

## บทที่ 5

### สรุปและข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารเย็นนอกบ้านของคนทำงาน ในเขตเทศบาลเมืองเชียงใหม่ โดยมีจุดประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ถึงปัจจัย และปัญหาที่เกิดขึ้นที่มีผลต่อการบริโภคอาหารเย็นนอกบ้านของคนทำงาน ในเขตเทศบาลเมืองเชียงใหม่ โดยออกแบบสอบถาม จำนวน 300 ชุด สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

#### 5.1 ข้อสรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษาจากข้อมูลทั่วไปพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 44.00 และเป็นเพศหญิงคิดเป็น ร้อยละ 56 มีอายุระหว่าง 20-30 ปีคิดเป็นร้อยละ 43.67 รองลงมาคืออายุ 41-50 ปี ร้อยละ 24.67 อายุ 31-40 ปี ร้อยละ 21.67 และ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 10.00 มีอาชีพเป็น ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน และ อาชีพอิสระ/เจ้าของกิจการจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 33.33 ภูมิลำเนาส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 72.00 และมีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 28.00 ระดับการศึกษาที่มีจำนวนมากที่สุดคือระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 49.70 รองลงมามีระดับการศึกษาต่ำกว่าอนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 27.00 ระดับการศึกษาอนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 16.70 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 6.67 สำหรับรายได้มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาทจำนวนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 47.67 รองลงมาคือรายได้ 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.00 รายได้ไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.67 รายได้ 15,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.67 รายได้ 25,001 – 35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.00 รายได้ 35,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.67 และรายได้ 20,001-35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.33

ผลการศึกษาพบว่ามีจำนวนผู้ที่เคยรับประทานอาหารนอกบ้านจำนวน 252 ราย คิดเป็นร้อยละ 84.00 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 54.17 มีอายุอยู่ในช่วง 20 – 30 ปี จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 44.44 โดยระดับการศึกษาของผู้ที่เคยบริโภคอาหารเย็นนอกบ้านคือระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 52.38 อาชีพพนักงานหรือลูกจ้างเอกชนเป็นอาชีพที่รับประทานอาหารเย็นนอกบ้านมากที่สุด จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 39.29 และส่วนใหญ่ผู้ที่มีรายได้อยู่ในช่วง 5,001-10,000 บาท จะรับประทานอาหารเย็นนอกบ้าน คิดเป็นร้อยละ 47.67

สำหรับประเภทของอาหารที่รับประทานมากที่สุดเป็นอาหารประเภทอาหารไทย จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 54.37 และประเภทของร้านอาหารที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุดคือร้านอาหารประเภทร้านอาหารตามสั่งหรือร้านอาหารทั่วไป จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 41.27 ซึ่งทำเลที่ตั้งของร้านอาหารที่มักจะใช้บริการมากที่สุดคือ ร้านอาหารที่มีทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือที่บ้าน จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 56.75 ผู้ที่พาไปรับประทานอาหารเย็นนอกบ้านบ่อยที่สุดคือครอบครัว จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 51.19 ส่วนวันที่ออกไปรับประทานอาหารเย็นนอกบ้านบ่อยที่สุดไม่แน่นอน จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 53.17 จำนวนครั้งที่บริโภคอาหารเย็นนอกบ้านต่อเดือนไม่แน่นอนเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 37 จำนวนผู้ที่ร่วมรับประทานอาหารเย็นนอกบ้าน 3-6 คนเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 106 คิดเป็นร้อยละ 42.06 ซึ่งค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารเย็นนอกบ้านในแต่ละครั้งส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 101 – 500 บาทต่อคนจำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 43.33

สำหรับผู้ที่ไม่เคยรับประทานอาหารนอกบ้าน 48 รายคิดเป็นร้อยละ 16.00 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยเป็นเพศชายจำนวน 26 คนคิดเป็นร้อยละ 42.06 และเพศหญิงจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 54.17 ช่วงอายุของคนที่ไม่เคยรับประทานอาหารเย็นมากที่สุดคือช่วงอายุ 20-30 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 39.58 อาชีพอิสระและเจ้าของกิจการเป็นอาชีพที่ไม่เคยบริโภคอาหารนอกบ้านมากที่สุด 28 คน คิดเป็นร้อยละ 58.33 นอกจากนั้นระดับการศึกษาที่มีจำนวนคนไม่เคยบริโภคอาหารนอกบ้านคือปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 35.42 ส่วนผู้ที่มีรายได้ในช่วง 5,001-10,000 บาท เป็นกลุ่มที่ไม่เคยรับประทานอาหารเย็นนอกบ้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.67

ส่วนการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารเย็นนอกบ้านของคนทำงานในเขตเทศบาลเมืองเชียงใหม่ ได้แยกการวิเคราะห์ปัจจัยออกเป็น 7 ด้านคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ ด้านราคา ด้านการตลาด ด้านกระบวนการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคคลากร โดยได้แยกออกเป็นส่วนของข้อเท็จจริงที่ได้จากผู้ที่เคยรับประทานอาหารเย็นนอกบ้านและส่วนของการคิดเห็นจากผู้ที่ไม่เคยรับประทานอาหารเย็นนอกบ้านดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยรับประทานอาหารเย็นนอกบ้านเห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวมมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารอยู่ในระดับมาก ซึ่งปัจจัยที่มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คืออาหารมีความสะอาดน่ารับประทาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 รองลงมาคืออาหารมีความสดน่ารับประทานและอาหารมีรสชาติอร่อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากันเท่ากับ 4.44 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยรับประทานอาหารเย็นนอกบ้านเห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวมมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารอยู่ในระดับมาก

ซึ่งปัจจัยที่มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คืออาหารมีความสดน่ารับประทาน และอาหารมีความสะอาดน่ารับประทาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากันเท่ากับ 4.42 รองลงมาคืออาหารมีรสชาติอร่อยและมีอาหารหลากหลายและตรงกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันเท่ากับ 4.25

- ปัจจัยด้านสถานที่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยรับประทานอาหารเช้าที่บ้านเห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่ในภาพรวมมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารอยู่ในระดับมาก ซึ่งปัจจัยที่มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวางเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 รองลงมาคือจัดสถานที่ที่รองรับบริการอย่างเป็นสัดส่วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยรับประทานอาหารเช้าที่บ้านเห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่ในภาพรวมมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารอยู่ในระดับมาก ซึ่งปัจจัยที่มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือมีสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวางเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 รองลงมาคือมีสถานที่ตั้งอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13

- ปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยรับประทานอาหารเช้าที่บ้านเห็นว่าปัจจัยด้านราคาในภาพรวมมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารอยู่ในระดับมาก ซึ่งปัจจัยที่มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือมีอัตราค่าบริการที่สมเหตุสมผล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 รองลงมาคือมีป้ายแสดงอัตราค่าบริการให้เห็นได้เด่นชัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และอัตราค่าบริการสมเหตุสมผลยอมรับได้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยรับประทานอาหารเช้าที่บ้านเห็นว่าปัจจัยด้านราคาในภาพรวมมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารอยู่ในระดับมาก ซึ่งปัจจัยที่มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือการมีป้ายแสดงอัตราค่าบริการให้เห็นอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 รองลงมาคือ อัตราค่าบริการสมเหตุสมผลยอมรับได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27

- ปัจจัยด้านการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยรับประทานอาหารเช้าที่บ้านเห็นว่าปัจจัยด้านการตลาดในภาพรวมมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารอยู่ในระดับมาก ซึ่งปัจจัยที่มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือมีป้ายร้านที่แสดงการให้บริการอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 รองลงมาคือ มีส่วนลดค่าบริการเป็นพิเศษ เมื่อมาใช้บริการบ่อยครั้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยรับประทานอาหารเช้าที่บ้านเห็นว่าปัจจัยด้านการตลาดในภาพรวมมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารอยู่ในระดับมาก ซึ่งปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีป้ายร้านที่แสดงการให้บริการอย่างชัดเจนมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 รองลงมาคือ มีส่วนลดค่าบริการเป็นพิเศษเมื่อมาใช้บริการบ่อยครั้ง มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63

- ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยรับประทานอาหารเช้าในนอกร้านเห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการบริการในภาพรวมมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารในระดับมาก ซึ่งปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือเวลาเปิด-ปิด ของร้านสะดวกในการใช้บริการเป็นปัจจัยที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.96 รองลงมาคือมีความสะดวกในการรับบริการระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยรับประทานอาหารเช้าในนอกร้านเห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการบริการในภาพรวมมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารในระดับมาก ซึ่งปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือมีความสะดวกในการรับบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 รองลงมาคือให้บริการแก่ลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาคทัดเทียมกัน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42

- ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยรับประทานอาหารเช้าในนอกร้านเห็นว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในภาพรวมมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือมีความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยในร้าน ซึ่งเป็นปัจจัยเดียวในด้านนี้ที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 รองลงมาเป็นปัจจัยที่มีระดับความสำคัญมาก คือการจัดพื้นที่บริการของร้านเป็นสัดส่วน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยรับประทานอาหารเช้าในนอกร้านเห็นว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในภาพรวมมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือมีความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยในร้าน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 รองลงมาคือการจัดพื้นที่บริการของร้านเป็นสัดส่วน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38

- ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยรับประทานอาหารเช้าในนอกร้านเห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรในภาพรวมมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือพนักงานให้การต้อนรับและมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 รองลงมาคือพนักงานบริการด้วยความสุภาพยิ้มแย้มแจ่มใส ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยรับประทานอาหารเช้าในนอกร้านเห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรในภาพรวมมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือพนักงานบริการด้วยความสุภาพยิ้มแย้มแจ่มใส ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 รองลงมาคือพนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการตลอดเวลา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42

## 5.2 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาทำให้ทราบถึงพฤติกรรมและปัจจัยด้านต่างๆที่กลุ่มคนทำงานซึ่งเป็นคนกลุ่มหนึ่งที่มีอยู่มากในจังหวัดเชียงใหม่บริโภคอาหารเย็นนอกบ้าน ทำให้สามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายสำหรับแต่ละกลุ่มได้ดังนี้

1. แนวทางสำหรับผู้ประกอบการเกี่ยวกับร้านอาหาร ผู้ประกอบการสามารถนำเอาผลที่ได้จากการศึกษาไปกำหนดกลยุทธ์ของร้านอาหารของตนเองให้มีลูกค้าและยอดขายที่เพิ่มขึ้นได้อย่างเช่นปัจจัยใดที่ทางร้านอาหารของตนมีอยู่แล้วก็สามารถที่จะพัฒนาให้ดีขึ้น หรือทำให้มีความแตกต่างจากร้านอาหารอื่นๆ ซึ่งจะทำให้ร้านอาหารของเราความโดดเด่นเป็นที่น่าดึงดูดใจให้ผู้ให้บริการมาใช้บริการเพิ่มขึ้น และบ่อยครั้งขึ้น ส่วนบางปัจจัยที่ทางร้านอาหารของตนยังไม่มีหรือมีข้อบกพร่องก็สามารถที่จะปรับปรุงให้ดีขึ้น ซึ่งจะขอแยกตามปัจจัยต่างๆ ดังนี้

- ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญกับการคัดเลือกวัตถุดิบที่สามารถทำอาหารให้มีรสชาติอร่อยถูกปากลูกค้า มีความหลากหลายและตรงตามความต้องการ และต้องสนใจกับการคัดเลือกวัตถุดิบเครื่องปรุง ที่มีความสด สะอาดและคุณภาพที่ดี อีกทั้งต้องดูแลเรื่องการจัดวางที่สวยงามด้วย

- ปัจจัยด้านสถานที่ เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด ผู้ประกอบการต้องจัดหาสถานที่จอดรถที่สะดวก กว้างขวางเพียงพอซึ่งจุดนี้ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุด นอกจากนี้ร้านอาหารควรมีการจัดสถานที่ไว้รองรับบริการอย่างกว้างขวางและเป็นสัดส่วนด้วย

- ปัจจัยด้านราคา ผู้ประกอบการต้องพิจารณาให้รอบครอบเกี่ยวกับการเสนอราคาแก่ลูกค้า เนื่องจากลูกค้าให้ความสำคัญกับราคาค่าบริการที่สมเหตุสมผลมากที่สุด ไม่ใช่จะต้องราคาถูกเพียงอย่างเดียวต้องมีคุณภาพและการบริการด้านอื่นๆที่ดีอีกด้วย

- ปัจจัยส่งเสริมด้านการตลาด ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญในการติดป้ายชื่อร้าน ประเภทร้าน รายการอาหารให้ชัดเจน เพื่อให้ผู้ที่มาใช้บริการไม่เกิดความสับสนและเข้าใจง่าย นอกจากนี้อาจมีส่วนลดสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการบ่อยครั้ง

- ปัจจัยด้านกระบวนการผู้ประกอบการต้องมีการจัดเวลาเปิด-ปิด ของร้านให้เกิดความสะดวกและเหมาะสมในการรับบริการและควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการให้บริการที่เสมอภาคทัดเทียมกันกับลูกค้าทุกราย มีการบริการที่ถูกต้องและรวดเร็วด้วย

- ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญที่สุดเกี่ยวกับความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในร้าน และจัดพื้นที่บริการของร้านอย่างเป็นสัดส่วนที่เหมาะสมอีกด้วย

- ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะเรื่องบริการด้วยความสุภาพแจ่มใส และให้การต้อนรับและอภัยข้อยไมตรีที่ดีต่อลูกค้า

2. แนวทางสำหรับหน่วยงานราชการที่มีความรับผิดชอบเกี่ยวกับการดูแลร้านอาหาร หรือ ความปลอดภัยของประชาชน จากผลการศึกษจะทำให้ทราบถึงพฤติกรรมในการใช้บริการร้านอาหาร ซึ่งทางหน่วยงานราชการสามารถที่จะนำผลที่ได้นี้ไปกำหนดมาตรการในการควบคุมดูแลร้านอาหารต่างๆที่เปิดในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น ดูแลทางด้านความสะอาดของอาหาร ความสะอาดในบริเวณร้านอาหาร เป็นต้น เพื่อสุขภาพอนามัยที่ดีของผู้บริโภค

### 5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมการบริโภคอาหารเย็นนอกบ้านของคนทำงานในเขตเทศบาลเมืองเชียงใหม่ ในการศึกษาครั้งต่อไปน่าจะมีการศึกษาคณะกลุ่มอื่นในเขตเทศบาลเมืองเชียงใหม่ เช่น กลุ่มนักเรียนนักศึกษา กลุ่มนักท่องเที่ยว เป็นต้น แล้วนำข้อมูลที่ได้ต่างมาเปรียบเทียบกัน ซึ่งอาจจะนำข้อมูลที่ศึกษาไปเป็นแนวทางในการจัดการเกี่ยวกับร้านอาหารที่เปิดในเขตเทศบาลเมืองเชียงใหม่ได้ดียิ่งขึ้น