

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ต ของเยาวชนในจังหวัดภูเก็ต

Factors Affecting the Eating of Phuket Local Foods for Young People in Phuket

อดิสร ธานีภรณ์¹ ฉันทนา ปาปัดถา²

Adisorn Thanimporn¹ Chantana Papattha²

¹ แผนกวิชาอาหารและโภชนาการ วิทยาลัยเทคนิคถลาง สำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดภูเก็ต

Food and Nutrition subject, Technical College Thalang, Office of vocational Phuket E-mail: adisorn.arthur@gmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร Assistant Professor, Faculty of Mass

Communication Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon E-Mail: chantana.parmutp.ac.th

¹ Corresponding Author: E-mail: adisorn.arthur@gmail.com, 095-2546505

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ต (2) ทักษะและการรับรู้คุณค่าที่มีต่ออาหารท้องถิ่นภูเก็ต (3) ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ต (4) พฤติกรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตของเยาวชนในจังหวัดภูเก็ต (5) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตของเยาวชนภูเก็ต และ (6) ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตของเยาวชนภูเก็ต ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นเยาวชนในจังหวัดภูเก็ต อายุระหว่าง 14 – 25 ปี จำนวน 400 คน ได้มาด้วยวิธีสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ค่าแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า (1) ปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากที่สุด จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 68.7 มีอายุระหว่าง 17-19 ปีมากที่สุด จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.25 และกำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้น ประกาศนียบัตร (ปวช.)มากที่สุด จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.25 (2) ทักษะการรับรู้คุณค่าที่มีต่ออาหารท้องถิ่นภูเก็ตอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.44, S.D.=0.56) (2) ส่วนการรับรู้คุณค่าที่มีต่ออาหารท้องถิ่นภูเก็ตอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.43, S.D.=0.57) (3) ส่วนประสมทางการตลาดของอาหารท้องถิ่นภูเก็ต ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =3.53, S.D.=0.46) และอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์

($\bar{X}$ =4.43, S.D.=0.57) ด้านราคา ($\bar{X}$ =4.27, S.D.=0.68) ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ($\bar{X}$ =4.27, S.D.=0.64) และด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X}$ =4.08, S.D.=0.87) (4) พฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตในจังหวัดภูเก็ต คือ เลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตที่ชอบสูงที่สุด ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.26, S.D.=0.61) (5) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตของเยาวชนในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามเพศ อายุ และระดับชั้นที่กำลังศึกษาไม่แตกต่างกัน และ (6) ปัจจัยด้านทัศนคติ การรับรู้คุณค่า และส่วนผสมทางการตลาดมีผลทางบวกต่อพฤติกรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตของเยาวชนในจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

คำสำคัญ: อาหารท้องถิ่นภูเก็ต, พฤติกรรมผู้บริโภค, เยาวชนในจังหวัดภูเก็ต

Abstract

This research aims to study (1) Personal factors that affect the eating of Phuket local food (2) Attitude and perceived value towards Phuket local food (3) Marketing mix that affects the eating of Phuket local food (4) Phuket local food eating behavior of youth in Phuket province, (5) comparing personal factors with Phuket local food eating behavior of Phuket youth, and (6) factors affecting Phuket local food eating behavior of Phuket youth. which is quantitative research. Using a questionnaire to collect data from a sample group of 400 youths in Phuket between the ages of 14 and 25 years, obtained by a multi-step random sampling method. Statistics used in the research include frequency, percentage, mean ($\bar{X}$), standard deviation (S.D.), t-test. One-way analysis of variance and multiple regression analysis The results of the research found that (1) personal factors Most of them were males, numbering 275 people, accounting for 68.7 percent. Most were between the ages of 17-19 years, numbering 209 people, accounting for 52.25 percent, and were studying at the grade level. diploma (Vocational Certificate), the highest number of 197 people. Accounting for 49.25 percent (2), the attitude towards Phuket local food is at a high level ($\bar{X}$ =4.44, S.D.=0.56) (2) The perception of value towards Phuket local food is at a high level $\bar{X}$ =4.43, S.D.=0.57) (3) Marketing mix of Phuket local food The overall level is at a high level ($\bar{X}$ 3.53, S.D.=0.46) and is at a high level in every aspect, including: Product aspect ($\bar{X}$ =4.43, S.D.=0.57), price aspect ($\bar{X}$ =4.27, S.D.=0.68), distribution location aspect ($\bar{X}$ =4.27, S.D.=0.64) and marketing promotion aspect ($\bar{X}$ =4.08, S.D.=0.87) (4) The behavior of choosing to eat local Phuket food

