

การตระหนักรู้ทางวัฒนธรรมและภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อแนวโน้ม ในการรับประทานอาหารท้องถิ่น 3 จังหวัดชายแดนใต้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

CULTURAL AWARENESS AND TOURISM IMAGE AFFECTING LOCAL FOOD CONSUMPTION TRENDS OF THAI TOURISTS IN THE THREE SOUTHERN BORDER PROVINCES

เชษฐา นกน้อย / Chetsada Noknoi¹

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตระหนักรู้ทางวัฒนธรรมและภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการรับประทานอาหารท้องถิ่น 3 จังหวัดชายแดนใต้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปที่เคยมาท่องเที่ยว 3 จังหวัดชายแดนใต้ จำนวน 322 คน เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ผลการวิจัยพบว่า การตระหนักรู้ทางวัฒนธรรมและภาพลักษณ์การท่องเที่ยวด้านความคุ้มค่าส่งผลในทิศทางเดียวกันกับแนวโน้มในการรับประทานอาหารท้องถิ่น 3 จังหวัดชายแดนใต้ โดยทั้ง 2 ปัจจัยสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงแนวโน้มในการรับประทานอาหารท้องถิ่น 3 จังหวัดชายแดนใต้ ได้ร้อยละ 49.00

คำสำคัญ: การตระหนักรู้ทางวัฒนธรรม, ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว, แนวโน้มในการรับประทานอาหารท้องถิ่น, 3 จังหวัดชายแดนใต้

ABSTRACT

This research aimed to study the cultural awareness and tourism image that affect the local food consumption trends of Thai tourists in the three southern border provinces. The sample group consisted of 322 Thai tourists, aged 15 years and over, who had visited the three southern border provinces. The research instrument was a questionnaire. The statistics used in the research were frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis. The results of the research found that the cultural awareness and tourism image in the aspect of value were found to have positive influence aligned with the local food

¹ รองศาสตราจารย์ ดร. คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ (Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University), chetsada@tsu.ac.th

consumption trends in the three southern border provinces. Both factors could explain the change in the local food consumption trends in the three southern border provinces at the percentage of 49.00.

Keywords: cultural awareness, tourism image, local food consumption trends, three southern border provinces

บทนำ

3 จังหวัดชายแดนใต้ ประกอบด้วย จังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส ตั้งอยู่ทางใต้สุดของประเทศไทย ได้ชื่อว่าเป็นดินแดนแห่งพหุวัฒนธรรม เนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม (พระอิศการคติ กตปุญโญ (ไชยวงศ์), 2567: 101) แต่ก็มีทั้งคนไทยพุทธ คนไทยมุสลิม และคนไทยเชื้อสายจีนอาศัยอยู่ร่วมกัน เกิดเป็นความหลากหลายทางวัฒนธรรม ทั้งทางด้านชาติพันธุ์ ความเชื่อ ศาสนา สิ่งแวดล้อม ภูมิศาสตร์ และ ประวัติศาสตร์ รวมถึงความหลากหลายด้านอาหารที่คนต่างถิ่นอาจจะไม่รู้จักหรือคุ้นชิน ทั้งนี้เพราะในแต่ละ วัฒนธรรมจะมีการแสดงความเป็นอัตลักษณ์ของตนเองออกมาตามรูปแบบการดำเนินชีวิต การประกอบอาชีพ ที่อยู่อาศัย การแต่งกาย ขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม การละเล่นพื้นบ้าน ภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนอาหารการกิน (มีนา ระเด่นอาหมัด, วรนาถ แซ่เซ่น และนิมารูนิ หะยีวาเงาะ, 2562: ออนไลน์) เป็นเอกลักษณ์ เนื่องจากในอดีตเป็นแหล่งชุมนุมของผู้คนหลากหลายวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นชาวมลายู สยาม จีน ชาว อินเดีย อาหรับ บ้างก็มีชาวท้องถิ่นเดินทางไปยังแดนไกลแล้วนำเอาของดีของเด่นจากโพ้นทะเลเข้ามา ผสมผสานกลายเป็นอาหารท้องถิ่นชายแดนใต้ (พิรากาน, 2565: ออนไลน์)

ความไม่มั่นใจในสถานการณ์ 3 จังหวัดชายแดนใต้ ทำให้นักท่องเที่ยวจำนวนไม่น้อยไม่กล้าที่จะเข้าไป ท่องเที่ยว ทั้งที่ใน 3 จังหวัดดังกล่าวมีทรัพยากรธรรมชาติที่งดงาม อุดมสมบูรณ์ และมีวัฒนธรรมที่หลากหลาย (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2564: ออนไลน์) สำหรับสถานการณ์การท่องเที่ยวของ 3 จังหวัดชายแดนใต้ในปี 2566 ที่ผ่านมา พบว่า จังหวัดปัตตานีมี ผู้เยี่ยมเยือน 442,382 คน เป็นชาวไทย 341,890 คน ชาวต่างชาติ 100,492 คน อัตราการเข้าพักเฉลี่ย 48.22% ของจำนวนห้องพักในจังหวัด นักท่องเที่ยวมีอัตราการใช้จ่ายเฉลี่ย 1,468 บาทต่อคนต่อครั้ง ขณะที่ จังหวัดยะลา มีผู้เยี่ยมเยือน 1.65 ล้านคน เป็นชาวไทย 1.02 ล้านคน ชาวต่างชาติ 631,191 คน อัตราการเข้าพัก เฉลี่ย 72.13% ของจำนวนห้องพักในจังหวัด นักท่องเที่ยวมีอัตราการใช้จ่ายเฉลี่ย 5,115 บาทต่อคนต่อครั้ง ส่วนจังหวัดนราธิวาส มีผู้เยี่ยมเยือน 791,999 คน เป็นชาวไทย 385,146 คน ชาวต่างชาติ 406,853 คน อัตรา การเข้าพักเฉลี่ย 55.96% ของจำนวนห้องพักในจังหวัด นักท่องเที่ยวมีอัตราการใช้จ่ายเฉลี่ย 3,180 บาทต่อคน ต่อครั้ง (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2567: ออนไลน์)

ทั้งนี้พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวหลักที่เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนใต้เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยว ชาวไทย เนื่องจากสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้โดยสะดวก ยิ่งไปกว่านั้นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยนี้เอง ยังเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวซ้ำที่มีอัตราการกลับมาท่องเที่ยวในพื้นที่บ่อยมากกว่าชาวต่างชาติ จึงต้องให้ความสำคัญ

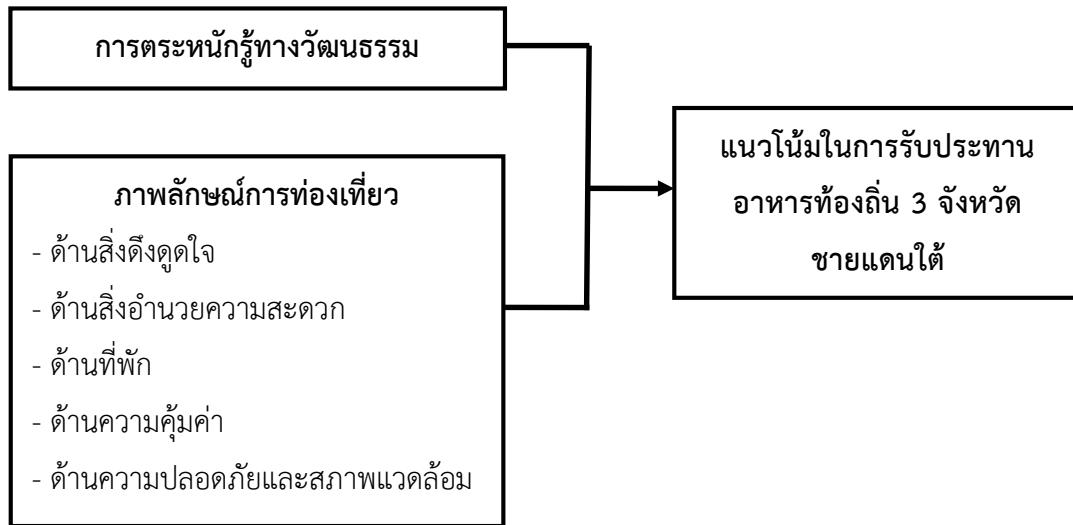
กับการรักษากลุ่มนักท่องเที่ยวเดิมและขยายฐานนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มใหม่ให้เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ชายแดนได้มากยิ่งขึ้น (วีรภัทร เพชรสุทธิ, 2567: ออนไลน์) จึงเป็นที่มาของการศึกษาการตระหนักรู้ทางวัฒนธรรมซึ่งเป็นความสามารถในการเข้าใจและยอมรับความแตกต่างของวัฒนธรรมที่มีความหลากหลาย (บุศย์สราลี บุตรอามาตย์, 2564: 16) และภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ซึ่งเป็นสิ่งที่จะช่วยสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว และจะส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว (นันท์ธิกาญจน์ ฤทธิเทว, 2563: 5) ที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการรับประทานอาหารท้องถิ่น 3 จังหวัดชายแดนใต้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ทั้งนี้เพราะการรับประทานอาหารท้องถิ่นมีส่วนช่วยทำให้เศรษฐกิจของชุมชนดีขึ้น (อรุณา, 2562: ออนไลน์) โดยนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการรับประทานอาหารจะให้ความสำคัญกับการเลือกร้านอาหารท้องถิ่น หรือยอมตื่นแต่เช้ายิ่งกว่าวันทำงานเพื่อออกมาจับจ่ายใช้สอยอาหารอร่อยในตลาดเช้าชุมชน ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ขับเคลื่อนให้การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (food tourism) แพร่หลายไปทั่วโลก หลายปีที่ผ่านมาผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวจะใช้จ่ายในหมวดอาหารและเครื่องดื่มมากถึง 1 ใน 3 ของค่าใช้จ่ายในแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมด นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยุคใหม่ยังมักมองหาอาหารท้องถิ่นที่มีความแปลก แตกต่าง และเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ (วรรณภา อุดมผล, 2565: 1) งานวิจัยนี้จึงมีเป้าหมายเพื่อยกระดับ 3 จังหวัดชายแดนใต้ด้วยการท่องเที่ยว ส่งเสริมการค้าการลงทุน ผลักดันให้ประชาชนมีรายได้ มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เพราะเชื่อว่าเมื่อเศรษฐกิจในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ดีขึ้น ชีวิตความเป็นอยู่ของพี่น้องประชาชนก็จะดีขึ้นด้วย สันติสุขในพื้นที่ก็จะฟื้นคืนกลับมา (ศูนย์ประชาสัมพันธ์กองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายในภาค 4 ส่วนหน้า, 2567: ออนไลน์)

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาการตระหนักรู้ทางวัฒนธรรมและภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการรับประทานอาหารท้องถิ่น 3 จังหวัดชายแดนใต้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการตระหนักรู้ทางวัฒนธรรมของนันท์นภัสร์ พันธวงศ์ และปิยะนันท์ หิรัณย์ชโลธร (2565: 176) และแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจากนักวิชาการต่าง ๆ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556: 34; Dickman, 1996: 52) ซึ่งผู้วิจัยสรุปออกมาเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านที่พัก ด้านความคุ้มค่า ด้านความปลอดภัยและสภาพแวดล้อม มาเป็นพื้นฐานในการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย โดยคาดว่าตัวแปรทั้งสองจะส่งผลต่อแนวโน้มในการรับประทานอาหารท้องถิ่น 3 จังหวัดชายแดนใต้ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปที่เคยมาท่องเที่ยว 3 จังหวัดชายแดนใต้ ทั้งนี้เพราะผู้ที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไปถือเป็นผู้ที่มีความสมบูรณ์ทางวุฒิภาวะ (ศิริรงค์ ทับสายทอง, 2530: 25) โดยสถานการณ์การท่องเที่ยวของ 3 จังหวัดชายแดนใต้ในปี 2566 พบว่า จังหวัดปัตตานีมีนักท่องเที่ยวชาวไทย 341,890 คน ขณะที่จังหวัดยะลามีนักท่องเที่ยวชาวไทย 1.02 ล้านคน ส่วนจังหวัดนราธิวาสมีนักท่องเที่ยวชาวไทย 385,146 คน (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2567: ออนไลน์) สำหรับขนาดตัวอย่างได้จากการเปิดตารางสำเร็จรูปของ Askin & Colton (1963: 151-152) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ซึ่งได้ระบุขนาดตัวอย่างไว้ที่ 322 ตัวอย่าง แล้วจึงเลือกตัวอย่างตามความสะดวก (convenience sampling) จนได้ตัวอย่างครบตามจำนวน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือวิจัยในการวิจัยนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ศาสนา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยลักษณะของคำตอบเป็นแบบให้เลือกตอบ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการตระหนักรู้ทางวัฒนธรรม จำนวน 5 ข้อ ผู้วิจัยได้กำหนดค่าคะแนนในการตอบแบบสอบถามโดยใช้ Likert Scale ซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับ โดยที่ 1 หมายถึง น้อยที่สุด และ 5 หมายถึง มากที่สุด

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ จำนวน 5 ข้อ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำนวน 6 ข้อ ด้านที่พัก จำนวน 4 ข้อ ด้านความคุ้มค่า จำนวน 4 ข้อ ด้านความปลอดภัยและสภาพแวดล้อม จำนวน 5 ข้อ ผู้วิจัยได้กำหนดค่าคะแนนในการตอบแบบสอบถามโดยใช้ Likert scale ซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับ โดยที่ 1 หมายถึง น้อยที่สุด และ 5 หมายถึง มากที่สุด

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับแนวโน้มในการรับประทานอาหารท้องถิ่น 3 จังหวัดชายแดนใต้ จำนวน 5 ข้อ ผู้วิจัยได้กำหนดค่าคะแนนในการตอบแบบสอบถามโดยใช้ Likert Scale ซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับ โดยที่ 1 หมายถึง น้อยที่สุด และ 5 หมายถึง มากที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การวิจัยนี้ได้ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ความเที่ยงตรง (validity) ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามให้มีเนื้อหาครอบคลุมตามนิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย และให้มีเนื้อหาตรงตามจุดมุ่งหมายของการวิจัย โดยนำแบบสอบถามไปปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน จากนั้นจึงนำแบบสอบถามมาทดสอบความแม่นยำของแบบสอบถาม พบว่า ข้อคำถามมีค่าดัชนีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ตั้งแต่ 0.67-1.00 แสดงว่าข้อคำถามทั้งหมดใช้ได้ (สุรพงษ์ คงสัตย์ และธีรชาติ ธรรมวงศ์, 2558: ออนไลน์)

2. ความเชื่อถือได้ (reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้ตอบแล้วจากกลุ่มตัวอย่างทดลองนอกเขตพื้นที่ที่จะเก็บตัวอย่างเพื่อเป็นการทดสอบการใช้จริงมาหาค่าความเชื่อมั่น โดยการวัดค่าความคงที่ภายใน (internal consistency) โดยการหา Cronbach's alpha coefficient ผลการทดสอบความเชื่อถือได้ของมาตรวัดที่ใช้ในการวิจัยนี้ พบว่า อยู่ในระดับมาก โดยมาตรวัดการตระหนักรู้ทางวัฒนธรรม มีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.81 มาตรวัดภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านที่พัก ด้านความคุ้มค่า ด้านความปลอดภัยและสภาพแวดล้อม มีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.81 0.80 0.82 0.82 และ 0.83 ตามลำดับ และมาตรวัดแนวโน้มในการรับประทานอาหารท้องถิ่น 3 จังหวัดชายแดนใต้มีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.81

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างวันที่ 1-31 มกราคม 2568

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. สถิติพรรณนาใช้ค่าความถี่ และร้อยละ เพื่ออธิบายข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามส่วนที่ 1 และใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามส่วนที่ 2-4 โดยที่ 4.21-5.00 หมายถึง มากที่สุด 3.41-4.20 หมายถึง มาก 2.61-3.40 หมายถึง ปานกลาง 1.81-2.60 หมายถึง น้อย และ 1.00-1.80 หมายถึง น้อยที่สุด

2. สถิติอนุมานใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (multiple regression analysis) แบบปกติ (enter) และสร้างแบบจำลองเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการรับประทานอาหารท้องถิ่น 3 จังหวัดชายแดนใต้

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปที่เคยมาท่องเที่ยว 3 จังหวัดชายแดนใต้ ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 322 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.59 มีอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.84 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 38.82 นับถือศาสนาอิสลาม คิดเป็นร้อยละ 83.23 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 32.60 และมีรายได้ต่อเดือน 30,001-45,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.79

2. การตระหนักรู้ทางวัฒนธรรม

การศึกษาการตระหนักรู้ทางวัฒนธรรม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการตระหนักรู้ทางวัฒนธรรม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$ และ S.D. = 0.84) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ดังนี้ ท่านยอมรับวัฒนธรรมที่แตกต่างจากวัฒนธรรมที่ท่านเติบโตมา ($\bar{X} = 4.18$ และ S.D. = 0.82) ทุกวัฒนธรรมต่างมีความงดงามที่แตกต่างกัน ($\bar{X} = 3.83$ และ S.D. = 0.81) ท่านรู้สึกตื่นเต้นที่จะได้สัมผัสประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมใหม่ ๆ ($\bar{X} = 3.78$ และ S.D. = 0.86) ท่านต้องการที่จะบอกเล่าประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมที่ได้รับให้แก่บุคคลอื่น ($\bar{X} = 3.69$ และ S.D. = 0.87) ท่านพร้อมที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของผู้คนในสถานที่ต่าง ๆ ($\bar{X} = 3.45$ และ S.D. = 0.82) รายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การตระหนักรู้ทางวัฒนธรรม

(n = 322)

การตระหนักรู้ทางวัฒนธรรม	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ท่านยอมรับวัฒนธรรมที่แตกต่างจากวัฒนธรรมที่ท่านเติบโตมา	4.18	0.82	มาก
2. ท่านพร้อมที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของผู้คนในสถานที่ต่าง ๆ	3.45	0.82	มาก
3. ท่านรู้สึกตื่นเต้นที่จะได้สัมผัสประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมใหม่ ๆ	3.78	0.86	มาก
4. ท่านต้องการที่จะบอกเล่าประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมที่ได้รับให้แก่บุคคลอื่น	3.69	0.87	มาก
5. ทุกวัฒนธรรมต่างมีความงดงามที่แตกต่างกัน	3.83	0.81	มาก
รวม	3.79	0.84	มาก

3. ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว

การศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของ 3 จังหวัดชายแดนใต้ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.98$ และ S.D. = 0.88) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

3.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.02$ และ S.D. = 0.84) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3 จังหวัดชายแดนใต้มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ($\bar{X} = 3.28$ และ S.D. = 0.80) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ 3 จังหวัดชายแดนใต้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ($\bar{X} = 2.65$ และ S.D. = 0.82)

3.2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.68$ และ S.D. = 0.92) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานที่ท่องเที่ยวใน 3 จังหวัดชายแดนใต้มีร้านอาหารและร้านของฝากบริการนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 2.88$ และ S.D. = 0.84) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ แหล่งท่องเที่ยวใน 3 จังหวัดชายแดนใต้มีบริการข้อมูลข่าวสารที่เพียงพอ ($\bar{X} = 2.47$ และ S.D. = 0.89)

3.3 ด้านที่พัก ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.88$ และ S.D. = 0.89) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ บรรยากาศของที่พักใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ไม่แออัดจนวาย สามารถเป็นที่หย่อนใจได้ ($\bar{X} = 3.48$ และ S.D. = 0.84) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ที่พักใน 3 จังหวัดชายแดนใต้มีหลากหลายประเภทให้เลือก เช่น โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ แคมป์ปิ้ง ($\bar{X} = 2.29$ และ S.D. = 0.81)

3.4 ด้านความคุ้มค่า ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.20$ และ S.D. = 0.87) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาที่พักในแหล่งท่องเที่ยวของ 3 จังหวัดชายแดนใต้มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.36$ และ S.D. = 0.79) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การท่องเที่ยวใน 3 จังหวัดชายแดนใต้มีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย ($\bar{X} = 3.08$ และ S.D. = 0.97)

3.5 ด้านความปลอดภัยและสภาพแวดล้อม ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.10$ และ S.D. = 0.89) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แหล่งท่องเที่ยวใน 3 จังหวัดชายแดนใต้มีสภาพอากาศที่ดี ไม่มีมลพิษ ($\bar{X} = 3.67$ และ S.D. = 0.793) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ แหล่งท่องเที่ยวใน 3 จังหวัดชายแดนใต้มีเจ้าหน้าที่ตำรวจ/พนักงานรักษาความปลอดภัยเพียงพอ ($\bar{X} = 2.62$ และ S.D. = 0.93) รายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว

(n = 322)			
ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	3.02	0.84	ปานกลาง
1. 3 จังหวัดชายแดนใต้มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง	3.28	0.80	ปานกลาง
2. 3 จังหวัดชายแดนใต้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย	2.65	0.82	ปานกลาง

ตารางที่ 2 ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว (ต่อ)

(n = 322)

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
3. 3 จังหวัดชายแดนใต้มีสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติที่สวยงาม	3.18	0.83	ปานกลาง
4. แหล่งท่องเที่ยวใน 3 จังหวัดชายแดนใต้เหมาะสมในการพักผ่อนหย่อนใจ	3.06	0.88	ปานกลาง
5. แหล่งท่องเที่ยวใน 3 จังหวัดชายแดนใต้มีศักยภาพในการพัฒนา	2.92	0.87	ปานกลาง
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	2.68	0.92	ปานกลาง
1. สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ได้ง่ายและสะดวก	2.72	0.91	ปานกลาง
2. การเดินทางใน 3 จังหวัดชายแดนใต้มีระบบขนส่งบริการเพียงพอ	2.69	1.00	ปานกลาง
3. แหล่งท่องเที่ยวใน 3 จังหวัดชายแดนใต้มีแผนที่เพื่อให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว	2.54	0.92	น้อย
4. แหล่งท่องเที่ยวใน 3 จังหวัดชายแดนใต้มีบริการข้อมูลข่าวสารที่เพียงพอ	2.47	0.89	น้อย
5. สถานที่ท่องเที่ยวใน 3 จังหวัดชายแดนใต้มีร้านอาหารและร้านของฝากบริการนักท่องเที่ยว	2.88	0.84	ปานกลาง
6. ห้างสรรพสินค้า สถานพยาบาล และสถานีตำรวจใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ อยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยว	2.81	0.96	ปานกลาง
ด้านที่พัก	2.88	0.89	ปานกลาง
1. ที่พักใน 3 จังหวัดชายแดนใต้มีเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	2.40	0.91	น้อย
2. ที่พักใน 3 จังหวัดชายแดนใต้อยู่ในระดับมาตรฐาน	3.33	0.98	ปานกลาง
3. บรรยากาศของที่พักใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ไม่แออัดจนวุ่นวาย สามารถเป็นที่หย่อนใจได้	3.48	0.84	มาก
4. ที่พักใน 3 จังหวัดชายแดนใต้มีหลากหลายประเภทให้เลือก เช่น โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ แคมป์ปิ้ง	2.29	0.81	น้อย
ด้านความคุ้มค่า	3.20	0.87	ปานกลาง
1. ราคาที่พักในแหล่งท่องเที่ยวของ 3 จังหวัดชายแดนใต้มีความเหมาะสม	3.36	0.79	ปานกลาง
2. ราคาอาหารในแหล่งท่องเที่ยวของ 3 จังหวัดชายแดนใต้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน	3.21	0.73	ปานกลาง
3. ค่าเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวใน 3 จังหวัดชายแดนใต้มีความเหมาะสม	3.15	0.99	ปานกลาง
4. การท่องเที่ยวใน 3 จังหวัดชายแดนใต้มีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย	3.08	0.97	ปานกลาง
ด้านความปลอดภัยและสภาพแวดล้อม	3.10	0.89	ปานกลาง
1. แหล่งท่องเที่ยวใน 3 จังหวัดชายแดนใต้มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี	2.91	0.96	ปานกลาง
2. แหล่งท่องเที่ยวใน 3 จังหวัดชายแดนใต้มีเจ้าหน้าที่ตำรวจ/พนักงานรักษาความปลอดภัยเพียงพอ	2.62	0.93	ปานกลาง
3. แหล่งท่องเที่ยวในเวลากลางคืนของ 3 จังหวัดชายแดนใต้มีแสงสว่างเพียงพอ	2.81	0.89	ปานกลาง
4. แหล่งท่องเที่ยวใน 3 จังหวัดชายแดนใต้มีสภาพอากาศที่ดี ไม่มีมลพิษ	3.67	0.79	มาก
5. แหล่งท่องเที่ยวใน 3 จังหวัดชายแดนใต้มีความสะอาด	3.51	0.90	มาก
รวม	2.98	0.88	ปานกลาง

4. แนวโน้มในการรับประทานอาหารท้องถิ่น 3 จังหวัดชายแดนใต้

การศึกษาแนวโน้มในการรับประทานอาหารท้องถิ่น 3 จังหวัดชายแดนใต้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มในการรับประทานอาหารท้องถิ่น 3 จังหวัดชายแดนใต้ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.81$ และ $S.D. = 0.89$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ กรรมวิธีและวัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหารท้องถิ่นใน 3 จังหวัดชายแดนใต้มีเอกลักษณ์ ทำให้ท่านอยากลองชิมอาหารดังกล่าว ($\bar{X} = 3.01$ และ $S.D. = 0.907$) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านเคยไปท่องเที่ยว 3 จังหวัดชายแดนใต้ จึงทำให้ท่านอยากลองชิมอาหารท้องถิ่นของที่นี่ ($\bar{X} = 2.63$ และ $S.D. = 0.928$) รายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แนวโน้มการบริโภคอาหารท้องถิ่น 3 จังหวัดชายแดนใต้

(n = 322)

แนวโน้มการบริโภคอาหารท้องถิ่น 3 จังหวัดชายแดนใต้	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ท่านจะทานอาหารท้องถิ่นของ 3 จังหวัดชายแดนใต้ เพราะการชิมอาหารท้องถิ่นถือเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว	2.71	0.91	ปานกลาง
2. ท่านเคยไปท่องเที่ยว 3 จังหวัดชายแดนใต้ จึงทำให้ท่านอยากลองชิมอาหารท้องถิ่นของที่นี่	2.63	0.92	ปานกลาง
3. นักท่องเที่ยวส่วนมากทานอาหารท้องถิ่นของ 3 จังหวัดชายแดนใต้ ทำให้ท่านอยากลองทานอาหารดังกล่าวบ้าง	2.80	0.87	ปานกลาง
4. ท่านจะทานอาหารท้องถิ่นเพราะท่านชอบอาหารที่แปลกใหม่	2.92	0.83	ปานกลาง
5. กรรมวิธีและวัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหารท้องถิ่นใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ มีเอกลักษณ์ ทำให้ท่านอยากลองชิมอาหารดังกล่าว	3.01	0.90	ปานกลาง
รวม	2.81	0.89	ปานกลาง

5. ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการรับประทานอาหารท้องถิ่น 3 จังหวัดชายแดนใต้

ผลการทดสอบข้อสมมติเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ พบว่า 1) ข้อมูลมีความสัมพันธ์เป็นเส้นตรง 2) ข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ 3) ข้อมูลมีความแปรปรวนคงที่ และ 4) วิเคราะห์พหุสัมพันธ์ (multicollinearity) โดยการตรวจสอบค่า Tolerance และค่า VIF ของตัวแปรพยากรณ์ พบว่า ค่า Tolerance ของตัวแปรพยากรณ์ทุกตัวแปร มีค่าอยู่ระหว่าง 0.28-0.72 และค่า VIF มีค่าอยู่ระหว่าง 1.30-3.86 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ของ Hair, Black, Babin & Anderson (2010: 102) ที่กำหนดให้ค่า Tolerance มีค่ามากกว่า 0.01 และค่า VIF ที่ไม่เกิน 10 แสดงว่าตัวแปรพยากรณ์ทุกตัวแปรไม่เกิดปัญหาความเป็นพหุสัมพันธ์ ซึ่งเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นในการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นต่อไป

จากการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการรับประทานอาหารท้องถิ่น 3 จังหวัดชายแดนใต้ เรียงลำดับความสัมพันธ์จากมากไปน้อย ได้แก่ การตระหนักรู้ทางวัฒนธรรม และภาพลักษณ์ด้านความคุ้มค่า โดยทั้ง 2 ปัจจัยส่งผลในทิศทางเดียวกันกับ

แนวโน้มในการรับประทานอาหารท้องถิ่น 3 จังหวัดชายแดนใต้ ทั้งนี้ปัจจัยทั้งหมดสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลง
แนวโน้มในการรับประทานอาหารท้องถิ่น 3 จังหวัดชายแดนใต้ ได้ร้อยละ 49.00 รายละเอียดดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 สัมประสิทธิ์สมการถดถอยปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการรับประทานอาหารท้องถิ่น 3 จังหวัดชายแดนใต้

(n = 322)

ตัวแปร	Unstandardized	Standardized		t	Sig.
	Coefficients	Coefficients			
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.07	0.09		0.82	0.28
การตระหนักรู้ทางวัฒนธรรม	0.10	0.08	0.11	6.21*	0.00
ภาพลักษณ์ด้านสิ่งดึงดูดใจ	0.16	0.07	0.15	0.36	0.87
ภาพลักษณ์ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	0.13	0.09	0.12	0.74	0.54
ภาพลักษณ์ด้านที่พัก	0.09	0.07	0.09	1.13	0.11
ภาพลักษณ์ด้านความคุ้มค่า	0.08	0.06	0.08	4.85*	0.00
ภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัยและสภาพแวดล้อม	0.06	0.06	0.05	0.76	0.39
R = 0.65, R ² = 0.58, Adjusted R ² = 0.49					

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ทั้งนี้สามารถเขียนเป็นสมการถดถอยเชิงพหุที่ใช้ในการพยากรณ์แนวโน้มการบริโภคอาหารท้องถิ่น
3 จังหวัดชายแดนใต้ ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 0.10 (\text{การตระหนักรู้ทางวัฒนธรรม}) + 0.08 (\text{ภาพลักษณ์ด้านความคุ้มค่า})$$

อภิปรายผล

1. การตระหนักรู้ทางวัฒนธรรม

การศึกษาการตระหนักรู้ทางวัฒนธรรม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการตระหนักรู้ทางวัฒนธรรม
ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก อันเนื่องมาจากความหลากหลายทางวัฒนธรรมในกลุ่มตัวอย่าง การมีส่วนร่วม
ในกิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมต่าง ๆ การมีประสบการณ์ในการทำงานหรือศึกษา
ในสภาพแวดล้อมที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม และการเปิดรับและยอมรับวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน
เพราะวัฒนธรรมเป็นเครื่องผูกพันบุคคลในสังคมไว้ด้วยกัน วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการพื้นฐาน
และพฤติกรรมของบุคคล โดยบุคคลจะเรียนรู้ค่านิยม ทักษะคติ ความชอบ การรับรู้ และมีพฤติกรรมอย่างนั้น
จะต้องผ่านกระบวนการทางสังคม (แคเรีย ภูพัฒน์, 2551: 49) เพื่อหล่อหลอมการรับรู้ ความคิด และ
ความเข้าใจที่แตกต่างกัน (นพวรรณ ยอดธรรม, 2558: 26) อันจะช่วยป้องกันความขัดแย้งและความเข้าใจผิด
ระหว่างกันได้ (เบตชี, 2567: ออนไลน์) สอดคล้องกับผลการวิจัยของอารยา สุวรรณสุจริต (2561: 33) ทั้งนี้

การตระหนักรู้ทางวัฒนธรรมจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลมีการเข้าใจวัฒนธรรมของตนเอง การเข้าใจวัฒนธรรมของผู้อื่น และการมีปฏิสัมพันธ์ข้ามวัฒนธรรม (นันทน์ภัสร์ พันธวงศ์ และปิยะนันท์ หิรัณย์ชโลทร, 2565: 180)

2. ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว

การศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของ 3 จังหวัดชายแดนใต้ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เป็นผลมาจากทัศนคติโดยรวมของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับ 3 จังหวัดชายแดนใต้ที่ไม่มั่นใจในสถานการณ์ความไม่สงบ ส่งผลให้ผู้คนไม่กล้าเดินทางไปท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังขาดการประชาสัมพันธ์และการสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ชัดเจนและน่าสนใจ ฉะนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ควรเร่งประชาสัมพันธ์เพื่อยกระดับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของ 3 จังหวัดชายแดนใต้ให้สูงขึ้น โดยที่ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจากการค้นหาขั้นต้นหรือข้อมูลข่าวสารที่นักท่องเที่ยวสืบค้นเพิ่มเติมจะส่งผลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว (Tsiotsou & Goldsmith, 2012: 167) ซึ่งต่างจากผลการวิจัยของพรนภทร์ ธนากิจสุวิสิฐ (2561: 93) ที่ศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน ณัฐภัทร เทพพูลผล และกัลยา สว่างคง (2566: 90) ที่ศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดตรัง หลิววิ และจิตติยา ปราโมทย์ (2566: 219) ที่ศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวนครเฉิงตู สาธารณรัฐประชาชนจีน ที่พบว่า อยู่ในระดับมาก ขณะที่ นันทธิกาญจน์ ฤทธิเทวา (2563: 68) ที่ศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งน่าจะเป็นผลมาจากมุมมองที่นักท่องเที่ยวมีต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวแต่ละแห่งที่แตกต่างกัน

3. แนวโน้มในการรับประทานอาหารท้องถิ่น 3 จังหวัดชายแดนใต้

การศึกษาแนวโน้มในการรับประทานอาหารท้องถิ่น 3 จังหวัดชายแดนใต้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มในการรับประทานอาหารท้องถิ่น 3 จังหวัดชายแดนใต้ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากผู้ที่มาท่องเที่ยวใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม ซึ่งคุ้นชินกับรูปแบบและวัฒนธรรมอาหารของชาวไทยมุสลิมอยู่แล้ว จึงทำให้ไม่รู้สึกริอยากทดลองอาหารอันเนื่องมาจากความไม่แตกต่างจากอัตลักษณ์เดิมของตน ฉะนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สมาคมธุรกิจร้านอาหาร รวมถึงสมาคมการค้า นักธุรกิจไทยมุสลิมจึงควรร่วมกันหาแนวทางเพื่อกระตุ้นการรับประทานอาหารท้องถิ่น 3 จังหวัดชายแดนใต้ของนักท่องเที่ยวให้มากขึ้นผ่านการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การประกวดการรังสรรค์อาหารเมนูใหม่ของ 3 จังหวัดชายแดนใต้ ประกอบกับ 3 จังหวัดชายแดนใต้มีวัฒนธรรมการกินที่หลากหลาย ผสมผสานระหว่างไทยพุทธ ไทยมุสลิม จีน และมลายู อาจทำให้นักท่องเที่ยวบางคนรู้สึกไม่คุ้นเคยกับรสชาติหรือส่วนผสมบางอย่างในอาหารได้ นอกจากนี้รสชาติที่จัดจ้านและมีเอกลักษณ์ของอาหารใต้ก็อาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้มีนักท่องเที่ยวบางส่วนที่ไม่คุ้นเคยกับรสชาติอาหารใต้ สอดคล้องกับผลการวิจัยของอารยา สุวรรณสุจริต (2561: 34) ที่ศึกษาแนวโน้มในการรับประทานอาหารท้องถิ่นจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แต่ต่างจากผลการวิจัย

ของ Tiganis & Tsakiridou (2022: 70) ที่ศึกษาการบริโภคอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยพบว่า อยู่ในระดับมาก ซึ่งอาจเนื่องจากอาหารกรีกส่วนใหญ่ถูกมองว่าอร่อย มีกลิ่นหอม ปลอดภัย มีคุณค่าทางโภชนาการ และเป็นภาพสะท้อนของวัฒนธรรม อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติซึ่งเดินทางท่องเที่ยวเพื่อต้องการสัมผัสประสบการณ์ที่แปลกใหม่

4. ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการรับประทานอาหารท้องถิ่น 3 จังหวัดชายแดนใต้

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการรับประทานอาหารท้องถิ่น 3 จังหวัดชายแดนใต้ พบว่ามี 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการรับประทานอาหารท้องถิ่น 3 จังหวัดชายแดนใต้ โดยทั้ง 2 ปัจจัยส่งผลในทิศทางเดียวกันกับแนวโน้มในการรับประทานอาหารท้องถิ่น 3 จังหวัดชายแดนใต้ เรียงลำดับความสัมพันธ์จากมากไปน้อย ได้แก่

4.1 การตระหนักรู้ทางวัฒนธรรม เพราะการตระหนักรู้ทางวัฒนธรรม คือ ความสามารถในการสัมผัส แบ่งปัน และเข้าใจความหลากหลายทางวัฒนธรรม (Fong, Catagnus, Brodhead, Quigley & Field, 2016: 84) อันจะช่วยสร้างการอยู่ร่วมกันได้อย่างกลมกลืน โดยโอบรับความหลากหลายและทำความเข้าใจกับบรรทัดฐานทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน (เบตชี, 2567: ออนไลน์) เนื่องจากอาหารใน 3 จังหวัดชายแดนใต้มีลักษณะผสมผสานวัฒนธรรมไทยพุทธ ไทยมุสลิม จีน และมลายู ทำให้มีรสชาติและวิธีการปรุงอาหารที่หลากหลายและเป็นเอกลักษณ์ สอดคล้องกับผลการวิจัยของอารยา สุวรรณสุจริต (2561: 34) ที่ศึกษาแนวโน้มในการรับประทานอาหารท้องถิ่นจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ชลิดา แยมศรีสุข, จิรณา จินดาพล และอัญญาณี ลีลา (2563: 142) ที่ศึกษากระบวนการกลายเป็นสินค้าของอาหารพื้นเมือง: ภูเก็ตสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร และ Athena (2012: 928) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารของนักท่องเที่ยวสะท้อนความสำคัญของการตระหนักถึงความแตกต่างอันนำไปสู่การยอมรับในอัตลักษณ์ของแต่ละชุมชนได้อย่างแท้จริง การตระหนักรู้ทางวัฒนธรรมจึงมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและอนุรักษ์อาหารท้องถิ่นใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ โดยการสร้างความเข้าใจและเห็นคุณค่าของอาหารท้องถิ่น จะช่วยกระตุ้นให้คนในพื้นที่และคนภายนอกหันมาให้ความสนใจและบริโภคอาหารท้องถิ่นมากขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การอนุรักษ์และสืบทอดภูมิปัญญาด้านอาหารของท้องถิ่นต่อไป สมดังที่ ณิชกร ศรีเพชรดี (2562: ออนไลน์) ระบุว่า การตระหนักรู้ทางวัฒนธรรมเป็นหนึ่งในทักษะสำคัญในศตวรรษที่ 21

4.2 ภาพลักษณ์ด้านความคุ้มค่า เพราะเป็นสิ่งที่มีการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556: 28) โดยจะพิจารณาว่าราคามีความเหมาะสมและได้มาตรฐานหรือไม่ เนื่องจากอาหารท้องถิ่นมักมีราคาถูกกว่าอาหารสำเร็จรูปหรืออาหารที่นำเข้าจากพื้นที่อื่น ๆ ทำให้เป็นทางเลือกที่คุ้มค่าสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีงบประมาณจำกัด สอดคล้องกับผลการวิจัยของชลพลกฤต รัตนนราทร (2562: 244) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองรอง ชลิดา แยมศรีสุข, จิรณา จินดาพล และอัญญาณี ลีลา (2563: 142) ที่ศึกษากระบวนการกลายเป็นสินค้าของอาหารพื้นเมือง: ภูเก็ตสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร สะท้อนสถานะ

เศรษฐกิจในปัจจุบันที่นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับความสมดุลของค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการท่องเที่ยวว่า สิ่งที่จะได้รับกลับมาคุ้มค่างบค่าใช้จ่ายที่เสียไปหรือไม่ (คัชพล จันเพชร, 2564: 11; จัตตารพร กลางสวัสดิ์, ชมพูนุท สมแสน, วิชญาณกานต์ ขอนยาง, ปฎิมาภรณ์ กังวานศรีเพชร และภวภาวัน ล้อมหามงคล, 2567: 1689) โดยจะพิจารณาปัจจัยด้านราคาและคุณภาพก่อนตัดสินใจเลือกว่าจะรับประทานอาหารท้องถิ่นหรือไม่ หากอาหารท้องถิ่นมีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ก็มีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมมากขึ้น แต่หากมีราคาสูง ผู้บริโภคก็จะหันไปเลือกบริโภคอาหารประเภทอื่นที่ตอบโจทย์ความต้องการได้ดีกว่า ทั้งนี้ความคุ้มค่านั้น ไม่จำเป็นว่าจะต้อง ราคาถูกที่สุด แต่เป็นราคาที่ลูกค้ามีความพึงพอใจที่จะจ่าย (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2554: 62)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผลการศึกษาพบว่ากระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 3 จังหวัดชายแดนใต้ กระทรวงศึกษาธิการและกระทรวงวัฒนธรรมจึงควรร่วมมือกันในการสร้างเข้าใจในวัฒนธรรมของตนเองให้มากขึ้น พร้อม ๆ กับการพยายามทำความเข้าใจในวัฒนธรรมของผู้อื่น รวมถึงการส่งเสริมการมีปฏิสัมพันธ์ข้ามวัฒนธรรมผ่านการรับประทานอาหารท้องถิ่น 3 จังหวัดชายแดนใต้ ผ่านการสื่อสารที่หลากหลาย เช่น การใช้สื่อทางออนไลน์และออฟไลน์ การจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรม การนำเสนอข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับอาหารท้องถิ่น 3 จังหวัดชายแดนใต้ และการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับบริบททางสังคมและประวัติศาสตร์ของพื้นที่ อันจะเพิ่มโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะทดลองรับประทานอาหารท้องถิ่น 3 จังหวัดชายแดนใต้มากขึ้น

1.2 ผลการศึกษาพบว่าภาพลักษณ์ด้านความคุ้มค่าส่งผลต่อแนวโน้มในการรับประทานอาหารท้องถิ่น 3 จังหวัดชายแดนใต้ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา 3 จังหวัดชายแดนใต้ รวมถึงผู้ประกอบการท่องเที่ยวจึงควรร่วมกันควบคุมค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวให้มีความคุ้มค่าแก่นักท่องเที่ยว โดยเน้นการสร้างประสบการณ์การกินที่โดดเด่นและมีคุณค่า เช่น การนำเสนอเรื่องราวเบื้องหลังอาหาร การใช้วัตถุดิบท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ และการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหาร เช่น การเรียนทำอาหาร อันจะสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวและทำให้นักท่องเที่ยวสนใจรับประทานอาหารท้องถิ่น 3 จังหวัดชายแดนใต้เพิ่มมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความต้องการที่เฉพาะเจาะจงของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ เช่น กลุ่มมุสลิม กลุ่มชาวจีน หรือกลุ่มยุโรป เพื่อให้สามารถวางแผนการตลาดและบริการอาหารที่เหมาะสมกับความต้องการเฉพาะของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มได้

2.2 ควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการรับประทานอาหารท้องถิ่น 3 จังหวัดชายแดนใต้ อันจะทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้รับทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการรับประทานอาหาร

ท้องถิ่น 3 จังหวัดชายแดนใต้ได้ครอบคลุมมากขึ้น เพื่อนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดการท่องเที่ยวได้อย่างตรงจุด

สรุป

การศึกษาการตระหนักรู้ทางวัฒนธรรมและภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการรับประทานอาหารท้องถิ่น 3 จังหวัดชายแดนใต้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปที่เคยมาท่องเที่ยว 3 จังหวัดชายแดนใต้ จำนวน 322 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุพบว่า การตระหนักรู้ทางวัฒนธรรมและภาพลักษณ์การท่องเที่ยวด้านความคุ้มค่าส่งผลในทิศทางเดียวกันกับแนวโน้มในการรับประทานอาหารท้องถิ่น 3 จังหวัดชายแดนใต้ โดยทั้ง 2 ปัจจัยสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงแนวโน้มในการรับประทานอาหารท้องถิ่น 3 จังหวัดชายแดนใต้ ได้ร้อยละ 49.00 ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้ในการดำเนินงานเพื่อเพิ่มโอกาสในการรับประทานอาหารท้องถิ่น 3 จังหวัดชายแดนใต้ของนักท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากงบประมาณเงินรายได้คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยทักษิณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568

เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). **โครงการศึกษาภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย**

ในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ. กรุงเทพฯ: ยูเรก้า คอนซัลติ้ง.

คัชพล จันเพชร. (2564). การพัฒนาแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย. **วารสาร**

มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, 10 (2), 11-24.

แคร์รียา ภูพัฒน์. (2551). ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์โตโยต้า นีวออสของผู้บริโภค

ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

จัดदारพร กลางสวัสดิ์, ชมพูนุท สมแสน, วิษญานกานต์ ขอนยาง, ปฐิมาภรณ์ กังวานศรีเพชร และภวภาวัน

ล้อมหามงคล. (2567). จักรวาลความสดกับการท่องเที่ยวและการบริการที่พึงประสงค์. **วารสาร**

วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร, 4 (4), 1684-1701.

ชลพลกฤต รัตน์นราทร. (2562). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองรอง**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ชลิดา แยมศรีสุข, จิรณา จินดาพล และอัญญาณี ลีลา. (2563). กระบวนการกลายเป็นสินค้าของอาหารพื้นเมือง: ภูเก็ตสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร. **วารสารวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง**, 9 (1), 142-153.

ณัฐภัทร เทพพูลผล และกัลยา สว่างคง. (2566). การรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดตรังที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย. **วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี**, 12 (1), 90-100.

ณิชากร ศรีเพชรดี. (2562). **Social awareness** ฝึกเด็ก ๆ เข้าไปถึงใจคนอื่นด้วยคำถาม “ถ้าเป็นเรา-เราจะรู้สึกยังไง”. ค้นเมื่อ 23 มิถุนายน 2568, จาก <https://thepotential.org/knowledge/social-awareness/>

นพวรรณ ยอดธรรม. (2558). **การจัดประสบการณ์การเรียนรู้ตามแนววิถีประมงพื้นบ้านเพื่อส่งเสริมความตระหนักทางวัฒนธรรมในเด็กปฐมวัย**. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาปฐมวัยศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

นันท์ธิกาญจน์ ฤทธิเทวา. (2563). **ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวและคุณค่าที่ได้รับจากการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการและพัฒนาธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

นันท์นภัสร์ พันธวงศ์ และปิยะนันท์ หิรัญย์โลทร. (2565). ผลการจัดกิจกรรมประกอบอาหารอาเซียนที่มีต่อการตระหนักรู้ทางวัฒนธรรมของเด็กปฐมวัย. **วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ**, 22 (2), 176-188.

บุศย์สรลลี บุตรอามาตย์. (2564). **ความตระหนักทางวัฒนธรรมผ่านการอ่านและการเขียนพรรณนาของนักเรียนร่วมกับการเรียนรู้โดยใช้ศิลปะเป็นฐาน**. การค้นคว้าอิสระการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาวิจัยและประเมินทางการศึกษา มหาวิทยาลัยนเรศวร.

เบตชี (Betshy). (2567). **ความตระหนักรู้ทางวัฒนธรรมและความอ่อนไหว: การเปิดรับความแตกต่างเพื่อโลกที่ดีกว่า**. ค้นเมื่อ 23 ตุลาคม 2567, จาก <https://betshy.com/th/2024/02/21/cultural-awareness-sensitivity-embracing-differences-for-a-better-world/>

ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2567). **ก.ท่องเที่ยวฯ เล็งยกระดับการท่องเที่ยว 3 จังหวัดชายแดนใต้**. ค้นเมื่อ 23 ตุลาคม 2567, จาก <https://www.prachachat.net/tourism/news-1511205>

- พรนภัทร์ ธนาภิจสุวิสิฐ. (2561). **ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการกลับมาเที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา จังหวัดน่าน**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พระอธิการคติ กตปุญโญ (ไชยวงศ์). (2567). การอยู่ร่วมกันในสังคมพหุวัฒนธรรมในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้. **วารสารมหาจุฬานาครธรรม์**, 11 (9), 99-109.
- พิราکان (Phirakan). (2565). **5 อาหารท้องถิ่นชายแดนใต้ มาเยือนแล้ว ห้ามพลาด!**. ค้นเมื่อ 23 ตุลาคม 2567, จาก <https://food.trueid.net/detail/703Lnw9L5kRZ>
- มีนา ระเด่นอาหมัด, วรรณภา แซ่เซ่น และนิมารูนิ หะยีวาเงาะ. (2562). **ภูมิปัญญาท้องถิ่นอาหารสามวัฒนธรรม จังหวัดชายแดนใต้**. ค้นเมื่อ 23 ตุลาคม 2567, จาก <https://wb.yru.ac.th/bitstream/yr/6278/2/2562-27th%20Watpon%20TSU%20Proceedings%20343-357.pdf>
- วรรณภา อุดมผล. (2565). **รายงานการวิจัยเรื่อง การศึกษาระดับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก**. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วีรภัทร เพชรสุทธิ. (2567). **ททท.นราธิวาส ปลื้มนายกรัฐมนตรีเตรียมลงพื้นที่ จชต.มั่นใจสามารถโปรโมทการท่องเที่ยว 3 จังหวัดชายแดนใต้ให้บูม**. ค้นเมื่อ 24 ตุลาคม 2567, จาก <https://thainews.prd.go.th/regionnews/news/view/119987/?bid=1>
- ศิริรงค์ ทับสายทอง. (2530). **จิตวิทยาผู้ใหญ่**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศูนย์ประชาสัมพันธ์กองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายในภาค 4 ส่วนหน้า. (2567). **นายกฯ ลงใต้ 3 วัน 2 คืน กระตุ้นบรรยากาศท่องเที่ยวชายแดนใต้ ครอบคลุมมิติการพัฒนาเศรษฐกิจ และความมั่นคงสงบสุขในพื้นที่**. ค้นเมื่อ 24 ตุลาคม 2567, จาก <https://www.southpeace.go.th/?p=97020>
- สุรพงษ์ คงสัตย์ และธีรชาติ ธรรมวงศ์. (2558). **การหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC)**. ค้นเมื่อ 23 มีนาคม 2568, จาก <https://www.mcu.ac.th/article/detail/14329>
- หลิววี และฐิตียา ปราโมทย์. (2566). **อิทธิพลของภาพลักษณ์การท่องเที่ยวและความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวจีนในนครเฉิงตู สาธารณรัฐประชาชนจีน**. **วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี**, 10 (1), 219-235.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2564). **ยกระดับภาพลักษณ์ 3 จังหวัดชายแดนใต้**. ค้นเมื่อ 24 ตุลาคม 2567, จาก <https://www.dasta.or.th/th/article/361>
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2554). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อรุณวา (Aroonwa). (2562). **ทำไมเราจึงควรบริโภคอาหารท้องถิ่น**. ค้นเมื่อ 24 ตุลาคม 2567, จาก <https://thaicityfarm.com/2019/07/16/>

อารยา สุวรรณสุจริต. (2561). การตระหนักรู้ทางวัฒนธรรม ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว และความกลัวการรับประทานอาหารแปลกใหม่ที่มีผลต่อแนวโน้มในการรับประทานอาหารท้องถิ่นจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

Askin, H. & Colton, R. R. (1963). **Tables for statisticians**. New York: Barnes & Noble.

Athena, H. M. (2012). Factors influencing tourist food consumption. **International Journal of Hospitality Management**, 31, 928-936.

Dickman, S. (1996). **Tourism: An introductory text**. Sydney: Hodder Education.

Fong, E. H., Catagnus, R. M., Brodhead, M. T., Quigley, S. & Field, S. (2016). Developing the cultural awareness skills of behavior analysts. **Behavior Analysis in Practice**, 9 (1), 84-94.

Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010). **Multivariate data analysis**. New Jersey: Prentice Hall.

Tiganis, A. & Tsakiridou, E. (2022). Local food consumption by foreign tourists in Greece. **International Journal of Tourism Policy**, 12 (1), 70-83.

Tsiotsou, R. H. & Goldsmith, R. E. (2012). **Strategic marketing in tourism services**. Bingley, UK: Emerald Group.