>, Atchara Rattanama<sup>3</sup>,  
Panuporn Pinyo<sup>4</sup> and Chardtayar Limjahern<sup>1</sup>

<sup>1-5</sup> คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย,

<sup>1-5</sup> Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Srivijaya

\* Corresponding author, E-mail: oraphan.c@rmutsv.ac.th

### บทคัดย่อ

อาหารไทยเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ถ่ายทอดกันมายาวนาน และอาหารไทยที่เป็นที่รู้จักของคนทั่วโลก การวิจัยครั้งนี้จึง มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรม และพึงพอใจอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จังหวัดสงขลา เพื่อเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จังหวัดสงขลา และเพื่อกำหนดแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จังหวัดสงขลา ประชากรคือ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา โดยสุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (Indept Interview) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ และวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าร้อยละ

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test, F-test ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจการบริโภคอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา พบว่า ความพึงพอใจอาหารไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x} = 3.89$ ) และจากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มี เชื้อชาติ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริโภคอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สำหรับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จังหวัดสงขลา สามารถทำได้โดย 1) ส่งเสริมและค้นหาอัตลักษณ์ของอาหารไทย 2) กำหนดมาตรฐานคุณภาพของอาหารไทย 3) กำหนดมาตรฐานราคากลางของอาหารไทย 4) ฝึกอบรมผู้ประกอบการหรือพนักงานบริการเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารไทย

**คำสำคัญ:** การส่งเสริมการท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย, นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

## Abstract

Thai food represents a rich local tradition that has been cherished and shared for generations and is celebrated globally. This research aimed to: 1) explore the behavior and satisfaction levels of foreign tourists regarding Thai cuisine in Songkhla Province, 2) compare the demographic characteristics of foreign tourists with their satisfaction concerning Thai food in the region, and 3) develop strategies to promote Thai food to foreign tourists in Songkhla Province. The study involved a sample of 400 foreign tourists, selected through convenience sampling. Research

instruments included questionnaires and in-depth interviews. Data analysis was conducted using statistical software, employing methods such as percentages, averages, standard deviations, T-tests, and F-tests. The results indicated a high overall satisfaction level with Thai food among foreign tourists ( $\bar{x}$  = 3.89). However, hypothesis testing revealed that tourists of varying nationalities, genders, ages, education levels, occupations, incomes, and social statuses exhibited differing satisfaction levels with Thai food, which was significant at the 0.05 level. Additionally, the guidelines to enhance the promotion of Thai food for foreign tourists in Songkhla Province included: 1) promoting and highlighting the unique identity of Songkhla's Thai food, 2) establishing quality standards for Thai cuisine, 3) determining standard pricing for Thai food, and 4) providing training for entrepreneurs and staff to convey information about Thai food effectively.

**Keyword:** Promotion of Tourism, Thai Culinary Tourism, Foreign Tourists

## บทนำ

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความต้องการเพิ่มขึ้นทุกปี ส่งผลให้เกิดการสร้างงานและสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศไทย การท่องเที่ยวจึงเป็นอุตสาหกรรมที่ส่งผลดีทั้งด้านเศรษฐกิจและด้านสังคม จากความต้องการดังกล่าวทำให้แนวโน้มการท่องเที่ยวผลักดันให้เกิดการพัฒนาการเกิดนวัตกรรมการท่องเที่ยวใหม่ๆ นอกจากนี้รัฐบาลพยายามผลักดันให้มีการ

พัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว สร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นลำดับต้นๆ (Bank of Thailand, 2524)

“อาหาร” เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีสำคัญต่อการท่องเที่ยว โดยในอดีตนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเลือกรับประทานอาหารที่คุ้นเคยและปลอดภัย ปัจจุบันนักท่องเที่ยวเริ่มมองหาารูปแบบของอาหารที่มีความแปลกใหม่ ทำให้การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) กำลังเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่มีความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั่วโลก นอกจากนี้ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกต่างสร้างความแตกต่างด้านการท่องเที่ยวโดยใช้อาหารท้องถิ่นเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวประเทศของตน ทั้งนี้เพราะอาหารท้องถิ่นมีความเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงเป็นการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมท้องถิ่นและการท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน ทำให้ นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นตระหนักถึงคุณค่าของอาหารท้องถิ่น เกิดการเรียนรู้ในการอนุรักษ์ ทรัพยากรที่เกี่ยวกับอาหารให้คงอยู่ (Pimchanok. C, 2022)

