

บทที่ 5

ผลการศึกษา

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจอาหารพื้นบ้านล้านนา เป็นการศึกษาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการ ปัญหา และอุปสรรค ในการพัฒนาตนเองของผู้ประกอบการวิสาหกิจอาหารพื้นบ้านล้านนา รูปแบบและแนวทางที่เป็นไปได้และมีความเหมาะสมในการพัฒนา ความสามารถในการแข่งขันสำหรับวิสาหกิจอาหารพื้นบ้านล้านนาและเพื่อกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาความสามารถในการแข่งขันสำหรับวิสาหกิจอาหารพื้นบ้านล้านนาเพื่อให้สามารถดำเนินกิจการได้อย่างยั่งยืน โดยใช้แบบสอบถาม กับกลุ่มผู้บริโภคที่เลือกจากกลุ่มประชากรโดยวิธีการสุ่มตัวอย่าง แบบ Cluster Sampling กับกลุ่มตัวอย่างซึ่งประกอบด้วย ผู้ซื้ออาหารพื้นบ้านที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่และลำพูนและผู้ซื้ออาหารพื้นบ้านที่เป็นบุคคลในท้องถิ่น จำนวนทั้งสิ้น 200 ราย ในเขตจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน และใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ประกอบการเพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกในด้านการบริหารจัดการและการวางแผนทางด้านการผลิต การเงินและการตลาดจำนวนทั้งสิ้น 10 ราย โดยมีวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้ผลิตที่เป็นผู้ค้าในตลาดทุกระดับทั้งแบบขายปลีกและขายส่งในเขตจังหวัดเชียงใหม่และลำพูนเนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีวิสาหกิจอาหารพื้นบ้านกระจายตัวอยู่เป็นจำนวนมากและไม่ได้อยู่รวมกลุ่มกันอย่างเป็นรูปธรรม อีกทั้งวิธีการจัดทำ Focus Group ระหว่างกลุ่มผู้ผลิต ผู้บริโภค และเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องเพื่อร่วมกันกำหนดปัญหาและเสนอแนะแนวทางที่เป็นไปได้ร่วมกัน โดยการนำเสนอผลการศึกษานำเสนอตามวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย ตามลำดับดังต่อไปนี้

5.1 ความต้องการ ปัญหา และอุปสรรค ที่ค้นพบ

ผู้วิจัยได้ข้อมูลความต้องการ ปัญหา และอุปสรรค ในการพัฒนาตนเองของผู้ประกอบการวิสาหกิจอาหารพื้นบ้านล้านนาจากการสัมภาษณ์และจัดประชุมกลุ่มย่อยกลุ่มตัวอย่าง สามารถสรุปเนื้อหาที่ค้นพบได้ดังนี้

5.1.1 ด้านผู้ผลิตอาหารพื้นบ้านล้านนา

1) การวิเคราะห์ SWOT

จุดแข็ง (Strength)

1. ใช้เงินในการลงทุนน้อยประมาณ 20,000 บาท
2. มีลูกค้าประจำมาซื้อตลอด

3. คุณภาพของผลิตภัณฑ์ดี สะอาด ปลอดภัย
4. รสชาติของผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับของตลาด
5. ราคาไม่แพงเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า
6. พึ่งพาตนเองในเรื่องเงินทุนค่อนข้างมาก
7. ดำเนินกิจการมาอย่างน้อย 4 ปี
8. ส่วนใหญ่ได้กำไรเกินกว่า 50% ของต้นทุนที่ลงไป
9. เป็นสูตรดั้งเดิมและทำมานาน
10. มีความพยายามในการเพิ่มสินค้าให้มีความหลากหลายมากขึ้น โดยเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้ามากขึ้น
11. ส่วนใหญ่มีการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายไว้เพื่อง่ายต่อการบริหารจัดการ
12. มีบริการส่งสินค้าให้ลูกค้าตาม Order ที่สั่ง
13. บางวิสาหกิจชุมชนได้รับรองผลโดย อย. เรียบร้อยแล้ว ทำให้สามารถขยายตลาดไปได้เต็มที่
14. บางวิสาหกิจชุมชนได้รับรางวัลและมีการถ่ายทำ เพื่อออกรายการโทรทัศน์ ทำให้สินค้าขายดียิ่งขึ้น
15. มีความพยายามพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย ทั้งด้านรสชาติและตัวผลิตภัณฑ์เอง
16. บางวิสาหกิจชุมชนมีการให้บริการจัดส่งสินค้าให้ฟรี และมีการตรวจเช็คสินค้าที่จะนำไปจำหน่ายอยู่เป็นประจำ

จุดอ่อน (Weak)

1. ผลิตไม่ทันตาม Order ที่สั่งมาบางช่วงเวลา
2. ขายเฉพาะในพื้นที่ภายในอำเภอหรือจังหวัดเป็นส่วนใหญ่
3. นิยมขายสินค้าภายในชุมชนและพื้นที่ที่ใกล้แหล่งผลิตเป็นส่วนใหญ่
4. ต้นทุนการผลิตมีแนวโน้มสูงขึ้น
5. ไม่สามารถปรับราคาได้มากนัก เนื่องจากมีคู่แข่งมากและต้องรักษารฐานลูกค้าเดิมไว้
6. มีอำนาจการต่อรองด้านวัตถุดิบน้อย
7. ขาดแรงงานในการผลิตในช่วงฤดูการทำนาและช่วงที่มีการเก็บเกี่ยวผลผลิตลำไย
8. บางวิสาหกิจชุมชนยังไม่ผ่านการรับรองผลโดย อย. ทำให้ขยายตลาดไปได้ไม่เต็มที่

9. ขาดการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิต เนื่องจากมีงบประมาณน้อยและจำกัด
10. สมาชิกของวิสาหกิจชุมชนเข้าร่วมในการผลิตไม่สม่ำเสมอ

โอกาส (Opportunity)

1. ได้รับงบประมาณช่วยเหลือจากหน่วยงานของรัฐบาล เช่น เทศบาล อบต. และหมู่บ้าน
2. มีโอกาสขยายตลาดไปยังต่างประเทศและจังหวัดต่างๆ ภายในประเทศได้มากขึ้น
3. มีความพยายามในการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดได้
4. ได้รับความช่วยเหลือจากภาครัฐในด้านความรู้ในการบริหารจัดการ อุปกรณ์ในการผลิตและด้านสถานที่ในการจัดจำหน่าย (บางกิจการ)
5. มีความพยายามในการขยายตลาดให้มากขึ้น
6. ตลาดหรือลูกค้ามีความต้องการบริโภคมากขึ้น
7. หลายวิสาหกิจชุมชนมีโอกาสในการขยายตลาดออกไปยังต่างประเทศมากขึ้น

อุปสรรค (Threat)

1. มีคู่แข่งในตลาดมากและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น
2. ราคาวัตถุดิบสูงขึ้น

2) ข้อเสนอแนะ แก่ผู้ผลิตอาหารพื้นบ้านล้านนา

ควรมีการประสานงานและรวมกลุ่มกันระหว่างวิสาหกิจชุมชน เพื่อรวมกลุ่มกันในการจัดซื้อวัตถุดิบจากแหล่งผลิตวัตถุดิบโดยตรง เพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองในด้านวัตถุดิบและสามารถซื้อวัตถุดิบได้ในราคาที่ถูกลง อีกทั้งยังช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการซื้อวัตถุดิบลงอีกทางหนึ่งด้วย

5.1.2 ด้านผู้บริโภคอาหารพื้นบ้านล้านนา

1) จุดอ่อน

คณะนักวิจัยได้สอบถามถึงความเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่เป็น วิสาหกิจอาหารพื้นบ้านที่ดำเนินการในปัจจุบัน ในด้านจุดอ่อนของอาหารพื้นบ้านล้านนา ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อคิดเห็นดังต่อไปนี้ (ตัวเลขที่อยู่ในวงเล็บคือจำนวนผู้ให้ความคิดเห็น)

- ราคา สถานที่ การโฆษณา (15)
- สะอาด ถูกหลักอนามัย มีคุณภาพ มีมาตรฐาน(15)
- รสชาติ การปรุงอาหาร (14)

- ราคาไม่แพงเกินไป (11)
- อาหารพื้นบ้านมีเอกลักษณ์ของตัวเองอยู่แล้วจุดอ่อน คือต้องประชาสัมพันธ์ให้รู้จักอาหารพื้นเมืองที่อร่อยให้ถูก (9)
- ผู้ประกอบการที่มีฝีมือแต่ขาดเงินทุนให้มากๆ (9)
- ให้คงความเป็นคนเมือง รู้ค่าเมืองที่ลงท้ายด้วยคำว่า “เจ้า” (8)
- ความสะอาด สถานที่คับแคบในการผลิต (7)
- จุดอ่อน คือ คนบางส่วนไม่รู้จัก เพราะไม่มีการโฆษณาและรัฐบาลไม่สนับสนุนมากเท่าที่ควร (6)
- การตลาด (6)
- ด้านการใช้ภาษาในการพูด เชิญชวน ควรใช้ภาษาท้องถิ่นในการพูด (5)
- สถานที่ (4)
- ขยะ ห้องน้ำ หน้าตาอาหาร (4)
- ขั้นตอนการผลิตบางครั้งอาจจะไม่ได้คุณภาพ (3)
- บริการ (3)
- อ่อนเครื่องปรุง (2)
- พนักงานบริการที่ไม่เป็นมืออาชีพ สื่อสารกับแขกไม่รู้เรื่อง ส่วนใหญ่เป็นชาวเขา (1)
- มีมาตรฐาน (1)
- คู่ค้าหลัง ไม่พัฒนา (1)
- ไม่จริงจัง ทำเหมือนไฟไหม้ฟาง (1)
- การตลาด (1)
- ความหลากหลาย (1)
- ไม่มีให้เห็นมากนัก (1)
- แปรรูปให้ทันสมัยมากขึ้น (1)
- ไม่มีจุดอ่อน (1)
- อาหารกับร้านควรเหมาะสมกัน (1)
- การแสดงถึงคุณประโยชน์ที่จะได้รับ (1)
- ดำเนินการไม่ทั่วถึง (1)
- ที่จอดรถ (1)
- การตกแต่งร้าน (1)
- ไม่มีความชัดเจนในสถานที่ (1)

- งบประมาณ (1)
- ไม่มีความชัดเจน (1)
- ด้านบริการซ้ำ (1)
- การเข้าถึงตัวลูกค้า (1)
- ควรมีการส่งเสริมอาหารพื้นบ้านอย่างจริงจังมากกว่านี้ให้เห็นเป็นรูปธรรมมากขึ้นส่งเสริม (1)
- ตลาดที่ขายยังมีน้อย (1)
- ไม่มีการสนับสนุนเท่าที่ควรและไม่ต่อเนื่อง (1)
- สาขาน้อย (1)
- การโฆษณา เพราะผู้คนไม่ได้รับข่าวสาร (1)

2) รายการอาหารพื้นบ้านตามความนิยมในการบริโภค

ผู้วิจัยได้สอบถามข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างโดยให้กลุ่มตัวอย่างเรียงลำดับประเภทอาหารคาว อาหารหวาน/ขนมและ เครื่องดื่ม โดยให้ระบุชื่อมา 3 ลำดับแรกซึ่งสามารถสรุปเนื้อหาที่ค้นพบได้ดังนี้

ตารางที่ 5-1 อันดับประเภทอาหารคาวที่นิยมรับประทานในจังหวัดเชียงใหม่

ประเภท	รายการที่นิยม รับประทาน เป็นอันดับ 1	จำนวน	รายการที่นิยม รับประทานเป็น อันดับ 2	จำนวน	รายการที่นิยม รับประทานเป็น อันดับ 3	จำนวน
อาหารคาว	ลาบ	17	แกงอ่อม	13	แกงแค	6
	แกงอ่อม	10	น้ำพริกอ่อง	10	น้ำพริกอ่อง	5
	แกงแค	9	ลาบ	9	แกงหน่อไม้	4
	แกงฮังเล	8	แกงแค	8	แกงโสะ	4
	น้ำพริกหนุ่ม	7	ไส้อั่ว	6	น้ำพริกหนุ่ม	4
	ไส้อั่ว	7	แกงโสะ	5	ห่อนึ่ง	3
	น้ำพริกอ่อง	5	แกงฮังเล	4	น้ำพริก	3
	ทุกประเภท	3	แกงขนุน	2	ไส้อั่ว	2
	แกงขนุน	2	น้ำพริกตาแดง	2	จอผักกาด	2
	ลาบหมูคั่ว	2	ส้า	2	หมูทอด	2
	น้ำพริก	2	น้ำพริก	2	ไก่	2
	แกงแคไก่	2	หู้	2	น้ำพริกหนุ่ม	2
	ลาบปลา	2	ลาบหมู	2	ลาบ	2
	แกงผักกาด	2	แกงผักหวาน	2	น้ำพริกกะปิ	2
	น้ำพริกปลา	1	แกงหน่อไม้	2	ลาบสุก	2
	แกงโสะ	1	แกงผักใส่ปลา	1	ตำขนุน	1
	แกงอ่อมเนื้อ	1	ยำผักกาดน้อย	1	แกงตูนใส่ปลา	1
	ต้มปลา	1	แกงกบ	1	ลาบปลา	1
	ยำปลาแห้ง	1	ต้มปลา	1	แกงหัวปลี	1

ประเภท	รายการที่นิยม รับประทาน เป็นอันดับ 1	จำนวน	รายการที่นิยม รับประทานเป็น อันดับ 2	จำนวน	รายการที่นิยม รับประทานเป็น อันดับ 3	จำนวน
อาหารคาว	แกงปลา	1	ไส้ย่าง	1	ย่างกุ้ง	1
	ยำไก่	1	แกงผักกาด	1	หู้	1
	จ้อผักกาด	1	ต้มปู	1	แกงส้มดอกแค	1
	ยำผักกาด	1	ผัดผักแคบ	1	ยำเนื้อไก่	1
	แกงเห็ด	1	ต้มส้มปลา	1	ส้าเนื้อ	1
	ตำขมุน	1	ยำ	1	ยำกบ	1
	ลาบหมู	1	ต้มยำกบ	1	ส้าผักกาด	1
	ส้าใบมะพร้าว	1	แกงเลียง	1	แกงอ่อมไก่	1
	แกงผักปิ้ง	1	น้ำพริกหนุ่ม	1	แกงผักเสี้ยนดา	1
	แกงฟักทอง	1	จ้อผักกาด	1	ยำไก่	1
	แคบหมู	1	หมูทอด	1	ลาบคาว	1
	น้ำพริกแมงดา	1	ยำไก่	1	แกงผักกาด	1
	แกงผักม่น	1	ต้มแซ่บ	1	ยำจิ้นไก่	1
			แกงไก่ใส่ หน่อไม้ดอง	1	ตำมะเขือ	1
			แกงฟัก	1	ของย่าง	1
			ลาบหมูดิบ	1	แกงเห็ดดอบ	1
			แกงหัวปลี	1	น้ำพริกตาแดง	1
			ตำขมุน	1	แอบหมู	1
					ต้มแซ่บ	1
					ต้มยำไก่บ้าน	1
					แกงผักม่น	1
					หมูขยี่	1
					แกงผักปิ้ง	1

ตารางที่ 5-2 อันดับประเภทอาหารหวาน/ขนมที่นิยมรับประทานในจังหวัดเชียงใหม่

ประเภท	รายการที่นิยม รับประทาน เป็นอันดับ 1	จำนวน	รายการที่นิยม รับประทาน เป็นอันดับ 2	จำนวน	รายการที่นิยม รับประทานเป็น อันดับ 3	จำนวน
อาหาร หวาน/ขนม	กล้วยบวชชี	8	ขนมเทียน	6	ขนมสอดไส้	7
	ขนมเทียน	7	ขนมหม้อแกง	4	ขนมเทียน	5
	ข้าวต้มมัด	7	บัวลอย	4	กล้วยบวชชี	5
	ลอดช่อง	7	ทองหยิบ	4	ข้าวต้มมัด	4
	ขนมชั้น	7	กล้วยบวชชี	4	ทองหยอด	3
	ขนมสอดไส้	6	ข้าวต้มมัด	4	ฝอยทอง	3
	ขนมหม้อแกง	3	ขนมชั้น	3	ซ่าหริ่ม	2
	ขนมจ็อก	2	รวมมิตร	3	เฉาก๊วย	2
	ทุกอย่าง	2	ลอดช่อง	3	รวมมิตร	2
	ขนมตาล	2	ขนมกล้วย	2	ทองหยิบ	2
	ทับทิมกรอบ	2	ขนมแดงไทย	2	ลอดช่อง	2
	รวมมิตร	2	ขนมจ็อก	2	ขนมชั้น	2
	ข้าวมันสังขยา	2	ข้าวมันปิ้ง	2	บัวลอยไข่หวาน	2
	สังขยาฟักทอง	1	มันเชื่อม	2	ถั่วแปบ	2
	ขนมครก	1	ข้าวมัน	1	ขนมครก	1
	ข้าวเหนียว กะทิ	1	ฝอยทอง	1	ขนมตาล	1
	ฟักทองสังขยา	1	ซ่าหริ่ม	1	ขนมวุ้น	1
	ข้าวแต๋น	1	เฉาก๊วย	1	ขนมแดงไทย	1
	ฝอยทอง	1	ข้าวเหนียวมูล	1	บวชถั่ว	1
	บวชฟัก	1	เต้าหู้นมสด	1	เม็ดยก	1
	เต้าฮวย	1	ข้าวหลาม	1	ขนมปาด	1
	เต้าส่วน	1	ขนมตาล	1	ขนมลื่นหมา	1
	ขนมกล้วย	1	สากุ	1	ข้าวหลาม	1

ประเภท	รายการที่นิยม รับประทาน เป็นอันดับ 1	จำนวน	รายการที่นิยม รับประทาน เป็นอันดับ 2	จำนวน	รายการที่นิยม รับประทานเป็น อันดับ 3	จำนวน
อาหาร หวาน/ขนม	วุ้นกะทิ	1	ฟักทองนึ่ง	1	ข้าวแต๋น	1
	ทองหยอด	1	ถั่วแปบ	1	ลูกชุบ	1
	สากุ	1	ข้าวเหนียวดำ	1	ขนมห่อใบเตย	1
	ข้าวหลาม	1	สังขยา	1	ขนมต้ม	1
	ทองหยิบ	1	กะละแม	1	กล้วยเชื่อม	1
	มันปิ้ง	1	ทองหยอด	1	สากุ	1
	ขนมถั่วย	1	ขนมสอดไส้	1	ทับทิมกรอบ	1
			ทับทิมกรอบ	1		

ตารางที่ 5-3 อันดับประเภทเครื่องดื่มที่นิยมรับประทานในจังหวัดเชียงใหม่

ประเภท	รายการที่นิยม รับประทาน เป็นอันดับ 1	จำนวน	รายการที่นิยม รับประทานเป็น อันดับ 2	จำนวน	รายการที่นิยม รับประทานเป็น อันดับ 3	จำนวน
เครื่องดื่ม	น้ำใบบัวบก	12	น้ำกระเจี๊ยบ	13	น้ำลำไย	7
	น้ำกระเจี๊ยบ	7	น้ำใบบัวบก	11	น้ำใบบัวบก	6
	น้ำเก๊กฮวย	5	น้ำลำไย	5	น้ำมะพร้าว	5
	น้ำมะพร้าว	4	น้ำใบเตย	4	น้ำใบเตย	4
	น้ำมะนาว	3	น้ำเก๊กฮวย	4	น้ำมะนาว	3
	น้ำมะตูม	3	น้ำขิง	3	น้ำมะตูม	3
	น้ำเปล้า	3	น้ำมะตูม	3	น้ำเก๊กฮวย	3
	น้ำลำไย	3	น้ำตะไคร้	3	น้ำกระเจี๊ยบ	3
	น้ำตะไคร้	2	น้ำอ้อดลม	2	กาแฟ	2
	น้ำขิง	2	น้ำมะเขือเทศ	1	น้ำตะไคร้	2
	สาโท	2	น้ำลูกขย	1	น้ำเสาวรส	2
	ทุกอย่าง	2	น้ำว่านหางจระเข้	1	น้ำฝรั่ง	2

ประเภท	รายการที่นิยม รับประทาน เป็นอันดับ 1	จำนวน	รายการที่นิยม รับประทานเป็น อันดับ 2	จำนวน	รายการที่นิยม รับประทานเป็น อันดับ 3	จำนวน
เครื่องดื่ม	น้ำมะขาม	2	สปอนเซอร์	1	น้ำสับปะรด	1
	น้ำตะไคร้	2	น้ำส้ม	1	น้ำมะขาม	2
	ชาเย็น	2	น้ำเปล่า	1	น้ำจืด	1
	กาแฟ	1	ชาเย็น	1	น้ำบัว	1
	เบียร์	1	น้ำมะขาม	1	กาแฟเย็น	1
	น้ำอัดลม	1	กาแฟ	1	น้ำอัดลม	1
	น้ำเต้าหู้	1			น้ำผลไม้	1
	น้ำฝรั่ง	1			น้ำเงี้ยว	1
	น้ำมะเขีง	1			น้ำจิง	1
	น้ำเสาวรส	1			น้ำผลไม้อื่นๆ	1
	น้ำชาเขียว	1			ชาเย็น	1
	น้ำเงี้ยว	1				
	น้ำอ้อย	1				
	น้ำส้ม	1				
	น้ำใบเตย	1				

ตารางที่ 5-4 อันดับประเภทอาหารคาวที่นิยมรับประทานในจังหวัดลำพูน

ประเภท	รายการที่นิยม รับประทาน เป็นอันดับ 1	จำนวน	รายการที่นิยม รับประทานเป็น อันดับ 2	จำนวน	รายการที่นิยม รับประทานเป็น อันดับ 3	จำนวน
อาหารคาว	แกงฮังเล	7	แกงขนุน	3	แกงโสะ	3
	แกงแค	3	จอกกาด	3	แกงอ่อม	2
	ผักกาดจอบ	3	ใส่อั่ว	2	ตำมะเขือ	2
	แกงหน่อไม้	2	แกงโสะ	2	ลาบหมู	2
	ลาบหมู	1	แกงหน่อไม้	2	แกงแค	2
	แกงโสะ	1	แกงอ่อม	2	น้ำพริก	1

ประเภท	รายการที่นิยม รับประทาน เป็นอันดับ 1	จำนวน	รายการที่นิยม รับประทานเป็น อันดับ 2	จำนวน	รายการที่นิยม รับประทานเป็น อันดับ 3	จำนวน
อาหารคาว	แกงมะรุม	1	ยำผัก	2	แกงฮังเล	1
	ต้มยำไก่	1	แกงแค	1	แคบหมู	1
	แกงชะอม	1	แกงอ่อม มะพร้าว	1	ไส้อั่ว	1
	ปลานึ่ง	1	น้ำพริกกะปิ	1	แกงปลาช่อน	1
	น้ำพริกตาแดง	1	แกงฮังเล	1	ผัดจิ้งต๊ับหวาน	1
	ต้มขม	1	ตำมะเขือ	1	หูลู่	1
	แกงอ่อม	1	ต้มยำกบ	1	แกงหน่อไม้	1
	น้ำพริกกะปิ	1	ยำกบ	1	แกงอ่อม	1
	ยำเตา	1	ลาบ	1	ห่อหมก	1
	แกงหน่อไม้ ดอง	1	แกงแคกบ	1	ส้า	1
	แกงเผ็ด	1	ห่อแฉับ	1	ต๊ับหวาน	1
	ไก่ต้มน้ำปลา	1	น้ำพริกอ่อง	1	แกงขนุน	1
	จอผักกาด	1	ต้มจืด	1	น้ำพริกอ่อง	1
			ยำผักรวม	1	น้ำพริกหนุ่ม	1
					ยำกบ	1
					ยำไก่	1
					แกงหอยขม	1
					แกงผักชะอม	1

ตารางที่ 5-5 อันดับประเภทอาหารหวาน/ขนมที่นิยมรับประทานในจังหวัดลำพูน

ประเภท	รายการที่นิยม รับประทาน เป็นอันดับ 1	จำนวน	รายการที่นิยม รับประทานเป็น อันดับ 2	จำนวน	รายการที่นิยม รับประทานเป็น อันดับ 3	จำนวน
อาหารหวาน/ ขนม	ขนมเทียน	6	ขนมหม้อแกง	4	ขนมชั้น	4
	ข้าวต้มมัด	3	ขนมชั้น	4	ขนมเทียน	3
	กล้วยบัวชี่	3	บัวลอย	4	ลูกชุบ	2
	ขนมชั้น	3	ขนมเทียน	4	สังขยา	2
	ขนมครก	2	ขนมสอดไส้	2	ฝอยทอง	2
	รวมมิตร	2	ข้าวต้มมัด	2	ทองหยิบ	1
	สังขยา	2	ฟักบัว	1	ข้าวต้มมัด	1
	บัวลอย	1	ลอดช่อง	1	บัวลอย	1
	ขนมตาล	1	ทองหยิบ	1	ขนมหม้อแกง	1
	ขนมไข่	1	ขนมไข่	1	ข้าวหลาม	1
	ทองหยอด	1	ลูกชุบ	1	ลอดช่อง	1
	ลอดช่อง	1	กล้วยบัวชี่	1	บัวลอย	1
	ขนมถั่วแปบ	1			ข้าวเหนียวลำไย	1
	หอยทอด หวาน	1			ซ่าหริ่ม	1
					ข้าวต้มกะทิ	1
					ขนมไข่	1
					สาकुเปี้ยก	1
					สาकुไส้หมู	1
					ข้าวแต๋น	1

ตารางที่ 5-6 อันดับประเภทเครื่องดื่มที่นิยมรับประทานในจังหวัดลำพูน

ประเภท	รายการที่นิยม รับประทาน เป็นอันดับ 1	จำนวน	รายการที่นิยม รับประทานเป็น อันดับ 2	จำนวน	รายการที่นิยม รับประทานเป็น อันดับ 3	จำนวน
เครื่องดื่ม	น้ำลำไย	5	น้ำกระเจียบ	6	น้ำใบบัวบก	5
	น้ำใบบัวบก	5	น้ำมะพร้าว	4	น้ำมะพร้าว	5
	น้ำตะไคร้	4	น้ำจิง	3	น้ำอืดลม	3
	น้ำเปล่า	4	น้ำเปล่า	3	น้ำกระเจียบ	3
	น้ำใบเตย	2	น้ำอืดลม	2	น้ำมะตูม	2
	นมเย็น	1	น้ำมะนาว	1	น้ำเงี้ยว	2
	น้ำเสาวรส	1	น้ำใบบัวบก	1	น้ำมะเขือเทศ	1
	น้ำมะพร้าว	1	เหล้าขาว	1	น้ำตาลสด	1
	น้ำแก๊กฮวย	1	น้ำปั้น	1	น้ำฝรั่ง	1
	น้ำส้มคั้น	1	น้ำตะไคร้	1	น้ำผลไม้รวม	1
	น้ำกระเจียบ	1	นม	1	นม	1
	เหล้าขาว	1	น้ำอัญชัน	1	น้ำหวาน	1
			น้ำเงี้ยว	1		
			น้ำแก๊กฮวย	1		

จากการนำเสนอข้อมูลรายการอาหารคาว อาหารหวาน และเครื่องดื่มของจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดลำพูนข้างต้น จะเห็นได้ว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดระหว่างลำดับที่ 1 ลำดับที่ 2 และลำดับที่ 3 แต่ก็อาจเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการอาหารพื้นบ้าน ได้เห็นแนวโน้มรายการอาหารคาว อาหารหวาน และเครื่องดื่มที่กลุ่มตัวอย่างนิยมบริโภคเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดประเภทหรือรายการอาหารเพื่อขายให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

3. ความคิดเห็นต่อความช่วยเหลือจากภาครัฐ

คณะนักวิจัยได้สอบถามถึงความเห็นของกลุ่มตัวอย่างในด้านความต้องการการช่วยเหลือจากรัฐบาล หรือ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นว่าควรเข้ามาสนับสนุนวิสาหกิจอาหารพื้นบ้านในด้านใดบ้าง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อคิดเห็นดังต่อไปนี้ (ตัวเลขที่อยู่ในวงเล็บคือจำนวนผู้ให้ความคิดเห็น)

- การประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้อุรักษ์อาหารพื้นบ้าน (24)
- การผลิตและการประชาสัมพันธ์การขาย การตลาด (24)
- รสชาติ ความสะอาด ราคา (21)
- คุณภาพของอาหาร (18)
- ทุน งบประมาณ ราคา (15)
- สถานที่ขาย สะอาด (13)
- รมรงค์ให้หันมาทานอาหารพื้นบ้าน (8)
- งบลงทุนเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในวิสาหกิจอาหาร (8)
- งบลงทุนในการขายสถานที่การผลิต (7)
- สถานที่ การเข้าถึงของร้านอาหารไม่ค่อยสะดวก (7)
- ให้ความรู้เรื่องอาหารพื้นบ้านให้ถูกต้อง (5)
- ช่องทางการขยายตลาด (4)
- สนับสนุน และตรวจสอบคุณภาพอาหาร (4)
- สะอาด (4)
- ส่งเสริมการผลิต (2)
- การจัดการตลาด เช่น รูปแบบ ราคา (2)
- วัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์ กรรมวิธีการผลิตของผู้ประกอบการ(2)
- ความเชี่ยวชาญของพนักงานให้บริการ (1)
- การเข้าถึงประชากร (1)
- การประกอบอาหาร กรรมวิธีในการผลิต (1)
- ส่งเสริมผู้ที่ไม่มีรายได้
- ทำอะไรก็ให้ทำจริง
- ได้รับการรับรองจากเจ้าหน้าที่แต่ละจังหวัด
- จัดระบบ พัฒนาสินค้าให้ดีขึ้น
- มีการจัด โชน

- คืออยู่แล้ว
- จัดกิจกรรมต่าง ๆ ให้ผู้ประกอบการอาหารพื้นบ้าน
- ส่งเสริมให้มีการแข่งขันทำอาหารพื้นบ้าน
- ให้คำแนะนำ ปรีกษา
- รสชาติ
- ส่งเสริมการขายและการตลาดให้กว้างมากขึ้น
- สูตรอาหารที่ถูกต้องเป็นท้องถิ่น โดยเนื้อแท้
- อบรมให้ความรู้ เพื่อที่จะส่งเสริมให้อาหารพื้นบ้านสามารถเข้าสู่ตลาดได้
- ให้ความรู้เกี่ยวกับความสะอาด ปลอดภัย และคุณค่าของอาหารพื้นบ้าน
- จัดสถานที่อำนวยความสะดวกอื่น ๆ
- สนับสนุนอย่างเต็มที่ให้วิสาหกิจอาหารพื้นบ้านจัดตั้งสถานที่ขายอาหารให้ได้
- ทำโบว์ชัวร์แนะนำอาหารลงหนังสือของจังหวัด
- ควรปรับปรุงด้านอาหารควรเป็นร้านอาหารพื้นบ้านที่ประกอบด้วยอาหารหลายๆอย่าง
- ทุกด้าน เพราะวิถีชาวบ้านควรรักษาไว้ให้ลูกหลาน

4. ข้อเสนอแนะในการบริหารจัดการ

คณะนักวิจัยได้สอบถามถึงความเห็นของกลุ่มตัวอย่างในด้านการพัฒนาการ ให้บริการหรือการบริหารจัดการของผู้ประกอบอาหารพื้นบ้าน กลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อคิดเห็นดังต่อไปนี้ (ตัวเลขที่อยู่ในวงเล็บคือจำนวนผู้ให้ความคิดเห็น)

- ราคาควรจะยุติธรรมต่อผู้บริโภค (27)
- การตรวจสอบความมาตรฐานของสินค้า (20)
- อาหารควรสะอาด มีคุณภาพ (19)
- ราคาที่เหมาะสมในการจัดจำหน่ายให้กับชาวบ้าน (15)
- ราคาไม่แพงเกินไป สะอาดไม่หมดอายุ (10)
- ไม่แพง ดัดป้ายชัดเจน(9)
- ผู้ประกอบการควรรักษามาตรฐานคุณภาพของสินค้าให้ดียิ่งขึ้น สามารถแข่งขันกับภาคอื่นๆได้ (7)
- ราคาไม่แพงและต้องปรุงให้อร่อยถูกต้องตามสูตร (7)
- รสชาติ (6)
- ทำเป็นเมนูและระบุราคาให้ชัดเจน (3)

- มีการตรวจเช็คสินค้าเป็นประจำ
- งานบริการควรใส่ใจในรายละเอียดให้มาก
- เน้นอาหารสุก
- ราคาเหมาะสมกับปริมาณ
- มีการจัดการระบบ stock สินค้าให้ดี
- บริการให้ทั่วถึง
- ควรสั่งซื้อวัตถุดิบจากท้องถิ่น
- เชื้อสตัฟฟ์ต่อผู้บริโภค
- วัตถุดิบ สดใหม่ เสมอ
- บรรจุก้นที่น่าสนใจ
- มีความพร้อมในทุกด้าน
- แบบชาวบ้าน ๆ ก็คืออยู่แล้ว
- ควรมิกล่องรับความคิดเห็นของผู้บริโภคไว้เพื่อจะได้รู้ว่าบกพร่องตรงไหน จะได้แก้ไข
- ราคาควรพอดีไม่แพงเกินไป ผู้ประกอบการควรตรวจสอบอาหารก่อนจะจัดส่งให้กับลูกค้า
- ห้ามเอาเปรียบลูกค้า
- คิดป้ายประกาศนียบัตรที่ได้รับเพื่อให้ลูกค้ามั่นใจในอาหารที่จะบริโภค

5. ข้อเสนอแนะในกระบวนการผลิต

คณะนักวิจัยได้สอบถามถึงความเห็นของกลุ่มตัวอย่างในด้านข้อเสนอแนะในการพัฒนากระบวนการผลิตอาหารพื้นบ้านของแต่ละท้องถิ่น กลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อคิดเห็นดังต่อไปนี้ (ตัวเลขที่อยู่ในวงเล็บคือจำนวนผู้ให้ความคิดเห็น)

- สะอาด มี อย. ถูกสุขลักษณะ วัตถุดิบที่มีคุณภาพ สด (33)
- รสชาติ (16)
- รสชาติดี ไม่สกปรก (16)
- อยากให้เน้นเรื่องความสะอาดและรสชาติเป็นหลัก ถ้าสะอาดและรสชาติดีลูกค้าจะเข้าร้านมากขึ้น (15)
- ความน่าสนใจในรูปแบบ (7)
- สร้างสีสันและหน้าตา รสชาติที่แตกต่าง โดยดูวัตถุดิบท้องถิ่นมาทำ (5)
- วัตถุดิบและชื่อของดีมาใช้ (5)
- เน้นรสชาติคงเอกลักษณ์ เน้นความสะอาดถูกหลักอนามัย (3)

- เกิดประโยชน์ต่อร่างกาย (3)
- ยุติธรรมต่อผู้ซื้อ
- สถานที่ควรสะอาด
- ควรเพิ่มผักที่เป็นสมุนไพรลงไปด้วย
- คนทำอาหารควรรักษาความสะอาด
- มีการตรวจสอบคุณภาพ
- มีเอกสารรับรอง
- ศึกษาให้ตรงตามความต้องการของคนท้องถิ่น
- ไม่ประหยัดพวกเนื้อ/เครื่องปรุง
- ควรมีข้อมูลโภชนาการและคุณค่าประโยชน์ของพืชผักพื้นบ้าน
- มีการจัดการเป็นระบบ
- ภาชนะที่ใส่อาหารสะอาด
- มีเชลล์ชวนชิมไปตรวจดูรสชาติของแต่ละร้าน
- ได้มาตรฐานที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด
- ให้ราชการมีส่วนร่วม
- ความสะอาดต้องคำนึงถึงผู้บริโภคเป็นหลักเพื่อผู้บริโภคจะได้อาหารพื้นบ้านที่มีคุณภาพ เพราะอาหารพื้นเมืองมีรสชาติคืออยู่แล้ว
- จัดอบรมของผู้ประกอบการ

5.2 รูปแบบและแนวทางที่เป็นไปได้และมีความเหมาะสมในการพัฒนา ความสามารถในการแข่งขันสำหรับวิสาหกิจอาหารพื้นบ้านล้านนา

ผู้วิจัยได้สอบถามข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภคอาหารพื้นบ้านโดยให้กลุ่มตัวอย่าง ระบุรูปแบบที่เหมาะสมของร้านอาหารพื้นบ้านที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเหมาะสมและควรจะมีการพัฒนาให้เป็นรูปแบบที่ดีต่อไปในอนาคต ซึ่งสามารถสรุปเนื้อหาที่ค้นพบได้ดังนี้

5.2.1 รูปแบบที่เหมาะสมของร้านอาหารพื้นบ้านล้านนา

ตารางที่ 5-7 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างหากรัฐบาลจัดให้มีสถานที่เฉพาะ ในการขายอาหารพื้นบ้านของแต่ละจังหวัด (ตัวเลขที่อยู่ในวงเล็บคือจำนวนผู้ให้ความคิดเห็น)

รูปแบบที่เหมาะสมของร้านอาหารพื้นบ้าน	จำนวน (คน)
ควรเป็นรูปแบบท้องถิ่นล้านนา แบบพื้นบ้าน	21
พนักงาน/ร้าน อาหาร สะอาด	17
บรรยากาศดี สะอาด เข้าถึงง่าย	16
มีทำเลที่ดี ร้านสะอาด ห้องน้ำสะอาด ราคาไม่แพง	15
แบบพื้นบ้าน มีความเป็นกันเองร้านควรจัดให้ดูสบายๆธรรมดาแต่ดูดีทั้งบริการและอาหาร	10
จีน โดก	9
ลักษณะจะต้องเป็นร้านพื้นเมือง	9
บรรยากาศร่มรื่น	7
ร้านร่มรื่น มีดนตรีพื้นเมืองบรรเลงๆพนักงานแต่งตัวพื้นเมือง พูดคำเมือง	5
แบบธรรมชาติ ร่มรื่น	4
ไทยๆ	4
แบบเห็นๆตักแต่งอะไรที่โดดเด่นเห็นและจำง่าย	3
ถูกหลักอนามัย สะอาด	3
บรรยากาศดี	3
บรรยากาศดี	2
ร่มรื่น อากาศถ่ายเท	2
กว้างขวาง มีให้เลือกหลายอย่าง	2
รูปแบบบุฟเฟ่ เพื่อเลือกทานได้ตามใจชอบ	1
กว้างขวาง	1
นั่งแคร่	1
ย้อนยุค ตกแต่งให้สวยงาม	1
รสชาติอร่อย	1
มีเสียงเพลงเคล้าคลอ	1
อะไรก็ได้	1

รูปแบบที่เหมาะสมของร้านอาหารพื้นบ้าน	จำนวน (คน)
น่าสนใจ มีจุดเด่น	1
บริการดี	1
ความเป็นกันเองของ เจ้าของ พนักงาน	1
มีอาหารให้เลือกหลากหลาย	1
แบบปัจจุบันก็คืออยู่แล้ว	1

5.2.2 ความคิดเห็นของผู้บริโภคหากรัฐบาลจัดให้มีสถานที่ในการจัดจำหน่ายอาหารพื้นบ้านให้แต่ละจังหวัด

ผู้วิจัยได้สอบถามกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภคอาหารพื้นบ้าน โดยให้กลุ่มตัวอย่าง ระบุความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง หากรัฐบาลจัดให้มีสถานที่ในการขายอาหารพื้นบ้านเป็นการเฉพาะ ในการขายอาหารพื้นบ้านของแต่ละจังหวัด โดยถามว่าเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยหรือไม่ และหากรัฐบาลจัดให้แล้วกลุ่มตัวอย่างจะซื้ออาหารพื้นบ้านในสถานที่ดังกล่าวหรือไม่ โดยให้กลุ่มตัวอย่างให้เหตุผลประกอบความคิดเห็นด้วย ซึ่งสามารถสรุปเนื้อหาที่ค้นพบได้ดังนี้

ตารางที่ 5-8 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างหากรัฐบาลจัดให้มีสถานที่เฉพาะ ในการขายอาหารพื้นบ้านของแต่ละจังหวัด (ตัวเลขที่อยู่ในวงเล็บคือจำนวนผู้ให้ความคิดเห็น)

เห็นด้วย เพราะ	ไม่เห็นด้วย เพราะ
<ul style="list-style-type: none"> - สะดวกต่อนักท่องเที่ยว ซื้อหาได้ง่าย ได้ทานอาหารพื้นบ้านที่แท้จริง (25) - ได้อนุรักษ์อาหารพื้นเมือง (12) - เห็นด้วย เพราะ จะได้มีอาหารพื้นบ้าน ซื้อ เพราะ บางครั้งก็ไม่มีเวลาทำ (12) - เห็นด้วย เพราะ ส่งผลดี ต่อการสร้างรายได้ ซื้อ เพราะสนับสนุนของไทยพื้นบ้าน (10) - เห็นด้วย เพราะ มีการจัดที่ขายโดยเฉพาะ ซื้อ เพราะ จะต้องให้ถูกและหลากหลายในเมนู (8) 	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นการจำกัดสิทธิและเสรีภาพในการค้าขาย (5) - คนที่อยู่ไกลเดินทางลำบาก (3) - ต้องซื้อได้ทุกที่ (3) - มีพื้นที่เยอะ (1) - มีผู้ขายอยู่ทั่วไป (1) - ที่ไหนก็ได้ (1) - ควรกระจายรายได้ (1) - แล้วแต่สถานที่เหมาะสม (1) - รสชาติไม่ดี (1) - ปกติสามารถหาซื้อได้ง่ายอยู่แล้ว (1)

เห็นด้วย เพราะ	ไม่เห็นด้วย เพราะ
<ul style="list-style-type: none"> - เห็นด้วย เพราะ จะได้บริโภคอาหารพื้นบ้านของแต่ละจังหวัด ชื่อเพราะ ทำให้ได้บริโภคอาหารที่มีความหลากหลาย (5) - เห็นด้วย เพราะจะได้ตรงไปซื้อที่ตรงจุดเดียว หลายๆร้าน ชื่อเพราะจะได้เป็นเอกลักษณ์ของอาหารพื้นเมือง (5) - เห็นด้วย เพราะเป็นการส่งเสริมและอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นนั้นๆไว้ ชื่อเพราะ ต้องรับประทานเป็นประจำอยู่แล้ว (3) - เห็นด้วย เพราะ จะได้เป็นส่วนรวม อยู่ด้วยกัน ชื่อเพราะ ต้องใช้ในการดำรงชีวิตอยู่แล้ว (3) - เห็นด้วย เพราะ เข้าถึงง่าย ชื่อเพราะ อยากรกินอะไรก็ได้ (2) - เห็นด้วย เพราะไม่ต้องหาร้านให้ยากเพราะรัฐบาลจัดให้แล้ว ชื่อเพราะ คิดว่าคงอร่อย (1) - เห็นด้วย เพราะ จังหวัดแต่ละจังหวัดจะได้มีร้านอาหารเป็นตัวแทน ชื่อ เพราะ อาจทำให้จะพัฒนาร้านต่อไป (1) - เป็นการกระตุ้นให้คนนิยมมากขึ้น (1) - มีที่เฉพาะสำหรับชื่ออาหาร (1) - เป็นเสน่ห์อย่างหนึ่ง (1) - จะได้ไม่ต้องโดนไล่ที่ (1) - จะได้รับประทานอาหารนั้น (1) - เน้นแต่สิ่งที่ดี (1) - เป็นเอกลักษณ์ (1) - มีประโยชน์ต่อร่างกาย (1) - สะดวกในการจอดรถ และบริการ (1) - จะได้มีร้านให้เลือกหลากหลาย (1) - มีแหล่งขายที่แน่นอน ชัดเจน (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - ยากในการรวมตัวของสินค้า (1) - รู้แหล่งอยู่แล้ว (1) - ไม่มีความสะดวกในการเลือกรับประทาน(1) - ไม่กระจัดกระจาย บางทีการจัดแบ่งพื้นที่ในการขายเฉพาะอาจเป็นเรื่องยุ่งยาก (1) - อาจจะทำให้วุ่นวายและแย่งลูกค้ากัน (1) - อยู่หลาย ๆ ที่กระจายออกไปทำให้ได้บรรยากาศคนละแบบ (1) - ขอให้เป็นเรื่องของชาวบ้าน (1) - ไม่เห็นด้วย เพราะ ตลาดอื่นๆอาจทำให้ยอดขายลดลง ชื่อเพราะ อาจเป็นบางครั้ง (1) - ไม่เห็นด้วย เพราะ ร้านอาหารควรมีทุกๆที่เพื่อสะดวกต่อลูกค้า (1) - ไม่เห็นด้วย เพราะทำให้แม่ค้าในชุมชนขาดรายได้ เนื่องจากหันไปบริโภคอาหารพื้นบ้านที่รัฐบาลจัดให้ (1) - ไม่เห็นด้วย เพราะ ควรจัดแบบกระจัดกระจายกันไป จะได้มีร้านขายอย่างทั่วถึง(1)

<ul style="list-style-type: none"> - ดี (1) - เริ่มหากินได้ยาก (1) - รัฐสามารถจัดงบประมาณสนับสนุนได้ตรงจุด (1) - ส่งเสริมการท่องเที่ยว (1) - เป็นการกระจายรายได้ให้อำเภอต่าง ๆ (1) - อร่อย (1) - คุณากิน (1) - ชอบ (1) - ส่งเสริมการท่องเที่ยว (1) - จะได้รับประทานกันอย่างทั่วถึง (1) - เฉย ๆ ยังไงก็ได้ (1) 	
--	--

ตารางที่ 5-9 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในการซื้อหรือไม่ซื้ออาหารพื้นบ้านหากรัฐบาลจัดให้มีสถานที่เฉพาะ ในการขายอาหารพื้นบ้านของแต่ละจังหวัด (ตัวเลขที่อยู่ในวงเล็บคือจำนวนผู้ให้ความคิดเห็น)

ซื้อ เพราะ	ไม่ซื้อเพราะ
<ul style="list-style-type: none"> - หาง่าย สะดวก (20) - ชอบ อยากรับประทาน (11) - ทานเป็นประจำ (9) - เป็นอาหารพื้นบ้าน ไทยช่วยไทย (2) - ราคาไม่แพง(2) - อร่อย สะอาด(2) - เห็นว่าเป็นอาหารพื้นเมืองที่ได้มาตรฐานของคนเมือง (1) - แปลกใหม่ (1) - มีประโยชน์ แคลลอรี่ต่ำ (1) - นาน ๆ ทานครั้ง (1) - ร้านประจำ (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - ทำกินเอง (2) - ไม่เห็นด้วย (1) - อยากให้รายได้หมุนเวียนในชุมชน (1)

<ul style="list-style-type: none"> - มีตัวเลือกเยอะ อาหารหลากหลาย (1) - หากมีโอกาสได้ไปแหล่งขายนั้น (1) - ลองชิมดู (1) - เมื่อมีสถานที่เฉพาะอาหารก็มีให้เลือกมากมาย (1) - อยู่หลายที่ จะแวะซื้อที่ไหนก็ได้ (1) - เป็นการช่วยเหลือกลุ่มชาวบ้านเดียวกัน (1) 	
---	--

5.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้บริโภคร้านอาหารพื้นบ้าน จำนวน 200 คน ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิลำเนา ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นดังนี้

ตารางที่ 5-10 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปจำแนกตามจังหวัดที่เก็บข้อมูล

ข้อมูลทั่วไป	จังหวัดเชียงใหม่ (n = 100)		จังหวัดลำพูน (n = 100)		รวม (n = 200)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ						
ชาย	46	46.00	38	38.00	84	42.00
หญิง	54	54.00	62	62.00	116	58.00
อายุ						
ต่ำกว่า 20 ปี	16	16.00	9	9.00	25	12.50
21 – 30 ปี	47	47.00	54	54.00	101	50.50
31 – 40 ปี	12	12.00	18	18.00	30	15.00
41 – 50 ปี	4	4.00	15	15.00	19	9.50
51 – 60 ปี	13	13.00	3	3.00	16	8.00
60 ปี ขึ้นไป	8	8.00	1	1.00	9	4.50
การศึกษา						
ไม่ได้เรียนหนังสือ	1	1.00	7	7.00	1	0.50
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	10	10.00	7	7.00	17	8.50
มัธยมศึกษาหรือ ปวช.	11	11.00	33	33.00	44	22.00
อนุปริญญา/ปวส.	6	6.00	17	17.00	23	11.50
ปริญญาตรี	61	61.00	40	40.00	101	50.50

ข้อมูลทั่วไป	จังหวัดเชียงใหม่ (n = 100)		จังหวัดลำพูน (n = 100)		รวม (n = 200)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สถานภาพ						
โสด	71	71.00	51	51.00	122	61.00
สมรส	24	24.00	46	46.00	70	35.00
หย่าร้าง/หม้าย	5	5.00	3	3.00	8	4.00
อาชีพ						
ข้าราชการ	5	5.00	6	6.00	11	5.50
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	8	8.00	15	15.00	23	11.50
พนักงานบริษัทเอกชน	5	5.00	19	19.00	24	12.00
รับจ้าง	22	22.00	18	18.00	40	20.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	5	5.00	2	2.00	7	3.50
เกษียณ/บำนาญ	2	2.00	1	1.00	3	1.50
นักเรียน/นักศึกษา	47	47.00	21	21.00	68	34.00
ค้าขาย	3	3.00	13	13.00	16	8.00
อื่น ๆ	3	3.00	5	5.00	8	4.00
รายได้ต่อเดือน						
ต่ำกว่า 5,000 บาท	33	33.00	24	24.00	57	28.50
5,001 – 10,000 บาท	45	45.00	55	55.00	100	50.00
1,0001 – 15,000 บาท	4	4.00	16	16.00	20	10.00
15,001 – 20,000 บาท	9	9.00	1	1.00	10	5.00
20,001 – 25,000 บาท	5	5.00	4	4.00	9	4.50
มากกว่า 25,000 บาท	4	4.00	–	–	4	2.00

ข้อมูลทั่วไป	จังหวัดเชียงใหม่ (n = 100)		จังหวัดลำพูน (n = 100)		รวม (n = 200)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน		จำนวน	ร้อยละ
ภูมิฐานะ						
ภาคเหนือ	94	94.00	99	99.00	193	96.50
ภาคกลาง	5	5.00	–	–	5	2.50
ภาคตะวันออก	1	1.00	–	–	1	0.50
ภาคใต้	–	–	1	1.00	1	0.50

จากตารางที่ 5-10 พบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง ร้อยละ 58.00 มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี ร้อยละ 50.50 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 50.50 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 61.00 เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา ร้อยละ 34.00 มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 50.00 และมีภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือ ร้อยละ 96.50 และเมื่อจำแนกตามจังหวัดที่เก็บข้อมูลพบว่า

ในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง ร้อยละ 54.00 มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี ร้อยละ 47.00 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 61.00 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 71.00 เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา ร้อยละ 47.00 มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 45.00 และมีภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือ ร้อยละ 94.00

ส่วนในจังหวัดลำพูน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง ร้อยละ 62.00 มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี ร้อยละ 54.00 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 40.00 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 51.00 เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา ร้อยละ 21.00 มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 55.00 และมีภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือ ร้อยละ 99.00

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการไปใช้บริการร้านอาหารที่บ้าน

พฤติกรรมการไปใช้บริการร้านอาหารที่บ้าน ประกอบด้วย สาเหตุที่ทำให้ใช้บริการร้านอาหารที่บ้าน ความถี่ในการบริโภคอาหารที่บ้าน เวลาในการใช้รับประทานอาหารเช้า ครั้ง มื้อที่นิยมรับประทานที่บ้าน โอกาสในการรับประทานอาหารเช้าที่บ้าน จุดประสงค์หลักของการรับประทานอาหารเช้าที่บ้าน แหล่งที่มาของอาหารที่บ้าน ประเภทของอาหารที่บ้านที่นิยมรับประทาน และรูปแบบของอาหารที่บ้านที่นิยมรับประทาน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นดังนี้

ตารางที่ 5-11 พฤติกรรมการไปใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้านจำแนกตามจังหวัดที่เก็บข้อมูล

พฤติกรรมกรไปใช้บริการ ร้านอาหารพื้นบ้าน	จังหวัดเชียงใหม่ (n = 100)		จังหวัดลำพูน (n = 100)		รวม (n = 200)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สาเหตุที่ทำให้ใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้าน						
รสชาติดี	45	45.00	52	52.00	97	48.50
เพื่อน/คนรู้จักแนะนำ	12	12.00	12	12.00	24	12.00
พาเพื่อน/คนรู้จักมาใช้บริการ	10	10.00	6	6.00	16	8.00
ตั้งใจมารับประทานเอง	17	17.00	15	15.00	32	16.00
ชอบบรรยากาศของร้าน	3	3.00	4	4.00	7	3.50
ความชอบส่วนบุคคล	11	11.00	10	10.00	21	10.50
อื่น ๆ	2	2.00	1	1.00	3	1.50
ความถี่ในการบริโภคอาหารพื้นบ้าน						
นาน ๆ ครั้ง	20	20.00	11	11.00	31	15.50
1 – 2 ครั้ง/สัปดาห์	22	22.00	14	14.00	36	18.00
3 – 5 ครั้ง/สัปดาห์	13	13.00	13	13.00	26	13.00
เป็นประจำ	35	35.00	46	46.00	81	40.50
ไม่แน่นอน	10	10.00	16	16.00	26	13.00
เวลาในการใช้รับประทานอาหารแต่ละครั้ง						
ต่ำกว่า 1 ชั่วโมง	61	61.00	65	65.00	126	63.00
1 – 2 ชั่วโมง	34	34.00	32	32.00	66	33.00
3 ชั่วโมง ขึ้นไป	5	5.00	3	3.00	8	4.00

พฤติกรรมกรไปใช้บริการ ร้านอาหารพื้นบ้าน	จังหวัดเชียงใหม่ (n = 100)		จังหวัดลำพูน (n = 100)		รวม (n = 200)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มือที่นิยมรับประทานอาหารพื้นบ้าน						
มือเช้า	2	2.00	5	5.00	7	3.50
มือกลางวัน	18	18.00	16	16.00	34	17.00
มือเย็น	56	56.00	28	28.00	84	42.00
ทุกมือ	20	20.00	47	47.00	67	33.50
อื่น ๆ	4	4.00	4	4.00	8	4.00
โอกาสในการรับประทานอาหารพื้นบ้าน						
รับประทานเป็นประจำทุกวัน	31	31.00	52	52.00	83	41.50
แล้วแต่โอกาสไม่แน่นอน	63	63.00	43	43.00	106	53.00
ช่วงวันหยุด	6	6.00	3	3.00	9	4.50
อื่น ๆ	–	–	2	2.00	2	1.00
จุดประสงค์หลักของการรับประทาน อาหารพื้นบ้าน						
ต้องการรักษาอาหารพื้นบ้านเดิมไว้	6	6.00	20	20.00	26	13.00
เพื่อสุขภาพที่ดี/รักษา – บรรเทาโรค	12	12.00	6	6.00	18	9.00
ความนิยมในปัจจุบัน	7	7.00	9	9.00	16	8.00
รับประทานตามผู้อื่น	7	7.00	4	4.00	11	5.50
รับประทานเป็นประจำในครอบครัวอยู่ แล้ว	63	63.00	59	59.00	122	61.00
อื่น ๆ	5	5.00	2	2.00	7	3.50

พฤติกรรมกรไปใช้บริการ ร้านอาหารพื้นบ้าน	จังหวัดเชียงใหม่ (n = 100)		จังหวัดลำพูน (n = 100)		รวม (n = 200)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน		จำนวน	ร้อยละ
แหล่งที่มาของอาหารพื้นบ้าน						
ทำรับประทานเอง	53	53.00	67	67.00	120	60.00
ออกไปรับประทานที่ร้านอาหาร พื้นบ้าน	13	13.00	9	9.00	22	11.00
ซื้อมารับประทานจากร้านต่าง ๆ	27	27.00	16	16.00	43	21.50
อื่น ๆ	7	7.00	8	8.00	15	7.50
ประเภทของอาหารพื้นบ้านที่นิยม รับประทาน						
ต้ม	40	40.00	43	43.00	83	41.50
ยำ	8	8.00	15	15.00	23	11.50
ผัด	5	5.00	8	8.00	13	6.50
ย่าง/ปิ้ง	6	6.00	5	5.00	11	5.50
นึ่ง	1	1.00	1	1.00	1	0.50
ทอด	3	3.00	1	1.00	4	2.00
อบ	-	-	-	-	-	-
แกงกะทิ	5	5.00	1	1.00	6	3.00
แกงไม่ใส่กะทิ	9	9.00	12	12.00	21	10.50
น้ำพริกต่าง ๆ	13	13.00	10	10.00	23	11.50
อื่น ๆ	10	10.00	5	5.00	15	7.50

พฤติกรรมกรไปใช้บริการ ร้านอาหารพื้นบ้าน	จังหวัดเชียงใหม่ (n = 100)		จังหวัดลำพูน (n = 100)		รวม (n = 200)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน		จำนวน	ร้อยละ
รูปแบบของอาหารพื้นบ้านที่นิยม รับประทาน						
อาหารประเภทของแห้งไม่มีน้ำ	9	9.00	2	2.00	11	5.50
อาหารประเภทของแห้งและประเภที่มี น้ำแกง	65	65.00	68	68.00	133	66.50
อาหารประเภที่มีน้ำแกง	23	23.00	27	27.00	50	25.00
อื่น ๆ	3	3.00	3	3.00	6	3.00

จากตารางที่ 5-11 พบว่า พฤติกรรมกรไปใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้านของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นดังนี้

สาเหตุที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้าน คือ รสชาติดี ร้อยละ 48.50 โดยบริโภคอาหารพื้นบ้านเป็นประจำ ร้อยละ 40.50 ใช้เวลาในการรับประทานอาหารแต่ละครั้งต่ำกว่า 1 ชั่วโมง ร้อยละ 63.00 ในมือเย็น ร้อยละ 42.00 แล้วแต่โอกาสไม่แน่นอน ร้อยละ 53.00 จุดประสงค์หลักของการรับประทานอาหารพื้นบ้าน คือ รับประทานเป็นประจำในครอบครัวอยู่แล้ว ร้อยละ 61.00 โดยทำรับประทานเอง ร้อยละ 60.00 ประเภทต้ม ร้อยละ 41.50 และรูปแบบที่นิยมรับประทานคือ อาหารประเภทของแห้งและประเภที่มีน้ำแกง ร้อยละ 66.50 และเมื่อจำแนกตามจังหวัดที่เก็บข้อมูลพบว่า

ในจังหวัดเชียงใหม่ สาเหตุที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้าน คือ รสชาติดี ร้อยละ 45.00 โดยบริโภคอาหารพื้นบ้านเป็นประจำ ร้อยละ 35.00 ใช้เวลาในการรับประทานอาหารแต่ละครั้งต่ำกว่า 1 ชั่วโมง ร้อยละ 61.00 ในมือเย็น ร้อยละ 56.00 แล้วแต่โอกาสไม่แน่นอน ร้อยละ 63.00 จุดประสงค์หลักของการรับประทานอาหารพื้นบ้าน คือ รับประทานเป็นประจำในครอบครัวอยู่แล้ว ร้อยละ 63.00 โดยทำรับประทานเอง ร้อยละ 53.00 ประเภทต้ม ร้อยละ 40.00 และรูปแบบที่นิยมรับประทานคือ อาหารประเภทของแห้งและประเภที่มีน้ำแกง ร้อยละ 65.00

ในจังหวัดลำพูน สาเหตุที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้าน คือ รสชาติดี ร้อยละ 52.00 โดยบริโภคอาหารพื้นบ้านเป็นประจำ ร้อยละ 46.00 ใช้เวลาในการ

รับประทานอาหารเช้าครั้งต่ำกว่า 1 ชั่วโมง ร้อยละ 65.00 ทุกมื้อ ร้อยละ 47.00เป็นประจำทุกวัน ร้อยละ 52.00 จุดประสงค์หลักของการรับประทานอาหารเช้าที่บ้าน คือ รับประทานเป็นประจำในครอบครัวอยู่แล้ว ร้อยละ 59.00 โดยทำรับประทานเอง ร้อยละ 67.00 ประเภทต้ม ร้อยละ 43.00 และรูปแบบที่นิยมรับประทานคือ อาหารประเภทของแห้งและประเภทมีน้ำแกง ร้อยละ 68.00

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารที่บ้าน

ปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารที่บ้าน ประกอบด้วย ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านเอกลักษณ์ และปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นดังนี้

ตารางที่ 5-12 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และระดับความคิดเห็นที่ให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการร้านอาหารที่บ้านจำแนกตามจังหวัดที่เก็บข้อมูล

ปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารที่บ้าน	จังหวัดเชียงใหม่ (n = 100)		จังหวัดลำพูน (n = 100)		รวม (n = 200)	
	\bar{X}	แปลผล	\bar{X}	แปลผล	\bar{X}	แปลผล
ด้านสถานที่	3.87	มาก	4.34	มาก	4.10	มาก
1. สถานที่ตั้งของร้านอาหารใกล้แหล่งชุมชน/แหล่งท่องเที่ยว	3.76	มาก	4.26	มาก	4.01	มาก
2. ขนาดของร้านอาหาร/ ขนาดของสถานที่จำหน่าย	3.31	ปานกลาง	4.12	มาก	3.72	มาก
3. การเข้าถึงร้านอาหารได้สะดวกและปลอดภัย	4.03	มาก	4.43	มาก	4.23	มาก
4. สภาพลักษณะของร้านอาหารมีความสะอาดและปลอดภัย	4.38	มาก	4.53	มากที่สุด	4.46	มาก

ปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลในการ เลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้าน	จังหวัดเชียงใหม่ (n = 100)		จังหวัดลำพูน (n = 100)		รวม (n = 200)	
	\bar{X}	แปลผล	\bar{X}		\bar{X}	แปลผล
ด้านสิ่งแวดล้อม	3.87	มาก	4.28	มาก	4.08	มาก
1. มีบริการสถานที่จอดรถสะดวกสบาย ปลอดภัยเพียงพอ	4.10	มาก	4.35	มาก	4.23	มาก
2. มีเครื่องมือเครื่องใช้ในการ รับประทานอาหารที่สะอาดและใหม่	4.19	มาก	4.50	มาก	4.35	มาก
3. มีบริการห้องน้ำที่สะอาด	4.10	มาก	4.45	มาก	4.28	มาก
4. บรรยากาศของร้าน เช่น มีบริการ เสียงเพลง เย็นสบายร่มรื่น	3.84	มาก	4.22	มาก	4.03	มาก
5. มีบริการรับจองล่วงหน้าให้กับลูกค้า	3.14	ปานกลาง	3.88	มาก	3.51	มาก
ด้านราคา	3.80	มาก	4.18	มาก	3.99	มาก
1. มีการแสดงราคาอาหารและเครื่องดื่ม ไว้ชัดเจน	4.16	มาก	4.57	มากที่สุด	4.37	มาก
2. อาหารและเครื่องดื่มมีราคาเหมาะสม	4.27	มาก	4.53	มากที่สุด	4.40	มาก
3. มีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	2.97	ปานกลาง	3.44	ปานกลาง	3.21	ปานกลาง
ด้านบุคคล	4.22	มาก	4.39	มาก	4.31	มาก
1. พนักงานให้บริการที่รวดเร็ว	4.27	มาก	4.31	มาก	4.29	มาก
2. พนักงานมีความชำนาญ มีความรู้ ความสามารถในงานบริการ	4.18	มาก	4.31	มาก	4.25	มาก
3. พนักงานมีความสุภาพ มีน้ำใจและ มนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.26	มาก	4.58	มากที่สุด	4.42	มาก
4. พนักงานมีการนำเสนอบริการที่ดี แก่ลูกค้า	4.20	มาก	4.37	มาก	4.29	มาก
5. พนักงานให้บริการตรงตามความ ต้องการของลูกค้า	4.21	มาก	4.40	มาก	4.31	มาก

ปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้าน	จังหวัดเชียงใหม่ (n = 100)		จังหวัดลำพูน (n = 100)		รวม (n = 200)	
	\bar{X}	แปลผล	\bar{X}		\bar{X}	แปลผล
ด้านเอกลักษณ์	3.74	มาก	4.17	มาก	3.95	มาก
1. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของร้าน	3.75	มาก	4.27	มาก	4.01	มาก
2. เป็นร้านอาหารที่เปิดให้บริการมานาน	3.50	ปานกลาง	3.99	มาก	3.75	มาก
3. ชื่อของร้านอาหารมีผลต่อการตัดสินใจของท่าน	3.20	ปานกลาง	3.92	มาก	3.56	มาก
4. รสชาติหรือความอร่อยของอาหาร	4.49	มาก	4.50	มาก	4.50	มาก
ด้านการประชาสัมพันธ์	3.38	ปานกลาง	3.86	มาก	3.62	มาก
1. คำบอกเล่าปากต่อปาก	3.94	มาก	4.14	มาก	4.04	มาก
2. โฆษณาบนอินเทอร์เน็ต	3.01	ปานกลาง	3.67	มาก	3.34	ปานกลาง
3. นิตยสารหรือวารสารต่าง ๆ	3.23	ปานกลาง	3.70	มาก	3.47	ปานกลาง
4. หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	3.08	ปานกลาง	3.72	มาก	3.40	ปานกลาง
5. แนะนำโดยหนังสือแนะนำเที่ยว	3.35	ปานกลาง	3.86	มาก	3.61	มาก
6. แนะนำหรือได้ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	3.28	ปานกลาง	3.88	มาก	3.58	มาก
7. โบรชัวร์ (แผ่นพับ) ของร้านอาหาร	3.35	ปานกลาง	3.90	มาก	3.63	มาก
8. การจัดรายการส่งเสริมการตลาด เช่น ให้ส่วนลด	3.77	มาก	3.98	มาก	3.88	มาก
รวม	3.77	มาก	4.16	มาก	3.97	มาก

ค่าเฉลี่ย : 4.51–5.00. เท่ากับมากที่สุด 3.51–4.50 เท่ากับมาก 2.51–3.50 เท่ากับปานกลาง 1.51–2.50 เท่ากับน้อย 1.00–1.50 เท่ากับน้อยที่สุด

จากตารางที่ 5-12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้านโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97) และเมื่อจำแนกออกเป็นรายปัจจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้านในระดับมากกับปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านเอกลักษณ์ และปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 4.10 4.08 3.99 3.95 และ 3.62 ตามลำดับ และเมื่อจำแนกตามจังหวัดที่เก็บข้อมูลพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดเชียงใหม่ให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการร้านอาหารที่บ้านโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77) และเมื่อจำแนกออกเป็นรายปัจจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดเชียงใหม่ให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการร้านอาหารที่บ้านในระดับมากกับปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านเอกลักษณ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 3.87 3.87 3.80 และ 3.74 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ให้ความสำคัญปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดลำพูนให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการร้านอาหารที่บ้านโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16) และเมื่อจำแนกออกเป็นรายปัจจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดลำพูนให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการร้านอาหารที่บ้านในระดับมากกับปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านเอกลักษณ์ และปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 4.34 4.28 4.18 4.17 และ 3.86 ตามลำดับ

ด้านสถานที่

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านสถานที่ในการเลือกใช้บริการร้านอาหารที่บ้านโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10) โดยให้ความสำคัญในระดับมากกับสภาพลักษณะของร้านอาหารมีความสะอาดและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย = 4.46) รองลงมาคือ การเข้าถึงร้านอาหารได้สะดวกและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย = 4.23) สถานที่ตั้งของร้านอาหารใกล้แหล่งชุมชน/แหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย = 4.01) และขนาดของร้านอาหาร/ขนาดของสถานที่จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย = 3.72) ตามลำดับ และเมื่อจำแนกตามจังหวัดที่เก็บข้อมูลพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดเชียงใหม่ให้ความสำคัญในด้านสถานที่ในการเลือกใช้บริการร้านอาหารที่บ้านโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87) โดยให้ความสำคัญในระดับมากกับสภาพลักษณะของร้านอาหารมีความสะอาดและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย = 4.38) รองลงมาคือ การเข้าถึงร้านอาหารได้สะดวกและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย = 4.03) และสถานที่ตั้งของร้านอาหารใกล้แหล่งชุมชน/แหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย = 3.76) ตามลำดับ ส่วนขนาดของร้านอาหาร/ขนาดของสถานที่จำหน่ายให้ความสำคัญปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.31)

ผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดลำพูนให้ความสำคัญในด้านสถานที่ในการเลือกใช้บริการร้านอาหารที่บ้านโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34) โดยให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับสภาพลักษณะของร้านอาหารมีความสะอาดและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย = 4.53) และในระดับมากกับการเข้าถึงร้านอาหารได้สะดวกและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย = 4.43) รองลงมาคือ สถานที่ตั้งของ

ร้านอาหารใกล้แหล่งชุมชน/แหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย = 4.26) และขนาดของร้านอาหาร/ ขนาดของสถานที่จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย = 4.12) ตามลำดับ

ด้านสิ่งแวดล้อม

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านสิ่งแวดล้อมในการเลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้านโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08) โดยให้ความสำคัญในระดับมากกับการมีเครื่องมือเครื่องใช้ในการรับประทานอาหารเช้าและใหม่ (ค่าเฉลี่ย = 4.35) รองลงมาคือ มีบริการห้องน้ำที่สะอาด (ค่าเฉลี่ย = 4.28) มีบริการสถานที่จอดรถสะดวกสบายปลอดภัยเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย = 4.23) บรรยากาศของร้าน เช่น มีบริการเสียงเพลง เย็นสบายร่มรื่น (ค่าเฉลี่ย = 4.03) และมีบริการรับจองล่วงหน้าให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย = 3.51) ตามลำดับ และเมื่อจำแนกตามจังหวัดที่เก็บข้อมูลพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดเชียงใหม่ให้ความสำคัญในด้านสิ่งแวดล้อมในการเลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้านโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87) โดยให้ความสำคัญในระดับมากกับการมีเครื่องมือเครื่องใช้ในการรับประทานอาหารเช้าและใหม่ (ค่าเฉลี่ย = 4.19) รองลงมาคือ มีบริการสถานที่จอดรถสะดวกสบายปลอดภัยเพียงพอ และห้องน้ำที่สะอาด (ค่าเฉลี่ย = 4.10 เท่ากัน) และบรรยากาศของร้าน เช่น มีบริการเสียงเพลง เย็นสบายร่มรื่น (ค่าเฉลี่ย = 3.84) ตามลำดับ ส่วนการมีบริการรับจองล่วงหน้าให้กับลูกค้าให้ความสำคัญปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.14)

ผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดลำพูนให้ความสำคัญในด้านสิ่งแวดล้อมในการเลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้านโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28) โดยให้ความสำคัญในระดับมากกับการมีเครื่องมือเครื่องใช้ในการรับประทานอาหารเช้าและใหม่ (ค่าเฉลี่ย = 4.50) รองลงมาคือ มีบริการห้องน้ำที่สะอาด (ค่าเฉลี่ย = 4.45) มีบริการสถานที่จอดรถสะดวกสบายปลอดภัยเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย = 4.35) บรรยากาศของร้าน เช่น มีบริการเสียงเพลง เย็นสบายร่มรื่น (ค่าเฉลี่ย = 4.22) และมีบริการรับจองล่วงหน้าให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย = 3.88) ตามลำดับ

ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านราคาในการเลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้านโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99) โดยให้ความสำคัญในระดับมากกับอาหารและเครื่องดื่มมีราคาเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย = 4.40) รองลงมาคือ มีการแสดงราคาอาหารและเครื่องดื่มไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย = 4.37) และในระดับปานกลางกับมีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย = 3.21) ตามลำดับ และเมื่อจำแนกตามจังหวัดที่เก็บข้อมูลพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดเชียงใหม่ให้ความสำคัญในด้านราคาในการเลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้านโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80) โดยให้ความสำคัญในระดับมากกับอาหารและเครื่องดื่มมีราคาเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย = 4.27) รองลงมาคือ มีการแสดงราคาอาหารและเครื่องดื่มไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย = 4.16) และในระดับปานกลางกับมีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย = 2.97) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดลำพูนให้ความสำคัญในด้านราคาในการเลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้านโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18) โดยให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับมีการแสดงราคาอาหารและเครื่องดื่มไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย = 4.57) รองลงมาคือ อาหารและเครื่องดื่มมีราคาเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย = 4.53) และในระดับปานกลางกับมีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย = 3.44) ตามลำดับ

ด้านบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านบุคคลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้านโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31) โดยให้ความสำคัญในระดับมากกับพนักงานมีความสุภาพ มีน้ำใจและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (ค่าเฉลี่ย = 4.42) รองลงมาคือ พนักงานให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย = 4.31) พนักงานให้บริการที่รวดเร็วและนำเสนอบริการที่ดีแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย = 4.29 เท่ากัน) และพนักงานมีความชำนาญ มีความรู้ความสามารถในงานบริการ (ค่าเฉลี่ย = 4.25) ตามลำดับ และเมื่อจำแนกตามจังหวัดที่เก็บข้อมูลพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดเชียงใหม่ให้ความสำคัญในด้านบุคคลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้านโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22) โดยให้ความสำคัญในระดับมากกับพนักงานให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย = 4.27) รองลงมาคือ พนักงานมีความสุภาพ มีน้ำใจและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (ค่าเฉลี่ย = 4.26) พนักงานให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย = 4.21) พนักงานมีการนำเสนอบริการที่ดีแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย = 4.20) และพนักงานมีความชำนาญ มีความรู้ความสามารถในงานบริการ (ค่าเฉลี่ย = 4.18) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดลำพูนให้ความสำคัญในด้านบุคคลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้านโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39) โดยให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับพนักงานมีความสุภาพ มีน้ำใจและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (ค่าเฉลี่ย = 4.58) และในระดับมากกับพนักงานให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย = 4.40) รองลงมาคือ พนักงานมีการนำเสนอบริการที่ดีแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย = 4.37) พนักงานมีความชำนาญ มีความรู้ความสามารถในงานบริการและให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย = 4.31 เท่ากัน) ตามลำดับ

ด้านเอกลักษณ์

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านเอกลักษณ์ในการเลือกใช้บริการร้านอาหารที่บ้านโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95) โดยให้ความสำคัญในระดับมากกับรสชาติหรือความอร่อยของอาหาร (ค่าเฉลี่ย = 4.50) รองลงมาคือ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของร้าน (ค่าเฉลี่ย = 4.01) เป็นร้านอาหารที่เปิดให้บริการมานาน (ค่าเฉลี่ย = 3.75) และชื่อของร้านอาหารมีผลต่อการตัดสินใจของท่าน (ค่าเฉลี่ย = 3.56) ตามลำดับ และเมื่อจำแนกตามจังหวัดที่เก็บข้อมูลพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดเชียงใหม่ให้ความสำคัญในด้านเอกลักษณ์ในการเลือกใช้บริการร้านอาหารที่บ้านโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74) โดยให้ความสำคัญในระดับมากกับรสชาติหรือความอร่อยของอาหาร (ค่าเฉลี่ย = 4.49) รองลงมาคือ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของร้าน (ค่าเฉลี่ย = 3.75) และในระดับปานกลางกับเป็นร้านอาหารที่เปิดให้บริการมานาน (ค่าเฉลี่ย = 3.50) รองลงมาคือ ชื่อของร้านอาหารมีผลต่อการตัดสินใจของท่าน (ค่าเฉลี่ย = 3.20) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดลำพูนให้ความสำคัญในด้านเอกลักษณ์ในการเลือกใช้บริการร้านอาหารที่บ้านโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17) โดยให้ความสำคัญในระดับมากกับรสชาติหรือความอร่อยของอาหาร (ค่าเฉลี่ย = 4.50) รองลงมาคือ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของร้าน (ค่าเฉลี่ย = 4.27) เป็นร้านอาหารที่เปิดให้บริการมานาน (ค่าเฉลี่ย = 3.99) และชื่อของร้านอาหารมีผลต่อการตัดสินใจของท่าน (ค่าเฉลี่ย = 3.92) ตามลำดับ

ด้านการประชาสัมพันธ์

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านการประชาสัมพันธ์ในการเลือกใช้บริการร้านอาหารที่บ้านโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62) โดยให้ความสำคัญในระดับมากกับคำบอกเล่าปากต่อปาก (ค่าเฉลี่ย = 4.04) รองลงมาคือ การจัดรายการส่งเสริมการตลาด เช่น ให้ความส่วนลด (ค่าเฉลี่ย = 3.88) โบร์ชัวร์ (แผ่นพับ) ของร้านอาหาร (ค่าเฉลี่ย = 3.63) แนะนำโดยหนังสือนำเที่ยว (ค่าเฉลี่ย = 3.61) และแนะนำหรือได้ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ค่าเฉลี่ย = 3.58) ตามลำดับ และให้ความสำคัญในระดับปานกลางกับนิตยสารหรือวารสารต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย = 3.47) รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย = 3.40) และโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย = 3.34) ตามลำดับ และเมื่อจำแนกตามจังหวัดที่เก็บข้อมูลพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดเชียงใหม่ให้ความสำคัญในด้านการประชาสัมพันธ์ในการเลือกใช้บริการร้านอาหารที่บ้านโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38) โดยให้ความสำคัญในระดับมากกับคำบอกเล่าปากต่อปาก (ค่าเฉลี่ย = 3.94) รองลงมาคือ การจัดรายการส่งเสริม

การตลาด เช่น ให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย = 3.77) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางกับแนะนำโดยหนังสือนำเที่ยว โบร์ซัวร์ (แผ่นพับ) ของร้านอาหาร (ค่าเฉลี่ย = 3.35 เท่ากัน) รองลงมาคือ แนะนำหรือได้ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ค่าเฉลี่ย = 3.28) นิตยสารหรือวารสารต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย = 3.23) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย = 3.08) และโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย = 3.01) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดลำพูนให้ความสำคัญในด้านการประชาสัมพันธ์ในการเลือกใช้บริการร้านอาหารที่บ้านโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86) โดยให้ความสำคัญในระดับมากกับคำบอกเล่าปากต่อปาก (ค่าเฉลี่ย = 4.14) รองลงมาคือ การจัดรายการส่งเสริมการตลาด เช่น ให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย = 3.98) โบร์ซัวร์ (แผ่นพับ) ของร้านอาหาร (ค่าเฉลี่ย = 3.90) แนะนำหรือได้ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ค่าเฉลี่ย = 3.88) แนะนำโดยหนังสือนำเที่ยว (ค่าเฉลี่ย = 3.86) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย = 3.72) นิตยสารหรือวารสารต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย = 3.70) และโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย = 3.67) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การหาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาไปใช้บริการร้านอาหารที่บ้านจำแนกตามข้อมูลทั่วไป

4.1 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาไปใช้บริการร้านอาหารที่บ้านจำแนกตามเพศ

ตารางที่ 5-13 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาไปใช้บริการร้านอาหารที่บ้านกับเพศ

(n = 200)

พฤติกรรมกาไปใช้บริการร้านอาหารที่บ้าน	Chi – Square	Sig.
สาเหตุที่ทำให้ใช้บริการร้านอาหารที่บ้าน	6.53	0.367
ความถี่ในการบริโภคอาหารที่บ้าน	1.04	0.904
เวลาในการใช้รับประทานอาหารเช้า	5.03	0.081
มือที่นิยมรับประทานที่บ้าน	7.48	0.113
โอกาสในการรับประทานที่บ้าน	1.77	0.621
จุดประสงค์หลักของการรับประทานที่บ้าน	6.72	0.242
แหล่งที่มาของอาหารที่บ้าน	6.67	0.083
ประเภทของอาหารที่บ้านที่นิยมรับประทาน	14.90	0.094
รูปแบบของอาหารที่บ้านที่นิยมรับประทาน	6.76	0.080

จากตารางที่ 5-13 พบว่า เพศของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการไปใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้านทุกรายการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการไปใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้านจำแนกตามอายุ

ตารางที่ 5-14 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการไปใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้านกับอายุ

(n = 200)

พฤติกรรมการไปใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้าน	Chi – Square	Sig.
สาเหตุที่ทำให้ใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้าน	53.73**	0.005
ความถี่ในการบริโภคอาหารพื้นบ้าน	20.67	0.417
เวลาในการใช้รับประทานอาหารเช้า	2.29	0.994
มือที่นิยมรับประทานอาหารพื้นบ้าน	25.17	0.195
โอกาสในการรับประทานอาหารพื้นบ้าน	14.30	0.503
จุดประสงค์หลักของการรับประทานอาหารพื้นบ้าน	21.55	0.662
แหล่งที่มาของอาหารพื้นบ้าน	14.50	0.488
ประเภทของอาหารพื้นบ้านที่นิยมรับประทาน	91.81**	0.000
รูปแบบของอาหารพื้นบ้านที่นิยมรับประทาน	8.59	0.898

หมายเหตุ ** หมายถึง มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ $p < 0.01$

จากตารางที่ 5-14 พบว่า อายุของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์ต่อสาเหตุที่ทำให้ใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้าน และประเภทของอาหารพื้นบ้านที่นิยมรับประทาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนรายการอื่น ๆ อายุของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการไปใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.3 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรไปใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้านจำแนกตามการศึกษา

ตารางที่ 5-15 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรไปใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้านกับการศึกษา

(n = 200)

พฤติกรรมกรไปใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้าน	Chi – Square	Sig.
สาเหตุที่ทำให้ใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้าน	36.86	0.181
ความถี่ในการบริโภคอาหารพื้นบ้าน	24.82	0.208
เวลาในการใช้รับประทานอาหารแต่ละครั้ง	33.00**	0.000
มือที่นิยมรับประทานอาหารพื้นบ้าน	64.16**	0.000
โอกาสในการรับประทานอาหารพื้นบ้าน	23.24	0.079
จุดประสงค์หลักของการรับประทานอาหารพื้นบ้าน	23.10	0.572
แหล่งที่มาของอาหารพื้นบ้าน	29.00*	0.016
ประเภทของอาหารพื้นบ้านที่นิยมรับประทาน	61.66	0.050
รูปแบบของอาหารพื้นบ้านที่นิยมรับประทาน	10.47	0.789

หมายเหตุ ** หมายถึง มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ $p < 0.01$

* หมายถึง มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ $p < 0.05$

จากตารางที่ 5-15 พบว่า การศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์ต่อเวลาในการใช้รับประทานอาหารแต่ละครั้ง และมือที่นิยมรับประทานอาหารพื้นบ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์ต่อแหล่งที่มาของอาหารพื้นบ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนรายการอื่น ๆ การศึกษาของผู้บริโภคอาหารพื้นบ้านไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมกรไปใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.4 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรไปใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้านจำแนกตามสถานภาพ

ตารางที่ 5-16 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรไปใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้านกับสถานภาพ

(n = 200)

พฤติกรรมกรไปใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้าน	Chi – Square	Sig.
สาเหตุที่ทำให้ใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้าน	23.25*	0.026
ความถี่ในการบริโภคอาหารพื้นบ้าน	11.28	0.186
เวลาในการใช้รับประทานอาหารแต่ละครั้ง	1.22	0.875
มือที่นิยมรับประทานอาหารพื้นบ้าน	12.27	0.140
โอกาสในการรับประทานอาหารพื้นบ้าน	10.05	0.122
จุดประสงค์หลักของการรับประทานอาหารพื้นบ้าน	8.95	0.537
แหล่งที่มาของอาหารพื้นบ้าน	12.83*	0.046
ประเภทของอาหารพื้นบ้านที่นิยมรับประทาน	37.23**	0.005
รูปแบบของอาหารพื้นบ้านที่นิยมรับประทาน	5.27	0.510

หมายเหตุ ** หมายถึง มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ $p < 0.01$

* หมายถึง มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ $p < 0.05$

จากตารางที่ 5-16 พบว่า สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์ต่อประเภทของอาหารพื้นบ้านที่นิยมรับประทาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์ต่อสาเหตุที่ทำให้ใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้าน และแหล่งที่มาของอาหารพื้นบ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนรายการอื่น ๆ สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมกรไปใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรไปใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้านจำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 5-17 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรไปใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้านกับอาชีพ

(n = 200)

พฤติกรรมกรไปใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้าน	Chi – Square	Sig.
สาเหตุที่ทำให้ใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้าน	59.78	0.118
ความถี่ในการบริโภคอาหารพื้นบ้าน	41.83	0.115
เวลาในการใช้รับประทานอาหารแต่ละครั้ง	23.88	0.092
มือที่นิยมรับประทานอาหารพื้นบ้าน	56.06**	0.005
โอกาสในการรับประทานอาหารพื้นบ้าน	43.24**	0.009
จุดประสงค์หลักของการรับประทานอาหารพื้นบ้าน	34.00	0.736
แหล่งที่มาของอาหารพื้นบ้าน	31.56	0.138
ประเภทของอาหารพื้นบ้านที่นิยมรับประทาน	139.68**	0.000
รูปแบบของอาหารพื้นบ้านที่นิยมรับประทาน	22.25	0.564

หมายเหตุ ** หมายถึง มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ $p < 0.01$

จากตารางที่ 5-17 พบว่า อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์ต่อมือที่นิยมรับประทานอาหารพื้นบ้าน โอกาสในการรับประทานอาหารพื้นบ้าน และประเภทของอาหารพื้นบ้านที่นิยมรับประทาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนรายการอื่น ๆ อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมกรไปใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.6 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการไปใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้านจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 5-18 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการไปใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้านกับ รายได้ต่อเดือน

(n = 200)

พฤติกรรมการไปใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้าน	Chi – Square	Sig.
สาเหตุที่ทำให้ใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้าน	26.41	0.654
ความถี่ในการบริโภคอาหารพื้นบ้าน	27.34	0.126
เวลาในการใช้รับประทานอาหารเช้า	12.45	0.256
มือที่นิยมรับประทานอาหารพื้นบ้าน	59.37**	0.000
โอกาสในการรับประทานอาหารพื้นบ้าน	13.76	0.544
จุดประสงค์หลักของการรับประทานอาหารพื้นบ้าน	37.62	0.050
แหล่งที่มาของอาหารพื้นบ้าน	12.62	0.632
ประเภทของอาหารพื้นบ้านที่นิยมรับประทาน	83.85**	0.000
รูปแบบของอาหารพื้นบ้านที่นิยมรับประทาน	12.14	0.668

หมายเหตุ ** หมายถึง มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ $p < 0.01$

จากตารางที่ 5-18 พบว่า รายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์ต่อมือที่นิยมรับประทานอาหารพื้นบ้าน และประเภทของอาหารพื้นบ้านที่นิยมรับประทานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนรายการอื่น ๆ รายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการไปใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.7 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรไปใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้านจำแนกตามภูมิลำเนา

ตารางที่ 5-19 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรไปใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้านกับ
ภูมิลำเนา

(n = 200)

พฤติกรรมกรไปใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้าน	Chi – Square	Sig.
สาเหตุที่ทำให้ใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้าน	12.24	0.835
ความถี่ในการบริโภคอาหารพื้นบ้าน	30.53**	0.002
เวลาในการใช้รับประทานอาหารแต่ละครั้ง	6.26	0.395
มือที่นิยมรับประทานอาหารพื้นบ้าน	50.44**	0.000
โอกาสในการรับประทานอาหารพื้นบ้าน	6.84	0.654
จุดประสงค์หลักของการรับประทานอาหารพื้นบ้าน	32.65**	0.005
แหล่งที่มาของอาหารพื้นบ้าน	32.33**	0.000
ประเภทของอาหารพื้นบ้านที่นิยมรับประทาน	76.69	0.000
รูปแบบของอาหารพื้นบ้านที่นิยมรับประทาน	7.01	0.636

หมายเหตุ ** หมายถึง มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ $p < 0.01$

จากตารางที่ 5-19 พบว่า ภูมิลำเนาของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์ต่อความถี่ในการบริโภคอาหารพื้นบ้าน มือที่นิยมรับประทานอาหารพื้นบ้าน จุดประสงค์หลักของการรับประทานอาหารพื้นบ้าน และแหล่งที่มาของอาหารพื้นบ้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนรายการอื่น ๆ ภูมิลำเนาของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมกรไปใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนที่ 5 การเปรียบเทียบความคิดเห็นที่ให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้าน

5.1 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้านและข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามรวมทั้งพฤติกรรมในการใช้บริการอาหารพื้นบ้าน

ตารางที่ 5-20 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้านและข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามรวมทั้งพฤติกรรมในการใช้บริการอาหารพื้นบ้าน

ปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้าน	เพศ	อายุ	การศึกษา	สถานภาพ	อาชีพ	รายได้ต่อเดือน	ภูมิลำเนา	สาเหตุ	ความถี่	เวลา	มือ	โอกาส	จุดประสงค์	แหล่ง	ประเภท	รูปแบบ
ด้านสถานที่	0.31	2.51	2.35*	2.99	2.51*	1.83	1.89	1.4	0.15	2.34	1.47	0.88	2.98*	0.66	3.62**	0.53
1. สถานที่ตั้งของร้านอาหารใกล้แหล่งชุมชน/แหล่งท่องเที่ยว	0.11	3.71**	1.59	2.66	0.97	1.62	1.45	0.98	1.18	0.33	0.86	1.11	1.22	0.43	2.72**	0.51
2. ขนาดของร้านอาหาร/ ขนาดของสถานที่จำหน่าย	0.98	1.05	3.31**	4.29*	2.51*	0.7	1.54	1.01	0.35	2.43	3.29*	2.66*	2.4	1.65	1.84	0.95
3. การเข้าถึงร้านอาหารได้สะดวกและปลอดภัย	0.79	1.93	1.92	2.93	2.21*	3.15**	1.24	1.35	0.78	1.41	0.72	0.16	2.16	1.11	2.50*	1.34
4. สภาพลักษณะของร้านอาหารมีความสะอาดและปลอดภัย	1.42	1.04	1.57	0.81	2.08*	1.94	1.66	1.12	0.64	2.07	2.3	0.09	2.32*	2.17	3.18**	2.03
ด้านสิ่งแวดล้อม	1.66	2.05	1.75	1.91	1.51	1.04	1.07	1.46	0.58	6.02**	1.46	0.78	2.97*	0.75	2.61**	1.03
1. มีบริการสถานที่จอดรถสะดวกสบายปลอดภัยเพียงพอ	0.14	0.37	1.69	1.53	1.32	2.04	1.41	2.65*	0.72	5.24**	1.27	0.22	1.38	0.67	1.72	1.58

ปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลในการ เลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้าน	เพศ	อายุ	การศึกษา	สถานภาพ	อาชีพ	รายได้ต่อ เดือน	ภูมิลำเนา	สาเหตุ	ความถี่	เวลา	มือ	โอกาส	จุดประสงค์	แหล่ง	ประเภท	รูปแบบ
2. มีเครื่องมือเครื่องใช้ในการ รับประทานอาหารที่สะอาดและใหม่	1.8	1.73	1.85	2.53	2.01*	1.67	0.39	1.64	1.09	1.1	0.5	0.13	2.86*	0.83	3.24**	1.18
3. มีบริการห้องน้ำที่สะอาด	2.75	0.88	1.19	0.66	1.49	0.66	0.52	1.44	0.86	1.09	1.31	0.53	1.58	0.61	2.50*	0.79
4. บรรยากาศของร้าน เช่น มีบริการ เสียงเพลง เย็นสบายร่มรื่น	0.07	3.58**	1.54	1.67	0.89	1.36	1.14	1.17	0.66	5.01**	0.47	0.46	1	0.53	1.07	1.15
5. มีบริการรับจองล่วงหน้าให้กับ ลูกค้า	2.09	0.82	2.97*	1.21	0.62	0.66	1.03	1.02	0.29	5.03**	3.52**	1.25	3.91**	3.12*	2.93**	2.64
ด้านราคา	0.03	2.53	3.12*	4.64*	1.73	1.95	1.76	1.77	0.71	8.69	0.99	0.11	3.18**	0.55	1.72	0.57
1. มีการแสดงราคาอาหารและ เครื่องดื่มไว้ชัดเจน	0.02	2.92*	3.57**	8.72**	2.48*	2.23	1.51	1.42	0.28	1.11	0.47	0.27	0.74	2.95*	1.02	0.38
2. อาหารและเครื่องดื่มมีราคา เหมาะสม	0.01	2.56*	2.34*	2.41	1.98	2.41*	2.07	2.58*	0.57	1.47	1.03	0.54	0.47	1.9	1.81	0.41
3. มีบริการรับชำระเงินด้วยบัตร เครดิต	0.02	0.86	1.46	0.88	1.33	0.65	0.87	0.9	1.64	18.20**	0.67	0.36	5.67**	3.23*	2.08*	0.33
ด้านบุคคล	2.38	2.15	1.35	0.25	0.98	1.01	0.59	2.34*	0.78	4.63*	0.39	1.1	2.01	1.28	2.07*	0.7
1. พนักงานให้บริการที่รวดเร็ว	0.87	0.91	0.69	0.33	0.58	1.21	0.81	1.79	0.73	5.24**	0.73	1.11	3.02*	1.08	1.82	0.51
2. พนักงานมีความชำนาญ มีความรู้ ความสามารถในงานบริการ	2.04	1.76	2.29*	0.19	1.2	1.37	0.48	1.52	0.4	3.64*	0.88	1.44	2.37*	0.65	2.67**	1.62

ปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลในการ เลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้าน	เพศ	อายุ	การศึกษา	สถานภาพ	อาชีพ	รายได้ต่อ เดือน	ภูมิลำเนา	สาเหตุ	ความถี่	เวลา	มือ	โอกาส	จุดประสงค์	แหล่ง	ประเภท	รูปแบบ
3. พนักงานมีความสุภาพ มีน้ำใจและ มนุษย์สัมพันธ์ที่ดี	0.51	2.93*	1.18	0.84	0.95	0.72	0.52	1.71	0.98	1.08	0.21	0.53	0.36	1.45	1.9	1.33
4. พนักงานมีการนำเสนอบริการที่ดี แก่ลูกค้า	2.93	1.76	1.12	0.42	0.81	0.65	0.47	1.75	1.16	5.05**	0.57	1.25	1.45	1.5	1.6	1.47
5. พนักงานให้บริการตรงตามความ ต้องการของลูกค้า	3.12	1.69	0.97	0.64	0.99	1.02	0.42	2.82*	0.48	4.22*	0.33	0.46	2.17	1.74	1.58	0.42
ด้านเอกลักษณ์	1.48	1.31	1.45	3.72*	2.41	0.56	1.47	0.57	0.38	1.99	1.15	1.27	1.72	0.52	1.41	2.33
1. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของ ร้าน	0.27	0.97	0.69	1.97	1.31	0.45	1.21	0.77	0.28	3.91*	1.34	1.46	1.85	0.6	1.01	4.17**
2. เป็นร้านอาหารที่เปิดให้บริการมา นาน	1.34	1.39	1.42	3.38*	2.18*	0.23	1.77	0.17	0.47	2.07	1.24	0.88	1.33	2.07	1.51	1.67
3. ชื่อของร้านอาหารมีผลต่อการ ตัดสินใจของท่าน	0.78	0.59	1.72	2.56	2.25*	1.47	0.73	0.76	2.31	0.83	3.37*	2.17	1.4	2.26	1.38	1.9
4. รสชาติหรือความอร่อยของอาหาร	1.22	2.47*	3.90**	6.48**	2.39*	2.01	1.91	2.48*	0.57	0.52	1.13	0.58	3.83**	3.57*	3.42**	0.46
ด้านการประชาสัมพันธ์	2.68	0.99	2.38	1.29	1.22	1.59	1.7	0.88	0.89	11.40**	1.31	0.21	4.74**	1.82	2.12*	1.78
1. กำบอกเล่าปากต่อปาก	1.52	4.06**	3.26**	10.37**	1.31	1.22	1.22	0.75	0.76	2.19	0.87	0.2	0.83	0.63	0.64	0.27
2. โฆษณานบนอินเทอร์เน็ต	0.64	1.33	1.09	0.92	0.68	2.56*	1.47	0.86	0.45	5.47**	0.66	0.06	2.81*	2.70*	2.24*	0.78
3. นิตยสารหรือวารสารต่าง ๆ	0.88	0.45	1.58	1.12	1.18	2.90*	1.44	0.59	1.46	8.91**	0.79	0.06	3.55**	1.99	1.45	1.62

ปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลในการ เลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้าน	เพศ	อายุ	การศึกษา	สถานภาพ	อาชีพ	รายได้ต่อ เดือน	ภูมิลำเนา	สาเหตุ	ความถี่	เวลา	มือ	โอกาส	จุดประสงค์	แหล่ง	ประเภท	รูปแบบ
4. หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	0.49	1.05	1.27	0.94	1.18	1.82	1.33	0.85	0.57	9.54**	1.47	0.33	4.92**	3.22*	1.59	1.78
5. แนะนำโดยหนังสือแนะนำเที่ยว	2.05	0.31	1.8	0.47	0.82	1.76	0.99	0.37	0.82	7.25**	3.36*	0.46	4.15**	1.2	3.22**	1.97
6. แนะนำหรือได้ข้อมูลจากการ ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	3.41	0.47	2.24	0.1	1.48	1.18	0.94	1.18	0.51	11.17**	2.54*	0.66	5.11**	2.93*	2.14*	1.91
7. โบรชัวร์ (แผ่นพับ) ของร้านอาหาร	1.43	0.59	1.34	0.07	0.9	1.6	1.66	0.78	1.13	5.21**	2.22	0.99	2.46*	2.07	1.23	2.14
8. การจัดรายการส่งเสริมการตลาด เช่น ให้ส่วนลด	3.7	0.55	3.71**	0.79	1.47	0.76	1.09	1.19	1.26	4.52*	0.28	1.49	2.52*	1.46	1.4	3.20*
รวม	2.37	2.25	2.40*	2.71	2.20*	0.95	1.81	1.34	0.65	9.67**	1.13	0.63	4.17**	0.36	2.92**	1.26

หมายเหตุ ** หมายถึง มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ $p < 0.01$

* หมายถึง มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ $p < 0.05$

จากตารางที่ 5-20 เมื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้านและข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามรวมทั้งพฤติกรรมในการใช้บริการอาหารพื้นบ้านนั้น ผลการศึกษาพบว่า เวลาในการใช้รับประทานอาหารเช้าแต่ละครั้ง จุดประสงค์หลักของการรับประทานอาหารพื้นบ้าน และประเภทของอาหารพื้นบ้านที่นิยมรับประทาน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนการศึกษา และอาชีพ มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้านของผู้ตอบแบบสอบถาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อจำแนกปัจจัยด้านการตลาดเป็นรายด้านพบว่า

ด้านสถานที่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและพฤติกรรมในการใช้บริการอาหารพื้นบ้าน ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้านของผู้ตอบแบบสอบถามคือ ประเภทของอาหารพื้นบ้านที่นิยมรับประทาน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนการศึกษา อาชีพ และจุดประสงค์หลักของการรับประทานอาหารพื้นบ้าน มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้านของผู้ตอบแบบสอบถาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อจำแนกเป็นรายปัจจัยย่อยด้านสถานที่ พบว่า

- อายุ และประเภทของอาหารพื้นบ้านที่นิยมรับประทานเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกสถานที่ตั้งของร้านอาหารใกล้แหล่งชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยว
- การศึกษา สถานภาพ อาชีพ เมื่อที่นิยมรับประทานอาหารพื้นบ้าน และโอกาสในการรับประทานอาหารพื้นบ้านเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกขนาดของร้านอาหารหรือขนาดของสถานที่จำหน่าย
- รายได้ต่อเดือน อาชีพ และประเภทของอาหารพื้นบ้านที่นิยมรับประทานเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเข้าถึงร้านอาหาร ได้สะดวกและปลอดภัย
- ประเภทของอาหารพื้นบ้านที่นิยมรับประทาน อาชีพ และจุดประสงค์หลักของการรับประทานอาหารพื้นบ้านเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือก ลักษณะของร้านอาหารมีความสะอาดและปลอดภัย

ด้านสิ่งแวดล้อม ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและพฤติกรรมในการใช้บริการอาหารพื้นบ้านที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้านของผู้ตอบแบบสอบถามคือ เวลาในการใช้รับประทานอาหารเช้าแต่ละครั้ง และประเภทของอาหารพื้นบ้านที่นิยมรับประทาน มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนจุดประสงค์หลักของการรับประทานอาหาร

พื้นบ้าน มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้านของผู้ตอบแบบสอบถาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อจำแนกเป็นรายปัจจัยย่อยด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า

- เวลาในการใช้รับประทานอาหารแต่ละครั้ง และสาเหตุที่ทำให้ใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้านเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการด้านสถานที่จอดรถสะดวกสบายปลอดภัยเพียงพอ

- ประเภทของอาหารพื้นบ้านที่นิยมรับประทาน อาชีพ และจุดประสงค์หลักของการรับประทานอาหารพื้นบ้านเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกเครื่องมือเครื่องใช้ในการรับประทานอาหารที่สะอาดและใหม่

- ประเภทของอาหารพื้นบ้านที่นิยมรับประทานเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกบริการห้องน้ำที่สะอาด

- อายุ และเวลาในการใช้รับประทานอาหารแต่ละครั้งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกบรรยากาศของร้าน เช่น มีบริการเสียงเพลง เย็นสบายร่มรื่น

- เวลาในการใช้รับประทานอาหารแต่ละครั้ง มื้อที่นิยมรับประทานอาหารพื้นบ้าน จุดประสงค์หลักของการรับประทานอาหารพื้นบ้าน ประเภทของอาหารพื้นบ้านที่นิยมรับประทาน การศึกษา และแหล่งที่มาของอาหารพื้นบ้านเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการรับจองล่วงหน้าให้กับลูกค้า

ด้านราคา ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและพฤติกรรมในการใช้บริการอาหารพื้นบ้าน ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้านของผู้ตอบแบบสอบถามคือ จุดประสงค์หลักของการรับประทานอาหารพื้นบ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน การศึกษา และสถานภาพเป็นปัจจัยด้านการตลาดด้านราคาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้านของผู้ตอบแบบสอบถาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อจำแนกเป็นรายปัจจัยย่อยด้านราคา พบว่า

- การศึกษา สถานภาพ อายุ อาชีพ และแหล่งที่มาของอาหารพื้นบ้านเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการแสดงราคาอาหารและเครื่องดื่มไว้ให้ชัดเจน

- อายุ การศึกษา รายได้ต่อเดือน และสาเหตุที่ทำให้ใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้านเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกอาหารและเครื่องดื่มมีราคาเหมาะสม

- เวลาในการใช้รับประทานอาหารแต่ละครั้ง จุดประสงค์หลักของการรับประทานอาหารพื้นบ้าน แหล่งที่มาของอาหารพื้นบ้าน และประเภทของอาหารพื้นบ้านที่นิยมรับประทานเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต

ด้านบุคคล ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและพฤติกรรมในการใช้บริการอาหารที่บ้าน ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารที่บ้านของผู้ตอบแบบสอบถามคือ สาเหตุที่ทำให้ใช้บริการร้านอาหารที่บ้าน เวลาในการใช้รับประทานอาหารแต่ละครั้ง และประเภทของอาหารที่บ้านที่นิยมรับประทาน มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อจำแนกเป็นรายปัจจัยย่อยด้านบุคคล พบว่า

- เวลาในการใช้รับประทานอาหารแต่ละครั้ง และจุดประสงค์หลักของการรับประทานอาหารที่บ้านเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการให้บริการที่รวดเร็วของพนักงาน
- ประเภทของอาหารที่บ้านที่นิยมรับประทาน การศึกษา เวลาในการใช้รับประทานอาหารแต่ละครั้ง และจุดประสงค์หลักของการรับประทานอาหารที่บ้านเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความชำนาญ และความรู้ความสามารถในงานบริการของพนักงาน
- อายุเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสุภาพ มีน้ำใจและมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของพนักงาน
- เวลาในการใช้รับประทานอาหารแต่ละครั้งเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการนำเสนอบริการที่ดีแก่ลูกค้า
- สาเหตุที่ทำให้ใช้บริการร้านอาหารที่บ้าน และเวลาในการใช้รับประทานอาหารแต่ละครั้งเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า

ด้านเอกลักษณ์ เมื่อจำแนกเป็นรายปัจจัยย่อยด้านเอกลักษณ์ พบว่า

- รูปแบบของอาหารที่บ้านที่นิยมรับประทาน และเวลาในการใช้รับประทานอาหารแต่ละครั้งเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของร้าน
- สถานภาพ และอาชีพเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดให้บริการของร้านอาหารมานาน
- อาชีพ และมือที่นิยมรับประทานอาหารที่บ้านเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับชื่อเสียงของร้านอาหาร
- การศึกษา สถานภาพ จุดประสงค์หลักของการรับประทานอาหารที่บ้าน และประเภทของอาหารที่บ้านที่นิยมรับประทาน อายุ อาชีพ สาเหตุที่ทำให้ใช้บริการร้านอาหารที่บ้าน และแหล่งที่มาของอาหารที่บ้านเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับรสชาติหรือความอร่อยของอาหาร

ด้านการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและพฤติกรรมในการใช้บริการอาหารพื้นบ้าน ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้านของผู้ตอบแบบสอบถามคือ เวลาในการใช้รับประทานอาหารแต่ละครั้ง และจุดประสงค์หลักของการรับประทานอาหารพื้นบ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนประเภทของอาหารพื้นบ้านที่นิยมรับประทานเป็นปัจจัยด้านการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นบ้านของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อจำแนกเป็นรายปัจจัยย่อยด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า

- อายุ การศึกษา และสถานภาพเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกจากคำบอกเล่าปากต่อปาก
- เวลาในการใช้รับประทานอาหารแต่ละครั้ง รายได้ต่อเดือน จุดประสงค์หลักของการรับประทานอาหารพื้นบ้าน แหล่งที่มาของอาหารพื้นบ้าน และประเภทของอาหารพื้นบ้านที่นิยมรับประทานเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต
- เวลาในการใช้รับประทานอาหารแต่ละครั้ง จุดประสงค์หลักของการรับประทานอาหารพื้นบ้าน และรายได้ต่อเดือนเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับนิตยสารหรือวารสารต่าง ๆ
- เวลาในการใช้รับประทานอาหารแต่ละครั้ง จุดประสงค์หลักของการรับประทานอาหารพื้นบ้าน และแหล่งที่มาของอาหารพื้นบ้านเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น
- เวลาในการใช้รับประทานอาหารแต่ละครั้ง จุดประสงค์หลักของการรับประทานอาหารพื้นบ้าน ประเภทของอาหารพื้นบ้านที่นิยมรับประทาน และมือที่นิยมรับประทานอาหารพื้นบ้านเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการแนะนำโดยหนังสือแนะนำเที่ยว
- เวลาในการใช้รับประทานอาหารแต่ละครั้ง จุดประสงค์หลักของการรับประทานอาหารพื้นบ้าน มือที่นิยมรับประทานอาหารพื้นบ้าน แหล่งที่มาของอาหารพื้นบ้าน และประเภทของอาหารพื้นบ้านที่นิยมรับประทานเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการแนะนำหรือได้ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- เวลาในการใช้รับประทานอาหารแต่ละครั้ง และจุดประสงค์หลักของการรับประทานอาหารพื้นบ้านเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับโบร์ชัวร์ (แผ่นพับ) ของร้านอาหาร
- เวลาในการใช้รับประทานอาหารแต่ละครั้ง จุดประสงค์หลักของการรับประทานอาหารพื้นบ้าน และรูปแบบของอาหารพื้นบ้านที่นิยมรับประทานเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการจัดรายการส่งเสริมการตลาด เช่น ให้ส่วนลด