

บทที่ 5

บทสรุป

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจและสร้างมาตรฐานราคาอาหาร จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ขายอาหารจำนวน 8 คน และผู้บริโภครที่มาเที่ยวในตลาดตลาดบางหลวง ตำบลบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม จำนวน 50 คน และเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และนำคะแนนมาวิเคราะห์เพื่อหาความพึงพอใจต่อราคาอาหาร ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการในเรื่องต่างๆ ตามขั้นตอนของขบวนการวิจัยสามารถอภิปรายผลโดยสรุปได้ ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

ด้านผู้ขายอาหาร สรุปได้ว่า

วัตถุประสงค์ในการขายอาหาร โดยส่วนใหญ่ดำเนินการขายเป็นอาชีพเสริมหรือต้องการจะหารายได้เพิ่มเติม และอาหารที่ขายส่วนใหญ่มีการพัฒนาสูตรอาหารมาจากพ่อ-แม่ และญาติ ซึ่งผู้ขายส่วนใหญ่มีอาชีพหลักอยู่แล้ว

ผู้ขายกำหนดราคาขายอาหารอย่างเหมาะสม โดยมีปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดราคาอาหารจากการกำหนดราคาจากส่วนกลาง หน่วยงานราชการ และราคาตลาด

ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดราคาอาหาร ได้แก่ หน่วยงานของภายในชุมชน เป็นผู้ดูแลและร่วมกำหนดราคา ภาพลักษณ์ของตลาดบางหลวง และลักษณะเด่นของอาหาร

ผู้ขายอาหารมีวัตถุประสงค์ในการกำหนดราคาอาหาร โดยการมุ่งที่การสร้างภาพลักษณ์ และตั้งคัมเป็นลำดับแรก

ผู้ขายมีการกำหนดราคาอาหารจากการเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร ความรู้สึกถึงการแทนกันได้ของอาหาร และ ผลประโยชน์ที่ผู้ซื้อจะได้รับเป็นหลัก

ผู้ขายเลือกใช้นโยบายในการตั้งราคาอาหารจากการตั้งราคาต่ำกว่าราคาตลาด

ด้านผู้บริโภคอาหารสรุปได้ว่า

ผู้บริโภคมีความพอใจในราคาอาหารของตลาดบางหลวง เช่น ชุนเปี้ยะ เป็ดพะโล้ หมูสะเต๊ะ และข้าวเกรียบปากหมอ

ผู้บริโภคชอบบริโภคชุนเปี้ยะ เป็นลำดับแรก รองลงมา ได้แก่ หมูสะเต๊ะ เป็ดพะโล้ และข้าวเกรียบปากหมอ

ปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้ออาหาร ได้แก่ ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร ลักษณะเด่นของอาหาร และความอร่อยของอาหาร

สรุป มาตรฐานราคาผลิตภัณฑ์อาหาร จะต้องเกิดขึ้นจากปัจจัยต่างๆ และไม่ส่งผลกระทบต่อในการกำหนดราคาอาหาร เช่น ต้องมีวัตถุประสงค์ในการตั้งราคาขายอย่างชัดเจน ต้องมีการกำหนดราคาขายที่มีความเหมาะสม ต้องมีนโยบายในการกำหนดราคาที่เหมาะสม และต้องทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าไม่ถูกเอาเปรียบจากผู้ขายจะส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในราคาสินค้าของผู้บริโภค

การอภิปรายผล

จากผลสรุปข้างต้น สามารถอภิปรายผลได้เป็นสองหัวข้อใหญ่ๆ คือ ความคิดเห็นของผู้ขายอาหารเกี่ยวกับการกำหนดราคาอาหาร และความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับราคาอาหาร ดังนี้

1. ความคิดเห็นของผู้ขายเกี่ยวกับการกำหนดราคาอาหาร

จากผลของการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ขายเกี่ยวกับการกำหนดราคาอาหาร สามารถวิเคราะห์ได้ 4 ด้าน คือ 1) ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดราคาอาหาร 2) วัตถุประสงค์ในการกำหนดราคาอาหาร 3) ราคาที่กำหนดขายมีผลต่อการกำหนดราคาอาหาร 4) นโยบายการตั้งราคาอาหาร

1.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดราคาอาหาร เมื่อพิจารณาโดยรวมแล้ว พบว่า ผู้ขายมีความเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดราคาอาหารซึ่งเป็นปัจจัยภายใน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.27$) ปัจจัยภายนอก อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.22$) อาจเนื่องมาจากปัจจัยต่างๆทั้งภายในและภายนอกไม่มีผลต่อการกำหนดราคา ซึ่งผู้ขายไม่ได้ขายผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อหวังผลกำไรเพียงอย่างเดียว แต่เป็นเพราะต้องการสนับสนุนการส่งเสริม นโยบายการท่องเที่ยวของตำบล ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ปัจจัยไม่มีผลต่อการกำหนดราคาอาหาร

1.2 วัตถุประสงค์ในการกำหนดราคาอาหารเมื่อพิจารณาโดยรวมแล้ว พบว่า ผู้ขายมีความเห็นว่าวัตถุประสงค์ในการกำหนดราคาอาหาร อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.21$) อาจเนื่องมาจากตัวผู้ขายเองได้มีอาชีพประจำอยู่แล้ว จึงขายอาหารโดยไม่มุ่งหวังกำไร เพียงแต่มุ่งที่การสร้างภาพลักษณ์ให้แก่ตลาดบางหลวง และช่วยเหลือสังคมเป็นการสนับสนุนตามนโยบายการ

ท้องเที่ยวของตลาดบางหลวง ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า วัตถุประสงค์ไม่ใช่ประเด็นสำคัญในการกำหนดราคาขาย

1.3 ราคาที่กำหนดขายมีผลต่อการกำหนดราคาอาหาร เมื่อพิจารณาโดยรวมแล้ว พบว่า ผู้ขายมีความเห็นว่า ราคาที่กำหนดมีผลต่อการกำหนดราคาอาหาร อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.72$) อาจเนื่องมาจากตัวผู้ขายคิดว่า การกำหนดราคาอาหารจะมีผลต่อการท้องเที่ยวของตลาดบางหลวง เพราะว่าการกำหนดราคาที่เหมาะสมจะทำให้ผู้บริโภคพอใจและรู้สึกว่าจะไม่ถูกเอาเปรียบ จึงทำให้ผู้บริโภคเกิดความอยากที่จะมาเที่ยวตลาดบางหลวงอีก ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ราคาที่กำหนดขายนั้นจะส่งผลกระทบต่อเลือกซื้ออาหารของผู้บริโภค และส่งผลกระทบต่อท้องเที่ยวตลาดบางหลวง

1.4 นโยบายการตั้งราคาอาหาร เมื่อพิจารณาโดยรวมแล้ว พบว่า ผู้ขายมีความเห็นว่า นโยบายการตั้งราคา อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.84$) อาจเนื่องมาจากตัวผู้ขายคิดว่า นโยบายการตั้งราคาอาหาร ไม่มีผลกระทบต่อกำหนดราคาขาย เพราะผู้ขายได้ตั้งราคาขายไว้ต่ำกว่าราคาตลาดอื่นๆ ทั่วไป ซึ่งผู้ขายไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเช่าสถานที่ขาย และสามารถลดต้นทุนได้มาก ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า การกำหนดนโยบายในการตั้งราคาอาหารไม่มีผลกับการกำหนดราคา

2. ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการกำหนดราคาอาหารจากผลของการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้บริโภคต่อการกำหนดราคาอาหาร พบว่า ผู้บริโภคมาเที่ยวเดือนละ 1 ครั้ง ร้อยละ 54 มีความพอใจในราคาอาหาร ร้อยละ 100 และอาหารที่ชอบ ได้แก่ ซุนเปี้ยะ เป็ดพะโล้ หมูสะเต๊ะ ข้าวเกรียบปากหม้อ และก๋วยจั๊บ ตามลำดับ และปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้อคือความเป็นเอกลักษณ์ ลักษณะเด่น และความอร่อยของอาหาร อาจเนื่องมาจากผู้บริโภคเห็นว่า อาหารนั้นมีขายเฉพาะตลาดบางหลวงเพียงแห่งเดียว ราคาไม่แพง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการทำวิจัยในครั้งนี้

- 1) ควรศึกษาวิธีการกำหนดมาตรฐานราคาผลิตภัณฑ์จากสินค้าประเภทอื่น
- 2) ควรศึกษาผลข้อมูลจากการใช้วิธีการสร้างมาตรฐานราคาผลิตภัณฑ์ว่ามีความเหมาะสมกับกลุ่มผู้ขายและผู้บริโภคกลุ่มใดบ้าง อย่างไร