

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

อาหาร ถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างมากในชีวิตประจำวันของมนุษย์ และถือว่าเป็นเรื่องที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรก ๆ ของมนุษย์หลาย ๆ คน ซึ่งแต่ละคนต่างมีวิถีในการรับประทานอาหารแตกต่างกันไป บางคนเลือกที่จะรับประทานอาหารหรือในโรงแรม บางคนเลือกที่จะทำอาหารรับประทานเองที่บ้าน แต่ในหลาย ๆ วิถีนี้นั้นมีกลุ่มหนึ่งเลือกที่จะรับประทานอาหารตามบาทวิถีริมทาง หรือรถเข็นริมทาง เพราะชีวิตความเป็นอยู่ที่เปลี่ยนไปมีสถานะที่รีบเร่งมากขึ้น การดำเนินชีวิตประจำวันมีเวลาจำกัด ทำให้คนส่วนใหญ่จำเป็นต้องใช้เวลาทำกิจกรรมต่าง ๆ น้อยลง รวมถึงเรื่องของการรับประทานอาหารและการประกอบอาหารด้วย ในชุมชนเมืองย่านการค้า ย่านที่อยู่อาศัย และย่านที่การจราจรผ่านได้ง่าย เช่น ย่านช้างเผือก ย่านสมเพชร ย่านประตูเชียงใหม่ เป็นต้น จึงเกิดการสร้างตลาดใจกลางเมืองขึ้นมาเพื่ออำนวยความสะดวกในการทำอาหาร หรือการรับประทานอาหารของคนในชุมชน นั่นเอง

การรับประทานอาหารเป็นถือเป็นหนึ่งใน กิจกรรมหลักที่นักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายเงินและมีเวลามากที่สุดประมาณ 1 ใน 3 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมดสำหรับการเดินทาง ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย รัฐบาลได้กำหนดนโยบายสนับสนุนการบริการให้แก่นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการบริการด้านอาหาร และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ปัจจุบันนี้นักท่องเที่ยวจำนวนมากมีพฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป กล่าวคือนักท่องเที่ยวเริ่มให้ความสนใจต่อการบริโภคอาหารริมทาง (Street Food) มากยิ่งขึ้น เนื่องจากมีราคาที่ไม่แพงมาก สะดวก รสชาติดีและอีกทั้งเปิดบริการตลอดคืน อาหารริมทางในประเทศไทยถือเป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นอาหารประจำพื้นที่ และถือเป็นวัฒนธรรมหนึ่งของการรับประทานอาหารของคนท้องถิ่น (เบญจมาภรณ์ ชำนาญญา, 2561) อาหารริมทางของไทยจึงมีเสน่ห์และขึ้นชื่อในเรื่องรสชาติและความหลากหลาย ดังนั้น ประเทศไทยจึงได้รับการยกย่องให้เป็นเมืองที่มีอาหารริมทางที่ดีที่สุดในโลกและได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเป็นอันมาก

เนื่องจากสำนักงานข่าว CNN International ของประเทศสหรัฐอเมริกาได้มีการสำรวจพื้นที่เพื่อจัดอันดับอาหารริมทางที่ดีที่สุดในโลก Best 23 cities for street food ประจำปี 2018 และผลของการสำรวจจาก 23 เมืองทั่วโลกที่มีอาหารริมทางดีที่สุดใน พบว่า กรุงเทพมหานคร อยู่อันดับที่ 1 จาก 23 ประเทศ ทางทีมข่าวจึงลงพื้นที่ไปสำรวจบรรยากาศของร้านอาหารริมทางโดยทำการสำรวจจาก 15 อันดับแรกของโลก(world's 15 best ranking) อันดับหนึ่ง จากการสำรวจ คือ กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย อันดับที่สอง กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น อันดับสามเมืองโฮโนลูลู รัฐฮาวาย ประเทศ

สหรัฐอเมริกา อันดับที่สูงเมืองเดอร์บัน ประเทศแอฟริกาใต้ อันดับที่ทำเมืองนิวยอร์กลินส์ รัฐลุยเซียนา ประเทศสหรัฐอเมริกา อันดับที่ทำเมือง อิสตันบูล ประเทศตุรกี อันดับที่ทำเมืองประเทศฮ่องกง อันดับที่ทำเมืองปารีส ประเทศฝรั่งเศส อันดับที่ทำเมือง แม็กซีโก ประเทศแม็กซีโก อันดับที่ทำเมืองกรุงไคโร ประเทศอียิปต์ อันดับที่ทำเมืองมาราเกช ประเทศโมร็อกโก อันดับที่ทำเมืองการ์ตาเกนา ประเทศโคลัมเบีย อันดับที่ทำเมืองพอร์ตแลนด์ รัฐออริกอน ประเทศสหรัฐอเมริกา อันดับที่ทำเมืองเมืองตาการ์ ประเทศเซเนกัล และอันดับที่ทำเมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2018 สำนักงานข่าว CNN Ranking

ตารางที่ 1.1 world's 15 best ranking , 2018

อันดับที่	เมือง	ประเทศ
1	กรุงเทพมหานคร	ประเทศไทย
2	กรุงโตเกียว	ประเทศญี่ปุ่น
3	เมืองไฮโนลูลู รัฐฮาวาย	ประเทศสหรัฐอเมริกา
4	เมืองเดอร์บัน	ประเทศแอฟริกาใต้
5	เมืองนิวยอร์กลินส์ รัฐลุยเซียนา	ประเทศสหรัฐอเมริกา
6	เมืองอิสตันบูล	ประเทศตุรกี
7	ฮ่องกง	ประเทศฮ่องกง
8	กรุงปารีส	ประเทศฝรั่งเศส
9	เมืองแม็กซีโก	ประเทศแม็กซีโก
10	กรุงไคโร	ประเทศอียิปต์
11	เมืองมาราเกช	ประเทศโมร็อกโก
12	เมืองการ์ตาเกนา	ประเทศโคลัมเบีย
13	เมืองพอร์ตแลนด์ รัฐออริกอน	ประเทศสหรัฐอเมริกา
14	เมืองตาการ์	ประเทศเซเนกัล
15	บาห์ลี	อินโดนีเซีย

ที่มา <https://edition.cnn.com/travel/article/best-cities-street-food/index.html>

CNN International ได้ทำการจัดอันดับ World's 23 best cities for street food ประจำปี 2018 ผลของการสำรวจพบว่า กรุงเทพฯ ได้อันดับหนึ่งเมืองที่ 1 อาหารริมทางดีที่สุดในโลก อีกครั้งหนึ่ง โดยการจัดอันดับของสื่อนานาชาติระดับโลกอย่าง CNN International นั้นสามารถสร้างอิทธิพลทางการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างมาก และสามารถเรียกความสนใจจากนักท่องเที่ยวเพื่อให้เดินทางมา

ท่องเที่ยวประเทศไทยได้เป็นอย่างดีและจากผลของการสำรวจทำให้คนไทยและชาวต่างชาติ ได้รู้ว่ามีอาหารริมทางของประเทศไทยเหนือกว่าประเทศอื่น ๆ สำนักงานข่าว CNN International ปี 2017 ยังพูดถึงอาหารริมทางของประเทศไทยบรรยายอย่างละเอียด ถึงประเทศไทยไว้ว่า เป็นเวลาหลายสิบปีที่ประเทศไทยเป็นเมืองที่น่าเที่ยวที่สุดในโลก ในฐานะที่เป็นเมืองที่น่าหลงใหลของผู้ที่หลงใหลในอาหาร อีกทั้งยังได้กล่าวถึงกรุงเทพมหานครของประเทศไทย ว่าถูกจัดให้เป็นเมืองที่มีอาหารริมทางที่ดีที่สุดในโลก อาหารริมทางของประเทศไทยถือเป็นสีสันหนึ่งแห่งการท่องเที่ยวอีกอย่างหนึ่งที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญ ซึ่งจากข้อมูลนี้ที่อาหารริมทางจึงเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ทำให้กระแสความนิยมอาหารริมทางแพร่กระจายได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งเป็นการสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยที่ทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเร่งการประชาสัมพันธ์ สนับสนุนอาหารริมทางเดินกันอย่างมาก ซึ่งปัจจุบันนี้อาหารริมทางเดินไม่ได้เป็นที่นิยมเพียงแค่ว่าที่กรุงเทพมหานครเท่านั้น แต่ได้เป็นที่นิยมแพร่หลายไปสู่หลายจังหวัดในประเทศไทยอีกด้วย

จังหวัดเชียงใหม่ขึ้นชื่อว่าเป็นจังหวัดที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวเพราะเชียงใหม่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องศิลปวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ รวมไปถึงอาหารเหนือท้องถิ่นและร้านอาหารที่ขึ้นชื่อมากมาย นอกจากนี้เชียงใหม่ยังมีร้านอาหารริมทางให้บริการยามค่ำคืนในตลาดโต้รุ่งหลายแห่งเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติจำนวนมาก แต่การเปิดบริการขายอาหารริมทางนั้น บางครั้งอาจจะทำตามความต้องการของผู้ขายมากเกินไปจนลืมนึกถึงความต้องการนักท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่นนักท่องเที่ยวอาจจะต้องการอาหารที่หลากหลาย อาหารท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิม ความสะอาดและความสะดวกสบายในการรับประทานอาหาร เป็นต้น ผู้วิจัยจึงเห็นถึงความสำคัญในการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อการบริโภคอาหารริมทางย่านตลาดโต้รุ่งในเขตคูเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่ วิธีการดำเนินงานเริ่มต้นโดยลงพื้นที่ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของตลาดอาหารกลางคืนในย่านคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ เก็บข้อมูลโดยการสังเกตพฤติกรรมบริการ และการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องเหมาะสมในการทำวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อการบริโภคอาหารริมทางย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่าจังหวัดเชียงใหม่จะเป็นพื้นฐานในการสร้างแนวทางการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานของตลาดอาหารริมทางย่านตลาดโต้รุ่งในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและจะช่วยให้ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปประยุกต์ใช้เพื่อปรับปรุง พัฒนาศักยภาพและยกระดับของตลาดอาหารริมทางย่านตลาดโต้รุ่งในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งนอกจากจะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวแล้วข้อเสนอแนะจากการวิจัยยังจะเป็นแนวทางในการสร้างความมั่นคงและความยั่งยืนทางเศรษฐกิจของชุมชนที่เกี่ยวข้องอีกด้วย

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 สสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อการบริโภคอาหารริมทางย่านตลาดโต้รุ่งในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่

1.2.2 วิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างประเภทนักท่องเที่ยวและเพศกับ ทัศนคติ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและรูปแบบการบริการของร้านค้าอาหารริมทาง ย่านตลาดโต้รุ่งในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่

1.2.3 สร้างแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาตลาดอาหารริมทาง ย่านตลาดโต้รุ่งในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่

1.3 ขอบเขตงานวิจัย

สำหรับการศึกษารั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้จำแนกขอบเขตได้ 4 ด้านดังนี้

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา โดยผู้วิจัยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

1.3.1.1 ทำการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารริมทางย่านตลาดโต้รุ่งในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่

1.3.1.2 ทำการศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อตลาดโต้รุ่งในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศที่บริโภคอาหารริมทางย่านตลาดโต้รุ่งในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่

1.3.3 ขอบเขตพื้นที่การศึกษา ผู้วิจัยทำการศึกษาและเก็บข้อมูลเฉพาะย่านตลาดอาหารกลางคืนในเขตคูเมืองเก่าจังหวัดประกอบด้วยตลาดรวม 3 แห่ง คือ ตลาดประตูเชียงใหม่ ตลาดประตูช้างเผือกและตลาดสมเพชร

1.3.4 ขอบเขตด้านระยะเวลาการศึกษา ระยะเวลา 12 เดือน ตั้งแต่ ตุลาคม 2562 – 30 กันยายน 2563

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 จะช่วยเพิ่มศักยภาพในการพัฒนาตลาดได้รุ่งในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการค้าอาหารริมทางและชุมชน

1.4.2 เพื่อนำผลวิจัยที่ได้นำไปใช้เป็นฐานข้อมูลให้แก่ผู้ที่สนใจที่จะทำการวิจัยเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อการบริโภคอาหารริมทาง ย่านตลาดได้รุ่งในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ และนำไปสู่การพัฒนาในเชิงปฏิบัติสำหรับงานวิจัยขั้นต่อไป

1.5 นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

1.5.1 ทัศนคตินักท่องเที่ยว (Tourist Attitude) หมายถึง การแสดงออกมาผ่านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในทางต่าง ๆ ทั้งการยอมรับและการปฏิเสธ

1.5.2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก

1.5.3 อาหารริมทาง (Street Food) หมายถึง อาหารพร้อมรับประทานหรือดื่มที่ขายข้างถนนหรือสถานที่สาธารณะต่าง ๆ เช่น ตลาด หรือ งานออกร้าน มักจะมาจากซุ้มขายอาหาร รถเข็นอาหารหรือรถบรรทุกอาหาร ขณะที่อาหารข้างถนนจะมีเฉพาะท้องถิ่น มักจะมีแพร่หลายตามบริเวณที่เป็นต้นกำเนิด อาหารข้างถนนส่วนใหญ่ยังแบ่งเป็นอาหารที่รับประทานด้วยนิ้วมือและอาหารจานด่วน และราคาถูกกว่าอาหารในภัตตาคาร ทุกวันนี้ ประชาชนอาจจะซื้ออาหารข้างถนนด้วยเหตุผลบางประการ เช่น เพื่อได้อาหารที่ราคาสมเหตุสมผลและรสชาติในสภาพแวดล้อมที่เป็นมิตร เพื่อลองอาหารพื้นเมืองของแต่ละชนชาติ เป็นต้น

1.6 วิธีการดำเนินงานวิจัย

1.6.1 การศึกษาเอกสาร หนังสือวิชาการ สื่อออนไลน์ เพื่อวิเคราะห์เกี่ยวกับเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการอาหารริมทาง

1.6.2 การใช้เครื่องมือแบบสอบถามสำรวจทัศนคติ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศต่อการบริโภคอาหารริมทางย่านตลาดได้รุ่งในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่

1.6.3 การสรุป สังเคราะห์ให้เห็นถึงทัศนคติ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อการบริโภคอาหารริมทางย่านตลาดได้รุ่งในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่

1.6.4 การใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) กับตัวแทนผู้ประกอบการร้านอาหารริมทาง และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้มาซึ่งสร้างแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาตลาดอาหารริมทาง ย่านตลาดโต้รุ่งในเขตคูเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่

1.7 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย