

HSS-09

การพัฒนาศักยภาพ การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น จังหวัดขอนแก่น  
Potential Development of Local Food Tourism in Khon Kaen Province

วัชรโรบล โกศลวิทยานันต์<sup>1</sup>, ดาริกาญจน์ วิชชาเดช<sup>2</sup>, และอาภาพรธรณ จันทนาม<sup>3</sup>

Watcharobon Kosonwitthayanan<sup>1</sup>, Darikarn wichadech<sup>2</sup>, and Apapan Jantanam<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> สาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

อีเมล: Watcharobon.yue@neu.ac.th

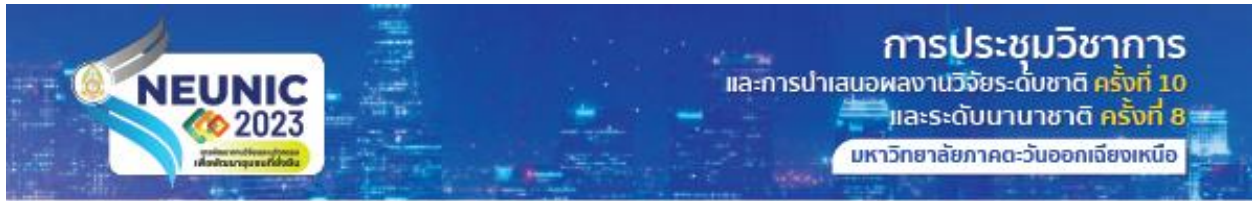
### บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสถานการณ์การปัจจุบันของการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น และ 2) เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น การศึกษานี้ มีวิธีดำเนินการวิจัยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวร้านอาหารพื้นถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จำนวน 400 คน ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย จากการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็น 68% มีอาชีพเป็นนักศึกษา 47.5% โดยมีอายุระหว่าง 21 - 25 ปี คิดเป็น 40.5% ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท คิดเป็น 36.5% และส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด 62% ความคาดหวังในการบริโภคอาหารไทย พบว่า การเข้าถึงร้านง่าย คิดเป็น 32.5% และอาหารมีให้เลือกหลากหลาย คิดเป็น 28% ส่วนใหญ่มากกับ ใครเพื่อน คิดเป็น 37.5% และมากกับคนรัก คิดเป็น 35.5% เหตุผลที่ท่านเลือกบริโภคอาหารไทย คือ อาหารอร่อย สะอาด และเพื่อสุขภาพที่ดีความถี่ในการบริโภคอาหารไทย คือ 1 - 2 ครั้งต่อสัปดาห์ ผู้มีส่วนในการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่น คือ เพื่อน คิดเป็น 50% ครอบครัว คิดเป็น 20.75%เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนบุคคล คิดเป็น 61% รถมอเตอร์ไซด์ คิดเป็น 25.5% จุดเด่นด้านอาหารไทย คือ รสชาติอาหาร คิดเป็น 35% ความสะอาด คิดเป็น 24.75% และอยากให้ปรับปรุง คือ วัตถุดิบ คิดเป็น 34.5% และภาชนะ คิดเป็น 12.5% โดยจะกลับมารับประทานแน่นอน คิดเป็น 52.75% และไม่แน่ใจ คิดเป็น 26%

คำสำคัญ: การท่องเที่ยว, อาหารพื้นถิ่น, นักท่องเที่ยว

### Abstract

This research article has the objectives of 1) studying the current situation of local food tourism in the municipality of Khon Kaen Province and 2) studying the behavior of tourists who travel for local food tourism in the municipality of Khon Kaen Province. This study uses a research method to collect data by using a questionnaire from a sample group of tourists who travel to local restaurants in the municipality of Khon Kaen Province—400 people by simple random sampling.



From the study, it was found that most of them were female, representing 68%; 47.5% were students, aged between 21-25 years, representing 40.5%; with an average monthly income of 10,001–15,000 baht, representing 36.5%; and most of them had single status (62%). Expectations of Thai food consumption found that easy access to restaurants accounted for 32.5%, a variety of food accounted for 28%, most came with friends, which accounted for 37.5%, and most came as couples, which accounted for 35.5%. The reason you choose to consume Thai food is because it is delicious, clean, and good for your health. The frequency of consuming Thai food is 1-2 times a week. Participants in decision-making for local food consumption are friends, representing 50% of the population; family, representing 20.75%; traveling by personal car, representing 61%; and motorcycles, representing 25.5%. The highlight of Thai food is its taste, which represents 35% of its cleanliness. accounted for 24.75% and would like to improve, that is, raw materials accounted for 34.5% and containers accounted for 12.5%, which would definitely come back to eat, accounted for 52.75% and was undecided, accounted for 26%.

**Keywords:** tourism, local food, tourists

### วัตถุประสงค์

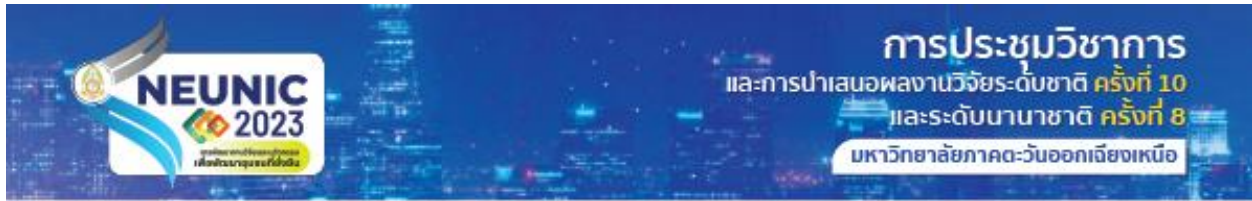
1. เพื่อศึกษาสถานการณ์การปัจจุบันของการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้ มีวิธีดำเนินการวิจัยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวร้านอาหารพื้นถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จำนวน 400 คน ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย รวมถึงการใช้วิธีวิจัยเอกสาร (Documentary Research) โดยรวบรวมและเรียบเรียงเอกสาร วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ ผ่านหนังสือ ตำรา บทความวิชาการ นิตยสาร สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ข้อมูลสถิติต่าง ๆ ทั้งจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อให้ได้มาซึ่งความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวที่สมบูรณ์มากขึ้น จากนั้นนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

### ผลการวิจัย

1. ผลศึกษาสถานการณ์การปัจจุบันของการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ส่วนประสมทางการตลาดด้านการท่องเที่ยวการพัฒนาศักยภาพ การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น จังหวัดขอนแก่น มีดังนี้  
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (Product) มีดังนี้ มีการบริการที่ดีต่อลูกค้า พุดจาสภาพ เรียบร้อย และ อาหารมีเอกลักษณ์ท้องถิ่น แต่ควรเพิ่มด้านความสะอาดและถูกสุขอนามัย



ด้านราคา (Price) มีดังนี้ ในด้านราคาไม่สูงและไม่ต่ำจนเกินไป ควรมีการตั้งจุดยืนที่ชัดเจนตั้งราคาคงที่ หากมีการเปลี่ยนแปลงราคาหรือวัตถุดิบควรแจ้งลูกค้า

ด้านสถานที่ (Place) มีดังนี้ มีสถานที่ที่มีความสะอาดเรียบร้อย ใกล้สิ่งอำนวยความสะดวก รวมทั้งสถานที่จอดรถรองรับลูกค้าได้เหมาะสม และอยู่ใกล้ในเมือง

ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีดังนี้ ควรมีการจัดโปรโมชั่นอยู่เสมอ มีกลยุทธ์เมื่อลูกค้าสั่งอาหารในปริมาณที่เยอะเราควรมีของแถมพิเศษให้เพื่อดึงดูดลูกค้า หรือมีการจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เช่น โปรโมชั่น 1 แกรม 1 หรือ 2 แกรม เป็นต้น โดยส่วนใหญ่ผู้ประกอบการเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเอง

ผลการศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ท้องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น มีดังนี้

จุดแข็ง (Strengths) มีดังนี้

1. สถานที่สามารถรองรับลูกค้าได้เป็นจำนวนมาก
2. ผู้ประกอบการได้รับการอบรมและมีศักยภาพในเรื่องการขาย
3. กลยุทธ์การตลาดที่น่าสนใจ
3. มีการจัดกระบวนการในรูปแบบการแบ่งชนิดของสินค้า

จุดอ่อน (Weaknesses) มีดังนี้

1. กระบวนการผลิตยังขาดการกำหนดวัตถุดิบให้เพียงพอกับราคาซื้อขาย
2. ราคาไม่เป็นไปตามที่คาดหวังของผู้ประกอบการ
3. ผู้ซื้อ มีต้นทุนน้อยอาจมีกำลังซื้อต่ำ

โอกาส (Opportunities) มีดังนี้

1. มีการพบปะระหว่างผู้ขาย- ผู้ซื้อ
2. ได้รับการสนับสนุนหรือส่งเสริมจากหน่วยงานภายนอก
3. มีทุนการขายมากขึ้น
4. มีการเปิดตลาดใหม่ มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น

อุปสรรค (Threats) มีดังนี้

1. ในเรื่องกฎหมายท้องถิ่น การขายบนถนน เช่นปิด ถนน อาจทำให้ไม่สะดวกในการซื้อขาย
2. การปิดถนนอาจทำให้มีลูกค้าไม่สม่ำเสมอ ซึ่งเราคาดการณ์ไม่ได้
3. คู่แข่งทางการค้า เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ
4. ผู้คนส่วนมากทานอาหารฝรั่งและอาหารไทย

2. ผลการวิเคราะห์ศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่นจำนวน 400 คน เป็นดังนี้



ตารางที่ 1 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ด้านเพศ

เพศ	ร้อยละ %
เพศหญิง	68%
เพศชาย	32%
รวม	100%

ตารางที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ด้านอายุ

อายุ	ร้อยละ %
10 – 14 ปี	-
15 – 20 ปี	7%
21 - 25 ปี	40.5%
26 – 30 ปี	35.5%
มากกว่า 30 ปี	16%
รวม	100%

ตารางที่ 3 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ด้านอาชีพ

อาชีพ	ร้อยละ %
นักศึกษา	47.5%
ค้าขาย	18.5%
ธุรกิจส่วนตัว	10%
อื่นๆ ฯลฯ	24%
รวม	100%

ตารางที่ 4 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ด้านรายได้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ร้อยละ %
0 – 5,000 บาท	2.5%
5,001 – 10,000 บาท	14%
10,001 – 15,000 บาท	36.5%
15,000 - 20,000 บาท	27.5%
มากกว่า 20,000 บาท	19.5%
รวม	100%



ตารางที่ 5 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ด้านสถานภาพ

สถานภาพ	ร้อยละ %
โสด	62%
สมรส	34.5%
หม้าย/ หย่าร้าง	2.5%

จากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็น 68% มีอาชีพเป็นนักศึกษา 47.5% โดยมีอายุระหว่าง 21 - 25 ปี คิดเป็น 40.5% ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท คิดเป็น 36.5% และส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด 62%

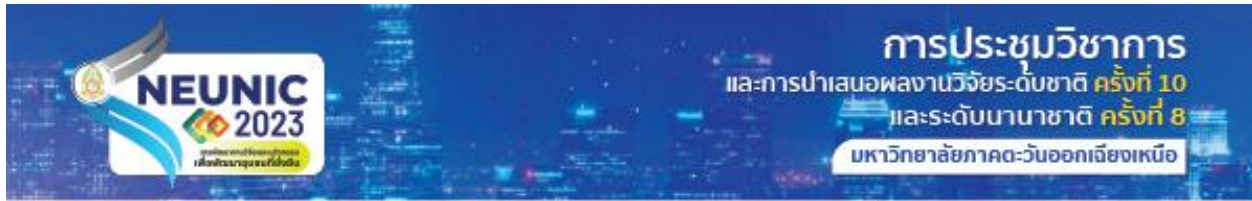
ความคาดหวังในการบริโภคอาหารไทย พบว่า การเข้าถึงร้านง่าย คิดเป็น 32.5% และอาหารมีให้เลือกหลากหลาย คิดเป็น 28% ส่วนใหญ่มากับเพื่อน คิดเป็น 37.5% และมากับคนรัก คิดเป็น 35.5% เหตุผลที่ท่านเลือกบริโภคอาหารไทย คือ อาหารอร่อย สะอาด และเพื่อสุขภาพที่ดีความถี่ในการบริโภคอาหารไทย คือ 1 - 2 ครั้งต่อสัปดาห์ ผู้มีส่วนในการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่น คือ เพื่อน คิดเป็น 50% ครอบครัว คิดเป็น 20.75% เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนบุคคล คิดเป็น 61% รถมอเตอร์ไซด์ คิดเป็น 25.5% จุดเด่นด้านอาหารไทย คือ รสชาติอาหาร คิดเป็น 35% ความสะอาด คิดเป็น 24.75% และอยากให้ปรับปรุง คือ วัตถุดิบ คิดเป็น 34.5% และภาชนะ คิดเป็น 12.5% โดยจะกลับมารับประทานแน่นอน คิดเป็น 52.75% และไม่แน่ใจ คิดเป็น 26%

### สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สถานการณ์การปัจจุบันของการพัฒนาการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นในจังหวัดขอนแก่น สอดคล้องกับวิจัยของ สรिता พันธุ์เทียน, ทรงคุณ จันทร และมารีสา โกเศศโยธิน (2560) คือ การเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโลกในปัจจุบันและแนวโน้มของการท่องเที่ยว มีผู้เดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ก่อให้เกิดการสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ ยังสร้างรายได้ต่อธุรกิจต่อเนื่องในหลายภาคส่วนพร้อมกับการจ้างงานและกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนในประเทศ เชื่อว่าปี พ.ศ. 2561 ยังเป็นปีที่การท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวหลักในการขับเคลื่อน เศรษฐกิจโลกขณะที่การแข่งขันของแต่ละประเทศเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวก็จะทวีความรุนแรง และ สอดคล้องกับ บทบาทของอาหารพื้นเมืองที่เป็นมากกว่าอาหารเพื่อการดำรงชีพของคนท้องถิ่นหรือคนต่างถิ่นที่มาเยือน ความเปลี่ยนแปลงทางบทบาทของอาหารพื้นเมืองเชียงใหม่ โดยเฉพาะวัฒนธรรมอาหารรูปแบบขันโตก สะท้อนให้เห็นถึงอำนาจทางสุนทรียศาสตร์ ที่มีอิทธิพลในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวและสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจในฐานะทุนวัฒนธรรม บทความนี้จึงเสนอนำการใช้วัฒนธรรมอาหารพื้นเมืองในคุ้มเจ้านายฝ้ายเหนือ เพิ่มเติมจากวัฒนธรรมขันโตกเพื่อส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น ในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น สอดคล้องกับวิจัยนิวัต กลิ่นงา (2555) และ รมณกร เงินวิเชียร (2555) คือ วิธีการที่ผู้ประกอบการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหารประกอบด้วยปัจจัยภายใน คือ แรงจูงใจการรับรู้การเรียนรู้บุคลิกภาพและทัศนคติของผู้บริโภค ซึ่งจะสะท้อนถึงความต้องการความตระหนักในการที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย กิจกรรมที่มีผู้บริโภคเข้ามาเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับข้อมูลที่มีอยู่หรือข้อมูลที่ฝ่าย





ผู้ผลิตให้มาและสุดท้ายคือการประเมินค่าของอาหารซึ่งส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวยังชอบอาหารฝรั่งและ อาหารไทย สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันของการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทยในจังหวัดขอนแก่นควรเพิ่มความเป็นเอกลักษณ์ทางด้านอาหารและด้านบริการพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว คือ นิยมรสชาติอาหารไทย ความอร่อย และสะอาด และ การพัฒนาช่องทางการบริการที่ทันสมัย โครงการใช้สมุนไพรเป็นวัตถุดิบ

การพัฒนาบทบาทการสะท้อนอัตลักษณ์วิถีชีวิตท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่นปัจจุบัน อันเป็นมรดกวัฒนธรรมที่ยังสามารถพบได้ในวิถีชีวิตประจำวันของคนท้องถิ่นทุกระดับของนักท่องเที่ยวที่มาเยือน สอดคล้องกับทรงสุข บุญทาวงค์ และ นรพรธม โทธิพิฤกษ์ (2565).บทบาทการเป็นสินค้าประเภทหนึ่งทางการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ส่งผลให้อาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงใหม่โดยเฉพาะรูปแบบการจัดขันโตก มีบทบาทหน้าที่ในการตอบสนองรับใช้สังคมเชียงใหม่ ที่มีมาอย่างต่อเนื่องและมีบทบาททั้งในประวัติศาสตร์และการท่องเที่ยว ซึ่งยังขาดแต่การนำเสนออาหารพื้นเมืองในคัมภีร์นายฝ่ายเหนือที่ยังไม่ถูกนำเสนอเพื่อสร้างประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวให้กับผู้มาเยือนจังหวัดเชียงใหม่ และทั้งหมดนี้เป็นการแสดงถึงเส้นทางการเดินทางของอาหารพื้นเมืองสู่ยุคแห่งการท่องเที่ยว ดังนั้น การพัฒนาชุมชนให้มีความเข้มแข็งพึ่งตนเองได้ต้องอาศัยข้อมูลและความรู้จำนวนมากเพื่อช่วยในการตัดสินใจวางแผนและต้องเชื่อมโยงการพัฒนาและการศึกษาภาพในพื้นที่ได้มีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาวิจัย

1.1 หน่วยงานภาคราชการควรศึกษาข้อมูลและจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ที่เชื่อมโยงทุกระดับตั้งแต่ ระดับชุมชน ระดับท้องถิ่น ระดับตำบล ระดับอำเภอ ระดับจังหวัด และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น

1.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น ให้กับชุมชน ผู้ประกอบการ และผู้มีส่วนได้เสียเพื่อนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นในจังหวัดขอนแก่นต่อไป

### 2. ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นเพื่อนำมาพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

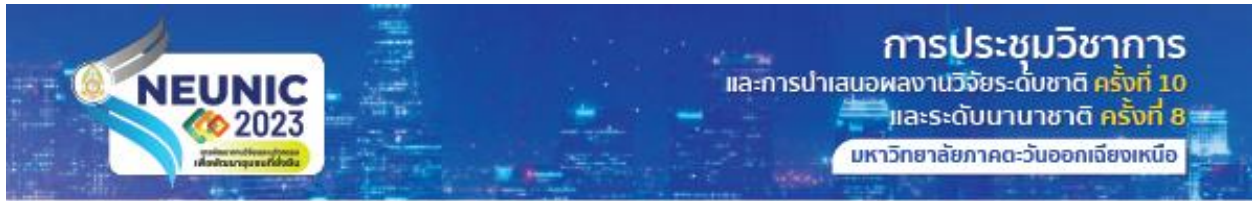
2.2 ศึกษาไปยังพื้นที่นอกเขตอำเภอเมืองขอนแก่น หรือศึกษาแหล่งท่องเที่ยวอื่น และเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นเพิ่มเติม

## เอกสารอ้างอิง

จารุวรรณ อุชาติ. (2556). การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม กรณีศึกษาพระธาตุ ขามแก่น

ตำบลบ้านขาม อำเภอโนน พองจังหวัดขอนแก่น. สืบค้นเมื่อ 10 เมษายน 2566. จาก

[http://mslib.kku.ac.th/elib/multim/books/Tourism2555/CHALOM%20%20%20KULNOK/05\\_ch1.pdf?fbclid=IwAR0qtXCLPos3p4ErnCxo\\_N6ClyslZzinvyXBoyOV0UD6hTHADCSFSvWXs](http://mslib.kku.ac.th/elib/multim/books/Tourism2555/CHALOM%20%20%20KULNOK/05_ch1.pdf?fbclid=IwAR0qtXCLPos3p4ErnCxo_N6ClyslZzinvyXBoyOV0UD6hTHADCSFSvWXs)



- ทรงสุข บุญทาวงค์ และ นรพรรณ โพธิพฤกษ์ (2565). อาหารพื้นเมืองเชียงใหม่ในมิติประวัติศาสตร์และการท่องเที่ยว. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ* 12(4), 178-191.
- ธกร ยศภัทรพิริยา (2560). *แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย จังหวัดขอนแก่น*. สืบค้นเมื่อ 10 เมษายน 2566. จาก: <https://thm.msu.ac.th/conference/file/31.pdf>
- นิวัต กลิ่นงาม และธรรณกร เงินวิเชียร. (2555). *ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารอีสานของผู้บริโภคในตลาดดินแดง*. สืบค้นเมื่อ 10 เมษายน 2566. จาก: [http://ebooks.dusit.ac.th/sdubook/ob-content.nsp?view=IKNOW&db0=ThesisMarketing&cid\\_bookid=200705191030134840000003621&cid\\_chapid=10000000006&sortfield=recid&sortorder=ASCENDING&numresults=10000](http://ebooks.dusit.ac.th/sdubook/ob-content.nsp?view=IKNOW&db0=ThesisMarketing&cid_bookid=200705191030134840000003621&cid_chapid=10000000006&sortfield=recid&sortorder=ASCENDING&numresults=10000)
- สรिता พันธุ์เทียน, ทรงคุณ จันทร์, มาริสา โกเศยะโยธิน, (2561). รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย โดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเขตจังหวัดลุ่มแม่น้ำภาคกลาง. *วารสารวิจัยและพัฒนาบัณฑิตมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 7(1),190-197.
- Bhaskara, G. I. (2021). The COVID-19 pandemic and organisational learning for disaster planning and management: A perspective of tourism businesses from a destination prone to consecutive disasters. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 501,364-375.
- Sharma, G. D. (2021). Reviving tourism industry post-COVID-19: A resilience-based framework. *Tourism Management Perspectives*. 37, 107-118.
- Tourism Authority of Thailand. (2020). *คาดการณ์แนวโน้มสถานการณ์ท่องเที่ยว*.TAT Review, 1-12.