

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารประเภทหมูจุ่มในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหมูจุ่มของผู้บริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารประเภทหมูจุ่มของผู้บริโภค และศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทหมูจุ่มของผู้บริโภค ที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

โดยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแล้วนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ และนำเสนอผลการวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา ในรูปของความถี่ ร้อยละ และการจัดอันดับ ได้ผลสรุปในการศึกษา ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

##### 5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการภายในร้านอาหารประเภทหมูจุ่ม

จากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 74.4 มีอายุระหว่าง 26-30 ปี ร้อยละ 46.8 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 79.2 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 73.2 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 47.6 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001–15,000 บาท ร้อยละ 49.2

##### 5.1.2 พฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหมูจุ่มของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหมูจุ่มโดยส่วนใหญ่จะมีความถี่ในการบริโภค 1 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 55.2 ร้านอาหารประเภทหมูจุ่มที่กลุ่มตัวอย่างมักนิยมไปใช้บริการคือร้านหมูจุ่มฟ้าธานี ร้อยละ 16.8 บุคคลที่มักไปบริโภคอาหารประเภทหมูจุ่มร่วมกันคือ เพื่อน ร้อยละ 55.6 จำนวนคนที่ไปใช้บริการร้านอาหารประเภทหมูจุ่มร่วมกันแต่ละครั้งคือ 3-4 คน ร้อยละ 53.2 เหตุผลในการบริโภคอาหารประเภทหมูจุ่มคือ รสชาติถูกปาก ร้อยละ 60.0 ส่วนใหญ่มักนิยมรับประทานปกติ ไม่มีโอกาสพิเศษ ร้อยละ 41.2 และมีค่าใช้จ่ายในการบริโภคเฉลี่ย 101-150 บาท/ครั้ง ร้อยละ 48.0

### 5.1.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารประเภทหมู่มของกลุ่มตัวอย่าง

#### 1) ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหมู่มของกลุ่มตัวอย่าง

จากการวิเคราะห์ทางสถิติในการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหมู่มของกลุ่มตัวอย่าง ได้ใช้การคำนวณแบบการสร้างตารางแจกแจงความถี่แบบสองทาง (Crosstabs) และไคสแควร์ (Chi-Square) ได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆดังนี้

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ อายุกับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารประเภทหมู่ม ระดับการศึกษาเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารประเภทหมู่มโดยเฉลี่ยในแต่ละครั้ง รายได้กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารประเภทหมู่มโดยเฉลี่ยในแต่ละครั้ง

ปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ เพศกับบุคคลที่มักไปบริโภคอาหารประเภทหมู่มร่วมกัน เพศกับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารประเภทหมู่มโดยเฉลี่ยในแต่ละครั้ง อายุกับบุคคลที่มักไปบริโภคอาหารประเภทหมู่มร่วมกัน ระดับการศึกษาเกี่ยวกับโอกาสในการรับประทานอาหารประเภทหมู่ม

#### 2) ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารประเภทหมู่มของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารประเภทหมู่มมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งคือ ปัจจัยด้านราคา มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 อันดับสองคือ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 อันดับสามคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการให้บริการ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.48 และอันดับสุดท้ายคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.75 โดยปัจจัยด้านราคามีระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมาก ส่วนอีก 4 ปัจจัยที่เหลือมีระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับปานกลาง

### 5.1.5 ความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทหมู่มของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทหมู่มมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 อันดับสองคือ ปัจจัยด้านราคา มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 อันดับสามคือ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากันคือ 2.90 อันดับสี่คือ ปัจจัยด้านการให้บริการ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากันคือ 2.78 และ

อันดับสุดท้ายคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.43 โดยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการอยู่ในระดับน้อย ส่วนอีก 4 ปัจจัยที่เหลือมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง

## 5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. จากการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่นิยมบริโภคอาหารประเภทหมู่มุมส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีรายได้น้อย และเมื่อดูในส่วนของพฤติกรรมกรบริโภคอาหารประเภทหมู่มุม พบว่า ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารประเภทหมู่มุมในแต่ละครั้งน้อย ผู้ประกอบการร้านอาหารประเภทหมู่มุมจึงไม่ควรที่จะตั้งราคาอาหารแพงมากจนเกินไป

2. จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารประเภทหมู่มุมของกลุ่มตัวอย่างในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านราคาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารประเภทหมู่มุมมากที่สุด ผู้ประกอบการร้านอาหารประเภทหมู่มุมจึงควรตั้งราคาไม่ให้แพงมากจนเกินไป ในขณะที่ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารประเภทหมู่มุมน้อย ผู้ประกอบการร้านอาหารประเภทหมู่มุมจึงไม่ต้องเน้นการส่งเสริมการตลาดมากนักก็ได้

3. จากการศึกษาระดับความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทหมู่มุมของกลุ่มตัวอย่างในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความพึงพอใจในการใช้บริการน้อยที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารประเภทหมู่มุมจึงควรที่จะปรับปรุงปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น มีการจัดทำโปรโมชั่นลดราคา หรือการจัดทำบัตรสะสมแต้ม เพื่อแลกของรางวัล

## 5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ในการคำนวณหาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหมู่มุมของกลุ่มตัวอย่าง สามารถใช้เทคนิคของการวิเคราะห์ความถดถอย (Regression Analysis) ซึ่งจะทำได้ข้อสรุปของความสัมพันธ์ที่ชัดเจนทั้งขนาดและทิศทาง

2. เพื่อให้ผลการศึกษา มีความละเอียดและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น จึงควรเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคอาหารประเภทหมู่มุมให้ครบทุกร้านที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่