



แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย  
พื้นที่อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

Motivation of Thai Generation Y Tourists Towards Gastronomy Tourism  
In San Sai District Area Chiangmai Province

วรรณภา สิทธาจารย์

सानิต ศิริวิศิษฐ์กุล

อนันต์ ธรรมชาลัย

มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

Wanrapa Sittajarn

Saint Sirivistkul

Anan Thamchalai

North Bangkok University

Email: wanraphasitthajarn@gmail.com

วันที่รับบทความ: 1 กันยายน 2567; วันที่แก้ไขบทความ 18 กันยายน 2567; วันที่ตอบรับบทความ: 20 กันยายน 2567

Received: September 1, 2024; Revised: September 18, 2024; Accepted: September 20, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย พื้นที่อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย พื้นที่อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล และ 3) เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย พื้นที่อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ที่มาใช้บริการร้านอาหารที่เข้าร่วมโครงการวัฒนธรรมอาหารล้านนา กับเทศบาลตำบลสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 16 ร้าน โดยการแจกจ่ายแอปพลิเคชัน จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน T-test, F-test

ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย พื้นที่อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีแรงจูงใจด้านปัจจัยดึงดูดมากกว่าแรงจูงใจด้านปัจจัยผลักดัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า 1) แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย พื้นที่อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ เมื่อจำแนกตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลไม่แตกต่างกัน 2) แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย พื้นที่อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่เมื่อจำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่ามีความแตกต่างกันในด้านประสบการณ์การมาท่องเที่ยว และรูปแบบการมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**คำสำคัญ:** แรงจูงใจ; การท่องเที่ยวเชิงอาหาร; เจนเนอเรชันวาย

### Abstract

The objective of this research were to: 1) study the level of motivation for food tourism among Generation Y tourists in San Sai District, Chiang Mai Province; 2) compare the motivation for food tourism among Generation Y tourists in San Sai District, Chiang Mai Province, based on personal characteristics; and 3) compare the motivation for food tourism among Generation Y tourists in San Sai District, Chiang Mai Province, based on tourism behavior. Data were collected from Generation Y tourists who visited 16 restaurants participating in the Lanna Food Culture Project with San Sai Subdistrict Municipality, Chiang Mai Province, through an app, with a total of 400 respondents. The statistical methods used for data analysis included mean, standard deviation, t-test, and F-test.

The research findings indicated that the overall motivation for food tourism among Generation Y tourists in San Sai District, Chiang Mai Province, was at a high level. When examining specific aspects, it was found that motivation related to pull factors was higher than motivation related to push factors.

The hypothesis testing revealed that: 1) the motivation for food tourism among Generation Y tourists in San Sai District, Chiang Mai Province, did not differ based on personal characteristics; 2) the motivation for food tourism among Generation Y tourists in San Sai District, Chiang Mai Province, differed based on tourism behavior, with significant differences observed in terms of tourism experience and tourism patterns at the .05 level

**Keywords:** Motivation; Gastronomy Tourism; Generation Y

### บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) หมายถึง การเดินทางหรือการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์หลักในการสัมผัสและสำรวจประสบการณ์ทางอาหาร ซึ่งรวมถึงการลองชิมอาหารท้องถิ่น เรียนรู้เกี่ยวกับวิธีการทำอาหาร และเข้าใจวัฒนธรรมอาหารของพื้นที่ที่ไปเยือนเริ่มได้รับความนิยมอย่างชัดเจนในช่วงปลายศตวรรษที่ 20 (Harris, C. ,2003) แต่การเดินทางเพื่อสัมผัสประสบการณ์ทางอาหารมีมานานกว่านั้น อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเชิงอาหารในรูปแบบที่เราคุ้นเคยในปัจจุบันมีความเป็นมาและพัฒนาการดังนี้

ก่อนศตวรรษที่ 20 การเดินทางเพื่อธุรกิจและการค้า: ในอดีต การเดินทางที่เกี่ยวข้องกับอาหารมักเป็นการเดินทางเพื่อการค้าและธุรกิจ เช่น การค้าส่งวัตถุดิบอาหารในยุโรปและเอเชีย การเดินทางเหล่านี้มักเน้นไปที่การจัดหาสินค้าและวัตถุดิบมากกว่าการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสประสบการณ์ทางอาหาร

ช่วงต้นศตวรรษที่ 20 การเริ่มต้นของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร: การท่องเที่ยวเชิงอาหารเริ่มได้รับความสนใจมากขึ้นในช่วงต้นศตวรรษที่ 20 นักท่องเที่ยวเริ่มมองหาโอกาสในการสัมผัสประสบการณ์ทางอาหารที่หลากหลายและท้องถิ่น ช่วงปลายศตวรรษที่ 20 การเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร: การท่องเที่ยวเชิงอาหารเริ่มเป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง (Hjalager, A. M., & Richards, G., 2002) ในช่วงปลายศตวรรษที่ 20 สาเหตุหนึ่งคือการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวในการสัมผัสประสบการณ์ใหม่ ๆ รวมถึงการลองชิมอาหารท้องถิ่น

