

พฤติกรรมผู้บริโภคในการรับประทานอาหารจากผักพื้นบ้าน ในเขตกรุงเทพมหานคร

อิสรีย์ บ่อวารี^{1*}

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการรับประทานอาหารจากผักพื้นบ้าน รวมถึงปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดอาหารจากผักพื้นบ้าน ในเขตกรุงเทพมหานคร แนวทางในการวิจัยในครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร ทั้งหมด 12 เขต

การปรับพฤติกรรมในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพมีแนวโน้มสูงขึ้น จากการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิ ทดลองและประเมินผลของผู้บริโภค ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคในการรับประทานอาหารจากผักพื้นบ้านขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ จากการลงสำรวจพื้นที่พบว่า ผู้บริโภคที่เป็นผู้หญิงจะให้ความสนใจทางด้านสุขภาพ และรู้จักคุณค่าของผักพื้นบ้านและมีความคิดเห็นที่จะให้มีเมนูอาหารที่ทำจากผักพื้นบ้าน อยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ : พฤติกรรมผู้บริโภค ผักพื้นบ้าน

¹ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

*ผู้นิพนธ์หลัก e-mail: isaree_willb@yahoo.com

CONSUMER BEHAVIOR IN EATING VEGETABLES. IN BANGKOK

Isaree borwaree^{1*}**Abstract**

This research aims to study the behavior of consumers from eating vegetables. Factors include the marketing mix, ranging from vegetables. In Bangkok Guidelines in this research is quantitative research. The questionnaire was used to explore areas in all 12 districts of Bangkok.

The behavior of eating healthy upward trend. From checking out who was NU's Chiaravutthi. Test and evaluation of consumers. The results showed that Consumer behavior in the diet of vegetables depends on the mix of marketing products in seven aspects. Product, price, distribution channels. The marketing personnel, offering something physical. Service process From the survey area was found. Consumers who pay attention to women's health. And recognize the value of local vegetables and opinions to provide a menu of dishes made from local vegetables. At a high level

Keywords : Consumer behavior vegetables

¹ Faculty of Management Suan Dusit University

*Corresponding author,e-mail isaree_willb@yahoo.

บทนำ

ประเทศไทยเป็นแหล่งที่มีความหลากหลายทางชีวภาพที่อุดมสมบูรณ์แห่งหนึ่งของโลก คนไทยรับประทานผักพื้นบ้านโดยการเก็บจากแหล่งธรรมชาติ การปลูกเป็นผักสวนครัว และซื้อจากตลาดสดในท้องถิ่น จากการสำรวจด้านพฤกษศาสตร์ พบว่าประเทศไทยมีผักพื้นบ้านเป็นจำนวนมากกว่า 250 -900 ชนิด และนำไปประกอบอาหารพื้นบ้าน ตามกรรมวิธีการปรุงอาหารของวัฒนธรรมท้องถิ่น ปัจจุบันคนไทยส่วนใหญ่ยังคงบริโภคผักต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐานและยังไม่เพียงพอต่อการสร้างสุขภาพและป้องกันโรคผักพื้นบ้านมีคุณค่าด้านส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค(กระทรวงสาธารณสุขและสถาบันทางวิชาการ)นอกจากนี้ผักพื้นบ้านยังมีความนิยมมากขึ้นและบางชนิดกลายเป็นพืชเศรษฐกิจที่สร้างรายได้ให้ชุมชน

จากการศึกษาบ้านที่มีการนำผักพื้นบ้านมาประกอบอาหารพบว่า การปลูก การบริโภค และการจำหน่ายผักพื้นบ้านและอาหารผักพื้นบ้านเป็นรายได้สำหรับสมาชิกชุมชนในชุมชนที่ประสบความสำเร็จเนื่องจากปลูกผักพื้นบ้านและบริโภคผักพื้นบ้าน มีความมั่นคงทางอาหารในระดับครอบครัว และมีรายได้เสริมในครอบครัว ทำให้คนในและนอกชุมชนมีอาหารปลอดภัยสำหรับการบริโภคในชีวิตประจำวัน ส่งผลดีต่อสุขภาพ