in Phuket province is choosing to eat the local Phuket food that you like the most at a high level ($\bar{X}$ =4.26, S.D.=0.61) (5) Compare personal factors with Phuket local food eating behavior of youth in Phuket Province, classified by gender, age, and grade level being studied. and (6) attitudinal factors. perception of value And the marketing mix has a positive effect on the eating behavior of local Phuket food among youth in Phuket province. Statistically significant at the .05 level.

Keywords: Phuket local food, Consumer behavior, Phuket youth.

1. บทนำ

อาหารท้องถิ่นภูเก็ต ผ่านการถ่ายทอดภูมิปัญญาในการประกอบอาหารภายในครอบครัวจากรุ่นสู่รุ่น ซึ่งสามารถพบเห็นได้ทั่วไปในจังหวัดภาคใต้ชายฝั่งทะเลอันดามัน นับตั้งแต่จังหวัดภูเก็ต พังงา ภูเก็ต ภูเก็ต ตรัง ไปถึงสตูล [1] มีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่น เนื่องจากการผสมผสานทางด้านวัฒนธรรมอาหารของชาวพื้นเมืองดั้งเดิม และชาวจีน (จีนฮกเกี้ยน) เพราะชาวจีนเป็นกลุ่มชนใหญ่ที่สุดในจังหวัดภูเก็ต ฉะนั้นอาหารพื้นเมืองภูเก็ต จึงมีรสจัดแบบอาหารใต้ทั่วไป และก็มีกลิ่นอายของความเป็นจีนสอดแทรกอยู่ด้วย ทั้งยังมีความหลากหลายทั้งประเภทคาวและหวาน มีรูปแบบ และวิธีการปรุง รวมถึงรสชาติที่แตกต่างจากพื้นที่อื่น ๆ ในภาคใต้หลายชนิดด้วยกันซึ่งวัฒนธรรมอาหารเหล่านี้ถูกส่งต่อจากบรรพบุรุษในอดีตจนถึงปัจจุบัน กลายเป็นมรดกแห่งรสชาติอาหารที่แสดงเอกลักษณ์ของคนในท้องถิ่นจังหวัดภูเก็ตได้อย่างชัดเจน ในวันที่ 22 ธันวาคม 2558 องค์การสหประชาชาติ (UNESCO) ได้ประกาศให้จังหวัดภูเก็ตเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านวิทยาการอาหาร หรือ City of Gastronomy โดยพิจารณาจากการผสมผสานของวัฒนธรรมอาหารที่หลากหลาย ทั้งไทย จีน มาลายู รวมถึงประเด็นอื่นๆ ประกอบการพิจารณา[2] สร้างชื่อเสียงให้จังหวัดภูเก็ตจนถึงปัจจุบัน

ปัจจุบันหน่วยงานทั้งภาคและเอกชนในจังหวัดภูเก็ตส่งเสริมให้ประชาชนทั้งในระดับท้องถิ่น และประชาชนทั่วไปที่เข้ามาประกอบอาชีพ รวมถึงนักท่องเที่ยว ให้เห็นความสำคัญ สร้างความรู้ ตระหนักถึงคุณค่าของอาหารท้องถิ่นจังหวัดภูเก็ตด้วยกระบวนการต่างๆ เช่น โดยเฉพาะการส่งด้านการศึกษา และสร้างองค์ความรู้เห็นได้จากสถาบันการศึกษาด้านอาชีวศึกษา ที่ออกแบบหลักสูตรและบูรณาการองค์ความรู้อาหารท้องถิ่นในประเภทรายวิชาคุณธรรม[3] รวมถึงความร่วมมือกับสถานศึกษาอื่น ๆ ทุกระดับการศึกษาในจังหวัดภูเก็ต เพื่อส่งเสริมให้เยาวชนในจังหวัดภูเก็ตตระหนักถึงคุณค่า และมีทัศนคติที่ดีต่ออาหารท้องถิ่นจังหวัดภูเก็ต อันจะนำไปสู่การต่อยอดองค์ความรู้ในรูปแบบสมัยใหม่ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของเยาวชนในยุคปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ เยาวชนในจังหวัดภูเก็ตมีความแตกต่างกันในด้านลักษณะของประชากร เนื่องจากการย้ายเข้ามาอาศัยในจังหวัดภูเก็ตเพื่อตามครอบครัวที่เข้ามาประกอบอาชีพในจังหวัดภูเก็ต รวมถึงเข้ามาศึกษา

