

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารประเภทหมู่มในเมืองอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ในครั้งนี้ ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งได้มาจากการเก็บแบบสอบถามจำนวน 250 ชุด จากกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการภายในร้านหมู่มซึ่งตั้งอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้บริโภคมี่ทั้งคนในท้องถิ่นที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ และเป็นนักท่องเที่ยวต่างจังหวัดที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยได้แบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการภายในร้านอาหารประเภทหมู่ม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหมู่มของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารประเภทหมู่มของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทหมู่มของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการภายในร้านอาหารประเภทหมู่ม

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ซึ่งได้ผลการศึกษาดังนี้

4.1.1 เพศ

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่บริโภคอาหารประเภทหมู่มนั้นเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายร้อยละ 48.8 ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	64	25.6
หญิง	186	74.4
รวม	250	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจ

4.1.2 อายุ

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่บริโภคอาหารประเภทหมู่มุม มีอายุระหว่าง 26-30 ปี มีจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8 รองลงมาคือ ช่วงอายุระหว่าง 21-25 ปี มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 19.6 และ ช่วงอายุระหว่าง 31-35 ปี มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 15.6 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 15	6	2.4
16-20	27	10.8
21-25	49	19.6
26-30	117	46.8
31-35	39	15.6
36-40	8	3.2
มากกว่า 40	4	1.6
รวม	250	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจ

4.1.3 สถานภาพสมรส

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่บริโภคอาหารประเภทหมู่มุม มีสถานภาพโสด มีจำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 79.2 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส มีจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 และมีสถานภาพหย่า/หม้าย มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพสมรส	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	198	79.2
สมรส	47	18.8
หย่า/หม้าย	5	2.0
รวม	250	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจ

4.1.4 ระดับการศึกษา

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่บริโภคอาหารประเภทหมู่มุม มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีจำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 72.8 รองลงมาคือ ระดับการศึกษาในระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า (ปวช./ ปวส.) มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6 ระดับการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 และระดับประถมศึกษา มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.4 จากข้อมูลจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่บริโภคอาหารประเภทหมู่มุมส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาค่อนข้างสูง ดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	1	0.4
มัธยมศึกษา	20	8.0
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า (ปวช./ ปวส.)	29	11.6
ปริญญาตรี	182	72.8
สูงกว่าปริญญาตรี	18	7.2
รวม	250	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจ

4.1.5 อาชีพ

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่บริโภคอาหารประเภทหมู่มุม มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 47.6 รองลงมาคือ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา

มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 21.6 อาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 10.4 อาชีพธุรกิจส่วนตัว (ค้าขาย/ทำงานส่วนตัว) มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 เป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 6.4 อาชีพรับจ้าง มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6 และอาชีพเกษตรกร มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	54	21.6
รับจ้าง	9	3.6
ธุรกิจส่วนตัว (ค้าขาย/ทำงานส่วนตัว)	18	7.2
เกษตรกร	8	3.2
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	26	10.4
พนักงานบริษัทเอกชน	119	47.6
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	16	6.4
รวม	250	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจ

4.1.6 รายได้ต่อเดือน

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่บริโภคอาหารประเภทหมู่มุม มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,00 –15,000 บาท เป็นจำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 49.2 รองลงมาคือ รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท เป็นจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 17.6 รายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,001–20,000 บาท เป็นจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 รายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,001–10,000 บาท เป็นจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6 และรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท เป็นจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน (บาท)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000	44	17.6
5,001 – 10,000	34	13.6
10,001 – 15,000	123	49.2
15,001 – 20,000	35	14.0
มากกว่า 20,000	14	5.6
รวม	250	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจ

4.2 พฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหมู่มของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหมู่ม ได้แก่ ความถี่ของการบริโภคอาหารประเภทหมู่ม ร้านอาหารประเภทหมู่มที่มักนิยมไปใช้บริการ บุคคลที่มักไปบริโภคอาหารประเภทหมู่มร่วมกัน จำนวนคนที่ไปใช้บริการร้านอาหารประเภทหมู่มร่วมกันแต่ละครั้ง เหตุผลในการบริโภคอาหารประเภทหมู่ม โอกาสในการบริโภคอาหารประเภทหมู่ม และค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารประเภทหมู่มเฉลี่ยต่อครั้ง ซึ่งได้ผลการศึกษาดังนี้

4.2.1 ความถี่ของการบริโภคอาหารประเภทหมู่ม

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่บริโภคอาหารประเภทหมู่ม มีความถี่ในการบริโภค 1 ครั้ง/เดือน เป็นจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 55.2 รองลงมาคือ บริโภค 2-3 ครั้ง/เดือน เป็นจำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 37.2 บริโภค 4-5 ครั้ง/เดือน เป็นจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 และบริโภคมากกว่า 5 ครั้ง/เดือน เป็นจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ของการบริโภคอาหารประเภทหมู่ม

ความถี่ (ครั้ง/เดือน)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	138	55.2
2-3	93	37.2
4-5	15	6.0
มากกว่า 5	4	1.6
รวม	250	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจ

4.2.2 ร้านอาหารประเภทหมู่มที่มักนิยมไปใช้บริการ

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่บริโภคอาหารประเภทหมู่ม มักนิยมไปใช้บริการร้านหมู่มฟ้าธานี เป็นจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 รองลงมาคือ ร้านอื่นๆ เช่น ร้านหมู่ม smile pig ร้านฟ้าใส ฯลฯ เป็นจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2 ร้าน P.P.หมู่ม&หมู่มกระทะ เป็นจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 ร้านหมู่ม ชุ่ม 3 เป็นจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ร้านหมู่ม ชุ่ม 2 เป็นจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 12.4 ร้านหมู่มหนองหอย เป็นจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 ร้านชุ่มสบายหมู่ม เป็นจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 10.4 และร้านบ้านไม้หมู่ม เป็นจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามร้านอาหารประเภทหมู่มที่มักนิยมไปใช้บริการ

ร้านอาหาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ร้านบ้านไม้หมู่ม	14	5.6
ร้านหมู่ม ชุ่ม 2	31	12.4
ร้านหมู่ม ชุ่ม 3	35	14.0
ร้านหมู่มฟ้าธานี	42	16.8
ร้านหมู่มหนองหอย	27	10.8
ร้านชุ่มสบายหมู่ม	26	10.4
ร้าน P.P.หมู่ม&หมู่มกระทะ	37	14.8
อื่นๆ	38	15.2
รวม	250	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจ

4.2.3 บุคคลที่มักไปบริโภคอาหารประเภทหมู่มาร่วมกัน

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่บริโภคอาหารประเภทหมู่มาร่วมกัน มักนิยมไปบริโภคอาหารประเภทหมู่มาร่วมกันเพื่อน เป็นจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 55.6 รองลงมาคือบริโภคพร้อมกับแฟน/คู่รัก เป็นจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 30.4 บริโภคพร้อมกับครอบครัว/ญาติ เป็นจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ตามลำดับ โดยไม่มีกลุ่มตัวอย่างคนไหนที่ไปบริโภคอาหารประเภทหมู่มาร่วมกันคนเดียวเลย ดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มักไปบริโภคอาหารประเภทหมู่มาร่วมกัน

บุคคลที่ไปใช้บริการด้วย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อน	139	55.6
ครอบครัว/ญาติ	35	14.0
แฟน/คู่รัก	76	30.4
ไปคนเดียว	0	0.0
รวม	250	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจ

4.2.4 จำนวนคนที่ไปใช้บริการร้านอาหารประเภทหมู่มาร่วมกันแต่ละครั้ง

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่บริโภคอาหารประเภทหมู่มาร่วมกัน มักมีจำนวนคนที่ไปใช้บริการร้านอาหารประเภทหมู่มาร่วมกันในแต่ละครั้งจำนวน 3-4 คน มีทั้งสิ้น 133 คน คิดเป็นร้อยละ 53.2 รองลงมาคือใช้บริการร่วมกัน 1-2 คน มีจำนวนทั้งสิ้น 70 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 ใช้บริการร่วมกัน 5-6 คน มีจำนวนทั้งสิ้น 34 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6 และใช้บริการร่วมกันมากกว่า 6 คน มีจำนวนทั้งสิ้น 13 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนคนที่ไปใช้บริการร้านอาหารประเภทหมู่มาร่วมกันแต่ละครั้ง

จำนวนคนที่ไปใช้บริการด้วย (คน)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-2	70	28.0
3-4	133	53.2
5-6	34	13.6
มากกว่า 6	13	5.2
รวม	250	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจ

4.2.5 เหตุผลในการบริโภคอาหารประเภทหมู่ม

จากการศึกษาพบว่าเหตุผลในการบริโภคอาหารประเภทหมู่มของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือ อาหารมีรสชาติถูกปาก มีจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 27.9 รองลงมาคือ มีอาหารให้เลือกรับประทานหลากหลาย มีจำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 22.9 มีการคิดราคาอาหารแบบบุฟเฟ่ต์ มีจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 14.9 สามารถนั่งรับประทานอาหารได้นานกว่าร้านอาหารทั่วไป มีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 10.4 อาหารมีราคาถูก มีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 สะดวกในการเดินทางมารับประทาน มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9 เหตุผลอื่นๆ เช่น บริโภคตามเพื่อน มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 มีส่วนลด ไข่ผสมคะแนน มีของแถม และบริโภคตามกระแสความนิยม มีจำนวนเท่ากันคือ 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการบริโภคอาหารประเภทหมู่ม

เหตุผลในการบริโภค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รสชาติถูกปาก	150	60.0
มีอาหารให้เลือกรับประทานหลากหลาย	123	49.2
มีราคาถูก	55	22.0
คิดราคาแบบบุฟเฟ่ต์	80	32.0
สะดวกในการเดินทาง	48	19.2
มีส่วนลด ไข่ผสมคะแนน หรือมีของแถม	7	2.8
สามารถนั่งรับประทานอาหารได้นานกว่าร้านอาหารทั่วไป	56	22.4
ตามกระแสความนิยม	7	2.8
อื่นๆ	11	4.4

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจ

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

: ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง 250 คน

4.2.6 โอกาสในการบริโภคอาหารประเภทหมู่ม

จากการศึกษาพบว่าโอกาสในการบริโภคอาหารประเภทหมู่มของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือ รับประทานปกติ ไม่มีโอกาสพิเศษ มีจำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 41.2 รองลงมาคือ บริโภคในโอกาสพบปะสังสรรค์ทั่วไป มีจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 28.4 บริโภคในโอกาสพักผ่อนใน

เวลาว่าง มีจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 20.4 บริโภคในโอกาสสังสรรค์ในโอกาสพิเศษ/วันสำคัญต่างๆ มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสในการบริโภคอาหารประเภทหมูจุ่ม

โอกาสในการบริโภค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สังสรรค์ในโอกาสพิเศษ/วันสำคัญต่างๆ	25	10.0
พบปะสังสรรค์ทั่วไป	71	28.4
รับประทานปกติ ไม่มีโอกาสพิเศษ	103	41.2
พักผ่อนในเวลาว่าง	51	20.4
รวม	250	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจ

4.2.7 ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารประเภทหมูจุ่มเฉลี่ยต่อครั้ง

จากการศึกษาพบว่าค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารประเภทหมูจุ่มเฉลี่ยต่อครั้งของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่าย 101-150 บาท เป็นจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 50.4 รองลงมาคือ มีค่าใช้จ่าย 151-200 บาท เป็นจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 32.4 มีค่าใช้จ่ายมากกว่า 200 บาท เป็นจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4 และมีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 100 บาท เป็นจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารประเภทหมูจุ่มเฉลี่ยต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการบริโภคเฉลี่ยต่อครั้ง (บาท)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 100	7	2.8
101-150	126	50.4
151-200	81	32.4
มากกว่า 200	36	14.4
รวม	250	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจ

4.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารประเภทหมู่มของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารประเภทหมู่มของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ปัจจัยส่วนบุคคล วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ว่ามีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหมู่ม ได้แก่ บุคคลที่มักไปบริโภคอาหารประเภทหมู่มร่วมกัน ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารประเภทหมู่มโดยเฉลี่ยในแต่ละครั้งต่อคน โอกาสในการรับประทานอาหารประเภทหมู่ม หรือไม่ โดยการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ Chi-Square test

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านการให้บริการ ว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารประเภทหมู่มของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่อย่างไร โดยอาศัยมาตรวัดแบบประเมินค่า (Rating Scale) ตามแนวคิดของลิเคิร์ต (Likert Scale)

4.3.1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหมู่มของกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหมู่มของกลุ่มตัวอย่างในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ, รายได้ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหมู่ม ได้แก่ บุคคลที่มักไปบริโภคอาหารประเภทหมู่มร่วมกัน ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารประเภทหมู่มโดยเฉลี่ยในแต่ละครั้งต่อคน โอกาสในการรับประทานอาหารประเภทหมู่ม โดยใช้การวิเคราะห์ Chi-Square test ซึ่งสามารถแสดงผลของการทดสอบความสัมพันธ์ ดังนี้