ผักพื้นบ้าน (Traditional plants) เป็นพืชที่เจริญงอกงามตามธรรมชาติในท้องถิ่น ได้แก่ ป่า สวน ไร่ นา แหล่งน้ำ ลำคลอง หรือชาวบ้านอาจนำมาปลูกไว้ใกล้บ้านเพื่อการบริโภคก็ได้ ผักพื้นบ้านอาจมีชื่อเรียกเฉพาะและมีวิธีการเฉพาะในการนำไปประกอบอาหารตามกรรมวิธีของแต่ละท้องถิ่น ชาวบ้านอาจจะนำมารับประทานส่วนต่างๆ แตกต่างกันไป เช่น ส่วนใบ ยอดอ่อน ดอก ผล เมล็ด หน่อ หรือราก ผักพื้นบ้านเป็นองค์ประกอบสำคัญในการประกอบเป็นอาหารที่ช่วยดูแลสุขภาพของคนไทยมานานเป็นการบริโภคอาหารที่สอดคล้องกับท้องถิ่นและสภาพร่างกาย เป็นทั้งอาหารและยา

คุณค่าทางวัฒนธรรมอาหารไทยและผักพื้นบ้านมีการสืบทอดผ่านระบบความเชื่อของการดูแลสุขภาพแบบแผนไทย ร่างกายมนุษย์มีความสมดุลของธาตุ 4 คือ ธาตุดิน ธาตุน้ำ ธาตุลม ธาตุไฟ หากธาตุทั้ง 4 สมดุลจะทำให้ร่างกายปกติการรับประทานผักพื้นบ้านจึงควรพิจารณาจากธาตุของร่างกายโดยคัดสรรผักพื้นบ้านเพื่อประกอบอาหารให้สอดคล้องกับร่างกาย

1. คุณค่าด้านภูมิปัญญาทางท้องถิ่น ผักพื้นบ้านเป็นพืชที่คนไทยเก็บหาและนำมาปรุงอาหารพื้นบ้านหรืออาหารท้องถิ่นมาช้านานโดยเชื่อมโยงกับแบบแผนชีวิตของคนแต่ละท้องถิ่น ก่อรูปเป็นวัฒนธรรมอาหารของชุมชน ประเทศไทยมีอัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมที่หลากหลาย ก่อให้เกิดอาหารไทยที่ได้รับความนิยม และมีความโดดเด่นด้านสุขภาพจากการยอมรับของคนไทยและคนต่างประเทศ ผักพื้นบ้านเป็นองค์ประกอบสำคัญที่หล่อหลอมเป็นอาหารที่สอดคล้องกับท้องถิ่นและสภาวะทางร่างกาย

2. คุณค่าทางด้านสุขภาพ ผักพื้นบ้านเป็นอาหารที่มีความสำคัญต่อมนุษย์ตั้งแต่สมัยโบราณจนถึงปัจจุบัน ส่วนที่เป็นผักมาจากหลายส่วนของพืช ตั้งแต่ยอดอ่อน ใบอ่อน ราก/หัว เหง้า ผัก ดอก ผล เมล็ดและต้นอ่อน ผักส่วนใหญ่ที่บริโภคในปัจจุบัน เป็นพืชป่า ที่เก็บมาจากธรรมชาติ ต่อมาจึงมีการปลูกเป็นพืชเศรษฐกิจ องค์ประกอบของผักพื้นบ้านส่วนใหญ่ประกอบด้วยน้ำ มากกว่าร้อยละ 80 ส่วนที่เหลือประกอบด้วยสารอาหารจากรายงานทางวิทยาศาสตร์พบว่า การบริโภคผักและผลไม้ สามารถช่วยลดความเสี่ยงต่อการเกิดโรคเรื้อรังหลายชนิด

