

ชื่อเรื่อง	ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจร้านอาหารพื้นเมือง (กินเช้าค่ำ) ในจังหวัดนครราชสีมา
นักวิจัย	ปาริยาตา พรหมเสน
หน่วยงาน	โปรแกรมวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและธุรกิจบริการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ปีที่เสร็จ	2555

### บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจร้านอาหารพื้นเมือง (กินเช้าค่ำ) จังหวัดนครราชสีมา เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินธุรกิจกินเช้าค่ำของจังหวัดนครราชสีมา และเพื่อจัดทำแผนการดำเนินธุรกิจร้านอาหารพื้นเมือง/(กินเช้าค่ำ)/ของจังหวัดนครราชสีมา ที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ คือ ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและมีรายได้อยู่ระหว่าง 10,000-20,000 บาท

นักท่องเที่ยวมีความต้องการและให้ความสำคัญต่อธุรกิจร้านอาหารพื้นเมือง (กินเช้าค่ำ) ในจังหวัดนครราชสีมา ในด้านผลิตภัณฑ์ ภาพรวมในระดับมากที่สุด โดยประเด็นที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ อาหารที่ขายในร้านอาหารพื้นเมืองควรมีรสชาติอร่อยและยังรสชาติดั้งเดิมของท้องถิ่น ด้านราคา ภาพรวมในระดับมาก โดยประเด็นที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ การแสดงราคาอาหารไว้ชัดเจนในร้าน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ภาพรวมในระดับมาก โดยประเด็นที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ การเดินทางไปยังร้านอาหารควรมีความสะดวกและมีป้ายบอกทางชัดเจน ด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมในระดับมาก โดยประเด็นที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ควรมีโปรโมชั่นพิเศษสำหรับการมาเป็นหมู่คณะ ด้านบุคลากร ภาพรวมในระดับมากที่สุด โดยประเด็นที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ พนักงานควรมีการให้บริการอย่างรวดเร็ว ด้านกระบวนการให้บริการ ภาพรวมในระดับมากที่สุด โดยประเด็นที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ลูกค้าควรได้รับอาหารอย่างถูกต้องรวดเร็วตามรายการอาหารที่สั่ง ด้านลักษณะทางกายภาพ ภาพรวมในระดับมากที่สุด โดยประเด็นที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ สภาพและลักษณะของร้านมีความปลอดภัย สะอาดและสวยงาม

**คำสำคัญ:** ความต้องการ นักท่องเที่ยว ธุรกิจร้านอาหารพื้นเมือง รูปแบบการดำเนินธุรกิจ “กินเช้าค่ำ”

Title	Tourist needs towards to local food business (Kin Kaw Kam) in Nakhonrachasima province
Researcher	Miss Praitia Promsen
Institute	Tourism Program Faculty of Management Science Nakhonratchasima Rajabhat University
Year	2012

#### ABSTRACT

The Objectives of this research were to study Tourist'need towards to local food business (Kin Kaw Kam) in Nakhonrachasima province. to study the business model (Kin Kaw Kam) in Nakhonrachasima province and To prepare a business plan, local restaurants (Kin Kaw Kam) in Nakhonrachasima province compliance with To tourists. The research tool was questionnaire survey. Four hundred Thai tourists in Nakhonrachasima province were randomized as the samples of this research. The data were analyzed by basic statistics : percentage, means standard deviation and t-test. The results of this research revealed :

The tourists were females between 31-40 years old and single status. They were private company officers lived in North East part of Thailand. Their income were 10,000-20,000 baht.

The tourists in average of need and level of tourists important towards to local food business (Kin Kaw Kam) in Nakhonrachasima province with the products factor at the highest level; otherwise, the most issue was Tastes of local foods remain traditionally unique. The price factor at a high level and the most issue was price lists are shown in menu. The place factor at a high level and the most issue was comfortable to visit and signs provided are seen along the roads. The promotion factor at the highest level and the most issue was the restaurants have extra promotion for tour groups. The person factor at the highest level and the most issue was food serving is on time. The process factor at the highest level and the most issue was service is on time and be correctly. The Physical Evidence factor at the highest level and the most issue was safety ,clean and beautiful.

Key words: The need ,tourist , Local food business , "Kin Kaw Kam" business model