

ชื่อเรื่องการค้าค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมการบริโภคอาหารพื้นเมืองภาคเหนือ
ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวศิวพร พูเกริกเกียรติ

ปริญญา เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าค้นคว้าแบบอิสระ

รศ.ดร.วินัส ฤกษ์ชัย

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

รศ.วัชรวิ พุกยิกานนท์

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มี 3 วัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการบริโภคอาหารพื้นเมืองภาคเหนือ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารพื้นเมือง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และ 3) ความพึงพอใจในการบริโภคอาหารพื้นเมืองภาคเหนือ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ข้อมูลที่ใช้ศึกษาเป็นข้อมูลปฐมภูมิซึ่งได้มาจากการสัมภาษณ์โดยเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย ซึ่งเลือกมาโดยการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารพื้นเมืองภาคเหนือในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี สถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน มีภูมิลำเนาในภาคกลาง และมีรายได้มากกว่า 20,000 บาท

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารพื้นเมืองภาคเหนือ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารพื้นเมืองภาคเหนือมากที่สุดคือ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านบุคคล รองลงมาคือ ปัจจัยทางด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านกระบวนการ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารพื้นเมืองภาคเหนือมากที่สุดนั้นพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความสดและคุณภาพของอาหาร รองลงมาคือความสะดวกของอาหารและอาหารมีรสชาติอร่อย

สำหรับปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารพื้นเมืองภาคเหนือมากที่สุดคือการไม่คิดค่าบริการหรือคิดไม่แพงเมื่อใช้บริการอื่นๆ รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมกับร้านอาหาร

ปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการบริโภคอาหารพื้นเมืองภาคเหนือพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการคิดเงินที่ถูกต้องของพนักงานมากที่สุด รองลงมาคือ พนักงานมีความสุภาพ มีน้ำใจ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

ปัจจัยด้านกระบวนการที่มีอิทธิพลในการบริโภคอาหารพื้นเมืองภาคเหนือพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการได้รับอาหารอย่างถูกต้องตามรายการที่สั่งมากที่สุด รองลงมาคือ การได้รับอาหารอย่างรวดเร็วตามรายการที่สั่ง

สำหรับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีอิทธิพลในการบริโภคอาหารพื้นเมืองภาคเหนือมากที่สุดคือ สถานที่ให้บริการมีความสะอาด รองลงมาคือชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก

ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจในการบริโภคอาหารพื้นเมืองภาคเหนือของผู้บริโภคพบว่า บริโภคให้ความพึงพอใจมากที่สุดในด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.29 รองลงมาคือ ผู้บริโภคให้ความพึงพอใจด้านกระบวนการ ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 4.28

Independent Study Title	Behavior of the Northern Thai Food Consumption in Mueang District, Chiang Mai Province	
Author	Miss Sivaporn Fookirkkiat	
Degree	Master of Economics	
Independent Study Advisory Committee	Assoc.Prof.Dr. Venus Rauechai	Advisor
	Assoc.Prof. Watcharee Prugsiganont	Co-advisor

ABSTRACT

There are three objectives for this study, 1) to understand behavior concerning consumption of northern Thai food of consumers in Mueang District of Chiang Mai Province, 2) to identify factors influencing these consumers to consume northern Thai food, and 3) to assess consumers' satisfaction with their consumption of northern Thai food. The consumption is related to food services at various food shop or eateries.

The information for the present study was of primary type collected by questionnaire interview method from 400 samples identified by accidental sampling technique. Analysis was performed upon the results of descriptive statistics.

The study found the majority of those consumers with food preference for northern Thai dishes were characterized as female, aged 21-30, married, bachelor's degree graduate, private business employee, having domicile registration in the central region, and having monthly income above 20,000 baht level.

Factors contributing to these consumers' consumption of northern Thai food were identified to include products and personnel as the most dominant factors, followed by the factors of physical, price, and process, respectively.

The most important attribute of the product factor leading to high preference for northern Thai food among the sampled consumers was the freshly prepared and good quality food, followed by the attributes concerning food hygiene and good taste, respectively.

The most important attribute of the price factor appeared to be the absence of service charge or the relatively low service charge for other special services, and the next most important one was food prices reasonable compared to the conditions of the eateries or place.

For personnel factor, consumers assigned highest priority to the correct food bill calculation by the cashier and their next most important considerations were the food shop attendants' politeness, hospitality, and good human relations.

The process factor's most influential attribute for consumers to consume northern Thai food was found to be the correct servings of the ordered items followed by the speedy food preparation and servicing.

Meanwhile, the most important element of the physical factor drawing customers to visit the northern Thai food eateries was the clean environment of the place followed by the fame of the food shops.

On consumers' satisfaction, the study revealed that consumers were most satisfied with the physical aspect given the average rated score of 4.29, trailed by the process aspect with the score of 4.28.