4.3.1.1 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับบุคคลที่มักไปบริโภคอาหารประเภทหมู่มร่วมกันของกลุ่มตัวอย่าง

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย ส่วนใหญ่มักนิยมไปบริโภคอาหารประเภทหมู่มกับเพื่อน จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 56.25 รองลงมาคือ บริโภคกับแฟน/คู่อรัก และครอบครัว/ญาติ จำนวน 15 และ 13 คน คิดเป็นร้อยละ 23.44 และ 20.31 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มักนิยมไปบริโภคอาหารประเภทหมู่มกับเพื่อน จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 55.37 รองลงมาคือ บริโภคกับแฟน/คู่อรัก และครอบครัว/ญาติ จำนวน 61 และ 22 คน คิดเป็นร้อยละ 32.80 และ 11.83 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.14

จากการทดสอบแบบไคสแควร์ (Chi-Square test) พบว่ามีค่าไคสแควร์ (Chi-Square) ที่คำนวณได้เท่ากับ 3.827 โดยมีระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.148 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 แสดงว่าที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เพศไม่มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่มักไปบริโภคอาหารประเภทหมู่มาร่วมกัน นั่นคือ ไม่ว่าจะเป็นเพศชายหรือเพศหญิง บุคคลที่ไปบริโภคอาหารประเภทหมู่มาร่วมกันจะไม่มีวามแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.14 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับบุคคลที่มักไปบริโภคอาหารประเภทหมู่มาร่วมกัน

เพศ	บุคคลที่มักไปบริโภคอาหารร่วมกัน			รวม
	เพื่อน	ครอบครัว/ญาติ	แฟน/คู่รัก	
ชาย	36 (56.25)	13 (20.31)	15 (23.44)	64 (100)
หญิง	103 (55.37)	22 (11.83)	61 (32.80)	186 (100)
รวม	139 (55.60)	35 (14.00)	76 (30.40)	250 (100)

Chi-Square = 3.827 Sig. = 0.148 Err. 0%

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บแสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

4.3.1.2 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารประเภทหมู่มาร่วมโดยเฉลี่ยในแต่ละครั้งต่อคนของกลุ่มตัวอย่าง

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารประเภทหมู่มาร่วมโดยเฉลี่ยในแต่ละครั้ง ไม่เกิน 150 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 65.63 รองลงมาคือ 151-200 บาท และมากกว่า 200 บาท จำนวน 16 และ 6 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และ 9.37 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารประเภทหมู่มาร่วมโดยเฉลี่ยในแต่ละครั้ง ไม่เกิน 150 บาท จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 48.92 รองลงมาคือ 151-200 บาท และมากกว่า 200 บาท จำนวน 65 และ 30 คน คิดเป็นร้อยละ 34.95 และ 16.13 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.15

จากการทดสอบแบบไคสแควร์ (Chi-Square test) พบว่ามีค่าไคสแควร์ (Chi-Square) ที่คำนวณได้เท่ากับ 5.459 โดยมีระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.065 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 แสดงว่าที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เพศไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายใน

การบริโภคอาหารประเภทหมู่ม นั้นคือ ไม่ว่าจะเป็นเพศชายหรือเพศหญิง ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารประเภทหมู่มจะไม่มี ความแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารประเภทหมู่ม

เพศ	ค่าใช้จ่ายในการบริโภค (บาท)			รวม
	ไม่เกิน 150	151-200	มากกว่า 200	
ชาย	42 (65.63)	16 (25.00)	6 (9.37)	64 (100)
หญิง	91 (48.92)	65 (34.95)	30 (16.13)	186 (100)
รวม	133 (53.20)	81 (32.40)	36 (14.40)	250 (100)

Chi-Square = 5.459 Sig. = 0.065 Err. 0%

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บแสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

4.3.1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับโอกาสในการรับประทานอาหารประเภทหมู่มของกลุ่มตัวอย่าง

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ส่วนใหญ่มักนิยมไปบริโภคอาหารประเภทหมู่มกับแฟน/คูรััก จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 45.46 รองลงมาคือบริโภคกับเพื่อน และครอบครัว/ญาติ จำนวน 12 และ 6 คน คิดเป็นร้อยละ 36.36 และ 18.18 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 21-25 ปี ส่วนใหญ่ไปบริโภคอาหารประเภทหมู่มกับเพื่อน จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 67.35 รองลงมาคือบริโภคกับแฟน/คูรััก และครอบครัว/ญาติ จำนวน 11 และ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 22.45 และ 67.35 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 26-30 ปี ส่วนใหญ่ไปบริโภคอาหารประเภทหมู่มกับเพื่อน จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 55.55 รองลงมาคือบริโภคกับแฟน/คูรััก และครอบครัว/ญาติ จำนวน 38 และ 14 คน คิดเป็นร้อยละ 32.48 และ 11.97 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 31-35 ปี ส่วนใหญ่ไปบริโภคอาหารประเภทหมู่มกับเพื่อน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 64.10 รองลงมาคือบริโภคกับแฟน/คูรััก และครอบครัว/ญาติ จำนวน 7 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 17.95 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 35 ปี ส่วนใหญ่ไปบริโภคอาหารประเภทหมู่มกับแฟน/คูรััก จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 41.67 รองลงมาคือบริโภค

กับเพื่อน และครอบครัว/ญาติ จำนวน 4 และ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 และ 25.00 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.16

จากการทดสอบแบบไคสแควร์ (Chi-Square test) พบว่ามีค่าไคสแควร์ (Chi-Square) ที่คำนวณได้เท่ากับ 13.859 โดยมีระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.086 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 แสดงว่าที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 อายุไม่มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่มักไปบริโภคอาหารประเภทหมู่มาร่วมกัน นั่นคือ ไม่ว่าจะมียุเท่าไร บุคคลที่มักไปบริโภคอาหารประเภทหมู่มาร่วมกันจะไม่มี ความแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับบุคคลที่มักไปบริโภคอาหารประเภทหมู่มาร่วมกัน

อายุ (ปี)	บุคคลที่มักไปบริโภคอาหารร่วมกัน			รวม
	เพื่อน	ครอบครัว/ญาติ	แฟน/คู่รัก	
ไม่เกิน 20	12 (36.36)	6 (18.18)	15 (45.46)	33 (100)
21-25	33 (67.35)	5 (10.20)	11 (22.45)	49 (100)
26-30	65 (55.55)	14 (11.97)	38 (32.48)	117 (100)
31-35	25 (64.10)	7 (17.95)	7 (17.95)	39 (100)
มากกว่า 35	4 (33.33)	3 (25.00)	5 (41.67)	12 (100)
รวม	139 (55.60)	35 (14.00)	76 (30.40)	250 (100)

Chi-Square = 13.859 Sig. = 0.086 Err. 20%

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บแสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

4.3.1.4 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารประเภทหมู่มโดยเฉลี่ยในแต่ละครั้งต่อคนของกลุ่มตัวอย่าง

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารประเภทหมู่มโดยเฉลี่ยในแต่ละครั้ง ไม่เกิน 150 บาท จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมาคือ 151-200 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21-25 ปี ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารประเภทหมู่มไม่เกิน 150 บาท จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 55.10 รองลงมาคือ 151-200 บาท และมากกว่า 200 บาท จำนวน 15 และ 7 คน คิดเป็นร้อยละ 30.61 และ 14.29 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 26-30 ปี ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารประเภทหมู่มไม่เกิน 150 บาท จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 41.02 รองลงมาคือ 151-200 บาท และมากกว่า 200 บาท จำนวน 44 และ 25 คน คิดเป็นร้อยละ 37.61 และ 21.37 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 31-35 ปี ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารประเภทหมู่มไม่เกิน 150 บาท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 64.10 รองลงมาคือ 151-200 บาท และมากกว่า 200 บาท จำนวน 10 และ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 25.64 และ 10.26 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 35 ปี ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารประเภทหมู่มไม่เกิน 150 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 91.67 รองลงมาคือ 151-200 จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 ดังตารางที่ 4.17

จากการทดสอบแบบไคสแควร์ (Chi-Square test) พบว่ามีค่าไคสแควร์ (Chi-Square) ที่คำนวณได้เท่ากับ 23.248 โดยมีระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.003 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 แสดงว่าที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 อายุมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารประเภทหมู่ม นั่นคือ เมื่ออายุมีความแตกต่างกัน ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารประเภทหมู่มก็จะแตกต่างกันด้วย

ตารางที่ 4.17 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารประเภทหมู่ม

อายุ (ปี)	ค่าใช้จ่ายในการบริโภค (บาท)			รวม
	ไม่เกิน 150	151-200	มากกว่า 200	
ไม่เกิน 20	22 (66.67)	11 (33.33)	0 (0.00)	33 (100)
21-25	27 (55.10)	15 (30.61)	7 (14.29)	49 (100)
26-30	48 (41.02)	44 (37.61)	25 (21.37)	117 (100)
31-35	25 (64.10)	10 (25.64)	4 (10.26)	39 (100)
มากกว่า 35	11 (91.67)	1 (8.33)	0 (0.00)	12 (100)
รวม	133 (53.20)	81 (32.40)	36 (14.40)	250 (100)

Chi-Square = 23.248 Sig. = 0.003 Err. 20%

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บแสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

4.3.1.5 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับโอกาสในการรับประทานอาหารประเภทหมู่มของกลุ่มตัวอย่าง

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีกรับประทานอาหารประเภทหมู่มในโอกาสพบปะสังสรรค์ทั่วไป จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 รองลงมาคือ รับประทานปกติ ไม่มีโอกาสพิเศษ พักผ่อนในเวลาว่าง และสังสรรค์ในโอกาสพิเศษ/วันสำคัญ จำนวน 14, 9 และ 6 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00, 18.00 และ 12.00 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีกรับประทานเป็นปกติ ไม่มีโอกาสพิเศษ จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 45.61 รองลงมาคือ พบปะสังสรรค์ทั่วไป พักผ่อนในเวลาว่าง และสังสรรค์ในโอกาสพิเศษ/วันสำคัญ จำนวน 47, 36 และ 16 คน คิดเป็นร้อยละ 25.82, 19.78 และ 8.79 ตามลำดับ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีกรับประทานรับประทานเป็นปกติ ไม่มีโอกาสพิเศษ กับพักผ่อนในเวลาว่าง จำนวน 6 คนเท่านั้น คิดเป็นร้อยละ 33.33

รองลงมาคือ พบปะสังสรรค์ทั่วไป กับสังสรรค์ในโอกาสพิเศษ/วันสำคัญ จำนวน 3 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 16.67 ดังตารางที่ 4.18

จากการทดสอบแบบไคสแควร์ (Chi-Square test) พบว่ามีค่าไคสแควร์ (Chi-Square) ที่คำนวณได้เท่ากับ 10.713 โดยมีระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.098 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 แสดงว่าที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับโอกาสในการรับประทานอาหารประเภทหมู่ม นั่นคือ ไม่ว่าจะมึระดับการศึกษาในระดับใดโอกาสในการรับประทานอาหารประเภทหมู่มจะไม่มีวามแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับโอกาสในการรับประทานอาหารประเภทหมู่ม

ระดับการศึกษา	โอกาสในการรับประทานอาหาร				รวม
	สังสรรค์ในโอกาสพิเศษ	พบปะสังสรรค์ทั่วไป	รับประทานเป็นปกติ	พักผ่อนในเวลาว่าง	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	6 (12.00)	21 (42.00)	14 (28.00)	9 (18.00)	50 (100)
ปริญญาตรี	16 (8.79)	47 (25.82)	83 (45.61)	36 (19.78)	182 (100)
สูงกว่าปริญญาตรี	3 (16.67)	3 (16.67)	6 (33.33)	6 (33.33)	18 (100)
รวม	25 (10.00)	71 (28.40)	103 (41.20)	51 (20.40)	250 (100)

Chi-Square = 10.713 Sig. = 0.098 Err. 16.7%

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บแสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

4.3.1.6 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารประเภทหมู่มโดยเฉลี่ยในแต่ละครั้งต่อคนของกลุ่มตัวอย่าง

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคไม่เกิน 150 บาท จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 76.00 รองลงมาคือ 151-200 จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 ระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคไม่เกิน 150 บาท จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 47.25 รองลงมาคือ 151-200 และ มากกว่า 200 บาท จำนวน 63 และ 33 คน คิดเป็นร้อยละ 34.62 และ 18.13 ตามลำดับ ระดับสูงกว่าปริญญา

ตรี ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคไม่เกิน 150 บาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ 151-200 และ มากกว่า 200 บาท จำนวน 6 และ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 และ 16.67 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.19

จากการทดสอบแบบไคสแควร์ (Chi-Square test) พบว่ามีค่าไคสแควร์ (Chi-Square) ที่คำนวณได้เท่ากับ 16.524 โดยมีระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 แสดงว่าที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารประเภทหมู่ม นั่นคือ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารประเภทหมู่มก็จะแตกต่างกันด้วย

ตารางที่ 4.19 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารประเภทหมู่ม

ระดับการศึกษา	ค่าใช้จ่ายในการบริโภค (บาท)			รวม
	ไม่เกิน 150	151-200	มากกว่า 200	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	38 (76.00)	12 (24.00)	0 (0.00)	50 (100)
ปริญญาตรี	86 (47.25)	63 (34.62)	33 (18.13)	182 (100)
สูงกว่าปริญญาตรี	9 (50.00)	6 (33.33)	3 (16.67)	18 (100)
รวม	133 (53.20)	81 (32.40)	36 (14.40)	250 (100)

Chi-Square = 16.524 Sig. = 0.002 Err. 11.1%

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บแสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

4.3.1.7 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารประเภทหมู่ม โดยเฉลี่ยในแต่ละครั้งต่อคนของกลุ่มตัวอย่าง

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน นักเรียน/นักศึกษา รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เกษตรกร รับจ้างทั่วไป และพ่อบ้าน/แม่บ้าน ส่วนใหญ่ล้วนแล้วแต่มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารประเภทหมู่มไม่เกิน 150 บาททั้งสิ้น เป็นจำนวน 48, 40, 15, 8, 7, 7 คน คิดเป็นร้อยละ 40.34, 74.07, 57.69, 100.00, 77.78 และ 43.75 ตามลำดับ

ส่วนอาชีพธุรกิจส่วนตัวเป็นอาชีพเดียวที่มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารประเภทหมู่ม 151-200 บาทมากที่สุด โดยมีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 55.56 ดังตารางที่ 4.20

จากการทดสอบแบบไคสแควร์ (Chi-Square test) พบว่ามีค่าไคสแควร์ (Chi-Square) ที่คำนวณได้เท่ากับ 35.480 โดยมีระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 แต่ค่า Error = 42.9% ดังนั้น จึงไม่สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารประเภทหมู่มด้วยเทคนิคไคสแควร์ (Chi-Square test) ได้

ตารางที่ 4.20 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารประเภทหมู่ม

อาชีพ	ค่าใช้จ่ายในการบริโภค (บาท)			รวม
	ไม่เกิน 150	151-200	มากกว่า 200	
นักเรียน/นักศึกษา	40 (74.07)	10 (18.52)	4 (7.41)	54 (100)
รับจ้าง	7 (77.78)	2 (22.22)	0 (0.00)	9 (100)
ธุรกิจส่วนตัว	8 (44.44)	10 (55.56)	0 (0.00)	18 (100)
เกษตรกร	8 (100.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	8 (100)
รับราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	15 (57.69)	8 (30.77)	3 (11.54)	26 (100)
พนักงาน บริษัทเอกชน	48 (40.34)	46 (38.65)	25 (21.01)	119 (100)
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	7 (43.75)	5 (31.25)	4 (25.00)	16 (100)
รวม	133 (53.20)	81 (32.40)	36 (14.40)	250 (100)

Chi-Square = 35.480 Sig. = 0 Err. 42.9%

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บแสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

4.3.1.8 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารประเภทหมู่ม โดยเฉลี่ยในแต่ละครั้งต่อคนของกลุ่มตัวอย่าง

จากผลการศึกษพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารประเภทหมู่มไม่เกิน 150 บาท จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 81.82 รองลงมาคือ 151-200 จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 18.18 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 5,001–10,000 บาท ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคไม่เกิน 150 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 61.76 รองลงมาคือ 151-200 บาท และมากกว่า 200 บาท จำนวน 8 และ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 23.53 และ 14.71 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001–15,000 บาท ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคไม่เกิน 150 บาท จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 43.09 รองลงมาคือ 151-200 บาท และมากกว่า 200 บาท จำนวน 49 และ 21 คน คิดเป็นร้อยละ 39.84 และ 17.07 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 15,001–20,000 บาท ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคไม่เกิน 150 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ 151-200 บาท และมากกว่า 200 บาท จำนวน 12 และ 9 คน คิดเป็นร้อยละ 34.29 และ 25.71 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคไม่เกิน 150 บาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 64.29 รองลงมาคือ 151-200 บาท และมากกว่า 200 บาท จำนวน 4 และ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57 และ 7.14 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.21

จากการทดสอบแบบไคสแควร์ (Chi-Square test) พบว่ามีค่าไคสแควร์ (Chi-Square) ที่คำนวณได้เท่ากับ 27.420 โดยมีระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 แสดงว่าที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 รายได้มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารประเภทหมู่ม นั่นคือ เมื่อรายได้มีความแตกต่างกันแล้ว ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารประเภทหมู่มก็จะมี ความแตกต่างกันด้วย

ตารางที่ 4.21 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารประเภทหมู่ม

รายได้ (บาท)	ค่าใช้จ่ายในการบริโภค (บาท)			รวม
	ไม่เกิน 150	151-200	มากกว่า 200	
ไม่เกิน 5,000	36 (81.82)	8 (18.18)	0 (0.00)	44 (100)
5,001-10,000	21 (61.76)	8 (23.53)	5 (14.71)	34 (100)
10,001-15,000	53 (43.09)	49 (39.84)	21 (17.07)	123 (100)
15,001-20,000	14 (40.00)	12 (34.29)	9 (25.71)	35 (100)
มากกว่า 20,000	9 (64.29)	4 (28.57)	1 (7.14)	14 (100)
รวม	133 (53.20)	81 (32.40)	36 (14.40)	250 (100)

Chi-Square = 27.420 Sig. = 0.001 Err. 20%

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บแสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

4.3.2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารประเภทหมู่มของกลุ่มตัวอย่าง

ศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารประเภทหมู่ม โดยให้กลุ่มตัวอย่างเลือกระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านการให้บริการ ผลการศึกษาได้ผลเป็นดังนี้

4.3.2.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารประเภทหมู่ม พบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างเห็น

ว่า ความสะอาดของอาหารประเภทหมู่ม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคในระดับมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 รวมถึงรสชาติของอาหาร และคุณภาพ ความสด ใหม่ของอาหารก็พบว่า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคในระดับมากเช่นกัน โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 และ 3.71 ตามลำดับ ในส่วนของการบริโภคอาหารประเภทหมู่มมีอาหารให้เลือกหลากหลาย การได้รับประโยชน์ทางโภชนาการในการบริโภค และชื่อเสียงของร้านที่ไปใช้บริการพบว่า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคในระดับปานกลาง โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.48, 3.28 และ 2.94 ตามลำดับ

จากการคำนวณคะแนนเฉลี่ยรวม พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยภาพรวมมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 หมายความว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารประเภทหมู่มของกลุ่มตัวอย่าง ในระดับปานกลาง ดังตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารประเภทหมู่ม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญของปัจจัย				คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่สำคัญ		
คุณภาพของอาหาร ความสด ใหม่	180 (72.0)	68 (27.2)	2 (0.8)	0 (0.0)	3.71	มาก
รสชาติของอาหาร	188 (75.2)	58 (23.2)	3 (1.2)	1 (0.4)	3.73	มาก
ความสะอาดของอาหาร	191 (76.4)	57 (22.8)	2 (0.8)	0 (0.0)	3.76	มาก
มีอาหารให้เลือกหลากหลาย	122 (48.8)	125 (50.0)	3 (1.2)	0 (0.0)	3.48	ปานกลาง
มีประโยชน์ทางโภชนาการ	97 (38.8)	129 (51.6)	22 (8.8)	2 (0.8)	3.28	ปานกลาง
ชื่อเสียงของร้าน	29 (11.6)	179 (71.6)	39 (15.6)	3 (1.2)	2.94	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย					3.48	ปานกลาง

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บแสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

4.3.2.2 ปัจจัยด้านราคา

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารประเภทหมู่ม พบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าการที่ราคาของอาหารประเภทหมู่มเหมาะสมกับคุณภาพ และการที่ราคาของอาหารประเภทหมู่มเหมาะสมกับปริมาณ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคในระดับมาก โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 และ 3.63 ตามลำดับ ในส่วนของการที่อาหารประเภทหมู่มมีการคิดค่าบริการแบบบุฟเฟ่ต์ พบว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคในระดับปานกลาง โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.34

จากการคำนวณคะแนนเฉลี่ยรวม พบว่า ปัจจัยด้านราคาโดยภาพรวมมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 หมายความว่า ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารประเภทหมู่มของกลุ่มตัวอย่าง ในระดับมาก ดังตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารประเภทหมู่ม

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญของปัจจัย				คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่สำคัญ		
ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	161 (64.4)	85 (34.0)	4 (1.6)	0 (0.0)	3.63	มาก
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	168 (67.2)	74 (29.6)	7 (2.8)	1 (0.4)	3.64	มาก
คิดค่าบริการแบบบุฟเฟ่ต์	116 (46.4)	107 (42.8)	22 (8.8)	5 (2.0)	3.34	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย					3.54	มาก

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บแสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

4.3.2.3 ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพ

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารประเภทหมู่ม พบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าการที่ความสะอาดภายในร้านอาหาร และการที่ร้านอาหารประเภทหมู่มมีที่ตั้งของร้าน ง่าย สามารถเดินทางไปใช้บริการได้สะดวก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการ

บริโภคในระดับมาก โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 และ 3.53 ตามลำดับ ในส่วนของการที่ร้านอาหารประเภทหมู่มมีที่จอดรถสะดวกสบาย และภายในร้านมีบรรยากาศดี มีการตกแต่งที่สวยงาม พบว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคในระดับปานกลาง โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 และ 3.28 ตามลำดับ

จากการคำนวณคะแนนเฉลี่ยรวม พบว่า ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 หมายความว่า ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารประเภทหมู่มของกลุ่มตัวอย่าง ในระดับปานกลาง ดังตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารประเภทหมู่ม

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญของปัจจัย				คะแนน เฉลี่ย	แปลผล
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่สำคัญ		
ที่ตั้งของร้าน ง่าย สามารถ เดินทางได้สะดวก	142 (56.8)	99 (39.6)	9 (3.6)	0 (0.0)	3.53	มาก
บรรยากาศ การตกแต่งร้าน ความสวยงาม	95 (38.0)	132 (52.8)	21 (8.4)	2 (0.8)	3.28	ปานกลาง
ความสะอาดภายในร้าน	184 (73.6)	57 (22.8)	9 (3.6)	0 (0.0)	3.70	มาก
มีที่จอดรถสะดวกสบาย	131 (52.4)	103 (41.2)	15 (6.0)	1 (0.4)	3.46	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย					3.49	ปานกลาง

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บแสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

4.3.2.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารประเภทหมู่ม พบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างเห็นว่า การที่ร้านอาหารประเภทหมู่มมีการจัดทำโปรโมชั่นลดราคา มีการจัดทำบัตรสมาชิกของร้าน มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ต่างๆของร้าน และมีการจัดทำบัตรสะสมยอดเพื่อ

ผลของรางวัล ล้วนแล้วแต่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคในระดับปานกลาง โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.08, 2.67, 2.65 และ 2.60 ตามลำดับ

จากการคำนวณคะแนนเฉลี่ยรวม พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวมมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.75 หมายความว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารประเภทหมู่มของกลุ่มตัวอย่าง ในระดับปานกลาง ดังตารางที่ 4.25

ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคหมู่ม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญของปัจจัย				คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่สำคัญ		
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์	22 (8.8)	131 (52.4)	85 (34.0)	12 (4.8)	2.65	ปานกลาง
มีการจัดทำโปรโมชั่นลดราคา	80 (32.0)	117 (46.8)	46 (18.4)	7 (2.8)	3.08	ปานกลาง
มีการจัดทำบัตรสมาชิก	32 (12.8)	122 (48.8)	78 (31.2)	18 (7.2)	2.67	ปานกลาง
มีบัตรสะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล	24 (9.6)	115 (46.0)	99 (39.6)	12 (4.8)	2.60	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย					2.75	ปานกลาง

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บแสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

4.3.2.5 ปัจจัยด้านการให้บริการ

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารประเภทหมู่ม พบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างเห็นว่า การให้บริการที่รวดเร็ว ทันใจของร้านอาหารประเภทหมู่ม และการที่ร้านหมู่มมีอุปกรณ์ที่ใช้ในการบริโภคให้อย่างครบครัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคในระดับมาก โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.54 รองลงมาคือ การบริการที่ได้มาตรฐานเหมือนกันทุกครั้ง และการที่พนักงานมีความสุภาพอ่อนน้อม ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นมิตร ก็พบว่า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคในระดับมากเช่นกัน โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.52 ในส่วนของ

พนักงานมีการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย สะอาด สวยงาม และพนักงานมีความรอบรู้ เอาใจใส่ในการให้บริการ พบว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคในระดับปานกลาง โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 และ 3.30 ตามลำดับ

จากการคำนวณคะแนนเฉลี่ยรวม พบว่า ปัจจัยด้านการให้บริการ โดยภาพรวมมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 หมายความว่า ปัจจัยด้านการให้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารประเภทหมู่มของกลุ่มตัวอย่าง ในระดับปานกลาง ดังตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารประเภทหมู่ม

