

บทที่ 4 ผลการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดทำมาตรฐานราคาของผลิตภัณฑ์อาหาร ในตลาดบางหลวง ตำบลบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม การเสนอผลการวิจัยสามารถแยกออกตาม วัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ขายเกี่ยวกับความคิดเห็นของราคาผลิตภัณฑ์อาหาร
2. ความคิดเห็นของผู้ขายเกี่ยวกับการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์
3. ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อราคาผลิตภัณฑ์อาหาร

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ขายอาหารเกี่ยวกับความคิดเห็นของราคาอาหาร

ผลการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างนำเสนอได้ดังต่อไปนี้

1.1 ประเภทของอาหาร

ตารางที่ 2 จำนวนร้อยละ และรายการผลิตภัณฑ์อาหาร ดังนี้

ประเภทอาหาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ซุนเปี้ยะ	2	25.0
หมูสะเต๊ะ	2	25.0
ข้าวเกรียบปากหม้อ	2	25.0
เปิดพะโล้	1	12.5
ก๋วยจั๊บน้ำใส	1	12.5
รวม	8	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 8 คน เป็นเจ้าของร้านขายซุนเปี้ยะ หมูสะเต๊ะ และข้าวเกรียบปากหม้อ ร้านละ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 รองลงมา เป็นเจ้าของร้านขายเปิดพะโล้และก๋วยจั๊บน้ำใส 1 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5



1.2 วัตถุประสงค์ในการขายผลิตภัณฑ์อาหาร

ตารางที่ 3 จำนวนร้อยละของวัตถุประสงค์ในการขายผลิตภัณฑ์อาหาร ดังนี้

วัตถุประสงค์ในการขาย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาชีพเสริม (หารายได้เพิ่มเติม)	8	100.0
อาชีพหลัก	0	0.0
รวม	8	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 8 คน เป็นเจ้าของร้านขายอาหาร มีวัตถุประสงค์ในการขายอาหารเป็นอาชีพเสริมหรือต้องการจะหารายได้เพิ่มเติม จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 และทำเป็นอาชีพหลัก จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0

1.3 ความสามารถในการพัฒนาอาหาร

ตารางที่ 4 จำนวนร้อยละ และความสามารถในการพัฒนาอาหาร ดังนี้

ความสามารถในการพัฒนาอาหาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พ่อ-แม่ หรือ ญาติ	8	100.0
คิดสูตรทำเอง	4	50.00
ซื้อสูตรมา	0	0.0

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 8 คน เป็นเจ้าของร้านขายอาหาร มีความสามารถในการพัฒนาอาหารมาจากพ่อ-แม่ หรือ ญาติ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 คิดสูตรทำเอง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 และซื้อสูตรมา จำนวน 0 คนคิดเป็นร้อยละ 0.0

1.4 การกำหนดราคาขายอาหาร

ตารางที่ 5 จำนวนร้อยละ และการกำหนดราคาขายสินค้า ดังนี้

การกำหนดราคาขายสินค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีความเหมาะสม	8	100.0
ไม่มีความเหมาะสม	0	0
รวม	8	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 8 คน เป็นเจ้าของร้านอาหาร คิดว่าการกำหนดราคาขายสินค้ามีความเหมาะสม จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 และมีการกำหนดราคาขายสินค้าที่ไม่เหมาะสม จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.0

1.5 ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดราคา

ตารางที่ 6 จำนวนร้อยละ และปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดราคา ดังนี้

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การกำหนดราคาจากส่วนกลาง	6	75.0
ราคาวัตถุดิบ	2	25
จำนวนผู้บริโภค	0	0
รวม	8	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 8 คน เป็นเจ้าของร้านอาหาร คิดว่าปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดราคาสินค้า คือการกำหนดราคาจากส่วนกลาง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0 และราคาวัตถุดิบ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 จำนวนผู้บริโภค จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.0

2. ความคิดเห็นของผู้ขายอาหารเกี่ยวกับการกำหนดราคาอาหาร

2.1 การกำหนดราคาอาหาร

ตารางที่ 7 ระดับความคิดเห็นของผู้ขายที่มีต่อการกำหนดราคาอาหาร (เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดราคาอาหาร) ดังนี้

