

ปัจจัยการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ
ของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี

ยุพิน อินทะนนท์

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

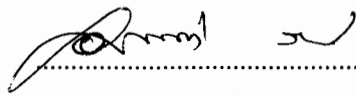
คณะกรรมการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา

เมษายน 2555

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

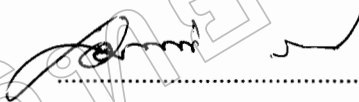
อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์ ได้พิจารณางาน
นิพนธ์ของ ยุพิน อินทนนท์ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม หลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของ
มหาวิทยาลัยบูรพาได้

อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์

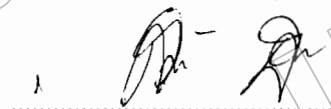


.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชadi สุนทรสมย์)

คณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์



.....ประธาน
(รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชadi สุนทรสมย์)

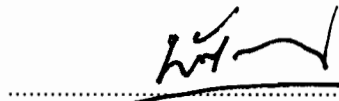


.....กรรมการ
(ดร.สมบัติ ชำรงสินถาวร)



.....กรรมการ
(ศาสตราจารย์ ดร.อุทิศ ศิริวรรณ)

คณะกรรมการจัดการและทอ่งเกี่ยวข้องอนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม ของมหาวิทยาลัยบูรพา



.....คณบดีคณะกรรมการจัดการและทอ่งเกี่ยวข้อง
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พชนี นนทศักดิ์)

วันที่ 31 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2555

ประกาศคุณูปการ

งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชาคี
สุนทรสมัย ประธานกรรมการที่ปรึกษางานนิพนธ์ ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำแนวทางที่ถูกต้อง
ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆด้วยความละเอียดถี่ถ้วน และเอาใจใส่เป็นอย่างดี ทำให้งานนิพนธ์
ฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ
โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ คุณแม่ ก้องคำ อินทะนนท์และคุณพ่อ ก้องวัน อินทะนนท์ ผู้เป็นที่
เคารพรักยิ่ง ที่ให้ความรัก ความอบอุ่นและความรู้ และเป็นกำลังใจและเป็นแรงผลักดันให้เข้มแข็ง
ในการศึกษาตลอดมา

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ ผู้ประสิทธิ์ ประสาทวิชาทุกท่าน ขอขอบคุณบุคลากร
เจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัยทุกท่านที่อำนวยความสะดวกในการทำงานนิพนธ์ และขอขอบคุณรุ่นพี่
รุ่นน้องและเพื่อน ๆ ที่ได้แบ่งปันความรู้ กำลังใจ ซึ่งกันและกัน รวมถึงทุกท่านที่มีได้เอย่ยนามในที่นี้
ที่มีส่วนช่วยเหลือและให้กำลังใจ ในการทำงานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากงานนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอบเป็นสิ่งบูชาพระคุณของ
บิดา มารดา รวมถึง ครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณของผู้วิจัยทุกท่าน หากมีข้อบกพร่องประการใด
ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้เพื่อปรับปรุงในโอกาสต่อไปด้วยความขอบคุณ

ยุพิน อินทะนนท์

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4-1 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไป.....	36
4-2 จำนวนและร้อยละในระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา การรับประทานอาหารท้องถิ่น ภาคเหนือบ่อยเพียงใด.....	39
4-3 จำนวนและร้อยละอะไรเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจให้เลือกรับประทานอาหารท้องถิ่น ภาคเหนือที่ร้านอาหารนั้น ๆ.....	40
4-4 ร้านอาหารทำการเลือกอยู่ใกล้ที่ไหนมากที่สุด.....	40
4-5 จำนวนและร้อยละถ้าของการเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือที่ร้าน โดยทั่วไปแล้วใช้เวลาอยู่ที่ร้านประมาณเท่าไร.....	41
4-6 จำนวนและร้อยละ โดยส่วนใหญ่ ไปรับประทานอาหารครั้งละกี่คน.....	41
4-7 จำนวนและร้อยละ โดยส่วนใหญ่ ไปรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือที่ร้าน กับใคร.....	42
4-8 จำนวนและร้อยละค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้งต่อคนต่อมื้อประมาณเท่าไร.....	42
4-9 จำนวนและร้อยละเหตุผลหลักที่เลือก ไปรับประทานท้องถิ่นภาคเหนือที่ร้าน คืออะไร.....	43
4-10 จำนวนและร้อยละบุคคลใดมีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหาร ท้องถิ่นภาคเหนือที่จะไปรับประทาน.....	44
4-11 จำนวนและร้อยละเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือที่ร้านอาหาร ในช่วงเวลาใด ระหว่างวันจันทร์-วันศุกร์.....	44
4-12 จำนวนและร้อยละท่านเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือที่ร้านอาหารใน ช่วงเวลาใด ระหว่างวันเสาร์-วันอาทิตย์.....	45
4-13 จำนวนและร้อยละได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้านอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ จากแหล่งใด.....	46
4-14 จำนวนและร้อยละท่านคิดว่าอาหารท้องถิ่นภาคเหนือควรมีสิ่งดึงดูดใจ อะไรบ้าง.....	47
4-15 จำนวนและร้อยละอาหารท้องถิ่นภาคเหนือรายการใดที่ชอบรับประทานมากที่สุด...	48
4-16 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่สำคัญที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหาร ท้องถิ่นภาคเหนือของผู้ที่บริโภคในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ในภาพรวม.....	49