3. คุณค่าทางด้านความมั่นคงทางอาหาร องค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ(FAO)ได้นิยาม “ความมั่นคงทางอาหาร” มีความหมายว่า การที่ประชาชนมีปริมาณอาหารเพื่อการบริโภคที่เพียงพอ มีความหลากหลายของประเภทอาหารที่ได้รับ และอาหารนั้นมีคุณภาพ หมายถึง มีคุณค่าทางโภชนาการและความสะอาดปลอดภัย รวมทั้งประชาชนสามารถเข้าถึงอาหารได้อย่างทั่วถึง หากเราพิจารณาถึงความมั่นคงทาง

อาหารจะเห็นว่าประชาชนจะต้องมีความสามารถในการเข้าถึงและมีความสามารถจัดการทรัพยากร ความหลากหลายทางชีวภาพของตนเองได้

4. คุณค่าทางเศรษฐกิจ มีการรายงานว่า จำนวนชนิดของผักพื้นบ้านมีมากกว่า 250 ชนิด ผักพื้นบ้านที่ปลูกได้ตลอดทั้งปี มีจำนวนกว่า 50 ชนิด ตัวอย่างเช่น ผักเชียงดา ผักปลั่ง(ภาคกลาง) ผักชะพลู ผักหวานบ้าน ผักหวานป่า ผักโขม มะระขี้นก ตำลึง พริก ผักกระโดน ผักพื้นบ้านหลายชนิดมีการปลูกและจำหน่ายในตลาดท้องถิ่น ขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น ในปัจจุบันผู้บริโภคมีความต้องการบริโภคผักที่ปลอดภัย ผักพื้นบ้านที่เก็บจากแหล่งธรรมชาติ หรือปลูกแบบธรรมชาติจึงเป็นผักที่สะอาดและปลอดภัย ทำให้ผักพื้นบ้านกลายเป็นสินค้าที่ช่วยเสริมรายได้ให้กับเกษตรกร ทั้งในเฉพาะฤดูและตลอดปี มูลค่าทางเศรษฐกิจของผักพื้นบ้านยังไม่มีข้อมูลรายงานภาพรวมแต่ผักพื้นบ้านบางชนิดที่ปลูกเป็นพืชเศรษฐกิจและได้รับความนิยมในท้องถิ่น เช่น ผักหวานป่าเป็นพืชเศรษฐกิจของอำเภอบ้านหม้อ จังหวัดสระบุรี ทำรายได้ให้คนในท้องถิ่นไม่ต่ำกว่า 10 ล้านบาทต่อปี

ผักพื้นบ้านบางกลุ่มนอกจากจะใช้ประกอบในตำรับอาหารต่างๆแล้ว ยังพบว่ามีสรรพคุณเป็นพืชสมุนไพรอีกด้วย จึงนับได้ว่าผักพื้นบ้านมีทั้งคุณประโยชน์ในด้านการนำมาใช้เป็นอาหาร และคุณประโยชน์ในด้านการนำมาใช้เป็นยารักษาโรคหรือบำรุงสุขภาพไปในตัว ดังนั้นอาหารจึงไม่ได้มีความเกี่ยวข้องกับมนุษย์เพียงแค่ว่าใช้เพื่อเป็นการบริโภคเพียงอย่างเดียว หากแต่มีความเกี่ยวข้องไปถึงด้านสุขภาพและการรักษาโรคให้แก่มนุษย์อย่างแยกกันไม่ออก เพราะเหตุนี้อาหารจึงกลายเป็นปัจจัยหลักที่มีผลโดยตรงต่อสุขภาพของมนุษย์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังคำที่ว่า “You are what you eat” หมายถึงการที่สุขภาพของเราจะเป็นอย่างไร ขึ้นอยู่กับสิ่งที่เรารับประทานเข้าไปนั่นเอง

แม้ว่าตำรับอาหารที่ประกอบจากผักพื้นบ้านไทยจะมีรสชาติอร่อยและมีคุณค่าสูง แต่เนื่องจากตำรับอาหารที่ประกอบจากผักพื้นบ้านนั้น เป็นตำรับที่คิดค้นขึ้นมาเพื่อให้ถูกกับรสนิยมในการบริโภคของคนในแต่ละภูมิภาคเท่านั้น จึงทำให้ผักพื้นบ้านของไทยมีผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มแคบๆทั้งๆที่มีศักยภาพสูง การที่จะเผยแพร่ผักพื้นบ้านอันทรงคุณค่าของไทยออกสู่ครัวโลก เพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจให้แก่ประเทศชาติโดยการนำทรัพยากรผักพื้นบ้านอันมีคุณค่ามาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา พฤติกรรมผู้บริโภคในการรับประทานอาหารจากผักพื้นบ้าน เพื่อนำมาวางแผนการตลาด ในการพัฒนาตลาดอาหารจากผักพื้นบ้านที่ไปสู่ครัวโลก รวมถึงสามารถนำมาใช้ขยายผลในเชิงพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศชาติโดยเฉพาะจากระดับชุมชนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการรับประทานอาหารจากผักพื้นบ้าน
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดอาหารจากผักพื้นบ้าน

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษา เรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคในการรับประทานอาหารจากผักพื้นบ้านในเขตกรุงเทพมหานคร ตัวแปรอิสระ คือ 1. ลักษณะของประชากรศาสตร์ ความนิยมในการบริโภคของพื้นที่ 2. ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมผู้บริโภคในการรับประทานอาหารจากผักพื้นบ้าน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป็นผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในการวิจัยอย่างน้อย 400 คน (อ้างอิงจาก กัลยา วาณิชยปัญญา) โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม 1. สุ่มเซตพื้นที่โดยการจับสลากเพียง 12 เขต จากทั้งหมด 50 เขต 2. สุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยกำหนดโควตา (Quota Sampling) ด้วยการเก็บข้อมูลแต่ละเขตที่สุ่มได้เขตละ 33 คน โดยใช้ตารางสำเร็จรูปสูตรทาร์โร ยามาเน่ (Yamane, 1973 อ้างถึง อีรวิทย์ เอกะกุล, 2543)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลการวิจัยเป็นการศึกษาแบบเชิงปริมาณ ซึ่งศึกษาถึง พฤติกรรมของผู้บริโภค ในการบริโภคอาหารจากผักพื้นบ้าน ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีแหล่งข้อมูลในการศึกษา 2 แหล่งคือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ผู้วิจัยได้เตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอกับกลุ่มตัวอย่าง ในแต่ละเขตของกรุงเทพมหานคร โดยก่อนที่จะเก็บรวบรวมข้อมูลจะทำการชี้แจงแบบสอบถามและอธิบายวิธีการทำแบบสอบถามก่อนการกรอกข้อมูล

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าการเก็บข้อมูลจากหน่วยงานภายนอก เอกสารวิชาการ ผลงานวิจัย และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัย สร้างขึ้นจากกรอบแนวคิด วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในเชิงปริมาณ แบ่งเป็น 4 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ต่อเดือน เขตพื้นที่ที่พักอาศัย โดยเป็นคำถามแบบหลายตัวเลือก (Multiple choices question)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจากผักพื้นบ้าน ประกอบด้วยคำถามอาหารจากผักพื้นบ้านที่รู้จัก อาหารจากผักพื้นบ้านที่ท่านบริโภคเป็นประจำ พฤติกรรมในการรับประทานอาหารจากผักพื้นบ้านของท่านเป็นลักษณะใดบ่อยที่สุด ความถี่โดยเฉลี่ยในการบริโภคอาหารจากผักพื้นบ้าน ส่วนใหญ่ท่านนิยมบริโภคอาหารจากผักพื้นบ้านในวันใด ท่านนิยมบริโภคอาหารจากผักพื้นบ้านในช่วงเวลาใดใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกรับประทานหรือเลือกร้านอาหารจากผักพื้นบ้านของท่านมากที่สุด ในการรับประทานอาหารจากผักพื้นบ้านท่านไปรับประทานครั้งละกี่คน (รวมผู้ตอบ) เหตุผลที่ท่านเลือกรับประทานอาหารจากผักพื้นบ้าน สถานที่ ที่ท่านไปซื้อหรือรับประทานอาหารจากผักพื้นบ้านบ่อยที่สุด ทำเลของร้านอาหารผักพื้นบ้านที่ท่านนิยมไปใช้บริการมากที่สุด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการบริโภคอาหารจากผักพื้นบ้าน ใช้แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า มี 40 ข้อ ใช้ระดับการวัดข้อมูลมี 5 ระดับ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามด้วยวิธีเชิงปริมาณโดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

2. วิเคราะห์ข้อมูลด้านส่วนประสมทางการตลาด โดยใช้การวิเคราะห์การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

3. วิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการบริโภคอาหารจากผักพื้นบ้าน ของผู้บริโภค โดยการใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ผลการวิจัย

1. การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคในการรับประทานอาหารจากผักพื้นบ้าน ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยพบว่าผู้บริโภคในเขตพื้นที่ดุสิตและเขตสาทร มีความนิยมในการบริโภคผักพื้นบ้าน และผักพื้นบ้านที่เป็นที่รู้จักคือ ผักโขม แต่จะบริโภค ผักหวานบ้าน มากที่สุด ส่วนใหญ่พ่อแม่เป็นผู้ชักชวนและร่วมตัดสินใจในการบริโภคผักพื้นบ้าน จำนวนผู้ร่วมรับประทาน มี 4-5 คน จะนิยมบริโภคที่ ร้าน ใกล้แหล่งชุมชน ช่วงวันที่จะบริโภค วันจันทร์-ศุกร์ เวลา 18.01-21.00 น. เหตุผลในการบริโภคสูงเพื่อสุขภาพ

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคผักพื้นบ้านของผู้บริโภค

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้บริโภคเห็นว่า ความสดใหม่ของผัก ภาพประกอบในรายการอาหาร และรสชาติแบบดั้งเดิมของอาหาร มีส่วนช่วยในการเลือกบริโภค

2.2 ด้านราคา อยู่ในระดับสูง ต้องมีทางเลือกในการชำระเงินทั้งเงินสดหรือบัตรเครดิต ระดับราคาเมื่อเทียบกับท้องตลาดราคาต้องมีความเหมาะสมกับคุณภาพ การออกไปกำกับภาชนะอย่างถูกต้อง

2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก จะต้องเดินทางสะดวกใกล้ที่พักหรือที่ทำงาน ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า มีความสะดวกสบายของที่จอดรถ บริการส่งตามบ้าน

2.4 ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก พิจารณาจาก บุคลิกภาพของพนักงาน ความสุภาพ เอาใจใส่ ลูกค้า มีความรู้เกี่ยวกับอาหาร การให้คำแนะนำลูกค้าเกี่ยวกับเมนูใหม่ ๆ

2.5 ด้านส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปลิว การลดราคา ค่าอาหารและบริการ การนำคู่มือมาแลกของสมนาคุณ การจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด

2.6 ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพความสะอาด อยู่ในระดับมาก ระบบการถ่ายเทอากาศ ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานที่จำหน่าย ความเพียงพอของที่นั่ง การติดตั้งปรับอากาศของสถานที่จำหน่าย สถานที่กลางแจ้ง ต้องมีอากาศถ่ายเท โดยไม่ติดตั้งปรับอากาศของสถานที่จำหน่าย มีการจัดพื้นที่สูบบุหรี่ ในสถานที่จำหน่าย ความทันสมัยของบรรยากาศภายในร้าน

2.7 ด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมาก การต้อนรับของพนักงานความรวดเร็วในการจองคิว ความรวดเร็วของการบริการ ความถูกต้องของรายการอาหารที่เสิร์ฟ ระยะเวลารอคอยอาหารความเพียงพอของโต๊ะอาหาร การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าของพนักงาน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมผู้บริโภค ในการบริโภค อาหารจากผักพื้นบ้าน ในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่าข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคอาหารจากผักพื้นบ้าน โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มี อายุระหว่าง 26-30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท และอาศัยอยู่ในเขตดุสิตและสาทร จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคกลุ่มนี้เป็นผู้บริโภคกลุ่มใหญ่ที่สุดที่บริโภคอาหารจากผักพื้นบ้านในเขตกรุงเทพมหานคร และเพศหญิงที่โสดจะให้ความสำคัญกับเรื่องสุขภาพเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารจากผักพื้นบ้าน ในเขตกรุงเทพมหานคร ในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัย พบว่าชื่อเสียงของร้าน คุณภาพของผักพื้นบ้าน ความหลากหลายของรายการอาหาร รายการอาหารใหม่ ๆ การจัด

บุฟเฟต์ การจัดอาหารเป็นแบบนานาชาติ ผู้บริโภคให้ความคิดเห็นระดับมาก แสดงให้เห็นถึงคุณค่าของผักพื้นบ้านที่ผู้บริโภคต้องการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางด้านราคา โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาตามรายด้าน พบว่า ความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ ผู้บริโภคให้ความคิดเห็นมากที่สุด แสดงให้เห็นถึงความคุ้มค่าที่ผู้บริโภคต้องการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สราวุฒิ สุวรรณวงษ์ (2557) การตัดสินใจเรื่องการใช้บริการของธุรกิจ ในด้านราคาอยู่ในระดับมาก ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายระดับความสำคัญต่ำ เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัย พบว่าความใกล้ชิดที่พำนักอาศัย/ใกล้ที่ทำงานที่มีความสำคัญระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นถึงความ ต้องการความสะดวกในการเลือกซื้ออาหารจากผักพื้นบ้านในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านส่งเสริมการตลาด การโฆษณา การลดราคา การนำคู่มือมาแจก การจัดทำบัตรสมาชิก ผู้บริโภคให้ความสำคัญมาก แสดงว่าเมื่อมีการส่งเสริมการตลาด พฤติกรรมในการบริโภคอาหารจากผักพื้นบ้านของผู้บริโภคก็มีจำนวนมากขึ้นสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการของ ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2548) ที่กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาดมีวิธีการหลายอย่าง เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ ทั้งสื่อทางตรงและทางอ้อม พฤติกรรมในการรับประทานอาหารจากผักพื้นบ้านส่วนใหญ่ ชื้อกลับไปรับประทานที่บ้าน ความถี่ในการบริโภคผักพื้นบ้านมากกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ช่วงวันที่บริโภคผักพื้นบ้าน วันจันทร์-ศุกร์ ช่วงเวลาที่บริโภคผักพื้นบ้าน 18.01-21.00 น.จำนวนผู้ร่วมรับประทานผักพื้นบ้าน 4-5 คน เหตุผลในการบริโภคผักพื้นบ้านเพื่อสุขภาพ แหล่งของผักพื้นบ้านที่บริโภคมักจะซื้อมาบริโภคเป็น ร้าน ที่จำหน่ายผักพื้นบ้าน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภค ในการบริโภค อาหารจากผักพื้นบ้านในเขตกรุงเทพมหานคร มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ควรส่งเสริมให้ผู้บริโภครู้จักอาหารประเภทผักพื้นบ้านมากขึ้น แสดงให้ทราบถึงคุณประโยชน์ในการรับประทานผักพื้นบ้าน และมีเมนูอาหารที่หลากหลายมากขึ้น
2. ด้านราคาควรตั้งราคาให้มีราคาใกล้เคียงกับร้านอาหารทั่วไปและราคาต้องเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรจัดจำหน่ายในสถานที่ใกล้ที่ทำงานหรือใกล้ที่พัก ในแหล่งชุมชนในห้างสรรพสินค้าและมีสถานที่จอดรถเพียงพอเพื่อความสะดวกของผู้บริโภค
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปลิว การลดราคาอาหาร การนำคู่มือมาแจกของสมนาคุณ การจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากในการรับประทานอาหารจากผักพื้นบ้าน

เอกสารอ้างอิง

- ชนชญาณ์ จันทรวิตรกุล. (2550). รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2556). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น
- ธงชัย สันติวงษ์. (2552). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพฯ: ประชุมช่าง จำกัด.
- ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. (2548). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์