สำหรับอาหารไทยถือได้ว่าได้รับการยอมรับในระดับโลกเรื่องรสชาติและผลดีต่อสุขภาพการสำรวจความเห็นของนักท่องเที่ยวจึงพบว่า อาหารไทยเป็นปัจจัยอันดับ 2 ที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาเที่ยวเมืองไทย ดังนั้นประเทศไทยจึงนำความได้เปรียบที่เป็นศูนย์รวมอาหารทั้ง 4 ภาคของไทยเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการดึงดูดนักท่องเที่ยว อาทิ การจัดโปรแกรมทัวร์ชิมและปรุงอาหาร ทัวร์ชิมและปรุงอาหารฮาลาลเพื่อจับกลุ่มนักท่องเที่ยวในประเทศมุสลิม ทัวร์ชิมและปรุงอาหารเพื่อสุขภาพเพื่อนักท่องเที่ยวสูงอายุหรือผู้ใส่ใจในสุขภาพ การจัดหลักสูตรฝึกทำอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวสุขภาพสตรี

การพัฒนามาตรฐานร้านอาหารไทยและผู้ปรุงอาหาร ฯลฯ (Kriengsak, C, n.d.).

จังหวัดสงขลาเป็นเมืองประวัติศาสตร์ และเป็นพื้นที่ที่มีสถานที่ท่องเที่ยวทางมรดกวัฒนธรรม มีวิถีชีวิตที่งดงาม และการคงอยู่ของวัฒนธรรมภูมิทัศน์ สถาปัตยกรรม ผังเมือง ที่เป็นศูนย์รวมของความหลากหลายทางวัฒนธรรมทั้งไทย จีน มุสลิม และชาวตะวันตก วิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่ผสมผสานของความเป็นพหุวัฒนธรรม นอกจากนี้สิ่งหนึ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาคือเสน่ห์ของอาหารท้องถิ่น (Pimchanok, C, 2022) จากสาเหตุดังกล่าวผู้วิจัยได้เล็งเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดสงขลา ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จังหวัดสงขลา ซึ่งข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์สำหรับการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา และองค์การบริหารจังหวัดสงขลา หรือผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนที่จะได้นำข้อมูลไปใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา เพื่อสร้างรายได้ให้กับจังหวัดสงขลาและประเทศไทยต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรม และความพึงพอใจอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จังหวัดสงขลา
- 2) เพื่อเปรียบเทียบกับลักษณะประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จังหวัดสงขลา
- 3) เพื่อกำหนดแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจังหวัดสงขลา

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้เทคนิคการวิจัยแบบมีส่วนร่วมเชิงปฏิบัติการ (Participation Research: PAR) เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการบริโภคอาหารไทย และความพึงพอใจอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จังหวัดสงขลา เพื่อนำไปสู่การกำหนดแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จังหวัดสงขลา โดยมีขั้นตอนในการศึกษาตามวัตถุประสงค์ คือ วัตถุประสงค์ ข้อ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรม และความพึงพอใจอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จังหวัดสงขลา และข้อ 2 เพื่อเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรม และความพึงพอใจอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จังหวัดสงขลา

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ เนื่องจากไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงได้ใช้วิธีคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่าง (Kanlaya . V., 2021) สำหรับการวิจัยครั้งนี้ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อน กำหนดให้คลาดเคลื่อนได้ 5% คำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 380 คน แต่เพื่อป้องกันความผิดพลาดจึงเผื่อไว้ 20 คน เท่ากับการวิจัยครั้งนี้จะใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือเพื่อดำเนินการวิจัยในลักษณะของการใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้จัดทำขึ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ สถานภาพ สัญชาติ และศาสนา

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารไทย ของนักท่องเที่ยว จังหวัดสงขลา โดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งลักษณะข้อคำถามเกี่ยวกับ 6W1H ได้แก่ ชื่อที่ไหน เมื่อไร ชื่ออะไร ทำไม ชื่อกับใครอย่างไร

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจการบริโภคอาหารไทย ของนักท่องเที่ยว จังหวัดสงขลา โดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งลักษณะข้อคำถามเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด (4 P's) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

### การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และทดสอบสมมติฐานการวิจัยโดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยว

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ค่าสถิติ t-test เพื่อทดสอบสมมติฐานในความแตกต่างระหว่างเพศกับพฤติกรรม และความพึงพอใจการบริโภคอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจังหวัดสงขลา ค่าสถิติ One Way ANOVA เพื่อทดสอบสมมติฐานในความแตกต่างระหว่างอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพ สัญชาติ และศาสนา กับพฤติกรรม และความพึงพอใจการบริโภคอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จังหวัดสงขลา

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จังหวัดสงขลา

### **ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง**

ประชากรที่ใช้ในวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 คือ ผู้ประกอบการร้านอาหารไทย ในพื้นที่ อ.สะเตา อ.หาดใหญ่ อ.เมือง จ.สงขลา จำนวนอำเภอละ 2 คน รวม 6 คน นักท่องเที่ยว จำนวน 6 คน รวมทั้งสิ้น 12 คน ใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง

### **เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ประยุกต์มาจากแนวคิด ทฤษฎี เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับพฤติกรรม ความพึงพอใจในการบริโภคอาหารไทย และแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว จังหวัดสงขลา โดยนำมาพัฒนาเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept interview)

### **การวิเคราะห์ข้อมูล**

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) นำเสนอแบบพรรณนา จากผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ เพื่อนำไปสู่การสรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการตรวจสอบเครื่องมือวิจัย ดังนี้

1. การตรวจหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) นำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินเครื่องมือวิจัยจำนวน 3 ท่าน จากนั้นจึงนำผลการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิมาหาดัชนีความสอดคล้อง ผลการตรวจเพื่อหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (content validity) โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) พบว่า เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีค่าดัชนีความสอดคล้อง เท่ากับ 0.96

การตรวจหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการวัดค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ไปทดลองเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 40 คน (Kennedy, 2022) เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัก (Cronbach's alpha coefficient) (Cronbach, 1974) ผลการตรวจเพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.7 ถือว่าสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้ (Nunnally, & Bernstein, 1994)

### สรุปผลการวิจัย

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรม และความพึงพอใจอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จังหวัดสงขลา**

**ผลการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จังหวัดสงขลา**

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา พบว่า ส่วนใหญ่รับประทานอาหารกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 45 ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกอาหารไทยด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 61 เหตุผลหลักในการเลือกร้านอาหารไทยเพื่อรับประทาน คิดเป็นร้อยละ 56 ต้องการสั่งอาหารไทยหรือเครื่องดื่มแบบ อาหารไทย เช่น ต้มยำกุ้ง ผัดไทย คิดเป็นร้อยละ 57 อาหารไทยที่ชื่นชอบมากที่สุดต้มยำกุ้ง คิดเป็นร้อยละ 30 มักไปที่ร้านอาหารเวลา 19.01-21.00 น. คิดเป็นร้อยละ 29 ใช้เวลาในร้านอาหารมากกว่า 40 นาที แต่ไม่เกิน 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 37 จ่ายเงินเท่าไรในการเข้ารับบริการแต่ละครั้ง 3.1-6 USD / 2.1-4 EUR คิดเป็นร้อยละ 27 จ่ายเงินอย่างไรในการเข้าใช้บริการแต่ละครั้ง เงินสด คิดเป็นร้อยละ 91 เลือกร้านอาหารไทยหรือร้านอาหารแบบร้านอาหารที่นั่งกลางแจ้ง คิดเป็นร้อยละ

31 รับประทานอาหารไทย 2 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 32 ใช้ อินเทอร์เน็ตเพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับอาหารไทย คิดเป็นร้อยละ 34

### ผลการศึกษาความพึงพอใจอาหารไทยของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ จังหวัดสงขลา

ผลการศึกษา พบว่า ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่ ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในทวีปเอเชีย คิดเป็นร้อยละ 61 เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 61 ช่วงอายุระหว่าง 21 -30 ปี คิดเป็นร้อยละ 50 ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่าคิดเป็นร้อยละ 51 ประกอบอาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 27 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 300 USD/200 EUR and less คิดเป็นร้อยละ 29 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 65

### ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จังหวัดสงขลา

ความพึงพอใจต่ออาหารไทย	$\bar{X}$	S.D	ความพึงพอใจ
1. ด้านสินค้า	4.05	.544	มาก
2. ด้านราคา	3.92	.559	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.89	.804	มาก
3. ด้านการส่งเสริมการขาย	3.89	.604	มาก
รวม	3.96	.414	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จังหวัดสงขลา มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.89$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านสินค้า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.05$ ) รองลงมาคือ ด้านราคา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.92$ ) ด้านการส่งเสริมการขาย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.89$ )

และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.89$ )

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จังหวัดสงขลา**

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมและความพึงพอใจอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จังหวัดสงขลา ภายใต้สมมติฐานคือ ข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความแตกต่างกัน ความพึงพอใจของอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความแตกต่างกันมีความพึงพอใจของอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05**

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
สัญชาติที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจอาหารไทยแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
เพศ ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจอาหารไทยไม่แตกต่างกัน	ไม่ยอมรับสมมติฐาน
อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจอาหารไทยแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจอาหารไทยแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
อาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจอาหารไทยแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจอาหารไทยไม่แตกต่างกัน	ไม่ยอมรับสมมติฐาน
สถานภาพที่ แตกต่างกันมีความพึงพอใจอาหารไทยแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน

จากตารางที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า สัญชาติ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และสถานภาพที่ แตกต่างกันมีความพึงพอใจอาหารไทยแตกต่างกัน ที่

ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า สำหรับเพศ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจอาหารไทยไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า

### วัตถุประสงค์ข้อที่ 3. เพื่อกำหนดแนวทางการส่งเสริมการ ท่องเที่ยวด้านอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า

จากการศึกษา พฤติกรรมและความพึงพอใจด้านอาหารไทยสำหรับ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจังหวัดสงขลา คณะผู้วิจัยได้นำข้อมูลดังกล่าวมาทำการวิเคราะห์ สังเคราะห์ และทำการสัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มากำหนดแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านอาหารไทยสำหรับ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จังหวัดสงขลา สามารถกำหนดแนวทางได้ดังนี้

1) ด้านอัตลักษณ์ของอาหารไทย จังหวัดสงขลา สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวและหน่วยงานภาครัฐ จังหวัดสงขลาที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมให้ บุคลากรในท้องถิ่นร่วมกันกำหนดและค้นหาอัตลักษณ์ของอาหารไทย จังหวัด สงขลา ทั้งนี้จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจและสนใจในอัตลักษณ์ของ อาหารไทย จังหวัดสงขลามากขึ้น

2) ด้านคุณภาพของอาหารไทย จังหวัดสงขลา สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวและหน่วยงานภาครัฐ จังหวัดสงขลาที่เกี่ยวข้องควรกำหนด มาตรฐานคุณภาพของอาหารไทย โดยการที่อาหารไทยของจังหวัดสงขลา มี เครื่องหมายมาตรฐานรับรองจะทำให้เกิดความน่าเชื่อถือในสินค้าและบริหาร และเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

3) ด้านราคา กลุ่มสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวและหน่วยงานภาครัฐ จังหวัดสงขลาที่เกี่ยวข้องควรกำหนดมาตรฐานราคากลางของอาหารไทย เพื่อให้ราคามีความเหมาะสม จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในการใช้จ่าย หรือเกิดความเต็มใจในการจ่าย หากราคาสินค้ามีความยุติธรรม

4) ด้านการบริการ กลุ่มสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวและหน่วยงานภาครัฐ จังหวัดสงขลาที่เกี่ยวข้องควรฝึกอบรม ให้ความรู้ผู้ประกอบการหรือพนักงานบริการในร้านอาหารให้สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารไทยให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และเดินทางมาเที่ยวซ้ำ

### การอภิปรายผล

จากการศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ จังหวัดสงขลา ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์พบว่า

1) เพื่อศึกษาพฤติกรรม และพึงพอใจอาหารไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารกับเพื่อน ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกอาหารไทยด้วยตนเอง ต้องการสั่งอาหารไทยหรือเครื่องดื่มแบบ อาหารไทย เช่น ต้มยำ กุ้ง ผัดไทย เลือกร้านอาหารไทยหรือร้านอาหารแบบร้านอาหารที่นั่งกลางแจ้ง จ่ายเงินเท่าไรในการเข้ารับบริการแต่ละครั้ง 3.1-6 USD / 2.1-4 EUR ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับอาหารไทย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Khampheeraphan. C & Chaithawat S., 2023 ได้ทำวิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงอาหาร : พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว จังหวัดมหาสารคาม ประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวนิยมรับประทานอาหารแปรรูป ชอบรับประทานอาหารที่ร้านนาน ๆ และใช้จ่ายครั้งละประมาณ 1,000 บาท และทราบข้อมูลร้านอาหารทางอินเทอร์เน็ต