ในระดับต่าง ๆ จากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พ.ศ. 2564 [4] พบว่า ประชากรในจังหวัดภูเก็ตที่มีอายุระหว่าง 14- 25 ปี มีจำนวน 53,640 คน และเยาวชนกลุ่มนี้เปรียบเสมือนกำลังสำคัญในการผลักดัน และถ่ายทอดคุณค่า ตลอดจนความนิยมด้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดภูเก็ตที่ทำให้สามารถคงอยู่ต่อไปได้ในอนาคต แต่ด้วยการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ส่งผลต่อวัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนท้องถิ่นเป็นอย่างมาก รวมถึงการขยายของประชากรในจังหวัด เช่น การแต่งงานกับคนนอกพื้นที่ หรือการย้ายภูมิลำเนาเข้ามาทำงานหรือใช้ชีวิตในจังหวัดภูเก็ต หรือคนท้องถิ่นย้ายออกจากจังหวัดภูเก็ตเพื่อไปศึกษาต่อ หรือทำงาน ทำให้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมอื่น ๆ เช่น กระแสความนิยมวัฒนธรรมต่างชาติ เป็นต้น ปัจจุบันได้รับความนิยมจากเยาวชนในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งตัวแปรหลักในการขับเคลื่อนความนิยมในการเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นจังหวัดภูเก็ตที่อาจจะส่งกระทบในอนาคต และมีแนวโน้มที่จะทำให้ความนิยมอาหารท้องถิ่นจังหวัดภูเก็ตสูญหายไป

จากประเด็นปัญหา ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจรับประทานอาหารท้องถิ่นของเยาวชนในจังหวัดภูเก็ต เพื่อเป็นแนวทางในการจัดการและพัฒนาระบบการเบื้องต้นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นในจังหวัดภูเก็ต ทั้งยังเป็นการส่งเสริมให้เยาวชนในจังหวัดภูเก็ตเกิดการเรียนรู้คุณค่าด้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดภูเก็ต และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในโอกาสต่าง ๆ ได้ในอนาคต

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 2.1 ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ต
- 2.2 ศึกษาทัศนคติและการรับรู้คุณค่าที่มีต่ออาหารท้องถิ่นภูเก็ต
- 2.3 ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ต
- 2.4 ศึกษาพฤติกรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตของเยาวชนในจังหวัดภูเก็ต
- 2.5 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตของเยาวชนภูเก็ต
- 2.6 ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตของเยาวชนภูเก็ต

3. สมมติฐานการวิจัย

3.1 ลักษณะทางประชากรต่างกันมีพฤติกรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตแตกต่างกัน มีผลการทดสอบ ดังนี้

- 1) เพศต่างกันมีพฤติกรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตไม่แตกต่างกัน
- 2) อายุต่างกันมีพฤติกรรมรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตไม่แตกต่างกัน
- 3) ระดับชั้นที่กำลังศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตไม่แตกต่างกัน

3.2 ทักษะการรับรู้คุณค่า และส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อพฤติกรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตของเยาวชนในจังหวัดภูเก็ต

4. วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ เยาวชนในจังหวัดภูเก็ตที่มีอายุ 14 – 25 ปี จำนวน 53,640 คน [4][5] กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ เยาวชน ในจังหวัดภูเก็ตที่มีอายุ 14 – 25 ปี จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการเปิดตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง [6] และทำการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) ได้มาจากการทำ แบบสอบถามออนไลน์ และวิธีการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือ ประกอบด้วย แบบสอบถามปลายปิดและปลายเปิด โดยแบ่งออกเป็น 5 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ และระดับชั้นที่กำลังศึกษา ลักษณะแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (checklist) ซึ่งเป็นข้อมูลระดับนามบัญญัติ (Nominal Scale) ได้แก่ เพศ และข้อมูลระดับมาตราอันดับ (Ordinal Scale) ได้แก่ อายุ และระดับชั้นที่กำลังศึกษา, ตอนที่ 3 การรับรู้คุณค่าของอาหารท้องถิ่นภูเก็ต, ตอนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอาหารท้องถิ่นภูเก็ต และตอนที่ 5 พฤติกรรมการบริโภคอาหารท้องถิ่นภูเก็ต มีลักษณะแบบสอบถามแบบมาตราอัตราภาคขั้น (Interval Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับตามวิธีการของลิเคิร์ท (Likert Scale) ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

การหาคุณภาพของเครื่องมือ การศึกษาครั้งนี้ ได้ดำเนินการหาคุณภาพเครื่องมือ ดังนี้

1) การหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ในการประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ ด้วยการประเมินหาค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) โดยอาศัยผู้ทรงคุณวุฒิในการประเมินความเหมาะสมของข้อคำถาม จำนวน 5 คน พบว่า คำถาม 42 ข้อ มีความสอดคล้อง ตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยมีค่าความสอดคล้องระหว่าง 0.50-1.00 ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับแก้คำถาม เพื่อให้คำถามมีความสมบูรณ์มากขึ้น ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับแก้คำถามตามข้อเสนอแนะของ ผู้ทรงคุณวุฒิก่อนจัดทำเป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปทดลองใช้

2) การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยการนำ แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปทดลองใช้ (Try Out) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มี ลักษณะคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง จำนวน 30 คน และเมื่อรวบรวม ข้อมูลแล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของชุดแบบสอบถาม โดยกำหนดให้แบบสอบถามทั้งฉบับ มีความเชื่อมั่นที่ 0.80 ขึ้นไป

ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น พบว่า แบบสอบถามทั้งฉบับมีความเชื่อมั่นที่ .979 ซึ่งถือว่ามีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูงมาก สามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายตัวแปร สรุปได้ ดังนี้

ทัศนคติต่ออาหารท้องถิ่นภูเก็ต มีค่าความเชื่อมั่นที่ .910 ซึ่งถือว่ามีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูงมากการรับรู้คุณค่าของอาหารท้องถิ่นภูเก็ต มีค่าความเชื่อมั่นที่ .930 ซึ่งถือว่ามีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูงมาก ส่วนประสมทางการตลาดอาหารท้องถิ่นภูเก็ต มีค่าความเชื่อมั่นที่ .962 ซึ่งถือว่ามีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูงมาก

พฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารท้องถิ่นภูเก็ต มีค่าความเชื่อมั่นที่ .899 ซึ่งถือว่ามีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูงมาก

การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลรูปแบบออนไลน์ 100 เปอร์เซนต์ ด้วยแบบสอบถามออนไลน์ Google form ระหว่าง กันยายน-ตุลาคม 2565

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) มีรายละเอียดดังนี้

1) การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพและรายได้ต่อเดือน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

2) การวิเคราะห์ทัศนคติ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมกรรมการบริโภค อาหารเพื่อสุขภาพ ด้วยการหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาค่าเฉลี่ย ดังนี้

1.00-1.50	หมายความว่า	น้อยที่สุด
1.51-2.50	หมายความว่า	น้อย
2.51-3.50	หมายความว่า	ปานกลาง
3.51-4.50	หมายความว่า	มาก
4.51-5.00	หมายความว่า	มากที่สุด

3) การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ สำหรับตัวแปรที่มีตัวแปรย่อย 2 ตัวแปร ได้แก่ เพศ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบค่าที (t-Test) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 และตัวแปรที่มีตัวแปรย่อย มากกว่า 2 ตัวแปร ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการทดสอบค่าเอฟ (F-test) ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 และทำการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยด้วยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญ .05

4) การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ได้แก่ ปัจจัยทัศนคติและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) แบบปกติ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

5. ผลการวิจัย

5.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของประชากร

ตารางที่ 1 ความถี่และร้อยละของลักษณะทางประชากร จำแนกตามเพศ อายุ และระดับชั้นที่กำลังศึกษา

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	275	68.75
หญิง	125	31.25
รวม	400	100.00
อายุ		
14-16 ปี	50	12.50
17-19 ปี	209	52.25
20-22 ปี	115	28.75
23-25 ปี	26	6.50
รวม	400	100.00
ระดับชั้นที่กำลังศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนปลาย	7	1.75
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	197	49.25
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)	93	23.25
ปริญญาตรี	103	25.75
รวม	400	100.00

พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 68.75 มีอายุระหว่าง 17-19 ปี ร้อยละ 52.25 กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวช.) ร้อยละ 49.25

5.2 ทศคติที่มีต่ออาหารท้องถิ่นภูเก็ต

ตารางที่ 2 แสดงทศคติที่มีต่ออาหารท้องถิ่นภูเก็ต

ทศคติต่ออาหารท้องถิ่นภูเก็ต	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
1. อาหารท้องถิ่นจังหวัดภูเก็ตมีความน่าสนใจ	4.54	0.67	มากที่สุด
2. อาหารท้องถิ่นจังหวัดภูเก็ตมีความชื่อเสียง เป็นที่รู้จักแพร่หลาย	4.42	0.69	มาก
3. เลือกซื้อง่าย สะดวก รวดเร็ว มีความหลากหลาย	4.28	0.73	มาก
4. อาหารท้องถิ่นภูเก็ตมีรสชาติถูกปาก	4.37	0.75	มาก
5. อาหารท้องถิ่นภูเก็ตมีลักษณะเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ	4.57	0.67	มากที่สุด
6. มีความหลากหลาย ทั้งชนิดและรสชาติ	4.50	0.71	มาก
7. รับประทานง่าย ไม่ยุ่งยาก	4.42	0.72	มาก
ภาพรวม	4.44	0.56	มาก

พบว่า ภาพรวมมีทัศนคติต่ออาหารท้องถิ่นภูเก็ต อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อาหารท้องถิ่นภูเก็ตมีลักษณะเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57

5.3 การรับรู้คุณค่าของอาหารท้องถิ่นภูเก็ต

ตารางที่ 3 แสดงการรับรู้คุณค่าของอาหารท้องถิ่นจังหวัดภูเก็ต

การรับรู้คุณค่าของอาหารท้องถิ่นภูเก็ต	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
1. การรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตเป็นการสืบทอดภูมิปัญญา	4.46	0.71	มาก
2. การรับประทานอาหารท้องถิ่นเป็นการรักษาเอกลักษณ์ มรดกทางวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต	4.46	0.71	มาก
3. การรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตมีประโยชน์ต่อสุขภาพ	4.19	0.78	มาก
4. เลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตเนื่องจากมีสารอาหารที่ร่างกายต้องการ	4.14	0.77	มาก
5. เลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตเป็นความภาคภูมิใจของคนท้องถิ่น	4.38	0.77	มาก
ภาพรวม	4.43	0.57	มาก

พบว่า ภาพรวมของการรับรู้คุณค่าของอาหารท้องถิ่นภูเก็ตอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งเท่ากัน 2 ข้อ ได้แก่ การรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตเป็นการสืบทอดภูมิปัญญา และการรับประทานอาหารท้องถิ่นเป็นการรักษาเอกลักษณ์ มรดกทางวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากับ 4.46

5.4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอาหารท้องถิ่นภูเก็ต

ตารางที่ 4 ส่วนผสมทางการตลาดของอาหารท้องถิ่นภูเก็ต

ส่วนผสมทางการตลาดของอาหารท้องถิ่นภูเก็ต	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
ด้านผลิตภัณฑ์ Product			
1. ความหลากหลายของชนิดอาหารท้องถิ่นภูเก็ต	4.46	0.68	มาก
2. รูปร่าง ขนาด และลักษณะแตกต่างจากท้องถิ่นอื่น	4.31	0.71	มาก
3. รสชาติของอาหารท้องถิ่นจังหวัดภูเก็ต	4.46	0.68	มาก
4. สี สัน ความสวยงามของอาหารท้องถิ่นภูเก็ต	4.43	0.69	มาก
5. กลิ่นหอมของอาหารท้องถิ่นภูเก็ต	4.50	0.68	มาก
6. ส่วนผสม และวัตถุดิบที่ใช้มีคุณภาพ	4.44	0.70	มาก
7. ความสดใหม่ของอาหารท้องถิ่นภูเก็ต	4.46	0.69	มาก
ภาพรวม	4.43	0.57	มาก
ด้านราคา Price			
1. ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	4.14	0.79	มาก
2. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.28	0.76	มาก
3. แสดงราคาที่ชัดเจน	4.25	0.81	มาก
4. มีราคาหลากหลายให้เลือก	4.42	0.75	มาก

ตารางที่ 4 ส่วนผสมทางการตลาดของอาหารท้องถิ่นภูเก็ต (ต่อ)

ส่วนผสมทางการตลาดของอาหารท้องถิ่นภูเก็ต	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย Place			
1. ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการไปใช้บริการ	4.28	0.73	มาก
2. ที่ตั้งของร้านหาง่าย	4.24	0.75	มาก
3. มีระยะเวลาเปิดปิดที่เหมาะสม	4.37	0.70	มาก
4. มีสาขาให้เลือกหลากหลาย	4.26	0.78	มาก
5. บริการสั่งซื้อ และจัดส่งออนไลน์	4.21	0.84	มาก
ภาพรวม	4.27	0.64	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด Promotion			
1. มีป้ายบอกรายละเอียด	4.06	0.96	มาก
2. จัดชุดเพื่อจำหน่ายในราคาพิเศษ	4.11	0.95	มาก
ภาพรวม	4.08	0.87	มาก
ภาพรวมทุกด้าน	3.53	0.46	มาก

พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 นำเสนอเป็นรายด้านตามองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 เมื่อพิจารณาข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ กลิ่นหอมของอาหารท้องถิ่นภูเก็ต อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ด้านราคา พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีราคาหลากหลายให้เลือก อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ด้านสถานที่จัดจำหน่าย พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีระยะเวลาเปิดปิดที่เหมาะสม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 เมื่อพิจารณาข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ จัดชุดเพื่อจำหน่ายในราคาพิเศษ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11

5.5 พฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตของเยาวชนในจังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และพฤติกรรม

พฤติกรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตของเยาวชนในจังหวัดภูเก็ต	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
1. รับประทานอาหารท้องถิ่นเป็นประจำ	4.08	0.92	มาก
2. รับประทานอาหารท้องถิ่นแค่บางช่วงเวลาของวัน	4.14	0.87	มาก
3. หาข้อมูลร้านจำหน่ายก่อนตัดสินใจซื้อ	4.20	0.85	มาก
4. เลือกอาหารท้องถิ่นที่ชอบ	4.47	0.70	มาก
5. เลือกชนิดอาหารท้องถิ่นตามคนใกล้ชิด	4.18	0.87	มาก
6. เลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นที่ไม่เคยรับประทานบ้าง	4.20	0.84	มาก
7. รับประทานอาหารท้องถิ่นประเภทขนมหวาน	4.34	0.79	มาก

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และพฤติกรรม (ต่อ)

พฤติกรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตของเยาวชนในจังหวัดภูเก็ต	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
8. รับประทานอาหารท้องถิ่นประเภทของว่าง ทานเล่น	4.37	0.76	มาก
9. ซื้ออาหารท้องถิ่นกลับมารับประทานที่บ้าน หรือที่ทำงาน	4.40	0.73	มาก
ภาพรวม	4.26	0.61	มาก

พบว่า ภาพรวมเยาวชนในจังหวัดภูเก็ตมีพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ต อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 เมื่อพิจารณาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ เลือกอาหารท้องถิ่นที่ชอบ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47

5.6 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตของเยาวชนในภูเก็ต จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 6 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตของ
เยาวชนในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามเพศ

ตัวแปร	เพศ	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	t	sig
พฤติกรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตของเยาวชนในจังหวัดภูเก็ต	ชาย	275	4.25	0.60	-0.57	.57
	หญิง	125	4.29	0.62		

ตารางที่ 7 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตของ
เยาวชนในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามอายุ

ตัวแปร	Sum of Square	Df	Mean Square	F	sig
ระหว่างกลุ่ม	0.60	3.00	0.20	0.54	.65
ภายในกลุ่ม	146.05	396.00	0.37		
ภาพรวม	146.65	399.00			

ตารางที่ 8 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตของเยาวชนในภูเก็ต
จำแนกตามระดับชั้นที่กำลังศึกษา

ตัวแปร	Sum of Square	Df	Mean Square	F	sig
ระหว่างกลุ่ม	.61	3.00	.20	.56	.64
ภายในกลุ่ม	146.04	396.00	.37		
ภาพรวม	146.65	399.00			