ปัจจัยด้านการให้บริการ	ระดับความสำคัญของปัจจัย				คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่สำคัญ		
การบริการรวดเร็ว ทันใจ	138 (55.2)	109 (43.6)	3 (1.2)	0 (0.0)	3.54	มาก
การบริการได้มาตรฐาน เหมือนกันทุกครั้ง	134 (53.6)	113 (45.2)	3 (1.2)	0 (0.0)	3.52	มาก
พนักงานมีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นมิตร	142 (56.8)	96 (38.4)	11 (4.4)	1 (0.4)	3.52	มาก
พนักงานแต่งกาย เรียบร้อย สะอาด สวยงาม	127 (50.8)	109 (43.6)	13 (5.2)	1 (0.4)	3.45	ปานกลาง
พนักงานมีความรอบรู้ เอาใจใส่ในการให้บริการ	100 (40.0)	128 (51.2)	20 (8.0)	2 (0.8)	3.30	ปานกลาง
อุปกรณ์ที่ใช้ในการบริโภคมีอย่างครบครัน	149 (59.6)	88 (35.2)	12 (4.8)	1 (0.4)	3.54	มาก
ค่าเฉลี่ย					3.48	ปานกลาง

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บแสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยทั้ง 5 ด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารประเภทหมู่มมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งคือ ปัจจัยด้านราคา มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 อันดับสองคือ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 อันดับสามคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการให้บริการ มีคะแนนเฉลี่ย

เท่ากับ 3.48 และอันดับสุดท้ายคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.75 ดังตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.27 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยแต่ละด้านที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารประเภทหมูจุ่ม

ปัจจัย	คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
1. ปัจจัยด้านราคา	3.54	มาก
2. ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพ	3.49	ปานกลาง
3. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.48	ปานกลาง
4. ปัจจัยด้านการให้บริการ	3.48	ปานกลาง
5. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	2.75	ปานกลาง

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจ

4.4 ความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทหมูจุ่มของกลุ่มตัวอย่าง

ศึกษาระดับความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทหมูจุ่มจำนวน 5 ร้าน ประกอบด้วย 1.ร้านหมูจุ่ม ชุ่ม 2 สาขาที่ 1 (หน้าโรงเรียนวัดโนนทัยพายัพ) 2.ร้านหมูจุ่ม ชุ่ม 3 สาขาที่ 1 (หน้าโรงเรียนคาราวิทยาลัย) 3.ร้านหมูจุ่มฟ้าธานี 4.ร้านหมูจุ่มหนองหอย 5.ร้าน P.P.หมูจุ่ม& หมูกระทะ โดยให้กลุ่มตัวอย่างเลือกระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านการให้บริการ ผลการศึกษาได้ผลเป็นดังนี้

4.4.1 ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทหมูจุ่ม พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในทุกด้านมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง โดยรสชาติของอาหารที่ได้บริโภค มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดคือ 3.40 รองลงมาคืออาหารที่บริโภคมีคุณค่าทางโภชนาการ อาหารที่บริโภคมีคุณภาพ สด ใหม่ เมนูอาหารมีให้เลือกบริโภคหลากหลาย และความสะอาดของอาหารที่บริโภค โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.14, 3.13, 2.97 และ 2.91 ตามลำดับ

จากการคำนวณคะแนนเฉลี่ยรวม พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยภาพรวมมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 หมายความว่า ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทหมู่มุม ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับปานกลาง ดังตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.28 แสดงระดับความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทหมู่มุม ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ				คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่พอใจ		
คุณภาพ ความสด ใหม่ของอาหาร	77	134	34	5	3.13	ปานกลาง
รสชาติของอาหาร	129	94	26	1	3.40	ปานกลาง
ความสะอาดของอาหาร	54	127	62	7	2.91	ปานกลาง
เมนูอาหารมีให้เลือกหลากหลาย	62	126	54	8	2.97	ปานกลาง
อาหารมีคุณค่าทางโภชนาการ	64	161	22	3	3.14	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย					3.11	ปานกลาง

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจ

4.4.2 ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทหมู่มุม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการคิดค่าบริการแบบบุฟเฟ่ต์มากที่สุด โดยมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 รองลงมาคือ ราคาอาหารมีความเหมาะสมกับปริมาณของอาหาร และราคาอาหารมีความเหมาะสมกับคุณภาพของอาหาร มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.04 และ 2.72 ตามลำดับ โดยทั้งคู่มีความพึงพอใจในการใช้บริการในระดับปานกลางเช่นกัน

จากการคำนวณคะแนนเฉลี่ยรวม พบว่า ปัจจัยด้านราคาโดยภาพรวมมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 หมายความว่า ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทหมู่มุม ของปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับปานกลาง ดังตารางที่ 4.29

ตารางที่ 4.29 แสดงระดับความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทหมู่ม ของปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ				คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่พอใจ		
ราคาอาหารเหมาะสมกับปริมาณ	74	118	53	5	3.04	ปานกลาง
ราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพ	39	113	87	11	2.72	ปานกลาง
มีการคิดค่าบริการแบบบุฟเฟ่ต์	97	126	27	0	3.28	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย					3.01	ปานกลาง

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจ

4.4.3 ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพ

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทหมู่ม พบว่า ปัจจัยด้านที่ตั้งของร้าน การเดินทางมาใช้บริการ มีความพึงพอใจในการใช้บริการมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 รองลงมาคือ บรรยากาศ การตกแต่งร้าน ความสวยงามภายในร้าน ความสะอาดภายในร้าน และความสะดวกสบายของที่จอดรถ โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.12, 2.78 และ 2.44 ตามลำดับ

จากการคำนวณคะแนนเฉลี่ยรวม พบว่า ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 หมายความว่า ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทหมู่ม ของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับปานกลาง ดังตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.30 แสดงระดับความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทหมู่มุม ของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และ ลักษณะทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ				คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่พอใจ		
ที่ตั้งของร้าน การเดินทาง มาใช้บริการ	115	87	45	3	3.26	ปานกลาง
บรรยากาศ การตกแต่ง ความสวยงามภายในร้าน	76	132	37	5	3.12	ปานกลาง
ความสะอาดภายในร้าน	67	85	74	24	2.78	ปานกลาง
ความสะดวกสบายของที่ จอดรถ	39	75	94	42	2.44	น้อย
ค่าเฉลี่ย					2.90	ปานกลาง

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจ

4.4.4 ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทหมู่มุม พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง ประกอบด้วย การจัดทำบัตรสมาชิกของร้าน และการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ต่างๆ ของร้าน โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.74 และ 2.58 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการอยู่ในระดับน้อย ประกอบด้วย การจัดทำบัตรสะสมยอดเพื่อแลกของรางวัลของร้าน และการจัดทำโปรโมชั่นลดราคาของร้าน โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.30 และ 2.10 ตามลำดับ