2) เพื่อเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจอาหารไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และสถานภาพที่แตกต่างกัน

กันมีความพึงพอใจอาหารไทยแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sopatra K. & Montakan C., 2021 ได้ทำวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการร้านอาหารไทยในหัวหิน ผลการศึกษพบว่า อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ รายได้และอาชีพ รวมถึงประเภทร้านอาหารไทย ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจที่แตกต่างกัน สำหรับเพศ ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจอาหารไทยไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัย (Pimchanok. C, 2022)

3) เพื่อกำหนดแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า อัตลักษณ์ของอาหารไทย คุณภาพของอาหารไทย ราคา และบริการ เป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Maytawin P., Sutatinee. N., & Suvichada., S., 2022) ได้ทำวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนกรณีศึกษา ชุมชนไทรค้ำ บ้านนาป่าหนาด อำเภอเขียงคาน จังหวัดเลย ผลการวิจัยพบว่า อัตลักษณ์ของการท่องเที่ยว การบริการ เป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยว

### ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา สามารถนำข้อมูลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ได้ดังนี้

1. สินค้าหรือกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหารที่นำเสนอต่อนักท่องเที่ยวควรเน้นถึงคุณภาพ ความหลากหลาย และเอกลักษณ์ของวัตถุดิบท้องถิ่น จังหวัดสงขลา

2. อาหารท้องถิ่น ของจังหวัดสงขลา สามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาด เช่น ใช้อาหารในการสร้างการรับรู้หรือยกระดับภาพลักษณ์ของท้องถิ่น โดยหน่วยงานภาครัฐ หรือเอกชนที่เกี่ยวข้องอาจนำเชฟหรือผู้ประกอบการร้านอาหารมาช่วยให้คำแนะนำในการกำหนดทิศทางการส่งเสริมตลาดท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย ของจังหวัดสงขลา

3. ครมมีเวทีหรือกลไกในการทำงานร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ผู้มีหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว กับผู้ประกอบการด้านอาหาร ทั้งผู้ผลิต เจ้าของร้านอาหาร ร้านค้า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินการให้มากยิ่งขึ้น

## References

- Bank of Thailand. (2524). “Future of Tourism” sustainable transition. Re [https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/articles-and-publications/articles/article-trieved July 10, 2025, from 2024 nov12.html](https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/articles-and-publications/articles/article-trieved%20July%2010,%202025,%20from%202024%20nov12.html)
- Cronbach, L. J. (1974). Essentials of psychological testing. New York: HarperCollins.
- Kennedy, I. (2022). Sample size determination in test-retest and Cronbach alpha reliability estimates. British Journal of Contemporary Education, 2(1), 17-29.
- Kanlaya. V. (2021). Advanced statistical analysis with SPSS for windows. Bangkok, Chulalongkorn University Press.
- Khampheeraphan. C & Chaithawat S., (2023). Gastronomic Tourism: Visitors’ Behavior and Satisfaction in Maha Sarakham,

- Thailand. NEU ACADEMIC AND RESEARCH JOURNAL. 13 (2), April – June, pp. 131- 143.
- Kriengsak, C. (n.d.). *Creating niche tourism based on the strengths of tourism in Bangkok*. Retrieved July 15, 2023, from <http://www.kriengsak.com/node/1604>. (in Thai)
- Maytawin P., Sutatinee. N., & Suvichada., S., (2022). SUSTAINABLE COMMUNITY-BASED TOURISM DEVELOPMENTGUIDELINE: A CASE STUDY OF TAI DAM COMMUNITY AT BAN NA PA NARD, CHIANG KHAN DISTRICT, LOEI PROVINCE. *Journal of International and Thai Tourism*. 18, January – June, pp. 1-25.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). New York, NY: McGraw-Hill, Inc.
- Pimchanok. C. (2022). *Guidelines for the Development of Food Tourism in Songkhla’s Old Town*. Thesis Degree of Master of Arts in Social Development Administration. Prince of Songkla University.
- Sopatra K. & Montakan C. (2021). FOREIGN TOURISTS’ SATISFACTION TOWARDS THAI RESTAURANT SERVICE IN HUA HIN: A COMPARISON BETWEEN MEDIUM AND SMALL RESTAURANTS. *Journal of Kanchanoburi Rajabhat University*, 10 (2). July – December, pp 245-259.