

ชื่อเรื่อง : การรับรู้อัตลักษณ์อาหารพื้นเมืองเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ส่งผลต่อการ

กลับมาเที่ยวซ้ำในพื้นที่เขตเทศบาลนครเชียงราย จังหวัดเชียงราย

ชื่อผู้วิจัย : นางสาวมนสิชา ชาวคำ และคณะ

สาขาวิชา/คณะ : สาขาวิชาการโรงแรม คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยประจำปีงบประมาณ : 2568

ระยะเวลาที่ดำเนินการวิจัยปี : (มกราคม พ.ศ.2568 ถึง มกราคม พ.ศ. 2569)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาการรับรู้อัตลักษณ์อาหารพื้นเมืองเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทย (2) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้อัตลักษณ์อาหารพื้นเมืองที่ส่งผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำ และ (3) เพื่อหาแนวทางพัฒนาการรับรู้อาหารพื้นเมืองเชียงรายในพื้นที่เขตเทศบาลนครเชียงราย จังหวัดเชียงราย เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณคือนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 398 คน ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นเมือง หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และนักวิชาการ รวม 15 คน คัดเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา สถิติเชิงอนุมาน การวิเคราะห์จัดกลุ่ม (Cluster Analysis) และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยรับรู้อัตลักษณ์อาหารพื้นเมืองเชียงรายในระดับสูง โดยให้ความสำคัญกับรสชาติ ความเป็นอาหารท้องถิ่นแท้ และการใช้วัตถุดิบธรรมชาติเป็นหลัก

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า การรับรู้อัตลักษณ์อาหารพื้นเมืองเชียงรายมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำอย่างมีนัยสำคัญ และสามารถจำแนกนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่เน้นรสชาติและความถี่ในการบริโภค และกลุ่มที่เน้นการเรียนรู้วัฒนธรรมและการรับรู้ผ่านช่องทางออนไลน์

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 พบว่า แนวทางการพัฒนาการรับรู้อาหารพื้นเมืองเชียงรายควรมุ่งเน้นการรักษามาตรฐานรสชาติ ความสดใหม่ และความสะอาดปลอดภัยของอาหารควบคู่กับการกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่สอดคล้องกับกลุ่มนักท่องเที่ยวแต่ละประเภท

คำสำคัญ: อัตลักษณ์อาหารพื้นเมือง; การรับรู้ของนักท่องเที่ยว; การกลับมาเที่ยวซ้ำ; การวิเคราะห์จัดกลุ่ม; เชียงราย

Research Title : The perception of Chiang Rai's local food by Thai tourists and its impact on their return visits to Chiang Rai Municipality, Chiang Rai Province.

Author : Monsicha Saokham et al.

Faculty : Hotel Program, Faculty of Tourism and Hotel

Fiscal Year : 2025

Year of Research : (January 2025 – January 2026)

Abstrat

This research aimed to study (1) examine Thai tourists' perceptions of Chiang Rai local food identity, (2) analyze the relationship between perceived local food identity and revisit intention, and (3) propose guidelines for developing perceptions of Chiang Rai local food identity in the Chiang Rai Municipality area, Chiang Rai Province. The sample was 398 Thai tourists visiting the Chiang Rai Municipality area and 15 key informants, including local food restaurant operators, relevant agency representatives, and academics. They were selected by stratified sampling for the quantitative sample and purposive sampling for the qualitative informants. The instrument for collecting data were a questionnaire and a semi-structured interview. Analysis data by Descriptive statistics Inferential statistics, cluster analysis, and Content Analysis. The research results were found as follows;

1. Thai tourists perceived Chiang Rai local food identity at a high level, particularly in terms of taste, authenticity of local cuisine, and the use of natural local ingredients.
2. Perceived local food identity had a statistically significant relationship with revisit intention. Tourists could be classified into two distinct groups: those emphasizing taste and consumption frequency, and those focusing on cultural learning and online information channels.
3. The development of Chiang Rai local food perception should prioritize maintaining standards of taste, freshness, and food safety, alongside implementing differentiated marketing strategies tailored to specific tourist segments.

Keywords: Local food identity; Tourist perception; Revisit intention; Cluster analysis; Chiang Rai