ยุคปัจจุบัน : การพัฒนาและความหลากหลายในยุคปัจจุบัน การท่องเที่ยวเชิงอาหารได้พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว โดยมีการจัดกิจกรรมและทัวร์ที่เน้นไปที่การสัมผัสประสบการณ์ทางอาหารเป็นหลัก นักท่องเที่ยวมีทางเลือกในการเลือกกิจกรรมต่างๆ เช่น การเข้าร่วมคลาสเรียนทำอาหาร การท่องเที่ยวเพื่อชิมไวน์ การสำรวจตลาดท้องถิ่น และการเข้าร่วมงานเทศกาลอาหาร (Boniface, B., & Fowler, D. 1993)

สำหรับพื้นที่อำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ เป็นอำเภอที่ได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐด้านวัฒนธรรมการประกอบอาหาร มีรายการอาหารพื้นบ้านที่เป็นที่นิยมมาก สำหรับนักท่องเที่ยวคือ น้ำเงี้ยว ที่มีสูตรเฉพาะตัวและต้นตำหรับที่ไม่เหมือนใคร ลักษณะน้ำเงี้ยวของคนใน กลุ่มแม่บ้านชาวสนทรายล้วนมีฝีมือเอกกว่าใครในพื้นที่ปฐพี น้ำเงี้ยวของแม่ครัวสนทรายเข้มข้น และส่วนใหญ่เป็นแม่ครัวมือเด็บ เหตุนี้จึงทำให้จากเมนูพื้นบ้านที่ห่างหายจากความนิยมไป กลับมาเป็นที่ยอมรับจากนักท่องเที่ยวเชิงอาหารเงินเนอร์เรชั่นวาย ทำให้เห็นว่าอาหารเป็นตัวบ่งชี้ไปถึงภาพรวมของเศรษฐกิจการท่องเที่ยวได้ เพราะหากเป็นที่นิยมและเป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยว จะทำให้ชาวบ้านนั้นมีรายได้ และขับเคลื่อนการท่องเที่ยวในประเทศไทยให้ดียิ่งขึ้นอีกด้วย แต่ทำไมต้องเป็นเงินเนอร์เรชั่นวาย เพราะเงินเนอร์เรชั่นยานั้นเป็นช่วงวัยที่ต้องการทำหาย พิสูจน์ และอยากรู้อยากลอง รวมถึงการสร้างสรรความแปลกใหม่ได้อีกด้วย ในการสร้างสรรค์สื่อนี้ช่วยให้หันต่อโลก ต่อยุคสมัย และเหตุนี้ทำให้นักท่องเที่ยว ได้มีโอกาสรับรู้ข่าวสารและตามมาท่องเที่ยว เพื่อเป็นการประกอบการตัดสินใจได้เป็นอย่างดี สถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอสนทรายจัดได้น้อย แต่สนทรายเป็นเมืองแห่งอาหารการกิน สายกินต้องชื่นชอบ เพราะมีร้านอาหารอร่อยๆ นานาชาติตั้งอยู่ที่นี่มากมายหลายร้าน เนื่องจากมีชาวต่างชาติอาศัยอยู่มาก มีความเป็นนานาชาติที่ยังเต็มเปี่ยมไปด้วยกลิ่นอายของชนบท ในฐานะที่เชียงใหม่ยังคงเคยเป็นเมืองหลวงของอาณาจักรล้านนาแต่โบราณ มีคำเมืองเป็นภาษาท้องถิ่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวทั้งด้านประเพณี ศิลปะวัฒนธรรม และมีแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมาก จนหลายต่อหลายคนยกตำแหน่งเมืองตากอากาศยอดฮิตติดชาร์ตทุกปี ไม่ว่าจะฤดูร้อน ฝน หรือหนาว เชียงใหม่ก็มีเสน่ห์ในตัวเองแตกต่างกันออกไป นับว่าเป็นจังหวัดที่เที่ยวได้คุ้มค่าอย่างมากสำหรับเชียงใหม่ เพราะเมืองนี้เค้าเต็มเปี่ยมไปความงดงามในด้านศิลปะวัฒนธรรม ล้านนาแต่โบราณ สถาปัตยกรรมเก่าแก่ตามวัดวาอารามต่างๆและอาหารที่มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง

ด้วยเหตุผลนี้จึงเป็นโอกาสที่ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาถึงปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะกลุ่มที่อยู่ในช่วงวัยเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y: Gen Y) หรือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เกิดในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2530 - 2549 ซึ่งปัจจุบันมีอายุระหว่าง 18-37 ปี ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่เป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญของเศรษฐกิจของการท่องเที่ยว เพราะเป็นกลุ่มวัยที่มีความสามารถในการบริโภคที่ฟุ่มเฟือยในเรื่องการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยว การกินอยู่ โดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อกลางในการกระจายข่าวสาร อาทิเช่น Youtube, TikTok, Instagram, Line เป็นต้น ซึ่งสื่อเหล่านี้สามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักความเป็นอยู่และการท่องเที่ยวและการกินอาหารของคนพื้นเมือง หรืออาหารพื้นเมืองเป็นอย่างดี ดังนั้นการได้รับทราบว่าคุณภาพนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีปัจจัยใดบ้างที่ใช้เป็นแรงจูงใจสำคัญในการเลือกมาท่องเที่ยวที่อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งแก่ผู้ประกอบการด้านอาหารพื้นเมือง หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเชียงใหม่ ในการนำไปปรับใช้เป็นกลยุทธ์เพื่อความสามารถในการแข่งขัน และเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐในการใช้เป็นข้อมูลกำหนดแนวทางวางแผนพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ตามเป้าหมาย ซึ่งเป็นที่มาของเศรษฐกิจชุมชนอำเภอสันทราย และเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ได้อย่างแท้จริง การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นแนวทางที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลมากในกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย โดยมีความสำคัญในการส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น สนับสนุนเศรษฐกิจ และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่มีคุณค่าและเป็นเอกลักษณ์ และการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการเดินทางที่มุ่งเน้นไปที่การสำรวจและสัมผัสประสบการณ์ทางอาหาร ซึ่งช่วยให้ผู้เดินทางได้รับความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมของพื้นที่นั้น ๆ ผ่านการชิมอาหารและเรียนรู้เกี่ยวกับวิธีการทำอาหาร นอกจากนี้ยังมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่นและสร้างความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นแนวทางที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลมากในกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย โดยมีความสำคัญในการส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น สนับสนุนเศรษฐกิจ และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่มีคุณค่าและเป็นเอกลักษณ์

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

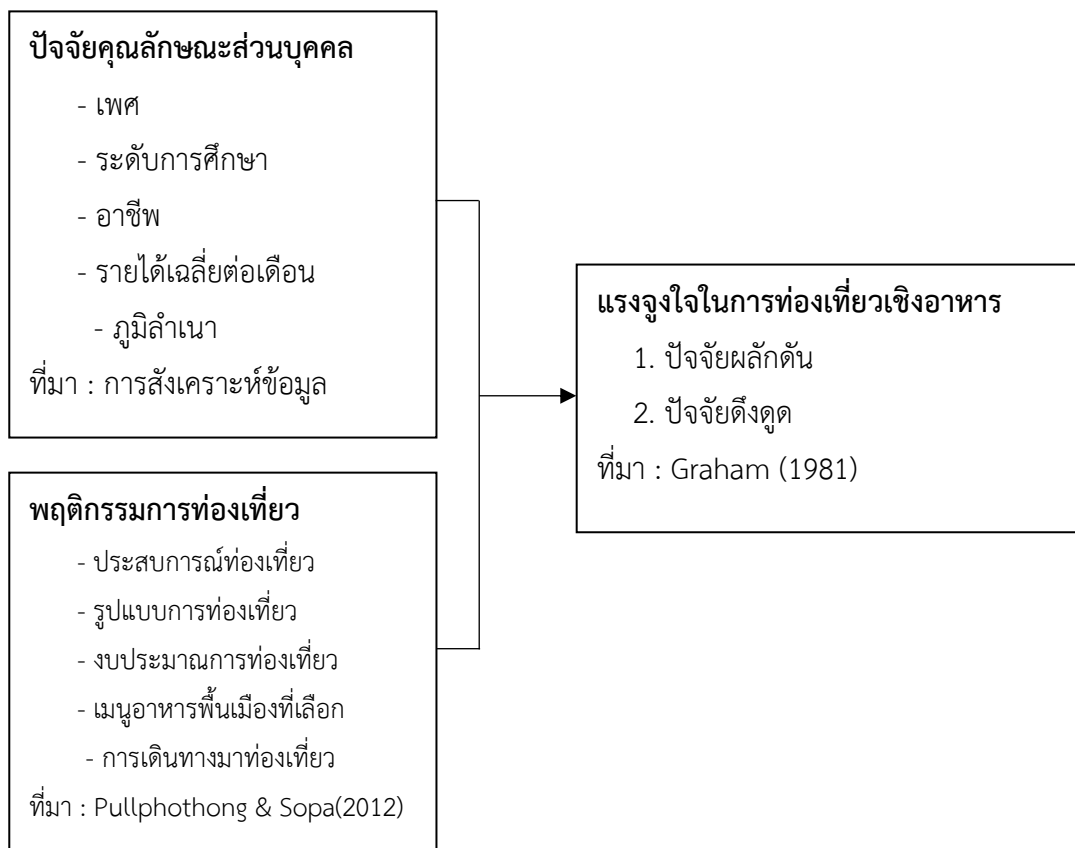
1. เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย พื้นที่อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย พื้นที่อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย พื้นที่อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ของ Graham M.S. Dann (1981) ในการนำปัจจัยดึงดูด ปัจจัยผลักดัน และปัจจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ ดังนี้