จากการคำนวณคะแนนเฉลี่ยรวม พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวมมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.43 หมายความว่า ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทหมู่มุม ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับน้อย ดังตารางที่ 4.31

ตารางที่ 4.31 แสดงระดับความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทหมู่มุม ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ				คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่พอใจ		
การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ต่างๆ ของร้าน	33	86	123	8	2.58	ปานกลาง
การจัดทำโปรโมชั่นลดราคาของร้าน	16	47	134	53	2.10	น้อย
การจัดทำบัตรสมาชิกของร้าน	47	105	84	14	2.74	ปานกลาง
การจัดทำบัตรสะสมยอดเพื่อแลกของรางวัลของร้าน	27	62	119	42	2.30	น้อย
ค่าเฉลี่ย					2.43	น้อย

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจ

4.4.5 ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการให้บริการ

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทหมู่มุม พบว่า ปัจจัยด้านการให้บริการที่มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง ประกอบด้วย มีการบริการได้มาตรฐานเหมือนกันทุกครั้ง มีอุปกรณ์ที่ใช้ในการบริโภคอย่างครบครัน พนักงานแต่งกายสะอาด เรียบร้อย สวยงาม และมีการบริการที่รวดเร็ว ทันใจ โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.10, 3.03, 2.88 และ 2.84 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการอยู่ในระดับน้อย ประกอบด้วย พนักงานมีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นมิตร และพนักงานมีความรอบรู้ เอาใจใส่ในการให้บริการ โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.44 และ 2.37 ตามลำดับ

จากการคำนวณคะแนนเฉลี่ยรวม พบว่า ปัจจัยด้านการให้บริการโดยภาพรวมมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.78 หมายความว่า ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทหมู่มุมของปัจจัยด้านการให้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง ดังตารางที่ 4.32

ตารางที่ 4.32 แสดงระดับความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทหมู่ม ของปัจจัยด้านการให้บริการ

ปัจจัยด้านการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ				คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่พอใจ		
มีการบริการที่รวดเร็วทันใจ	56	113	65	16	2.84	ปานกลาง
มีการบริการได้มาตรฐานเหมือนกันทุกครั้ง	87	104	55	4	3.10	ปานกลาง
พนักงานมีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นมิตร	34	82	95	39	2.44	น้อย
พนักงานแต่งกายสะอาด เรียบร้อย สวยงาม	43	138	64	5	2.88	ปานกลาง
พนักงานมีความรอบรู้เอาใจใส่ในการให้บริการ	31	68	114	37	2.37	น้อย
มีอุปกรณ์ที่ใช้ในการบริโภคอย่างครบครัน	65	133	46	6	3.03	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย					2.78	ปานกลาง

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจ

เมื่อเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยทั้ง 5 ด้าน พบว่า ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทหมู่มมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 อันดับสองคือ ปัจจัยด้านราคา มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 อันดับสามคือ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากันคือ 2.90 อันดับสี่คือ ปัจจัยด้านการให้บริการ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากันคือ 2.78 และอันดับสุดท้ายคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.43 ดังตารางที่ 4.33

ตารางที่ 4.33 แสดงระดับความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทหมู่มูม ของปัจจัยในแต่ละด้าน

ปัจจัย	คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.11	ปานกลาง
2. ปัจจัยด้านราคา	3.01	ปานกลาง
3. ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพ	2.90	ปานกลาง
4. ปัจจัยด้านการให้บริการ	2.78	ปานกลาง
5. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	2.43	น้อย

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจ

4.5 ข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการภายในร้านหมู่มูมซึ่งตั้งอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีข้อเสนอแนะในด้านต่างๆดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ มีกลุ่มลูกค้าจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 19.6 มีข้อเสนอแนะว่า ควรใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ มีความสด ใหม่อยู่เสมอ อาหารบางอย่างดูไม่สะอาด ผักบางที่ก็ดูสกปรก ควรล้างหรือทำความสะอาดให้ดูน่ารับประทานมากกว่านี้ เพิ่มอาหารให้มีความหลากหลายมากขึ้น เช่น เพิ่มอาหารทะเลชนิดต่างๆให้มากขึ้น หมั่นคอยตรวจดูวัตถุดิบต่างๆ ว่าหมดแล้วหรือยัง ถ้าหมดก็ให้รีบหามาเติมอย่าให้ขาด

ด้านราคา มีกลุ่มลูกค้าจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 9.6 มีข้อเสนอแนะว่า ราคาอาหารแพงเกินไป ราคาไม่เหมาะกับปริมาณและคุณภาพ ควรจะลดราคาลงให้เหมาะสม บางร้านที่คิดราคาอาหารแบบขายเป็นจาน ก็ควรจะหันมาคิดค่าบริการแบบบุฟเฟ่ต์

ด้านทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพ มีกลุ่มลูกค้าจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 12.4 มีข้อเสนอแนะว่า ควรจะตั้งร้านให้ใกล้แหล่งชุมชน เช่น บริเวณใกล้ๆกับมหาวิทยาลัย บริเวณหอพักนักศึกษา ควรหมั่นดูแลความสะอาดบริเวณร้านให้น่าใช้บริการมากกว่านี้ ที่จอดรถของร้านมีน้อย ควรเพิ่มที่จอดรถให้เพียงพอต่อการมาใช้บริการของลูกค้า

ด้านการส่งเสริมการตลาด มีกลุ่มลูกค้าจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 มีข้อเสนอแนะว่าร้านหมู่มูมไม่มีโปรโมชั่น หรือส่วนลด ให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นประจำ ควรจัดทำโปรโมชั่น หรือมอบส่วนลดให้ลูกค้า เช่น ถ้าลูกค้ามาใช้บริการจำนวนหลายคนก็จะมอบส่วนลดให้ หรือจัดทำคูปองสะสมแต้มเพื่อใช้ในการลดราคาหรือได้ทานฟรีในครั้งต่อไป

ด้านการให้บริการ มีกลุ่มลูกค้าจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6 มีข้อเสนอแนะว่า เวลาสั่งอาหารไปแล้วได้รับอาหารล่าช้า ควรจะปรับปรุงให้มีการบริการที่รวดเร็วทันใจมากขึ้น เจ้าของร้านควรหมั่นฝึกอบรมพนักงานให้มีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสเวลาให้บริการ เต็มใจที่จะให้บริการ เอาใจใส่ในการให้บริการต่อลูกค้า อยากให้พนักงานแต่งกายให้เรียบร้อย ดูสะอาด ไม่ใส่เสื้อที่ดูสกปรก หรือเสื้อที่ขาด



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved