



รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการ ศักยภาพและความพร้อมของร้านอาหารพื้นเมือง
สำหรับรองรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

Potentialities for Tourism Planning and Management : A Case
Study of Lanna Food Restaurants in Chiang Rai Province

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศรีสมร คุณากรบดินทร์ และคณะ

สำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

กันยายน 2549

รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการ ศักยภาพและความพร้อมของร้านอาหารพื้นเมือง สำหรับรองรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

Potentialities for Tourism Planning and Management : A Case
Study of Lanna Food Restaurants in Chiang Rai Province

คณะผู้วิจัย

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศรีสมร คุณากรบดินทร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์มาลี หมวกกุล มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
3. นางสาววาสนา เสภา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
4. นางสุมาลี สีห์ประเสริฐ ร้านคุณติ่ม

สนับสนุนโดย

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

กันยายน 2549

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

อาหารเป็นอุปทานประเภทหนึ่งในบริการการท่องเที่ยว แม้ไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยวแต่เป็นบริการที่รองรับให้เกิดความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในบางโอกาสอาจเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน โดยเฉพาะอาหารท้องถิ่นของแหล่งท่องเที่ยว ดังผลการวิจัยของ ชุกกลิ่น อุณวิจิตร, กิตติยา กาวิละ และสุกฤตา เตียมคำ (2548) ที่ศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวต้องการบริโภคอาหารเหนือหรืออาหารพื้นเมืองมากที่สุดระหว่างการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย โดยเลือกร้านอาหารโดยทั่วไป และเสงี่ยม บุญพัฒน์ (2545) ศึกษาพบว่า การได้ลิ้มชิมรสชาติอาหารและผลไม้ท้องถิ่นเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุด

ปัจจุบันการส่งเสริมอาหารท้องถิ่นโดยมีเป้าหมายที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังมีไม่มากนักและมีแนวโน้มว่าผู้จำหน่ายอาหารท้องถิ่นจะเน้นที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์มากกว่าการสร้างความสะดวกหรือการทำให้อาหารท้องถิ่นเข้าถึงนักท่องเที่ยวโดยให้เป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์การท่องเที่ยว ในบางประเทศมีการเชื่อมโยงการรับรู้ระหว่างอาหาร เครื่องดื่ม และการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเข้าด้วยกันอย่างเข้มแข็ง ในประเทศฝรั่งเศส อิตาลี และสก็อตแลนด์ มีการบูรณาการประสบการณ์ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ของนักท่องเที่ยวเข้ากับประสบการณ์การท่องเที่ยว

อาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่นมีบทบาทต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันตั้งแต่การไปท่องเที่ยวในภูมิภาคนั้นเพื่อรับประทานอาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่นโดยเฉพาะไปจนกระทั่งเพื่อสนองความต้องการทางกายที่จะรับประทานอาหาร/ เครื่องดื่มของท้องถิ่นอื่น (Enteleca Research and Consultancy Ltd., 2000)

นอกจากนี้ยังพบว่า ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่ที่มีความสัมพันธ์กับการซื้อหรือการบริโภคผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ซึ่งเป็นการยืนยันว่านักท่องเที่ยวไม่ได้เดินทางไปยังจุดหมายเพื่อลิ้มลองอาหารท้องถิ่น แต่พวกเขาพอใจที่ได้ลิ้มลองเมื่อมีโอกาส ยิ่งนักท่องเที่ยวพักอยู่นานเท่าไรโอกาสก็จะมีมากขึ้น (Enteleca Research and Consultancy Ltd., 2000)

จังหวัดเชียงรายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากแหล่งหนึ่ง การจัดการบริการที่รองรับการท่องเที่ยวโดยเฉพาะด้านอาหารให้เพียงพอและมีคุณภาพจึงเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในระบบการท่องเที่ยวดังที่นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบด้านคุณภาพและรสชาติของอาหารในระดับมากที่สุด

(สุจิตรา रिมนดุสิต. 2545; อ้างอิงจาก บุญเลิศ เปเรร่า. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่, 2543) และจิตราวดี สุขขิง (2544) ศึกษาพบว่า แนวทางการพัฒนาด้านที่พักและอาหารนั้น นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการให้ปรับปรุงในเรื่องความสะดวกของสถานที่และอุปกรณ์เครื่องมือ ภาชนะใส่อาหารต่างๆ และควรแนะนำอาหารพื้นเมืองที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวได้ทราบและลิ้มลอง นอกจากนี้ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่มเป็นค่าใช้จ่ายที่มีความสำคัญเป็นอันดับสาม รองจากค่าใช้จ่ายด้านที่พักและสินค้าที่ระลึก (นิรุจน์ บัระกะ และคณะ, 2542)

จากข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาศักยภาพและความพร้อมของร้านอาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงรายว่าสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้หรือไม่เพียงไร

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพความพร้อมและจัดประเภทร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย กลุ่มตัวอย่างได้จากการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling) จำนวน 400 คน โดยแบ่งสัดส่วนจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนร้านอาหารในแต่ละอำเภอ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย การจัดประชุม แบบสำรวจร้านอาหารพื้นเมือง แบบสอบถามมาตรฐานประมาณค่า การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การจัดเวทีเสวนาแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 30 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ คือ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

การสำรวจร้านอาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงรายครอบคลุมอำเภอต่างๆ ทั้ง 16 อำเภอ 2 กิ่งอำเภอ พบว่า มีร้านอาหารพื้นเมืองรวม 78 ร้าน แบ่งประเภทร้านอาหารออกเป็น 4 ประเภท โดยไม่นับร้านที่เป็นแผงลอย ได้แก่ ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดเล็ก มีจำนวน 10 ร้าน ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดกลาง มีจำนวน 52 ร้าน ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดใหญ่ มีจำนวน 15 ร้าน และร้านอาหารประเภท軒โตกดินเนอร์ มีจำนวน 1 ร้าน

ร้านอาหารขนาดเล็กและขนาดกลางส่วนใหญ่ยังไม่พร้อมหรือไม่มีศักยภาพที่จะรองรับนักท่องเที่ยว สำหรับร้านขนาดใหญ่และร้านประเภท軒โตกดินเนอร์ มีศักยภาพและความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยว

ศักยภาพและความพร้อมของร้านอาหารพื้นเมือง หมายถึง ร้านอาหารที่มีความสามารถประกอบการเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั่วไปในด้านต่างๆ คือ ด้านการนำเสนออาหาร/เมนูอาหาร ด้านการบริการ ด้านลักษณะของอาหาร ด้านคุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ในการปรุง ด้านอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในภาพรวมนักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติและ

ชาวไทยเห็นว่าอยู่ในระดับดีทุกด้าน มีเพียงด้านอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเห็นว่าอยู่ในระดับดีมาก

ลักษณะของอาหารที่นักท่องเที่ยวต้องการ ในภาพรวมนักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติและชาวไทยต้องการในระดับปานกลาง โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการอาหารที่มีลักษณะเป็นอาหารสุขภาพ ใช้ผักพื้นบ้านประกอบอาหาร รสชาติอร่อยคงเอกลักษณ์ล้านนา และมีอาหารหลากหลายในระดับมาก นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการอาหารที่มีลักษณะปรับรสชาติของอาหารให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยว และอาหารที่ใช้ผักพื้นบ้านประกอบอาหารในระดับมาก

ลักษณะของร้านอาหารพื้นเมืองที่นักท่องเที่ยวต้องการ นักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติและชาวไทยต้องการในระดับปานกลาง ทุกประเด็น โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการร้านอาหารที่มีสถานที่เพียงพอที่จะรองรับลูกค้าได้จำนวนมาก เป็นลำดับแรก ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการร้านอาหารที่เป็นที่นิยมของคนในท้องถิ่น

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมอาหารพื้นเมืองในระดับปานกลาง โดยอาหารที่นิยมมากเป็นอาหารประเภทลาบ อาหารประเภทแกง และอาหารประเภทปิ้ง ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมอาหารพื้นเมือง ในระดับปานกลาง โดยเรียงตามลำดับความนิยม 3 ลำดับแรก ดังนี้ อาหารประเภทปิ้ง/ย่าง อาหารประเภทน้ำพริก อาหารประเภททอด

ความนิยมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อร้านอาหารพื้นเมือง นักท่องเที่ยวนิยมร้านอาหารพื้นเมืองในระดับปานกลาง

แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวนั้น นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเห็นว่าควรมีการส่งเสริมและพัฒนาร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว 3 ลำดับแรก คือ สนับสนุนส่งเสริมให้อาหารพื้นเมืองเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด เชียงราย จัดทำชื่อและรายละเอียดของอาหารพื้นเมืองเป็นภาษาต่างประเทศ สนับสนุนให้อาหารพื้นเมืองเป็นของฝากจากเชียงราย

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยเห็นว่าควรส่งเสริมและพัฒนาร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว 3 ลำดับแรก คือ จัดทำแผนที่หรือป้ายบอกที่ตั้งร้านอาหารให้ชัดเจน สร้างความประทับใจครั้งแรกด้วยอาหารพื้นเมือง โดยมื้อแรกในเชียงรายต้องเป็นอาหารพื้นเมือง ประชาสัมพันธ์ร้านอาหารพื้นเมืองทั้งในด้านลักษณะและวิธีรับประทาน

จากผลการวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1.1 ผลการวิจัยพบว่า ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดเล็กและขนาดกลางมีจำนวนมากและกระจายอยู่ในทุกอำเภอ ยังไม่มีศักยภาพและความพร้อมที่รองรับนักท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น จังหวัด องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ฯลฯ ควรให้ความสนใจและสนับสนุนส่งเสริมร้านอาหารเหล่านั้นในการพัฒนาระดับให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ โดยอาจจะดำเนินการทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ส่วนร้านอาหารพื้นเมืองที่มีศักยภาพและความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวและได้รับการรับรองมาตรฐานต่างๆ จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องแล้วก็ควรส่งเสริมสนับสนุนให้สามารถรักษาคุณภาพมาตรฐานอย่างยั่งยืน

1.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัด สาธารณสุขอำเภอ/จังหวัด องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ชมรมภัตตาคารร้านอาหารและสำนักงานการท่องเที่ยว ควรร่วมมือกันในการสนับสนุนส่งเสริมการยกระดับมาตรฐานร้านอาหารพื้นเมือง ให้เป็นร้านอาหารปลอดภัยได้มาตรฐานโดยการจัดทำตัวชี้วัด นอกเหนือจากตัวชี้วัดของโครงการอาหารสะอาด รสชาติอร่อย เพื่อประเมินร้านอาหารพื้นเมืองและให้การรับรอง เช่น การจัดทำป้ายรับรองของจังหวัดเชียงราย เพื่อรับรองอาหารพื้นเมืองอร่อยได้มาตรฐาน

1.3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น จังหวัด องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ชมรมภัตตาคารร้านอาหาร และสำนักงานการท่องเที่ยว ควรร่วมมือกันในการประชาสัมพันธ์อาหารและร้านอาหารพื้นเมืองให้มากขึ้น ไม่เฉพาะอาหารที่เป็นที่รู้จักกันดีแล้วเท่านั้น แต่ควรมีการประชาสัมพันธ์อาหารชนิดอื่นๆ เช่น ตำขงุน ตำถั่วแปบซึ่งแม้จะเป็นอาหารที่มีเฉพาะฤดูกาล แต่ก็ เป็นอาหารเพื่อสุขภาพ นอกจากนี้ควรนำประเด็นการใช้ผักพื้นบ้านซึ่งมีคุณค่าทางโภชนาการสูงมาเป็นจุดแข็งในการประชาสัมพันธ์

2. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นเมือง

2.1 ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับราคาอาหาร ร้านอาหารพื้นเมืองจึงควรแจ้งราคาอาหารในรายการอาหารให้ชัดเจนและกำหนดราคาอาหารอย่างเป็นธรรมไม่แพงจนเกินไป ควรมีรายการอาหารเป็นภาษาต่างประเทศสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้วย โดยรายการอาหารทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศควรอธิบายถึงส่วนประกอบ ลักษณะของอาหาร คุณค่าทางโภชนาการ วิธีรับประทาน อย่างสั้นๆ ให้อ่านเข้าใจง่าย และมีภาพอาหารชนิดนั้นๆ ประกอบ และควรเน้นประเด็นอาหารพื้นเมืองเป็นอาหารสุขภาพปรุงด้วยผักพื้นบ้าน ซึ่งหากสามารถจัดทำรายการอาหารเช่นนี้ได้ อาจจะช่วยลดปัญหาการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษของพนักงานบริการ และปัญหาของผู้ประกอบการในการจ้างพนักงานบริการที่สามารถสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศได้ด้วยอัตราค่าจ้างที่สูง

ผู้ประกอบการควรมีอาหารที่ต้องการแนะนำแก่นักท่องเที่ยวให้ได้ทดลองชิมเล็กน้อย หากนักท่องเที่ยวชอบก็สามารถสั่งรับประทานได้ นอกจากนี้ผู้ประกอบการอาจจัดทำหรือจัดหาอาหารพื้นเมืองจำลองชนิดต่างๆ จัดแสดงไว้ในตู้แสดงอาหาร บริเวณทางเข้า-ออกร้านอาหาร หรือในบริเวณที่เหมาะสม เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้พบเห็นอาหารพื้นเมืองมากที่สุด ดังผลการวิจัยของ Enteleca Research and Consultancy Ltd. (2000) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไม่สืบเสาะหาอาหารท้องถิ่นแต่ก็ยินดีที่จะทดลองรับประทานหากได้พบโดยบังเอิญ

2.2 ประเภทของอาหาร ผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นเมืองควรมีรายการอาหารให้หลากหลายชนิดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทุกกลุ่ม ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เห็นว่าควรมีอาหารให้หลากหลายและมีอาหารของชาวตะวันตกด้วย

2.3 สิ่งอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวต้องการร้านอาหารพื้นเมืองที่มีสถานที่เพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยวได้จำนวนมาก และจากข้อเสนอแนะเรื่องห้องน้ำที่มีลักษณะไม่เหมาะสมกับธรรมชาติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินั้น ผู้ประกอบการควรวางแผนที่จะปรับปรุงให้แลดูกว้างขวางมากขึ้น เช่น การออกแบบการจัดจัดวางสุขภัณฑ์ และหากมีงบประมาณในการปรับปรุงห้องน้ำให้กว้างขวางขึ้นก็ควรดำเนินการปรับปรุง

2.4 ผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นเมือง ควรใส่ใจในด้านสุขลักษณะในการประกอบอาหาร เพื่อรักษาคุณภาพมาตรฐานของร้านอย่างยั่งยืน

2.5 ผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นเมืองควรใช้กลยุทธ์ทางการตลาด ดังที่ ดวงนภา วิจิตรวิจิตรกุล (2544) ได้นำเสนอไว้ คือ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ของธุรกิจร้านอาหารพื้นเมือง กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

นอกจากนี้การเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวกับอาหารต่างๆ ก็เป็นช่องทางประชาสัมพันธ์ร้านอาหารนั้นๆ ได้ สิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการจะคำนึงถึง คือ คุณภาพของอาหาร ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารควรดำเนินการให้มีการรับรองคุณภาพมาตรฐานอาหารและเครื่องดื่มจากกระทรวงสาธารณสุขหรือองค์กรอื่นๆ ที่น่าเชื่อถือและได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค และกลยุทธ์อีกประการหนึ่ง คือ กลยุทธ์การปรับการให้บริการ เช่น ให้ลูกค้าจกรายการอาหารเอง มีส่วนหย่อม มีการฝึกอบรมพนักงานให้รู้จักการบริการที่ดี มีคุณภาพ เป็นต้น

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : RDG48O0032

ชื่อโครงการ : ศักยภาพและความพร้อมของร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวใน
จังหวัดเชียงราย

ชื่อนักวิจัย : ศรีสมร คุณากรบดินทร์, มาลี หมวกกุล, วาสนา เสภา, สุมาลี สีน้ประเสริฐ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

E-mail Address : srisamornk@yahoo.com

ระยะเวลาโครงการ : 1 กรกฎาคม 2548 – 30 มิถุนายน 2549

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพความพร้อมและจัดประเภทร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย กลุ่มตัวอย่างได้จากการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling) จำนวน 400 คน โดยแบ่งสัดส่วนจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนร้านอาหารในแต่ละอำเภอ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย การจัดประชุม แบบสำรวจร้านอาหารพื้นเมือง แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การจัดเวทีเสวนา แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 30 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ คือ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

การสำรวจร้านอาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงรายครอบคลุมอำเภอต่างๆทั้ง 16 อำเภอ 2 กิ่งอำเภอ พบว่า มีร้านอาหารพื้นเมืองรวม 78 ร้าน แบ่งประเภทร้านอาหารออกเป็น 4 ประเภท โดยไม่นับร้านที่เป็นแผงลอย ได้แก่ ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดเล็ก มีจำนวน 10 ร้าน ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดกลาง มีจำนวน 52 ร้าน ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดใหญ่ มีจำนวน 15 ร้าน และร้านอาหารประเภท軒โตกดินเนอร์ มีจำนวน 1 ร้าน

ร้านอาหารขนาดเล็กและขนาดกลางส่วนใหญ่ยังไม่พร้อมหรือไม่มีศักยภาพที่จะรองรับนักท่องเที่ยว สำหรับร้านขนาดใหญ่และร้านประเภท軒โตกดินเนอร์ มีศักยภาพและความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยว

ศักยภาพและความพร้อมของร้านอาหารพื้นเมือง หมายถึง ร้านอาหารที่มีความสามารถ ประกอบการเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั่วไปในด้านต่างๆ คือ ด้านการนำเสนออาหาร/เมนูอาหาร ด้านการบริการ ด้านลักษณะของอาหาร ด้านคุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ในการปรุง ด้านอุปกรณ์

เครื่องมือเครื่องใช้ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในภาพรวมนักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติและชาวไทยเห็นว่าอยู่ในระดับดีทุกด้าน มีเพียงด้านอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเห็นว่าอยู่ในระดับดีมาก

ลักษณะของอาหารที่นักท่องเที่ยวต้องการ ในภาพรวมนักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติและชาวไทยต้องการในระดับปานกลาง โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการอาหารที่มีลักษณะเป็นอาหารสุขภาพ ใช้ผักพื้นบ้านประกอบอาหาร รสชาติอร่อยคงเอกลักษณ์ล้านนา และมีอาหารหลากหลายในระดับมาก นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการอาหารที่มีลักษณะปรับรสชาติของอาหารให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยว และอาหารที่ใช้ผักพื้นบ้านประกอบอาหารในระดับมาก

ลักษณะของร้านอาหารพื้นเมืองที่นักท่องเที่ยวต้องการ นักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติและชาวไทยต้องการในระดับปานกลาง ทุกประเด็น โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการร้านอาหารที่มีสถานที่เพียงพอที่จะรองรับลูกค้าได้จำนวนมาก เป็นลำดับแรก ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการร้านอาหารที่เป็นที่นิยมของคนในท้องถิ่น

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมอาหารพื้นเมืองในระดับปานกลาง โดยอาหารที่นิยมมากเป็นอาหารประเภทลาบ อาหารประเภทแกง และอาหารประเภทปิ้ง ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมอาหารพื้นเมือง ในระดับปานกลาง โดยเรียงตามลำดับความนิยม 3 ลำดับแรก ดังนี้ อาหารประเภทปิ้ง/ย่าง อาหารประเภทน้ำพริก อาหารประเภททอด

ความนิยมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อร้านอาหารพื้นเมือง นักท่องเที่ยวนิยมร้านอาหารพื้นเมืองในระดับปานกลาง

แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวนั้น นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเห็นว่าควรมีการส่งเสริมและพัฒนาร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว 3 ลำดับแรก คือ สนับสนุนส่งเสริมให้อาหารพื้นเมืองเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด เชียงราย จัดทำชื่อและรายละเอียดของอาหารพื้นเมืองเป็นภาษาต่างประเทศ สนับสนุนให้อาหารพื้นเมืองเป็นของฝากจากเชียงราย

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยเห็นว่าควรส่งเสริมและพัฒนาร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว 3 ลำดับแรก คือ จัดทำแผนที่หรือป้ายบอกที่ตั้งร้านอาหารให้ชัดเจน สร้างความประทับใจครั้งแรกด้วยอาหารพื้นเมือง โดยมื้อแรกในเชียงรายต้องเป็นอาหารพื้นเมือง ประชาสัมพันธ์ร้านอาหารพื้นเมืองทั้งในด้านลักษณะและวิธีรับประทาน

คำหลัก : ศักยภาพ, การวางแผนการท่องเที่ยว, การจัดการการท่องเที่ยว, ร้านอาหารพื้นเมืองล้านนา

Abstract

Project Code : RDG48O0032

Project Title : Potentialities for Tourism Planning and Management :
A Case Study of Lanna Food Restaurants in Chiang Rai Province

Investigators : Khunakornbodin S., Moakkul M., Sapa W., Sihprasert S.
Chiang Rai Rajabhat University

E-mail Address : srisamornk@yahoo.com

Project Duration : 1 July 2005 – 30 June 2006

The purpose of this study, based on the combination of the qualitative and quantitative researches, was to investigate the potentialities of local food restaurants, and types of local food restaurants for tourist services in Chiang Rai Province. The 400 respondents selected by the accidental sampling technique were divided in according to the proportion of local food restaurants in each district. The research instruments drawn for this study were panel discussions, a survey questionnaire regarding local food restaurants, a ratio scale-based questionnaire, literature reviews, and an in – depth interview questionnaire carried out with 30 foreign tourists. The data were systematically analyzed by percentage and mean ; were then presented by the narrative technique.

In addition to the survey on local food restaurants located in all the 16 districts and in 2 sub-districts, it stated that 78 local food restaurants found in Chiang Rai province were divided into 4 types: 10 small sized- local food restaurants, 52 medium sized- local food restaurants, 15 large sized- local food restaurants, and 1 Khan Tok Dinner style- based local food restaurant.

Both the small and medium sized- local food restaurants were not officially certified by other governmental organizations; otherwise, the well-preparation and potentialities of local food restaurants served for tourists' requirements remained ineffective, the well-preparation and potentialities of both the large sized- local food restaurants, and Khan Tok Dinner-based local food restaurants were facilitated for the tourists' requirements.

All the aspects of the potentialities and well-preparation of local food restaurants accepted by the consumers, the presentation of local food and special menus, were at a higher to the highest level, the restaurants' customer services, the features of local food, the qualities of raw materials used for cooking local food, the restaurants' kitchenware, were also at a higher to the highest level.

In general, the Thai and foreign tourists' opinions towards the features of required local food were at a moderate level; otherwise, the foreign tourists' local food requirements based on healthy food, local vegetables mixed- ingredients, Lanna northern identity-based tastes. Also, the Thai tourists' opinions towards the adaptation of local food tastes, and local utilization of vegetable mixed- ingredients were at a higher to the highest level

As all the aspects of the tourists' opinions towards the required features of the Thai and foreign tourist's local food restaurants were at a moderate level, the foreign tourists' requirements on the availabilities of local food restaurants, and the Thai tourists' requirements on well-known local food restaurants were mostly preferred.

Moreover, in terms of the minced meat salads, curry soups, and toasted meat, the foreign tourists' local food preferences were at a highest level. On the other hands, the Thai tourists' local food preferences food were at a moderate level.

Overall, the foreign tourists' preferences towards local food restaurants, with a moderate level, On the contrary, the Thai tourists' preferences towards local food restaurants, with a higher to the highest level,

As for the on-going strategies for the enhancement and development of local food restaurants served for the foreign tourists' requirements, it stated that the provisions for the enhancement of Chiang Rai province's local food identity, English written local food menus and its detailed description, Where as for the Thai tourists' requirements, it stated that the provisions for the enhancement of the restaurants' maps and its restaurant location, the restaurants local food served- first impressions, dissemination of local food, restaurant location, outstanding features of local food, and ways of consumption,

Keyword: Potentialities, Tourism Planning, Tourism Management, Lanna Food
Restaurants

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพความพร้อมและจัดประเภทร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ซึ่งได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ผู้วิจัยขอขอบคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร. มาณพ ภาษิตวิไลธรรม อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ที่สนับสนุนบุคลากรของมหาวิทยาลัยให้มีโอกาสทำงานวิจัย

ขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.ชูกลิ่น อุณวิจิตร ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง คุณลินจง ชันติวรยศ คุณหัสตินทร์ธร สองสมุทร ที่กรุณาอนุเคราะห์ตรวจสอบแก้ไขเพื่อความครอบคลุมของแบบสอบถาม

ขอขอบคุณชมรมภัตตาคารร้านอาหารจังหวัดเชียงราย ประธานชมรมร้านอาหารอำเภอและองค์กรท้องถิ่นทุกแห่งที่อำนวยความสะดวกและให้ความร่วมมือในการวิจัยอย่างยิ่ง และสุดท้ายขอขอบคุณอีกหลายๆ ท่านที่ไม่สามารถเอ่ยนามในที่นี้ได้ครบถ้วนที่ให้ความอนุเคราะห์ช่วยเหลือจนงานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

คณะผู้วิจัย

กันยายน 2549

สารบัญ

| | หน้า |
|---|------|
| บทสรุปสำหรับผู้บริหาร | ก |
| บทคัดย่อภาษาไทย | ฉ |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ | ช |
| กิตติกรรมประกาศ | ญ |
| สารบัญ | ฎ |
| | |
| บทที่ 1 บทนำ | |
| 1.1 หลักการและเหตุผล | 1 |
| 1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ | 3 |
| 1.3 คำถามงานวิจัย | 3 |
| 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ | 3 |
| 1.5 แนวทางในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ | 3 |
| 1.6 ขอบเขตการวิจัย | 4 |
| 1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ | 5 |
| | |
| บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | |
| 2.1 อาหารพื้นเมือง | 5 |
| 2.2 อาหารท้องถิ่น | 6 |
| 2.3 อาหารท้องถิ่นภาคเหนือ | 11 |
| 2.4 ประเภทของการประกอบธุรกิจภัตตาคารร้านอาหาร | 28 |
| 2.5 อาหารพื้นเมืองกับนักท่องเที่ยว | 33 |
| 2.6 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริโภคอาหารไทย | 34 |
| 2.7 กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจร้านอาหารพื้นเมือง | 37 |
| 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 41 |
| 2.9 บริบทจังหวัดเชียงราย | 46 |

สารบัญ(ต่อ)

| | หน้า |
|---|------|
| บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย | |
| 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง | 53 |
| 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล | 54 |
| 3.3 การเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล | 55 |
| 3.4 การจัดทำรายงานวิจัย | 56 |
| บทที่ 4 ผลการศึกษา | |
| 4.1 การสำรวจร้านอาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงราย | 57 |
| 4.2 ศักยภาพและความพร้อมของร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงราย | 62 |
| 4.3 ลักษณะของอาหารและร้านอาหารพื้นเมืองที่นักท่องเที่ยวต้องการ | 67 |
| 4.4 ความนิยมนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหารพื้นเมือง | 68 |
| 4.5 แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงราย | 69 |
| 4.6 ข้อเสนอแนะ | 70 |
| บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ | |
| 5.1 สรุปผลการศึกษา | 72 |
| 5.2 อภิปรายผล | 75 |
| 5.3 ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้ | 79 |
| บรรณานุกรม | 83 |
| ภาคผนวก | 89 |
| ภาคผนวก ก แบบสอบถาม | 90 |
| ภาคผนวก ข ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม | 108 |

สารบัญ(ต่อ)

| | หน้า |
|--------------------------------|------|
| ภาคผนวก ค ผลการวิเคราะห์ข้อมูล | 113 |
| ภาคผนวก ง ภาพกิจกรรม | 129 |
| ภาคผนวก จ ประวัตินักวิจัย | 132 |

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

อาหารเป็นอุปทานประเภทหนึ่งในบริการการท่องเที่ยว แม้ไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยวแต่เป็นบริการที่รองรับให้เกิดความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในบางโอกาสอาจเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน โดยเฉพาะอาหารท้องถิ่นของแหล่งท่องเที่ยว ดังจะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวที่ไปฝรั่งเศสก็อยากดื่มไวน์ รับประทานฟองดูร์ หรือหากไปฮ่องกงก็อยากรับประทานอาหารจีน ต้มซั่ม หากมาประเทศไทยก็อยากรับประทานอาหารไทยหากมาเชียงรายก็อยากรับประทานอาหารพื้นเมือง ดังผลการวิจัยของ ชุกลิน อุณวิจิตร, กิตติยา กาวิละ และสุกฤตา เตียมคำ (2548) ที่ศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวต้องการบริโภคอาหารเหนือหรืออาหารพื้นเมืองมากที่สุดระหว่างการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย โดยเลือกร้านอาหารโดยทั่วไป และเสงี่ยม บุญพัฒน์ (2545) ศึกษาพบว่า การได้ลิ้มชิมรสชาติอาหารและผลไม้ท้องถิ่นเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุด

อาหารพื้นเมืองหรืออาหารท้องถิ่น โดยเฉพาะอาหารพื้นเมืองภาคเหนือเป็นอาหารที่นิยมรับประทานเฉพาะถิ่นทางภาคเหนือ เป็นอาหารที่มีอยู่ประจำของแต่ละท้องถิ่น สามารถผลิตได้เองในท้องถิ่นและเป็นสิ่งแสดงถึงเอกลักษณ์ วัฒนธรรม และความเป็นอยู่ของคนพื้นเมืองทางภาคเหนือ จังหวัดเชียงรายก็เช่นเดียวกับจังหวัดอื่นๆ ในภาคเหนือตอนบนที่มีอาหารหลากหลายแม้ว่าอาหารบางชนิดคนเชียงรายจะเรียกชื่อแตกต่างไปจากคนจังหวัดอื่นบ้าง

อาหารพื้นเมืองภาคเหนือ หรืออาหารเหนือส่วนใหญ่มีรสอ่อนและไม่นิยมรสหวาน อาหารที่รับประทานในชีวิตประจำวันมักใช้ส่วนผสมที่หาได้ทั่วไป และมีวิธีการทำที่ง่ายและสะดวก หรืออาหารชนิดที่มีการทำหลายชั้นตอนก็แสดงถึงความเอาใจใส่และความพิถีพิถันในการปรุง เพราะใช้เครื่องปรุงหลายประเภทและต้องใช้เวลาในการปรุง เช่น การทำลาบ มีเครื่องปรุงลาบหลายชนิดที่ล้วนมีประโยชน์ต่อร่างกาย เช่น เครื่องเทศชนิดต่างๆ

อาหารพื้นเมืองภาคเหนือทั่วไปมีข้าวหนึ่งเป็นอาหารหลักกับน้ำพริก ลาบ ยำ และผักพื้นบ้าน ซึ่งมีมากมายหลายร้อยชนิด ซึ่งล้วนมีสรรพคุณทางยา และมีคุณค่าทางโภชนาการสูง อาหารพื้นเมืองภาคเหนือจึงจัดว่าเป็นอาหารสุขภาพด้วย

ปัจจุบันการส่งเสริมอาหารท้องถิ่นโดยมีเป้าหมายที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังมีไม่มากนักและมีแนวโน้มว่าผู้จำหน่ายอาหารท้องถิ่นจะเน้นที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์มากกว่าการสร้างความสะดวกหรือการทำให้อาหารท้องถิ่นเข้าถึงนักท่องเที่ยวโดยให้เป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์การท่องเที่ยว ในบางประเทศมีการเชื่อมโยงการรับรู้ระหว่างอาหาร เครื่องดื่ม และการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเข้าด้วยกันอย่างเข้มแข็ง ในประเทศฝรั่งเศส อิตาลี และสกอตแลนด์ มีการบูรณาการประสบการณ์ด้านอาหารและเครื่องดื่มของนักท่องเที่ยวเข้ากับประสบการณ์การท่องเที่ยว

อาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่นมีบทบาทต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันตั้งแต่การไปท่องเที่ยวในภูมิภาคนั้นเพื่อรับประทานอาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่นโดยเฉพาะไปจนกระทั่งเพื่อสนองความต้องการทางกายที่จะรับประทานอาหาร/ เครื่องดื่มของท้องถิ่นอื่น (Enteleca Research and Consultancy Ltd., 2000)

นอกจากนี้ยังพบว่า ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่ที่มีความสัมพันธ์กับการซื้อหรือการบริโภคผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ซึ่งเป็นการยืนยันว่านักท่องเที่ยวไม่ได้เดินทางไปยังจุดหมายเพื่อลิ้มลองอาหารท้องถิ่น แต่พวกเขาพอใจที่ได้ลิ้มลองเมื่อมีโอกาส ยิ่งนักท่องเที่ยวพักอยู่นานเท่าไรโอกาสนี้จะมีมากขึ้น (Enteleca Research and Consultancy Ltd., 2000)

จังหวัดเชียงรายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากแห่งหนึ่ง การจัดบริการที่รองรับการท่องเที่ยวโดยเฉพาะด้านอาหารให้เพียงพอและมีคุณภาพจึงเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในระบบการท่องเที่ยว ดังที่นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบด้านคุณภาพและรสชาติของอาหารในระดับมากที่สุด (สุจิตรา ริมดุสิต. 2545; อ้างอิงจาก บุญเลิศ เปเรร่า. *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่*, 2543) และจิตราวดี สุขยั้ง (2544) ศึกษาพบว่า แนวทางการพัฒนาด้านที่พักและอาหารนั้น นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการให้ปรับปรุงในเรื่องความสะดวกของสถานที่และอุปกรณ์เครื่องมือ ภาชนะใส่อาหารต่างๆ และควรแนะนำอาหารพื้นเมืองที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวได้ทราบและลิ้มลอง นอกจากนี้ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่มเป็นค่าใช้จ่ายที่มีความสำคัญเป็นอันดับสามรองจากค่าใช้จ่ายด้านที่พักและสินค้าที่ระลึก (นิรุจน์ บัระกะ และคณะ, 2542)

จากข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาศักยภาพและความพร้อมของร้านอาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงรายว่าสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้หรือไม่เพียงไร

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

เพื่อศึกษาศักยภาพความพร้อมและจัดประเภทร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงราย

1.3 คำถามการวิจัย

1.3.1 จังหวัดเชียงรายมีร้านอาหารพื้นเมืองที่มีศักยภาพรองรับนักท่องเที่ยวได้หรือไม่ เพียงใด

1.3.2 ลักษณะของร้านอาหารพื้นเมืองที่นักท่องเที่ยวต้องการเป็นอย่างไร

1.3.3 ความนิยมของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหารพื้นเมืองและร้านอาหารพื้นเมืองเป็นอย่างไร

1.3.4 จะส่งเสริมและพัฒนาร้านอาหารพื้นเมืองเพื่อการท่องเที่ยวได้อย่างไร

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ

นำผลการวิจัยฝากไว้ในธนาคารข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาอาหารและร้านอาหารพื้นเมืองให้มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว

1.5 แนวทางในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

นำเสนอผลการวิจัยแก่ตัวแทนชมรมภัตตาคารร้านอาหารจังหวัดเชียงรายและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการสนับสนุนส่งเสริมอาหารและร้านอาหารพื้นเมืองในการรองรับนักท่องเที่ยว เช่น จังหวัดเชียงราย องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นต้น

1.6 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตเฉพาะในพื้นที่จังหวัดเชียงราย ทั้ง 16 อำเภอ 2 กิ่งอำเภอ ร้านอาหารที่ศึกษาเป็นร้านอาหารที่จำหน่ายอาหารพื้นเมือง (อาหารเหนือ)

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

ร้านอาหารพื้นเมือง หมายถึง ร้านอาหารในจังหวัดเชียงรายที่จำหน่ายอาหารพื้นเมืองล้านนาแท้และที่ประยุกต์มาจากชนเผ่าอื่นจนกลายเป็นอาหารพื้นเมือง เช่น แกงฮังเล น้ำเงี้ยว เป็นร้านที่ขายอาหารเป็นประจำทุกวัน มีพื้นที่ขอบเขตอันสมควร แบ่งเป็น 4 ประเภทคือ

1. ร้านอาหารขนาดเล็ก เป็นร้านที่ทำอาหารสำเร็จแล้วตักขายให้กับลูกค้า
2. ร้านอาหารกลาง เป็นร้านที่ขายอาหารตามเมนู มีการปรุงอาหารหลังจากได้รับคำสั่ง (Order) จากลูกค้า
3. ร้านอาหารใหญ่ เป็นร้านอาหารในสวน (สวนอาหาร)
4. ร้านอาหารชั้นโตกดินเนอร์ เป็นร้านอาหารที่จัดบริการแบบชั้นโตก มีการแสดงศิลปวัฒนธรรม

อาหารพื้นเมือง หมายถึง อาหารประจำถิ่นของคนล้านนาหรือคนเมืองที่อาศัยอยู่ในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย ในที่นี้เน้นเฉพาะจังหวัดเชียงราย

ศักยภาพและความพร้อมของร้านอาหาร หมายถึง ร้านอาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงราย ที่มีความสามารถในการประกอบการเป็นที่ยอมรับของคนทั่วไปในด้าน การนำเสนออาหาร/เมนูอาหาร การบริการ ลักษณะของอาหาร คุณภาพวัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหาร อุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้ และสิ่งอำนวยความสะดวก

นักท่องเที่ยว หมายถึง คนต่างถิ่นจากแหล่งต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ที่มาจังหวัดเชียงรายเพื่อพักผ่อนหย่อนใจด้วยการเดินทางไปชมสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอต่างๆ ของจังหวัดเชียงราย

ทางสมุนไพรที่วิเศษซึ่งหาได้ยากจากอาหารประเภทอื่นๆ ในขณะที่เดียวกันยังเป็นการส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีของคนในครอบครัวที่ได้มีโอกาสพูดคุยกันระหว่างมื้ออาหาร ตลอดจนเป็นการอนุรักษ์และพัฒนาให้อาหารไทยอยู่คู่บ้านคู่เมืองของคนไทยตลอดไป อาหารพื้นเมืองของไทยมีมากมายหลายชนิดและรสชาติที่หลากหลาย ซึ่งแต่ละชนิดมีความแตกต่างกันตามวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นนั้นๆ หรือได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมการกินของประเทศเพื่อนบ้าน อาหารพื้นเมืองของไทยสามารถจำแนกออกได้เป็น 4 ภาค คือ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ (สถาบันการแพทย์แผนไทย, 2548)

2.2 อาหารท้องถิ่น

2.2.1 ความหมายของอาหารท้องถิ่น

อาหารท้องถิ่น หมายถึง อาหารที่สามารถผลิตได้เองในแต่ละท้องถิ่น กล่าวคือเป็นอาหารพื้นๆ ที่สามารถปลูก หาได้ง่าย และคนในท้องถิ่นนั้นนิยมรับประทาน เนื่องจากสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศที่แตกต่างกันจึงทำให้พืชผลที่ผลิตได้ในแต่ละท้องถิ่นแตกต่างกัน เช่น ลำไย ถั่วแดงหลวง ถั่วปากอ้า มะเขือเทศ เป็นพืชผลของภาคเหนือ เงาะ สะตอ ลูกเนียง มันขี้หนู เป็นพืชผลของภาคใต้และภาคตะวันออก เป็นต้น อาหารต่างๆ ที่กล่าวมานี้เป็นอาหารที่ผลิตได้ในท้องถิ่นเฉพาะซึ่งไม่สามารถเจริญเติบโตได้ในภูมิภาคอื่นๆ หรืออาจจะเจริญเติบโตได้แต่ให้ผลผลิตไม่มาก

ความหมายของอาหารท้องถิ่น ตรงคำว่า Local food ในภาษาอังกฤษ ซึ่งชาวอังกฤษร้อยละ 57 เห็นว่า หมายถึง อาหารที่ผลิตในเมือง (County) ที่ตนเองอาศัยอยู่ เป็นอาหารที่ผลิตในพื้นที่ในรัศมี 30 ไมล์ ที่ตนเองอาศัยอยู่ หรือในสถานที่ที่ตนซื้อสินค้า โดยคำว่า ท้องถิ่นนี้เป็นสถานที่ที่มีระยะทางเข้ามาเกี่ยวข้องกับ (Enteleca Research and Consultancy Ltd., 2000)

คันทันย์ อุดมอ่าง (2542) ได้ให้ความหมายของอาหารท้องถิ่นไว้ว่า อาหารท้องถิ่นหมายถึง อาหารที่นิยมรับประทานเฉพาะถิ่น ประกอบด้วยพืชผักและวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น มีวิธีการปรุงที่ปฏิบัติสืบทอดกันมาจนถึงปัจจุบัน อาหารท้องถิ่นในแต่ละที่มีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับพืชพรรณ และเนื้อสัตว์ต่างๆ ที่มีอยู่ในถิ่น

ตรงกับคำว่า Traditional food ซึ่ง Shin (2006) ให้ความหมายไว้ว่า คือ อาหารที่มีการปรุงมาเป็นเวลานานแล้วโดยกลุ่มคนที่มีวิถีการดำรงชีวิตคล้ายกัน ใช้วัตถุดิบที่มีกำเนิดในท้องถิ่น เป็นอาหารที่สืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น

นอกจากนี้อาหารแต่ละท้องถิ่นมีลักษณะเฉพาะในด้านรูปร่าง รสชาติ และคุณค่าทางอาหาร เช่น หน่อไม้ไร่ที่เชียงใหม่มีรสหวาน หอม นุ่ม ข้าวเหนียวสันป่าตองเชียงใหม่เมล็ดยาว นุ่มและหอม ส้มโอนครชัยศรี ส้มบางมดเป็นส้มที่มีรสชาติหวาน ผลดีในข้อนี้จึงทำให้อาหารในท้องถิ่นสามารถทำรายได้หรือกล่าวได้ว่าพืชผลทางอาหารต่างๆ เหล่านั้นเป็นพืชผลทางเศรษฐกิจของท้องถิ่น ลักษณะของอาหารท้องถิ่นจึงสามารถบ่งบอกถึงภาวะโภชนาการของคนในท้องถิ่นต่างๆ ได้ เพราะอาหารพื้นบ้านเป็นอาหารที่ชาวบ้านชอบและรับประทานกันเป็นประจำอยู่ทุกวัน

ท้องถิ่นที่อุดมสมบูรณ์มีอาหารพื้นบ้านอยู่หลายชนิดและเป็นอาหารที่มีคุณค่าทางอาหารสูง อาหารพื้นบ้านจึงมีความสำคัญต่อภาวะโภชนาการของประชาชนมาก สำหรับนักโภชนาการแล้ว การส่งเสริมให้ประชาชนบริโภคอาหารท้องถิ่นที่มีคุณค่าทางอาหารสูงจึงเท่ากับเป็นการส่งเสริมภาวะโภชนาการที่ดีของประชาชนอีกด้วย ความสำคัญของอาหารท้องถิ่นนั่นก็คือ การที่ประชาชนบริโภคอาหารท้องถิ่นเป็นการประหยัดรายจ่ายของครอบครัว เพราะหาได้ง่าย ราคาถูกและมีความสดใหม่ และหากประชาชนรู้จักเลือกบริโภคอาหารท้องถิ่นที่มีคุณค่าทางอาหารสูงยิ่งทำให้ได้รับคุณค่าทางอาหารอย่างเต็มที่ นอกจากนี้อาหารท้องถิ่นยังเป็นแหล่งรายได้ของประชาชนโดยการจำหน่ายอาหารท้องถิ่นไปยังถิ่นอื่นๆ ทำให้ได้รายได้มาสู่ท้องถิ่น ดังนั้นจึงนับได้ว่าอาหารท้องถิ่นมีบทบาทในการส่งเสริมภาวะโภชนาการของชุมชนและส่งเสริมภาวะเศรษฐกิจอีกทางหนึ่ง (ขวัญเรือน สมหาญ, 2545; อ้างอิงจาก ประยงค์ จินดาวงศ์. โภชนาการเพื่อชุมชน. 2539)

อาหารเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อชีวิตมนุษย์นับตั้งแต่ปฏิสนธิจนกระทั่งตาย อาหารของมนุษย์แต่เดิมนั้นได้จากธรรมชาติทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นพืชหรือสัตว์จะหาได้ตามป่าเขา และแหล่งน้ำต่างๆ ธรรมชาติจึงเป็นแหล่งอาหารที่สำคัญของมนุษย์ แม้แต่ในปัจจุบันตามชนบทก็ยังพึ่งพาแหล่งอาหารจากธรรมชาติอยู่ อาหารท้องถิ่นแต่ละชนิดนั้นต้องใช้ระยะเวลายาวนานในการเลือกสรรวัตถุดิบ เครื่องปรุง และวิธีปรุงให้เหมาะสมกว่าจะได้อาหารที่ถูกรสนิยมของคนในท้องถิ่น นับว่าเป็นการตกผลึกประสบการณ์ของมนุษย์ก็ว่าได้

จากความหมายของอาหารท้องถิ่นที่ผู้รู้ได้ให้ความหมายไว้ นั่นสรุปได้ว่า อาหารท้องถิ่นเป็นอาหารที่สามารถผลิตได้เองในแต่ละท้องถิ่น ประกอบจากวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นและนิยมรับประทานเฉพาะถิ่น นอกจากนี้ยังมีลักษณะเฉพาะในด้านรูปร่าง รสชาติ และคุณค่าทางโภชนาการสูง ซึ่งอาหารท้องถิ่นแต่ละภาคของประเทศไทยก็มีลักษณะเฉพาะดังกล่าวที่แตกต่างกันออกไป

2.2.2 ความสำคัญของอาหารท้องถิ่น

อาหารท้องถิ่นมีความสำคัญหลายประการ ดังที่ คันสนีย์ อุดมอ่าง (2542) กล่าวไว้ดังนี้

2.2.2.1 เป็นสิ่งที่แสดงถึงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมการกินของกลุ่มคน กลุ่มคนที่อยู่ในท้องถิ่นหรือภูมิภาคเดียวกันย่อมจะมีรสนิยมและความชอบที่คล้ายคลึงกัน อาหารในแต่ละท้องถิ่นมีเอกลักษณ์ที่ผู้พบเห็นสามารถแยกแยะได้ง่าย เช่น อาหารท้องถิ่นของภาคเหนือมักจะมีรสอ่อนกว่าอาหารภาคอื่น ไม่นิยมใช้น้ำตาลปรุงรส ใช้ความหวานจากพืชผักสดตามธรรมชาติ ไม่นิยมใช้เครื่องเทศและกะทิในแกงเผ็ด วิธีการปรุงอาหารภาคเหนือมีหลายวิธี ได้แก่ การแกง การจ่อ การล้า การยำ การเจียว การปิ้ง การคั่ว การตำ เป็นต้น ตัวอย่างอาหารภาคเหนือ เช่น แกงสะแล จอผักกาด ล้ามะเขือผ้อย ยำผักเสียด เจียวผักขม ตำมะม่วง เป็นต้น

อาหารท้องถิ่นภาคอีสานมีรสเผ็ดและเค็มนำ มีรสเปรี้ยวเล็กน้อย รสเปรี้ยวนอกจากน้ำมะนาวแล้วยังนิยมใช้มะกอก มะขาม และมดแดงปรุงรสตามความเหมาะสมกับชนิดของอาหาร รสเค็มนั้นใช้ปลาร้าเป็นหลัก วิธีการปรุงอาหารของภาคอีสานมักใช้กรรมวิธีง่ายๆ และใช้ไขมันต่ำ เช่น การคั่ว การปิ้ง การย่าง การหมก การลาบ การตำ การป่น และการชุบ เป็นต้น ตัวอย่างอาหารภาคอีสาน เช่น คั่วแมงมัน ปิ้งปลา ย่างเนื้อ หมกหน่อไม้ ลาบเทา ตำแตง ป่นปลา ชุบมะเขือ เป็นต้น ผักที่นิยมใช้แต่งกลิ่น ได้แก่ ผักชีลาว ตะไคร้ ใบมะกรูด สะระแหน่ ผักชี และผักแพว เป็นต้น