#### ตัวแปรอิสระ

#### ตัวแปรตาม



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### สมมติฐานในการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลต่างกัน มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารแตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมกรท่องเที่ยวต่างกัน มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารแตกต่างกัน

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยผู้วิจัยมีระเบียบวิธีวิจัยตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

## 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

### 1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชันวาย (ผู้ที่เกิดในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2530 - 2549 ซึ่งปัจจุบันมีอายุระหว่าง 18-37 ปี) ที่มาใช้บริการร้านอาหารที่เข้าร่วมโครงการวัฒนธรรมอาหารล้านนาเกี่ยวกับที่ว่าการอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 16 ร้าน โดยการจองผ่านแอปพลิเคชัน ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

### 1.2 กลุ่มตัวอย่าง

นำมาคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ โคครัน (Cochran, 1963) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2549: 74) โดยมีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{P(1-P)Z^2}{E^2}$$

เมื่อ  $n$  = ขนาดตัวอย่าง

$P$  = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำลังสุ่ม .50

$Z$  = ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้

$Z$  มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (ระดับ .05)

$E$  = ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้น = .05

$$\text{แทนค่า} \quad n = \frac{(.05)(1-.5)(1.96)^2}{(.05)^2}$$

$$n = 384.16$$

จากการคำนวณได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน ทั้งนี้เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนของข้อมูลที่อาจพบความไม่สมบูรณ์ และความครอบคลุมในการประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เป็นจำนวน 400 คน ดังนี้

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามเพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยมีข้อมูลการสร้างเครื่องมือและการหาคุณภาพของเครื่องมือ ดังนี้

1. การทดสอบความตรง (Validity) ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยการนำแบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสมของเนื้อหาจากอาจารย์ที่ปรึกษา มาจัดทำแบบตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ เพื่อหาความสอดคล้องโดยอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ได้ค่า IOC = 1.00

2. การวิเคราะห์ค่าความเที่ยง (Reliability) ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยการเก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยวเชิงอาหารกลุ่มเจนเนอเรชันวายในพื้นที่อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 30 คน จากนั้นนำมาวัดความสอดคล้องภายใน โดยการหาค่าครอนบักอัลฟา (Cronbach's Alpha) 0.927 หลังจากนั้นจึงได้นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปทำการเก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่าง เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย

คะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง ระดับแรงจูงใจมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง ระดับแรงจูงใจมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง ระดับแรงจูงใจปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง ระดับแรงจูงใจน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง ระดับแรงจูงใจน้อยที่สุด

#### ตารางที่ 1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

| ร้านอาหารที่จำหน่ายพื้นเมืองและเข้าร่วมโครงการ | ตัวอย่าง (คน) |
|------------------------------------------------|---------------|
| 1. ร้านลำดัดข้าวแดง                            | 25            |
| 2. ร้านรสนิยม คอฟฟี่ สาขาหนองจ่อม              | 25            |
| 3. ร้านอาหารโอเคจู้ สาขาหนองจ่อม               | 25            |
| 4. ร้าน 88 Rustic Coffee Green                 | 25            |
| 5. ร้าน cnx gym                                | 25            |
| 6. ร้าน 186 คาเฟ่บาร์                          | 25            |
| 7. ร้านส้มตำจินดา                              | 25            |
| 8. ร้าน Fres From                              | 25            |
| 9. ร้านกาแฟยกล้อ                               | 25            |
| 10. ร้านกาแฟสดคอร์โต้                          | 25            |
| 11. ร้าน miss long doo coffee                  | 25            |
| 12. ร้าน hello sonshine                        | 25            |
| 13. ร้านประภาดา แอนด์ กิฟ                      | 25            |
| 14. ร้านฟาร์มฮักแม่โจ้                         | 25            |
| 15. ร้านกาแฟร่มหลวง                            | 25            |
| 16. ร้าน Beginning Cafe                        | 25            |
| รวม                                            | 400           |

จากนั้นทำการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลครบตามจำนวนที่กำหนดไว้



## สรุปผลการวิจัย

## ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามการวิจัย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 297 คน คิดเป็นร้อยละ 74.30 รองลงมา เพศชาย จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.70 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.50 รองลงมาได้แก่ น้อยกว่าปริญญาตรี จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.30 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.20 ตามลำดับ มีอาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 รองลงมา ได้แก่ นักเรียน / นักศึกษา จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 และ ธุรกิจส่วนตัว และอื่นๆ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 ตามลำดับ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,000 – 30,000 บาท จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.20 รองลงมา ได้แก่ น้อยกว่า 20,000 บาท จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.80 และ 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 ตามลำดับ และส่วนใหญ่ไม่ได้อาศัยอยู่ในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 68.20 รองลงมา อาศัยอยู่ในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.80

