

**ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ** การประกอบอาชีพจำหน่ายอาหารพื้นเมืองภาคเหนือ  
ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

**ชื่อผู้เขียน** นางพิกุล เตชะถื่อ

**ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต** สาขาวิชาอาชีวศึกษา

**คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ**

ผู้ช่วยศาสตราจารย์มนัญญา สุติศา	ประธานกรรมการ
อาจารย์ปภัตสร ผลเพิ่ม	กรรมการ
อาจารย์วาทณี เอี่ยมศรีทอง	กรรมการ

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการประกอบอาชีพจำหน่ายอาหารพื้นเมืองภาคเหนือและเพื่อศึกษาแนวทางการจัดการในการประกอบอาชีพจำหน่ายอาหารพื้นเมืองภาคเหนือ ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการและผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จำนวน 84 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถามจำนวน 2 ฉบับ สำหรับผู้ประกอบการและผู้บริโภค และแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจำนวน 1 ฉบับสำหรับผู้ประกอบการ นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามและจากการสัมภาษณ์วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่และร้อยละ

ผลการศึกษามีดังนี้คือ ปัจจัยในการประกอบอาชีพจำหน่ายอาหารพื้นเมืองภาคเหนือในด้านสุขภาพอาหาร สถานที่ตั้ง งบประมาณการดำเนินการ การจัดการธุรกิจอาหาร และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภค ผู้ประกอบการมีการปฏิบัติดังนี้ ร้านอาหารเป็นที่พักอาศัยของผู้ประกอบการหรือพนักงาน การเปิดกิจการร้านอาหารเริ่มจากเป็นเจ้าของกิจการเล็ก ๆ ดูแลกิจการด้วยตนเอง ต้องกำจัดขยะมูลฝอย ของเสียในร้านทุกวันเพื่อป้องกันหนู แมลงสาบ น้ำดื่ม นำใช้เป็นน้ำสะอาดบรรจุขวดหรือน้ำประปาต้มสุก มีการเก็บทำความสะอาด โต๊ะที่นั่งที่ลูกค้าออกจากร้าน สักรวจอาหารทำบัญชี ปริมาณและจำนวนอาหารที่ต้องการก่อนไปตลาด มีการพัฒนาตำรับอาหารใหม่ ๆ โดยเน้นประโยชน์ทางด้านโภชนาการ เป็นกันเองกับลูกค้า ตักและเสิร์ฟอาหารลงภาชนะในปริมาณที่พอเหมาะสมมาเสมอ ก่อนเปิดร้านในแต่ละวันมีการเตรียมพร้อมทุก ๆ ด้าน

ประเภทของอาหารพื้นเมืองภาคเหนือส่วนใหญ่ประกอบด้วยผัก เครื่องปรุงที่สดใหม่ที่มีในท้องถิ่น ซึ่งเป็นการแสดงออกถึงวัฒนธรรม ประเพณีการบริโภค

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคอาหารพื้นเมืองภาคเหนือ มีความเห็นดังนี้ สภาพทั่ว ๆ ไป สะอาด สวยงาม สะดวก บรรยากาศในร้านสดชื่น ไม่มีเสียงรบกวน ผู้ปรุงและผู้เสิร์ฟอาหารควร แต่งกายรัดกุม ร้านอาหารไม่ไกลจากแหล่งชุมชนและธุรกิจประเภทอื่น ๆ มีที่จอดรถสะดวก ราคาอาหารเหมาะสม ยุติธรรม รสชาติอาหารหลากหลาย บริการรวดเร็ว แน่นนอน เป็นกันเอง ควรวรรณงค์ นำอาหารพื้นเมืองกลับสู่สังคม เพราะผู้บริโภคส่วนหนึ่งไม่มีความรู้เกี่ยวกับการประกอบอาหารพื้นเมือง

แนวทางในการจัดการในการประกอบอาชีพจำหน่ายอาหารพื้นเมืองภาคเหนือมีดังนี้ เน้น ความสะอาด สถานที่ การปรุงอาหาร ผู้ปรุงอาหาร คุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาประกอบอาหาร เครื่องมือ เครื่องใช้สะอาด มีประสิทธิภาพ สถานที่ตั้งไม่แออัด บรรยากาศร่มรื่น งบประมาณ การดำเนินการต้องเพียงพออย่างน้อย 1 ปี การบริการที่รวดเร็ว และแน่นนอน ผู้ประกอบการมีอัธยาศัยดี มีความถนัดในการประกอบอาหาร มีความซื่อสัตย์ต่อผู้บริโภค ต้องปรับปรุงร้านอาหารให้ได้ มาตรฐานตามหลักสุขาภิบาล มีการพัฒนาตำรับอาหาร มีการแสดงพื้นบ้าน พนักงานสวมชุดพื้นเมือง และพูดภาษาพื้นเมือง (ผู้กำเมือง) มีการบริการส่งถึงบ้าน (Delivery)

**Independent Study Title** Northern Local Food Vending in Chiang Mai Municipality

**Author** Mrs. Pikun Techalue

**M.Ed.** Vocational Education

**Examining Committee**

Asst. Prof. Manoon Sutika	Chairman
Lect. Pabhassorn Pholperm	Member
Lect. Wanee Eiamsritong	Member

**Abstract**

This study examined factors related to Northern local food vending occupation and sought to identify proper management guidelines for such occupation. The study site was Chiang Mai Municipality. Altogether, 84 food vendors and consumers, comprising the study sample, were asked to respond to a structured questionnaire. In addition, structured interviews were conducted with only vendors serving as interviewees. Collected data were subsequently analyzed using frequency and percentage.

Findings were as follows:

Two sets of factors were identified. One set dealt with those having direct impact upon the food vending business itself such as food sanitation rules and regulations, location, operational budget, food selling management, etc. The other set embraced consumers' opinions of good and preferable food vending shops' characteristics. Those factors comprised, according to consumers, cleanness; tidiness and attractiveness; pleasant and noise-free atmosphere; properly dressed cooks and waiters/ waitresses; proper location, e.g., not far from community centers and other businesses ; convenient parking space; reasonable price; diverse tastes and servings ; fast and friendly service; etc. Furthermore, consumers were of the opinion that campaigns be launched to bring back to society local food since a portion of them did not have any knowledge about local food preparation.

As far as the crucial pieces of information about food vendors were concerned, the following were found: Food shops were also residence of entrepreneurs and/or employees; entrepreneurs started as owners of small businesses/operations doing practically everything by themselves, e.g., dumping garbage daily to prevent rats and cockroaches, bottling clean or boiled drinking water, cleaning tables immediately after customers' departure, preparing a food inventory before going to the market, inventing new recipes emphasizing nutritional value, being friendly with customers, dispensing a constantly reasonable amount of food in prepared dishes and bowls to be served, and, in other words, getting ready in every aspect before shop opening.

Northern local food mainly comprised vegetables and fresh ingredients available locally, amounting to a clear expression of consumption traditions and culture.

As regards the proper food vending management guidelines the following were identified: More emphasis be given to the cleanness and quality of location and customer zones, food preparation, cooks, utensils and raw materials to be used in cooking; location and customer zones not be crowded and overall atmosphere pleasant and shadowy; operational budget be sufficient for at least one-year operation; service be swift and reliable; entrepreneurs/vendors be good-natured, expert in cooking and honest to customers, constantly keep up with sanitation standards and regulations and refine existing recipes ; shop attendants/employees wear local costumes and speak local dialect (Kam-muang) ; local folk performances and home delivery services be offered.