รายละเอียด	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ปัจจัยภายใน			
1 ภาพลักษณ์ของตลาดบางหลวง	4.75	.46	มากที่สุด
2 อาหารมีลักษณะเด่นกว่าคู่แข่ง	4.25	.46	มากที่สุด
3 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการกำหนดราคาอาหาร เช่น องค์กรบริหารส่วนตำบล หรือหน่วยงานราชการอื่นๆ	3.87	.64	มาก
4 ต้นทุนการผลิต	2.25	.70	น้อย
5 เป้าหมายและวัตถุประสงค์	1.25	.46	น้อยที่สุด
รวม	3.27	.54	ปานกลาง

จากตารางที่ 7 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดราคาอาหารภายใน โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.27$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ภาพลักษณ์ของตลาดบางหลวง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.75$) อาหารมีลักษณะเด่นกว่าคู่แข่ง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.25$) และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการกำหนดราคาอาหาร อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.87$) ตามลำดับ

ตารางที่ 8 ระดับความคิดเห็นของผู้ชายที่มีต่อการกำหนดราคาอาหาร(เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดราคาอาหาร) ดังนี้

รายละเอียด	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
2 ปัจจัยภายนอก			
1 ความต้องการของผู้ซื้ออาหาร	3.87	.35	มาก
2 กฎระเบียบ เช่น กฎหมายควบคุมราคา	3.87	.35	มาก
3 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	3.12	.35	ปานกลาง
4 ภาวะการแข่งขัน	3.00	.53	ปานกลาง
5 ภาวะเศรษฐกิจ	2.00	.53	น้อย
รวม	3.17	.42	ปานกลาง

จากตารางที่ 8 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดราคาอาหารภายนอก โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.17$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความต้องการของผู้ซื้ออาหารและกฎระเบียบ เช่น กฎหมายควบคุมราคา อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.87$) กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและภาวะการแข่งขัน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.12, \bar{x} = 3.00$) และภาวะเศรษฐกิจ อยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.00$) ตามลำดับ

ตารางที่ 9 ระดับความคิดเห็นของผู้ชายที่มีต่อการกำหนดราคาอาหาร (เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการกำหนดราคาอาหาร) ดังนี้

รายละเอียด	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1 มุ่งสร้างภาพลักษณ์	4.87	.35	มากที่สุด
2 มุ่งด้านสังคม	4.75	.46	มากที่สุด
3 มุ่งรายได้จากการขาย	3.87	.35	มาก
4 ส่วนครองตลาด	3.75	.70	มาก
5 มุ่งกำไร	2.75	.46	ปานกลาง
6 มุ่งยอดขายหรือปริมาณ	2.25	.46	น้อย
7 มุ่งการแข่งขัน	2.25	.70	น้อย
8 เพื่อความอยู่รอด	1.25	.46	น้อยที่สุด
รวม	3.21	.49	ปานกลาง

จากตารางที่ 9 พบว่า วัตถุประสงค์มีผลต่อการกำหนดราคาอาหาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.21$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มุ่งสร้างภาพลักษณ์และมุ่งด้านสังคม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.87$, $\bar{x} = 4.75$) มุ่งรายได้จากการขายและส่วนครองตลาด อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.87$, $\bar{x} = 3.75$) การมุ่งกำไร อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.75$) มุ่งยอดขายหรือปริมาณและมุ่งการแข่งขัน อยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.25$) และเพื่อความอยู่รอด อยู่ในระดับน้อยที่สุด ($\bar{x} = 1.25$) ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงระดับความคิดเห็นของผู้ชายที่มีต่อการกำหนดราคาอาหาร (เกี่ยวกับราคาที่กำหนดขายมีผลต่อการกำหนดราคาอาหาร) ดังนี้

รายละเอียด	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1 ลักษณะความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร	4.75	.46	มากที่สุด
2 ความรู้สึกถึงการแทนกันได้ของอาหาร	3.87	.35	มาก
3 ผลประโยชน์ที่ผู้ซื้อจะได้รับ	3.62	.74	มาก
4 ราคาและคุณภาพของสินค้า	3.50	.75	มาก
5 เงินลงทุนของผู้ขาย	2.87	.35	ปานกลาง
รวม	3.72	.53	มาก

จากตารางที่ 10 พบว่า การกำหนดราคาขาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.72$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลักษณะความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.75$) ความรู้สึกถึงการแทนกันได้ของอาหาร ผลประโยชน์ที่ผู้ซื้อจะได้รับ และราคาและคุณภาพของสินค้า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.87, \bar{x} = 3.62, \bar{x} = 3.50$) และเงินลงทุนของผู้ขาย อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.87$) ตามลำดับ

ตารางที่ 11 ระดับความคิดเห็นของผู้ขายที่มีต่อการกำหนดราคาอาหาร (เกี่ยวกับนโยบายการตั้งราคาอาหาร) ดังนี้

รายละเอียด	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1 การตั้งราคา ณ ราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด	4.25	.46	มากที่สุด
2 การตั้งราคา ณ ราคาตลาด	3.75	.46	มาก
3 การใช้ทั้ง 3 อย่างขึ้นอยู่กับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง	2.25	.46	น้อย
4 การตั้งราคา ณ ระดับที่ราคาสูงกว่าการตลาด	1.12	.35	น้อยที่สุด
รวม	2.84	.43	ปานกลาง

จากตารางที่ 11 พบว่า นโยบายการตั้งราคาอาหาร โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.84$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การตั้งราคา ณ ราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.25$) การตั้งราคา ณ ราคาตลาด อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.75$) การใช้ทั้ง 3 อย่างขึ้นอยู่กับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง อยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.25$) และการตั้งราคา ณ ระดับที่ราคาสูงกว่าการตลาด อยู่ในระดับน้อยที่สุด ($\bar{x} = 1.12$) ตามลำดับ

3. ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อราคาอาหาร

3.1 จำนวนครั้งในการมาเที่ยวตลาดบางหลวง

ตารางที่ 12 ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อราคาอาหาร (เกี่ยวกับจำนวนร้อยละ และจำนวนครั้งในการเดินเที่ยวตลาดบางหลวง) ดังนี้

จำนวนครั้งในการเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เดือนละ 1 ครั้ง	27	54.0
อาทิตย์ละ 1 ครั้ง	11	22.0
สามเดือนต่อ 1 ครั้ง	8	16.0
มากกว่า 3 เดือน	4	8.0
รวม	30	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้บริโภคทั้งหมดจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 พบว่ามาเที่ยวตลาดบางหลวง เดือนละ 1 ครั้ง จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมา อาทิตย์ละ 1 ครั้ง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 สามเดือนต่อ 1 ครั้ง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 มากกว่า 3 เดือนจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 ตามลำดับ

3.2 ราคาอาหาร

ตารางที่ 13 ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อราคาอาหาร(เกี่ยวกับจำนวนร้อยละและราคาอาหาร)

ประเภทอาหาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ซุนเปี้ยะ	50	100.0
เป็ดพะโล้	50	100.0
หมูสะเต๊ะ	50	100.0
ข้าวเกรียบปากหม้อ	50	100.0
ก๋วยจั๊บน้ำ	50	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้บริโภคทั้งหมดจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 พบว่ามีความพอใจในราคาอาหารของซุนเปี้ยะ เป็ดพะโล้ หมูสะเต๊ะ ข้าวเกรียบปากหม้อ และก๋วยจั๊บน้ำเท่ากันทุกด้าน

3.3 อาหารที่ชอบ

จำนวนผู้บริโภคทั้งหมดจำนวน 50 คน พบว่า อาหารที่ชอบเป็นลำดับแรกคือ ชุนเปี้ยะ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.96, S.D. = .19$) รองลงมาคือ หมูสะเต๊ะอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.14, S.D. = .45$) เป็ดพะโล้ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.08, S.D. = .44$) ข้าวเกรียบปากหม้อ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.04, S.D. = .72$) และก๋วยจั๊บน้ำอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.16, S.D. = .84$) ตามลำดับ แสดงดังรายละเอียดที่เสนอในตารางที่ 14

ตารางที่ 14 ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อราคาอาหาร (เกี่ยวกับจำนวนร้อยละและรายการอาหารที่ชอบ) ดังนี้

รายละเอียด	\bar{x}	S.D.	ระดับ
ชุนเปี้ยะ	4.96	.19	มากที่สุด
หมูสะเต๊ะ	3.14	.45	ปานกลาง
เป็ดพะโล้	3.08	.44	ปานกลาง
ข้าวเกรียบปากหม้อ	3.04	.72	ปานกลาง
ก๋วยจั๊บน้ำ	2.16	.84	น้อย
รวม	3.27	.52	ปานกลาง

จากตารางที่ 14 พบว่า อาหารที่ผู้บริโภคที่ชอบ โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.27$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ชุนเปี้ยะ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.96$) หมูสะเต๊ะ เป็ดพะโล้ ข้าวเกรียบปากหม้อ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.14, \bar{x} = 3.08, \bar{x} = 3.04$) และ ก๋วยจั๊บน้ำ อยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.16$) ตามลำดับ

3.4 ปัจจัยการเลือกบริโภคอาหาร

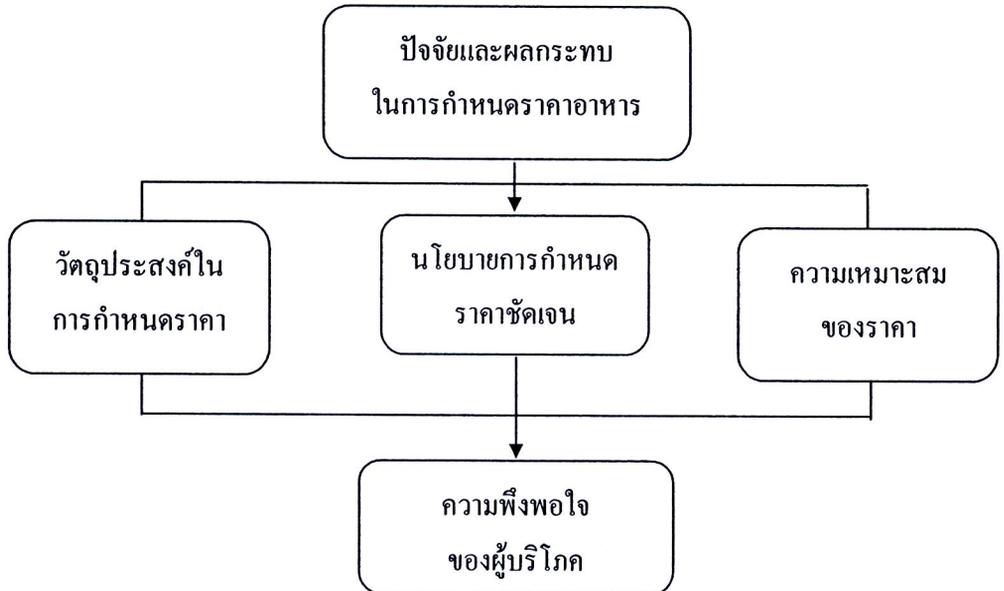
ตารางที่ 15 ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อราคาอาหาร (เกี่ยวกับจำนวนร้อยละ และปัจจัยการเลือกซื้ออาหาร) ดังนี้

ประเภทอาหาร	\bar{x}	S.D.	ระดับ
ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร	4.84	.37	มากที่สุด
ลักษณะเด่นของอาหาร	4.12	.32	มาก
ความอร่อยของอาหาร	4.02	.24	มาก
ความสะอาดของอาหาร	3.08	.34	ปานกลาง
ราคาอาหาร	2.26	.72	น้อย
ปริมาณอาหาร	2.16	.54	น้อย
รวม	3.41	.38	มาก

จากตารางที่ 15 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริโภคอาหาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.41$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.84$) ลักษณะเด่นของอาหารและความอร่อยของอาหาร อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.12$, $\bar{x} = 4.02$) ความสะอาดของอาหาร อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.08$) และราคาอาหาร ปริมาณอาหาร อยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.26$, $\bar{x} = 2.16$) ตามลำดับ

3.5 ขั้นตอนการกำหนดราคาอาหาร

จากการวิจัยครั้งนี้ การกำหนดราคาอาหารจะมุ่งไปที่ตัวผู้บริโภคเป็นสำคัญ ดังนั้นการกำหนดนั้นจะต้องทำให้ผู้บริโภคไม่รู้สีกว่ากำลังถูกเอาเปรียบ สามารถสร้างมาตรฐานราคาได้ตามขั้นตอนดังนี้ แสดงดังภาพที่ 6



ภาพที่ 6. แสดงขั้นตอนการสร้างมาตรฐานราคาผลิตภัณฑ์อาหาร