อาหารท้องถิ่นภาคใต้มีรสเผ็ดจัด เค็มและเปรี้ยว มีการใช้เครื่องเทศมากกว่าภาคอื่นๆ จากสภาพภูมิอากาศที่เย็นชื้นทำให้เจ็บป่วยได้ง่าย อาหารที่มีรสเผ็ดและร้อนทำให้เจริญอาหาร ร่างกายได้รับพลังงานมาก ช่วยให้เกิดความอบอุ่น นับเป็นการป้องกันโรคที่ดี วิธีการปรุงอาหารของภาคใต้ ได้แก่ การแกง น้ำพริก และยำ ตัวอย่างอาหารภาคใต้ที่รู้จักเป็นที่แพร่หลาย ได้แก่ แกงเหลือง แกงพุงปลา (ไตปลา) แกงเผ็ดใส่กะทิของภาคใต้มักจะใช้กะทิเข้มข้นกว่าภาคอื่นจึงมีรสชาติเผ็ดร้อนและเค็มมัน เช่น แกงหมงมะพร้าว แกงลูกหนู ส่วนอาหารชนิดอื่น ได้แก่ น้ำพริกกุ้งเสียบ น้ำพริกโจร ยำส้มโอ ยำมะม่วงเบา ยำส้มมุด เป็นต้น อาหารภาคใต้ส่วนใหญ่มีรสเผ็ดร้อนจึงมักมีผักเหนาะเป็นเครื่องเคียงเพื่อช่วยลดความเผ็ดและชูรสอาหาร ผักเหนาะ ได้แก่ ผักสด ผักลวก ผักต้ม หรือผักดองที่ได้จากพืชท้องถิ่น ตัวอย่างผักเหนาะสด ได้แก่ สะตอ มะเดื่อ ลูกเนียง ถั่วฝักยาว ลูกเหรียงที่เพาะในไหงอก เป็นต้น ผักเหนาะลวก ได้แก่ ยอดผักทอง หัวปลี หน่อไม้ ยอดคะทกรก เป็นต้น ส่วนผักเหนาะดอง ได้แก่ สะตอดอง ผักขมดอง ยอดกุ่มดองและผักเสี้ยนดอง เป็นต้น

ส่วนอาหารท้องถิ่นภาคกลางมักมีรสเปรี้ยว เค็ม หวาน และเผ็ด อาหารภาคกลางมีความหลากหลายมากกว่าภูมิภาคอื่น ทั้งนี้อาจจะเนื่องมาจากการเป็นเมืองหลวงมาหลายยุคหลายสมัย ทำให้มีการติดต่อกับชนชาติต่างๆ จึงรับเอาวัฒนธรรมการกินแล้วดัดแปลงจนเป็นของไทยในปัจจุบัน วิธีการปรุงอาหารของภาคกลาง ได้แก่ การแกง การยำ การพล่า น้ำพริก หลน ต้ม ทอด และผัด เป็นต้น ตัวอย่างอาหาร ได้แก่ แกงส้ม แกงเผ็ด แกงมัสมั่น ต้มยำ แกงเลียง ยำพริกหยวก พล่ากุ้ง แสงังว่า น้ำพริกลงเรือ หลนปูเค็ม หมี่กรอบ ผัดพริกขิง เป็นต้น

2.2.2.2 อาหารท้องถิ่นมีคุณค่าทางอาหารสูง ช่วยให้ผู้บริโภคเป็นประจำมีสุขภาพแข็งแรง ทั้งนี้เพราะอาหารท้องถิ่นส่วนใหญ่ประกอบด้วยพืชผักเป็นหลัก มีเนื้อสัตว์และไขมันต่ำ คุณค่าของพืชผักนั้นประกอบด้วยสารต้านอนุมูลอิสระ (Antioxidants) สารผัก (Phytonutrients) ไฟเบอร์ และใยอาหารและเป็นสมุนไพร

2.2.2.3 อาหารท้องถิ่นมีความปลอดภัยจากสารเคมีเกษตรต่างๆ ทั้งนี้เพราะอาหารท้องถิ่นประกอบด้วยพืชผักท้องถิ่นเป็นหลัก พืชผักท้องถิ่นเป็นพืชที่มักขึ้นเองตามธรรมชาติ มีฤดูกาลและเป็นผักที่มีกลิ่นรสเฉพาะตัวจึงไม่ค่อยมีศัตรูทางธรรมชาติ จึงไม่จำเป็นต้องพึ่งพาสารเคมีใดๆ

2.2.2.4 การบริโภคอาหารท้องถิ่นช่วยให้ประหยัดตั้งแต่ระดับครอบครัว ถึงระดับประเทศ ในระดับครอบครัวนั้นการประกอบอาหารท้องถิ่นมักจะหาพืชผักหรือปลูกเอง ถ้าจะซื้อผักท้องถิ่นมักมีราคาถูก อาหารในแต่ละมื้อจึงใช้เงินไม่มากนัก

2.2.2.5 อาหารท้องถิ่นทำให้เกิดการสืบสานวัฒนธรรมการกินของคนในท้องถิ่น คุณค่าของอาหารท้องถิ่นดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า อาหารท้องถิ่นมีความสำคัญ คือ เป็นสิ่งที่แสดงถึงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมการกินของกลุ่มคน ซึ่งอาหารท้องถิ่นในแต่ละภาค จะมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันออกไป เช่น อาหารท้องถิ่นภาคเหนือมักจะมีรสอ่อน อาหารท้องถิ่นภาคอีสานมีรสเผ็ดและเค็มนำ มีรสเปรี้ยวเล็กน้อย อาหารท้องถิ่นภาคใต้มีรสเผ็ดจัด เค็ม และเปรี้ยว ส่วนอาหารท้องถิ่นภาคกลางมักมีรสเปรี้ยว เค็ม หวาน และเผ็ด เป็นต้น อาหารท้องถิ่นมีคุณค่าทางอาหารสูง มีความปลอดภัยจากสารเคมีต่างๆ และช่วยให้ประหยัด นอกจากนี้ยังทำให้เกิดการสืบสานวัฒนธรรมการกินของคนในท้องถิ่นที่สืบทอดต่อกันมา ทำให้ชนรุ่นหลังได้ทราบถึงวิถีการดำรงชีวิตของบรรพบุรุษสืบผ่านอาหารต่างๆ ตั้งแต่การเพาะปลูก สรรหา เก็บรักษา วิธีการปรุง ตลอดจนการรับประทานอาหารชนิดนั้นๆ

2.2.3 แนวโน้มการบริโภคอาหารท้องถิ่น

ในปัจจุบันคนไทยเริ่มตื่นตัวและห่วงใยสุขภาพของตนเองมากขึ้นจึงให้ความสนใจกับอาหารที่บริโภค อาหารจากพืชผักท้องถิ่นเริ่มเข้ามามีบทบาทในกลุ่มคนที่มีการศึกษาและมีฐานะทางเศรษฐกิจดี เพราะมีความเข้าใจในคุณประโยชน์ของพืชผักท้องถิ่นในด้านการป้องกันโรคและมีความปลอดภัยจากสารพิษตกค้างต่างๆ ซึ่งมีนักวิชาการและหน่วยงานหลายหน่วยงานได้ทำการศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับชนิดของพืชผักท้องถิ่น อาหารท้องถิ่นภาคต่างๆ การเพาะปลูกและขยายพันธุ์ผักท้องถิ่น รวมทั้งพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคต่างๆ หน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญในการฟื้นฟูและรณรงค์ให้คนกลับมาสนใจและบริโภคอาหารท้องถิ่น ได้แก่ สถาบันการแพทย์แผนไทย กรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข ซึ่งได้จัดทำหนังสือเกี่ยวกับพืชผักท้องถิ่น พืชผักสมุนไพร ยาสมุนไพร ฯลฯ อีกทั้งการจัดประชุมวิชาการ เรื่อง ผักพื้นบ้านและอาหารพื้นบ้าน 4 ภาค ขึ้นทำให้เกิดการพบปะของผู้รู้จากท้องถิ่น นักวิชาการ และบุคคลจากหลายอาชีพ หลายหน่วยงาน ได้แลกเปลี่ยนความรู้เรื่องพืชผักพื้นบ้าน วิธีรับประทาน คุณค่า และมุมมองต่างๆ ซึ่งเป็นการจุดประกายให้เกิดความรัก ห่วงเหินและเห็นคุณค่าในมรดกที่บรรพบุรุษได้เลือกสรรไว้ให้ลูกหลาน ดังนั้นในสภาวะที่ประเทศกำลังประสบปัญหาเศรษฐกิจ คนไทยทุกคนย่อมได้รับผลกระทบนี้ จึงควรหันกลับมาสนใจอาหารและพืชผักที่เคยเห็น เคยมีในอดีต และช่วยกันฟื้นฟูให้กลับมาเป็นอาหารหลักในชีวิตประจำวัน เปลี่ยนนิสัยการบริโภคอาหารชนิดเร่งด่วนเป็นอาหารท้องถิ่นซึ่งจะช่วยอนุรักษ์ให้อาหารท้องถิ่นอยู่กับคนไทยต่อไป

ยศ อัมพรรัตน์ (2548) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการบริโภคอาหารท้องถิ่นพื้นบ้านไว้ว่า การส่งเสริมการบริโภคอาหารท้องถิ่นพื้นบ้านเป็นงานที่ต้องอาศัยขบวนการหลายขั้นตอน โดยเริ่มศึกษาอุปนิสัยใจคอการบริโภคอาหารของแต่ละบุคคลซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญ การให้ความรู้เกี่ยวกับคุณค่าอาหาร การฝึกปฏิบัติเกี่ยวกับการเสริมอาหารให้มีคุณค่าสำหรับบุคคลทุกวัย ตลอดจนการให้ความรู้เกี่ยวกับการดัดแปลงอาหารให้ได้รูปแบบอาหารที่แปลกใหม่และน่ารับประทาน ให้มีโอกาสได้ชิมอาหารแต่ละชนิด ตลอดจนการฝึกให้ยอมรับอาหารใหม่ๆ ที่มีคุณค่าทางอาหารสูงสำหรับเด็ก เป็นวิธีการในการส่งเสริมการบริโภคอาหารท้องถิ่นพื้นบ้านอีกแนวทางหนึ่ง

ปัจจุบันในเมืองใหญ่ หลายครอบครัวนิยมซื้ออาหารสำเร็จรูปหรืออาหารที่ปรุงเสร็จเรียบร้อยแล้วมารับประทาน ทั้งนี้เพื่อความสะดวก รวดเร็วหรืออาจจะเพราะไม่มีเวลาที่จะประกอบอาหารเอง แต่ด้วยกระแสการรณรงค์เกี่ยวกับการรับประทานอาหารที่มีคุณค่า สะอาด และปลอดภัยจึงทำให้คนไทยตื่นตัวและตระหนักถึงสุขภาพของตนและคนในครอบครัวมากขึ้น

อาหารท้องถิ่นจึงเข้ามามีบทบาทมากยิ่งขึ้น เพราะเป็นอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูงและมีความปลอดภัยจากสารเคมีตกค้างต่างๆ ตลอดจนการส่งเสริมจากหน่วยงานของภาครัฐและเอกชนในการจัดงานเกี่ยวกับอาหารหรือพืชผักที่มีอยู่ในท้องถิ่นหรือกระแสการรณรงค์ไทยเที่ยวไทยก็เป็นโครงการหนึ่งที่ทำให้อาหารท้องถิ่นเป็นที่รู้จักมากขึ้น ซึ่งหากมีการจัดกิจกรรมต่างๆ เหล่านี้อย่างต่อเนื่องและได้รับความสนใจจากประชาชนในท้องถิ่น ตลอดจนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ก็จะเป็นอีกหนทางหนึ่งที่จะอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไป

อาหารพื้นบ้านของเกาหลีก็ประสบปัญหาเช่นเดียวกับของไทยที่ถูกกลืนละเลยเป็นเวลานาน โดยมักจะมีการรับประทานอาหารพื้นบ้านเป็นครั้งคราว โดยเฉพาะในงานเลี้ยงและในพิธีกรรมทางศาสนา อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันชาวเกาหลีบริโภคอาหารพื้นบ้านน้อยลงในฐานะที่เป็นอาหารโอชารส โดยไม่จำเป็นต้องผูกมัดกับเหตุการณ์หรือพิธีการเฉพาะ ด้วยความตระหนักว่าอาหารพื้นบ้านเป็นอาหารสุขภาพ (Shin, 2006)

2.3 อาหารท้องถิ่นภาคเหนือ

อาหารท้องถิ่นภาคเหนือ หมายถึง อาหารที่นิยมรับประทานกันเฉพาะถิ่นทางภาคเหนือ ซึ่งเป็นอาหารที่ทำขึ้นได้ง่าย โดยอาศัยพืชผักหรือเครื่องประกอบอาหารที่มีอยู่ในท้องถิ่น นอกจากนี้ยังสืบทอดวิธีการปรุงและการรับประทานต่อๆ กันมาเป็นเวลาอันยาวนาน (ปทุมวดี เจริญสุข และคณะ, 2542)

วาณี เอี่ยมศรีทอง และประหยัด สายวิเชียร (ขวัญเรือน สมหาญ, 2545; อ้างอิงจาก วาณี เอี่ยมศรีทอง และประหยัด สายวิเชียร. *อาหารล้านนา*. 2538) ได้ให้คำจำกัดความของอาหารท้องถิ่นภาคเหนือไว้ว่า หมายถึง อาหารที่มีอยู่ประจำท้องถิ่น คนในท้องถิ่นนิยมรับประทาน สามารถผลิตเองได้ในท้องถิ่น หาได้ง่ายตามสภาพสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ และเป็นสิ่งแสดงถึงเอกลักษณ์ วัฒนธรรม สังคม และความเป็นอยู่ของคนพื้นเมืองทางภาคเหนือ

สรุปได้ว่า อาหารท้องถิ่นภาคเหนือเป็นอาหารที่นิยมรับประทานเฉพาะถิ่นทางภาคเหนือ เป็นอาหารที่มีอยู่ประจำของแต่ละท้องถิ่น สามารถผลิตได้เองในท้องถิ่น และเป็นสิ่งที่แสดงถึงเอกลักษณ์ วัฒนธรรม และความเป็นอยู่ของคนพื้นเมืองทางภาคเหนือที่ดำเนินชีวิตอยู่อย่างเรียบง่าย อาหารที่รับประทานในชีวิตประจำวันก็ใช้ส่วนผสมที่หาได้โดยทั่วไปและมีวิธีการทำที่ง่ายและสะดวก เช่น ผักกาดจอบ เป็นต้น หรืออาหารบางชนิดที่มีการทำหลายขั้นตอนก็แสดงถึง

ความเอาใจใส่และความพิถีพิถันในการปรุงเพราะใช้เครื่องปรุงหลายประเภทและต้องใช้เวลาในการปรุง เช่น การทำลาบ มีเครื่องปรุงลาบหลายชนิดที่ล้วนมีประโยชน์ต่อร่างกาย เช่น เครื่องเทศชนิดต่างๆ ช่า ตะไคร้ ฯลฯ หรือการทำแกงอ่อมที่ต้องใช้เวลาในการเคี่ยวเนื้อให้เปื่อย และมีรสกลมกล่อม ตลอดจนเครื่องปรุงต่างๆ ที่สรรหามาเพิ่มรสชาติอาหารให้อร่อยยิ่งขึ้น อาทิ น้ำปูที่ทำจากปูนา น้ำปูใช้ปรุงอาหารเช่นเดียวกับกะปิหรือปลาร้า ทำจากปูนา นำมาโขลกกรองเอาแต่น้ำ โขลกช่า ตะไคร้ เกลือ แล้วเคี่ยวพร้อมกันจนข้นคล้ายกะปิ เก็บไว้ได้นาน ถั่วเน่าทำจากถั่วเหลืองหมักปรุงรสด้วยเกลือ มีทั้งถั่วเน่าแซบ (แบบแห้ง) และถั่วเน่าเมอะ (ถั่วเน่าเปียก) ถั่วเน่าถือเป็นเครื่องปรุงรสสำคัญของน้ำพริกและกับข้าวต่างๆ มะแขว่นสำหรับใช้ปรุงลาบให้มีกลิ่นหอม เป็นต้น ทั้งนี้ในแต่ละจังหวัดของภาคเหนือก็จะมีอาหารท้องถิ่นที่หลากหลาย รวมทั้งอาจมีชื่อเรียกที่แตกต่างกันด้วย เช่น บางท้องถิ่นในจังหวัดเชียงรายเรียกขนมจีนน้ำเงี้ยวว่า ข้าวซอย เป็นต้น

2.3.1 ลักษณะอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ

ปทุมวดี เจริญสุข และคณะ (2542) ได้กล่าวไว้ว่า สภาพภูมิประเทศของภาคเหนือประกอบด้วยภูเขาและป่าไม้ มีแม่น้ำลำธารไหลผ่านหลายสาย สภาพดินอุดมสมบูรณ์ ตลอดจนสภาพอากาศหนาวเย็นและชุ่มชื้นกว่าภาคอื่นๆ ของประเทศไทย จึงมีผลทำให้ผลิตผลทางการเกษตรอุดมสมบูรณ์ อาหารพื้นบ้านภาคเหนือนั้นมีความเกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมต่างๆ ดังกล่าว ทั้งสภาพภูมิศาสตร์ สภาพภูมิอากาศ ตลอดจนความเกี่ยวข้องกับอาชีพ ความเป็นอยู่ และการติดต่อระหว่างคนภาคเหนือกับคนภาคอื่นและประเทศเพื่อนบ้าน วัฒนธรรมอาหารล้านนาเกิดจากการผสมผสานวัฒนธรรมเดิมกับวัฒนธรรมของกลุ่มคนหลากหลาย ดังปรากฏในอาหารแถบจังหวัดชายแดนไทย-พม่า เช่น แกงฮังเลจากพม่า ขนมจีนน้ำเงี้ยวจากไทยใหญ่ การต้มน้ำชา อาหารประเภทก๋วยเตี๋ยวและอาหารที่ทำจากหมูซึ่งมาจากวัฒนธรรมอาหารจีน อาหารเหล่านี้มีรสชาติแตกต่างจาก “อาหารคนเมือง” หรืออาหารชาวล้านนาทั่วไป (แสงอรุณ กนกพงศ์ชัย, 2544)

การติดต่อทางการค้าเป็นสื่อสู่การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมในด้านต่างๆ รวมทั้งวัฒนธรรมอาหาร ซึ่งอาหารที่เป็นที่รู้จักกันมาก คือ ข้าวซอย ซึ่งกลายเป็นอาหารเอกลักษณ์ท้องถิ่น มีผู้ตั้งข้อสังเกตว่า ข้าวซอย น่าจะมาจากจีนฮ่อที่เป็นมุสลิมที่เดินทางสู่ล้านนาในช่วงพุทธศตวรรษที่ 21-22

คนภาคเหนือรับประทานอาหารวันละ 3 มื้อ เช่นเดียวกับคนภาคอื่นๆ อาหารมื้อเช้าเรียกว่า ข้าวกาย ชาวเหนือจะนั่งข้าวเหนียวกันแต่เช้าแล้วแบ่งใส่ภาชนะที่สานด้วยไม้ไผ่ ใบลาน

หรือใบตาล เพื่อนำติดตัวไปรับประทานในตอนกลางวันระหว่างพักจากการทำไร่ทำนา อาหารมื้อกลางวัน เรียกว่า ข้าวตอน ส่วนมื้อเย็นนั้นหลังจากที่สมาชิกในครอบครัวมาพร้อมหน้ากันแล้วก็จะตั้งวงขันโตกเพื่อรับประทานอาหารเย็น ซึ่งเรียกว่า ข้าวแดง ขันโตก หมายถึง ภาชนะสำหรับวางสำหรับอาหาร นิยมทำด้วยไม้สัก มีรูปร่างคล้ายถาดขนาดกว้างประมาณ 15-30 นิ้ว โดยจะมีขาเล็กๆ มีความยาวพอสมควรจำนวนหลายอันต่อกันถาดเพื่อวางตั้งได้

วาณี เขี่ยมศรีทอง และ ประหยัด สายวิเชียร (ขวัญเรือน สมหาญ, 2545; อ้างอิงจาก วาณี เขี่ยมศรีทอง และ ประหยัด สายวิเชียร. *อาหารล้านนา*. 2538) ได้กล่าวถึงลักษณะอาหารท้องถิ่นภาคเหนือว่า ประกอบด้วยอาหารประเภทต่างๆ ดังนี้

อาหารประเภทผัด หนึ่ง ย่าง ยำ เช่น คั่วเห็ดหอม ลาบคั่ว ห่อหนึ่งไก่ จิ้นแอบ ยำผัก และส้าป่าแตง

อาหารประเภทตำ น้ำพริก เช่น ตำมะเขือ ตำมะหนูน น้ำพริกอ่อน น้ำพริกอีเก๋ น้ำพริกข่า น้ำพริกหนุ่ม น้ำพริกตำแดง น้ำพริกน้ำหน่อ และน้ำพริกน้ำปู

อาหารประเภททอด ปิ้ง เช่น ไข่อั่ว จิ้นทอด และไข่ปาม

อย่างไรก็ตามจากการศึกษาค้นคว้าเอกสาร การพูดคุยกับผู้เชี่ยวชาญอาหารพื้นเมือง และการได้สัมผัสกับอาหารพื้นเมืองมาตลอด ทีมวิจัยได้แบ่งอาหารพื้นเมืองออกเป็น 8 ประเภท คือ น้ำพริก ยำ/ตำ ลาบ แกง ส้า ปิ้ง/ย่าง ทอด และจ้อ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

อาหารประเภทน้ำพริก (อ่าน “น้ำพิก”)

น้ำพริก เป็นอาหารชนิดหนึ่ง โดยมีส่วนประกอบหลักๆ คือ พริก เกลือ หอม กระเทียม เป็นต้น อาจมีเครื่องปรุงอื่นๆ อีก เช่น กะปิ ถั่วเน่าแฉับ ปลาร้า มะเขือเทศ ข่า ตะไคร้ เพิ่มเข้าไปอีกแล้วแต่น้ำพริกแต่ละชนิด

บางชนิดมีส่วนประกอบหลักอื่นเพิ่มเข้าไปอีก เช่น เนื้อหมู ปลา เห็ด ต่อ แล้วเรียกชื่อตามส่วนประกอบนั้นๆ ด้วยเช่น น้ำพริกขิง น้ำพริกปลา (อ่าน “น้ำพิกปลา”) น้ำพริกร้า (อ่าน “น้ำพิกฮ้า”) น้ำพริกขิ้น (อ่าน “น้ำพิกจิ้น”) น้ำพริกน้ำปู (อ่าน “น้ำพิกน้ำปู”) น้ำพริกต๋อ น้ำพริกน้ำผัก เป็นต้น ทั้งนี้ส่วนประกอบดังกล่าวจะมีการนำไปเผา ย่าง จี่ หรือหมกขี้เถ้าร้อนให้สุกก่อน

น้ำพริกที่นิยมทำรับประทานในล้านนา มีมากมายหลายชนิด ในที่นี้ขอยกตัวอย่างน้ำพริกที่นิยมรับประทานกันทั่วไป 3 ชนิด คือ

น้ำพริกตาแดง (อ่าน “น้ำพริกตำแดง”)

น้ำพริกตาแดง หรือ น้ำพริกแดง ประกอบด้วยเครื่องปรุงดังนี้ พริกแห้ง (เลือกเม็ดแดงๆ) ปลาร้า ย่าง หอม



กระเทียม ถั่วเน่าแห้ง ปลาแร่ กะปิ (จะใส่กะปิก็ได้) ขั้นตอนการทำ เริ่มจากนำพริกเสียบไม้ไปย่างไฟอ่อน เรียกว่า ผิงไฟ พอให้กรอบและหอม อย่าให้เกรียม นำกระเทียมและหอมไปหมกไฟพอสุกแกะเปลือกออก กะปิย่างไฟ ปลาแร่สับห่อใบตองหมกไฟหรือย่างไฟให้สุก ถั่วเน่าแห้งบั้งไฟให้เหลืองหอม ส่วนปลาแร่ย่างไปบั้งให้หอมและกรอบ จากนั้นนำส่วนผสมต่างๆ โขลกเข้าด้วยกัน อาจเติมน้ำในขณะตำเล็กน้อยให้น้ำพริกเหนียวและละเอียดก่อนรับประทาน อาจเผาะมะเขือเทศลงตำด้วยและโรยต้นหอมผักชีก็ได้

น้ำพริกตาแดงสามารถเก็บไว้ได้นาน อาจมีลักษณะแห้ง ดังนั้นเมื่อจะรับประทานให้หยดน้ำลงไปแล้วคนให้มีลักษณะเหนียวหรือเหลวเล็กน้อย หรืออาจบีบน้ำจากผลมะกอกเติมก็ได้ การกินน้ำพริกแดง โดยทั่วไปนิยมกินกับผักสุก โดยการนั่ง ต้ม หรือลวก เช่น ผักกาด กะหล่ำปลี กะหล่ำดอก ถั่วฝักยาว ถั่วพู มะเขือ พักทอง พักเขี้ยว ฯลฯ และอาจมีขึ้นบั้ง (จิ้นบั้ง) คือ เนื้อบั้งหรือทอดรับประทานร่วมด้วย บ้างก็ชอบรับประทานพร้อมกับแคบหมู ผักกาดจอบ เป็นต้น

จากการศึกษาพบว่า น้ำพริกตาแดง ในปริมาณ 100 กรัม มี 147.37 แคลอรี โปรตีน 10.14 กรัม ไขมัน 5.22 กรัม คาร์โบไฮเดรต 14.94 กรัม แคลเซียม 97.48 มิลลิกรัม ฟอสฟอรัส 179.79 มิลลิกรัม เหล็ก 7.41 มิลลิกรัม วิตามินเอ 1539.87 อาร์อี วิตามินบี1 0.10 มิลลิกรัม วิตามินบี2 0.25 มิลลิกรัม ไนอะซิน 3.23 มิลลิกรัม และวิตามินซี 10.50 มิลลิกรัม (อาหารล้านนา : น้ำพริกตาแดง. มปป.)

น้ำพริกหนุ่ม

พริกหนุ่ม คือ พริกสดที่ยังไม่แก่จัด นิยมใช้ทำน้ำพริก โดยมีเครื่องปรุงดังนี้ พริกหนุ่ม ปลาแร่ หอมกระเทียม กะปิ เกลือ



ขั้นตอนการทำ เริ่มจากนำพริกหนุ่ม หอมกระเทียม ไปเผาให้สุก แกะเปลือกออก ปลาแร่และกะปิห่อใบตองย่างไฟให้สุก นำเครื่องปรุงทุกอย่างตำรวมกันให้

ละเอียด อาจใช้ผักชีต้นหอมโรยหน้าก่อนรับประทาน บ้างก็นำปลาแร่กับกะปิตำด้วยกัน เมื่อตำเครื่องทุกอย่างละเอียดแล้วจึงเติมน้ำปลาแร่ต้มให้พอขลุกขลิก หากชอบรสเปรี้ยวอาจเผาะมะเขือเทศหมกไฟให้สุก ปอกเปลือกแล้วตำลงไปหรือบีบน้ำมะกอกสุกเติมก็ได้

น้ำพริกหนุ่มนิยมกินกับผักต่างๆ เช่น ถั่วฝักยาว ผักกาด กะหล่ำปลี มะเขือ อาจลวกหรือกินสดก็ได้ นอกจากนี้ยังนิยมกินกับแคบหมูอีกด้วย

น้ำพริกหนุ่มให้พลังงาน 47 กิโลแคลอรี โปรตีน 2.4 กรัม คาร์โบไฮเดรต 7.9 กรัม แคลเซียม 79 กรัม ไขมัน 0.7 กรัม (น้ำพริกหนุ่ม. มปป.)

น้ำพริกอ่อน

น้ำพริกอ่อน นับเป็นน้ำพริกล้านนาชนิดหนึ่งที่รู้จักกันแพร่หลายทั่วไปพอๆ กับน้ำพริกหนุ่ม โดยมีเครื่องปรุงดังนี้ เนื้อหมูสับ พริกแห้ง กระเทียม หอม มะเขือเทศ เกล็ด ปลาร้า (อาจใส่หรือไม่ก็ได้) ถั่วเน่าแชบ กะปิ รากผักชี ผักชีต้นหอม หัน น้ำมันหมู



ขั้นตอนการทำ เริ่มจากนำพริกแห้ง หอม กระเทียม เกล็ด และรากผักชีโขลกพร้อมกัน เมื่อแหลกดีแล้วนำกะปิ ปลาร้า และถั่วเน่าแชบซึ่งย่างไฟแล้วหรือเต้าเจี้ยว ใส่ลงไปโขลกให้เข้ากัน ส่วนเนื้อหมูสับให้ละเอียด มะเขือเทศหันหรือใส่ครกบด แล้วตั้งกระทะใส่น้ำมัน เจียวกระเทียมพอหอม แล้วนำน้ำพริกลงผัด ใส่เนื้อหมู และมะเขือเทศตามลำดับ พอเนื้อและมะเขือเทศสุก เติมน้ำพอสมควร เคี่ยวจนงวด ปรุงรสตามชอบแล้วยกลงโรยหน้าด้วยผักชีต้นหอมหัน

จากการศึกษาพบว่า น้ำพริกอ่อน 100 กรัม มี 144.94 แคลอรี โปรตีน 10.23 กรัม ไขมัน 9.00 กรัม คาร์โบไฮเดรต 5.73 กรัม แคลเซียม 62.12 มิลลิกรัม ฟอสฟอรัส 80.49 มิลลิกรัม เหล็ก 2.25 มิลลิกรัม วิตามินเอ 329.83 อารีอี วิตามินบี1 0.29 มิลลิกรัม วิตามินบี2 0.15 มิลลิกรัม ไนอะซิน 3.09 มิลลิกรัม และวิตามินซี 4.54 มิลลิกรัม (น้ำพริกอ่อน. มปป.)

อาหารประเภทยำ หรือ ตำ

ยำ ถ้าเป็นกริยา หมายถึง คละเคล้า ปะปน และยังหมายถึง เกรง เคารพนับถือยำเกรง ถ้าเป็นคำนามทั่วไป หมายถึง อาหารประเภทหนึ่งที่ปรุงโดยนำเอาผักหรือเนื้อสัตว์มาคลุกเคล้ากับเครื่องปรุง หรือน้ำพริก ซึ่งเตรียมไว้ต่างหาก โดยอาจนำเครื่องปรุงนั้นมาละลายก่อนแล้วค่อยคลุกเคล้า

อาหารประเภทยำนี้อาจแบ่งได้ 4 กลุ่ม ตามลักษณะของเครื่องปรุง คือ

1. กลุ่มที่เครื่องปรุงมีส่วนผสมคล้ายน้ำพริกปลาร้าหรือน้ำพริกปลา โดยมีเครื่องปรุงหลักๆ ได้แก่ พริกสด หอม กระเทียม ปลาร้า ซึ่งพริกสด หอม กระเทียม จะต้องนำไปหมกไฟให้สุกก่อน แล้วโขลกรวมกันให้ละเอียด ส่วนปลาร้าจะนำไปต้มหรือเคี่ยวให้สุก ทั้งนี้บางชนิดอาจใส่ปลาต้ม หมูสับต้มด้วยก็ได้ และอาจมีการปรุงรสให้เปรี้ยวด้วยมะกอกหรือมะนาว ชนิดของยำประเภทนี้ เช่น ยำหน่อไม้ไร่ เป็นต้น

2. กลุ่มที่เครื่องปรุงมีส่วนผสมคล้ายน้ำพริกกลาง คือ มีเครื่องปรุงหลักๆ ได้แก่ พริกแห้ง หอม กระเทียม ข่า ตะไคร้ บางชนิดอาจมีการใส่เครื่องเทศอื่นๆ เช่น ป่าแขวน ดีปลี พริกไทย ลูกผักชี โดยนำเครื่องปรุงทั้งหมดย่างไฟ นำไปโขลกรวมกัน แล้วจึงนำไปละลายกับน้ำต้มเนื้อหรือ ผักที่จะยำนั่น แล้วจึงย่ำร่วมกัน มักมีการแต่งกลิ่นโดยใส่ผักไผ่ สะระแหน่ ผักชีฝรั่ง ผักชี ต้นหอม หั่นฝอย ยาประเภทนี้ เช่น ยำขึ้นไก่ ยำกบ ยำขึ้นแห้ง ยำเห็ดเผียง ยำอึ่ง ยำไข่มดส้ม เป็นต้น

3. กลุ่มที่มีเครื่องปรุงคล้ายน้ำพริกแกงส้ม โดยมีเครื่องปรุงหลักๆ คือ พริกแห้ง หอม กระเทียม กะปิ บางชนิดอาจใส่ปลาร้า ตะไคร้ เพิ่มเข้าไปอีก เครื่องปรุงเหล่านี้ไม่ต้องย่างไฟ นำมา โขลกรวมกันให้ละเอียด ถ้าใส่ปลาร้าจะต้มให้สุกก่อน บางชนิดอาจมีการใส่หมูสับหรือเนื้ออย่างแห้ง ซึ่งต้มก่อน บางชนิดจะผัดน้ำพริกก่อนนำมาย่ำรวมกัน และบางชนิดย่างก่อนแล้วค่อยนำไปผัด ยาประเภทนี้ เช่น ยำป่าแปบ ยำผักเหือด ยำป่าถั่วป่าเชื้อ ยำหนังฮอย ยำสะน็ด เป็นต้น

4. กลุ่มยาที่ทั่วไปนิยมกัน มีเครื่องปรุงหลักๆ คือ พริก (พริกแห้ง พริกสด พริกขี้หนู) หอม กระเทียม กะปิ เกลือ น้ำตาล อาจใส่หอมหัวใหญ่ กุ้งแห้ง ปลาร้า น้ำปู ปลา

ตำบ่าหนูน

บ่าหนูน คือ ขนุน นอกจากเป็นผลไม้กินผลสุกแล้ว ชาวล้านนานิยมนำขนุนอ่อนมาประกอบอาหาร เช่น ทำ แกงบ่าหนูน ตำบ่าหนูน เป็นต้น สำหรับตำบ่าหนูน บ้าง เรียก ยำบ่าหนูน หั่นขนุนอ่อนเป็นแว่นๆ นำไปต้มจนเปื่อย แล้วปอกเปลือก โดยมีเครื่องปรุง ได้แก่ พริกแห้ง หอม กระเทียม เกลือ กะปิ ปลาร้า ใบมะกรูด



นำพริกแห้ง หอม กระเทียม ย่างไฟ กะปิ ปลาร้าสับให้ละเอียดห่อใบตองหมกไฟ นำเครื่องทุกอย่างโขลกรวมกันจนละเอียด นำขนุนต้มสุกลงตำ คลุกเคล้าจนเข้ากันดี จากนั้นตั้ง กระทะใส่น้ำมันเล็กน้อย นำกระเทียมและหอมซอยลงเจียวพอเหลือง นำตำขนุนที่ได้ลงผัด ซึ่งเรียกว่าจ่าหรือโซ้ คือ ผัดในน้ำมันร้อนอย่างรวดเร็วแล้วยกลง ใส่ใบมะกรูดหั่นฝอย หอมและ กระเทียมเจียว พริกขี้หนูแห้งทอดโรยหน้า เวลากินอาจมีใบมะนาวอ่อน หัวหอมและมะเขือเทศกิน ประกอบด้วย

จากการศึกษาอาหารไทยพื้นบ้านภาคเหนือของเสาวภา ศักยพันธ์ุ พบว่า ตำบ่าหนูน 100 กรัม มี 91.48 แคลอรี โปรตีน 6.09 กรัม ไขมัน 4.50 กรัม คาร์โบไฮเดรต 6.59 กรัม แคลเซียม 45.90 มิลลิกรัม ฟอสฟอรัส 42.34 มิลลิกรัม เหล็ก 1.52 มิลลิกรัม วิตามินเอ 149.23 อารีอี วิตามินบี1 0.42 มิลลิกรัม วิตามินบี2 0.11 มิลลิกรัม ไนอะซิน 1.53 มิลลิกรัม และวิตามินซี

11.34 มิลลิกรัม (รัตนา พรหมพิชัย, 2542ข; อ้างอิงจาก เสาวภา ศักยพันธุ์. *อาหารไทย พื้นบ้านภาคเหนือ*. 2534.)

อาหารประเภทลาบ

ลาบ เป็นกริยา หมายถึง การสับให้ละเอียด ซึ่ง วรรณกรรมยุคก่อนๆ มักใช้คำว่า ฟัก โดยทั่วไปแล้ว ลาบ เป็นที่ รู้จักในฐานะของอาหารประเภทหนึ่งซึ่งเป็นอาหารยอดนิยมและ ถือกันว่าเป็นอาหารชั้นสูง ชื่อเต็มว่า ลาบชิ้น หรือบ้างเรียก ชิ้นลาบ แต่มักเรียกกันสั้นๆ ว่า ลาบ



ลาบเป็นอาหารที่นิยมทำกินกันในโอกาสพิเศษหรืองานเลี้ยง หรือในเทศกาลต่างๆ เช่น งานแต่งงาน ชิ้นบ้านใหม่ สงกรานต์ หรืองานศพ เป็นต้น ส่วนประกอบหลักของลาบ คือ เนื้อสัตว์ สด เช่น เนื้อหมู เนื้อวัว เนื้อควาย ซึ่งนำมาสับให้ละเอียด คลุกเคล้ากับเลือดสดและเครื่องในต้มหั่น ซอย ปุ้งด้วยเครื่องปรุง ประกอบด้วยพริกแห้งผิงไฟให้เกรียมและเครื่องเทศต่างๆ เรียกเครื่องปรุง นี้ว่า “น้ำพริกลาบ” การกินลาบจะกินกับผักสดนานาชนิด โดยเฉพาะประเภทสมุนไพรที่มีกลิ่นหอม แแรงและเรียกผักที่นำมากินกับลาบว่า “ผักกับลาบ”

การเรียกชื่อลาบจะเรียกตามชนิดของเนื้อสัตว์ที่นำมาเป็นส่วนประกอบหลัก เช่น ลาบหมู ลาบวัว ลาบควาย ลาบไก่ ลาบปลา ลาบฟาน (แก้ง) เป็นต้น นอกจากนี้แล้วยังเรียกชื่อลาบตาม ลักษณะการปรุงอีกด้วย เช่น ลาบดิบ ลาบข้าวหรือลาบคั่ว ลาบเหนียว ลาบน้ำโทม ลาบหมี่ ลาบล่อ ลาบขโมย ลาบเค้า หรือลาบเก้า และลาบแม่ เป็นต้น



ลาบดิบ

ลาบคั่ว

ลาบเหนียว

ลาบโละโละ

ลาบหมี่

ส่วนประกอบของการทำลาบ

ลาบเป็นอาหารที่มีการทำหลายขั้นตอน ใช้เครื่องปรุงหลายประเภทและต้องใช้เวลา ในการปรุง การทำลาบจะต้องเตรียมส่วนประกอบต่างๆ ดังนี้

1. ชิ้นลาบ คือ ส่วนต่างๆ ของเนื้อสัตว์สำหรับทำลาบ ประกอบด้วย เนื้อแดงล้วนๆ ไม่ติด ไขมัน เลือด เครื่องใน ถ้าเป็นลาบวัวและลาบควายจะใช้น้ำดี น้ำเพี้ย ย่อ หรือ ผ่าชีร์ว คั่นนา ตาป่าหนด



ชิ้นลาบ

เลือด

น้ำพึย

ถุงน้ำดี



ตาบ่าหนัด

ยอ หรือ ผ้าขี้ริ้ว

คันทนา

2. น้ำพริกลาบ คือ เครื่องปรุงลาบ มีส่วนประกอบดังนี้
ส่วนประกอบทั่วไป ได้แก่

พริกแห้ง

หอมเทียม หรือ หอมขาว (กระเทียม)

หอมบัว หรือ หอมแดง

เกลือ

เครื่องเทศ ได้แก่

แก่นผักป้อม (ลูกผักชี)

พริกน้อย (พริกไทยดำ)

ดีปลี

ป่าแขวน (หมากมาด/ กำจัด)

จัดไค (ตะไคร้)

ข่า

หมากอี (เระ)

เทียนเกล็ด (ยี่หระ)

ดอกจันทน์

กระวาน



พริกไทยดำ

เม็ดผักชี

มะแขวน



ดีปลี

อบเชย

ยี่หระ

กระวาน

ขั้นตอนการทำลาบ

1. การเตรียมชิ้นลาบ

นำเนื้อมาสับให้ละเอียดโดยคลุกเคล้ากับเลือด ทั้งนี้หากสับไม่ละเอียดและติดกันเป็นพวง เรียกว่า “พวงสะบั้งงา” (พวงดอกกระดังงา) เครื่องในต้มให้สุกแล้วยกลงทิ้งไว้ให้เย็น แล้วค่อยนำมาหั่นซอย ซึ่งบางคนอาจหั่นเครื่องในดิบผสมกับลาบโดยตรงก็ได้ สำหรับลาบหมี่ให้นำเครื่องในไปทอดให้กรอบเตรียมไว้ หากต้องการลาบเหนียวอาจใส่มะเขือขึ้นเผา เปลือกต้นลำไย เปลือกต้นเพกา หรือเปลือกต้นมะกอก ผสมลงไปกับเนื้อ และหากเนื้อค้างคืนมีกลิ่นอาจสับยอดฝรั่งลงไปช่วยดับกลิ่น

2. การเตรียมน้ำพริกลาบ

นำหอม กระเทียม ข่า ตะไคร้ ไปหมกในซึ้งไถ่ร้อนหรือถ่านไฟให้สุก นิยมนำเครื่องเทศต่างๆ ไปคั่วให้มีกลิ่นหอม ส่วนพริกแห้งนั้นนำไปผิงไฟให้เกรียม นำเครื่องปรุงทุกอย่างตำในครก รวมกันจนละเอียด ก็จะได้น้ำพริกลาบ ซึ่งบางคนเรียกว่า “น้ำพริกดำ” เพราะมีสีดำของพริกแห้งไหม้เกรียมนั่นเอง ปัจจุบันมีน้ำพริกลาบที่ทำสำเร็จแล้วจำหน่ายทั่วไปตามแผงจำหน่ายเนื้อสัตว์ในตลาดหรือตามร้านขายของชำในหมู่บ้านทั่วไป

3. การปรุงลาบ

การปรุงลาบ เรียกว่า “ย่ำลาบ” หรือ “โสะลาบ” เป็นการนำน้ำพริกลาบและชิ้นลาบที่เตรียมไว้ทุกอย่างมาคลุกเคล้าเข้าด้วยกัน โดยการนำเอาน้ำพริกลาบมาละลายในน้ำต้มเครื่องในจนเข้ากันดี แล้วนำเนื้อ เครื่องใน ตลอดจนผักบางชนิด ได้แก่ ผักชี ผักชีฝรั่ง และผักไผ่หั่นฝอยใส่ลงไปด้วย ใช้ทัพพีคนโดยกดให้ส่วนผสมต่างๆ เข้ากันดี ซึ่งบางคนอาจใช้มือขยำก็ได้ แล้วเติมเครื่องปรุงให้มีรสตามที่ต้องการ สำหรับลาบวัวและลาบควายนิยมให้มีรสขม โดยการใช้น้ำเพี้ยละลายน้ำพริกลาบแทนน้ำต้มเครื่องในและอาจเติมน้ำดีลงไปด้วย

4. ผักกับลาบ

ผักกับลาบ คือ ผักที่นำมากินกับลาบ ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งซึ่งจะขาดไม่ได้ มีอยู่มากมายหลายชนิด ผักกับลาบส่วนใหญ่เป็นผักที่หาได้ในท้องถิ่น บางคนถึงกับกล่าวว่า ผักชนิดใดก็ตามหากกินได้ก็เป็นผักกับลาบได้ โดยทั่วไปมีดังนี้

ผักที่มีรสขม ได้แก่ ผักแพมหรือผักแปม ผักลิ้นไม้ สะเลียม ยอดมะเฟือง บ่าแคว้งกุลา (มะเขือพวง) ใบอ่อนของมะละกอทอดหรือเผา ยอดมะยม



ผักที่มีกลิ่นฉุน ได้แก่ ผักคาวตอง ผักไผ่ หอมด่วน (สระระแหน) ผักชีฝรั่ง ผักชี หรือผักป้อม ผักทั่วไปที่นำมาปลากับปลาเพิ่มในภายหลัง เช่น ผักกาดขาว ผักกาดเขียว กะหล่ำปลี ถั้วผักยาว ถั้วพู ยอดโกสน มะเขือเปราะ

ปริมาณสารอาหารในลาบโดยประมาณ

ลาบหมูคั่ว ให้พลังงาน 268.09 กิโลแคลอรี โปรตีน 17.00 กรัม คาร์โบไฮเดรต 55.80 กรัม ไขมัน 27.20 กรัม (ร้านสับนงา, 2547)

ลาบปลา

ลาบปลา ของชาวล้านนาโดยทั่วไป หมายถึง ลาบสก ซึ่งจะมีการนำปลาไปต้มหรือเผาก่อน ปลาที่นำมาทำลาบจะใช้ปลาดุก ปลาช่อน ปลากา ปลาเพรีย โดยมีเครื่องปรุงอย่างลาบทั่วไป การต้มปลาจะใส่ตะไคร้ทุบและกะปิตั่ว เมื่อปลาสุกแล้วแกะเอาแต่เนื้อปลามาลาบให้ละเอียด ตักน้ำต้มปลามาพอประมาณ นำน้ำพริกลาบลงละลาย ใส่เนื้อปลาและข้าวคั่วลงคลุกเคล้าจนเข้ากันดี ชิมรสจนได้ที่ โรยด้วยผักชี ต้นหอม ผักไผ่ หรือผักชีฝรั่งหั่นฝอย กินกับผักสดต่างๆ เช่นเดียวกับลาบอื่นๆ



บางตำราจะย่างปลาก่อนแล้วแกะเอาเนื้อไปลาบหรือสับ ส่วนที่เหลือนำไปต้มกับกะปิใส่ตะไคร้ทุบ เพื่อนำน้ำมาละลายน้ำพริกลาบ จากนั้นปรุงอย่างเดียวกัน

จากการศึกษาพบว่า ลาบปลาในปริมาณ 100 กรัม มีพลังงาน 126.09 แคลอรี โปรตีน 16.47 กรัม ไขมัน 3.82 กรัม คาร์โบไฮเดรต 6.78 กรัม แคลเซียม 53.66 มิลลิกรัม ฟอสฟอรัส 227.04 มิลลิกรัม เหล็ก 6.52 มิลลิกรัม วิตามินเอ 81.57 อาร์อี วิตามินบี1 0.14 มิลลิกรัม วิตามินบี2 0.42 มิลลิกรัม ไนอะซิน 1.59 มิลลิกรัม และวิตามินซี 4.05 มิลลิกรัม (รัตนา พรหมพิชัย, มปป.)

อาหารประเภทแกง

แกง เป็นอาหารประเภทน้ำที่มีปริมาณน้ำแกงอยู่ในระดับใกล้เคียงกับส่วนประกอบต่างๆ ในหม้อ เริ่มปรุงโดยการใส่น้ำในหม้อ นำขึ้นตั้งไฟ ใส่เครื่องปรุง แล้วใส่ส่วนประกอบหลักที่ต้องการแกงตามลำดับ อาหารประเภทแกงนี้ นับว่าเป็นอาหารที่ชาวล้านนาทำกินกันเสมอแทบจะทุกมื้อหรือทุกวันก็ว่าได้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผักเป็นสิ่งที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น ทั้งมีการปลูกและเก็บเอาจากธรรมชาติ และส่วนมากมีราคาถูกกว่าเนื้อสัตว์

น้ำพริกแกง และส่วนประกอบของแกง

ส่วนสำคัญของแกง คือ เครื่องปรุงหรือเครื่องแกง ซึ่งชาวล้านนาเรียกว่า น้ำพริกแกง โดยทั่วไปมักมีส่วนประกอบหลักๆ ดังนี้

พริกแห้งหรือพริกสด เกลือ หอม กระเทียม ปลาร้า กะปิ ถั่วเน่าแชบ ตะไคร้ ขมิ้น ข่า ชিং น้ำปู

ประเภทของแกง

พืชผักและเนื้อสัตว์เกือบทุกชนิดสามารถนำมาแกงได้ อย่างไรก็ตาม อาจแบ่งประเภทของแกงได้ 2 ลักษณะ คือ

1. แบ่งตามส่วนประกอบหลักที่นำมาทำ ได้แก่ แกงผัก และแกงเนื้อ
2. แบ่งตามลักษณะน้ำพริกหรือเครื่องแกง ได้แก่ แกงพริกแห้ง และ แกงพริกดิบ (สด)

ขั้นตอนการแกง

ขั้นตอนการแกงของชาวล้านนาโดยทั่วไปจะเริ่มจากนำน้ำใส่หม้อขึ้นตั้งไฟ ใส่น้ำพริกแกง รอจนน้ำเดือดจึงใส่เนื้อสัตว์ ถ้าเป็นแกงผักให้ใส่เนื้อสัตว์ก่อนแล้วรอสักระยะหนึ่งจึงใส่ผักตามลงไป เมื่อสุกแล้วจึงชิมและปรุงรส แล้วยกลง

หากเป็นแกงที่ต้องผัดเครื่องแกง จะใสเนื้อสัตว์ลงไปในขณะที่ผัดด้วย เมื่อเนื้อหตุตัวหรือใกล้สุกจึงเติมน้ำลงไปตามปริมาณที่ต้องการ พอน้ำแกงเดือดจึงใส่ผักแล้วปรุงรสก่อนยกลง

แกงของชาวล้านนาโดยมากจะมีรสเค็มนำ เผ็ดไม่มากนักและไม่นิยมรสหวานของน้ำตาล ในระยะหลังมักมีการหันผักชีต้นหอมโรยลงไปบนแกงในชามด้วย

แกงแค (อ่าน “แก้งแค)

แกงแค เป็นแกงที่ประกอบด้วยผักหลายชนิด และจะมีเนื้อสัตว์ใส่ด้วยหนึ่งอย่าง แล้วเรียกชื่อแกงแคตามชนิดของเนื้อสัตว์ที่ใส่นั้น เช่น แกงแคไก่ แกงแคขี้นังว แกงแคนก แกงแคกบ แกงแคขี้นแห้ง เป็นต้น ส่วนประกอบของแกงแคแบ่งออกเป็นเครื่องปรุงหรือเครื่องแกง และเครื่องผัก

เครื่องปรุงหรือเครื่องแกง ได้แก่ เนื้อสัตว์อย่างใดอย่างหนึ่ง พริกแห้ง ปลาร้า เกลือ กะปิ ข่า ตะไคร้ หอม กระเทียม เม็ดผักชี บางสูตรอาจใส่ป่าแขวนหรือผลกำจัดด้วย

เครื่องผัก เช่น ผักแคบ ผักเผ็ด ผักชีฝรั่ง ดอกแค ผักแค ผักหละ ยอดผักแก้ว บ่าถั่วยาว ถั่วพู บ่าเขือฝอย บ่าเขือยาว บ่าแคว้งกุลา ดอกข่า หน่อไม้ต้มหรือสด ยอดพริกแต่ หางหวาย



ฯลฯ แล้วแต่จะหาได้ในท้องถิ่นหรือตามฤดูกาล แต่ไม่นิยมผักพวกที่มีเมือกสั้นหรือที่เปื่อยและง่ายกว่ากันว่า แกงแค เป็นแกงที่ใส่ผักได้ถึง 108 ชนิด มีการเรียกชื่อส่วนประกอบเป็นสูตรให้จำได้ง่าย

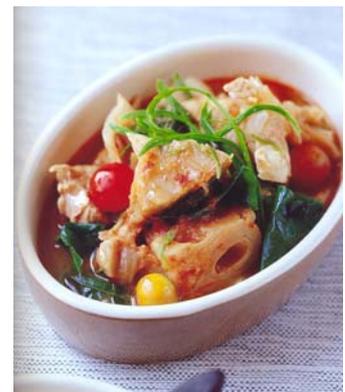
ขั้นตอนการทำแกงแค เริ่มจากการนำเอาเนื้อสัตว์มาหั่นเป็นชิ้นๆ พอคำ นำเครื่องแกงมาโขลกรวมกันจนละเอียด ส่วนผักต่างๆ เด็ดเตรียมไว้และแยกผักที่สุกช้าไว้ต่างหาก ตั้งกระทะนำเครื่องแกงลงผัดในน้ำมัน นำเนื้อสัตว์ลงผัด สักพักหนึ่งเติมน้ำลงตามสมควร ต้มจนเดือดและเนื้อสุกเปื่อยดี จึงใส่ผักที่สุกช้า ผักเริ่มเปื่อยตามด้วยผักสุกง่ายที่เหลือ คนให้ทั่ว พอแกงเดือดอีกครั้งปรุงรสตามชอบ ยกลง

แกงแคนี้ ถ้าแกงแบบใส่น้ำเพียงขลุกขลิก จะเรียกกันว่า ข้าวแคหรือคั่วแค

มีผลการวิจัยและการวิเคราะห์คุณค่าทางอาหารของผักพื้นบ้านหลายชนิดที่แสดงถึงประโยชน์ของอาหารพื้นเมืองที่ปรุงจากผักพื้นบ้าน เช่น แกงแคไก่ 100 กรัม ให้พลังงาน 231.04 กิโลแคลอรี คาร์โบไฮเดรต 74.60 กรัม โปรตีน 18.60 กรัม ไขมัน 6.70 กรัม (ร้านสบันงา, 2547)

แกงป่าหนูน (อ่าน “แก้งป่าหนูน)

ป่าหนูน คือ ขนุน แกงป่าหนูน คือ แกงขนุน โดยใช้ขนุนดิบไม่แก่หรืออ่อนเกินไปมาปอกเปลือก แล้วหั่นเป็นชิ้นเล็กแช่น้ำไว้ ส่วนเครื่องปรุง ได้แก่ พริกแห้ง หอม กระเทียม เกลือ ปลาร้า กะปิ ใบชะพลู มะเขือเทศ ผักชะอม เนื้อหมู หรือกระดูกหมู



ขั้นตอนการทำ นำผลขนุนมาทุบให้พอน่วม แล้วปอกเปลือกหนาออกเอาแต่ส่วนเนื้อ หั่นเป็นชิ้นๆ พอคำ หรือใช้มีดสับทั้งผลออกเป็นชิ้นๆ แล้วเจียนเนื้อออกมาแช่น้ำเอาไว้ ต้มน้ำให้เดือดใส่กระดูกและขนุน ตั้งทิ้งไว้ให้เดือด นำพริกแกง หัวหอม กระเทียม เกลือ ปลาร้า กะปิ โขลกรวมกันให้ละเอียด แล้วนำเครื่องแกงลงใส่หม้อ รอให้น้ำเดือดสักพักนำมะเขือเทศซึ่งทุบพอแตกใส่ลงไป พอแกงสุกปรุงรสตามชอบ แล้วนำใบชะพลู ชะอมใส่ลงไปคนให้ทั่ว ยกลง บางคนอาจตั้งน้ำมัน เจียวหัวหอมให้เหลืองแล้วเทลงในหม้อแกงด้วยก็ได้

เครื่องแกงขนุนนี้ บางแห่งนิยมใส่ข่าและตะไคร้ทุบลงในน้ำแกง และอาจจะมีจ๊กค่าน หรือ สะค่านหั่นแว่น และป่าแขวนหรือผลกำจัดโคลิกใส่ลงไปในแกงด้วย

แกงป่าหนูนหรือแกงขนุนนี้ ถือว่าเป็นแกงที่มีชื่อเป็นมงคล บางคนนิยมแกงกินในงานแต่งงาน เพื่อเป็นเคล็ดว่าให้คู่แต่งงานนั้นมีความเกื้อหนุนจนเจือต่อกัน และลักษณะของขนุนนั้นมี

ยาง หมายถึง ให้คู่แต่งงานอยู่ร่วมกันอย่างแน่นแฟ้นยาวนาน และในวันปากปี คือ หลังวันเถลิงศก
หนึ่งวัน (วันที่ 16 เมษายน) มักจะทำแกงขนุนกินกันด้วย

จากการศึกษาพบว่า แกงป่าขนุน ปริมาณ 100 กรัม มี 70.98 แคลอรี โปรตีน 7.25 กรัม
ไขมัน 2.00 กรัม คาร์โบไฮเดรต 5.99 กรัม แคลเซียม 43.64 มิลลิกรัม ฟอสฟอรัส 43.77 มิลลิกรัม
เหล็ก 1.51 มิลลิกรัม วิตามินเอ 237.39 อาร์อี วิตามินบี1 0.41 มิลลิกรัม วิตามินบี2 0.13
มิลลิกรัม ไนอะซิน 1.88 มิลลิกรัม และวิตามินซี 11.88 มิลลิกรัม (แกงขนุน. มปป.)

แกงปลี (อ่าน “แกงปี”)

ปลี คือปลีกล้วย ซึ่งหัวปลีที่นำมาแกงนั้นนิยมใช้ปลีกล้วยใต้ หรือปลีกล้วยน้ำว่า
เครื่องปรุงประกอบด้วย ปลีกล้วย ผักชะอม ใบชะพลู กระจุกหมู พริกสด ปลาร้า กะปิ หอม
กระเทียม และตะไคร้

ขั้นตอนการทำแกงปลี เริ่มจากต้มกระจุกหมูจนเดือดก่อน โขลกเครื่องแกงให้ละเอียดแล้ว
ใส่ลงไปในหม้อแกง จากนั้นเอาปลีซึ่งทุบเอาแต่เฉพาะเนื้ออ่อนใส่ลงไป พอสุกแล้วนำผักชะอม
และใบชะพลูลงไป แล้วปรุงรสตามชอบ ยกลง บางสูตรใส่มะเขือเปราะและถั่วฝักยาว ลงในแกงปลี
ด้วย

แกงปลีนี้ถือว่าเป็นอาหารสำคัญสำหรับแม่ลูกอ่อน เพื่อเสริมให้มีน้ำนมมาก จะได้เลี้ยงลูก
น้อยได้ดี จากการศึกษอาหารไทยพื้นบ้านภาคเหนือของเสาวภา ศักยพันธุ์ (รัตนา พรหมพิชัย,
2542ก; อ้างอิงจาก เสาวภา ศักยพันธุ์. *อาหารไทยพื้นบ้านภาคเหนือ*. 2534.) พบว่า แกงปลี
ในปริมาณ 100 กรัม มี 115.34 แคลอรี โปรตีน 9.53 กรัม ไขมัน 3.28 กรัม คาร์โบไฮเดรต 10.61
กรัม แคลเซียม 222.54 มิลลิกรัม ฟอสฟอรัส 178.06 มิลลิกรัม เหล็ก 4.67 มิลลิกรัม วิตามินเอ
665.76 อาร์อี วิตามินบี1 0.12 มิลลิกรัม วิตามินบี2 0.16 มิลลิกรัม ไนอะซิน 2.96 มิลลิกรัม และ
วิตามินซี 17.69 มิลลิกรัม

อาหารประเภทปิ้ง/ย่าง

ปิ้ง ย่าง เป็นการทำอาหารให้สุก โดยการวางเหนือเตาไฟ ใช้ไฟอ่อนถึงปานกลาง ก่อน
นำมาปิ้ง/ย่าง จะปรุงรสด้วยเกลือและน้ำปลา หรือเครื่องปรุงรสอื่นๆ อาหารประเภทปิ้ง/ย่างของ
ชาวเหนือมีหลายชนิด เช่น

ไส้อั่ว (ไส้กรอก)



คำว่า อั่ว หมายถึง แทรก หรือยัดไว้ตรงกลาง ไส้อั่ว จึงหมายถึง ไส้ที่มีการนำสิ่งของยัดไว้ การทำไส้อั่วนิยมใช้ไส้หมูและเนื้อหมู ในอดีตเมื่อยามเทศกาลหรือเมื่อการจัดงานใดๆ ถ้ามีการ ล้มหมู มักมีเนื้อจำนวนมากจนบางครั้งนำมาทำอาหารไม่ทันก็จะเน่าเสียได้ จึงมีการนำเอาเนื้อ เหล่านั้นมาถนอมอาหาร โดยการตากแห้งหรือย่างไฟ หรือนำมาประกอบอาหารที่สามารถเก็บไว้ กินได้นาน เช่น ทำแหนม เป็นต้น ในการทำไส้อั่วก็เช่นกัน ถือเป็นการทำอาหารที่สามารถเก็บไว้กิน ได้นาน 1- 2 วัน นอกจากนี้ ยังเป็นการนำเศษเนื้อและเครื่องในพวกได้มาทำให้เกิดประโยชน์ด้วย

การทำไส้อั่ว เริ่มจากนำพริก หอม กระเทียม ข่า ตะไคร้ รากผักชี เกลือ ขมิ้น กะปิ มาโขลก จนละเอียด นำเนื้อมาสับให้ละเอียดแล้วนำมาคลุกเคล้ากับเครื่องปรุงให้เข้ากัน หั่นต้นหอมผักชี โรยเข้าไปด้วย เสร็จแล้วเอาไส้ ซึ่งล้างให้สะอาดและเคล้าใบตะไคร้ให้หมดกลิ่นคาว แล้วเอาเนื้อ หมูที่เคล้ากับน้ำพริกแล้วนั้นยัดลงไปให้เต็มพอสมควร อย่าให้แน่นเกินไป เพราะเวลานำไป ปิ้งจะทำให้ไส้แตก เมื่อยัดได้แล้ว ผูกหัวผูกท้ายขดเป็นวงกลม นำไปย่างบนถ่านไฟอ่อน ต้องคอย ระวังอย่าให้ไหม้ เมื่อสุกแล้วอาจหั่นเป็นท่อนสั้นๆ หรือเป็นชิ้นๆ พอคำรับประทานได้

จากการศึกษาอาหารไทยพื้นบ้านภาคเหนือของเสาวภา ศักยพันธุ์ (รัตนา พรหมพิชัย. 2542ช; อ้างอิงจาก เสาวภา ศักยพันธุ์. อาหารไทยพื้นบ้านภาคเหนือ. 2534.) พบว่า ไส้อั่ว ในปริมาณ 100 กรัม มี 121.70 แคลอรี โปรตีน 13.55 กรัม ไขมัน 5.69 กรัม คาร์โบไฮเดรต 3.92 กรัม แคลเซียม 30.64 มิลลิกรัม ฟอสฟอรัส 42.90 มิลลิกรัม เหล็ก 1.29 มิลลิกรัม วิตามินเอ 170.84 อารีอี วิตามินบี1 0.41 มิลลิกรัม วิตามินบี2 0.19 มิลลิกรัม ไนอะซิน 4.12 มิลลิกรัม และ วิตามินซี 2.37 มิลลิกรัม

ซิ่นปิ้ง

เครื่องปรุง เนื้อหมูสามชั้นหรือเนื้อแดงหรือติดกระดูก
ที่ใครงก็ได้อ ส่วนที่นิยมคือ เนื้อสันนอก หรือเรียกว่า ซิ่นหน้าตั้ง
เกลือ กระเทียม 2-3 หัว

วิธีทำ

หั่นเนื้อเป็นซิ่นหนาประมาณ 1-2 เซนติเมตร นำเกลือ
กระเทียมแกะเอาแต่เนื้อ โขลกเข้าด้วยกันจนละเอียดดีแล้ว นำ
เนื้อที่หั่นไว้มาคลุกเคล้าให้เข้ากัน หมักไว้ประมาณ 15-20 นาที หรือให้เครื่องปรุงซึมเข้าเนื้อดีแล้ว
จากนั้นนำไปปิ้งบนถ่าน (สูงจากถ่านประมาณ 5 นิ้ว หรือระดับปากเตาอังไฟ) คอยพลิกกลับจน
เนื้อสุกจนทั่ว แต่อย่าให้เกรียม (อาหารล้านนา : ซิ่นปิ้ง. มปป.)



อาหารประเภทส้า

ส้า เป็นคำโบราณและพบในภาษาไทยใหญ่ หมายถึง บอก เล่า แจ้งเรื่องให้ทราบ และเป็น
คำนามที่ หมายถึง โครงร่าง

แต่ปัจจุบันมักพบคำว่า ส้า ในความหมายของวิธีการประกอบอาหารประเภทหนึ่งอย่าง
เดียวกับ ยำ กล่าวคือ ถ้าเป็นยำ ส่วนประกอบมักจะผ่านการทำให้สุกโดยการต้ม ลวก หรือนึ่งก่อน
แต่ถ้าเป็นส้า ส่วนประกอบนั้นมักจะใช้แบบสดๆ

อาหารที่ใช้วิธีการปรุงแบบส้า ก็จะมีชื่อขึ้นต้นด้วยคำว่าส้าด้วย เช่น ส้าผักแพระ
ส้าป่าเขือแจ้ ส้าผักม่วง ฯลฯ

ในที่นี้จะกล่าวถึงส้าที่เป็นอาหารแต่ละชนิด ซึ่งนิยมทำบริโภคกันในล้านนาแต่เดิมมาพอ
สังเขป ดังนี้

ส้าป่าแดง (อ่าน “ส้าป่าแดง”)

ส้าป่าแดง คือ ยำแดง โดยแดงที่นิยมใช้ คือแดงร้าน นำมาผ่าซูดเอาไส้ตรงกลางออก
แล้วซูดเอาแต่เนื้อ เอาปลาย่างมาย่างไฟให้หอมกรอบ โขลกให้ละเอียด พริกสด หอม กระเทียม
ย่างไฟแกะเปลือกออกแล้วโขลกรวมกัน นำปลาย่างที่โขลกแล้วใส่ด้วย ตักออกมาคลุกเคล้ากับ
แดงที่ซูดไว้ เติมน้ำปลาร้าต้มอีกเล็กน้อย คลุกเคล้าจนทั่ว ปรุงรสตามชอบ โรยหน้าด้วยใบแมงลัก
บ้างโรยหน้าด้วยผักชีต้นหอมและบ้างก็ใส่งาดำคั่วด้วย

จากการศึกษาอาหารไทยพื้นบ้านภาคเหนือของเสาวภา ศักยพันธุ์ (รัตนา พนมพิชัย,
2542ฉ; อ้างอิงจาก เสาวภา ศักยพันธุ์. *อาหารไทยพื้นบ้านภาคเหนือ*. 2534) พบว่า ส้าป่าแดง
ในปริมาณ 100 กรัม มี 43.24 แคลอรี โปรตีน 2.98 กรัม ไขมัน 1.48 กรัม คาร์โบไฮเดรต 4.51 กรัม
แคลเซียม 68.94 มิลลิกรัม ฟอสฟอรัส 52.39 มิลลิกรัม เหล็ก 2.03 มิลลิกรัม วิตามินเอ 65.49

อาร์อี วิตามินบี1 0.09 มิลลิกรัม วิตามินบี2 0.11 มิลลิกรัม ไนอะซิน 0.63 มิลลิกรัม และวิตามินซี 36.31 มิลลิกรัม

ลำปำเชื้อแจ้

ลำปำเชื้อแจ้ คือ ยำมะเชื้อขึ้น นำมะเชื้อขึ้นมาหั่นซอยโดยแช่น้ำแล้วคั้นเอาน้ำขึ้นออก 2-3 ครั้ง จนหายขึ้น นำเนื้อวัวหรือเนื้อควายตากแห้งมาต้มกับตะไคร้และกะปิ จนสุกเปื่อยดี จึงนำเนื้อมาหั่นแล้วลงตำในครกให้แหลก เตรียมไว้

ส่วนเครื่องปรุง มีพริกแห้งย่างไฟ หัวหอม กระเทียม กะปิ นำไปหมกไฟให้หอม แล้วโขลกรวมกันให้ละเอียดแล้วเอาเนื้อลงตำด้วย จากนั้นตักน้ำต้มเนื้อมาปริมาณพอควร นำเครื่องปรุงลงละลาย แล้วนำมะเชื้อขึ้นที่เตรียมไว้ลงคลุกเคล้า ปรุงรสตามชอบ อาจนำไปผัดในน้ำมันก็ได้ แล้วหั่นต้นหอม ผักชีโรยหน้าเล็กน้อย (สำมะเชื้อ. มปป.)

จากการศึกษาอาหารไทยพื้นบ้านภาคเหนือของเสาวภา ศักยพันธุ์ (รัตนา พรหมพิชัย, 2542); อ้างอิงจากเสาวภา ศักยพันธุ์. *อาหารไทยพื้นบ้านภาคเหนือ*. 2534) พบว่า ลำปำเชื้อแจ้ ในปริมาณ 100 กรัม มี 96.05 แคลอรี โปรตีน 7.36 กรัม ไขมัน 4.44 กรัม คาร์โบไฮเดรต 6.69 กรัม แคลเซียม 106.50 มิลลิกรัม ฟอสฟอรัส 155.49 มิลลิกรัม เหล็ก 2.80 มิลลิกรัม วิตามินเอ 85.28 อาร์อี วิตามินบี1 0.11 มิลลิกรัม วิตามินบี2 0.24 มิลลิกรัม ไนอะซิน 1.75 มิลลิกรัม และวิตามินซี 39.06 มิลลิกรัม

อาหารประเภทจ้อ

จ้อ (ตามอักษรต้องเขียน ซอ) เป็นการปรุงอาหารประเภทผัก โดยการนำน้ำใส่หม้อตั้งไฟ ปรุงด้วย เกลือ กะปิ ปลา ร้า เมื่อน้ำเดือดจึงใส่ผักลงไป จากนั้นจึงเติมรสเปรี้ยวด้วยน้ำมะขามเปียก หรือมะขามสด (ไม่นิยมใช้น้ำมัน มะเชื้อเทศ มะกรูด) การจ้อนี้อาจใส่กระดูกหมูด้วยก็ได้ ชนิดผักที่มีการนำมาจ้อเช่น ผักกาด ผักหนาม ผักกูด ผักบุ้ง ซึ่งผักที่นิยมมาจ้อมากที่สุดได้แก่ ผักกาดจ้อน หรือผักกาดกวาดตั้งที่กำลังออกดอก บางแห่งนิยมใส่ถั่วเน่าแช่บึงไฟและน้ำอ้อยลงไปด้วย



ผักกาดจ้อ

เครื่องปรุง

ผักกาดเขียวที่มีดอก (ผักกาดจ้อน) 3 ชีด ปลา ร้า สับ 1 ช้อนโต๊ะ เกลือ 1 ช้อนโต๊ะ มะขามเปียกก้อนเล็ก 1 ก้อน หัวหอม 2 หัว กระเทียม 1 หัว และน้ำมันหมูประมาณ 2 ช้อนโต๊ะ

วิธีทำ

ล้างผักกาดให้สะอาดเตรียมไว้ ยกหม้อขึ้นตั้งบนเตา นำกระดูกหมูลงต้มจนเนื้อเปื่อย ใส่ปลา ร้าสับและเกลือลงไป พอเดือดสักครู่ใช้มือบิดผักกาดเป็นท่อนสั้นๆ ใส่ลงไป ละลายมะขามเปียกด้วยน้ำแกง แล้วเติมลงไปให้รสเปรี้ยวเล็กน้อยตามต้องการ เมื่อผักกาดเปื่อยยกลง เฉียวหอมกระเทียมกับน้ำมันหมู พอหอมกระเทียมเหลืองดีแล้วเทใส่ลงในหม้อผักกาดจอบ คนให้ทั่ว หรือจะเทผักกาดจอบลงในกระทะที่ฉียวหอมกระเทียมก็ได้ เรียกว่า จ่าว หรือ ใช้น้ำมัน บางสูตรจะใส่ถั่วเน่าแซบ โดยจะย่างให้สุกเสียก่อน ทิ้งให้เย็นจนกรอบแล้วโขลกให้ละเอียดใส่ลงไปในขณะที่จอบผักกาดกำลังเดือดก็ได้

ผักกาดจอบในปริมาณ 100 กรัม มี 54.53 แคลอรี โปรตีน 5.76 กรัม ไขมัน 1.48 กรัม คาร์โบไฮเดรต 4.80 กรัม แคลเซียม 44.23 มิลลิกรัม ฟอสฟอรัส 55.23 มิลลิกรัม เหล็ก 1.57 มิลลิกรัม วิตามินเอ 1249.29 อาร์อี วิตามินบี1 0.17 มิลลิกรัม วิตามินบี2 0.11 มิลลิกรัม ไนอะซิน 1.77 มิลลิกรัม และวิตามินซี 17.37 มิลลิกรัม (อาหารล้านนา : ผักกาดจอบ. มปป.)

อาหารประเภททอด

ทอด เป็นคำกริยา หมายถึง การทำให้สุกด้วยน้ำมันที่เดือด เช่น ทอดปลา ทอดหมู เรียกสิ่ง ที่ทำให้สุกเช่นนั้น เช่น ปลาทอด หมูทอด (ราชบัณฑิตยสถาน. 2546) เช่น

ชั้นทอด (อ่าน “จิ้นทอด”)

เครื่องปรุง เนื้อหมูสามชั้น หรือเนื้อแดง หรือติดกระดูกซี่โครงก็ได้ ส่วนที่นิยม คือ เนื้อสันนอก หรือเรียกว่า ชั้นหน้าตั้ง เกลือ ดินประสิวเล็กน้อย กระเทียม 2-3 หัว

วิธีทำ

หั่นเนื้อเป็นชิ้นหนาประมาณ 1-2 เซนติเมตร นำเกลือ กระเทียมแกะเอาแต่เนื้อ ดินประสิว 2-8 เกล็ด โขลกเข้าด้วยกันจนละเอียดดีแล้ว นำเนื้อที่หั่นไว้มาคลุกเคล้าให้เข้ากัน หมักไว้นาน 15-20 นาที จากนั้นนำกระทะตั้งน้ำมันให้ร้อน แล้วนำเนื้อลงทอด โดยใช้ไฟไม่แรงมาก ทอดพอ เนื้อสุกจนทั่วอย่าให้เกรียม ตักขึ้นให้สะเด็ดน้ำมัน (อาหารล้านนา : ชั้นทอด. มปป.)

เอกลักษณ์อาหารเหนืออีกอย่างหนึ่งก็คือ มักทำให้สุกมากจนเปื่อยนุ่ม เช่น จะเคี้ยวเนื้อ ให้เปื่อย ที่เรียกว่า อ่อม (เคี้ยว) ถ้าเป็นผัดผักหรือต้มผักก็จะผัดหรือต้มจนผักนุ่ม แม้แต่ตำ (ยำ) บางอย่าง เช่น ตำบะหนุน (ยำขุ่น) เมื่อตำเสร็จก็จะนำมาผัดอีกครั้ง อาหารส่วนใหญ่มีน้ำน้อย เพื่อให้สะดวกต่อการกินกับข้าวเหนียว และด้วยเหตุที่สภาพภูมิประเทศของภาคเหนือส่วนใหญ่ เป็นภูเขาตังนั้นอาหารเหนือบางชนิดมีไขมันเหมาะกับสภาพอากาศที่หนาวเย็น เช่น แกงฮังเล แกงกระด้าง น้ำพริกอ่อง ใส่อั่ว เป็นต้น

กล่าวได้ว่า อาหารท้องถิ่นภาคเหนือมีหลายชนิด ประกอบด้วยอาหารประเภทผัด นึ่ง ย่าง ยำ ส้า ตำ ทอด ปิ้ง โดยมีข้าวหนึ่ง (ข้าวเหนียว) เป็นอาหารหลัก อาหารส่วนใหญ่จะมีรสอ่อนและไม่นิยมรสหวาน เอกลักษณะอีกอย่างหนึ่งของอาหารเหนือ คือ มักจะทำให้สุกมากจนเปื่อยนุ่ม มีน้ำน้อย ทั้งนี้เพื่อให้สะดวกต่อการกินกับข้าวหนึ่งนั่นเอง และจากการติดต่อทางการค้าทำให้อาหารเหนือบางชนิดได้รับอิทธิพลจากต่างประเทศจึงทำให้เกิดการผสมผสานวัฒนธรรมเดิมกับวัฒนธรรมของกลุ่มคนที่หลากหลายทั้งพม่า ไทยใหญ่ หรือจีน ซึ่งอาหารบางชนิดได้กลายเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป เช่น แกงฮังเล ขนมจีนน้ำเงี้ยว เป็นต้น

อาหารแต่ละมื้อของชาวเหนือมีชื่อเรียกที่แตกต่างกัน มื้อเช้าเรียกว่า ข้าววาย มื้อกลางวัน เรียกว่า ข้าวตอน ส่วนมื้อเย็น เรียกว่า ข้าวแลง ซึ่งมื้อแลงจะมีอาหารที่หลากหลายกว่ามื้ออื่นๆ เพราะเป็นมื้อที่ทุกคนในครอบครัวอยู่กันอย่างพร้อมหน้า หลังจากกลับจากการออกไปทำงานนอกบ้าน

2.4 ประเภทของการประกอบธุรกิจภัตตาคารร้านอาหาร

ปทุมวดี เจริญสุข และคณะ (2542) ได้จัดประเภทของการประกอบธุรกิจภัตตาคารร้านอาหารไว้ดังนี้

2.4.1 ประเภทของการประกอบธุรกิจภัตตาคารร้านอาหาร

2.4.1.1 ภัตตาคารพาณิชย์ (Commercial restaurant) ภัตตาคารพาณิชย์ส่วนมากจะเป็นภัตตาคารขนาดใหญ่และมีความหลากหลายในอุตสาหกรรมบริการอาหารในยุคปัจจุบัน

ภัตตาคารชั้นดี มีลักษณะสำคัญ คือ อาหารชั้นเลิศและมีระบบบริหารภัตตาคารอย่างดี ตามปกติภัตตาคารชั้นดีมักจะไม่ใช้ภัตตาคารขนาดใหญ่ แต่เป็นภัตตาคารระดับเล็กหรือระดับกลาง มีที่นั่งบริการแขกไม่เกิน 100 คน ด้วยขนาดที่พอเหมาะนี้ช่วยให้หัวหน้าพ่อครัว (Chef) และผู้จัดการ (Manager) สามารถแสดงศักยภาพในการควบคุมคุณภาพของอาหารและการให้บริการได้ดีกว่าในภัตตาคารขนาดใหญ่

2.4.1.2 ภัตตาคารขนาดกลาง (Mid-scale restaurant) ภัตตาคารขนาดกลางส่วนใหญ่จะมีค่าบริการในระดับปานกลาง มีลักษณะเป็นการดำเนินธุรกิจแบบครอบครัว ความสำเร็จส่วนใหญ่ของภัตตาคารขนาดกลางก็คือฝีมือและรสชาติของอาหารที่แปลกและเสนอกิจกรรมเฉพาะตัวในรายการอาหาร รายการอาหารของแต่ละร้านมีความหลากหลาย รวมทั้งอาหารจานพิเศษประจำท้องถิ่นที่ช่วยดึงดูดลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

2.4.1.3 สโมสรส่วนบุคคล (Private clubs) มีจุดประสงค์ คือ เพื่อบริการอาหารแก่สมาชิก อาหารและบริการของภัตตาคารจะต้องมีคุณภาพสูงตลอดเวลา อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ได้รับการคัดเลือกในระดับคุณภาพมาตรฐานสูง พนักงานบริการต้องได้รับการฝึกฝนมาเป็นอย่างดี เพื่อการให้บริการระดับดีเยี่ยมแก่สมาชิก

2.4.1.4 ภัตตาคารอาหารประจำชาติ (Ethnic restaurant) เป็นภัตตาคารที่มักจะได้รับความนิยมค่อนข้างมากจากลูกค้าเสมอ ภัตตาคารอาหารประจำชาติ ได้แก่ ภัตตาคารอาหารจีน ญี่ปุ่น อินเดีย ฝรั่งเศส อิตาลี เยอรมัน ไทย เป็นต้น ภัตตาคารประเภทนี้จะเป็นที่น่าสนใจและดึงดูดผู้บริโภคโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากต่างแดนในแง่ของการเสนอความหลากหลายในสิ่งที่แปลกใหม่และรูปลักษณ์ กลิ่น และรสชาติที่แตกต่างกันออกไป

2.4.1.5 ภัตตาคารอาหารจานเดียว (Fast-food restaurant) ธุรกิจอาหารแบบ Fast-food แม้จะเพิ่งเข้ามาสู่ตลาดเมืองไทยไม่นานนัก แต่แนวโน้มของผู้บริโภคกลุ่มใหม่กำลังขยายตัวเป็นตลาดขนาดใหญ่ในอนาคต มาตรฐานของคุณภาพอาหารและการบริการที่รวดเร็วที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างทันท่วงที่เป็นหัวใจของการให้บริการอาหารประเภทนี้

ศิริพร ศรีชูชาติ (2548) ได้ศึกษารูปแบบของการดำเนินธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า การแบ่งกลุ่มของอุตสาหกรรมร้านอาหาร แบ่งออกได้เป็น 4 กลุ่มใหญ่ คือ กลุ่มของภัตตาคาร กลุ่มร้านอาหารท้องถิ่น กลุ่มร้านอาหารประเภท Fast food และ Franchise และกลุ่มแผงลอย

2.4.2 ภัตตาคาร

2.4.2.1 ภัตตาคารขนาดเล็กและภัตตาคารขนาดกลาง ภัตตาคารทั้งสองขนาดโดยส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในโรงแรม จะมีการจัดอาหารบุฟเฟต์ ในช่วงเวลากลางวัน มีทั้งอาหารต่างชาตินานาชาติ และบุฟเฟต์ติ่มซำ ซึ่งมักจะได้รับความนิยมจากคนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว ส่วนภัตตาคารทั่วไปที่อยู่ภายนอกเป็นภัตตาคารขนาดกลางและภัตตาคารขนาดเล็กเช่นกัน ซึ่งมีทั้งอาหารต่างชาติ เช่น อาหารจีน อิตาลี ฝรั่งเศส อาหารไทยและอาหารพื้นเมือง โดยภัตตาคารอาหารอิตาลี อาหารไทยและอาหารพื้นเมืองบางแห่งมีราคาอาหารค่อนข้างสูงซึ่งมีกลุ่มลูกค้าเฉพาะ เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม กลุ่มนักการเมือง และกลุ่มผู้อยู่ในชนชั้นสังคมระดับสูง เป็นต้น

2.4.2.2 ภัตตาคารขนาดใหญ่ มีลักษณะเป็นภัตตาคารที่ขายอาหารต่างชาติและอาหารนานาชาติ ภัตตาคารอาหารต่างชาติขนาดใหญ่จะมีการตกแต่งภายในภัตตาคารให้มี

บรรยากาศเหมือนกับได้มารับประทานอาหารถึงที่ที่เป็นแหล่งกำเนิดอาหารประเภทนั้นหรือเป็นแหล่งที่ขึ้นชื่อของอาหารชนิดนั้น เช่น ภัตตาคารอาหารจีน ภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น เป็นต้น

ภัตตาคารที่ขายอาหารนานาชาติมีอาหารที่หลากหลาย ได้แก่ อาหารไทย จีน ญี่ปุ่น อาหารทะเล เป็นต้น

2.4.3 ร้านอาหารท้องถิ่น

ร้านอาหารท้องถิ่นแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ตามรูปแบบของอาหาร ได้แก่ ร้านอาหารไทย ร้านอาหารพื้นเมือง ร้านอาหารชนโตกดินเนอร์ ร้านอาหารต่างชาติและนานาชาติ และร้านอาหารประเภท Pub & Restaurant โดยมีรายละเอียดของร้านอาหารแต่ละประเภท ดังนี้

2.4.3.1 ร้านอาหารไทย

2.4.3.1.1 ร้านอาหารไทยขนาดเล็ก มีลักษณะเป็นร้านขายอาหารจานเดียว ช่วงเวลาในการขายคือ ช่วงเวลาเช้าและกลางวัน เช่น ร้านขายก๋วยเตี๋ยว ร้านขายอาหารตามสั่ง ร้านขายข้าวราดแกง เป็นต้น

2.4.3.1.2 ร้านอาหารไทยขนาดกลาง มีลักษณะเป็นร้านอาหารที่มีเมนูหลากหลาย มีช่วงเวลาในการขาย คือ ช่วงเวลากลางวันและกลางคืน บางแห่งอาจมีดนตรีทั้งที่เป็นวงดนตรีและการเปิดเพลงเพื่อความเพลิดเพลินแก่ลูกค้าอีกด้วย

2.4.3.1.3 ร้านอาหารไทยขนาดใหญ่ มีลักษณะเป็นร้านขายอาหารที่มีพื้นที่ขายขนาดใหญ่ บางแห่งมีการลงทุนเกี่ยวกับการจัดสถานที่ เช่น การจัดภูมิทัศน์ให้สวยงาม ร้านอาหารมักจะอยู่ไกลจากตัวเมืองแต่การคมนาคมสะดวก

2.4.3.2 ร้านอาหารพื้นเมือง

2.4.3.2.1 ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดเล็ก มีลักษณะเป็นร้านขายแบบทำสำเร็จ แล้วตักขายแก่ลูกค้า โดยลูกค้าจะมาเลือกชนิดอาหารเอง ชนิดอาหารมีจำนวนจำกัดแล้วแต่ผู้ขายกำหนดเมนูอาหารในแต่ละวัน และจะมีรายการอาหารพิเศษที่ทำขึ้นในช่วงฤดูกาลที่ผักหรือผลไม้ชนิดนั้นๆ ออก เช่น แกงเห็ดถอบ แกงผักหวาน เป็นต้น ส่วนสถานที่ประกอบการมีทั้งลักษณะอาคารพาณิชย์และร้านอาหารที่ต่อเติมจากตัวบ้าน

2.4.3.2.2 ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดกลางมีลักษณะเป็นร้านอาหารขายตามเมนูอาหาร มีการปรุงอาหารหลังจากได้รับคำสั่งจากลูกค้า รายการอาหารพิเศษมักเป็นไปตามฤดูกาลของผักหรือผลไม้ ร้านอาหารบางแห่งอาจสร้างจุดแตกต่างจากคู่แข่งเพื่อการดึงดูดลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหารบางแห่งเป็นเรือนไม้ทรงไทยเพื่อสร้างบรรยากาศความเป็น

พื้นเมือง ร้านอาหารบางแห่งพยายามเน้นความรู้สึกสบายเหมือนรับประทานอาหารในบ้านของตน เป็นต้น ร้านอาหารประเภทนี้เจ้าของร้านมักจะเป็นผู้ลงมือทำเองซึ่งถือเป็นจุดเด่นของร้าน

2.4.3.2.3 ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดใหญ่ มีลักษณะเป็นร้านอาหารที่อยู่ในสวน เน้นบรรยากาศสบายๆ เหมือนรับประทานอาหารในสวน มีการเปิดเพลงหรือมีการนำเครื่องดนตรีพื้นเมืองมาบรรเลงในร้านเพื่อเพิ่มความแปลกใหม่ให้กับลูกค้า

2.4.3.3 ร้านอาหารประเภทชนโตกดินเนอร์ ร้านอาหารประเภทชนโตกดินเนอร์ มักนิยมสร้างอาคารในแบบล้านนา ภายในอาคารจะนิยมปูพรมและมีเวทีเพื่อให้ผู้ชมได้รับชมชุดการแสดงของชาวพื้นเมืองและชาวเขาในระหว่างรับประทานอาหารเช้า เช่น ฟ้อนเล็บ ฟ้อนนก กิ่งกะหว่า ฟ้อนจ้องและระบำชาวเขา เป็นต้น ร้านอาหารประเภทชนโตกดินเนอร์ มี 2 ลักษณะ คือ ร้านอาหารประเภทชนโตกดินเนอร์ขนาดกลาง และร้านอาหารประเภทชนโตกดินเนอร์ขนาดใหญ่

2.4.3.4 ร้านอาหารต่างชาติและนานาชาติ ร้านอาหารประเภทนี้ส่วนใหญ่จะเน้นขายอาหารให้กับลูกค้าชาวต่างชาติเฉพาะกลุ่ม เช่น อาหารญี่ปุ่น อาหารอิตาลี อาหารยุโรป อาหารอินเดีย เป็นต้น ร้านอาหารประเภทนี้จะมีทั้งขนาดเล็กและขนาดกลาง

2.4.3.5 Pub & Restaurant ร้านอาหารที่เน้นการขายอาหารควบคู่กับการให้ความบันเทิงด้านเสียงเพลง อาหารที่ขายมีหลากหลายสไตล์และมีเครื่องดื่มให้ลูกค้าได้เลือกหลายประเภท กิจกรรมประเภทนี้จะให้ความเอาใจใส่กับการเลือกวงดนตรี นักร้อง และเครื่องเสียงที่ใช้เป็นพิเศษ ซึ่งหากสามารถให้ความบันเทิงด้านเสียงเพลงได้ดีมักจะเป็นแม่เหล็กในการดึงดูดลูกค้าได้เป็นจำนวนมาก Pub & Restaurant ส่วนใหญ่จะมีขนาดกลางและขนาดใหญ่

2.4.4 ร้านอาหารประเภท Fast food และ Franchise

2.4.4.1 ร้านอาหารประเภท Fast food และ Franchise ขนาดเล็ก

2.4.4.1.1 กลุ่ม Heavy food เช่น Chester's Grill, Burger King, Pizza Hut เป็นต้น

2.4.4.1.2 กลุ่ม Light food เช่น Swenzen, Baskin Robbin, Mr.Donut เป็นต้น

2.4.4.2 ร้านอาหารประเภท Fast food และ Franchise ขนาดกลาง

2.4.5. แผงลอย หาบเร่-แผงลอย

โดยนิยามแล้ว “หาบเร่” คือ กิจกรรมที่สามารถเคลื่อนย้ายได้ ในขณะที่ “แผงลอย” นั้นอยู่ติดที่ สินค้าหาบเร่-แผงลอยมักเป็นสินค้าประเภทอาหาร ขายใกล้แหล่งชุมชน สถานที่ทำงาน หรือย่านธุรกิจต่างๆ ในระยะหลังเปลี่ยนมาขายสินค้าที่ไม่ใช่อาหารมากขึ้น เช่น เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า และมักจะไปขายตามตลาดนัดด้วย (ศุภย์มานุษยวิทยาสิรินธร, 2548)

สันติสิทธิ์ เขียวเขิน (2542) ได้ให้คำจำกัดความของร้านอาหารแผงลอยไว้ว่าหมายถึง ร้าน แผง ซึ่งจำหน่ายอาหารปรุงสำเร็จ อาหารตามสั่ง ในที่ทางสาธารณะโดยจะมีโครงสร้างถาวรหรือไม่ก็ตาม

อย่างไรก็ตาม กองสุขาภิบาลอาหารและน้ำ กรมอนามัย (2548) ใช้เกณฑ์การวัดขนาดร้านอาหาร ดังนี้

ร้านอาหารขนาดใหญ่ หมายถึง กิจการที่มีพื้นที่ดำเนินการของร้านมากกว่า 200 ตารางเมตร และได้ขออนุญาตประกอบกิจการจากเจ้าพนักงานท้องถิ่น เมื่อได้รับใบอนุญาตแล้วจึงจะเปิดดำเนินการได้ โดยใบอนุญาตจะมีอายุ 1 ปี และการขอต่ออายุใบอนุญาตจะต้องยื่นคำขอก่อนใบอนุญาตสิ้นอายุ

ร้านอาหารขนาดเล็ก หมายถึง กิจการที่มีพื้นที่ดำเนินการของร้านไม่เกิน 200 ตารางเมตร เมื่อเปิดดำเนินการต้องแจ้งต่อเจ้าพนักงานท้องถิ่น เพื่อขอหนังสือรับรองการแจ้ง และเมื่อประสงค์จะเลิกกิจการหรือโอนกิจการให้บุคคลอื่นต้องแจ้งให้เจ้าพนักงานท้องถิ่นทราบด้วย

2.4.6 ธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดเชียงราย

จากการศึกษาของ ฉันทัญญา พูนเพิ่ม และคณะ (2543) เกี่ยวกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย พบว่า ธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดเชียงราย มีอยู่ 3 ประเภท ดังนี้

2.4.6.1 ร้านอาหาร / ภัตตาคารในที่พักแรม หมายถึง การบริการในสถานที่ที่ให้เป็นที่พักแรม ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท และเกสต์เฮ้าส์ ซึ่งการจัดการมีความแตกต่างกันไปตามขนาดของโรงแรม ส่วนการบริการอาหารของเกสต์เฮ้าส์เป็นในลักษณะตามความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยเป็นไปในลักษณะของการบริการแบบง่ายๆ ไม่มีการตกแต่งมากนัก เป็นห้องอาหารรวมและรายการอาหารมีอย่างจำกัด

2.4.6.2 ร้านอาหาร / ภัตตาคารในย่านธุรกิจ ซึ่งย่านธุรกิจที่สำคัญในจังหวัดเชียงราย ได้แก่ ไนท์บาร์ซาร์ ซึ่งเป็นย่านที่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศแวะเวียนเข้ามาเสมอ เนื่องจากมีการขายสินค้าต่างๆ มากมายและมีธุรกิจหลายอย่างทั้งบริษัทนำเที่ยว เซาร์รถ และศูนย์การค้า เป็นต้น

2.4.6.3 ร้านอาหาร / ภัตตาคารทั่วไป หมายถึง ร้านอาหารต่างๆ ที่กระจายตัวนอกเหนือจากย่านธุรกิจและในที่พักแรม ได้แก่ บริเวณห้าแยกพ่อขุนฯ ย่านหอนาฬิกา เป็นต้น ซึ่งเปิดบริการในลักษณะของห้องแถวและร้านค้าริมถนน (รถเข็น) โดยมีเจ้าของคนเดียวเป็น

ผู้ดำเนินการ อาหารที่มีจำหน่ายเป็นอาหารจานเดียว อาหารตามสั่ง และข้าวราดแกง ซึ่งเป็นอาหารจานด่วนที่มีราคาถูกและสะดวกรวดเร็ว

สรุปได้ว่า ประเภทของร้านอาหารโดยรวมแล้วมี 4 ประเภทคือ

1. ภัตตาคาร ประกอบด้วยภัตตาคารขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่
2. ร้านอาหารท้องถิ่น ประกอบด้วยร้านอาหารไทย ร้านอาหารพื้นเมือง ร้านอาหารชั้นโตกดินเนอร์ ร้านอาหารต่างชาติ และร้านอาหารประเภท Pub & Restaurant
3. ร้านอาหาร Fast food ประกอบด้วยร้าน Fast food ขนาดเล็กและขนาดกลาง
4. แผงลอย หมายถึง ร้านหรือแผงซึ่งจำหน่ายอาหารปรุงสำเร็จหรืออาหารตามสั่งในที่ทางสาธารณะ

ในส่วนของร้านอาหารพื้นเมืองมี 3 ประเภท คือ ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดเล็ก จะทำอาหารเสร็จแล้วตักขายแก่ลูกค้า มีอาหารหลายชนิดให้เลือกแต่มีปริมาณจำกัด ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดกลาง จะขายตามเมนูอาหารที่ได้รับ Order จากลูกค้า และอาจมีรายการอาหารพิเศษตามฤดูกาลของผักหรือผลไม้ และร้านอาหารพื้นเมืองขนาดใหญ่ มีลักษณะเป็นร้านอาหารที่อยู่ในสวน หรือเรียกว่า สวนอาหาร เน้นบรรยากาศสบายๆ และมีการเปิดเพลงหรือมีการนำเครื่องดนตรีมาบรรเลงในร้านด้วย ในจังหวัดเชียงราย พบว่า มีร้านอาหารพื้นเมืองกระจายอยู่ทั่วไปโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตอำเภอเมืองทั้งร้านขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ซึ่งร้านใดที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักก็จะมีลูกค้าไปใช้บริการเป็นจำนวนมาก หรือแม้แต่ว่าร้านขนาดเล็กแต่มีฝีมือในการปรุงอาหารก็มีลูกค้ารอใช้บริการมากเช่นกัน ซึ่งไม่เฉพาะลูกค้าในท้องถิ่นเท่านั้นยังรวมถึงนักท่องเที่ยวต่างถิ่นหรือแม้แต่ชาวต่างประเทศที่ต้องการลิ้มรสอาหารพื้นเมืองอีกด้วย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้พิจารณาแบ่งประเภทร้านอาหารพื้นเมืองออกเป็น 4 ประเภท โดยจัดร้านอาหารพื้นเมืองประเภทชั้นโตกดินเนอร์ ซึ่งให้บริการอาหารพื้นเมืองแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติไว้ด้วย

2.5 อาหารพื้นเมืองกับนักท่องเที่ยว

ปัจจัยการส่งเสริมอาหารท้องถิ่นโดยมีเป้าหมายที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังมีไม่มากนัก และมีแนวโน้มว่าผู้จำหน่ายอาหารท้องถิ่นจะเน้นที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์มากกว่าการสร้างความสะดวก หรือการทำให้อาหารท้องถิ่นเข้าถึงนักท่องเที่ยวโดยให้เป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์การท่องเที่ยว ในบางประเทศมีการเชื่อมโยงการรับรู้ระหว่างอาหาร เครื่องดื่ม และการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเข้าด้วยกันอย่างเข้มแข็ง ในประเทศฝรั่งเศส อิตาลี และสกอตแลนด์

มีการบูรณาการประสบการณ์ด้านอาหารและเครื่องดื่มของนักท่องเที่ยวเข้ากับประสบการณ์การท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตาม อีกหลายประเทศหรือภูมิภาค นักท่องเที่ยวมีความสำนึก (Recognition) เกี่ยวกับวัฒนธรรมด้านนี้ของภูมิกษณน้อย ดังนั้นจึงต้องมีความร่วมมือทางการตลาดเพื่อเพิ่มขอบข่ายการกระจายตัวของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและเพื่อมีอิทธิพลต่อทัศนคติของผู้บริโภค (Enteleca Research and Consultncy Ltd., 2000)

อาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่นมีบทบาทต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันตั้งแต่การไปท่องเที่ยวในภูมิภาคนั้นเพื่อรับประทานอาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่นโดยเฉพาะไปจนกระทั่งเพื่อสนองความต้องการทางกายที่จะรับประทานอาหาร/เครื่องดื่มของท้องถิ่นอื่น (Enteleca Research and Consultancy Ltd., 2000)

นอกจากนี้ยังพบว่า ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่ที่มีความสัมพันธ์กับการซื้อหรือการบริโภคผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ซึ่งเป็นการยืนยันว่านักท่องเที่ยวไม่ได้เดินทางไปยังจุดหมายเพื่อลิ้มลองอาหารท้องถิ่น แต่พวกเขาพอใจที่ได้ลิ้มลองเมื่อมีโอกาส ยิ่งนักท่องเที่ยวพักอยู่นานเท่าไร โอกาสก็จะมีมากขึ้น

วิธีการที่สำคัญ ในการส่งเสริมอาหารท้องถิ่น มี 3 วิธี คือ การตั้งชื่ออาหาร การตลาดและการพัฒนาชุมชน แผนการส่งเสริมมักจะเน้นที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์ด้วยการฝึกหัดและการรับรองความเป็นท้องถิ่น และหรือการสนับสนุนเศรษฐกิจของชนบท และการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน (Enteleca Research and Consultncy Ltd., 2000)

2.6 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริโภคอาหารไทย

2.6.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริโภคอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีดังนี้ (ปทุมวดี เจริญสุข และคณะ, 2542)

2.6.1.1 ปัจจัยด้านรสชาติอาหาร นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ความพึงพอใจสูงสุด เนื่องมาจากอาหารไทยมีรสชาติที่หลากหลายและมีความแปลกกว่ารสชาติอาหารประเทศอื่น มีรสชาติที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์ รวมถึงกรรมวิธีในการปรุงอาหารที่มีส่วนผสมหลายอย่าง เช่น เครื่องเทศ สมุนไพร ซึ่งล้วนแต่เป็นส่วนผสมที่ทำให้อาหารมีกลิ่นหอม รสชาติดี และมีประโยชน์ต่อสุขภาพ

2.6.1.2 ปัจจัยด้านคุณภาพของอาหารไทย เนื่องจากอาหารไทยแต่ละชนิดมีส่วนผสมที่ให้คุณค่าทางโภชนาการสูงและครบหลักอาหาร 5 หมู่

2.6.1.3 ปัจจัยด้านราคา อาหารไทยที่ขายในประเทศไทยมีกระบวนการผลิตและปรุงแต่งโดยคนไทย วัตถุดิบที่มาจากเมืองไทย ส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตต่ำ ดังนั้นจึงมีราคาถูกกว่าอาหารจากชาติอื่นๆ

2.6.1.4 ปัจจัยด้านตกแต่งอาหารไทย เนื่องจากอาหารไทยที่ปรุงเรียบร้อยแล้วก่อนเสิร์ฟจะต้องมีการจัดตกแต่งรูปแบบของอาหารที่เรียกว่าเป็นศิลปะในการตกแต่งอาหาร ซึ่งสร้างความสนใจให้แก่ลูกค้ามากขึ้น

ดวงนภา วินิจวรกิจกุล (2544) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นเมืองในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า สาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มาใช้บริการอาหารพื้นเมือง คือ ได้รับประทานอาหารพื้นเมืองซึ่งเป็นอาหารประจำท้องถิ่นนั้นๆ รองลงมา คือ ตามผู้อื่นมารับประทานและชอบบรรยากาศของร้านอาหาร ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นเมือง ได้แก่ พนักงานมีความสุภาพ มีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี อาหารและเครื่องดื่มมีราคาที่เหมาะสม อาหารรสชาติดี หอมน้ำสะอาด ชื่อเสียงของร้านอาหาร สภาพและลักษณะของร้านอาหารมีความปลอดภัยและสะอาด ส่วนสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นเมือง ได้แก่ สถานที่ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความสะดวกให้แก่ผู้บริโภค เครื่องมือและอุปกรณ์ภายในร้านอาหารพื้นเมืองต้องอยู่ในสภาพสมบูรณ์ ทันสมัย มีประสิทธิภาพในการให้บริการที่รวดเร็ว และทำให้ลูกค้าพอใจ การกำหนดราคาควรให้เหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจนและสอดคล้องกับสภาพการณ์ของตลาดในขณะนั้น พนักงานที่ให้บริการต้องมีการแต่งกายที่เหมาะสม บุคลิกภาพดี หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาดี เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการที่จะซื้อดีด้วย สื่อโฆษณาและเอกสารการโฆษณาต่างๆ จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของบริการที่เสนอขายและลักษณะของลูกค้า ทั้งนี้พบว่า การบอกเล่าปากต่อปากมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุด และชื่อตราสินค้าหรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการให้บริการเพื่อให้ผู้บริโภคเรียกชื่อได้ถูกควรมีลักษณะสื่อความหมายที่ดีกับบริการที่เสนอขาย ส่วนสิ่งกระตุ้นภายนอกอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม คือ เมื่อมาท่องเที่ยวที่จังหวัดเชียงใหม่ก็ต้องได้รับประทานอาหารพื้นเมือง

กล่าวโดยสรุป ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริโภคอาหารไทยของนักท่องเที่ยว คือ ปัจจัยด้านรสชาติของอาหารที่มีความหลากหลายและแปลกกว่าอาหารประเภทอื่น ปัจจัยด้านคุณภาพของอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูง ปัจจัยด้านราคาซึ่งอาหารไทยจะมีราคาถูกลงกว่าอาหารของชาติอื่น และปัจจัยด้านการตกแต่งอาหารไทยที่ใช้ศิลปะในการตกแต่งอาหารให้นำรับประทานและดึงดูดความสนใจของลูกค้า นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกรับประทานอาหารพื้นเมืองเพราะมีความรู้สึกที่เมื่อไปถึงถิ่นนั้นๆ ควรมีโอกาสได้ลิ้มลองอาหารพื้นเมืองของท้องถิ่นและขอบรรยากาศของร้านอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวเหนือ และสิ่งหนึ่งที่มีส่วนสำคัญต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นเมืองของนักท่องเที่ยว คือ การให้บริการความมีน้ำใจและมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน ทั้งนี้เมื่อนักท่องเที่ยวมาใช้บริการแล้วเกิดความประทับใจจึงมีการบอกเล่าต่อๆ กันไป นับว่าเป็นช่องทางประชาสัมพันธ์ร้านอาหารพื้นเมืองอีกทางหนึ่งด้วย

ในสหราชอาณาจักร อาหารท้องถิ่นมีจำหน่ายในปริมาณร้อยละ 6 ตลาดของอาหารท้องถิ่นเป็นตลาดที่ไม่หยุดนิ่ง ซึ่งพิจารณาได้จากความเจริญเติบโตที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากตราสินค้า(ยี่ห้อ) ที่มีส่วนแบ่งการตลาดในวงจำกัดมาเป็นตราสินค้าที่มีส่วนแบ่งการตลาดกว้างขึ้นในช่องทางที่กว้างขึ้น (Petts, 2005)

ส่วนแบ่งทางการตลาดของอาหารท้องถิ่น พบว่า นักท่องเที่ยวร้อยละ 61-69 ที่ไปท่องเที่ยวใน 4 ภูมิภาค คือ Cumbria, Heart of England, South west และ Yorkshire ยอมรับว่าอาหารเป็นส่วนหนึ่งที่สนับสนุนการท่องเที่ยวปานกลาง และอีกร้อยละ 39 เห็นว่ามีส่วนสนับสนุนมาก

ในภาพรวมร้อยละ 72 ของผู้มาท่องเที่ยวใน 4 ภูมิภาค ให้ความสนใจต่ออาหารท้องถิ่นในระหว่างมาท่องเที่ยว ส่วนใหญ่คนเหล่านี้จะไม่สืบเสาะหาอาหารท้องถิ่น แต่ก็ยินดีที่จะทดลองรับประทานหากพบโดยบังเอิญ นักท่องเที่ยวเหล่านี้ชอบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นปานกลางแต่ต้องให้ออกสาได้ลิ้มลอง ดังนั้นจึงจำเป็นต้องเปิดโอกาสแก่บุคคลเหล่านี้ให้ได้พบเห็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้มากที่สุด (Enteleca Research and Consultancy Ltd., 2000)

ปัจจัยที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวรับประทานอาหารดี เพื่อเป็นประสบการณ์ที่ดี มี 5 ปัจจัยหลัก คือ คุณภาพของการบริการ (ร้อยละ 59) วิธีการนำเสนออาหาร (ร้อยละ 55) วิธีการปรุงอาหาร (ร้อยละ 52) การใช้ส่วนผสมที่สดใหม่ (ร้อยละ 46) และคุณภาพของส่วนผสม (ร้อยละ 43) ปัจจัยเหล่านี้แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวคำนึงถึงคุณภาพของอาหารเป็นอย่างมาก

การให้ความสำคัญของส่วนผสมที่สดใหม่และมีคุณภาพเป็นโอกาสสำคัญในการส่งเสริมคุณค่าของอาหารท้องถิ่น (Enteleca Research and Consultancy Ltd., 2000)

2.6.2 แนวทางการปรับปรุงธุรกิจร้านอาหารพื้นเมือง

ดวงนภา วินิจวรวิจกุล (2544) ได้เสนอแนะแนวทางและกลยุทธ์ในการปรับปรุงธุรกิจร้านอาหารพื้นเมืองดังต่อไปนี้

2.6.2.1 ด้านบุคคล ผู้ประกอบการควรมีการฝึกอบรมพัฒนาพนักงานทุกแผนกให้รู้จักวิธีการบริการที่ดีมีคุณภาพทั้งในด้านการต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยอัธยาศัยไมตรี ให้บริการด้วยความรวดเร็ว ปลอดภัยในการบริการ ให้บริการอย่างสม่ำเสมอและถูกต้อง มีความสุภาพ มีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และรักงานด้านบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการใหม่ในครั้งต่อไป

2.6.2.2 ด้านราคา ผู้ประกอบการควรตั้งราคาอาหารและเครื่องดื่มให้เหมาะสมกับร้านอาหาร โดยให้นักท่องเที่ยวเห็นว่าคุ้มค่างบเงินที่จ่ายไป และควรแสดงราคาอาหารและเครื่องดื่มไว้ในเมนูอาหารให้เห็นได้อย่างชัดเจน

2.6.2.3 ด้านเครื่องมือ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการจัดเครื่องมือเครื่องใช้ในการรับประทานอาหารที่สะอาดและใหม่ ควรรักษามาตรฐานของอาหารให้มีคุณภาพ สด สะอาด วิธีการปรุงอาหารจะต้องมีมาตรฐานสัดส่วนในการปรุงอาหารที่แน่นอน เพื่อจะทำให้รสชาติอาหารเหมือนกันทุกครั้ง และควรจัดให้มีบริการห้องน้ำที่สะอาด

2.6.2.4 ด้านสัญลักษณ์ ควรสร้างภาพลักษณ์ของร้านอาหารที่โดดเด่นโดยการสร้างความแตกต่างให้ลูกค้าได้รับรู้และเกิดความประทับใจ แสดงถึงความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น อาคารสถานที่ควรมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในด้านการออกแบบ การตกแต่งด้วยเฟอร์นิเจอร์ที่สามารถสร้างความประทับใจและสร้างบรรยากาศที่ดี เป็นที่กล่าวถึง เป็นต้น

2.6.2.5 ด้านสถานที่ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการควบคุมดูแลด้านความปลอดภัยและความสะอาดของร้านอาหารอย่างจริงจังและมีการจัดการให้ถูกสุขลักษณะ ควรมีการจัดการในเรื่องการเข้าถึงร้านอาหารได้สะดวกและปลอดภัย โดยทำป้ายบอกทางเข้าร้านอาหาร มีการติดไฟให้แสงสว่างระหว่างทางเข้าถึงร้าน และควรจัดให้มีเวรยามคอยระมัดระวังเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

2.6.2.6 ด้านวัสดุสื่อสาร ควรพัฒนาและรักษามาตรฐานการให้บริการร้านอาหารพื้นเมืองให้มีชื่อเสียงจนเป็นที่เล่าขาน และควรหาวิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ และใช้สื่อที่เข้าถึงนักท่องเที่ยวมากที่สุด

2.7 กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจร้านอาหารพื้นเมือง

2.7.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

2.7.1.1 ควรมีความคิดริเริ่มแตกต่างจากคู่แข่ง เช่น การตกแต่งร้านอาหารพื้นเมือง ควรใช้เครื่องตกแต่งจากผลิตภัณฑ์พื้นเมือง มีอาหารให้เลือกหลากหลายโดยเน้นอาหารพื้นเมือง มีการแสดงดนตรีพื้นเมือง เป็นต้น

2.7.1.2 ควรรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามลูกค้าคาดหวัง เช่น คุณภาพและการบริการอาหารและเครื่องดื่ม รสชาติของอาหารที่อร่อย สด สะอาด รวดเร็วและมีมาตรฐานการบริการที่ดี

2.7.1.3 ควรมีการฝึกอบรมบุคลากรให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีความรู้ความสามารถในงาน มีการทำงานร่วมกันเป็นทีม เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

2.7.1.4 ผู้ประกอบการต้องทำให้ลูกค้ามีความจงรักภักดีต่อร้านอาหาร โดยลูกค้าจะต้องกลับมาใช้บริการร้านอาหารพื้นเมืองซ้ำ ดังนั้นจะต้องมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพ

2.7.2 กลยุทธ์ด้านราคา

ผู้ประกอบการควรพิจารณาจากอำนาจการซื้อของลูกค้า ต้นทุนในการผลิต ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กำไรที่ทางร้านอาหารต้องการ และราคาของคู่แข่ง นอกจากนี้อาจจะต้องมีการปรับกลยุทธ์ทางด้านราคาโดยใช้วิธีการลดราคา ซึ่งเป็นกลยุทธ์ระยะสั้นเพื่อที่จะเพิ่มรายได้และพยุงฐานะของร้านในขณะที่เกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ

2.7.3 กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ประกอบการควรเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายให้เหมาะสมกับร้านอาหารพื้นเมือง เพื่อที่จะเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากที่สุด ซึ่งช่องทางการจัดจำหน่ายมีดังนี้

2.7.3.1 เสนอขายตรงกับลูกค้าที่เดินเข้ามาในร้าน

2.7.3.2 เสนอขายโดยผ่านทางพันธมิตรทางธุรกิจต่างๆ เช่น บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น

2.7.3.3 มีการสอบถามและการจองทางโทรศัพท์ เช่น ขอทราบราคาอาหารและเครื่องดื่ม เวลาเปิด-ปิดบริการ เป็นต้น

2.7.3.4 สถานที่ตั้งของร้านอาหารพื้นเมืองควรจะอยู่ในทำเลที่เด่น เป็นที่รู้จัก มีเครื่องหมายบอกทางที่จะมาร้านอย่างชัดเจน และมีที่จอดรถไว้คอยบริการลูกค้า

2.7.3.5 ควรให้มีการชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิต เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า

2.7.3.6 มีการจัดจำหน่ายอาหารนอกสถานที่ เช่น มีการจัดซุ้มขายอาหารพื้นเมือง ในเทศกาลต่างๆ เป็นต้น

2.7.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

เป็นกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการจะต้องสร้างความรู้จัก กระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความต้องการและ เข้ามาใช้บริการ ซึ่งกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดของร้านอาหารพื้นเมืองมีดังนี้

2.7.4.1 มีการตั้งป้าย Cut out ตามจุดสำคัญต่างๆ โดยใช้ตราสัญลักษณ์ (Logo) ที่จำง่ายและสะดุดตา

2.7.4.2 ร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในการลงโฆษณาในหนังสือแนะนำ ร้านอาหารพื้นเมือง

2.7.4.3 ลงโฆษณา ประชาสัมพันธ์ในหนังสือพิมพ์รวมถึงนิตยสารต่างๆ โดยเลือก ประเภทของนิตยสารให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น แพรว ดิฉัน อ.ส.ท. เป็นต้น

2.7.4.4 ใช้สื่อแผ่นพับ ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลพื้นฐานของร้าน รูปภาพ บรรยากาศ ภายในร้าน ภาพอาหารแนะนำ เป็นต้น โดยอาจส่งตามบ้านหรือแจกตามสถานที่สำคัญในธุรกิจ บริการ เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำแต่ละจังหวัด โรงแรม บริษัทนำเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ สนามบิน ฯลฯ

2.7.4.5 จัดมหกรรมอาหารในช่วงเทศกาลประเพณี โดยเป็นร้านอาหารพื้นเมือง ที่ร่วมมือกับร้านอาหารพื้นเมืองร้านอื่นๆ อีกหลายร้าน เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร พื้นเมืองให้เป็นที่รู้จัก

2.7.4.6 สร้างโฮมเพจประชาสัมพันธ์ร้านอาหารพื้นเมือง

2.7.4.7 ให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ โดยการเชิญนักธุรกิจที่สำคัญ นักชิมที่มีชื่อเสียง และเชิญสื่อมวลชนมาทำข่าว

2.7.4.8 ดำเนินการให้มีการรับรองคุณภาพมาตรฐานอาหารและเครื่องดื่มจาก กระทรวงสาธารณสุข องค์กรอื่นๆ ที่น่าเชื่อถือและได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค เช่น แม่ช้อยนางรำ เซลล์ชวนชิม เป็นต้น

นอกจากกลยุทธ์ดังกล่าวแล้วยังมีกลยุทธ์การตลาดที่นำมาใช้เพื่อปรับความต้องการซื้อ ให้สม่ำเสมอและปรับการให้บริการไม่ให้เกิดปัญหาคนมากหรือน้อยเกินไป ดังนี้

2.7.4.9 การตั้งราคาให้แตกต่างกัน เพื่อปรับความต้องการซื้อให้สม่ำเสมอ ผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นเมืองควรตั้งราคาสูงในช่วงความต้องการซื้อสูง ตั้งราคาต่ำในช่วง ความต้องการซื้อน้อย

2.7.4.10 กระตุ้นในช่วงที่มีความต้องการซื้อน้อย โดยจัดกิจกรรมลดราคาและส่งเสริมการขาย

2.7.4.11 การให้บริการเสริม เช่น บริการห้อง V.I.P สำหรับลูกค้าที่ต้องการความเป็นส่วนตัว เป็นต้น

2.7.4.12 ระบบการนัดหมาย เพื่อให้ทราบถึงจำนวนลูกค้าที่จะมารับประทานอาหารที่แน่นอนเพื่อเป็นการวางแผนการให้บริการที่เหมาะสมและเพื่อปรับความต้องการซื้อให้เหมาะสม เช่น ลูกค้าสามารถโทรศัพท์มาจองโต๊ะล่วงหน้า เป็นการตัดปัญหาเรื่องลูกค้าจะต้องมารอโต๊ะ

2.7.5 กลยุทธ์เพื่อปรับการให้บริการ

2.7.5.1 ให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการให้บริการ เช่น ให้ลูกค้าจดยรายการอาหารเอง เพื่อประหยัดเวลาของผู้ขายในการให้บริการ

2.7.5.2 การขยายสิ่งอำนวยความสะดวกในอนาคต เช่น มีสวนหย่อม เป็นต้น

2.7.5.3 มีการฝึกอบรมพัฒนาพนักงานให้รู้จักวิธีการบริการที่ดี มีคุณภาพ มีความชำนาญ มีความรู้ความสามารถในงาน ให้บริการด้วยความรวดเร็ว ให้ความปลอดภัยในการบริการ ให้บริการอย่างสม่ำเสมอและถูกต้อง มีความสุภาพ มีน้ำใจ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี จะเห็นได้ว่ากลยุทธ์การตลาดของการประกอบธุรกิจอาหารพื้นเมืองมีหลายกลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ของธุรกิจร้านอาหารพื้นเมือง คือ การสร้างเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากคู่แข่งทั้งการจัดตกแต่งร้าน คุณภาพของอาหาร การให้บริการ พนักงาน และการสร้างความภักดีของลูกค้า ทั้งนี้เมื่อลูกค้ามาใช้บริการแล้วเกิดความประทับใจก็จะทำให้กลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป

กลยุทธ์ด้านราคา คือ การตั้งราคาโดยคำนึงถึงอำนาจซื้อหรือสภาพเศรษฐกิจในขณะนั้น หรืออาจใช้วิธีการลดราคาเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าด้วย กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย คือ การเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายให้เหมาะสมเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากที่สุด เช่น การเสนอขายตรง การเสนอขายผ่านบริษัทนำเที่ยว การชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิต เป็นต้น

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การสร้างความรู้จักและการกระตุ้นให้เกิดความต้องการและอยากเข้าใช้บริการ เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อหลายๆ ช่องทางทั้งการลงโฆษณาในวิทยุ สื่อแผ่นพับ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น หรือการจัดทำโฮมเพจของร้านอาหารเพื่อให้เข้าถึงผู้ใช้หลายกลุ่มและตลอดเวลา โดยให้ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารของตนอย่างครบถ้วน เช่น ที่ตั้ง หมายเลขโทรศัพท์ รายการอาหารแนะนำ เมนูเด็ด รายการส่งเสริมการขายพิเศษ (Promotion) ฯลฯ

นอกจากนี้การเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวกับอาหารต่างๆ ก็เป็นช่องทางประชาสัมพันธ์ร้านอาหารนั้นๆ ได้ สิ่งสำคัญที่ผู้บริโภคจะคำนึงถึง คือ คุณภาพของอาหาร ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารควรดำเนินการให้มีการรับรองคุณภาพมาตรฐานอาหารและเครื่องดื่มจากกระทรวงสาธารณสุขหรือองค์กรอื่นๆ ที่น่าเชื่อถือและได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค และกลยุทธ์อีกประการหนึ่ง คือ กลยุทธ์การปรับการให้บริการ เช่น ให้ลูกค้าจตุรายการอาหารเอง มีส่วนห่วย่อมมีการฝึกอบรมพนักงานให้รู้จักการบริการที่ดี มีคุณภาพ เป็นต้น

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บุษบา สุธีธร และ ภัทวลี นิติเกษตรสุนทร (สุจิตรา रिมนดุสิต, 2545; อ้างอิงจาก บุษบา สุธีธร และภัทวลี นิติเกษตรสุนทร. รายงานการวิจัยเจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่ได้มาเยี่ยมประเทศไทย. 2541) ได้ศึกษาเจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่ได้มาเยี่ยมประเทศไทย พบว่า แรงจูงใจที่สำคัญก่อนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ การทราบว่า มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม และระหว่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวอยู่มีความประทับใจมากในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อาหารไทย การจับจ่ายซื้อของ วัฒนธรรมและประเพณีไทย แหล่งท่องเที่ยวมรดกโลก เครื่องอำนวยความสะดวกและบริการแก่นักท่องเที่ยว

ฉันทิช วรรณถนอม (2544) ได้ศึกษาความนิยมในการรับประทานอาหารของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ พบว่า ความนิยมในการรับประทานอาหารของนักท่องเที่ยวค่อนข้างแตกต่างกัน การท่องเที่ยวในเขตเมืองซึ่งมีธุรกิจของอาหารหลักให้เลือกใช้บริการอยู่หลากหลาย นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมักนิยมใช้บริการจากภัตตาคารในสัดส่วนที่สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย รองลงมา คือ ร้านอาหารทั่วไป คอฟฟี่ช็อป ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยมักนิยมรับประทานอาหารในร้านอาหารที่มีอยู่ทั่วไปเพราะสะดวก รวดเร็ว และราคาอาหารถูกกว่า

ฉันทิช วรรณถนอม และคณะ (2543) ได้ศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อร้านอาหาร พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวในจังหวัดเชียงราย มีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากทั้งด้านราคา บรรยากาศ ความสะอาด และรสชาติของอาหาร นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเลือกรับประทานอาหารพื้นเมืองของเชียงราย

เนื่องจากไม่เคยรับประทานมาก่อน เมื่อได้รับประทานแล้วจึงเกิดความพึงพอใจต่อรสชาติของอาหาร อีกทั้งราคาก็ไม่แพงมากนัก และบรรยากาศของร้านอาหารก็มีความเหมาะสมเป็นอย่างยิ่ง

เสงี่ยม บุญพัฒน์ (2545) ได้ศึกษาความคาดหวังในผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในภาคเหนือของประเทศไทย กรณีศึกษาจังหวัดเชียงราย ในส่วนของความพึงพอใจที่มีต่อผลประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย พบว่า การได้ลิ้มรสชาติอาหารและผลไม้ท้องถิ่นเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุด

นิรุจน์ บั้วระกา และคณะ (2542) ศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ กรณีศึกษาอำเภอเมือง อำเภอแม่สาย อำเภอเชียงแสน และอำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย พบว่า ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่ม เป็นค่าใช้จ่ายที่มีความสำคัญเป็นอันดับที่สามรองจากค่าใช้จ่ายด้านที่พักและสินค้าที่ระลึก ทั้งนี้เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชื่นชอบรสชาติของอาหารไทยและอาหารประจำท้องถิ่นเพราะมีราคาถูกและหาซื้อได้ง่าย แสดงให้เห็นว่าอาหารไทยและอาหารท้องถิ่นเป็นส่วนหนึ่งที่ทำรายได้ให้แก่จังหวัดและประเทศไทย

จากการศึกษาพฤติกรรมการเดินทางและลักษณะของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดเชียงรายของชุกลิน อุณวิจิตร, กิตติยา กาวิละ และสุกฤตา เตียมคำ (2548) พบว่า พฤติกรรมการรับประทานอาหารของนักท่องเที่ยวที่ต้องการบริโภคมากที่สุดระหว่างการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย คือ อาหารเหนือหรืออาหารพื้นเมือง รองลงมา คือ อาหารไทย ภาคกลางและอาหารยุโรป ตามลำดับ สถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเป็นที่รับประทานอาหารส่วนใหญ่ คือ ร้านอาหารโดยทั่วไป รองลงมา คือ ในโรงแรมและที่พัก ส่วนกรณีการ กังเทียมและคณะ (2546) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อร้านอาหารในจังหวัดเชียงราย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงรายมีความพึงพอใจในความสะอาดของร้านอาหารมากที่สุด รองลงมา คือ ความพึงพอใจในการให้บริการทำเลที่ตั้ง บรรยากาศ และรสชาติของอาหาร ตามลำดับ

บุญเลิศ เปเรว่า (สุจิตรา ริมดุสิต, 2545; อ้างอิงจาก บุญเลิศ เปเรว่า. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่. 2543) ศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ในด้านภัตตาคาร ร้านอาหาร และแหล่งบันเทิงยามราตรีนั้น นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบด้านคุณภาพและรสชาติอาหารในระดับมากที่สุด ส่วนด้านสถานที่

สถาปัตยกรรมและการตกแต่ง รายการอาหารและเครื่องดื่ม พนักงาน และด้านราคาให้ความสำคัญในระดับมาก อีกทั้งพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบด้านพนักงานสูงกว่าด้านคุณภาพและรสชาติของอาหาร รายการอาหารและเครื่องดื่ม ราคา สถานที่ สถาปัตยกรรมและการตกแต่ง การส่งเสริมการขาย ดนตรี เกม และการแสดง ส่วนสุจิตรา ริมดุสิต (2545) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อคุณภาพอาหารแบบขันโตกในด้านความสด รสชาติอาหาร และรายการอาหาร พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมากซึ่งส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศไม่เคยรับประทานอาหารแบบขันโตกมาก่อนจึงเกิดความสนใจและต้องการเรียนรู้สิ่งแปลกใหม่ วัฒนธรรม ประเพณีของจังหวัดเชียงใหม่ ถือเป็นประสบการณ์ในการเดินทาง และการบริการอาหารแบบขันโตกที่ประกอบด้วยอาหารพื้นเมืองของล้านนาไทยที่มีทั้งอาหารคาวหวาน การเน้นในเรื่องของคุณภาพอาหารเป็นหลัก ดังนั้นส่วนของความสด รสชาติอาหาร และรายการอาหาร จึงต้องดูแลอย่างสม่ำเสมอ

สุปรียา ควรเดชะคุปต์ และคณะ (ดวงนภา วินิจวรภิภูกุล, 2544; อ้างอิงจาก สุปรียา ควรเดชะคุปต์ และคณะ. *คู่มือการพัฒนาการให้บริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว : แนวทางการพัฒนาการให้บริการในร้านอาหารและภัตตาคาร*. 2528) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการให้บริการในร้านอาหารและภัตตาคารโดยได้สำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พบว่า สิ่งที่สำคัญที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยวในด้านสถานที่ บริการ และอาหาร ได้แก่ ความสะอาดของสถานที่ ความสะอาดของภาชนะที่ใช้ ความปลอดภัยในสถานที่ อุปกรณ์ถูกสุขลักษณะและปลอดภัย ความสะอาดของห้องน้ำ การมีบรรยากาศที่ดี มีเครื่องปรับอากาศ การจราจรสะดวก และอุปกรณ์เครื่องใช้ทันสมัย ด้านบริการ ได้แก่ ความซื่อสัตย์ในการคิดราคาอาหาร ราคาเหมาะสมกับอาหาร พนักงานบริการรวดเร็วเรียบร้อย มีมารยาท อ่อนน้อมและสุภาพ พนักงานบริการพูดภาษาอังกฤษได้ ยิ้มแย้มแจ่มใส และคอยบริการอยู่ใกล้ๆ เมนูมีราคาอาหาร และพนักงานมีเครื่องแบบ ด้านอาหาร ได้แก่ ความสะอาดของอาหาร รสชาติของอาหาร ความระมัดระวังในการใช้สารเคมี ความสวยงามในการตกแต่ง เครื่องปรุงอาหารอยู่ในภาชนะที่ปลอดภัย มีอาหารให้เลือกหลายชนิด โดยความสำคัญของเรื่องอาหารมีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ดังกล่าวจึงควรจะเป็นแนวทางที่ผู้ประกอบการร้านอาหารหรือภัตตาคารจะได้พิจารณาสนองตอบเพื่อเพิ่มรายได้ยอดขาย เป็นที่แนะนำสำหรับจัดเลี้ยงรับรองชาวต่างประเทศ มีลูกค้าประจำ และช่วยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น

จิตราวดี สุขยิ่ง (2544) ได้เสนอแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย เกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหารไว้ว่า ควรมีการปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาในด้านรสชาติของอาหาร คืออาหารควรมีรสชาติที่เป็นกลางซึ่งสามารถรับประทานได้ทุกคนและการให้บริการที่เต็มใจของพนักงาน ส่วนประภาพร แสงภาพ และคณะ (2546) ได้ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการบริการนำเที่ยวในจังหวัดเชียงรายให้มีคุณภาพ พบว่า แนวทางการพัฒนาด้านที่พักและอาหาร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการให้ปรับปรุงในเรื่องของความสะอาดของสถานที่และอุปกรณ์เครื่องมือ ภาชนะใส่อาหารต่างๆ และควรแนะนำอาหารพื้นเมืองที่เป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวได้ทราบ และลิ้มลองอาหารเหล่านั้น นักท่องเที่ยวสามารถเลือกรับประทานอาหารตามความต้องการได้ และรสชาติของอาหารไม่ควรเผ็ดเกินไป

นอกจากนี้ สุจิตรา ริมดุสิต (2545) ได้เสนอแนวคิดในการจัดบริการอาหารแก่นักท่องเที่ยวว่า ผู้ประกอบธุรกิจร้านอาหารจำเป็นต้องมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดการจัดบริการเพื่อนำไปสู่รูปแบบการจัดบริการอาหารที่แตกต่างกันไป แนวคิดการจัดบริการอาหาร ได้แก่ ลักษณะของการตกแต่งร้าน ลักษณะของอาหารและการบริการและปัจจัยหลักพื้นฐานในการจัดบริการอาหารให้ประสบความสำเร็จ ได้แก่ การต้อนรับที่ดี พนักงานมีคุณลักษณะที่ดีในการบริการ คุณภาพของอาหารและบริการที่มีความสม่ำเสมอ และการมีส่วนร่วมของลูกค้า และข้อเสนอแนะด้านอาหารและเครื่องดื่มที่จัดบริการให้นักท่องเที่ยว ได้แก่ อาหารและเครื่องดื่มควรเน้นในด้านคุณภาพโดยดูลักษณะอาหารว่าอาหารชนิดใดควรเสิร์ฟในอุณหภูมิใด เช่น ข้าวเหนียวควรมีความนุ่มและอุณหภูมิอุ่นถึงร้อน น้ำซุปรี่เสิร์ฟควรมีอุณหภูมิอุ่น ควรจัดบริการอาหารให้มีความหลากหลาย เช่น จัดให้มีอาหารมังสวิรัตบ้าง ด้านเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์หรือเครื่องดื่มที่จำหน่ายแยกจากเครื่องดื่มที่คิดราคารวมกับอาหารแบบขันโตกและกิจกรรมการแสดงควรมีราคาที่เหมาะสม เพราะจะทำให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศหรือผู้ที่เข้ามาใช้บริการไม่เกิดความรู้สึกว่าสถานบริการเอาเปรียบเกินไป และควรมีการนำเสนอรายการอาหารแบบขันโตกพร้อมกับรายละเอียดเกี่ยวกับส่วนผสม วิธีปรุง และประโยชน์ที่ได้รับจากการรับประทานอาหารเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบ เกิดการเรียนรู้ สัมผัสวัฒนธรรมประเพณีอาหารแบบขันโตกอย่างแท้จริง และเกิดความรู้สึกพึงพอใจอย่างสูงสุด

จากการศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติ ความพึงพอใจ หรือพฤติกรรมกรบริโภคอาหารท้องถิ่นพบว่า อาหารที่นักท่องเที่ยวต้องการบริโภคมากที่สุดในช่วงที่เดินทางมาท่องเที่ยว คืออาหารพื้นเมือง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความประทับใจเกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นที่ได้รับประทาน

และมีความคิดว่าเมื่อมาเยือนถิ่นนั้นๆ ควรจะได้รับประทานอาหารพื้นเมืองของท้องถิ่นนั้นๆ โดยสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับประทานอาหารพื้นเมือง ได้แก่ รสชาติของอาหาร ความสะอาด และความปลอดภัยของอาหาร ภาชนะ อุปกรณ์ต่างๆ ความสะอาดและความปลอดภัยของสถานที่ ราคาของอาหารที่มีความเหมาะสม ตลอดจนการให้บริการด้วยความเรียบร้อย มีมารยาท สุภาพ และความมีมนุษยสัมพันธ์ของผู้ให้บริการ เป็นต้น ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้มีผลโดยตรงต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว แม้ว่ารสชาติอาหารของร้านนั้นๆ จะดีเพียงใด แต่ถ้าหากพนักงานให้บริการไม่ดีหรือไม่เอาใจใส่ลูกค้าแล้วเมื่อมีการบอกเล่าปากต่อปากยอมทำให้จำนวนลูกค้าลดลงได้ ส่วนข้อเสนอแนะในการจัดบริการอาหารพื้นเมือง พบว่า สิ่งที่คุณประกอบการร้านอาหารพื้นเมืองควรปรับปรุงคือ รสชาติของอาหาร ทั้งนี้เพราะนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในภาคเหนือส่วนใหญ่มาจากต่างจังหวัดหรือมาจากหลายประเทศทั่วโลกซึ่งมีความนิยมในรสชาติของอาหารที่แตกต่างกัน ดังนั้นอาหารที่ให้บริการต้องมีรสที่เป็นกลาง สามารถรับประทานได้ทุกคน นอกจากนี้ต้องคำนึงถึงความสะอาดของอาหารเป็นสำคัญ เพราะหัวใจของการปรุงอาหารให้อร่อย มีรสชาติดี อาหารนั้นๆ ต้องสะอาดด้วย ในส่วนของการให้บริการควรให้บริการด้วยความเต็มใจ เอาใจใส่ลูกค้า มีกิจกรรมรยาทอ่อนหวาน อ่อนน้อม มีจิตให้บริการ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจซึ่งจะส่งผลให้มาใช้บริการในครั้งต่อไปได้ ด้านราคาของอาหารควรมีความเป็นธรรม ไม่ควรทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกว่าคุณเอารัดเอาเปรียบจากราคาอาหารที่แพงจนเกินไป สิ่งที่คุณควรปรับปรุงอีกประการหนึ่ง คือ การจัดและตกแต่งสถานที่ ร้านอาหารพื้นเมืองควรจัดสถานที่ที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว สร้างเอกลักษณ์เฉพาะตน ให้เป็นที่ประทับใจหรือจดจำ บรรยากาศดี มีความสะอาดและปลอดภัย ซึ่งไม่เพียงแต่เฉพาะภายในร้านอาหารเท่านั้นยังรวมถึงห้องน้ำหรือลานจอดรถด้วย และเพื่อให้อาหารพื้นเมืองแพร่หลายมากยิ่งขึ้น อาจจะมีการนำเสนอรายการอาหารที่ระบุถึงส่วนประกอบ วิธีปรุง และประโยชน์ที่ได้รับจากการรับประทานอาหารชนิดนั้นๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบและเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์ถึงคุณค่าอาหารพื้นเมืองของชาวเหนือได้อีกทางหนึ่งด้วย

ถึงแม้ว่าจะมีผู้วิจัยเรื่องต่างๆที่เกี่ยวข้องกับอาหารและร้านอาหารพื้นเมืองดังได้กล่าวมาแล้วแต่ก็ไม่พบว่ามีผู้วิจัยเกี่ยวกับศักยภาพและความพร้อมของร้านอาหารพื้นเมืองในการรองรับนักท่องเที่ยว ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่าควรทำการวิจัยประเด็นดังกล่าว โดยเฉพาะในจังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยม ตามสถิติการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือเขต 2 (2548) พบว่า ในปี 2547 มีนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ประมาณ 1,170,000 คน

2.9 บริบทจังหวัดเชียงราย

2.9.1 ลักษณะทั่วไป

เชียงราย เป็นจังหวัดที่อยู่เหนือสุดของประเทศไทย ห่างจากกรุงเทพฯ เป็นระยะทาง 829 กิโลเมตร มีพื้นที่ประมาณ 11,678 ตารางกิโลเมตร ภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นภูเขา มีที่ราบอันอุดมสมบูรณ์ริมฝั่งแม่น้ำหลายสาย แบ่งการปกครองออกเป็น 16 อำเภอ และ 2 กิ่งอำเภอ คือ อำเภอเมือง อำเภอเชียงของ อำเภอพาน อำเภอแม่จัน อำเภอเชียงแสน อำเภอแม่สาย อำเภอแม่สรวย อำเภอเวียงป่าเป้า อำเภอป่าแดด อำเภอเวียงชัย อำเภอพญาเม็งราย อำเภอเทิง อำเภอเวียงแก่น อำเภอแม่ฟ้าหลวง อำเภอขุนตาล อำเภอแม่ลาว กิ่งอำเภอเวียงเชียงรุ้ง และกิ่งอำเภอดอยหลวง

มีตำบลต่างๆ รวม 124 ตำบล 1,655 หมู่บ้าน 1 เทศบาลเมือง 24 เทศบาลตำบล 1 องค์การบริหารส่วนจังหวัด 120 องค์การบริหารส่วนตำบล 1 สมาคมตำบล ราชการส่วนภูมิภาค 27 หน่วยงาน ราชการส่วนกลาง 62 หน่วยงาน มีประชากรรวม 1,273,445 คน แยกเป็นชาย 634,454 คน หญิง 635,991 คน (จังหวัดเชียงราย. สำนักงานจังหวัดเชียงราย. กลุ่มงานสารสนเทศและการสื่อสาร, 2548)

2.9.2 สภาพภูมิศาสตร์

จังหวัดเชียงราย ส่วนใหญ่เป็นที่ราบสูงและมีภูเขาสลับซับซ้อนอยู่ทางทิศตะวันออกและตะวันตกทอดยาวในแนวตอนเหนือ-ใต้ มีความสูงประมาณ 1,500-2,000 เมตร จากระดับน้ำทะเล ส่วนที่ราบจะเป็นที่ราบลุ่มระหว่างหุบเขาและมีแม่น้ำสายสำคัญ 7 สาย ได้แก่ แม่น้ำกก แม่น้ำอิง แม่น้ำโขง แม่น้ำคำ แม่น้ำแม่จัน แม่น้ำแม่สาย พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่การเกษตร คิดเป็นร้อยละ 56.4 รองลงมาเป็นที่ป่าไม้ ร้อยละ 34.17 และที่เหลือเป็นพื้นที่อุตสาหกรรมและพาณิชยกรรม พื้นที่แหล่งน้ำ และพื้นที่สาธารณะอื่นๆ (ประภาพร แสนภาพ และคณะ. 2546)

จังหวัดเชียงรายมีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง ดังนี้ (จังหวัดเชียงราย. สำนักงานจังหวัดเชียงราย. กลุ่มงานสารสนเทศและการสื่อสาร, 2548)

ทิศเหนือ ติดต่อกับประเทศสหภาพพม่าและประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ทิศใต้ ติดต่อกับจังหวัดลำปาง และจังหวัดพะเยา

ทิศตะวันออก ติดต่อกับประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และจังหวัดพะเยา

ทิศตะวันตก ติดต่อกับประเทศสหภาพพม่า และจังหวัด

2.9.3 สภาพภูมิอากาศ

จังหวัดเชียงรายมีลักษณะภูมิอากาศแบบมรสุมเมืองร้อน ได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือที่พัดเอาความหนาวเย็นจากไซบีเรียซึ่งพัดผ่านประเทศจีนเข้าสู่ภาคเหนือของประเทศไทย และลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ที่พัดเอาความชุ่มชื้นจากมหาสมุทรอินเดียจึงทำให้อากาศหนาวเย็นมากในช่วงเดือนมกราคม และฝนตกหนักมากในเดือนสิงหาคม เนื่องจากภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นภูเขาและป่าจึงทำให้อุณหภูมิและฤดูกาลแตกต่างกันมาก (ประภาพร แสณภาพ และคณะ. 2546)

สภาพภูมิอากาศในจังหวัดเชียงราย แบ่งได้ 3 ฤดู ดังนี้ (กานต์ปริยา เมืองอินทร์, 2548)

ฤดูร้อน เริ่มตั้งแต่กลางเดือนมีนาคมถึงกลางเดือนพฤษภาคม อุณหภูมิเฉลี่ย คือ 41.3 องศาเซลเซียส อากาศอบอ้าวและแห้งแล้ง อาจมีพายุฝนฟ้าคะนองในฤดูร้อนเกิดขึ้นในช่วงเดือนเมษายน

ฤดูฝน เริ่มตั้งแต่กลางเดือนพฤษภาคมถึงกลางเดือนตุลาคม มีฝนตกชุกในช่วงเดือนสิงหาคมและกันยายน มีพายุหมุนเขตร้อนพัดเข้ามาสู่ภาคเหนือตอนบน ซึ่งทำให้ฝนตกชุกมากกว่าปกติ หรือเกิดน้ำท่วมฉับพลัน

ฤดูหนาว เริ่มตั้งแต่กลางเดือนตุลาคมถึงกลางเดือนกุมภาพันธ์ เมื่อลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือพัดเข้าสู่ประเทศไทยประมาณ 4 เดือน อากาศหนาวจัดในช่วงเดือนธันวาคมและมกราคม โดยเฉพาะในเขตเทือกเขา อุณหภูมิต่ำสุดที่เคยวัดได้ คือ 1.5 องศาเซลเซียส

2.9.4 สถานที่ท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญทางธรรมชาติ ได้แก่ วนอุทยานน้ำตกขุนกรณ์ อุทยานแห่งชาติดอยหลวง ดอยแม่สลองหรือดอยสันติคีรี ถ้ำปุม ถ้ำปลา ถ้ำเสาหินพญานาค วนอุทยานขุนน้ำนางนอน จุดชมวิวดอยช้างมูบ ดอยเชียงใหม่ สบรวก ดอยผาตั้ง ภูชี้ฟ้า เป็นต้น

แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และศาสนสถาน ได้แก่ วัดพระแก้ว วัดพระสิงห์ พระธาตุดอยมทอง อนุสาวรีย์พ่อขุนเม็งรายมหาราช พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเชียงใหม่ พระธาตุดอยตุง พระธาตุดอยแก้ว พระธาตุดอยเวา วัดพระเจ้าล้านทอง วัดพระธาตุดาเวา วัดเจ็ดยอด เป็นต้น

แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและหัตถกรรม ได้แก่ โครงการพัฒนาดอยตุง ดอยแม่สลอง สวนแม่ฟ้าหลวง ศูนย์หัตถกรรมเวียงกาหลง ศูนย์พัฒนาและส่งเสริมชาวเขา เป็นต้น (จังหวัดเชียงราย. สำนักงานจังหวัดเชียงราย. กลุ่มงานสารสนเทศและการสื่อสาร, 2548)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2548) แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญและมีชื่อเสียงของจังหวัดเชียงรายที่ไม่ควรพลาดดังนี้

2.9.4.1 อนุสาวรีย์พ่อขุนเม็งรายมหาราช

อนุสาวรีย์พ่อขุนเม็งรายมหาราช ตั้งอยู่ในตัวเมืองเชียงราย บริเวณทางแยกที่จะไปอำเภอแม่จัน พ่อขุนเม็งรายเป็นกษัตริย์องค์ที่ 25 แห่งราชวงศ์ลาวะ เป็นโอรสของพญาลาวเม็ง และพระนางเทพคำขยายหรือพระนางอ่วมิ่งจอมเมือง ประสูติเมื่อวันอาทิตย์ แรม 9 ค่ำ เดือน 3 ปีจอ พุทธศักราช 1782 หลังจากเสด็จขึ้นครองราชย์ได้ 1 ปี พระองค์ทรงสร้างเมืองเชียงรายเป็นเมืองหลวงแทนหิรัญนครเงินยาง และเสด็จสวรรคตในปีพุทธศักราช 1860

2.9.4.2 วัดพระสิงห์

วัดพระสิงห์อยู่ที่ถนนท่าหลวง ใกล้ศาลากลางจังหวัดหลังเดิม เดิมเคยเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปองค์ที่ประดิษฐานอยู่ ณ วิหารลายคำ วัดพระสิงห์ เชียงใหม่ในปัจจุบัน วัดนี้นอกจากเคยเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปแล้ว ยังมีรอยพระพุทธรูปจำลองบนแผ่นศิลาสันนิษฐานว่าสร้างในสมัยพระเจ้าเม็งรายมหาราช นอกจากนั้นบานประตูยังออกแบบโดยคุณถวัลย์ ดัชนีบอกเรื่องราวเกี่ยวกับดิน น้ำ ลม ไฟ และแกะสลักโดยฝีมือช่างชาวเชียงราย

2.9.4.3 วัดพระแก้ว

วัดพระแก้ว ตั้งอยู่ถนนไตรรัตน์ เป็นวัดที่ค้นพบพระแก้วมรกตหรือพระพุทธรูปมหามณีรัตนปฏิมากรที่ประดิษฐานอยู่ ณ วัดพระแก้ว กรุงเทพมหานครในปัจจุบัน ตามประวัติเล่าว่า เมื่อปี พ.ศ. 1897 ในสมัยพระเจ้าสามฝั่งแกนเป็นเจ้าเมืองครองเชียงใหม่ นั้น ฟ้าได้ผ่าเจดีย์ร้างองค์หนึ่ง และได้พบพระพุทธรูปลงรักปิดทองอยู่ภายในเจดีย์ ต่อมารักเกะเทาะออกจึงได้พบว่าเป็นพระพุทธรูปสี่เหลี่ยมที่สร้างด้วยหยก คือ พระแก้วมรกตนั่นเอง ปัจจุบันวัดพระแก้วเชียงรายเป็นที่ประดิษฐานพระหยก ซึ่งสร้างขึ้นใหม่ในวาระที่สมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี มีพระชนมายุ ครบ 90 พรรษา

2.9.4.4 วนอุทยานน้ำตกขุนกรณ์

วนอุทยานน้ำตกขุนกรณ์ อยู่บนเทือกเขาตอยช้าง ตำบลแม่กรณ์ ห่างจากตัวเมืองตามทางหลวงหมายเลข 1211 ประมาณ 18 กิโลเมตร เลี้ยวขวาเข้าไป 11 กิโลเมตร ตามทางหลวงหมายเลข 1208 หรือไปตามทางหลวงหมายเลข 1 สายเชียงราย - พะเยา ประมาณ 15 กิโลเมตร จะมีป้ายแยกขวาไปอีก 17 กิโลเมตร ถึงที่ทำการวนอุทยาน แล้วเดินเท้าไปยังตัวน้ำตกอีกประมาณ 30 นาที ระยะทาง 1,200 เมตร น้ำตกขุนกรณ์เป็นน้ำตกสวยที่สูงที่สุดของจังหวัดเชียงราย ชาวบ้าน เรียกว่า น้ำตกตาดหมอก มีความสูงถึง 70 เมตร สองข้างทางที่เดินเข้าสู่ น้ำตกเป็นป่าเขาธรรมชาติร่มรื่น

2.9.4.5 หอวัฒนธรรมนิทัศน์

อยู่ที่ศาลากลางหลังเดิม จัดเป็นพิพิธภัณฑ์แสดงโบราณวัตถุ เอกสารข้อมูลสำคัญทางประวัติศาสตร์ เรื่องราวความเป็นมาทั้งด้านวรรณกรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นของจังหวัดเชียงราย และพระราชกรณียกิจสมเด็จพระเจ้าที่ดอยตุง

2.9.4.6 พิพิธภัณฑ์อุบคำ

ตั้งอยู่เลขที่ 81/1 ถนนหน้าค่าย ตำบลรอบเวียง ติดกับตลาดสดเด่นห้า เป็นศูนย์อนุรักษ์มรดกล้ำค่าของอาณาจักรล้านนาโบราณ ประกอบด้วยเครื่องใช้ในราชสำนักล้านนา เครื่องใช้ในราชสำนักคุ้มเจ้าแพร์ เครื่องใช้ในราชสำนักคุ้มเจ้าเชียงใหม่ ผ้าโบราณอายุ 120 ปี เป็นชิ้นใหม่ค่าจากราชสำนักมณฑลเลย และมีโบราณวัตถุที่สำคัญ คือ บัลลังก์กษัตริย์ เป็นทองอร่าม อายุกว่า 200 ปี แสดงถึงความยิ่งใหญ่ในอดีต โดยมีอาจารย์จุลศักดิ์ สุริยไชย เป็นผู้รวบรวม พิพิธภัณฑ์นี้เป็นความตั้งใจของผู้รวบรวมที่จะเก็บของมีค่าสมัยล้านนาที่ไม่ได้อยู่ในแผ่นดินไทยให้กลับมาอยู่ในผืนแผ่นดินไทย และเก็บไว้ให้ลูกหลานได้ศึกษาถึงความเป็นมาและความยิ่งใหญ่ของอาณาจักรล้านนาในอดีต

2.9.4.7 กู่พระเจ้าเม็งราย

ตั้งอยู่หน้าวัดงำเมือง บนดอยงำเมือง กู่นี้เป็นอนุสาวรีย์สำคัญแห่งหนึ่งเพราะเป็นที่บรรจุอัฐิของพ่อขุนเม็งรายมหาราช ตามประวัติกล่าวว่า พระเจ้าไชยสงคราม ราชโอรสพระเจ้าเม็งราย เมื่อได้มอบราชสมบัติให้พระเจ้าแสนภูราชโอรสให้ขึ้นครองนครเชียงใหม่แล้วพระองค์ได้นำอัฐิพระราชบิดามาประทับอยู่ที่เมืองเชียงราย และได้โปรดเกล้าฯ สร้างกู่บรรจุอัฐิของพระราชบิดาไว้ ณ ดอยงำเมืองแห่งนี้

2.9.4.8 วัดร่องขุ่น

วัดร่องขุ่นเริ่มก่อสร้างเมื่อ พ.ศ. 2541 โดยอาจารย์เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์ ศิลปินที่มีชื่อเสียงชาวเชียงราย มีลวดลายปูนปั้นประดับกระจกวิจิตรงดงามแปลกตา ภายในอุโบสถมีภาพจิตรกรรมฝาผนังโดยเฉพาะภาพพระพุทธรองค์หลังพระประธานซึ่งเป็นภาพที่งดงามมาก

2.9.4.9 วนอุทยานภูชี้ฟ้า

วนอุทยานภูชี้ฟ้า เป็นส่วนหนึ่งของดอยผาหม่น อยู่ห่างจากดอยผาตั้ง 25 กิโลเมตร เป็นจุดชมวิวทะเลหมอกและพระอาทิตย์ขึ้นที่สวยงามด้วยทิวทัศน์ของภูเขาสลับซับซ้อนและกว้างไกล ภูชี้ฟ้ามีลักษณะเป็นยอดเขาที่แหลมชี้ขึ้นไปบนท้องฟ้า อยู่สูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 1,628 เมตร โดยมีหน้าผาเป็นแนวยาวยื่นไปทางฝั่งประเทศลาว บนยอดภูชี้ฟ้าเป็นทุ่งหญ้ากว้างแซมด้วยทุ่งโคลงเคลงที่มีดอกสีชมพูอมม่วงซึ่งจะบานระหว่างเดือนกรกฎาคม-เดือนมกราคม

2.9.4.10 ดอยผาตั้ง

ดอยผาตั้งเป็นส่วนหนึ่งของเทือกเขาดอยผาหม่น ซึ่งเป็นเทือกเขาแนวพรมแดนไทย-ลาว สูง 1,800 เมตรจากระดับน้ำทะเล ดอยผาตั้งถือเป็นจุดชมวิวไทย-ลาว และทะเลหมอกที่สวยงามไม่แพ้ภูชี้ฟ้า รถยนต์สามารถขึ้นเกือบถึงจุดชมวิวบริเวณเนินร้อยสามได้ บนจุดชมวิวจะเป็นแนวเขาซึ่งชมวิวได้ตลอดแนว นอกจากนั้นบนดอยยังมีจุดที่น่าสนใจ คือ ผาป่อง ซึ่งเป็นประตูสู่ลาวเป็นช่องหินขนาดใหญ่คนเดินลอดได้อยู่ในแนวหน้าผา มองเห็นทิวทัศน์ประเทศลาวได้ ช่องเขาขาด เป็นช่องเขาที่หินขาดจากกันมองเห็นแม่น้ำโขงพาดผ่านตรงช่องเขาขาดพอดี ในช่วงเดือนธันวาคมถึงมกราคมดอกนางพญาเสือโคร่งและดอกเสี้ยวจะบานสะพรั่งงดงาม และด้วยอากาศที่หนาวเย็นเหมาะแก่การทำกรปลูกพืชเมืองหนาว ชาวบ้านที่อาศัยอยู่บนดอยผาตั้งจึงทำอาชีพเกษตร ปลูกบ๊วย ท้อ สาลี่ แอปเปิล และชา ซึ่งจะให้ผลผลิตมากในช่วงฤดูหนาว ซึ่งเป็นช่วงที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากทำให้เกิดการกระจายรายได้แก่ท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี บนดอยผาตั้งมีที่พัก สถานที่กางเต็นท์และร้านอาหาร สามารถไปเที่ยวได้ตลอดปี

2.9.4.11 สบรวก (สามเหลี่ยมทองคำ)

สบรวกอยู่ห่างจากอำเภอแม่สาย 28 กิโลเมตร ตามทางหลวงหมายเลข 1290 เป็นบริเวณที่แม่น้ำโขงและแม่น้ำรวกมาบรรจบกัน หรือที่เรียกว่า สบรวก เป็นพรมแดนระหว่างประเทศไทย ลาว พม่า บริเวณนี้เคยมีการค้าฝิ่นโดยแลกเปลี่ยนกับทองคำ ทิวทัศน์ของแม่น้ำโขงบริเวณนี้มีความงดงามโดยเฉพาะยามเช้าที่ดวงอาทิตย์ขึ้นท่ามกลางสายหมอกด้านฝั่งพม่าและลาว นักท่องเที่ยวนิยมนั่งเรือเที่ยวชมทิวทัศน์จุดบรรจบของพรมแดนไทย ลาว และพม่า

2.9.4.12 หอฝิ่นอุทยานสามเหลี่ยมทองคำ

หอฝิ่นอุทยานสามเหลี่ยมทองคำ ตั้งอยู่ในพื้นที่ประมาณ 250 ไร่ ห่างจากอำเภอเชียงแสน ประมาณ 10 กิโลเมตร ตัวอาคารล้อมรอบด้วยสวนอันสวยงาม เป็นศูนย์นิทรรศการ แสดงประวัติความเป็นมาของฝิ่นเมื่อสมัยที่มีการใช้กันอย่างถูกกฎหมายและผลกระทบของการเสพติดฝิ่นอีกทั้งยังทำหน้าที่ศูนย์ข้อมูลเพื่อการค้นคว้าวิจัยและการศึกษาต่อเนื่องในหัวข้อฝิ่น สารสกัดจากฝิ่นในรูปแบบต่างๆ และยาเสพติดอื่นๆ

2.9.4.13 ดอยแม่สลอง

เป็นที่ตั้งของหมู่บ้านสันติคีรี เดิมชื่อบ้านแม่สลองนอก เป็นชุมชนผู้อพยพจากกองพล 93 ซึ่งอพยพจากประเทศจีนเข้ามาในเขตไทยจำนวนสองกองพันคือ กองพันที่ 3 เข้ามาอยู่ที่อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ และกองพันที่ 5 อยู่ที่บ้านแม่สลองนอก ตั้งแต่ปี 2504 ในช่วงเดือนธันวาคมถึงกุมภาพันธ์ ดอกนางพญาเสือโคร่งซึ่งเป็นซากุระพันธุ์ที่เล็กที่สุด สีชมพูอมขาวจะบานสะพรั่ง

ตลอดแนวทางขึ้นดอยแม่สลอง เป็นพันธุ์ไม้ที่หาชมได้ยากในเมืองไทยเพราะจะเจริญเติบโต อยู่แต่เฉพาะในภูมิอากาศหนาวจัดเท่านั้น

2.9.4.14 พระตำหนักดอยตุง

พระตำหนักดอยตุงเคยเป็นที่ประทับแปรพระราชฐานเพื่อทรงงานของสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี มีรูปทรงผสมผสานระหว่างศิลปะล้านนากับชาเลย์ของสวิส มีการแกะสลักไม้ตามกาลแล เชียงชายและขอบหน้าต่างเป็นลวดลายต่างๆ โดยมีมือช่างชาวเหนือ

2.9.4.15 สวนรุกขชาติแม่ฟ้าหลวง

สวนรุกขชาติแม่ฟ้าหลวง อยู่บนดอยช้างมูบ มีเนื้อที่ 250 ไร่ ริมถนนสายพระธาตุดอยตุง บ้านผาหมี ห่างจากทางแยกวัดน้อยดอยตุงประมาณ 4 กิโลเมตร เป็นจุดชมวิวที่สวยงามที่สุดของเทือกเขานางนอน ดอยช้างมูบมีเส้นทางเดินลัดเลาะเข้าไปในดงกุหลาบพันปี ในราวต้นเดือนมกราคม นางพญาเสือโคร่งและดอกเสี้ยวขาวจะออกดอกบานสะพรั่ง กล้วยไม้ป่าอย่างเอื้องตาทิน เอื้องเงิน มอนไซท์ก็เริ่มผลิดอกออกตามกิ่งไม้ ภายในบริเวณมีพระสถูปช้างมูบ เป็นเจดีย์ขนาดเล็ก ตั้งอยู่บนกองหินขนาดใหญ่ มีลักษณะเหมือนช้างหมอบอยู่ และยังมีต้นสนซึ่งใช้ปลูกเพื่ออนุรักษ์ดินและต้นน้ำอีกด้วย

2.9.4.16 พระธาตุดอยตุง

พระธาตุดอยตุง ตั้งอยู่บริเวณ กม. ที่ 17.5 ของทางหลวงหมายเลข 1149 เป็นที่บรรจุพระรากขวัญเบื้องซ้าย (กระดูกไหปลาร้า) ของพระพุทธเจ้า นำมาจากมัธยมประเทศ นับเป็นครั้งแรกที่พระพุทธศาสนาลัทธิลังกาวงศ์ได้มาประดิษฐานที่ล้านนาไทย เมื่อก่อสร้างพระสถูปบรรจุพระบรมสารีริกธาตุนี้ได้ทำธงตะขาบ (ภาษาพื้นเมืองเรียกว่า ตุง) ใหญ่ยาวถึงพันวา ปักไว้บนยอดดอย ถ้าหากปลายธงปลิวไปไกลถึงเมืองไหนก็จะกำหนดเป็นฐานพระสถูป เหตุนี้ดอยซึ่งเป็นที่ประดิษฐานปฐมเจดีย์แห่งล้านนาไทยจึงปรากฏนามว่า ดอยตุง พระธาตุดอยตุงเป็นปูชนียสถานที่สำคัญของจังหวัดเชียงราย เมื่อถึงเทศกาลนมัสการพระธาตุดอยตุงจะมีพุทธศาสนิกชนทั้งชาวไทยและเพื่อนบ้านจากประเทศใกล้เคียง เช่น ชาวเชียงใหม่ในรัฐฉาน ประเทศสหภาพพม่า ชาวหลวงพระบาง เวียงจันทน์ เดินทางเข้ามานมัสการทุกปี

นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอต่างๆอีกมากมายหลายแห่งที่รอการมาเยือนของนักท่องเที่ยว

จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ผู้คนมีอัธยาศัยไมตรีและเป็นมิตร ในแต่ละปีจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายเป็นจำนวนมาก วิธีการหนึ่งที่จะช่วยให้อาหารพื้นเมืองของจังหวัดเชียงรายเป็นที่รู้จักและ

แพรร่หลาย คือ รายการท่องเที่ยวของบริษัทนำเที่ยวต่างๆ ควรให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสลิ้มลองอาหารพื้นเมืองของชาวเชียงราย มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้หรือทดลองประกอบอาหารพื้นเมือง มัคคุเทศก์ควรอธิบายหรือให้ความรู้เกี่ยวกับคุณค่าของอาหารพื้นเมืองต่างๆ เป็นต้น นอกจากนี้หน่วยงานของภาครัฐหรือองค์กรเอกชน เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาล หรือการค้าจังหวัด ฯลฯ ควรร่วมมือกันจัดกิจกรรมเกี่ยวกับอาหารพื้นเมืองอย่างต่อเนื่องเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายมากขึ้น ซึ่งนอกจากจะเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมอาหารเหนือแล้วยังสามารถทำรายได้ให้แก่จังหวัดเชียงรายอีกทางหนึ่งด้วย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มีวิธีการดำเนินงานดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างได้จากการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling) จำนวน 400 คน ตามขนาดของการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของ ยามาเน่ (วัลลภ ลำพาย, 2547; อ้างอิงจาก Yamane, Taro. *Statistics : an Introductory Analysis*. 1967) โดยแบ่งสัดส่วนจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนร้านอาหารในแต่ละอำเภอ ซึ่งจากการสำรวจ พบว่า ในจำนวน 16 อำเภอ 2 กิ่งอำเภอ ของจังหวัดเชียงรายมีร้านอาหารพื้นเมือง 15 อำเภอ รวมจำนวน 78 ร้าน ดังนั้น สัดส่วนของร้านอาหารต่อจำนวนกลุ่มตัวอย่าง คือ 1 : 5.13 กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวในแต่ละอำเภอ คือ

1. อำเภอเมือง มีร้านอาหารพื้นเมืองจำนวน 22 ร้าน กลุ่มตัวอย่าง 113 คน
2. อำเภอเชียงแสน มีร้านอาหารพื้นเมืองจำนวน 4 ร้าน กลุ่มตัวอย่าง 21 คน
3. อำเภอเชียงของ มีร้านอาหารพื้นเมืองจำนวน 5 ร้าน กลุ่มตัวอย่าง 26 คน
4. อำเภอแม่จัน มีร้านอาหารพื้นเมืองจำนวน 6 ร้าน กลุ่มตัวอย่าง 31 คน
5. อำเภอแม่สาย มีร้านอาหารพื้นเมืองจำนวน 5 ร้าน กลุ่มตัวอย่าง 26 คน
6. อำเภอพาน มีร้านอาหารพื้นเมืองจำนวน 6 ร้าน กลุ่มตัวอย่าง 31 คน
7. อำเภอเวียงป่าเป้า มีร้านอาหารพื้นเมืองจำนวน 3 ร้าน กลุ่มตัวอย่าง 15 คน
8. อำเภอป่าแดด มีร้านอาหารพื้นเมืองจำนวน 3 ร้าน กลุ่มตัวอย่าง 15 คน
9. อำเภอขุนตาล มีร้านอาหารพื้นเมืองจำนวน 1 ร้าน กลุ่มตัวอย่าง 5 คน
10. อำเภอเวียงชัย มีร้านอาหารพื้นเมืองจำนวน 3 ร้าน กลุ่มตัวอย่าง 15 คน

11. อำเภอแม่สรวย มีร้านอาหารพื้นเมืองจำนวน 3 ร้าน กลุ่มตัวอย่าง 15 คน
 12. อำเภอแม่ลาว มีร้านอาหารพื้นเมืองจำนวน 8 ร้าน กลุ่มตัวอย่าง 41 คน
 13. อำเภอเทิง มีร้านอาหารพื้นเมืองจำนวน 4 ร้าน กลุ่มตัวอย่าง 21 คน
 14. อำเภอพญาเม็งราย มีร้านอาหารพื้นเมืองจำนวน 4 ร้าน กลุ่มตัวอย่าง 21 คน
 15. กิ่งอำเภอเวียงเชียงรุ้ง มีร้านอาหารพื้นเมืองจำนวน 1 ร้าน กลุ่มตัวอย่าง 5 คน
- ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสุ่มแบบบังเอิญจำนวน 30 คน เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึก

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีดังนี้

3.2.1 การจัดประชุมผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อชี้แจงโครงการและให้ได้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับศักยภาพและความพร้อมของร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย และความนิยมของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหารและร้านอาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงราย ผู้เข้าร่วมประชุม ได้แก่ ตัวแทนชมรมร้านอาหารจังหวัดเชียงราย ตัวแทนชมรมร้านอาหารอำเภอต่างๆ ตัวแทนสมาคมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ตัวแทนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือเขต 2 จังหวัดเชียงราย ตัวแทนองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย ตัวแทนอาจารย์ผู้สอนสาขาวิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ตัวแทนคนต่างถิ่นในจังหวัดเชียงราย

3.2.2 แบบสำรวจร้านอาหารพื้นเมือง เป็นแบบสำรวจที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้นตามลักษณะของข้อมูลที่ต้องการ ดังนี้ ชื่อร้าน ชื่อผู้ประกอบการ ประเภทอาหารที่ขาย จำนวนที่นั่งในร้าน ที่อยู่ และหมายเลขโทรศัพท์

3.2.3 แบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 3 ระดับ สร้างขึ้นโดยการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและข้อมูลที่ได้จากการจัดเวทีเสวนา ตามขั้นตอนดังนี้

3.2.3.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดบริการด้านอาหาร

3.2.3.2 จัดเวทีเสวนาผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

3.2.3.3 นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถาม ลักษณะมาตราส่วนประมาณค่า 3 ระดับ มี 5 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ร้านอาหารพื้นเมืองที่มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวในจังหวัด
เชียงราย

ตอนที่ 3 ลักษณะของอาหารและร้านอาหารที่นักท่องเที่ยวต้องการ

ตอนที่ 4 ความนิยมของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหารและร้านอาหารพื้นเมือง

ตอนที่ 5 แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาร้านอาหารพื้นเมืองเพื่อการท่องเที่ยว

3.2.3.4 นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 4 ท่าน ตรวจสอบความครอบคลุม
ของเนื้อหา จากนั้นทำการแก้ไขแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

3.2.3.5 ทดลองใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว ในเขตอำเภอเมือง
จำนวน 30 คน

3.2.3.6 หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม พบว่า แบบสอบถามมีค่าความ
เชื่อมั่น .9421

3.2.3.7 เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย มีดังนี้

1-1.49 หมายถึง น้อยหรือพอใช้

1.50 - 2.49 หมายถึง ปานกลางหรือดี

2.50 - 3.0 หมายถึง มาก หรือ ดีมาก

3.2.4 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 30 คน
จัดทำขึ้นโดยดัดแปลงจากแบบสอบถาม โดยขอความอนุเคราะห์อาจารย์โปรแกรมวิชาภาษา
ตะวันตกเป็นผู้ตรวจสำนวนภาษา แล้วนำแบบสัมภาษณ์ไปทดลองใช้สัมภาษณ์นักท่องเที่ยว
ชาวต่างประเทศในเขตอำเภอเมือง

3.3 การเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวในแต่ละอำเภอ ตามจำนวน
ดังกล่าวมาแล้ว จากนั้นทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม พบว่า มีแบบสอบถาม
ที่ตอบอย่างสมบูรณ์จำนวน 370 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 92.5 แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย
โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ คือ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย และนำเสนอผลการวิเคราะห์
ในลักษณะความเรียง

3.4 การจัดทำรายงานการวิจัย

หลังจากทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม และข้อมูลจากการประชุม
การสัมภาษณ์เชิงลึกแล้ว จึงจัดทำรายงานผลการวิจัย

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การดำเนินงานโครงการ ศักยภาพและความพร้อมของร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพความพร้อมและจัดประเภทร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย โดยมีคำถามการวิจัย 4 ข้อ คือ

1. จังหวัดเชียงรายมีร้านอาหารพื้นเมืองที่มีศักยภาพรองรับนักท่องเที่ยวได้หรือไม่เพียงใด ผลการดำเนินงานข้อ 4.2
2. ลักษณะของร้านอาหารพื้นเมืองที่นักท่องเที่ยวต้องการเป็นอย่างไร ผลการดำเนินงานข้อ 4.3
3. ความนิยมของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหารพื้นเมืองและร้านอาหารพื้นเมืองเป็นอย่างไร ผลการดำเนินงานข้อ 4.4
4. จะส่งเสริมและพัฒนาร้านอาหารพื้นเมืองเพื่อการท่องเที่ยวได้อย่างไร ผลการดำเนินงานข้อ 4.5

4.1 การสำรวจร้านอาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงราย

การสำรวจร้านอาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงรายครอบคลุมอำเภอต่างๆ ทั้ง 16 อำเภอ 2 กิ่งอำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอแม่จัน อำเภอแม่สาย อำเภอเชียงแสน อำเภอเชียงของ อำเภอเทิง อำเภอเวียงแก่น อำเภอเวียงชัย อำเภอพาน อำเภอแม่ลาว อำเภอแม่ฟ้าหลวง อำเภอขุนตาล อำเภอป่าแดด อำเภอพญาเม็งราย อำเภอแม่สรวย อำเภอเวียงป่าเป้า กิ่งอำเภอดอยหลวง กิ่งอำเภอเวียงเชียงรุ้ง พบว่า มีร้านอาหารพื้นเมืองรวม 78 ร้าน แบ่งประเภทร้านอาหารออกเป็น 4 ประเภท โดยไม่นับร้านที่เป็นแผงลอย ได้แก่

4.1.1 ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดเล็ก มีลักษณะเป็นร้านขายอาหารแบบทำสำเร็จแล้ว ตักขายแก่ลูกค้า โดยลูกค้าจะมาเลือกชนิดอาหารเอง ชนิดอาหารมีจำนวนจำกัดแล้วแต่ผู้ขาย กำหนดเมนูอาหารในแต่ละวัน สถานที่ประกอบการมีทั้งลักษณะอาคารพาณิชย์และร้านอาหารที่ต่อเติมจากตัวบ้าน ร้านอาหารประเภทนี้ มีจำนวน 10 ร้าน

4.1.2 ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดกลาง มีลักษณะเป็นร้านอาหารที่ขายตามเมนู มีการปรุงอาหารหลังจากได้รับคำสั่ง (Order) จากลูกค้า รายการอาหารพิเศษมักเป็นไปตามฤดูกาลของผักหรือผลไม้ ร้านอาหารประเภทนี้เจ้าของร้านมักจะเป็นผู้ลงมือทำเอง มีจำนวน 52 ร้าน

4.1.3 ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดใหญ่ มีลักษณะเป็นร้านอาหารที่อยู่ในสวน เน้นบรรยากาศสบายๆ เหมือนรับประทานอาหารในสวน มีการเปิดเพลงหรือมีการบรรเลงดนตรีพื้นเมืองในร้าน มีจำนวน 15 ร้าน ในจำนวนนี้มี 1 ร้านที่ให้บริการแบบขันโตกดินเนอร์เป็นครั้งคราวขึ้นอยู่กับมีลูกค้าหรือไม่

4.1.4 ร้านอาหารประเภทขันโตกดินเนอร์ นิยมสร้างอาคารในแบบล้านนา ภายในอาคารจะนิยมปูพรมและมีเวทีเพื่อให้ผู้ชมได้รับชมชุดการแสดงของชาวพื้นเมืองและชาวเขาในระหว่างรับประทานอาหาร เช่น ฟ้อนเล็บ ฟ้อนนก กิ่งกะหว่า ฟ้อนจ๋อง ฟ้อนดาบ เป็นต้น มีจำนวน 1 ร้าน

ทั้งนี้ร้านอาหารขนาดเล็กและขนาดกลางส่วนใหญ่จำหน่ายอาหารประเภทลาบ หลู้ ส้า ต้มชม ต้มแซบ ซึ่งเป็นอาหารที่คนในท้องถิ่นนิยมรับประทาน ข้อสังเกตจากการไปสำรวจร้านอาหารพื้นเมือง คือ หากเป็นร้านขนาดเล็กและขนาดกลาง เกือบทุกร้านไม่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานต่างๆ เช่น ไม่ได้ป้ายรับรองอาหารสะอาด รสชาติอร่อย เนื่องจากอาหารประเภทลาบ หลู้ ส่วนใหญ่เป็นอาหารดิบ ซึ่งสาธารณสุขจังหวัดเชียงรายและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีข้อสรุปร่วมกันว่าไม่สามารถให้การรับรองได้เนื่องจากอาหารดิบเป็นอาหารที่ไม่ถูกสุขลักษณะในตัวเองอยู่แล้ว ยกเว้นหากร้านนั้นๆจำหน่ายลาบและอาหารชนิดอื่นๆที่ปรุงสุก และหากเจ้าพนักงานตรวจสอบแล้วพิจารณาว่าสะอาดจริงๆ สามารถให้การรับรองได้จึงให้การรับรองในขณะที่จังหวัดอื่นๆ ในภาคเหนืออาจให้การรับรองร้านลาบก็ได้ (วิเวียงแลย์ วงศ์วัชรเดช, 2549) นอกจากนี้ร้านเหล่านี้ยังไม่พร้อมหรือไม่มีศักยภาพที่จะรองรับนักท่องเที่ยว เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นเพียงร้านอาหารที่มุ่งจำหน่ายแก่ผู้บริโภคนในท้องถิ่นมากกว่า และสภาพของร้านไม่ค่อยสะอาด บางร้านค่อนข้างมืด แสงสว่างไม่เพียงพอ ไม่มีการจัดตกแต่งร้าน

สำหรับร้านขนาดใหญ่และร้านประเภทขันโตกดินเนอร์มีศักยภาพและความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งปัจจุบันมีหลายร้านที่รับนักท่องเที่ยวอยู่แล้ว เช่น ร้านโตกตอง ร้านสลุงคำ ร้านตองตึง ร้านสบันงาขันโตก ร้านระเบียงแก้ว เป็นต้น นอกจากนี้มีร้านประเภทอาหารจานเดียว เช่น ร้านข้าวซอย น้ำเงี้ยว ที่เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว เช่น ร้านน้ำเงี้ยวอนงค์ อำเภอแม่จัน ร้านพอใจ อำเภอเมือง เป็นต้น

ร้านอาหารพื้นเมืองของแต่ละอำเภอแยกตามขนาดและประเภทอาหารที่ขาย มีดังนี้
อำเภอเมือง เชียงรายมีร้านอาหารพื้นเมือง ดังนี้

1. ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดเล็ก มีจำนวน 2 ร้าน อาหารที่จำหน่ายเป็นอาหารประเภท
ลาบปลา ยำขนุน ปลาปิ้ง แกงฮังเล แกงโฮะ น้ำพริกอ่อน น้ำพริกต่างๆ ต้มแซบ ผักกาดจอบ
ลำปำแดง คั่วหน่อไม้

2. ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดกลาง มีจำนวน 10 ร้าน อาหารที่จำหน่ายเป็นอาหาร
ประเภทน้ำเงี้ยว ข้าวซอย ลาบ หลู้ ส้า ต้มขม ต้มแซบ แกงอ่อม หมูย่าง เนื้อ (วัว/ควาย) ย่าง
ห่อหนึ่งไก่ ฯลฯ

3. ร้านอาหารขนาดใหญ่ มีจำนวน 9 ร้าน อาหารที่จำหน่ายเป็นอาหารพื้นเมือง
ทุกประเภท เช่น น้ำพริกอ่อน น้ำพริกหนุ่ม แกงพื้นเมืองชนิดต่างๆ ลาบ ใ้ลั่ว ฯลฯ หนึ่งใน
จำนวน 9 ร้านนี้จัดบริการขันโตกดินเนอร์เป็นครั้งคราว ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว
โดยมีเงื่อนไขเกี่ยวกับจำนวนผู้เข้าร่วมขันโตก ในจำนวนร้านทั้งหมดเหล่านี้ มีเพียง 4 ร้านที่ได้
รับป้ายอาหารสะอาด รสชาติอร่อย

4. ร้านอาหารขันโตกดินเนอร์ มีจำนวน 1 ร้าน อาหารที่จำหน่ายเป็นอาหารพื้นเมือง
ทุกประเภท และมีการแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน เช่น การฟ้อนและดนตรี คือ ร้านสบันงา
ซึ่งได้รับป้าย อาหารสะอาด รสชาติอร่อย ได้รับการรับรองตามโครงการวิจัย การพัฒนาคุณภาพ
มาตรฐานด้านสุขลักษณะของร้านลาบเมืองเชียงราย ศูนย์โตกสุขภาพ และเคยได้รับการรับรอง
จากหมึกแดง

อำเภอแม่จัน

ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดกลาง มีจำนวน 6 ร้าน อาหารที่จำหน่ายเป็นอาหารประเภท
น้ำเงี้ยว ลาบ หลู้ ส้า แกงอ่อม ต้มขม ต้มแซบ คั่วแฮมไก่ ฯลฯ ในจำนวนนี้มีร้านที่ได้รับ
การรับรอง เพียง 1 ร้าน คือ ร้านข้าวซอยอนงค์ ได้รับป้าย อาหารสะอาด รสชาติอร่อย

อำเภอแม่สาย

1. ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดเล็ก มีจำนวน 1 ร้าน อาหารที่จำหน่ายเป็นอาหารประเภท
แกงขนุน แกงฮังเล แกงผักกาด จอผักกาด ยำขนุน ยำหน่อไม้ดอง ฯลฯ

2. ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดกลาง มีจำนวน 2 ร้าน อาหารที่จำหน่ายเป็นอาหาร
ประเภท ลาบ หลู้ ส้า ต้มขม ต้มแซบ แกงอ่อม เนื้อ (วัว/ควาย) ย่าง ฯลฯ

3. ร้านอาหารขนาดใหญ่ มีจำนวน 2 ร้าน อาหารที่จำหน่ายเป็นอาหารพื้นเมืองทุก
ประเภท นอกจากนี้ยังมีอาหารไทย อาหารจีน อาหารยุโรปด้วย มีร้านที่ได้รับป้ายอาหารสะอาด

รสชาติอร่อยเพียง 1 ร้าน คือ ร้านระเบียงแก้ว นอกจากนี้ ร้านระเบียงแก้วยังได้รับการรับรอง
สุขภาพอาหารและได้รับการแนะนำจากสื่อหนังสือพิมพ์

นอกจากร้านอาหารพื้นเมืองดังที่สำรวจมาแล้ว ในอำเภอแม่สาย โดยเฉพาะในเขต
เทศบาลตำบลห้วยไคร้ ยังมีร้านข้าวซอยซึ่งเป็นที่นิยมของคนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวอีก 3 ร้าน
ที่ได้รับการรับรอง อาหารสะอาด รสชาติอร่อย ได้แก่ ร้านข้าวซอยบ้านางคำ ร้านข้าวซอยใจเย็น
และร้านข้าวซอยป่าหลอย

อำเภอเชียงแสน

1. ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดกลาง มีจำนวน 2 ร้าน อาหารที่จำหน่ายเป็นอาหาร
ประเภทลาบ หลู้ ส้า

2. ร้านอาหารขนาดใหญ่ มีจำนวน 2 ร้าน อาหารที่จำหน่ายเป็นอาหารประเภท ลาบ
หลู้ ส้า แกงอ่อม ต้มแซบ คั่วแฉ่ำไก่ ยำต่างๆ

อำเภอเชียงของ

1. ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดเล็ก มีจำนวน 1 ร้าน อาหารที่จำหน่ายเป็นอาหารประเภท
แกงขนุน ยำผักกาดดอง แกงหน่อไม้ แกงเห็ด น้ำพริกตาแดง

2. ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดกลาง มีจำนวน 3 ร้าน อาหารที่จำหน่ายเป็นอาหาร
ประเภทลาบ หลู้ ส้า ต้มขม ต้มแซบ

3. ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดใหญ่ มีจำนวน 1 ร้าน คือ ร้านอาหารนางนวลซึ่งได้รับการ
รับรอง อาหารสะอาด รสชาติอร่อย อาหารที่จำหน่ายเป็นอาหารพื้นเมืองทุกประเภท และใช้ปลา
เป็นหลัก นอกจากนี้ยังมีอาหารไทย จีน ด้วย

กิ่งอำเภอดอยหลวง

ไม่มีร้านอาหารพื้นเมือง มีเพียงแผงลอย

กิ่งอำเภอเวียงเชียงรุ้ง

ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดกลาง มีจำนวน 1 ร้าน อาหารที่จำหน่ายเป็นอาหารประเภท
ลาบเมือง น้ำพริกหนุ่ม ใส่อั่ว

อำเภอเทิง

1. ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดเล็ก มีจำนวน 2 ร้าน อาหารที่จำหน่ายเป็นอาหารประเภท
ลาบ หลู้ ส้า ต้มขม ต้มแซบ

2. ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดกลาง มีจำนวน 2 ร้าน อาหารที่จำหน่ายเป็นอาหาร
ประเภทลาบ หลู้ ส้า ต้มขม ต้มแซบ เนื้อ (วัว/ควาย) นึ่ง-ย่าง แกงอ่อม

อำเภอเวียงแก่น

ไม่มีร้านอาหารพื้นเมือง

อำเภอเวียงชัย

1. ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดเล็ก มีจำนวน 1 ร้าน อาหารที่จำหน่ายเป็นอาหารประเภท
ลาบ หลู้ ส้า

2. ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดกลาง มีจำนวน 1 ร้าน อาหารที่จำหน่ายเป็นอาหาร
ประเภทลาบ แกงอ่อม ต้มขม ต้มแซบ

3. ร้านอาหารขนาดใหญ่ มีจำนวน 1 ร้าน อาหารที่จำหน่ายเป็นอาหารประเภท ลาบ
หลู้ ส้า แกงอ่อม ต้มขม ต้มแซบ ใส่อั่ว ต่างๆ

อำเภอพาน

1. ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดเล็ก มีจำนวน 3 ร้าน อาหารที่จำหน่ายเป็นอาหารประเภท
ลาบ แกงอ่อม แกงหอย ห่อหนึ่งไก่ ยำผักกาดดอง ตำมะม่วง ตำขนนก ยำหน่อไม้ดอง

2. ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดกลาง มีจำนวน 3 ร้าน อาหารที่จำหน่ายเป็นอาหาร
ประเภทน้ำเงี้ยว ข้าวซอย ข้าวก้นจั้น ใส่อั่วปลา หม่อมปลาสมุนไพร์ ต้มแซบปลา อาหารที่ทำ
จากปลา มีร้านที่ได้รับการรับรอง อาหารสะอาด รสชาติอร่อย 1 ร้าน คือ ร้านข้าวซอยนวลนภา

อำเภอแม่ลาว

ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดกลาง มีจำนวน 8 ร้าน อาหารที่จำหน่ายเป็นอาหารประเภท
ลาบ หลู้ ส้า ต้มขม ต้มแซบ แกงอ่อม ต่างๆ

อำเภอแม่ฟ้าหลวง

ไม่มีร้านอาหารพื้นเมือง เนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่เป็นชนเผ่า

อำเภอขุนตาล

ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดกลาง มีจำนวน 1 ร้าน อาหารที่จำหน่ายเป็นอาหารประเภท
ลาบ หลู้ ต้มขม จิ้นนึ่ง

อำเภอป่าแดด

ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดกลาง มีจำนวน 3 ร้าน อาหารที่จำหน่ายเป็นอาหารประเภท
ลาบ หลู้ ส้า ต้มขม ต้มแซบ ต่างๆ น้ำเงี้ยว

อำเภอพญาเม็งราย

ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดกลาง มีจำนวน 4 ร้าน อาหารที่จำหน่ายเป็นอาหารประเภท
ลาบ หลู้ ส้า ต้มขม ต้มแซบ แกงอ่อม จิ้นนึ่ง เนื้อย่าง

อำเภอเวียงป่าเป้า

ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดกลาง มีจำนวน 3 ร้าน อาหารที่จำหน่ายเป็นอาหารประเภท
ลาบ หลู้ ส้า ต้มขม ต้มแซบ แกงอ่อม จิ้นนึ่ง เนื้อย่าง

อำเภอแม่สรวย

ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดกลาง มีจำนวน 3 ร้าน อาหารที่จำหน่ายเป็นอาหารประเภท
ลาบ หลู้ ส้า ต้มขม ต้มแซบ แกงอ่อม จิ้นนึ่ง เนื้อย่าง

จากการสำรวจร้านอาหารพื้นเมืองทั้ง 16 อำเภอและ 2 กิ่งอำเภอ จะเห็นได้ว่า ร้านอาหาร
พื้นเมืองที่มีศักยภาพและความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงราย มีจำนวน
ไม่มากนัก สอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการจัดเวทีเสวนาที่ระบุว่า ในจังหวัดเชียงรายมีร้านอาหาร
พื้นเมืองที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เพียงร้อยละ 10 เท่านั้น (วิม นเรนทรเสถณี, 2548)
นอกจากนี้ ร้านอาหารพื้นเมืองส่วนใหญ่ต้องมีรายการอาหารไทย หรืออาหารชาติอื่นๆ เพื่อรองรับ
นักท่องเที่ยวด้วยเนื่องจากนักท่องเที่ยวบางกลุ่มรับประทานอาหารพื้นเมืองไม่ได้ หรือรับประทาน
ได้เพียงบางชนิดเท่านั้น ดังที่เข้มทอง จีระจันทร์ และดาราวรรณ กองธรรม กล่าวในเวทีเสวนา
ตรวจสอบข้อมูลว่าในการประกอบการณ์นั้นไม่สามารถเน้นเฉพาะอาหารพื้นเมืองได้ ต้องมีอาหาร
อื่นๆ เพื่อรองรับลูกค้าได้ทุกกลุ่ม เช่นเดียวกับความเห็นของศิรินารด จันทรวิวัฒนพงศ์ เจ้าของร้าน
ระเบียงแก้ว

4.2 ศักยภาพและความพร้อมของร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวใน จังหวัดเชียงราย

เพื่อให้ทราบถึงศักยภาพและความพร้อมของร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับ
นักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยได้จัดเวทีเสวนาเพื่อชี้แจงโครงการแก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และ
ขอข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับศักยภาพและความพร้อมของร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับ
นักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย จัดขึ้นในวันที่ 26 ตุลาคม 2548 ณ ห้องประชุมเอื้องสายหลวง
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย มีผู้เข้าร่วมเวที 18 คน ได้แก่ ประธานชมรมร้านอาหารจังหวัด
เชียงราย ตัวแทนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือ เขต 2 เชียงราย ประธาน
ชมรมร้านอาหารอำเภอต่างๆ ตัวแทนองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย ตัวแทนสมาคม
การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ตัวแทนอาจารย์ผู้สอนโปรแกรมวิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารพื้นเมือง นอกจากนี้ทำการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย และ
ชาวต่างประเทศ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

4.2.1 ร้านอาหารพื้นเมือง ในความเห็นของผู้เข้าร่วมเสวนา หมายถึง ร้านอาหารที่จำหน่ายอาหารพื้นเมืองล้านนาทั้งอาหารล้านนาแท้และที่ประยุกต์มาจากชนเผ่าอื่นจนกลายมาเป็นอาหารพื้นเมือง เช่น แกงฮังเล น้ำเงี้ยว และควรเป็นร้านอาหารที่ขายอาหารเป็นประจำทุกวัน มีพื้นที่ขอบเขตอันสมควร ทั้งนี้นับรวมร้านอาหารที่เป็นเพียงซึ่งดูแล้วต้องสะอาด ปลอดภัย และมีมาตรฐาน โดยแบ่งเป็น 3 ระดับคือ

4.2.1.1 ภัตตาคารในโรงแรม รีสอร์ท ที่ผู้บริโภครสามารถสั่งอาหารพื้นเมืองและต้องทำเป็นประจำ

4.2.1.2 ร้านอาหารพื้นเมืองเต็มรูปแบบ มีเมนูอาหารพื้นเมืองที่ชัดเจน อาจจัดในลักษณะขันโตก เช่น สับนางขันโตก สลุดคำ

4.2.1.3 ร้านอาหารขนาดเล็กที่จำหน่ายอาหารพื้นเมืองประเภทเดียว แต่รสชาติอร่อยเป็นที่นิยม เช่น น้ำเงี้ยว ข้าวซอย

อย่างไรก็ตามหลังจากการสำรวจร้านอาหารและการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้ว ผู้วิจัยแบ่งประเภทของร้านอาหารพื้นเมือง เป็น 4 ประเภท ดังกล่าวมาแล้วในข้อ 4.1.1-ข้อ 4.1.4 หน้า 57-58

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามมีทั้งเพศชายและหญิงในจำนวนใกล้เคียงกัน คือ เพศชาย ร้อยละ 50.5 เพศหญิง ร้อยละ 49.5 ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ/บริษัท รองลงมาคือ รับราชการ และมีจำนวนถึงร้อยละ 83.78 ที่เคยรับประทานอาหารพื้นเมือง ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการเก็บข้อมูลครั้งนี้ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่พักในเกสต์เฮาส์ เนื่องจากข้อจำกัดด้านเวลา หากทำการสัมภาษณ์ในแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมักไม่มีเวลาให้กับการสัมภาษณ์

4.2.2 ศักยภาพและความพร้อมของร้านอาหารพื้นเมือง

ศักยภาพและความพร้อมของร้านอาหารพื้นเมือง หมายถึง ร้านอาหารที่มีความสามารถประกอบการเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั่วไปในด้านต่างๆ คือ

4.2.2.1 การนำเสนออาหาร/เมนูอาหาร ประกอบด้วยประเด็นต่างๆดังนี้ การนำเสนอข้อมูลด้านภูมิปัญญาของอาหารชนิดนั้นๆ อย่างลึกซึ้ง การนำเสนออาหารเป็นชุด (Set) การจัดทำชื่อและรายละเอียดของอาหารแต่ละชนิดเป็นภาษาต่างประเทศและมีรูปภาพประกอบการนำเสนอด้านคุณค่าโภชนาการของอาหารพื้นเมือง การจัดตกแต่งจานอาหารดูดี น่ารับประทาน การแจ้งราคาในรายการอาหารชัดเจน ประเด็นเหล่านี้ ทั้งนักท่องเที่ยวต่างชาติและชาวไทยเห็นว่าอยู่ในระดับดี มีเพียงประเด็นเดียวที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเห็นว่าดีมาก คือ

การแจ้งราคาในรายการอาหารชัดเจน ทั้งนี้อาจเนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติต้องการทราบว่า ราคาอาหารสมเหตุสมผลหรือไม่ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุปรียา ควรเดชะคุปต์ และ คณะ (ดวงภา วิจิตรกิจกุล, 2544 ; อ้างอิงจาก สุปรียา ควรเดชะคุปต์ และคณะ. *คู่มือการพัฒนาการให้บริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว : แนวทางการพัฒนาการให้บริการในร้านอาหารและภัตตาคาร*. 2528) ที่กล่าวถึงการให้บริการของร้านอาหารว่า ได้แก่ ความซื่อสัตย์ในการคิดราคาอาหาร ราคาเหมาะสมกับอาหาร เมนูมีราคาอาหาร ส่วนบุญเลิศ เปเรร่า (สุจิตรา ริมดุสิต, 2545; อ้างอิงจาก บุญเลิศ เปเรร่า. *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่*. 2543) ศึกษาพบว่าในด้านภัตตาคารร้านอาหารนั้น นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร ให้ความสำคัญ ด้านราคาในระดับมาก และผลการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อร้านอาหาร ของ ฌันญญา เพิ่มพูนและคณะ (2543) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มีความพึงพอใจ โดยรวมอยู่ในระดับมากทั้งด้านราคา บรรยากาศ ความสะอาด และรสชาติของอาหาร นอกจากนี้ ผลการวิจัยของ ดวงภา วิจิตรกิจกุล (2544) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านราคาอาหารในระดับมากที่สุด คือ อาหารและเครื่องดื่มมีราคาที่เหมาะสมกับอาหาร และมีการแสดงราคาอาหารและเครื่องดื่มไว้ชัดเจนเช่นกัน จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับราคาอาหารในระดับมาก ร้านอาหารพื้นเมืองจึงควรแจ้งราคาอาหารในรายการอาหารให้ชัดเจน ราคาอาหารควรเป็นธรรม ไม่ควรทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าคุณเอาเปรียบเปรียบจากราคาอาหารที่แพงเกินไป

อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นเมืองเห็นว่า ในการประกอบการนั้นไม่สามารถเน้นเฉพาะอาหารพื้นเมืองได้ เนื่องจากลูกค้าไม่รู้จักรับประทานไม่เป็น เช่น ร้านอาหารพื้นเมืองนำเสนออาหารพื้นเมือง 10 รายการ จะมีเพียง 3 รายการเท่านั้นที่ลูกค้าสั่งรับประทาน ซึ่งส่วนใหญ่มักจะเป็นอาหารที่นักท่องเที่ยวรู้จักกันเป็นอย่างดี เช่น ลาบ(คั่ว) แกงฮังเล น้ำพริกหนุ่ม เป็นต้น ดังนั้นจึงต้องมีอาหารอื่นๆ เพื่อให้หลากหลายและรองรับลูกค้าได้ทุกกลุ่ม นอกจากนี้อาหารพื้นเมืองที่ใช้วัตถุดิบตามฤดูกาลไม่สามารถจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวได้ ยกเว้นจำหน่ายให้กับคนในท้องถิ่นเท่านั้น ส่วนการจัดทำรายการอาหารเป็นภาษาอังกฤษนั้น จะทำให้รายการอาหารยาวมากเนื่องจากต้องอธิบายเครื่องปรุงอาหารว่าประกอบไปด้วยอะไรบ้าง ผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นเมือง เห็นว่า ควรมีการจัดทำรายการอาหารส่วนกลางที่ร้านอาหารพื้นเมืองทุกร้านต้องมีรายการอาหารเหมือนกัน เช่น น้ำพริกอ่อน น้ำพริกหนุ่ม ไข่ั่ว แกงแค

เป็นต้น (เข็มทอง จีระจันทร์, 2549; ดาราวรรณ กองธรรม, 2549; ภาสกร เพ็ญกุล. 2549; กันยารัตน์ คำคมพันธ์, 2549.)

4.2.2.2 การบริการ การให้บริการรวดเร็วโดยเฉพาะความรวดเร็วของการออกอาหาร พนักงานบริการแต่งกายสะอาด เหมาะสมกับร้านอาหารพื้นเมือง ให้บริการอาหารเป็นชุด (Set) นักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติและชาวไทย เห็นว่าอยู่ในระดับดีทุกประเด็น โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเห็นว่า การออกอาหารทำได้รวดเร็วดีมาก ซึ่งเป็นไปตามคุณภาพของการให้บริการ ในด้านการเข้าถึงลูกค้า ที่ว่า บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่แก่ลูกค้า คือ ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน และจากการวิจัยของดวงภา วิจิตรกิจกุล (2544) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นเมืองที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่ง คือ พนักงานมีความสามารถในการให้บริการได้รวดเร็วแก่ผู้ใช้บริการรับประทานอาหาร นอกจากนี้นักท่องเที่ยวชาวยังพึงพอใจต่อการบริการด้านความสม่ำเสมอในระดับมากที่สุดร้อยละ 46.6 และพึงพอใจด้านการติดต่อสื่อสารในระดับมากที่สุดร้อยละ 45.8 และในระดับมากที่สุดร้อยละ 32.3 ด้านการมีมารยาดี นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจมากที่สุดร้อยละ 47.1 และในระดับมากที่สุดร้อยละ 41.1 (สุจิตรา ริมดุสิต, 2545) ส่วนผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นเมืองต้องการพนักงานบริการที่มีความสามารถด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ แต่ต้องจ่ายค่าจ้างในอัตราสูง ทำให้ไม่สามารถปฏิบัติได้ วิธีการแก้ไขจึงน่าจะเป็นการจัดทำรายการอาหารเป็นภาษาอังกฤษพร้อมมีภาพอาหารชนิดนั้นประกอบ (ดาราวรรณ กองธรรม, 2549)

4.2.2.3 ลักษณะของอาหาร ได้แก่ รสชาติของอาหารคงเอกลักษณ์ตามตำรับดั้งเดิมของอาหารพื้นเมือง สีและกลิ่นของอาหารคงเอกลักษณ์อาหารพื้นเมือง รสชาติของอาหารได้มาตรฐานสม่ำเสมอ มีการประยุกต์ตำรับอาหาร ปริมาณการจัดเสิร์ฟเหมาะสม นักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติและชาวไทยเห็นว่าเป็นอยู่ในระดับดี มีประเด็นที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเห็นว่าดีมากที่สุด คือ รสชาติของอาหารได้มาตรฐาน สม่ำเสมอ และ รสชาติของอาหารคงเอกลักษณ์ตามตำรับดั้งเดิมของอาหารพื้นเมือง ซึ่งการควบคุมและรักษาคุณภาพอาหารให้ได้มาตรฐานเดียวกันนี้เป็นหัวใจสำคัญประการหนึ่งของการทำตลาดอาหาร (ตัน ภาสกรนที, 2545) ซึ่งสอดคล้องกับเข็มทอง จีระจันทร์ (2549) ผู้ประกอบการร้านอาหาร สลุงคำ และ ดาราวรรณ กองธรรม (2549) ผู้จัดการร้านโตกตองที่กล่าวว่า ต้องคงเอกลักษณ์รสชาติของอาหารพื้นเมืองไว้ ไม่จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนไปเรื่อยๆตามลูกค้าสั่ง เพราะไม่เช่นนั้นแล้วจะไม่มีรสชาติอาหารที่เป็นมาตรฐานของร้าน อย่างไรก็ตามมีผู้ประกอบการบางรายเห็นว่า อาจปรับเปลี่ยนรสชาติตามความต้องการ

หรือกลุ่มของลูกค้าได้ แต่ต้องมีอาหารพื้นเมืองที่มีรสชาติดั้งเดิมด้วย หากลูกค้าต้องการก็สามารถสั่งได้ นอกจากนี้ จากการวิจัยของสุจิตรา ริมดุสิต (2545) ก็พบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศมีความพึงพอใจรสชาติของอาหารในระดับมาก ร้อยละ 49.3 และพึงพอใจในระดับมากที่สุด ร้อยละ 28.8

4.2.2.4 คุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหาร ประกอบด้วย ประเด็น ความสดของวัตถุดิบ ความสะอาดของวัตถุดิบ และความสะอาดของผัก-ผลไม้สดที่จัดเสิร์ฟ ในภาพรวมนักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติและชาวไทยเห็นว่าอยู่ในระดับดี โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเห็นว่าความสดของวัตถุดิบอยู่ในระดับดีมาก ส่วนความสะอาดของผัก-ผลไม้สดที่จัดเสิร์ฟ และความสะอาดของวัตถุดิบอยู่ในระดับดี เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เห็นว่าอยู่ในระดับดีทุกประเด็น สอดคล้องกับการวิจัยของสุจิตรา ริมดุสิต(2545) เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการบริการอาหารแบบขันโตก ด้านคุณภาพอาหาร พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อความสดของอาหารในระดับมาก ร้อยละ 49.3 และพึงพอใจในระดับมากที่สุดร้อยละ 32.9

4.2.2.5 อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ ได้แก่ ความสะอาด การใช้วัสดุปลอดภัยได้มาตรฐาน เช่น ถ้วย จานกระเบื้อง ความเหมาะสมกับสภาพการใช้งาน และความสวยงาม/เข้าชุดกัน ในภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเห็นว่าอยู่ในระดับดีมาก โดยเห็นว่า ใช้วัสดุปลอดภัย ได้มาตรฐาน เช่น ถ้วย จานกระเบื้อง อยู่ในระดับดีมาก ส่วนประเด็นอื่นๆ อยู่ในระดับดี เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เห็นว่าอยู่ในระดับดีทุกประเด็น

4.2.2.6 สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ประเด็นดังต่อไปนี้ ห้องน้ำสะอาด แยกชาย/หญิง มีสบูสำหรับล้างมือเพียงพอ มีที่จอดรถสะดวกเพียงพอ มีแผนที่ของร้านอาหารหรือมีป้ายบอกทางไปร้านอาหาร พนักงานบริการสามารถให้ข้อมูลอื่นๆตามที่ลูกค้าต้องการได้ชัดเจน เช่น แหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ มีการประชาสัมพันธ์ร้านอาหารในสื่อต่างๆ มีบริการส่งของโต๊ะล่วงหน้าสามารถสอบถามรายการอาหารพร้อมราคาได้ทางโทรศัพท์ ในภาพรวมนักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติและชาวไทยเห็นว่าอยู่ในระดับดีทุกประเด็น สอดคล้องกับความคิดเห็นของสุนทร คุณนนทกุล (2545) และศิริพัทธ์ เตียววิวัฒน์ (2545) ที่กล่าวว่า การเลือกสถานที่ของร้านอาหาร เพราะมีที่จอดรถมาก ขนาดของพื้นที่กว้างใหญ่ สามารถขยายร้านได้อีก

4.3. ลักษณะของอาหารและร้านอาหารพื้นเมืองที่นักท่องเที่ยวต้องการ

4.3.1 ลักษณะของอาหารที่ต้องการ

ลักษณะของอาหารที่ต้องการ ประกอบด้วย ประเด็น ความสะอาด รสชาติอร่อย คงเอกลักษณ์ล้านนา เป็นอาหารสุขภาพ สีและกลิ่นของอาหารคงเอกลักษณ์ล้านนา มีอาหารหลากหลาย เก็บไว้ได้นานเพื่อนำไปเป็นของฝาก ใช้ผักพื้นบ้านประกอบอาหาร ปรับรสชาติของอาหารให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยว ในภาพรวมนักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติและชาวไทย ต้องการในระดับปานกลาง โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการอาหารที่มีลักษณะเป็นอาหารสุขภาพ ใช้ผักพื้นบ้านประกอบอาหาร รสชาติอร่อยคงเอกลักษณ์ล้านนา และมีอาหารหลากหลายในระดับมาก ส่วนประเด็นอื่นๆที่ต้องการในระดับปานกลางได้แก่ ปรับรสชาติของอาหารให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยว สะอาด เก็บไว้ได้นานเพื่อนำไปเป็นของฝาก ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการอาหารที่มีลักษณะปรับรสชาติของอาหารให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยว และอาหารที่ใช้ผักพื้นบ้านประกอบอาหาร ในระดับมาก ประเด็นอื่นๆ ต้องการในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีทั้งหมดว่าต้องคงเอกลักษณ์ของรสชาติ ไม่จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนไปเรื่อยๆตามลูกค้าสั่ง มิเช่นนั้นจะไม่มีอาหารที่มีรสชาติตามมาตรฐานของร้าน (เข็มทอง จีระจันทร์, 2549) ในขณะที่ผู้ประกอบการบางรายเห็นว่าอาจปรับรสชาติของอาหารตามความต้องการของลูกค้าได้ แต่ต้องมีอาหารพื้นเมืองรสชาติดั้งเดิมด้วย หากลูกค้าต้องการก็สามารถสั่งได้ (ยุวณิตย์ ทิศสกุล, 2549) สำหรับความต้องการอาหารพื้นเมืองที่ใช้ผักพื้นบ้านนั้น สอดคล้องกับกระแสความนิยมของผู้บริโภคในปัจจุบันที่นิยมอาหารที่ปรุงจากผักพื้นบ้าน เนื่องจากมีผลการวิจัยและการวิเคราะห์คุณค่าทางอาหารของผักพื้นบ้านหลายชนิดที่แสดงถึงประโยชน์ของอาหารพื้นเมืองที่ปรุงจากผักพื้นบ้าน เช่น แกงแคไก่ 100 กรัม ให้พลังงาน 213.04 กิโลแคลอรี คาร์โบไฮเดรต 74.60 โปรตีน 18.60 ไขมัน 6.70 ลาบลหมูคั่ว ให้พลังงาน 268.09 กิโลแคลอรี คาร์โบไฮเดรต 55.80 โปรตีน 17.00 ไขมัน 27.20 เป็นต้น (ร้านสบัnga, 2547)

4.3.2 ลักษณะของร้านอาหารพื้นเมืองที่ต้องการ

ลักษณะของร้านอาหารพื้นเมืองที่ต้องการ ได้แก่ สถานที่เพียงพอที่จะรองรับลูกค้าได้จำนวนมาก สภาพแวดล้อมของร้านสะอาด จัดบรรยากาศภายในร้านแบบล้านนา มีการแสดงศิลปวัฒนธรรมแบบล้านนา ดนตรี/เพลงเหมาะสมกับร้านอาหารพื้นเมือง เป็นร้านอาหารที่เป็นที่นิยมของคนในท้องถิ่น มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถเพียงพอ สะดวก สะอาดปลอดภัย ร้านอาหารอยู่บนเส้นทางการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติและชาวไทย

ต้องการในระดับปานกลางทุกประเด็น โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการร้านอาหารที่มีสถานที่เพียงพอที่จะรองรับลูกค้าได้จำนวนมาก เป็นลำดับแรก ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการร้านอาหารที่เป็นที่นิยมของคนในท้องถิ่น ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากหากร้านอาหารร้านใดเป็นที่นิยมของคนในท้องถิ่นมักเป็นร้านอาหารมีรสชาติอร่อย

4.4 ความนิยมของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหารพื้นเมือง

อาหารพื้นเมืองในที่นี้แบ่งออกเป็น 8 ประเภท ได้แก่

4.4.1 น้ำพริก เช่น น้ำพริกหนุ่ม น้ำพริกตาแดง น้ำพริกน้ำปู น้ำพริกอ่อน น้ำพริกข่า

4.4.2 ยำ เช่น ยำ(ตำ) ขนุน ยำมะม่วง ยำยอดมะม่วง

4.4.3 ลาบ เช่น ลาบหมู ลาบปลา ลาบเนื้อ

4.4.4 แกง เช่น แกงขนุน แกงแค แกงอ่อม

4.4.5 ส้า เช่น ส้ามะเขือ ส้าเนื้อ (วัว, ควาย) ส้าป่าแดง (แดงกวา)

4.4.6 ปิ้ง หรือ ย่าง เช่น ใส่อั่ว หมูปิ้ง/ย่าง ปลาปิ้ง

4.4.7 ทอด เช่น หมูทอด (จิ้นทอด) ปลาทอด ไก่ทอด

4.4.8 จอ เช่น จอผักกาด จอผักปลัง จอผักหนาม จอผักกูด

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทยนิยมอาหารพื้นเมืองแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมอาหารพื้นเมืองในระดับปานกลาง อาหารที่นิยมคือ อาหารประเภทลาบ อาหารประเภทแกงและอาหารประเภทปิ้งหรือย่างในระดับมาก นอกนั้นนิยมในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตามการที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมอาหารพื้นเมืองในระดับปานกลางอาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่รู้จักร้านอาหารพื้นเมืองดังจะเห็นได้จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่รู้จักร้านอาหาร ดังนั้นผู้ประกอบการควรทำการแนะนำอาหารพื้นเมืองแก่นักท่องเที่ยวหรืออาจทำรายการอาหารโดยมีภาพประกอบพร้อมบอกส่วนผสมที่อ่านเข้าใจง่าย นอกจากนี้ อาจให้นักท่องเที่ยวทดลองชิมอาหารชนิดต่างๆ เล็กน้อย หากนักท่องเที่ยวชอบจึงสั่งรับประทานได้

นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมอาหารพื้นเมืองในระดับปานกลางเช่นกันโดยนิยมอาหารทุกประเภทในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับห้าลำดับแรก คือ อาหารประเภทปิ้งหรือย่าง อาหารประเภทน้ำพริก อาหารประเภททอด อาหารประเภทส้าและอาหารประเภทจอ ซึ่งสอดคล้องกับชนิดของอาหารที่นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมรับประทานเป็นลำดับที่ 1-3 ที่พบว่า ส่วนใหญ่นิยมใส่อั่ว น้ำพริกหนุ่ม ลาบหมู เป็นต้น โดยหากพิจารณาชนิดของอาหารแล้วพบว่า ในภาพรวมอาหารที่นักท่องเที่ยวชาวไทยชอบรับประทานเป็นลำดับที่ 1 สิบอันดับแรกได้แก่ ลาบหมู น้ำพริกหนุ่ม

ไส้ฉั่ว น้ำพริกอ่อน แกงฮังเล น้ำเงี้ยว แกงอ่อม แกงแค จอผักกาด ข้าวซอยไก่ อาหารที่ชอบรับประทานเป็นอันดับที่ 2 สิบอันดับแรก ได้แก่ ไส้ฉั่ว ลาบหมู น้ำพริกอ่อน น้ำพริกหนุ่ม แกงอ่อม แกงฮังเล แกงแค แคนหมู น้ำเงี้ยว น้ำพริก และอาหารที่ชอบรับประทานลำดับที่ 3 สิบอันดับแรก ได้แก่ ไส้ฉั่ว น้ำพริกหนุ่ม ลาบหมู แกงแค แกงฮังเล แคนหมู น้ำพริกอ่อน น้ำเงี้ยว แกงอ่อม

แต่หากพิจารณาจากแหล่งที่อยู่ของนักท่องเที่ยวจะพบว่า มีนักท่องเที่ยวที่มาจากภาคอื่นๆ ถึงร้อยละ 57.83 อาจชอบอาหารพื้นเมืองชนิดอื่นๆ ที่แตกต่างออกไปก็ได้ ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลเฉพาะของนักท่องเที่ยวจากภาคอื่นๆ ซึ่งพบว่า อาหารพื้นเมืองที่ชอบรับประทานเป็นลำดับที่ 1 หกอันดับแรก ได้แก่ น้ำพริกหนุ่ม ไส้ฉั่ว แกงฮังเล น้ำพริกอ่อน น้ำเงี้ยว ลาบและแกงแค อาหาร ที่ชอบรับประทานเป็นอันดับที่ 2 ห้าอันดับแรกได้แก่ ไส้ฉั่ว แคนหมู แกงฮังเล น้ำพริกหนุ่ม ลาบ แกงแค แกงอ่อม

เมื่อพิจารณาแล้วจะเห็นได้ว่าแม้จะเป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากภาคอื่นๆ ก็นิยมอาหารชนิดเดียวกัน หรือใกล้เคียงกัน คือ ไส้ฉั่ว น้ำพริกหนุ่ม น้ำพริกอ่อน แกงฮังเล จึงสรุปได้ว่าอาหารพื้นเมืองที่เป็นที่นิยมมากได้แก่ ไส้ฉั่ว น้ำพริกหนุ่ม นั่นเอง

4.5 แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเห็นว่าควรมีการส่งเสริมและพัฒนาร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว เรียงตามลำดับ ดังนี้ สนับสนุนส่งเสริมให้อาหารพื้นเมืองเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย จัดทำชื่อและรายละเอียดของอาหารพื้นเมืองเป็นภาษาต่างประเทศ สนับสนุนให้อาหารพื้นเมืองเป็นของฝากจากเชียงราย หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น จังหวัด ชมรมร้านอาหาร ฯลฯ ส่งเสริมอาหารพื้นเมือง และพนักงานบริการแต่งชุดล้านนาและมีมารยาทแบบไทยๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน สร้างความประทับใจครั้งแรกด้วยอาหารพื้นเมือง โดยมือแรกในเชียงรายต้องเป็นอาหารพื้นเมือง ส่งเสริมให้ร้านอาหารทุกร้านมีรายการอาหารพื้นเมือง พัฒนาการสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศของพนักงานบริการ ปรับปรุงรสชาติของอาหารพื้นเมืองให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยว ประชาสัมพันธ์อาหารและร้านอาหารพื้นเมืองทั้งในด้านลักษณะและวิธีรับประทาน ประชาสัมพันธ์ร้านอาหารพื้นเมืองที่ได้มาตรฐานในสื่อต่างๆ จัดทำแผนที่หรือป้ายบอกที่ตั้งร้านอาหารพื้นเมืองให้ชัดเจน

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยเห็นว่าควรส่งเสริมและและพัฒนาร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว เรียงตามลำดับ ดังนี้ จัดทำแผนที่หรือป้ายบอกที่ตั้งร้านอาหารให้ชัดเจน สร้างความประทับใจครั้งแรกด้วยอาหารพื้นเมือง โดยมือแรกในเชียงรายต้องเป็นอาหารพื้นเมือง

ประชาสัมพันธ์อาหารพื้นเมืองทั้งในด้านลักษณะและวิธีรับประทาน หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น จังหวัด ชมรมร้านอาหาร ฯลฯ ส่งเสริมอาหารพื้นเมือง สนับสนุนส่งเสริมให้อาหารพื้นเมืองเป็นของฝากจากเชียงราย สนับสนุนส่งเสริมให้อาหารพื้นเมืองเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย ปรับปรุงรสชาติของอาหารพื้นเมืองให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยว พัฒนาการสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศของพนักงานบริการ ส่งเสริมให้ร้านอาหารทุกร้านมีรายการอาหารพื้นเมือง พนักงานบริการแต่งชุดล้านนาและมีมารยาทแบบไทยๆ จัดทำชื่อและรายละเอียดของอาหารพื้นเมืองเป็นภาษาต่างประเทศ ประชาสัมพันธ์ร้านอาหารพื้นเมืองในสื่อต่างๆ

จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวไทย ให้ความสำคัญกับแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากทั้ง 2 กลุ่ม มีวัฒนธรรมแตกต่างกัน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่เคยรับประทานอาหารพื้นเมือง เมื่อมาถึงจังหวัดเชียงรายเมื่อได้ลิ้มลองอาหารพื้นเมือง แล้วเห็นว่าเป็นอาหารที่มีรสชาติแตกต่างไปจากอาหารไทยอื่นๆ จึงคิดว่าน่าจะสนับสนุนให้อาหารพื้นเมืองเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

4.6 ข้อเสนอแนะ

4.6.1 ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทย

4.6.1.1 ควรมีสื่อและการประชาสัมพันธ์อาหารและร้านอาหารพื้นเมือง

4.6.1.2 รสชาติดีอยู่แล้ว

4.6.1.3 ควรทำให้เป็นจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของร้าน

4.6.1.4 น่าจะปรับปรุงให้ได้มาตรฐานสากล

4.6.1.5 ควรมีที่จอดรถที่ดีกว่านี้

4.6.1.6 ควรเน้นความสะอาดและความสดของอาหารมากกว่านี้

4.6.2 ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

4.6.2.1 อาหารพื้นเมืองล้านนาดีที่สุดใน Northern Thai food is the best.

4.6.2.2 ควรจัดทำสัญลักษณ์ที่ง่ายแก่การเข้าใจ เช่น “Authentic Northern Thai Food” และจัดทำรายการอาหารที่อ่านเข้าใจง่าย (Simple) ไม่ต้องมากเกินไป

4.6.2.3 ควรมีรายการอาหารของตะวันตกด้วย

4.6.2.4 มีอาหารหลากหลายชนิดตามที่ลูกค้าต้องการ

4.6.2.5 ห้องน้ำในร้านอาหารในภาคเหนือไม่เหมาะสมกับลักษณะธรรมชาติของนักท่องเที่ยว

4.6.2.6 การรักษาสชาติดั้งเดิมของอาหารเป็นสิ่งสำคัญมาก ทั้งนี้เพื่อรักษาวัฒนธรรม ไม่ควรปรับรสชาติอาหารตามกลุ่มนักท่องเที่ยว

4.6.2.7 ส่งเสริม (Encourage) นักท่องเที่ยวให้ทดลองรับประทานอาหารพื้นเมือง โดยให้ลองชิมอาหารเล็กน้อย

4.6.2.8 ควรส่งเสริม (Promote) อาหารพื้นเมืองล้านนาเพื่ออนุรักษ์ (Keep) วัฒนธรรมให้คงอยู่และเข้มแข็ง ไม่ควรอนุญาตให้มีร้านอาหารตะวันตก เช่น ร้าน Pizza ในจังหวัดเชียงราย

4.6.2.9 อาหารอร่อย (Very nice, have a good lunch)

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาโครงการศักยภาพและความพร้อมของร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพความพร้อมและจัดประเภทร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงราย สรุปผลการศึกษาดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 การสำรวจร้านอาหารพื้นเมือง

การสำรวจร้านอาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงรายครอบคลุมอำเภอต่างๆ ทั้ง 16 อำเภอ 2 กิ่งอำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอแม่จัน อำเภอแม่สาย อำเภอเชียงแสน อำเภอเชียงของ อำเภอเทิง อำเภอเวียงแก่น อำเภอเวียงชัย อำเภอพาน อำเภอแม่ลาว อำเภอแม่ฟ้าหลวง อำเภอขุนตาล อำเภอป่าแดด อำเภอพญาเม็งราย อำเภอแม่สรวย อำเภอเวียงป่าเป้า กิ่งอำเภอ ดอยหลวง กิ่งอำเภอเวียงเชียงรุ้ง พบว่า มีร้านอาหารพื้นเมืองรวม 78 ร้าน แบ่งประเภทร้านอาหารออกเป็น 4 ประเภท โดยไม่นับร้านที่เป็นแผงลอย ได้แก่

5.1.1.1 ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดเล็ก มีลักษณะเป็นร้านขายอาหารแบบทำสำเร็จ แล้วตักขายแก่ลูกค้า โดยลูกค้าจะมาเลือกชนิดอาหารเอง ชนิดอาหารมีจำนวนจำกัดแล้วแต่ผู้ขาย กำหนดเมนูอาหารในแต่ละวัน สถานที่ประกอบการมีทั้งลักษณะอาคารพาณิชย์และร้านอาหารที่ต่อเติมจากตัวบ้าน ร้านอาหารประเภทนี้ มีจำนวน 10 ร้าน

5.1.1.2 ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดกลาง มีลักษณะเป็นร้านอาหารที่ขายตามเมนู มีการปรุงอาหารหลังจากได้รับคำสั่ง (Order) จากลูกค้า รายการอาหารพิเศษมักเป็นไปตามฤดูกาลของผักหรือผลไม้ ร้านอาหารประเภทนี้เจ้าของร้านมักจะเป็นผู้ลงมือทำเอง มีจำนวน 52 ร้าน

5.1.1.3 ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดใหญ่ มีลักษณะเป็นร้านอาหารที่อยู่ในสวน เน้นบรรยากาศสบายๆ เหมือนรับประทานอาหารในสวน มีการเปิดเพลงหรือมีการบรรเลงดนตรีพื้นเมืองในร้าน มีจำนวน 15 ร้าน ในจำนวนนี้มี 1 ร้านที่ให้บริการแบบขันโตกดินเนอร์เป็นครั้งคราวขึ้นอยู่กับมีลูกค้าหรือไม่

5.1.1.4 ร้านอาหารประเภท軒โตกดินเนอร์ นิยมสร้างอาคารในแบบล้านนา ภายในอาคารจะนิยมปูพรมและมีเวทีเพื่อให้ผู้ชมได้รับชมชุดการแสดงของชาวพื้นเมืองและชาวเขา ในระหว่างรับประทานอาหาร เช่น ฟ้อนเล็บ ฟ้อนนกกิ่งกะหว่า ฟ้อนจ้อง ฟ้อนดาบ เป็นต้น มีจำนวน 1 ร้าน

5.1.2 ศักยภาพและความพร้อมของร้านอาหารพื้นเมือง

ศักยภาพและความพร้อมของร้านอาหารพื้นเมือง หมายถึง ร้านอาหารที่มีความสามารถประกอบการเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั่วไปในด้านต่างๆ คือ

5.1.2.1 การนำเสนออาหาร/เมนูอาหาร นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทย เห็นว่าอยู่ในระดับดี มีเพียงประเด็นเดียวที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเห็นว่าดีมาก คือ การแจ้งราคา ในรายการอาหารชัดเจน

5.1.2.2 การบริการ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทยเห็นว่าอยู่ในระดับดี โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเห็นว่า การออกอาหารทำได้รวดเร็วดีมาก

5.1.2.3 ลักษณะของอาหารเหมาะสม นักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติและชาวไทย เห็นว่าอยู่ในระดับดี มีประเด็นที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเห็นว่าดีมาก คือ รสชาติของอาหาร ได้มาตรฐาน สม่่าเสมอ และ รสชาติของอาหารคงเอกลักษณ์ตามตำรับดั้งเดิมของอาหารพื้นเมือง

5.1.2.4 คุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหาร นักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติและชาวไทยเห็นว่าอยู่ในระดับดี โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเห็นว่า ความสดของวัตถุดิบอยู่ในระดับดีมาก ส่วนความสะอาดของผัก-ผลไม้สดที่จัดเสิร์ฟ และ ความสะอาดของวัตถุดิบอยู่ในระดับดี เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เห็นว่าอยู่ในระดับดีทุกประเด็น

5.1.2.5 อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเห็นว่าอยู่ในระดับดีมาก โดยเห็นว่า ใช้วัสดุปลอดภัย ได้มาตรฐาน เช่น ถ้วย จานกระเบื้อง อยู่ในระดับดีมาก ส่วนประเด็นอื่นๆ อยู่ในระดับดีเช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เห็นว่าอยู่ในระดับดีทุกประเด็น

5.1.2.6 สิ่งอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติและชาวไทยเห็นว่าอยู่ในระดับดีทุกประเด็น

5.1.3 ลักษณะของอาหารที่ต้องการ

ลักษณะของอาหารที่ต้องการ นักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติและชาวไทยต้องการในระดับปานกลาง โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการอาหารที่มีลักษณะเป็นอาหารสุขภาพ ใช้ผักพื้นบ้านประกอบอาหาร รสชาติอร่อยคงเอกลักษณ์ล้านนา และมีอาหารหลากหลายในระดับมาก ส่วนประเด็นอื่นๆ ต้องการในระดับปานกลาง นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการอาหาร

ที่มีลักษณะปรับรสชาติของอาหารให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยว และอาหารที่ใช้ผักพื้นบ้าน ประกอบอาหารในระดับมาก ประเด็นอื่นๆต้องการในระดับปานกลาง

5.1.4 ลักษณะของร้านอาหารพื้นเมืองที่ต้องการ

นักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติและชาวไทยต้องการในระดับปานกลางทุกประเด็น โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการร้านอาหารที่มีสถานที่เพียงพอที่จะรองรับลูกค้าได้จำนวนมาก เป็นลำดับแรก ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการร้านอาหารที่เป็นที่นิยมของคนในท้องถิ่น

5.1.5 ความนิยมของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหารและร้านอาหารพื้นเมือง

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทย นิยมอาหารพื้นเมืองแตกต่างกันโดย นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมอาหารพื้นเมืองในระดับปานกลาง อาหารที่นิยมคือ อาหารประเภทลาบ อาหารประเภทแกงและอาหารประเภทปิ้งหรือย่างในระดับมาก นอกจากนั้นนิยมในระดับปานกลาง นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมอาหารพื้นเมืองในระดับปานกลางเช่นกันโดยนิยมอาหารทุกประเภทในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับห้าลำดับแรก คือ อาหารประเภทปิ้งหรือย่าง อาหารประเภทน้ำพริก อาหารประเภททอด อาหารประเภทล้าและอาหารประเภทจ้อ ซึ่งสอดคล้องกับชนิดของอาหารที่นักท่องเที่ยวชาวไทย นิยมรับประทานเป็นลำดับที่ 1-3 ที่พบว่า ส่วนใหญ่นิยม ใส่อ้วน น้ำพริกนุ่ม ลาบหมู เป็นต้น โดยหากพิจารณาชนิดของอาหาร นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมรับประทาน ในภาพรวม พบว่า อาหารที่นักท่องเที่ยวชาวไทยชอบรับประทานเป็นลำดับที่ 1 สิบอันดับแรกได้แก่ ลาบหมู น้ำพริกนุ่ม ใส่อ้วน น้ำพริกอ่อน แกงฮังเล น้ำเงี้ยว แกงอ่อม แกงแค จอผักกาด ข้าวซอยไก่ อาหารที่ชอบรับประทานเป็นอันดับที่ 2 สิบอันดับแรก ได้แก่ ใส่อ้วน ลาบหมู น้ำพริกอ่อน น้ำพริกนุ่ม แกงอ่อม แกงฮังเล แกงแค แคนหมู น้ำเงี้ยว น้ำพริก และอาหารที่ชอบรับประทานลำดับที่ 3 สิบอันดับแรก ได้แก่ ใส่อ้วน น้ำพริกนุ่ม ลาบหมู แกงแค แกงฮังเล แคนหมู น้ำพริกอ่อน น้ำเงี้ยว แกงอ่อม น้ำพริก

แต่หากพิจารณาจากแหล่งที่อยู่ของนักท่องเที่ยวจะพบว่า มีนักท่องเที่ยวที่มาจากภาคอื่นๆ ถึงร้อยละ 57.83 ซึ่งอาจชอบอาหารพื้นเมืองชนิดอื่นๆ ที่แตกต่างออกไปก็ได้ ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลเฉพาะของนักท่องเที่ยวจากภาคอื่นๆ ซึ่งพบว่า อาหารพื้นเมืองที่ชอบรับประทานเป็นลำดับที่ 1 หกอันดับแรก ได้แก่ น้ำพริกนุ่ม ใส่อ้วน แกงฮังเล น้ำพริกอ่อน น้ำเงี้ยว ลาบและแกงแค อาหารที่ชอบรับประทานเป็นอันดับที่ 2 ห้าอันดับแรก ได้แก่ ใส่อ้วน แคนหมู แกงฮังเล น้ำพริกนุ่ม ลาบ แกงแค แกงอ่อม

5.1.6 แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับ

นักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเห็นว่าควรมีการส่งเสริมและพัฒนาร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว เรียงตามลำดับ ดังนี้ สนับสนุนส่งเสริมให้อาหารพื้นเมืองเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย จัดทำชื่อและรายละเอียดของอาหารพื้นเมืองเป็นภาษาต่างประเทศ สนับสนุนให้อาหารพื้นเมืองเป็นของฝากจากเชียงราย หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น จังหวัด ชมรมร้านอาหาร ฯลฯ ส่งเสริมอาหารพื้นเมือง และพนักงานบริการแต่งชุดล้านนาและมีมารยาทแบบไทยๆ สร้างความประทับใจครั้งแรกด้วยอาหารพื้นเมือง โดยมือแรกในเชียงราย ต้องเป็นอาหารพื้นเมือง ส่งเสริมให้ร้านอาหารทุกร้านมีรายการอาหารพื้นเมือง พัฒนาการสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศของพนักงานบริการ ปรับปรุงรสชาติของอาหารพื้นเมืองให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยว ประชาสัมพันธ์อาหารและร้านอาหารพื้นเมืองทั้งในด้านลักษณะและวิธีรับประทาน ประชาสัมพันธ์ร้านอาหารพื้นเมืองที่ได้มาตรฐานในสื่อต่างๆ จัดทำแผนที่หรือป้ายบอกที่ตั้งร้านอาหารพื้นเมืองให้ชัดเจน

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยเห็นว่าควรส่งเสริมและพัฒนาร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว เรียงตามลำดับ ดังนี้ จัดทำแผนที่หรือป้ายบอกที่ตั้งร้านอาหารให้ชัดเจน สร้างความประทับใจครั้งแรกด้วยอาหารพื้นเมือง โดยมือแรกในเชียงรายต้องเป็นอาหารพื้นเมือง ประชาสัมพันธ์อาหารพื้นเมืองทั้งในด้านลักษณะและวิธีรับประทาน หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น จังหวัด ชมรมร้านอาหาร ฯลฯ ส่งเสริมอาหารพื้นเมือง สนับสนุนส่งเสริมให้อาหารพื้นเมืองเป็นของฝากจากเชียงราย สนับสนุนส่งเสริมให้อาหารพื้นเมืองเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย ปรับปรุงรสชาติของอาหารพื้นเมืองให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยว พัฒนาการสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศของพนักงานบริการ ส่งเสริมให้ร้านอาหารทุกร้านมีรายการอาหารพื้นเมือง พนักงานบริการแต่งชุดล้านนาและมีมารยาทแบบไทยๆ จัดทำชื่อและรายละเอียดของอาหารพื้นเมืองเป็นภาษาต่างประเทศ ประชาสัมพันธ์ร้านอาหารพื้นเมืองในสื่อต่างๆ

5.2 อภิปรายผล

ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดเล็กและขนาดกลางส่วนใหญ่จำหน่ายอาหารประเภทลาบ หลู้ ล้า ต้มขม ต้มแซบ ซึ่งเป็นอาหารที่คนในท้องถิ่นนิยมรับประทาน ร้านเหล่านี้ยังไม่พร้อมหรือไม่มีความสะอาดที่จะรองรับนักท่องเที่ยว เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นเพียงร้านอาหารที่มุ่งจำหน่ายแก่ผู้บริโภคในท้องถิ่นมากกว่า และสภาพของร้านไม่ค่อยสะอาด บางร้านค่อนข้างมืด แสงสว่างไม่เพียงพอ

ไม่มีการจัดตกแต่งร้าน เกือบทุกร้าน ไม่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานต่างๆ เช่น ไม่ได้ป้ายรับรองอาหารสะอาด รสชาติอร่อย ส่วนร้านขนาดใหญ่และร้านประเภท軒โตกดินเนอร์มีศักยภาพและความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งปัจจุบันมีหลายร้านที่รับนักท่องเที่ยวอยู่แล้ว เช่น ร้านโตกตอง ร้านสลุงคำ ร้านตองตึง ร้านสบันงา軒โตก ร้านระเปียงแก้ว เป็นต้น นอกจากนี้มีร้านประเภทอาหารจานเดียว เช่น ร้านข้าวซอย น้ำเงี้ยว เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว เช่น ร้านน้ำเงี้ยวองศ์ อำเภอมะจัน ร้านพอใจ อำเภอมือง จะเห็นได้ว่า ร้านอาหารพื้นเมืองที่มีศักยภาพและความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงราย มีจำนวนไม่มากนัก สอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการจัดเวทีเสวนาที่ระบุว่า ในจังหวัดเชียงรายมีร้านอาหารพื้นเมืองที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เพียงร้อยละ 10 เท่านั้น (วิม นเรนทรเสถณี, 2548) นอกจากนี้ร้านอาหารพื้นเมืองส่วนใหญ่ต้องมีรายการอาหารไทย หรืออาหารชาติอื่นๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเนื่องจากนักท่องเที่ยวบางกลุ่มรับประทานอาหารพื้นเมืองไม่ได้ หรือรับประทานได้เพียงบางชนิดเท่านั้น ดังที่เข็มทอง จีระจันทร์ และดาราวรรณ กองธรรม กล่าวในเวทีเสวนาตรวจสอบข้อมูลว่าในการประกอบการนั้นไม่สามารถเน้นเฉพาะอาหารพื้นเมืองได้ ต้องมีอาหารอื่นๆ เพื่อรองรับลูกค้า ได้ทุกกลุ่ม เช่นเดียวกับความเห็นของ ศิรินารถ จันทร์วัฒนพงศ์ เจ้าของร้านระเปียงแก้ว และสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ให้ข้อเสนอแนะไว้ว่าควรมีรายการอาหารตะวันตกด้วย ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ข้อเสนอแนะว่าควรมีอาหารหลากหลายชนิดตามที่ลูกค้าต้องการ ดังนั้นผู้ประกอบการควรเพิ่มรายการอาหารให้หลากหลายมากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทุกกลุ่ม

การนำเสนออาหาร/เมนูอาหารนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เห็นว่า การแจ้งราคาในรายการอาหารชัดเจน อยู่ในระดับดีมากที่สุดนั้นอาจเนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติต้องการทราบว่าราคาอาหารสมเหตุสมผลหรือไม่ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของสุปรียา ควรเดชะคุปต์ และคณะ (ดวงนภา วินิจวรกิจกุล, 2544; อ้างอิงจาก สุปรียา ควรเดชะคุปต์ และคณะ. *คู่มือการพัฒนาการให้บริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว : แนวทางการพัฒนาการให้บริการในร้านอาหารและภัตตาคาร*. 2528) ที่กล่าวถึงการให้บริการของร้านอาหารว่า ได้แก่ ความซื่อสัตย์ในการคิดราคาอาหาร ราคาเหมาะสมกับอาหาร...เมนูมีราคาอาหาร ส่วนบุญเลิศ เปเรร่า (สุจิตรา ริมดุสิต, 2545; อ้างอิงจาก บุญเลิศ เปเรร่า. *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่*. 2543) ศึกษาพบว่า ในด้านภัตตาคารร้านอาหารนั้น นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญด้านราคาในระดับมาก และผลการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อร้านอาหาร ของ ฌันญญา

เพิ่มพูนและคณะ (2543) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มีความพึงพอใจ โดยรวมอยู่ในระดับมากทั้งด้านราคา บรรยากาศ ความสะอาด และรสชาติของอาหาร นอกจากนี้ผลการวิจัยของ ดวงนภา วิจิตรกิจกุล (2544) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านราคาอาหารในระดับมากที่สุด คือ อาหารและเครื่องดื่มมีราคาที่เหมาะสมกับร้านอาหาร และมีการแสดงราคาอาหารและเครื่องดื่มไว้ชัดเจนเช่นกัน จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับราคาอาหารในระดับมาก ร้านอาหารพื้นเมืองจึงควรแจ้งราคาอาหารในรายการอาหารให้ชัดเจน ราคาอาหารควรเป็นธรรม ไม่ควรทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าคุณเอาเปรียบเปรียบจากราคาอาหารที่แพงเกินไป นอกจากการแจ้งราคาอาหารให้ชัดเจนแล้วผู้ประกอบการควรจัดทำรายการอาหารเป็นภาษาต่างประเทศโดยระบุส่วนผสม คุณค่าทางโภชนาการที่อ่านเข้าใจง่าย ไม่ต้องมากเกินไป พร้อมภาพประกอบของอาหารชนิดนั้นๆ ตามข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ในด้านการบริการนั้นนักท่องเที่ยวต่างชาติเห็นว่า การออกอาหารได้รวดเร็วดีมาก เป็นไปตามคุณภาพของการให้บริการในด้านการเข้าถึงลูกค้า ที่ว่า บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่แก่ลูกค้า คือ ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน และจากการวิจัยของดวงนภา วิจิตรกิจกุล (2544) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นเมือง ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่ง คือ พนักงานมีความสามารถในการให้บริการได้รวดเร็วแก่ผู้ใช้บริการรับประทานอาหาร

ลักษณะของอาหาร นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเห็นว่าลักษณะอาหารอยู่ในระดับดี โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติเห็นว่า รสชาติของอาหารได้มาตรฐานสม่ำเสมอ และคงเอกลักษณ์ตามตำรับดั้งเดิมของอาหารพื้นเมือง สอดคล้องกับข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ให้ข้อเสนอแนะไว้ว่า การรักษารสชาติดั้งเดิมของอาหารเป็นสิ่งสำคัญมากทั้งนี้เพื่อรักษาวัฒนธรรม ไม่ควรปรับเปลี่ยนรสชาติอาหารตามกลุ่มนักท่องเที่ยว ซึ่งการควบคุมและรักษาคุณภาพอาหารให้ได้มาตรฐานเดียวกันนี้เป็นหัวใจสำคัญประการหนึ่งของการทำตลาดอาหาร (ตัน ภาสกรนที, 2545) สอดคล้องกับ เข็มทอง จีระจันทร์ (2549) ผู้ประกอบการร้านอาหาร สลุงคำ และ ดาราวรรณ กองธรรม (2549) ผู้จัดการร้านโตกตองที่กล่าวว่า ต้องคงเอกลักษณ์รสชาติของอาหารพื้นเมืองไว้ไม่จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนไปเรื่อยๆตามลูกค้าสั่ง เพราะไม่เช่นนั้นแล้วจะไม่มีรสชาติอาหารที่เป็นมาตรฐานของร้าน อย่างไรก็ตามมีผู้ประกอบการบางรายเห็นว่าอาจปรับเปลี่ยนรสชาติ ตามความต้องการหรือกลุ่มของลูกค้าได้ แต่ต้องมีอาหารพื้นเมืองที่มีรสชาติดั้งเดิมด้วยหากลูกค้าต้องการก็สามารถสั่งได้

คุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหาร นักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติและชาวไทย เห็นว่า อยู่ในระดับดี สอดคล้องกับการวิจัยของสุจิตรา ริมดุสิต (2545) เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการบริการอาหารแบบขันโตก ด้านคุณภาพอาหาร พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อความสดของอาหารในระดับมาก ร้อยละ 49.3 และพึงพอใจในระดับมากที่สุด ร้อยละ 32.9 และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Enteleca Research and Consultancy Ltd. (2000) ที่พบว่า ปัจจัยสำคัญ 2 ปัจจัย ที่นักท่องเที่ยวจัดลำดับไว้ 5 ลำดับ คือ การใช้ส่วนผสมที่สดใหม่ (ร้อยละ 46) และคุณภาพของส่วนผสม (ร้อยละ 43)

สิ่งอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทย เห็นว่า อยู่ในระดับดี สอดคล้องกับความคิดเห็นของสุเนตร คุณนนท์กุล (2545) และศิริพัทธ์ เตียววิวัฒน์ (2545) ที่กล่าวว่า การเลือกสถานที่ของร้านอาหารเพราะมีที่จอดรถมาก ขนาดของพื้นที่กว้างใหญ่ สามารถขยายร้านได้อีก อย่างไรก็ตามมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติบางรายได้ให้ข้อคิดเห็นว่าการหิ้วน้ำของร้านอาหารในภาคเหนือไม่เหมาะสมกับธรรมชาติของชาวยุโรปทั้งนี้อาจเป็นเพราะชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีรูปร่างสูงใหญ่ทำให้รู้สึกอึดอัดเมื่อใช้บริการห้องน้ำที่ส่วนใหญ่มีขนาดค่อนข้างคับแคบ ผู้ประกอบการควรพิจารณาขยายขนาดของห้องน้ำหากเป็นไปได้

ลักษณะของอาหารที่ต้องการ นักท่องเที่ยวต้องการอาหารพื้นเมืองที่ใช้ผักพื้นบ้านนั้น สอดคล้องกับกระแสความนิยมของผู้บริโภคในปัจจุบันที่นิยมอาหารที่ปรุงจากผักพื้นบ้าน เนื่องจากมีผลการวิจัยและการวิเคราะห์คุณค่าทางอาหารของผักพื้นบ้านหลายชนิดที่แสดงถึงประโยชน์ของอาหารพื้นเมืองที่ปรุงจากผักพื้นบ้าน เช่น แกงแคไก่ 100 กรัม ให้พลังงาน 213.04 กิโลแคลอรี คาร์โบไฮเดรต 74.60 โปรตีน 18.60 ไขมัน 6.70 ลาบหมูคั่วให้พลังงาน 268.09 กิโลแคลอรี คาร์โบไฮเดรต 55.80 โปรตีน 17.00 ไขมัน 27.20 (ร้านสบันงา, 2547)

ลักษณะของร้านอาหารพื้นเมืองที่ต้องการ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทยต้องการในระดับปานกลางทุกประเด็นโดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการร้านอาหารที่มีสถานที่เพียงพอที่จะรองรับลูกค้าได้จำนวนมากเป็นลำดับแรก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากร้านอาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงรายส่วนใหญ่เป็นร้านขนาดกลาง ถึงแม้จะมีร้านขนาดใหญ่บ้างแต่ร้านเหล่านี้มักมีพื้นที่ค่อนข้างจำกัด ผู้ประกอบการต้องจัดโต๊ะที่นั่งค่อนข้างชิดกันเพื่อให้รองรับผู้บริการได้จำนวนมาก อาจทำให้นักท่องเที่ยวที่เข้าไปรับประทานอาหารมีความรู้สึกอึดอัดที่คับแคบ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมร้านอาหารที่เป็นที่นิยมของคนในท้องถิ่นนั้น อาจเนื่องมาจากหากร้านอาหารร้านใดเป็นที่นิยมของคนในท้องถิ่นมักเป็นร้านอาหารที่มีรสชาติอร่อย

การที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมอาหารพื้นเมืองในระดับปานกลาง อาจเนื่องมาจาก นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่รู้จักร้านอาหารพื้นเมืองดังจะเห็นได้จากการสัมภาษณ์ นักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ไม่รู้จักร้านอาหาร ดังนั้น ผู้ประกอบการควรทำการแนะนำอาหารพื้นเมืองแก่นักท่องเที่ยว หรืออาจทำรายการอาหารโดยมีภาพประกอบพร้อมบอกส่วนผสมและคุณค่าทางโภชนาการของ อาหารที่อ่านเข้าใจง่ายและไม่ต้องมากจนเกินไป นอกจากนี้อาจให้นักท่องเที่ยวทดลองชิมอาหาร ชนิดต่างๆ เล็กน้อย หากนักท่องเที่ยวขอรับสั่งรับประทานได้ ดังข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ และยศ อัมพรรัตน์ (2548) ที่ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการบริโภคอาหาร ท้องถิ่นพื้นบ้านไว้ว่า การส่งเสริมการบริโภคอาหารท้องถิ่นพื้นบ้านเป็นงานที่ต้องอาศัยขบวนการ หลายขั้นตอน และการให้มีโอกาสได้ชิมอาหารแต่ละชนิด ก็เป็นอีกแนวทางหนึ่งในการส่งเสริมการ บริโภคอาหารท้องถิ่นพื้นบ้าน

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยภาพรวมนิยมอาหารประเภทปิ้งย่าง แม้จะเป็นนักท่องเที่ยว ที่มาจากภาคอื่นๆ ก็นิยมอาหารชนิดเดียวกัน หรือใกล้เคียงกัน คือ ใส่อั่ว น้ำพริกหนุ่ม น้ำพริกอ่อน แกงฮังเล ทั้งที่อาหารพื้นเมืองยังมีอีกมากมายหลายชนิด ดังนั้นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและ ผู้ประกอบการควรประชาสัมพันธ์อาหารพื้นเมืองเหล่านั้นให้มากขึ้น อาจจะทำให้ทดลองชิม อาหารชนิดนั้นๆ พร้อมอธิบายลักษณะและวิธีการรับประทาน

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับแนวทางการส่งเสริม และพัฒนาร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากทั้ง 2 กลุ่ม มีวัฒนธรรมแตกต่างกัน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่เคยรับประทานอาหารพื้นเมือง เมื่อมาถึงจังหวัดเชียงราย และได้ลิ้มลองอาหารพื้นเมืองแล้วเห็นว่าเป็นอาหารที่มีรสชาติแตกต่าง ไปจากอาหารไทยอื่นๆ จึงคิดว่าน่าจะสนับสนุนให้อาหารพื้นเมืองเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด เชียงราย

5.3 ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

5.3.1.1 ผลการวิจัยพบว่า ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดเล็กและขนาดกลางมีจำนวนมาก และกระจายอยู่ในทุกอำเภอ ยังไม่มีศักยภาพและความพร้อมที่รองรับนักท่องเที่ยว หน่วยงานที่ เกี่ยวข้อง เช่น จังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ฯลฯ ควรให้ความสนใจและสนับสนุนส่งเสริม ร้านอาหารเหล่านั้นในการพัฒนาระดับให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ โดยอาจจะดำเนินการ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ส่วนร้านอาหารพื้นเมืองที่มีศักยภาพและความพร้อมที่จะรองรับ

นักท่องเที่ยวและได้รับการรับรองมาตรฐานต่างๆ จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องแล้วก็ควรส่งเสริมสนับสนุนให้สามารถรักษาคุณภาพมาตรฐานอย่างยั่งยืน

5.3.1.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัด สาธารณสุขอำเภอ/จังหวัด องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ชมรมร้านอาหารและสำนักงานการท่องเที่ยว ควรร่วมมือกันในการสนับสนุนส่งเสริมการยกระดับมาตรฐานร้านอาหารพื้นเมือง ให้เป็นร้านอาหารปลอดภัยได้มาตรฐานโดยการจัดทำตัวชี้วัด นอกเหนือจากตัวชี้วัดของโครงการอาหารสะอาด รสชาติอร่อย เพื่อประเมินร้านอาหารพื้นเมืองและให้การรับรอง เช่น การจัดทำป้ายรับรองของจังหวัดเชียงราย เพื่อรับรองอาหารพื้นเมืองอร่อยได้มาตรฐาน

5.3.1.3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น จังหวัด องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ชมรมร้านอาหาร และสำนักงานการท่องเที่ยว ควรร่วมมือกันในการประชาสัมพันธ์อาหารและร้านอาหารพื้นเมืองให้มากขึ้น ไม่เฉพาะอาหารที่เป็นที่รู้จักกันดีแล้วเท่านั้น แต่ควรมีการประชาสัมพันธ์อาหารชนิดอื่นๆ เช่น ตำขงุน ตำถั่วแปบซึ่งแม้จะเป็นอาหารที่มีเฉพาะฤดูกาล แต่ก็ เป็นอาหารเพื่อสุขภาพ นอกจากนี้ควรนำประเด็นการใช้ผักพื้นบ้านซึ่งมีคุณค่าทางโภชนาการสูง มาเป็นจุดแข็งในการประชาสัมพันธ์

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นเมือง

5.3.2.1 ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับราคาอาหาร ร้านอาหารพื้นเมืองจึงควรแจ้งราคาอาหารในรายการอาหารให้ชัดเจนและกำหนดราคาอาหารอย่างเป็นธรรมไม่แพงจนเกินไป ควรมีรายการอาหารเป็นภาษาต่างประเทศสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้วย โดยรายการอาหารทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศควรอธิบายถึงส่วนประกอบ ลักษณะของอาหาร คุณค่าทางโภชนาการ วิธีรับประทาน อย่างสั้นๆ ให้อ่านเข้าใจง่าย และมีภาพอาหารชนิดนั้นๆ ประกอบ และควรเน้นประเด็นอาหารพื้นเมืองเป็นอาหารสุขภาพปรุงด้วยผักพื้นบ้าน ซึ่งหากสามารถจัดทำรายการอาหารเช่นนี้ได้จะช่วยลดปัญหาการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษของพนักงานบริการและปัญหาของผู้ประกอบการในการจ้างพนักงานบริการที่สามารถสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศได้ด้วยอัตราค่าจ้างที่สูง

ผู้ประกอบการควรมีอาหารที่ต้องการแนะนำแก่นักท่องเที่ยวให้ได้ทดลองชิมเล็กน้อย หากนักท่องเที่ยวชอบก็สามารถสั่งรับประทานได้ นอกจากนี้ผู้ประกอบการอาจจัดทำหรือจัดหาอาหารพื้นเมืองจำลองชนิดต่างๆ จัดแสดงไว้ในตู้แสดงอาหาร บริเวณทางเข้า-ออกร้านอาหาร หรือในบริเวณที่เหมาะสม เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้พบเห็นอาหารพื้นเมืองมากที่สุด ดังผลการวิจัย

ของ Enteleca Research and Consultancy Ltd. (2000) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไม่สืบเสาะหาอาหารท้องถิ่นแต่ก็ยินดีที่จะทดลองรับประทานหากได้พบโดยบังเอิญ

5.3.2.2 ประเภทของอาหาร ผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นเมืองควรมีรายการอาหารให้หลากหลายชนิดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทุกกลุ่ม ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เห็นว่าควรมีอาหารให้หลากหลายและมีอาหารของชาวตะวันตกด้วย

5.3.2.3 สิ่งอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวต้องการร้านอาหารพื้นเมืองที่มีสถานที่เพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยวได้จำนวนมาก และจากข้อเสนอแนะเรื่องห้องน้ำที่มีลักษณะไม่เหมาะสมกับธรรมชาติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินั้น ผู้ประกอบการควรหาวิธีการที่จะปรับปรุงให้แลดูกว้างขวางมากขึ้น เช่น การออกแบบการจัดวางเครื่องสุขภัณฑ์ และหากมีงบประมาณในการปรับปรุงห้องน้ำให้กว้างขวางขึ้นก็ควรดำเนินการปรับปรุง

5.3.2.4 ผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นเมือง ควรใส่ใจในด้านสุขลักษณะในการประกอบอาหาร เพื่อรักษาคุณภาพมาตรฐานของร้านอย่างยั่งยืน

5.3.2.5 ผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นเมืองควรใช้กลยุทธ์ทางการตลาด ดังที่ ดวงนภา วิจิตรภิกกุล (2544) ได้นำเสนอไว้ ซึ่งสรุปได้ดังนี้

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ของธุรกิจร้านอาหารพื้นเมือง คือ การสร้างเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากคู่แข่งทั้งการจัดตกแต่งร้าน คุณภาพของอาหาร การให้บริการ พนักงาน และการสร้างความภักดีของลูกค้า ทั้งนี้เมื่อลูกค้ามาใช้บริการแล้วเกิดความประทับใจก็จะทำให้กลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป

กลยุทธ์ด้านราคา คือ การตั้งราคาโดยคำนึงถึงอำนาจซื้อหรือสภาพเศรษฐกิจในขณะนั้น หรืออาจใช้วิธีการลดราคาเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าด้วย

กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย คือ การเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายให้เหมาะสมเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากที่สุด เช่น การเสนอขายตรง การเสนอขายผ่านบริษัทนำเที่ยว การชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิต เป็นต้น

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การสร้างความรู้จักและการกระตุ้นให้เกิดความต้องการและอยากเข้าใช้บริการ เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อหลายๆ ช่องทางทั้งการลงโฆษณาในวิทยุ สื่อแผ่นพับ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น หรือการจัดทำโฮมเพจของร้านอาหารเพื่อให้เข้าถึงผู้ใช้หลายกลุ่มและตลอดเวลา โดยให้ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารของตนอย่างครบถ้วน เช่น

ที่ตั้งหมายเลขโทรศัพท์ รายการอาหารแนะนำ เมนูเด็ด รายการส่งเสริมการขายพิเศษ (Promotion) ฯลฯ

นอกจากนี้การเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวกับอาหารต่างๆ ก็เป็นช่องทางประชาสัมพันธ์ร้านอาหารนั้นๆ ได้ สิ่งสำคัญที่ผู้บริโภคจะคำนึงถึง คือ คุณภาพของอาหาร ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารควรดำเนินการให้มีการรับรองคุณภาพมาตรฐานอาหารและเครื่องดื่มจากกระทรวงสาธารณสุขหรือองค์กรอื่นๆ ที่น่าเชื่อถือและได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค และกลยุทธ์อีกประการหนึ่ง คือ กลยุทธ์การปรับการให้บริการ เช่น ให้ลูกค้าจาดรายการอาหารเอง มีส่วนหย่อม มีการฝึกอบรมพนักงานให้รู้จักการบริการที่ดี มีคุณภาพ เป็นต้น

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

กวรรณิการ์ กังเทียม, เปรมจิต สุยะ, สุทิน วังสิงห์แก้ว, สุรศักดิ์ สามคำ และ สมคิด รียวารี.

(2546). การศึกษาแนวทางการพัฒนาการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก
ทางการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. เชียงราย
: โปรแกรมวิชาอุตสาหกรรมบริการ คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏเชียงราย.

กันยารัตน์ คำรมพันธ์. (2549). เวทีเสวนา.

กานต์ปรีชา เมืองอินทร์. เชียงราย. (2548). [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 26 สิงหาคม 2548 จาก
<http://202.129.0.133/createweb/00000//00000-1008.html>

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. เชียงราย. (2548). [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 26 สิงหาคม 2548
จาก http://www.tat.or.th/thai/province.php?province=1®ion_id=1

แกงขนุน. (มปป.). [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2549 จาก [http://www.horapa.com.
content.php?Category=Tips&No=355](http://www.horapa.com.content.php?Category=Tips&No=355)

ขวัญเรือน สมหาญ. (2545). ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือของ
นักเรียนโรงเรียนโปลีเทคนิคลานนา จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ วท.ม.
(โภชนศาสตร์ศึกษา) เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เข็มทอง จีระจันทร์. (2549). เวทีเสวนา.

จังหวัดเชียงราย. สำนักงานจังหวัด. กลุ่มงานสารสนเทศและการสื่อสาร. *สภาพทั่วไป
และการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อม*. (มปป.). [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2548
จาก http://www.chiangrai.go.th/plan_st/gen.htm

จิตราวดี สุขยิ่ง. (2544). การศึกษาแนวทางการพัฒนาธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงราย.
เชียงราย : โปรแกรมวิชาอุตสาหกรรมบริการ คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏ
เชียงราย.

ฉันทซ์ วรรณถนอม. (2544). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือก
เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว)
เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ชุกกลีน อุณวิจิตร, กิตติยา กาวิละ และ สุกฤตา เตียมคำ. (2548). *พฤติกรรมการเดินทางและลักษณะของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดเชียงราย = Characteristics and travel behavior of tourist to Chiang Rai province*. เชียงราย : ศูนย์การท่องเที่ยวที่พื้ฟ้าและนันทนาการจังหวัดเชียงราย.

ฉนัญญา พุนเพิ่ม, ญญูวี จัดแจ้, นิลยรัตน์ โนราช และ ปียรช วุฒิ. (2543). *ทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย*. เชียงราย : โปรแกรมวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏเชียงราย.

ดวงนภา วินิจวรจิกกุล. (2544). *ปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นเมืองในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว) เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ดารารวรรณ กองธรรม. (2549). *เวทีเสวนา*.

ตัน ภาสกรนที. (2545). *โออิชิกรู๊ป ขยายธุรกิจ 200 ล้าน เนรมิตลือคโฮมใหญ่ที่สุดในโลก สร้างกริลแอนด์มอร์สเด็กเคป็นชื่อชาติไทย*. *ไทยแลนด์ เรสเทอรนท์ นิวส์ (Thailand restaurant news)*, 2,23 :7.

น้ำพริกหนุ่ม. (มปป.). [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2549 จาก [http://203.](http://203.157.67.216/foodspy/index.php?option=content&task=view&id=104&Itemid=166)

[157.67.216/foodspy/index.php?option=content&task=view&id=104&Itemid=166](http://203.157.67.216/foodspy/index.php?option=content&task=view&id=104&Itemid=166)

น้ำพริกอ่อง. (มปป.). [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2549 จาก <http://www.tdc.go.th/multimedia.aspx?pageid=140&parent=1158directory=1528&paggename=multimedia>

นิรุตน บัวระกา, กรรณิการ์ จะสาร, กุฉิตา สารภี, ญนอมศรี มูลคำ, สุภาพิศ พิเคราะห์ และ สุวีรัตน์ ส้ารวลหันต์. (2542). *พฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ : กรณีศึกษาอำเภอเมือง อำเภอแม่สาย อำเภอเชียงแสน และอำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย*. เชียงราย : โปรแกรมวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏเชียงราย.

ปทุมวดี เจริญสุข, ดิเรก ยอดคำใส, พนาสิทธิ์ บุญทา, เพทาย บัวสุวรรณ และ ภาณุรัฐ พิภแก้ว. (2542). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริโภคอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกรณีศึกษา : ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดเชียงราย*. เชียงราย : โปรแกรมวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏเชียงราย.

ประภาพร แสนภาพ, ปัญญามล หมั่นพินิจ, มนชียา ปวงมาโล, สายฝน จันทระประทักษ์ และ
อรวรรณ ปินตาปาง. (2546). การศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกบริการนำเที่ยว
ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย. เชียงราย : โพรแกรมนวิชา
อุตสาหกรรมบริการ คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏเชียงราย.

ภาสกร เพียรกุล. (2549). เวทีเสวนา.

ยศ อัมพรรัตน์. (2547). ผลของการฝึกการอดใจรอได้และการให้แรงเสริมทางสังคมที่มีต่อ
พฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ถูกต้องของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5. [ออนไลน์].
สืบค้นเมื่อ 13 กันยายน 2548 จาก : <http://bsri.swu.ac.th/thesis/thesis36-6t.htm>

ยุวณิษฐ์ ทิศสกุล. (2549). เวทีเสวนา.

รัตนพร พรหมพิชัย. (2542ก). แกง. ใน สารานุกรมวัฒนธรรมไทยภาคเหนือ เล่ม 1. (หน้า
472-482). กรุงเทพมหานคร : มูลนิธิสารานุกรมวัฒนธรรมไทย ธนาคารไทยพาณิชย์.

_____. (2542ข). ตำ. ใน สารานุกรมวัฒนธรรมไทยภาคเหนือ เล่ม 5. (หน้า 2406-2410).
กรุงเทพมหานคร : มูลนิธิสารานุกรมวัฒนธรรมไทย ธนาคารไทยพาณิชย์.

_____. (2542ค). น้ำพริก. ใน สารานุกรมวัฒนธรรมไทยภาคเหนือ เล่ม 6. (หน้า 3247-
2457). กรุงเทพมหานคร : มูลนิธิสารานุกรมวัฒนธรรมไทย ธนาคารไทยพาณิชย์.

_____. (2542ง). ยำ. ใน สารานุกรมวัฒนธรรมไทยภาคเหนือ เล่ม 11. (หน้า 5515-5516).
กรุงเทพมหานคร : มูลนิธิสารานุกรมวัฒนธรรมไทย ธนาคารไทยพาณิชย์.

_____. (2542จ). ลาบ. ใน สารานุกรมวัฒนธรรมไทยภาคเหนือ เล่ม 11. (หน้า 2936-2941).
กรุงเทพมหานคร : มูลนิธิสารานุกรมวัฒนธรรมไทย ธนาคารไทยพาณิชย์.

_____. (มปป). ลาบ. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ พฤศจิกายน 2549 จาก <http://www.lanna-world.com/food/laap1.htm>

_____. (2542ฉ). ส้า. ใน สารานุกรมวัฒนธรรมไทยภาคเหนือ เล่ม 13. (หน้า 6806-6807).
กรุงเทพมหานคร : มูลนิธิสารานุกรมวัฒนธรรมไทย ธนาคารไทยพาณิชย์.

_____. (2542ช). ใส่อั่ว. ใน สารานุกรมวัฒนธรรมไทยภาคเหนือ เล่ม 15. (หน้า 7257).
กรุงเทพมหานคร : มูลนิธิสารานุกรมวัฒนธรรมไทย ธนาคารไทยพาณิชย์.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพมหานคร:
นานมี.

ร้านสบันงา. (2547). ผลการวิเคราะห์คุณค่าโภชนาการผ่านเกณฑ์ประเมินเมนูสุขภาพ.
(แผ่นพับ) เชียงราย : ร้านฯ.

วัลลภ ลำพาย. (2547). *เทคนิควิจัยทางสังคมศาสตร์*. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์.

วิเวียนเลย์ วงศ์วัชรเดช. (2549). สัมภาษณ์.

คັນสนีย์ อุดมอ่าง. (2542). *อาหารท้องถิ่นจังหวัดเพชรบูรณ์*. เพชรบูรณ์ :

ภาควิชาคหกรรมศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สถาบันราชภัฏเพชรบูรณ์.

ศิริพร ศรีชูชาติ. (2548). *รายงานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวรายสาขา เล่มที่ 3 อุตสาหกรรม
ภัตตาคารและร้านอาหารในจังหวัดเชียงใหม่*. เชียงใหม่ : สถาบันวิจัยสังคม
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศิริพักตร์ เตียววิวัฒน์. (2545). พลังแห่งฝัน พลังแห่งหวังกับความท้าทายของ 3 ผู้หญิง... =

Three women one mission on food power. *ไทยแลนด์ เรสเทอรองท์ นิวส์ (Thailand
restaurant news)*, 3,28: 6.

ศุภย์มานุษยวิทยาสิรินธร. (2548). *สรุปการสัมมนา เรื่อง ตลาด_ตลาด*. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ
ตุลาคม 2548 จาก :[http://www.sac.or.th/Subdetail/seminar/
sum_of_seminar/
seminar43.html](http://www.sac.or.th/Subdetail/seminar/sum_of_seminar/seminar43.html)

สถาบันการแพทย์แผนไทย. (2548). *อาหารพื้นเมืองไทย*. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 15 สิงหาคม
2548 จาก : http://ittm.dtam.moph.go.th/data_articles/thai_food

สันติสิทธิ์ เขียวเงิน. (2542). *การจัดการความสะอาดและความปลอดภัยของร้านอาหารแผงลอย
ในเขตเทศบาลเมืองพิจิตร*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (การส่งเสริมสุขภาพ) เชียงใหม่ :
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ล้ำมะเขือ. (มปป.). [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2549 จาก

<http://www.lannaworld.com/food/s-makaur.htm>

สุจิตรา ริมดุสิต. (2545). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการบริการ
อาหารแบบขันโตก*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว) เชียงใหม่ :
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สุนทร คุณานันทกุล. (2545). พลังแห่งฝัน พลังแห่งหวัง กับความท้าทายของ 3 ผู้หญิง... =

Three women one mission on food power. *ไทยแลนด์ เรสเทอรองท์ นิวส์ (Thailand
restaurant news)*, 3,28: 6.

เสงี่ยม บุญพัฒน์. (2545). *ความคาดหวังในผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการท่องเที่ยวในภาคเหนือของประเทศไทย : กรณีศึกษา จังหวัดเชียงราย*. เชียงราย : สถาบันราชภัฏเชียงราย.

แสงอรุณ กนกพงศ์ชัย. (2544). *อาหาร : ทรัพย์และศิลป์แผ่นดินไทย = Thai cuisine : treasure and art of the land*. กรุงเทพมหานคร : แพลนโมทิฟ.

โสภิญ ไชยมงคล. (2548). สัมภาษณ์.

อาหารล้านนา : ซิ้นทอด. (มปป.). [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2549 จาก <http://www.lannaworld.com/food/saltedvg.htm>

อาหารล้านนา : ซิ้นปิ้ง. (มปป.). [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2549 จาก <http://www.lannaworld.com/food/jinping.htm>

อาหารล้านนา : น้ำพริกตาแดง. (มปป.). [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2549 จาก <http://www.lannaworld.com/food/nampigtadang.htm>

อาหารล้านนา : ผักกาดจ้อ. (มปป.). [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2549 จาก <http://www.lannaworld.com/food/saltedvg.htm>

Enteleca Research and Consultancy Ltd. (2000). *Tourists attitudes towards regional and local foods*. [Online]. Retrieved July 6, 2006 from www.defra.gov.uk/foodrin/marketing/touristreport.pdf#search=22%enteleca%22

Petts, James. (2005). *Local and regional food opportunities, IGD*. [Online]. Retrieved July 6, 2006 from www.defra.gov.uk/fooding/marketing/touristreport.pdf

Shin, Dong Hwa. (2006). *The present Korean traditional food and globalization*. [Online]. Retrieved July 6, 2006 from http://uryo.affre.go.th/kankobu/fftc/oral_Presentations/fftc_or_06.html

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

โครงการศึกษาภาพและความพร้อมของร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับ
นักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้ เป็นการสอบถามความคิดเห็นของท่านที่มีต่อศักยภาพและความพร้อม
ของร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย แบ่งออกเป็น 5 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 จังหวัดเชียงรายมีร้านอาหารพื้นเมืองที่มีศักยภาพสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 ลักษณะของอาหารและร้านอาหารที่นักท่องเที่ยวต้องการ

ตอนที่ 4 ความนิยมของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหารและร้านอาหารพื้นเมือง

ตอนที่ 5 แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาร้านอาหารพื้นเมืองเพื่อการท่องเที่ยว

ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้จะนำไปเก็บรวบรวมไว้ในธนาคารข้อมูลการท่องเที่ยวของ
จังหวัดเชียงราย และเพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปเป็นแนวทางในการส่งเสริมอาหารและ
ร้านอาหารพื้นเมืองเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ต่อไป จึงขอความอนุเคราะห์ท่านตอบแบบสอบถาม
ตรงตามความรู้สึกและความเป็นจริง โดยเขียนเครื่องหมาย / ลงในช่องระดับความคิดเห็นของแต่ละข้อ

ขอขอบคุณท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ทีมนิวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ ชาย หญิง

2. อายุ

15-25 ปี

26-35 ปี

36-45 ปี

46-55 ปี

56 ปีขึ้นไป

3. ท่านเดินทางมาจากจังหวัด

4. ท่านมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายครั้งนี้เป็นครั้งที่

5. ท่านเคยรับประทานอาหารพื้นเมืองล้านนาหรือไม่

ไม่เคย เคย

6. ท่านชอบอาหารชนิดใดมากที่สุดเรียงตามลำดับ

ลำดับที่ 1

ลำดับที่ 2

ลำดับที่ 3

ตอนที่ 2 ศักยภาพของร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

| ประเด็น | ระดับความคิดเห็น | | |
|--|------------------|---------|------|
| | มาก | ปานกลาง | น้อย |
| <p>การนำเสนออาหาร/เมนูอาหาร</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. มีการนำเสนอข้อมูลด้านภูมิปัญญาของอาหารชนิดนั้นๆ 2. มีการนำเสนออาหารเป็นชุด (Set) 3. จัดทำชื่อและรายละเอียดของอาหารแต่ละชนิดเป็นภาษาต่างประเทศพร้อมรูปภาพประกอบ 4. นำเสนอคุณค่าทางโภชนาการของอาหารพื้นเมืองชนิดนั้นๆ 5. จัดตกแต่งจานอาหารดูดี น่ารับประทาน 6. แจ้งราคาในรายการอาหารชัดเจน <p>การบริการ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ความรวดเร็วของการออกอาหาร 2. พนักงานบริการแต่งกายสะอาด 3. การแต่งกายของพนักงานเหมาะสมกับร้านอาหารพื้นเมือง 4. ให้บริการอาหารเป็นชุด (จัดสำรับไว้บริการ) <p>ลักษณะของอาหาร</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. รสชาติของอาหารคงเอกลักษณ์ตามตำรับดั้งเดิมของอาหารพื้นเมือง 2. สีและกลิ่นของอาหารคงเอกลักษณ์อาหารพื้นเมือง 3. รสชาติของอาหารได้มาตรฐาน สม่่าเสมอ 4. มีการประยุกต์ตำรับอาหาร 5. ปริมาณการจัดเสิร์ฟเหมาะสม <p>คุณภาพวัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหาร</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ความสดของวัตถุดิบ 2. ความสะอาดของวัตถุดิบ 3. ความสะอาดของผัก-ผลไม้สดที่จัดเสิร์ฟ | | | |

| ประเด็น | ระดับความคิดเห็น | | |
|---|------------------|---------|------|
| | มาก | ปานกลาง | น้อย |
| <p>อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้</p> <ol style="list-style-type: none"> สะอาด ใช้วัสดุปลอดภัย ได้มาตรฐาน เช่น ถ้วย จานกระเบื้อง ฯลฯ เหมาะสมกับสภาพการใช้งาน สวยงาม/เข้าชุดกัน <p>สิ่งอำนวยความสะดวก</p> <ol style="list-style-type: none"> ห้องน้ำสะอาด แยกชาย/หญิง มีสบู่สำหรับล้างมือเพียงพอ มีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ มีแผนที่ของร้านอาหาร หรือมีป้ายบอกทางไปร้านอาหารชัดเจน พนักงานบริการสามารถให้ข้อมูลอื่นๆ เช่น แหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ ตามที่ลูกค้าต้องการได้ชัดเจน มีการประชาสัมพันธ์ร้านอาหารในสื่อต่างๆ มีบริการส่งของโต๊ะส่งหน้า สามารถสอบถามรายการอาหารพร้อมราคาได้ทางโทรศัพท์ | | | |

ตอนที่ 3 ลักษณะของอาหารและร้านอาหารพื้นเมืองที่นักท่องเที่ยวต้องการ

| ประเด็น | ระดับความคิดเห็น | | |
|---|------------------|---------|------|
| | มาก | ปานกลาง | น้อย |
| <p>ลักษณะของอาหารที่ต้องการ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สะอาด 2. รสชาติอร่อย คงเอกลักษณ์ล้านนา 3. เป็นอาหารสุขภาพ 4. สีสันของอาหารคงเอกลักษณ์ล้านนา 5. มีอาหารหลากหลาย 6. เก็บไว้ได้นาน เพื่อนำไปเป็นของฝาก 7. ใช้ผักพื้นบ้านประกอบอาหาร 8. ปรับรสชาติของอาหารให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยว <p>ลักษณะของร้านอาหารพื้นเมืองที่ต้องการ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สถานที่เพียงพอที่จะรองรับลูกค้าได้จำนวนมาก 2. สภาพแวดล้อมของร้านสะอาด 3. จัดบรรยากาศภายในร้านแบบล้านนา 4. มีการแสดงศิลปวัฒนธรรมแบบล้านนา 5. ดนตรี/เพลงเหมาะสมกับร้านอาหารพื้นเมือง 6. เป็นร้านอาหารที่เป็นที่นิยมของคนในท้องถิ่น 7. มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ พอเพียง <p>สะดวก สะอาด ปลอดภัย</p> <ol style="list-style-type: none"> 8. ร้านอาหารอยู่บนเส้นทางท่องเที่ยว | | | |

ตอนที่ 4 ความนิยมของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหารและร้านอาหารพื้นเมือง

ความนิยมของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหารพื้นเมือง

ท่านนิยมอาหารพื้นเมืองประเภทใด (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- น้ำพริก เช่น น้ำพริกหนุ่ม น้ำพริกตาแดง น้ำพริกน้ำปู น้ำพริกปลาร้า น้ำพริกข่า
- ยำ เช่น ยำ (ตำ) ขนุน ยำมะม่วง ยำยอดมะม่วง ยำผักเห็ด ตำมะเขือ ตำถั่วแปบ
- ลาบ เช่น ลาบหมู ลาบปลา ลาบเนื้อ (วัว, ควาย) ลาบไก่
- แกง เช่น แกงแค แกงอ่อม แกงผักหวาน แกงผักกาด แกงขนุน แกงหน่อไม้
- ส้า เช่น ส้ามะเขือ ส้าเนื้อ (วัว, ควาย) ส้าป่าแดง (แดงกวา)
- ปิ้ง หรือ ย่าง เช่น ใส่อั่ว หมูปิ้ง/ย่าง ปลาปิ้ง
- ทอด เช่น หมูทอด (จิ้นทอด) ปลาทอด
- จอ เช่น จอผักกาด จอผักปลัง จอผักหนาม จอผักกูด

ความนิยมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อร้านอาหารพื้นเมือง

ท่านนิยมร้านอาหารพื้นเมืองประเภทใด

- ร้านขนาดเล็ก ที่ทำอาหารสำเร็จแล้วตักขายให้กับลูกค้า
- ร้านขนาดกลางที่ขายตามเมนู มีการปรุงอาหารหลังจากได้รับคำสั่ง (Order) จากลูกค้า
- ร้านขนาดใหญ่ มีลักษณะเป็นร้านอาหารในสวน (สวนอาหาร)
- ร้านชั้นโตกดินเนอร์ ที่มีการแสดงศิลปวัฒนธรรม
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 5 แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาอาหารและร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว

| ประเด็น | ระดับความคิดเห็น | | |
|--|------------------|---------|------|
| | มาก | ปานกลาง | น้อย |
| <p>1. ประชาสัมพันธ์อาหารและร้านอาหารพื้นเมือง ทั้งในด้านลักษณะและวิธีรับประทาน</p> <p>2. จัดทำแผนที่หรือป้ายบอกที่ตั้งร้านอาหารพื้นเมืองให้ชัดเจน</p> <p>3. พัฒนาการสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศของพนักงาน</p> <p>4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น จังหวัด ชมรมร้านอาหาร ฯลฯ ส่งเสริมอาหารพื้นเมือง</p> <p>5. สนับสนุนส่งเสริมให้อาหารพื้นเมืองเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย</p> <p>6. สนับสนุนส่งเสริมให้อาหารพื้นเมืองเป็นของฝากจากเชียงราย</p> <p>7. ส่งเสริมให้ร้านอาหารทุกร้าน มีรายการอาหารพื้นเมือง</p> <p>8. จัดทำชื่อและรายละเอียดของอาหารพื้นเมืองเป็นภาษาต่างประเทศ</p> <p>9. สร้างความประทับใจครั้งแรกด้วยอาหารพื้นเมือง โดยมือแรกในเชียงรายต้องเป็นอาหารพื้นเมือง</p> <p>10. ปรับปรุงรสชาติของอาหารพื้นเมืองให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยว</p> <p>11. พนักงานบริการแต่งชุดล้านนา และมีมารยาทแบบไทยๆ</p> <p>12. ประชาสัมพันธ์ร้านอาหารพื้นเมืองที่ได้มาตรฐานในสื่อต่างๆ</p> | | | |

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะ.....

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ค
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ศักยภาพและความพร้อมของอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว
ในจังหวัดเชียงราย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามเพศ

| เพศ | จำนวน | ร้อยละ |
|------|-------|--------|
| ชาย | 187 | 50.5 |
| หญิง | 183 | 49.5 |
| รวม | 370 | 100.0 |

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามกลุ่มอายุ

| อายุ | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------|-------|--------|
| 15-25 ปี | 97 | 26.2 |
| 26-35 ปี | 109 | 29.5 |
| 36-45 ปี | 92 | 24.9 |
| 46-55 ปี | 57 | 15.4 |
| 56 ปีขึ้นไป | 15 | 4.1 |
| รวม | 370 | 100.0 |

Questionnaire

Topic Title : Potentialities for Tourism Planning and Management : A Case Study of
Lanna Food Restaurants in Chiang Rai Province

Instructions : The questionnaire concerning your opinions toward the potentialities for tourism planning and management : a case study of Lanna food restaurants in Chiang Rai province is divided into 5 parts as follows :

Part I : Informant's Personal Information

Part II : Does Chiang Rai province have the potentialities for tourism planning and management toward the development of Lanna food restaurants?

Part III : Food types and restaurants required

Part IV : Tourists' preferences toward Lanna food and restaurants in Chiang Rai province

Part V : Developmental strategies for tourism management of Lanna food restaurants

The purposes of this study are to survey Lanna food restaurants of Chiang Rai province used as tourist database, and to find out the developmental strategies for the promotion of tourism planning and management toward the on-going development of Lanna food restaurants.

Please put a tick in the following opinions provided.

Thank you for your cooperation

Research Team,

Chiang Rai Rajabhat University

Part II : Does Chiang Rai province have the potentialities for tourism planning and management toward the development of Lanna food restaurants?

| Description | Levels of Satisfactions | | |
|--|-------------------------------|------------------|-----------------------------|
| | A higher to the highest level | A moderate level | A lower to the lowest level |
| Food / menu recommendations | | | |
| 1. Local wisdom-based Lanna food are suggested. | | | |
| 2. A set of Lanna food served is suggested. | | | |
| 3. English Menu with food illustration used in restaurants are provided. | | | |
| 4. Lanna food's ingredients are shown in menus. | | | |
| 5. Food dishes with Lanna styles are provided. | | | |
| 6. Price lists are shown in menus. | | | |
| Services | | | |
| 1. Food serving is on time. | | | |
| 2. Waiter/ waitress is in neatly-dressed uniform. | | | |
| 3. Waiter/ waitress's dressing is well-matched with Lanna food restaurants | | | |
| 4. A set of Lanna food serviced is provided. | | | |
| Types of Food | | | |
| 1. Tastes of Lanna foods remain traditionally unique. | | | |
| 2. Seasoning remains traditionally unique. | | | |
| 3. Standard tastes of Lanna food are delicious. | | | |
| 4. Lanna foods are combined with various cooking styles. | | | |

| Description | Levels of Satisfactions | | |
|--|-------------------------------|------------------|-----------------------------|
| | A higher to the highest level | A moderate level | A lower to the lowest level |
| 5. Lanna food menus with its reasonable prices are provided | | | |
| Quality of foods used for cooking | | | |
| 1. Raw materials cooking are fresh. | | | |
| 2. Food are safe with non-chemical mixtures. | | | |
| 3. Non-chemical vegetables and fruits are served | | | |
| Kitchen appliances used for cooking | | | |
| 1. Kitchen appliances are well-cleaned. | | | |
| 2. Standard kitchen-wares, including ceramic bowls and dishes used for food serving are safely serviced. | | | |
| 3. Kitchen appliances with proper uses are directly used for cooking. | | | |
| 4. A set of kitchen-wares is well-matched during food serving. | | | |
| Restaurants' Facilities | | | |
| 1. Restrooms for gentlemen and ladies are well-cleaned. | | | |
| 2. Handy-washing soaps are given in restrooms. | | | |
| 3. Car parks serviced for customers are sufficient. | | | |
| 4. Maps of food restaurants and signs provided are seen along the roads. | | | |
| 5. Tourist information, i.e. tourist attractions in Chiang Rai province, etc. given by waiters/ waitresses is recommended. | | | |

| Description | Levels of Satisfactions | | |
|--|-------------------------------|------------------|-----------------------------|
| | A higher to the highest level | A moderate level | A lower to the lowest level |
| 7. Food reservations for customers' requirements are offered | | | |
| 8. Menus and price lists can be asked by phone. | | | |

Part III : Lanna Food Types and Restaurants Required.

| Description | Levels of Satisfactions | | |
|---|-------------------------------|------------------|-----------------------------|
| | A higher to the highest level | A moderate level | A lower to the lowest level |
| Types of Lanna foods required | | | |
| 1. Safe foods with non-chemical mixtures. | | | |
| 2. Delicious foods with Lanna styles. | | | |
| 3. Healthy foods | | | |
| 4. Seasoning with Lanna identity tasted. | | | |
| 5. Varieties of Lanna foods tasted. | | | |
| 6. Preservable foods used as gifts given to friends, relatives, etc. | | | |
| 7. Local vegetables are used to cook. | | | |
| 8. A mixture of Lanna food tastes required is adapted according to the tourists' preferences. | | | |
| Features of restaurants required | | | |
| 1. Sufficient spaces of restaurants can be served for numbers of customers' requirements. | | | |

| Description | Levels of Satisfactions | | |
|---|-------------------------------|------------------|-----------------------------|
| | A higher to the highest level | A moderate level | A lower to the lowest level |
| 2. Restaurants' atmospheres are well-furnished. | | | |
| 3. Interior restaurants are well-decorated with Lanna styles. | | | |
| 4. Lanna cultural shows provided. | | | |
| 5. Lanna music and songs are well-matched with restaurants. | | | |
| 6. One of well-known and popular restaurants preferred to local people. | | | |
| 7. Restaurants' facilities, including tidy restrooms, standard car parks, etc. are offered. | | | |
| 8. Locations of Lanna food restaurants are on the tourist routes. | | | |

Part IV : Tourists' preferences toward Lanna foods and restaurants in Chiang Rai province.

| Description | Levels of Satisfactions | | |
|--|-------------------------------|------------------|-----------------------------|
| | A higher to the highest level | A moderate level | A lower to the lowest level |
| What kinds of tourists' Lanna foods are preferred to? | | | |
| 1. Kind of chili pastes, such as green chili paste (Nam Prik Noum), red chili paste (Nam Prik Ta Daeng), chili paste with crab sauce dip (Nam Prik Nam Pu), chili paste with Siamese ginger (Nam Prik Kha), etc. | | | |

| Description | Levels of Satisfactions | | |
|--|-------------------------------|------------------|-----------------------------|
| | A higher to the highest level | A moderate level | A lower to the lowest level |
| 2. Kinds of salad, such as crushed jackfruit salad, (Tam Khanoon), spicy salad of sliced mango (Yam Ma Muong), spicy shoot of mango salad, (Yam Yod Ma Muong), spicy salad of vegetable, (Yam Pak Heod), roasted eggplant salad (Yam Ma Kheo), spicy salad of winged beans with minced pork (Yam Tua Paeb), etc. | | | |
| 3. Kinds of minced meat salad, such as spicy minced pork salad (Laab Moo), spicy minced fish salad (Laab Pla), spicy minced beef salad (Laab Neu), spicy minced chicken salad with mint and fresh vegetables (Laab Kai), etc. | | | |
| 4. Kinds of curries, such as spicy curry of vegetable (Kaeng Kae), chopped meat curry with herbs (Kaeng Om), Lanna vegetable curry with grilled catfish (Kaeng Pak Wan), Chinese mustard pickle soup (Kaeng Pak Gad), Jackfruit curry (Kaeng Ka Noon) | | | |
| 5. Kinds of salad (Sar), such as eggplant salad (Sar Ma Kheo), beef salad (Sar Neo), cucumber salad (Sar Taeng Kwa), etc. | | | |
| 6. Kinds of barbeque or grill, such as northern Thai spicy sausage (Sai Ouaw), barbequed pork (Moo Yang), grilled fish (Pla Yang), etc. | | | |
| 7. Kinds of stir-frying, such as fried pork (moo Tod), fried fish (Pla Tod), fried chicken (Kai Tod), etc. | | | |

| Description | Levels of Satisfactions | | |
|--|-------------------------------|------------------|-----------------------------|
| | A higher to the highest level | A moderate level | A lower to the lowest level |
| 8. Kinds of Soup (Jor), such as Chinese mustard pickle soup, (Jor Pak Gad), local vegetables soup (Jor Pak Plang, Jor Pak Nam, and jor Pak Kood), etc. | | | |
| 9. Small-sized restaurants with ready-made Lanna foods | | | |
| 10. Medium- sized restaurants with food ordering. | | | |
| 11. Big-sized restaurants with waiters' / waitresses' services | | | |
| 12. Khun Tok dinner with Lanna Northern cultural shows. | | | |

Part V : The strategies for tourism planning and management toward the development of Lanna food restaurants in Chiang Rai province.

| Description | Levels of Satisfactions | | |
|--|-------------------------------|------------------|-----------------------------|
| | A higher to the highest level | A moderate level | A lower to the lowest level |
| 1. Disseminations of Lanna foods and restaurants in aspects of food types and ways of consumption to publics are provided. | | | |

| Description | Levels of Satisfactions | | |
|---|-------------------------------|------------------|-----------------------------|
| | A higher to the highest level | A moderate level | A lower to the lowest level |
| 2. Maps of Lanna food restaurants and its signs shown along the roads are provided. | | | |
| 3. Development of waiters' / waitresses' communication in foreign spoken languages is required. | | | |
| 4. Provision for the enhancement of concerned organizations' Lanna food development, including provincial sectors, association of Lanna food restaurants, etc. is required. | | | |
| 5. Promotion of Lanna foods with unique style. | | | |
| 6. Promotion of Lanna foods used as Chiang Rai's gifts that are bought by visitors. | | | |
| 7. Promotion of all food restaurants with Lanna menus is provided. | | | |
| 8. Provision of Lanna food lists with its details explained in foreign languages version is required. | | | |
| 9. Provision of first impression toward Lanna meal-having in Chiang Rai province is required. | | | |
| 10. Adaptation of Lanna food tastes is preferred to tourists' consumption. | | | |
| 11. Provision of waiters' / waitresses' Lanna-styles dressing with Thai unique manners is required. | | | |
| 12. Promotion of standard Lanna food restaurants publishing is provided. | | | |

Part VI : Other Suggestions

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Thank you for your cooperation.

Research Team, Chiang Rai Rajabhat University

ผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

1. ดร.เทิดชาย อยู่บำรุง ผู้ประสานงานสำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชุกกลิน อุนวิจิตร คณบดีคณะวิทยาการจัดการ
3. นายหัสตินทร์ธร สองสมุทร บรรณาธิการหนังสือท่องเที่ยว Chiang Rai Guide Book
ประชาสัมพันธ์สมาคมท่องเที่ยวเชียงราย
4. นางลินจง ชันติวรยศ ประธานชมรมภัตตาคารร้านอาหารจังหวัดเชียงราย

ภาคผนวก ข
ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข
ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

Item-total Statistics

| | Scale Mean If Item Deleted | Scale variance if Item Deleted | Corrected Item- Total Correlation | Alpha if Item Deleted |
|--|-------------------------------------|---|--|-----------------------------|
| การนำเสนออาหาร/เมนูอาหาร | | | | |
| มีการนำเสนอข้อมูลด้านภูมิปัญญา ของอาหารชนิดนั้นๆ | 156.7037 | 406.7550 | .4274 | .9413 |
| มีการนำเสนออาหารเป็นชุด(Set) | 156.2963 | 403.5242 | .5417 | .9408 |
| จัดทำชื่อและรายละเอียดของอาหารแต่ละชนิด เป็นภาษาต่างประเทศพร้อมรูปภาพประกอบ | 156.4074 | 404.4930 | .4091 | .9414 |
| นำเสนอคุณค่าทางโภชนาการของอาหารพื้นเมือง | 156.6667 | 401.9231 | .4976 | .9410 |
| จัดตกแต่งจานอาหารดูดีน่ารับประทาน | 156.2222 | 407.6410 | .3624 | .9416 |
| แจ้งราคาในรายการอาหารชัดเจน | 156.0741 | 413.6866 | .1450 | .9426 |
| ความรวดเร็วของการออกอาหาร | 156.4074 | 408.4046 | .4502 | .9413 |
| พนักงานบริการแต่งกายสะอาด | 156.2593 | 404.8917 | .4353 | .9413 |
| การแต่งกายของพนักงานบริการเหมาะสมกับ ร้านอาหารพื้นเมือง | 156.2963 | 405.6781 | .5101 | .9410 |
| ให้บริการอาหารเป็นชุด(จัดสำหรับไว้บริการ) | 156.2593 | 406.9687 | .5012 | .9411 |
| ลักษณะของอาหาร | | | | |
| รสชาติของอาหารคงเอกลักษณ์ตามตำรับดั้งเดิม ของอาหารพื้นเมือง | 156.2593 | 416.2764 | .0513 | .9429 |
| สีและกลิ่นของอาหารคงเอกลักษณ์อาหารพื้นเมือง | 156.1111 | 407.9487 | .3706 | .9416 |
| รสชาติของอาหารได้มาตรฐาน สม่ำเสมอ | 156.2963 | 408.0627 | .4064 | .9414 |
| มีการประยุกต์ตำรับอาหาร | 156.4074 | 407.2507 | .3319 | .9416 |
| ปริมาณการจัดเสิร์ฟเหมาะสม | 156.5185 | 402.9516 | .4883 | .9410 |

Item-total Statistics

| | Scale | Scale | Corrected | |
|--|----------|----------|-------------|---------|
| | Mean | variance | Item- | Alpha |
| | If Item | if Item | Total | if Item |
| | Deleted | Deleted | Correlation | Deleted |
| คุณภาพวัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหาร | | | | |
| ความสดของวัตถุดิบ | 156.2593 | 405.1225 | .5182 | .9409 |
| ความสะอาดของวัตถุดิบ | 156.4815 | 450.2593 | .5191 | .9410 |
| ความสะอาดของผัก-ผลไม้สดที่จัดเสิร์ฟ | 156.2222 | 401.1795 | .5575 | .9407 |
| อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ | | | | |
| สะอาด | 156.2593 | 408.2764 | .5208 | .9411 |
| ใช้วัสดุปลอดภัย ได้มาตรฐาน | 56.2963 | 406.3704 | .4799 | .9411 |
| เหมาะสมกับสภาพการทำงาน | 156.1481 | 405.5157 | .5292 | .9409 |
| สวยงาม/เข้าชุดกัน | 156.3704 | 406.7307 | .4455 | .9413 |
| สิ่งอำนวยความสะดวก | | | | |
| ห้องน้ำสะอาด แยกชาย/หญิง | 156.5185 | 408.9516 | .3079 | .9419 |
| มีสบู่สำหรับล้างมือเพียงพอ | 156.6667 | 407.3846 | .3441 | .9418 |
| มีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ | 156.4444 | 405.8718 | .4245 | .9413 |
| มีแผนที่ของร้านอาหาร หรือป้ายบอกทาง | 156.4815 | 401.4131 | .4884 | .9410 |
| ไปร้านอาหารชัดเจน | | | | |
| พนักงานบริการสามารถให้ข้อมูลอื่นๆ เช่น | 156.4815 | 401.6439 | .6074 | .9405 |
| แหล่งท่องเที่ยว ตามที่ลูกค้าต้องการได้ชัดเจน | | | | |
| มีการประชาสัมพันธ์ร้านอาหารในสื่อต่างๆ | 156.4815 | 399.8746 | .6769 | .9402 |
| มีการส่งจองโต๊ะล่วงหน้า | 156.3704 | 401.0114 | .5684 | .9406 |
| สามารถสอบถามรายการอาหาร | 156.4444 | 400.6410 | .5318 | .9408 |
| พร้อมราคาได้ทางโทรศัพท์ | | | | |
| ลักษณะของอาหารที่ต้องการ | | | | |
| สะอาด | 156.7407 | 412.1225 | .3240 | .9418 |
| รสชาติอร่อยคงเอกลักษณ์ล้านนา | 156.9259 | 405.2251 | .5347 | .9409 |
| เป็นอาหารสุขภาพ | 156.0000 | 408.7692 | .4297 | .9414 |

Item-total Statistics

| | Scale | Scale | Corrected | |
|---|----------|----------|-------------|---------|
| | Mean | variance | Item- | Alpha |
| | If Item | if Item | Total | if Item |
| | Deleted | Deleted | Correlation | Deleted |
| สี่ กลิ่นของอาหารคงเอกลักษณ์ล้านนา | 156.0741 | 407.9174 | .3690 | .9416 |
| มีอาหารหลากหลาย | 156.0000 | 409.1538 | .2906 | .9420 |
| เก็บไว้ได้นาน เพื่อนำไปเป็นของฝาก | 156.0000 | 408.4615 | .3464 | .9417 |
| ใช้ผักพื้นบ้านประกอบอาหาร | 156.0370 | 406.9610 | .4050 | .9414 |
| ปรับรสชาติของอาหารให้เหมาะสมกับ | 156.9630 | 410.1909 | .3621 | .9416 |
| กลุ่มนักท่องเที่ยว | | | | |
| ลักษณะของร้านอาหารพื้นเมืองที่ต้องการ | | | | |
| สถานที่เพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยว | 156.2222 | 409.9487 | .3479 | .9417 |
| ได้จำนวนมาก | | | | |
| สภาพแวดล้อมของร้านสะอาด | 156.0000 | 405.0769 | .4787 | .9411 |
| จัดบรรยากาศภายในร้านแบบล้านนา | 156.3333 | 404.6923 | .4270 | .9413 |
| มีการแสดงศิลปวัฒนธรรมแบบล้านนา | 156.3333 | 409.6923 | .3093 | .9419 |
| ดนตรี/เพลงเหมาะสมกับร้านอาหารพื้นเมือง | 156.2222 | 401.8718 | .4955 | .9410 |
| เป็นร้านอาหารที่เป็นที่นิยมของคนในท้องถิ่น | 156.2222 | 402.2564 | .5655 | .9407 |
| มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ | 156.8148 | 411.3105 | .3363 | .9417 |
| สะดวก สะอาด ปลอดภัย | | | | |
| ร้านอาหารอยู่บนเส้นทางการท่องเที่ยว | 156.0741 | 410.2251 | .2533 | .9422 |
| ประชาสัมพันธ์อาหารและร้านอาหารพื้นเมือง | 156.6667 | 407.6923 | .4043 | .9414 |
| ทั้งในด้านลักษณะและวิธีรับประทาน | | | | |
| จัดทำแผนที่หรือป้ายบอกที่ตั้งร้านอาหารพื้นเมือง | 156.3704 | 407.3960 | .3437 | .9418 |
| ให้ชัดเจน | | | | |
| พัฒนาการสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศของ | 156.4074 | 408.6353 | .3409 | .9417 |
| พนักงานบริการ | | | | |

Item-total Statistics

| | Scale Mean If Item Deleted | Scale variance if Item Deleted | Corrected Item- Total Correlation | Alpha if Item Deleted |
|--|-------------------------------------|---|--|-----------------------------|
| แนวทางการส่งเสริมร้านอาหารพื้นเมือง | | | | |
| หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น จังหวัด | 156.4444 | 404.4872 | .4762 | .9411 |
| ชมรมภัตตาคารร้านอาหาร ฯลฯ ส่งเสริมอาหารพื้นเมือง | | | | |
| สนับสนุนส่งเสริมให้อาหารพื้นเมืองเป็นเอกลักษณ์ ของจังหวัดเชียงราย | 156.1852 | 400.8490 | .6089 | .9404 |
| สนับสนุนส่งเสริมให้อาหารพื้นเมืองเป็นของฝาก จากเชียงราย | 156.1852 | 398.5413 | .6415 | .9402 |
| ส่งเสริมให้ร้านอาหารทุกร้าน มีรายการ อาหารพื้นเมือง | 156.3704 | 401.5499 | .5984 | .9405 |
| จัดทำชื่อและรายละเอียดของอาหารพื้นเมือง เป็นภาษาต่างประเทศ | 156.0741 | 402.7634 | .5220 | .9409 |
| สร้างความประทับใจครั้งแรกด้วยอาหารพื้นเมือง โดยมือแรกในเชียงรายต้องเป็นอาหารพื้นเมือง | 156.2222 | 398.2564 | .7182 | .9399 |
| ปรับปรุงรสชาติของอาหารพื้นเมืองให้เหมาะสม กับกลุ่มนักท่องเที่ยว | 156.0741 | 403.4558 | .5444 | .9408 |
| พนักงานบริการแต่งชุดล้านนาและมีมารยาท แบบไทยๆ | 156.2593 | 407.5840 | .3405 | .9418 |
| ประชาสัมพันธ์ร้านอาหารพื้นเมืองที่ได้มาตรฐาน | 156.1852 | 404.6182 | .5803 | .9407 |
| ความนิยมของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหารพื้นเมือง | | | | |
| น้ำพริก เช่น น้ำพริกหนุ่ม น้ำพริกตาแดง | 156.9630 | 407.7293 | .4208 | .9414 |
| ยำ เช่น ยำ(ตำ)ขนุน ยำผักเสือก ตำถั่วแปบ | 156.4074 | 409.4815 | .2576 | .9423 |
| ลาบ เช่น ลาบหมู ลาบปลา ลาบเนื้อ(วัว,ควาย) | 156.9259 | 409.6866 | .3392 | .9417 |
| แกง เช่น แกงแค แกงอ่อม แกงผักกาด แกงขนุน | 156.0741 | 407.4558 | .4327 | .9413 |
| ส้ม เช่น ส้มมะเขือ ส้มป่าแดง ส้มเนื้อ(วัว,ควาย) | 156.4074 | 404.2507 | .4033 | .9415 |
| ปิ้ง หรือย่าง เช่น ไล่อั่ว หมูปิ้ง/ย่าง | 156.8148 | 412.1567 | .2912 | .9419 |

Item-total Statistics

| | Scale Mean If Item Deleted | Scale variance if Item Deleted | Corrected Item- Total Correlation | Alpha if Item Deleted |
|--|-------------------------------------|---|--|-----------------------------|
| ทอด เช่น หมูทอด(จิ้นทอด) ปลาทอด ไก่ทอด | 156.1852 | 406.3105 | .4054 | .9414 |
| จ้อ เช่น จ้อผักกาด จ้อผักปลัง จ้อผักหนาม | 156.5926 | 405.5584 | .3722 | .9417 |
| ความนิยมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อร้านอาหารพื้นเมือง | | | | |
| ร้านขนาดเล็ก ที่ทำอาหารที่ทำอาหารสำเร็จแล้ว ตั๊กขายให้ลูกค้า | 156.5926 | 408.0199 | .3161 | .9419 |
| ร้านขนาดกลางที่มีการปรุงอาหารหลังจาก ได้รับคำสั่ง (Order) จากลูกค้า | 156.1111 | 408.8718 | .3748 | .9416 |
| ร้านขนาดใหญ่มีลักษณะเป็นร้านอาหารในสวน | 156.0000 | 407.5385 | .3484 | .9417 |
| ร้านอาหารชั้นโตกดินเนอร์ที่มีการแสดง ศิลปวัฒนธรรม | 156.1852 | 416.3875 | .0272 | .9436 |
| Reliability Coefficients | N of Cases = 30.0 | N of Items = 70 | Alpha = .9421 | |

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------------|------------|--------------|
| รับราชการ | 100 | 27.0 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ/บริษัท | 116 | 31.4 |
| นักเรียน/นักศึกษา | 70 | 18.9 |
| อื่นๆ เช่น แม่บ้าน ค้าขาย | 84 | 22.7 |
| รวม | 370 | 100.0 |

ตารางที่ 4 จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามจังหวัด

| เดินทางมาจากจังหวัด | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------|-------|--------|
| กรุงเทพมหานคร | 54 | 14.6 |
| กาญจนบุรี | 6 | 1.6 |
| กำแพงเพชร | 3 | 0.8 |
| ขอนแก่น | 12 | 3.2 |
| ฉะเชิงเทรา | 1 | 0.3 |
| ชลบุรี | 20 | 5.4 |
| เชียงราย | 15 | 4.1 |
| เชียงใหม่ | 38 | 10.3 |
| ตรัง | 3 | 0.8 |
| ตราด | 14 | 3.8 |
| ตาก | 2 | 0.5 |
| นครนายก | 13 | 3.5 |
| นครปฐม | 9 | 2.4 |
| นครพนม | 4 | 1.1 |
| นครราชสีมา | 5 | 1.4 |
| นครสวรรค์ | 6 | 1.6 |
| นนทบุรี | 3 | 0.8 |

ตารางที่ 4 (ต่อ)

| เดินทางมาจากจังหวัด | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------|-------|--------|
| น่าน | 8 | 2.2 |
| บุรีรัมย์ | 1 | 0.3 |
| ปทุมธานี | 6 | 1.6 |
| ประจวบคีรีขันธ์ | 1 | 0.3 |
| ปราจีนบุรี | 1 | 0.3 |
| พระนครศรีอยุธยา | 1 | 0.3 |
| พัทลุง | 1 | 0.3 |
| พะเยา | 22 | 5.9 |
| พิจิตร | 2 | 0.5 |
| พิษณุโลก | 9 | 2.4 |
| เพชรบุรี | 1 | 0.3 |
| เพชรบูรณ์ | 2 | 0.5 |
| แพร่ | 8 | 2.2 |
| ภูเก็ต | 4 | 1.1 |
| มหาสารคาม | 3 | 0.8 |
| แม่ฮ่องสอน | 2 | 0.5 |
| ยโสธร | 2 | 0.5 |
| ร้อยเอ็ด | 2 | 0.5 |
| ระยอง | 1 | 0.3 |
| ราชบุรี | 3 | 0.8 |
| ลพบุรี | 2 | 0.5 |
| ลำปาง | 13 | 3.5 |
| ลำพูน | 6 | 1.6 |
| เลย | 7 | 1.9 |
| สกลนคร | 2 | 0.5 |
| สงขลา | 4 | 1.1 |

ตารางที่ 4 (ต่อ)

| เดินทางมาจากจังหวัด | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------|------------|--------------|
| สมุทรปราการ | 3 | 0.8 |
| สมุทรสาคร | 1 | 0.3 |
| สระบุรี | 3 | 0.8 |
| สิงห์บุรี | 5 | 1.4 |
| สุโขทัย | 9 | 2.4 |
| สุพรรณบุรี | 1 | 0.3 |
| สุราษฎร์ธานี | 2 | 0.5 |
| สุรินทร์ | 3 | 0.8 |
| หนองคาย | 3 | 0.8 |
| อุดรดิตถ์ | 3 | 0.8 |
| อุทัยธานี | 2 | 0.5 |
| อุบลราชธานี | 5 | 1.4 |
| ไม่ระบุ | 8 | 2.1 |
| รวม | 370 | 100.0 |

ตารางที่ 5 จำนวนครั้งที่มาจังหวัดเชียงราย

| มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายเป็นครั้งที่ | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------|--------|
| 1 | 114 | 30.8 |
| 2 | 91 | 24.6 |
| 3 | 57 | 15.4 |
| 4 | 18 | 4.7 |
| 5 | 24 | 6.5 |
| 6 | 9 | 2.4 |
| 7 | 5 | 1.4 |
| 8 | 7 | 1.9 |

ตารางที่ 5 (ต่อ)

| มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายเป็นครั้งที่ | จำนวน | ร้อยละ |
|---|------------|--------------|
| 9 | 1 | 0.3 |
| 10 | 8 | 2.2 |
| 12 | 1 | 0.3 |
| ไม่ระบุ | 35 | 9.5 |
| รวม | 370 | 100.0 |

ตารางที่ 6 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เคยรับประทานอาหารพื้นเมือง

| รับประทานอาหารพื้นเมือง | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------|------------|--------------|
| ไม่เคย | 60 | 16.22 |
| เคย | 310 | 83.78 |
| รวม | 370 | 100.0 |

ตารางที่ 7 อาหารพื้นเมืองที่นักท่องเที่ยวชอบรับประทานเป็นลำดับที่ 1

| อาหารที่ชอบ | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------|-------|--------|
| ไส้อั่ว | 31 | 8.4 |
| ลาบหมู | 51 | 13.7 |
| น้ำพริกหนุ่ม | 39 | 10.5 |
| แกงฮังเล | 26 | 7.0 |
| แกงแค | 14 | 3.8 |
| น้ำพริกอ่อน | 30 | 8.1 |
| น้ำเงี้ยว | 17 | 4.6 |
| ลาบควาย | 4 | 1.1 |
| น้ำพริก | 4 | 1.1 |
| แกงผักหวาน | 1 | 0.3 |
| หู้ | 1 | 0.3 |

ตารางที่ 7 (ต่อ)

| อาหารที่ชอบ | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------|-------|--------|
| น้ำพริกตาแดง | 3 | 0.8 |
| แกงอ่อม | 15 | 4.1 |
| ตำแดง | 1 | 0.3 |
| ข้าวซอยไก่ | 6 | 1.6 |
| แกงผักกาด | 1 | 0.3 |
| แกงไก่ใส่ผักทอง | 1 | 0.3 |
| น้ำพริกน้ำหมู | 1 | 0.3 |
| แกง | 1 | 0.3 |
| ข้าวซอยไก่ | 4 | 1.1 |
| แกงโฮะ | 1 | 0.3 |
| ลาบปลา | 1 | 0.3 |
| น้ำพริกปลาทุ | 1 | 0.3 |
| จอบผักกาด | 7 | 1.9 |
| แคบหมู | 11 | 3.0 |
| ส้มมะเขือ | 2 | 0.5 |
| ลาบวัว | 1 | 0.3 |
| ส้ม | 2 | 0.3 |
| ส้มตำ | 10 | 2.7 |
| ปลาปิ้ง | 1 | 0.3 |
| น้ำพริกแมงดา | 1 | 0.3 |
| ออเดิร์ฟ | 1 | 0.3 |
| ต้มแซ่บ | 1 | 0.3 |
| ส้มแดง | 1 | 0.3 |
| แกงหน่อไม้ | 1 | 0.3 |
| แกงขนุน | 2 | 0.5 |
| ปิ้งย่าง | 1 | 0.3 |

ตารางที่ 7 (ต่อ)

| อาหารที่ชอบ | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------|------------|--------------|
| น้ำพริกกะปิ | 1 | 0.3 |
| จอผักกาด | 1 | 0.3 |
| ยำผักเสียด | 1 | 0.3 |
| ยำ | 1 | 0.3 |
| ต้มไก่ | 1 | 0.3 |
| ไม่ระบุ | 69 | 18.64 |
| รวม | 301 | 81.35 |
| รวมทั้งสิ้น | 370 | 100.0 |

ตารางที่ 8 อาหารพื้นเมืองที่นักท่องเที่ยวชอบรับประทานเป็นลำดับที่ 2

| อาหารที่ชอบ | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------|-------|--------|
| ไส้อั่ว | 44 | 11.9 |
| ลาบหมู | 26 | 7.1 |
| น้ำพริกหนุ่ม | 22 | 5.9 |
| แกงฮังเล | 18 | 4.9 |
| แกงแค | 14 | 3.8 |
| น้ำพริกอ่อง | 25 | 6.8 |
| น้ำเงี้ยว | 12 | 3.2 |
| ลาบไก่ | 5 | 1.4 |
| น้ำพริก | 8 | 2.2 |
| ส้า | 2 | 0.5 |
| แกงผักปลัง | 1 | 0.3 |
| แกงผักหวาน | 2 | 0.5 |
| หูลู่ | 3 | 0.8 |
| น้ำพริกตาแดง | 6 | 1.6 |
| ยำหน่อไม้ | 1 | 0.3 |

ตารางที่ 8 (ต่อ)

| อาหารที่ชอบ | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------|-------|--------|
| ตำขมุน | 2 | 0.5 |
| แกงอ่อม | 19 | 5.1 |
| แกงแค | 3 | 0.8 |
| แกงกบ | 1 | 0.3 |
| ข้าวซอยไก่ | 2 | 0.5 |
| แกงผักกาด | 4 | 1.1 |
| น้ำพริกน้ำปู | 1 | 0.3 |
| ห่อหนึ่ง | 1 | 0.3 |
| ไก่ทอด | 1 | 0.3 |
| ข้าวซอยไก่ | 2 | 0.5 |
| ปิ้งย่าง | 1 | 0.3 |
| แกงโฮะ | 4 | 1.1 |
| ตำมะเขือ | 3 | 0.8 |
| ลาบปลา | 1 | 0.3 |
| น้ำพริกปลาทู | 1 | 0.3 |
| จอบผักกาด | 3 | 0.8 |
| แคบหมู | 13 | 3.5 |
| ส้มมะเขือ | 2 | 0.5 |
| ส้ม | 7 | 1.9 |
| ส้มตำ | 5 | 1.4 |
| หมูย่าง | 3 | 0.8 |
| ปลาปิ้ง | 1 | 0.3 |
| หมูทอด | 3 | 0.8 |
| หมูยอ | 2 | 0.5 |
| เนื้อเค็ม | 1 | 0.3 |
| ส้มแตง | 1 | 0.3 |

ตารางที่ 8 (ต่อ)

| อาหารที่ชอบ | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------|------------|------------|
| แกงส้มปื้ | 1 | 0.3 |
| น้ำพริกกะปิ | 1 | 0.3 |
| ยำยอดมะม่วง | 1 | 0.3 |
| แกงผักเหือด | 1 | 0.3 |
| จอกผักหนาม | 1 | 0.3 |
| ยำมะม่วง | 3 | 0.8 |
| จอกผักปลัง | 1 | 0.3 |
| ยำมะเขือ | 1 | 0.3 |
| ไส้หมูปิ้ง | 1 | 0.3 |
| ไก่ย่าง | 2 | 0.5 |
| ต้มไก่ | 1 | 0.3 |
| แกงปลา | 1 | 0.3 |
| ไม่ระบุ | 82 | 22.2 |
| รวม | 370 | 100 |

ตารางที่ 9 อาหารพื้นเมืองที่นักท่องเที่ยวชอบรับประทานเป็นลำดับที่ 3

| อาหารที่ชอบ | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------|-------|--------|
| ไส้อั่ว | 24 | 6.5 |
| ลาบหมู | 17 | 4.4 |
| น้ำพริกหนุ่ม | 17 | 4.6 |
| แกงฮังเล | 16 | 4.3 |
| แกงแค | 16 | 4.3 |
| น้ำพริกอ่อง | 14 | 3.8 |
| น้ำเงี้ยว | 9 | 2.4 |
| ลาบไก่ | 1 | 0.3 |

ตารางที่ 9 (ต่อ)

| อาหารที่ชอบ | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------|-------|--------|
| ลาบควาย | 2 | 0.5 |
| น้ำพริก | 6 | 1.6 |
| ส้ม | 2 | 0.6 |
| แกงผักหวาน | 2 | 0.5 |
| หูลู่ | 1 | 0.3 |
| น้ำพริกตาแดง | 2 | 0.5 |
| ยำหน่อไม้ | 1 | 0.3 |
| ตำขมุน | 1 | 0.3 |
| แกงอ่อม | 8 | 2.2 |
| ข้าวซอยไก่ | 3 | 0.8 |
| แกงผักกาด | 2 | 0.5 |
| ตำถั่วแปบ | 1 | 0.3 |
| ยำ | 1 | 0.3 |
| น้ำพริกน้ำปู | 4 | 1.1 |
| ห่อหนึ่ง | 1 | 0.3 |
| น้ำพริกปลาจี่ | 1 | 0.3 |
| ข้าวซอยไก่ | 2 | 0.5 |
| แกงโฮะ | 4 | 1.1 |
| ตำมะเขือ | 1 | 0.3 |
| ลาบปลา | 1 | 0.3 |
| จอบผักกาด | 4 | 1.1 |
| แคบหมู | 15 | 4.1 |
| ส้มมะเขือ | 2 | 0.5 |
| ลาบวัว | 1 | 0.3 |
| น้ำพริกข่า | 1 | 0.3 |

ตารางที่ 9 (ต่อ)

| อาหารที่ชอบ | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------|------------|--------------|
| หมูย่าง | | |
| ปลาปิ้ง | 2 | 0.5 |
| หมูทอด | 1 | 0.3 |
| จิ้มส้ม | 6 | 1.6 |
| ผักนึ่ง | 3 | 0.8 |
| ผัดซีอิ้ว | 1 | 0.3 |
| หมูยอ | 1 | 0.3 |
| ต้มขม | 1 | 0.3 |
| ส้มแดง | 4 | 1.1 |
| น้ำพริกกะปิ | 1 | 0.3 |
| ยำยอดมะม่วง | 1 | 0.3 |
| ยำมะม่วง | 1 | 0.3 |
| แกงเขียวหวาน | 1 | 0.3 |
| ขนมจีนน้ำยา | 1 | 0.3 |
| ไก่ย่าง | 1 | 0.3 |
| น้ำพริกปลา | 1 | 0.3 |
| ต้มยำ | 1 | 0.3 |
| ก้อย | 1 | 0.3 |
| | 1 | 0.3 |
| รวม | 158 | 42.7 |
| รวมทั้งสิ้น | 370 | 100.0 |

ตอนที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นเกี่ยวกับร้านอาหารพื้นเมืองที่มีศักยภาพรองรับนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 10 จังหวัดเชียงรายมีร้านอาหารพื้นเมืองที่มีศักยภาพรองรับนักท่องเที่ยว

| ประเด็น | \bar{X} | S.D |
|---|-----------|-------|
| การนำเสนออาหาร/เมนูอาหาร | 2.41 | 0.435 |
| 1. มีการนำเสนอข้อมูลด้านภูมิปัญญาของอาหารชนิดนั้นๆ | 2.40 | 0.645 |
| 2. มีการนำเสนออาหาร (Set) | 2.44 | 0.635 |
| 3. จัดทำชื่อและรายละเอียดของอาหารแต่ละชนิดเป็นภาษาต่างประเทศพร้อมรูปภาพประกอบ | 2.36 | 0.702 |
| 4. นำเสนอคุณค่าทางโภชนาการของอาหารพื้นเมืองชนิดนั้นๆ | 2.41 | 0.675 |
| 5. จัดตกแต่งจานอาหารดูดี น่ารับประทาน | 2.46 | 0.625 |
| 6. แฉ่งราคาในรายการอาหารชัดเจน | 2.42 | 0.647 |
| การบริการ | 2.36 | 0.466 |
| 1. ความรวดเร็วของการออกอาหาร | 2.37 | 0.640 |
| 2. พนักงานแต่งกายสะอาด | 2.40 | 0.610 |
| 3. การแต่งกายของพนักงานบริการเหมาะสมกับร้านอาหารพื้นเมือง | 2.35 | 0.664 |
| 4. ให้บริการอาหารเป็นชุด (จัดสำรับไว้บริการ) | 2.32 | 0.615 |
| ลักษณะของอาหาร | 2.41 | 0.405 |
| 1. รสชาติของอาหารคงเอกลักษณ์ตามตำรับดั้งเดิมของอาหารพื้นเมือง | 2.41 | 0.607 |
| 2. สีและกลิ่นของอาหารคงเอกลักษณ์อาหารพื้นเมือง | 2.42 | 0.603 |
| 3. รสชาติของอาหารได้มาตรฐาน สม่ำเสมอ | 2.44 | 0.606 |
| 4. มีการประยุกต์ตำรับอาหาร | 2.41 | 0.616 |
| 5. ปริมาณการจัดเสิร์ฟเหมาะสม | 2.35 | 0.572 |

ตารางที่ 10 (ต่อ)

| ประเด็น | \bar{X} | S.D |
|--|-------------|--------------|
| คุณภาพวัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหาร | 2.42 | 0.476 |
| 1. ความสดของวัตถุดิบ | 2.40 | 0.606 |
| 2. ความสะอาดของวัตถุดิบ | 2.44 | 0.579 |
| 3. ความสะอาดของผัก-ผลไม้สดที่จัดเสิร์ฟ | 2.41 | 0.620 |
| อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ | 2.33 | 0.431 |
| 1. สะอาด | 2.31 | 0.597 |
| 2. ใช้งานปลอดภัย ได้มาตรฐาน เช่น ถ้วย จานกระเบื้อง | 2.34 | 0.596 |
| 3. เหมาะสมกับสภาพการใช้งาน | 2.38 | 0.623 |
| 4. สวยงาม/เข้าชุดกัน | 2.29 | 0.651 |
| สิ่งอำนวยความสะดวก | 2.22 | 0.394 |
| 1. ห้องน้ำสะอาด แยกชาย/หญิง | 2.33 | 0.638 |
| 2. มีสบู่สำหรับล้างมือเพียงพอ | 2.19 | 0.689 |
| 3. มีที่จอดรถสะดวกเพียงพอ | 2.22 | 0.644 |
| 4. มีแผนที่ของร้านอาหาร หรือมีป้ายบอกทางไปร้านอาหาร | 2.22 | 0.663 |
| 5. พนักงานสามารถให้ข้อมูลอื่นๆ เช่น แหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ ตามที่ลูกค้าต้องการได้ชัดเจน | 2.23 | 0.675 |
| 6. มีการประชาสัมพันธ์ร้านอาหารในสื่อต่างๆ | 2.07 | 0.686 |
| 7. มีบริการส่งของโต๊ะล่วงหน้า | 2.16 | 0.679 |
| 8. สามารถสอบถามรายการอาหารพร้อมราคาได้ทางโทรศัพท์ | 2.29 | 0.704 |

ตารางที่ 11 ลักษณะของอาหารและร้านอาหารพื้นเมืองที่นักท่องเที่ยวต้องการ

| ประเด็น | \bar{X} | S.D |
|---|-------------|--------------|
| ลักษณะของอาหารที่ต้องการ | 2.41 | 0.402 |
| 1. สะอาด | 2.46 | 0.621 |
| 2. รสชาติอร่อย คงเอกลักษณ์ล้านนา | 2.40 | 0.648 |
| 3. เป็นอาหารสุขภาพ | 2.30 | 0.672 |
| 4. สีสันของอาหารคงเอกลักษณ์ล้านนา | 2.33 | 0.700 |
| 5. มีอาหารหลากหลาย | 2.43 | 0.701 |
| 6. เก็บไว้ได้นาน เพื่อนำไปเป็นของฝาก | 2.37 | 0.702 |
| 7. ใช้ผักพื้นบ้านประกอบอาหาร | 2.50 | 0.581 |
| 8. ปรับรสชาติของอาหารให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยว | 2.51 | 0.595 |
| ลักษณะของร้านอาหารพื้นเมืองที่ต้องการ | 2.38 | 0.417 |
| 1. สถานที่เพียงพอที่จะรองรับลูกค้าได้จำนวนมาก | 2.38 | 0.597 |
| 2. สภาพแวดล้อมของร้านสะอาด | 2.39 | 0.634 |
| 3. จัดบรรยากาศภายในร้านแบบล้านนา | 2.40 | 0.623 |
| 4. มีการแสดงศิลปวัฒนธรรมแบบล้านนา | 2.25 | 0.706 |
| 5. ดนตรี/เพลงเหมาะสมกับร้านอาหารพื้นเมือง | 2.40 | 0.604 |
| 6. เป็นร้านอาหารที่เป็นที่นิยมของคนในท้องถิ่น | 2.43 | 0.609 |
| 7. มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถเพียงพอ สะดวก สะอาด ปลอดภัย | 2.42 | 0.656 |
| 8. ร้านอาหารอยู่บนเส้นทางรถท่องเที่ยว | 2.40 | 0.677 |

ตารางที่ 12 ความนิยมของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหารและร้านอาหารพื้นเมือง

| ประเด็น | | |
|---|-----------|-------|
| | \bar{X} | S.D |
| ความนิยมของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหารพื้นเมือง | 2.31 | 0.389 |
| ท่านนิยมอาหารพื้นเมืองประเภทใด | | |
| 1. น้ำพริก เช่น น้ำพริกหนุ่ม น้ำพริกตาแดง น้ำพริกน้ำปู น้ำพริกอ่อน น้ำพริกข่า | 2.43 | 0.661 |
| 2. ยำ เช่น ยำ (ตำ) ขนุน ยำมะม่วง ยำยอดมะม่วง ยำผักเสียด ตำมะเขือ ตำถั่วแปบ | 2.15 | 0.712 |
| 3. ลาบ เช่น ลาบหมู ลาบปลา ลาบเนื้อ (วัว, ควาย) ลาบไก่ | 2.19 | 0.764 |
| 4. แกง เช่น แกงแค แกงอ่อม แกงผักหวาน แกงผักกาด แกงขนุน แกงฮังเล | 2.19 | 0.703 |
| 5. ส้า เช่น ส้ามะเขือ ส้าเนื้อ (วัว, ควาย) ส้าป่าแดง (แตงกวา) | 2.34 | 0.666 |
| 6. ปิ้ง หรือ ย่าง เช่น ไล่ั่ว หมูปิ้ง/ย่าง ปลาปิ้ง | 2.44 | 0.641 |
| 7. ทอด เช่น หมูทอด (จิ้นทอด) ปลาทอด ไก่ทอด | 2.36 | 0.666 |
| 8. จอ เช่น จอผักกาด จอผักปลัง จอผักหนาม จอผักกูด | 2.32 | 0.673 |
| ความนิยมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อร้านอาหาร | 2.57 | 0.444 |
| พื้นเมือง ท่านนิยมร้านอาหารพื้นเมืองประเภทใด | | |
| 9. ร้านขนาดเล็ก ที่ทำอาหารสำเร็จแล้วตักขายให้กับ ลูกค้า | 2.5 | 0.681 |
| 10. ร้านขนาดกลางที่ขายตามเมนู มีการปรุงอาหาร หลังจากได้รับคำสั่ง (Order) จากลูกค้า | 2.62 | 0.559 |
| 11. ร้านขนาดใหญ่ มีลักษณะเป็นร้านอาหารในสวน (สวนอาหาร) | 2.62 | 0.588 |
| 12. ร้านชั้นโตกดินเนอร์ ที่มีการแสดงศิลปวัฒนธรรม | 2.54 | 0.651 |

ตารางที่ 13 แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับ
นักท่องเที่ยว

| ประเด็น | \bar{X} | S.D |
|--|--|--------------|
| | 1. ประชาสัมพันธ์อาหารและร้านอาหารพื้นเมืองทั้งในด้าน ลักษณะและวิธีรับประทาน | 2.39 |
| 2. จัดทำแผนที่หรือป้ายบอกที่ตั้งร้านอาหารพื้นเมืองให้ ชัดเจน | 2.46 | 0.612 |
| 3. พัฒนาการสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศ ของ พนักงานบริการ | 2.35 | 0.630 |
| 4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น จังหวัด ชมรมภัตตาคาร ร้านอาหาร ฯลฯ ส่งเสริมอาหารพื้นเมือง | 2.38 | 0.633 |
| 5. สนับสนุนส่งเสริมให้อาหารพื้นเมืองเป็นเอกลักษณ์ของ จังหวัดเชียงราย | 2.36 | 0.646 |
| 6. สนับสนุนส่งเสริมให้อาหารพื้นเมืองเป็นของฝากจาก เชียงราย | 2.38 | 0.638 |
| 7. ส่งเสริมให้ร้านอาหารทุกร้าน มีรายการอาหารพื้นเมือง | 2.35 | 0.652 |
| 8. จัดทำชื่อและรายละเอียดของอาหารพื้นเมืองเป็น ภาษาต่างประเทศ | 2.30 | 0.659 |
| 9. สร้างความประทับใจครั้งแรกด้วยอาหารพื้นเมือง โดย มือแรกในเชียงรายต้องเป็นอาหารพื้นเมือง | 2.42 | 0.617 |
| 10. ปรับปรุงรสชาติของอาหารพื้นเมืองให้เหมาะสมกับ กลุ่มนักท่องเที่ยว | 2.36 | 0.657 |
| 11. พนักงานแต่งชุดล้านนา และมีมารยาทแบบไทยๆ | 2.33 | 0.666 |
| 12. ประชาสัมพันธ์ร้านอาหารพื้นเมืองที่ได้มาตรฐานในสื่อ ต่างๆ | 2.29 | 0.671 |
| รวม | 2.37 | 0.441 |

ภาคผนวก ง ภาพกิจกรรม

จัดเวทีเสวนาเพื่อชี้แจงโครงการ และขอข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับศักยภาพและความพร้อม
ของร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

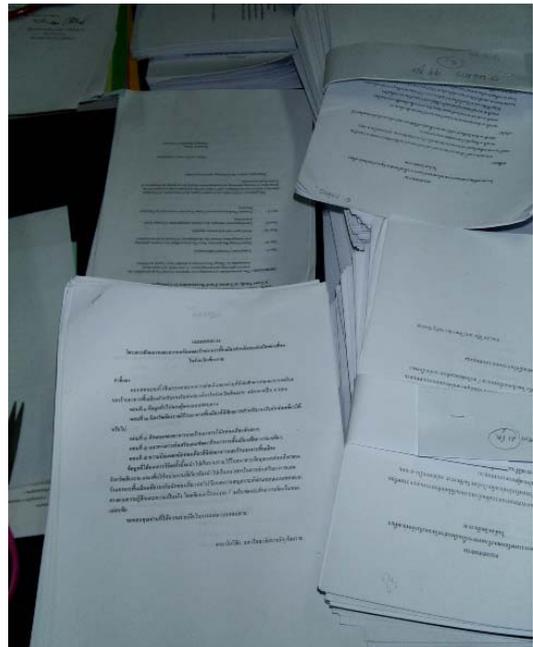
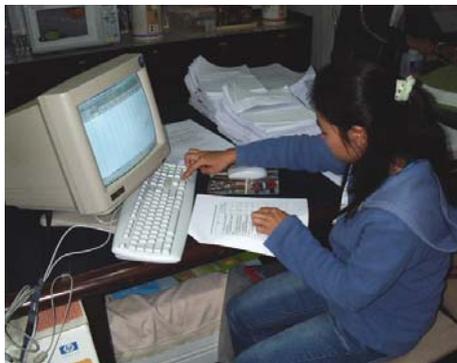


สำรวจร้านอาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงราย





วิเคราะห์ข้อมูล



เวทีเสวนาตรวจสอบข้อมูลโดยผู้ประกอบการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง



ภาคผนวก จ
ประวัตินักวิจัย

| | |
|------------------------|---|
| ชื่อ – สกุล | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศรีสมร คุณากรบดินทร์ |
| ภาษาอังกฤษ | Asst.Prof. Srisamorn Khunakornbodin |
| ที่อยู่ | 197/100 หมู่บ้านลินธานี 5 ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 57100 |
| โทรศัพท์ | 0-5377-6114, 0-6913-1508 E-mail srisamornk@yahoo.com |
| หน่วยงานสังกัด | โปรแกรมวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ ศูนย์วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย |
| ตำแหน่งปัจจุบัน | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ระดับ 8 |
| ประวัติการศึกษา | - ปกศ. สูง วิทยาลัยครูเชียงใหม่ - กศ.บ. (ภาษาอังกฤษ) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร กรุงเทพมหานคร - กศ.ม. (บรรณารักษศาสตร์) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร กรุงเทพมหานคร |
| ประวัติการทำงาน | - อาจารย์ประจำโรงเรียนแม่จันวิทยาคม อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย - อาจารย์ วิทยาลัยครูเชียงราย - ผู้ช่วยศาสตราจารย์ระดับ 8 มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย - หัวหน้าภาควิชาบรรณารักษศาสตร์ วิทยาลัยครูเชียงราย - หัวหน้าฝ่ายจัดหลักสูตรและการอบรมการแพทย์แผนไทย วิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้าน - กรรมการตรวจสอบการประกันคุณภาพ ภายใน มหาวิทยาลัย ราชภัฏเชียงราย - กรรมการตรวจรูปแบบวิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย |
| ผลงาน | - การสร้างเลขหมู่ระบบทศนิยมของดิวงษ์ฉบับพิมพ์ครั้งที่ 20 - สารนิเทศเพื่อการศึกษาค้นคว้า - การเขียนรายงานการค้นคว้า |

- การส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากพืชพื้นบ้าน ในตำบลทุ่งก่อ กิ่ง อำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย สนับสนุนงบประมาณโดยทบวงมหาวิทยาลัย
- การศึกษาการยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่น กรณีศึกษา ถั่วเน่า สนับสนุนงบประมาณ โดย สวทช.
- เตาอบถั่วเน่าประหยัดพลังงาน สนับสนุนงบประมาณโดยมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- การพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตถั่วเน่าในจังหวัดเชียงราย สนับสนุนงบประมาณโดยคณะกรรมการการอุดมศึกษา
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารและเครื่องดื่ม สนับสนุนงบประมาณโดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
- การพัฒนาตำรับชุดอาหารสุขภาพไทยจากท้องถิ่นสู่ครัวโลก
ระยะสืบค้น : กรณี ศึกษาลาบเมือง จังหวัดเชียงราย
สนับสนุนงบประมาณโดยคณะกรรมการการอุดมศึกษา
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารและเครื่องดื่ม
สนับสนุนงบประมาณโดย คณะกรรมการมาตรฐานและ
พัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ในคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล
หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ พ.ศ. 2547
- การพัฒนาคุณภาพมาตรฐานด้านสุขลักษณะของลาบเมืองเชียงราย
สู่ชนโตกเพื่อสุขภาพ
- การพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตแคบหมูในจังหวัดเชียงราย

| | |
|-----------------|--|
| ชื่อ – นามสกุล | ผู้ช่วยศาสตราจารย์มาลี หมวกกุล |
| ภาษาอังกฤษ | Asst.Prof. Malee Moakkul |
| ที่อยู่ | 197/115 หมู่บ้านสินธานี 5 ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 57100 |
| โทรศัพท์ | 0-5377-6114, 0-9635-9956 E-mail profmalee@yahoo.com |
| หน่วยงานสังกัด | โปรแกรมวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ศูนย์วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย |
| ตำแหน่งปัจจุบัน | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ระดับ 8 |
| ประวัติการศึกษา | - กศ.บ. (คหกรรมศาสตร์) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร กรุงเทพมหานคร - ศศ.ม. (ผ้าและเครื่องแต่งกาย) คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพมหานคร |
| ประวัติการทำงาน | - อาจารย์ คหกรรมศาสตร์ โรงเรียนมัธยมสาธิตมหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร - อาจารย์ 3 วิทยาลัยครูเชียงราย - ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ระดับ 8 มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย - หัวหน้าฝ่ายฝึกอบรมสำนักบริการวิชาการแก่สังคม - หัวหน้าโปรแกรมวิชาคหกรรมศาสตร์ - รองผู้อำนวยการศูนย์วิจัยและพัฒนาการแพทย์พื้นบ้าน - รองผู้อำนวยการสำนักงานอธิการบดี - ผู้อำนวยการวิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้าน - ผู้รับผิดชอบศูนย์วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น มหาวิทยาลัย ราชภัฏเชียงราย - ประธานเครือข่ายวิทยากรท้องถิ่นด้านสุขลักษณะที่ดีในการผลิตอาหาร ระดับภาคเหนือ - ผู้ประสานงานชุดโครงการการวิจัยและพัฒนาขั้นโตกเพื่อสุขภาพ สู่ครัวโลก |

ผลงาน

- วิทยากร เรื่องการบรรจุภัณฑ์ในจังหวัดเชียงราย
- วิทยากรอบรมเพื่อส่งเสริมอาชีพให้แก่ชุมชน โดยความร่วมมือขององค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย
- วิทยากร การพัฒนาเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น
- โครงการ ความร่วมมือการวิจัยด้านสิ่งแวดล้อม กับ มหาวิทยาลัยไอจี ประเทศญี่ปุ่น
- ผลของสารฟอกขาวที่มีต่อสีย้อมผ้าฝ้าย สนับสนุนงบประมาณโดย สภาวิจัยแห่งชาติ
- ผลของจำนวนชั้นผ้าห่มที่นอนต่อการเผาไหม้ สนับสนุนงบประมาณโดยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- คุณภาพสีย้อมผ้าฝ้ายพื้นเมืองในจังหวัดเชียงราย สนับสนุนงบประมาณโดยสภาวิจัยแห่งชาติ
- กระดาษจากใบไม้ในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย สนับสนุนงบประมาณโดยมหาวิทยาลัย ไอจี ประเทศญี่ปุ่น นำเสนอผลการวิจัยระดับนานาชาติ
- การศึกษาการย้อมระดับภูมิปัญญาท้องถิ่น กรณีศึกษา ถั่วเน่า สนับสนุนงบประมาณโดย สวทช.
- การส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากพืชพื้นบ้านใน ตำบลทุ่งก่อ กิ่งอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย สนับสนุนงบประมาณโดยทบวงมหาวิทยาลัย
- เตาอบถั่วเน่าแผ่นประหยัดพลังงาน สนับสนุนงบประมาณโดยมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- การพัฒนาคุณภาพการผลิตกระดาษจากใบสับปะรดในระบบธุรกิจชุมชน สนับสนุนงบประมาณโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
- ผลิตภัณฑ์กระดาษจากใบสับปะรด สนับสนุนงบประมาณโดยมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- ภูมิปัญญาการทำเครื่องสักการะล้านนา สนับสนุนงบประมาณโดยมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

- การพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตถั่วเน่าในจังหวัดเชียงราย
สนับสนุนงบประมาณโดย สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารและเครื่องดื่ม สนับสนุน
งบประมาณโดย กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
- การพัฒนาตำรับชุดอาหารสุขภาพไทยจากท้องถิ่นสู่ครัวโลก
ระยะสี่ปี : กรณี ศึกษาลําเมือง จังหวัดเชียงราย สนับสนุน
งบประมาณโดย สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา
- การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านห้วยเคียน ต.ทุ่งก่อ
กิ่ง อ.เวียงเชียงรุ้ง จ.เชียงราย สนับสนุนงบประมาณโดย
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารและเครื่องดื่ม สนับสนุน
งบประมาณโดย คณะกรรมการมาตรฐานและพัฒนาคุณภาพ
ผลิตภัณฑ์ ในคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
แห่งชาติ พ.ศ. 2547
- การพัฒนาขั้นโตกเพื่อสุขภาพสู่ครัวโลก : กรณีศึกษาสบันงาขั้นโตก
- การพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตแคบหมูในจังหวัดเชียงราย

| | |
|------------------------------|---|
| ชื่อ – สกุล | นางสาววาสนา เสภา |
| ภาษาอังกฤษ | Miss Wassana Sapha |
| ที่อยู่ | 16 หมู่ 2 ตำบลสันมะค่า อำเภอป่าแดด จังหวัดเชียงราย 57190 |
| โทรศัพท์สำนักงาน | 0-5377-6114, 0-9784-5045 E-Mail wasana_nang1@hotmail.com |
| หน่วยงานที่สังกัด | ศูนย์วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย |
| ตำแหน่งปัจจุบัน | ผู้ช่วยนักวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย |
| ประวัติการศึกษา | <ul style="list-style-type: none"> - มัธยมศึกษาตอนต้นโรงเรียนบ้านวังผา อำเภอป่าแดด จังหวัดเชียงราย - มัธยมศึกษาตอนปลายโรงเรียนป่าแดดวิทยาคม อำเภอป่าแดด จังหวัดเชียงราย - วท.บ. (คหกรรมศาสตร์ทั่วไป) มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย |
| ประวัติการทำงาน | <ul style="list-style-type: none"> - ผู้ช่วยนักวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย |
| ประวัติดำเนินงานวิจัย | <ul style="list-style-type: none"> - การศึกษายกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่น กรณีศึกษาถั่วเน่า - การส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากพืชผักพื้นบ้าน ในตำบลทุ่งก่อ กิ่ง อำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย - เตาอบถั่วเน่าประหยัดพลังงาน - การพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตถั่วเน่าในจังหวัดเชียงราย - การพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารและเครื่องดื่ม สนับสนุนงบประมาณโดย กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม - การพัฒนาตำรับชุดอาหารสุขภาพไทยจากท้องถิ่นสู่ครัวโลก ระยะสี่ปี : กรณีศึกษาลาบเมือง จังหวัดเชียงราย - การพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารและเครื่องดื่ม สนับสนุนงบประมาณโดย คณะกรรมการมาตรฐานและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ในคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ พ.ศ. 2547 - การพัฒนาคุณภาพมาตรฐานด้านสุขลักษณะของลาบเมืองเชียงราย สู่ชนโตกเพื่อสุขภาพ - การพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตแคบหมูในจังหวัดเชียงราย |