สารบัญตาราง (ต่อ)

4-17	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่สำคัญที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหาร ท้องถิ่นภาคเหนือของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ใน ด้านผลิตภัณฑ์.....	50
4-18	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่สำคัญที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหาร ท้องถิ่นภาคเหนือของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ในด้านราคา.....	51
4-19	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่สำคัญที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหาร ท้องถิ่นภาคเหนือของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ใน ด้านสถานที่.....	52
4-20	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่สำคัญที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหาร ท้องถิ่นภาคเหนือของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ใน ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	53
4-21	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่สำคัญที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหาร ท้องถิ่นภาคเหนือของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ใน ด้านบุคลากร.....	54
4-22	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่สำคัญที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหาร ท้องถิ่นภาคเหนือของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี.....	55
4-23	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่สำคัญที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหาร ท้องถิ่นภาคเหนือของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ด้านกระบวนการ การให้บริการ.....	56
4-24	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่สำคัญที่มีผลต่อการเลือก รับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรีจำแนกตามเพศ.....	57
4-25	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่สำคัญที่มีผลต่อการเลือก รับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรีจำแนกตามอายุ.....	58
4-26	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่สำคัญที่มีผลต่อการเลือก รับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรีจำแนกตามสถานภาพ.....	60

สารบัญตาราง (ต่อ)

4-27	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่สำคัญที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรีจำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	61
4-28	การวิเคราะห์ความแตกต่างความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริโภคอาหารท้องถิ่นเหนือของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรีในภาพรวมที่มีรายได้ต่างกันเป็นรายคู่.....	64
4-29	การวิเคราะห์ความแตกต่างความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรีในด้านราคาที่มีรายได้ต่างกันเป็นรายคู่.....	65
4-30	การวิเคราะห์ความแตกต่างความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรีในด้านสถานที่ที่มีรายได้ต่างกันเป็นรายคู่.....	66
4-31	การวิเคราะห์ความแตกต่างความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรีในด้านบุคลากรที่มีรายได้ต่างกันเป็นรายคู่.....	67
4-32	การวิเคราะห์ความแตกต่างความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรีในด้านกายภาพที่มีรายได้ต่างกันเป็นรายคู่.....	68
4-33	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่สำคัญที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรีจำแนกตามระดับการศึกษา.....	69
4-34	การวิเคราะห์ความแตกต่างความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรีในภาพรวมที่มีระดับการศึกษาต่างกันเป็นรายคู่.....	72
4-35	การวิเคราะห์ความแตกต่างความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรีในด้านราคาที่มีระดับการศึกษาต่างกันเป็นรายคู่.....	73

สารบัญตาราง (ต่อ)

4-36	การวิเคราะห์ความแตกต่างความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริโภคอาหารท้องถิ่น ภาคเหนือของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรีในด้านการส่งเสริม ระดับการศึกษาต่างกันเป็นรายคู่.....	74
4-37	การวิเคราะห์ความแตกต่างความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริโภคอาหารท้องถิ่น ภาคเหนือของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรีในด้านการส่งเสริม การตลาดที่มีระดับการศึกษาต่างกันเป็นรายคู่.....	76
4-38	การวิเคราะห์ความแตกต่างความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริโภคอาหารท้องถิ่น ภาคเหนือของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรีในด้านบุคลากรที่มี ระดับการศึกษาต่างกันเป็นรายคู่.....	77
4-39	การวิเคราะห์ความแตกต่างความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริโภคอาหารท้องถิ่น ภาคเหนือของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรีในด้านกายภาพที่มี ระดับการศึกษาต่างกันเป็นรายคู่.....	78
4-40	การวิเคราะห์ความแตกต่างความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริโภคอาหารท้องถิ่น ภาคเหนือของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรีในด้านการกระบวนการ ให้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันเป็นรายคู่.....	79
4-41	การเปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่สำคัญที่มีผลต่อการเลือกรับประทาน อาหารท้องถิ่นภาคเหนือของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามอาชีพ.....	80
4-42	การวิเคราะห์ความแตกต่างความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริโภคอาหารท้องถิ่น ภาคเหนือของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรีในด้านการกระบวนการ ให้บริการที่มีอาชีพต่างกันเป็นรายคู่.....	83

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4
2-1 บทบาทการวิจัย และการวิเคราะห์ผู้บริโภคร่วมกับการวางแผนกลยุทธ์.....	9
2-2 แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค.....	10
2-3 ประเภทและขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจ.....	15

53920714: สาขาวิชา: การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม; กจ.ม.

(การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)

คำสำคัญ: ปัจจัยการตลาด / พฤติกรรม / อาหารท้องถิ่นภาคเหนือ

ยूपิน อินทนนท์ : ปัจจัยการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี (YUPIN INTANON: MARKET FACTOR WITH EFFECT TO CONSUMER'S BEHAVIOR ON THAI-NORTH TRADITIONAL FOODS IN SRIRACHA, CHONBURI PROVINCE.)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: วุฒิชชาติ สุนทรสมัย, D.B.A., 120 หน้า, ปี พ.ศ. 2555.

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเคยรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 21-30 ปี ส่วนใหญ่ยังโสด ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,001-15,000 บาท มีการศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญาตรีและประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาเดิมอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และส่วนใหญ่ใช้เวลาว่างในการหาของอร่อยๆรับประทาน ตามลำดับ

จากการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา รับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือส่วนใหญ่น้อยกว่า 2 ครั้ง สิ่งที่น่าสนใจให้ผู้บริโภคเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือที่ร้านอาหารนั้นๆ คือรสชาติของอาหาร ร้านอาหารที่ทำการเลือกส่วนใหญ่อยู่ใกล้ที่พักอาศัย ระยะเวลาที่รับประทานส่วนใหญ่ประมาณ 1 - 2 ชั่วโมง ส่วนใหญ่ไปรับประทานครั้งละ 3-5 คน ส่วนใหญ่ไปรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ กับเพื่อน ส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้งต่อคนต่อมื้อประมาณ 101 - 300 บาท ส่วนใหญ่เหตุผลหลักที่เลือกไปรับประทานที่ร้าน คือ อยากไปรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ ส่วนใหญ่ตนเอง มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ ส่วนใหญ่รับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือที่ร้านอาหารระหว่างวันจันทร์ถึงวันศุกร์ เวลา 18.00 - 20.00 นาฬิกา ส่วนใหญ่รับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือที่ร้านอาหารระหว่างวันเสาร์และวันอาทิตย์ เวลา 18.00 - 20.00 นาฬิกา ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้านอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ จากเพื่อนและคนรู้จัก ส่วนใหญ่คิดว่า ร้านอาหารท้องถิ่นภาคเหนือมีสิ่งดึงดูดใจ คือ บรรยากาศสไตล์ล้านนา ส่วนใหญ่ชอบรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือมากที่สุด คือ แคลหมู ตามลำดับ

จากการศึกษาปัจจัยการตลาดที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกายภาพ ด้านกระบวนการ การให้บริการพบว่า ภาพรวมทุก ๆ ด้านโดยภาพรวมพบว่า ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการให้บริการ ให้ความสำคัญมากที่สุดเป็นอันดับแรก โดยให้ความสำคัญอยู่ในระดับ มาก รองลงมา คือ ด้านกายภาพ ด้านสถานที่ และด้านผลิตภัณฑ์ โดยให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

53920159: MAJOR: MASTER OF MANAGEMENT IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES MANAGEMENT; M.M. (MANAGEMENT IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES MANAGEMENT)

KEYWORDS: MARKET'S FACTOR /BEHAVIORS/THAI-NORTH TRADITIONAL FOODS

YUPIN INTHANON: MARKET FACTOR WITH EFFECT TO CONSUMER'S BEHAVIOR ON THAI-NORTH TRADITIONAL FOODS IN SRIRACHA, CHONBURI PROVINCE. ADVISOR: VUTTHICHART SOONTHORNSAMAI. D.B.A, 120 P. 2012.

The purpose of this study to know that affecting on consumer's behaviors of Thai-north traditional foods command in Sriracha, Chonburi. As the results, shown on all respondents are experienced with Thai-north traditional foods. Most of them were female in age between 21-30 years, Single, Monthly basis income averaged 10,001 to 15,000 baht or less, Graduation with Diploma or Vocational education. Most of them are employed in private company and most of their hometown in Northeast of Thailand and all they are always to find out delicious foods to eats.

Results of consumer's behavior of Thai-north traditional foods study in Chonburi province. The most of respondent are eat Thai-north tradition foods less than 2 times during in 6 month passes. An induced of respondent to eat Thai-north traditional foods in that place are mainly a tasted and the selected restaurants are mostly near to home with timing to eats are about 1 - 2 hours, which mostly of respondent are go out to eat Thai-north tradition foods 3-5 times per week with their friends. Average cost is about 101 to 300 baht per meals. They are choosing to eat at Thai-north restaurant by themselves. Most the respondent are choosing Thai-north traditional food in restaurant during a week on 17:00 – 20:00 and also weekend 17:00 -20:00 time and most of them are receiving information of the Thai-north traditional restaurant from their colleague .Most of the respondent are believe in Thai-north traditional foods have induce in scenario of Thai northern style and most of them are preferable in Thai-north traditional foods as cab-mhoo respectively.

As studied of the factors which affects to the market for Thai-north traditional foods consumable in Sriracha - Chonburi province. Which include Product pricing and distribution. Also Sale promotion, human resources, physical area and servicing that all included whole areas. So, founds that most considering high priorities in the service program. Follow by physical area like place and product respectively.