

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการ  
ร้านอาหารพื้นเมือง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นางสาวดวงนภา วิจิตรกิจกุล

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์อนัญญา รัตนประเสริฐ	ประธานกรรมการ
รองศาสตราจารย์บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา	กรรมการ
อาจารย์เบ็ญจวรรณ บุญใจเพชร	กรรมการ

#### บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นเมือง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานในการให้บริการ ตลอดจนเพื่อวางแผนกลยุทธ์การตลาดของร้านอาหารพื้นเมือง โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการร้านอาหารพื้นเมือง ตามร้านอาหารพื้นเมือง 8 แห่ง รวมทั้งหมด 200 ตัวอย่าง และนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ผลด้วยเครื่องไมโครคอมพิวเตอร์โดยใช้ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC+ สถิติที่ใช้ได้แก่ ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และฐานนิยม

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31 – 40 ปี สมรสแล้ว มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท

เหตุผลที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นเมืองเพราะได้รับประทานอาหารพื้นเมือง ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ใช้ในการรับประทานอาหารคือ ระยะเวลา 2 ชั่วโมง

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นเมือง เรียงตามลำดับความสำคัญดังนี้ ปัจจัยด้าน

บุคคล ปังจ้ยด้านราคา ปังจ้ยด้านเครื่องมือ ปังจ้ยด้านสัญลักษณ์ ปังจ้ยด้านสถานที่ และปังจ้ย  
ด้านวัสดุสื่อสาร

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Chiang Mai University

<b>Independent Study Title</b>	Factors Affecting Thai Tourists in Choosing Local Cuisine Restaurant in Amphoe Muang Changwat Chiang Mai	
<b>Author</b>	Ms. Duangnapa Vinijvorakijkul	
<b>M.A.</b>	Tourism Industry Management	
<b>Examining Committee</b>	Lect. Ananya Ratanaprasert	Chairman
	Assoc.Prof. Boonlert Jittangwattana	Member
	Lect. Benjawan Boonjaipech	Member

#### ABSTRACT

The objectives of this independent study on “Factors Affecting Thai Tourists in Choosing Local Cuisine Restaurant in Amphoe Muang Changwat Chiang Mai” was to study the factors which influenced the Thai tourists in choosing local cuisine restaurants in Amphoe Muang Changwat Chiang Mai to develop service standard and quality, and to plan local cuisine restaurant market strategy.

The study was done by using questionnaires to collect information and data from 200 Thai tourists in 8 local cuisine restaurants. Data collected was analysed by micro computer using SPSS/PC+ programme. The statistics used are percentage, frequency, means and mode.

Most answers were from females who were 31-40 years of age and married, run their own business, hold bachelor degree with over 25,000 baht per month average income.

Their main reason in choosing the local cuisine restaurant is they needed to eat local cuisine food. Generally, they spent 2 hours consuming a meal.

The service marketing mix factors influencing the Thai tourists can be listed as follows: People, Price, Equipment, Symbols, Place, and Communication.