มีประสบการณ์การมาท่องเที่ยวเคมา 2-3 ครั้งจำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.80รองลงมา เพิ่งมาครั้งแรก จำนวน 102คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 และเคมา มากกว่า 3 ครั้ง จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.70 ตามลำดับ มีรูปแบบการมาท่องเที่ยวจัดการทุกอย่างด้วยตนเอง จำนวน 280คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาได้แก่ ซื้อแพคเกจทัวร์ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 และอื่นๆ เช่น มาบ้านญาติ มางานพิธี การ เป็นต้น จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 ตามลำดับ มีงบประมาณสำหรับรับประทานอาหารน้อยกว่า 700 บาท จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมา ได้แก่ 700 – 1,500 บาท จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 และ 1,501 บาท ขึ้นไป จำนวน 44คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 ตามลำดับ เมนูอาหารพื้นเมืองที่ทานเคมาบ่อยที่สุดคือ ข้าวซอย จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 รองลงมา ได้แก่ น้ำเงี้ยว และไส้อั่ว จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 น้ำพริกอ่อง จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.80 ลาบเหนือ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80 และ อื่นๆ เช่น แกงฮังเล น้ำพริกหนุ่ม แกงอ่อมจิ้น ส้มตำ หมูน้ำตก เป็นต้น จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 12.90 ตามลำดับ การเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอสนทรายครั้งนี้ ส่วนใหญ่มาคนเดียว จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมา เพื่อน / ญาติ / ครอบครัว จำนวน 136คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 และ อื่นๆ เช่น บุคคลในที่ทำงานรับรองลูกค้า เป็นต้น จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 ตามลำดับ โดยพบผลการวิจัยดังนี้



### 1. แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย พื้นที่อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 1 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย พื้นที่อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

| แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยว<br>กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย | $\bar{X}$ | S.D.  | การแปล<br>ความหมาย |
|--------------------------------------------------------------------------|-----------|-------|--------------------|
| 1. ปักจ้ายผลักดัน                                                        | 3.95      | 0.694 | มาก                |
| 2. ปักจ้ายดึงดูด                                                         | 4.01      | 0.723 | มาก                |
| รวม                                                                      | 3.98      | 0.709 | มาก                |

จากตารางที่ 1 พบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย พื้นที่อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.98$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย พื้นที่อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ มีแรงจูงใจด้านปักจ้ายดึงดูด (ค่าเฉลี่ย = 4.01) มากกว่า แรงจูงใจด้านปักจ้ายผลักดัน ( $\bar{X} = 3.95$ ) โดยจำแนกเป็นรายด้านได้ดังนี้

1.1 ด้านปักจ้ายผลักดัน พบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย พื้นที่อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ด้านปักจ้ายผลักดัน อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.95$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดได้แก่ ต้องการมีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดีขึ้น และต้องการพบปะผู้คนต่างวัฒนธรรม ในระดับที่เท่ากัน ( $\bar{X} = 4.05$ ) และค่าเฉลี่ยที่น้อยที่สุด ได้แก่ หลีกเลี่ยงอาหารที่มีความจำเจในชีวิตประจำวัน ( $\bar{X} = 3.55$ ) ตามลำดับ

1.2 ด้านปักจ้ายดึงดูด พบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย พื้นที่อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ด้านปักจ้ายดึงดูด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.01$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดได้แก่ ความหลากหลายของอาหารพื้นเมืองในอำเภอสันทราย ความสะอาดถูกสุขอนามัยของอาหารพื้นเมืองในอำเภอสันทราย และบรรยากาศของร้านอาหารพื้นเมืองในอำเภอสันทราย ในสัดส่วนที่เท่ากัน ( $\bar{X} = 4.07$ ) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยที่น้อยที่สุด ได้แก่ การให้บริการที่มีประสิทธิภาพของพนักงานร้านอาหารพื้นเมืองในอำเภอสันทราย และความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอสันทราย ในสัดส่วนที่เท่ากัน ( $\bar{X} = 3.94$ ) ตามลำดับ

## 2. การเปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชันวาย พื้นที่อำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชันวาย พื้นที่อำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล

|              | เพศ     |      | ระดับการศึกษา |      | อาชีพ   |      | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน |      | ภูมิลำเนา |      |
|--------------|---------|------|---------------|------|---------|------|----------------------|------|-----------|------|
|              | t/F     | P-   | t/F           | P-   | t/F     | P-   | t/F                  | P-   | t/F       | P-   |
|              | value   |      | value         |      | value   |      | value                |      | value     |      |
| ปัจจัย       | 1.180** | .240 | .740*         | .478 | -.624   | .600 | .808**               | .446 | 1.256     | .263 |
| ผลักดัน      |         |      |               |      |         |      |                      |      |           |      |
| ปัจจัยดึงดูด | .491**  | .624 | .705**        | .495 | 1.287** | .278 | .218**               | .805 | .003**    | .954 |
| ภาพรวม       |         |      | .715**        | .490 | 1.214** | .304 | .565**               | .569 | .300**    | .584 |

จากตารางที่ 2 พบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชันวาย พื้นที่อำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ ไม่แตกต่างกันเมื่อจำแนกตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ โดยจำแนกได้ดังนี้

2.1 จำแนกตามเพศ พบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชันวาย พื้นที่อำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชันวาย พื้นที่อำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศไม่มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.2 จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชันวาย พื้นที่อำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ ภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกันตามระดับการศึกษา ( $F = .715$ , Sig. = .490) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชันวาย ทุกด้านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.3 จำแนกตามอาชีพ พบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชันวาย พื้นที่อำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ ภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกันตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ( $F = .701$ , Sig. = .497) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชันวาย ทุกด้านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.4 จำแนกตามภูมิลำเนา พบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชันวาย พื้นที่อำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ ภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกันตามภูมิลำเนา ( $F = .300$ , Sig. = .584) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชันวาย ทุกด้านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

### 3. การเปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชันวาย พื้นที่อำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชันวาย  
พื้นที่อำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว

| ปัจจัยจูงใจ       | ประสบการณ์<br>การท่องเที่ยว |             | รูปแบบการ<br>ท่องเที่ยว |             | งบประมาณ<br>สำหรับ<br>รับประทาน<br>อาหารพื้นเมือง |             | เมนูอาหาร<br>พื้นเมืองที่เคย<br>รับประทาน |             | การเดินทางมา<br>ท่องเที่ยวใน<br>พื้นที่อำเภอสน<br>ทราย |             |
|-------------------|-----------------------------|-------------|-------------------------|-------------|---------------------------------------------------|-------------|-------------------------------------------|-------------|--------------------------------------------------------|-------------|
|                   | t/F                         | P-<br>Value | t/F                     | P-<br>Value | t/F                                               | P-<br>Value | t/F                                       | P-<br>Value | t/F                                                    | P-<br>value |
| ปัจจัย<br>ผลักดัน | 5.853*                      | .003        | 3.605*                  | .028        | .804                                              | .433        | .308                                      | .908        | .197                                                   | .821        |
| ปัจจัยดึงดูด      | 1.056                       | .349        | .600                    | .550        | .321                                              | .726        | 1.179                                     | .319        | .574                                                   | .564        |
| ภาพรวม            | 3.528                       | .060        | 1.529                   | .218        | .590                                              | .551        | .826                                      | .531        | .071                                                   | .931        |

จากผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชันวาย  
พื้นที่อำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่ามีความ  
แตกต่างกันในด้านประสบการณ์การมาท่องเที่ยว และรูปแบบการมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่  
ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ นอกจากนั้นในด้านงบประมาณสำหรับรับประทานอาหาร  
พื้นเมือง ด้านเมนูอาหารพื้นเมือง การเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอสนทราย ไม่มีความแตกต่างกัน โดย  
จำแนกได้ดังนี้

3.1 ด้านประสบการณ์การมาท่องเที่ยว พบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยว  
กลุ่มเจนเนอเรชันวาย พื้นที่อำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ ภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกันตาม ประสบการณ์  
การมาท่องเที่ยว ( $F = 3.528$ , Sig. = .060) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการ  
ท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชันวาย พื้นที่อำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ ด้านปัจจัย  
ผลักดัน มีความคิดเห็นแตกต่างกันในประสบการณ์การมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อ  
ทำการจำแนกรายคู่ โดยใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เคยมา มากกว่า 3  
ครั้ง มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เพิ่งมาครั้งแรก และเคยมา 2-3 ครั้ง อย่างมี  
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.2 ด้านรูปแบบการมาท่องเที่ยว พบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจน  
เนอเรชันวาย พื้นที่อำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวม ไม่แตกต่างกันตามรูปแบบการมาท่องเที่ยว ( $F =$   
1.529, Sig. = .218) แต่มีความแตกต่างกันเมื่อจำแนกตามปัจจัยผลักดัน โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จึงทำการจำแนกรายคู่ใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) และพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อแพคเกจทัวร์ มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรูปแบบการมาท่องเที่ยวจัดการทุกอย่างด้วยตนเอง และอื่นๆ เช่น มาบ้านญาติ มางานพิธีการ เป็นต้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

### อภิปรายผลการวิจัย

ความสำคัญของปัจจัยดึงดูดการที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายมีแรงจูงใจด้านปัจจัยดึงดูดสูงกว่าปัจจัยผลักดัน แสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบที่ดึงดูด เช่น อาหารที่มีเอกลักษณ์ ประสบการณ์การชิมอาหารที่แตกต่าง และกิจกรรมที่น่าสนใจเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ความสนใจในอาหารที่มีคุณภาพและประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีมีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาอื่นที่พบว่าปัจจัยดึงดูดมักมีผลมากกว่าปัจจัยผลักดันในการดึงดูดนักท่องเที่ยว (Hsu, Chen, & Ritchie, 2010). ความสำคัญของปัจจัยผลักดันแม้ว่าปัจจัยผลักดัน (เช่น ความจำเป็นหรือเหตุผลเฉพาะ) มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่า แต่ยังคงเป็นส่วนสำคัญในการกำหนดการเดินทางของนักท่องเที่ยว โดยปัจจัยเหล่านี้มักจะมีผลในระดับรองลงมา เช่น ความต้องการพักผ่อนหรือการหลีกเลี่ยงจากความเครียด อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าปัจจัยดึงดูดมีบทบาทสำคัญมากกว่าปัจจัยผลักดันในกรณีของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Crouch & Ritchie, 1999). ความสำคัญของการพัฒนาและการตลาด

การที่ปัจจัยดึงดูดมีความสำคัญสูงกว่าแสดงถึงความจำเป็นในการพัฒนากิจกรรมและประสบการณ์ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การจัดเทศกาลอาหารท้องถิ่น การสร้างประสบการณ์การทำอาหาร และการส่งเสริมอาหารท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ เพื่อเพิ่มความพึงพอใจและกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายงานวิจัยเรื่องแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย พื้นที่อำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย พื้นที่อำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล และจำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว จึงมีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 400 คนพบว่านักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลต่างกัน มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารแตกต่างกัน และนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างกัน มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารแตกต่างกันเนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายมีความพยายามที่จะสร้างประสบการณ์ด้านอาหารและการท่องเที่ยวเชิงอาหารในรูปแบบใหม่ที่แตกต่างออกไปตามกาลเวลาและยุคสมัยเนื่องจากปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงในด้านวัฒนธรรมการผลิตภัตตาคารของสินค้าและบริการซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการกระทำของนักท่องเที่ยว ทั้งหมดที่เกิดขึ้นไม่ว่าจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม โดยเป็นการกระทำที่มุ่งตอบสนองความต้องการสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งอีกทั้งนักท่องเที่ยวเชิงอาหารยังสามารถเรียนรู้วัฒนธรรมของท้องถิ่นจากคนในพื้นที่รวมถึงการได้พักผ่อนเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองในแต่ละฤดูกาลซึ่งสอดคล้องกับคำนิยามของ Macionis, & Cambourne

(2003) ได้ให้ไว้ว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นการ เดินทางไปในพื้นที่เพื่อการพักผ่อนรวมถึงการไปชมอาหาร งานเทศกาลอาหาร งานแสดงสินค้า ด้าน อาหาร การสาธิตการทำอาหาร รวมถึงการชิม ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพในพื้นที่นั้นๆ โดย นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสวัฒนธรรมของประเทศ หรือวัฒนธรรมท้องถิ่นที่แปลกใหม่ผ่านการชิม อาหาร ซึ่งรสชาติของอาหารจะสะท้อนถึงวัฒนธรรมของประเทศ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร จึงเป็นการท่องเที่ยวที่ใช้ประสาทสัมผัส ทุกความรู้สึกและส่งผลให้ อาหารเป็นศูนย์กลางสำคัญในประสบการณ์ท่องเที่ยว อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยว คือ ความรู้สึกและการกระทำที่นักท่องเที่ยวแสดงออก เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง โดยจะเกิดขึ้นในช่วงก่อน ช่วงระหว่าง และช่วงหลังการเดินทางท่องเที่ยวผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าประสบการณ์การมาท่องเที่ยวและรูปแบบการมาท่องเที่ยวมีผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร นักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวมากกว่าและมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลายมักจะมีแรงจูงใจสูงขึ้นในการสัมผัสประสบการณ์ใหม่ ๆ ทางด้านอาหาร ซึ่งเป็นการสนับสนุนผลการศึกษาในงานวิจัยที่ชี้ว่าประสบการณ์การท่องเที่ยวมีผลต่อความพึงพอใจและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว (Smith & Costello, 2009).

### องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

จากเรื่องแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในพื้นที่อำเภอสนทรายจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยทำให้ทราบถึงปัจจัยในการจูงใจให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายเข้ามาท่องเที่ยวเชิงอาหารที่สำคัญคือ ปัจจัยผลักดันได้แก่ กระแสการท่องเที่ยว อาหารพื้นเมือง ความแปลกใหม่ของอาหาร ความเป็นอาหารเพื่อสุขภาพและปัจจัยดึงดูด ได้แก่ ความหลากหลายของอาหาร รสชาติ ความสะอาด ราคา การบริการ ความเป็นมิตรของคนไทยในท้องถิ่น และความปลอดภัย ซึ่งองค์ความรู้ดังกล่าวสามารถนำมาใช้ในการปรับปรุงการท่องเที่ยวเชิงอาหารในอำเภอสนทรายจังหวัดเชียงใหม่หรือนำมาใช้เป็นตัวแบบในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในจังหวัดอื่นๆ

### ข้อเสนอแนะการวิจัย

#### 1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1.1 จากผลการวิจัยที่แสดงให้เห็นว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในพื้นที่อำเภอสนทรายมีระดับสูง โดยเฉพาะในด้านปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) ควรมุ่งเน้นการพัฒนาและส่งเสริมประสบการณ์การท่องเที่ยวที่โดดเด่นและมีเอกลักษณ์ เช่น การจัดกิจกรรมพิเศษเกี่ยวกับอาหารท้องถิ่น การแสดงการทำอาหารท้องถิ่นที่ไม่เหมือนใคร และการส่งเสริมเมนูอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น

1.2 ควรมีการเน้นการประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและความหลากหลายของอาหารท้องถิ่น ซึ่งจะช่วยให้ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ การสร้างเรื่องราว

เกี่ยวกับความเป็นมาของอาหารท้องถิ่นและการจัดเทศกาลอาหารที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมของพื้นที่ที่จะสามารถกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้

1.3 การใช้เทคโนโลยีในการส่งเสริมและจองบริการอาหาร เช่น การพัฒนาแอปพลิเคชันที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหาร การทำรีวิว และการจองที่สะดวก สามารถเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงและการวางแผนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชันวาย ซึ่งมักจะใช้เทคโนโลยีเป็นส่วนหนึ่งของการตัดสินใจในการท่องเที่ยว

1.4 การสร้างความร่วมมือกับธุรกิจอาหารท้องถิ่นและชุมชนในการพัฒนาและจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหาร เช่น การร่วมมือในการจัดทำแพ็คเกจทัวร์อาหาร การสร้างบัตรสมาชิกสำหรับส่วนลดและสิทธิประโยชน์พิเศษ สามารถกระตุ้นความสนใจและเพิ่มการเยี่ยมชมจากนักท่องเที่ยวได้

1.5 การติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่องของกิจกรรมและกลยุทธ์ที่นำมาใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารจะช่วยให้สามารถปรับปรุงและพัฒนาแผนการตลาดให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชันวายได้อย่างมีประสิทธิภาพ การเก็บข้อมูลข้อเสนอแนะและการวิเคราะห์ผลลัพธ์จะช่วยให้การทำความเข้าใจและตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้ดีขึ้น

## 2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว การวิจัยครั้งต่อไปควรเน้นการศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชันวายในด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยแยกพิจารณาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจในระดับบุคคลและกลุ่ม เช่น ความสำคัญของประสบการณ์อาหาร, การรับรู้คุณค่า, และความคาดหวังจากการท่องเที่ยว การใช้เทคนิคการวิจัยที่หลากหลาย เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสำรวจที่มีคุณภาพ จะช่วยให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดและครอบคลุมมากขึ้น

2.2 การเปรียบเทียบกับกลุ่มประชากรอื่นๆ การวิจัยควรขยายไปยังกลุ่มประชากรที่แตกต่าง เช่น นักท่องเที่ยวจากกลุ่มเจนเนอเรชันอื่นๆ หรือกลุ่มประชากรที่มีภูมิหลังทางวัฒนธรรมที่แตกต่าง เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจและความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การเปรียบเทียบนี้จะช่วยให้เห็นความแตกต่างและความคล้ายคลึงกันในแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มที่หลากหลาย

## เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา.(2549).การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows.พิมพ์ครั้งที่ 5.กรุงเทพฯ : ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- กัญญา ปรียาอิสรา. (2558).การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น : กรณีศึกษา จังหวัดเชียงใหม่. การศึกษาพิเศษ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา.(2555). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. นนทบุรี : หจก. เพ็ญข้าหลวง พรินต์ติ้ง แอนด์ พับลิชชิง





- Boniface P. and Fowler P.J. (1993). **Heritage and Tourism in the 'global village'**, London: Routledge.
- Cochran, W.G. (1963). Sampling Techniques. **A Wiley International Edition**. New York: John Wiley and Sones, Inc.
- Crouch, G. I., & Ritchie, J. R. B. (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. **Journal of Travel Research**, 38(1), 11-19.  
<https://doi.org/10.1177/004728759903800102>.
- Dann, G. M. (1981). Tourist Motivation an Appraisal. **Annals of Tourism Research**, 8, 187-219.
- Barnard, C. I. (1938). **The functions of the executive**. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Harris, C. (2003). “Food, travel, and trade in the early modern period”. In **Food in the Early Modern World: A Cultural History** (pp. 15-35). Routledge.
- Hjalager, A., & Richards, G. (2002). **Tourism and Gastronomic**. London: Routledge.
- Hsu, C. H. C., Chen, M. F., & Ritchie, J. R. B. (2010). Examining the relationships between service quality, customer satisfaction, and customer loyalty: A case study of food tourism. **Journal of Travel & Tourism Marketing**, 27(6), 743-758.  
<https://doi.org/10.1080/10509585.2010.530716>
- Smith, R., & Costello, T. (2009). Tourism experiences and the impact of food tourism. **Journal of Travel Research**, 48(4), 379-391. <https://doi.org/10.1177/0047287508321184>.
- Macionis, J. J., & Cambourne, B. (2003). **Tourism: Principles and practice**. Routledge.