พบว่า เพศ อายุ และระดับชั้นที่กำลังศึกษาที่ต่างกันมีพฤติกรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตไม่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรต่างกันมีพฤติกรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตแตกต่างกัน มีผลการทดสอบ ดังนี้

สมมติฐานย่อยที่ 1.2 อายุต่างกันมีพฤติกรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.3 ระดับชั้นที่กำลังศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ทักษะ การรับรู้คุณค่า และส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อพฤติกรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตของเยาวชนในจังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 9 สมการถดถอยพหุคูณของปัจจัยทัศนคติของอาหารท้องถิ่นภูเก็ตต่อพฤติกรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตของเยาวชนในจังหวัดภูเก็ต

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig*
	B	Sdt. Error	Beta		
ค่าคงที่ (Constant)	.796	.169		4.716	.000*
ทัศนคติต่ออาหารท้องถิ่นภูเก็ต	.781	.038	.720	20.717	.000*
R=.720 R2=.519 Adjusted R Square = .518 Std. Error of the Estimate = 0.42106 F = 429.208 Sig. = .000*					

* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

พบว่า ทัศนคติที่มีต่ออาหารท้องถิ่นภูเก็ตของเยาวชนในจังหวัดภูเก็ตส่งผลต่อพฤติกรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลทางบวกต่อพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตเพิ่มขึ้น .781 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 78.10

ตารางที่ 10 สมการถดถอยพหุคูณของปัจจัยการรับรู้คุณค่าของอาหารท้องถิ่นภูเก็ตต่อพฤติกรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตของเยาวชนในจังหวัดภูเก็ต

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig*
	B	Sdt. Error	Beta		
ค่าคงที่ (Constant)	.860	.165		5.206	.000
การรับรู้คุณค่าอาหารท้องถิ่นภูเก็ต	.768	.037	.721	20.765	.000
R= .721 R2= .520 Adjusted R Square = .519 Std. Error of the Estimate = 0.42055 F = 431.195 Sig. = .000*					

* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

พบว่า การรับรู้คุณค่าอาหารท้องถิ่นภูเก็ตส่งผลต่อพฤติกรรม การรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตของเยาวชนในจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลทางบวกต่อพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตเพิ่มขึ้น .768 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 76.80

ตารางที่ 11 สมการถดถอยพหุคูณปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอาหารท้องถิ่นภูเก็ตต่อพฤติกรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตของเยาวชนในจังหวัดภูเก็ต

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig*
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่ (Constant)	.548	.142		3.859	.000
ผลิตภัณฑ์ (Product)	.290	.049	.272	5.924	.000
ราคา (Price)	.159	.039	.178	4.102	.000
สถานที่ (Place)	.282	.046	.299	6.109	.000
การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	.133	.029	.191	4.572	.000
R = .817 R ² = .667 Adjusted R Square = .664 Std. Error of the Estimate = 0.35149 F = 198.018 Sig. = .000*					

* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

พบว่า ส่วนผสมทางการตลาดของอาหารท้องถิ่นภูเก็ตส่งผลพฤติกรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตของเยาวชนในจังหวัดภูเก็ต ทั้ง 4 ตัวแปร ดังนี้

1) ด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลทางบวกต่อพฤติกรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตของเยาวชนในจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่อพฤติกรรมบริโภคอาหารท้องถิ่นภูเก็ตเพิ่มขึ้น .290 หน่วย หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 29

2) ด้านราคา ส่งผลทางบวกต่อพฤติกรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตของเยาวชนในจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่อพฤติกรรมบริโภคอาหารท้องถิ่นภูเก็ตเพิ่มขึ้น .159 หน่วย หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 15.90

3) ด้านสถานที่ ส่งผลทางบวกต่อพฤติกรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตของเยาวชนในจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่อพฤติกรรมบริโภคอาหารท้องถิ่นภูเก็ตเพิ่มขึ้น .133 หน่วย หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.30

4) การส่งเสริมการตลาด ส่งผลทางบวกต่อพฤติกรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตของเยาวชนในจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่อพฤติกรรมบริโภคอาหารท้องถิ่นภูเก็ตเพิ่มขึ้น .282 หน่วย หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 28.20

จากผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมบริโภคอาหารท้องถิ่นของเยาวชนในจังหวัดภูเก็ต สามารถเขียนสมการพยากรณ์ ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$\hat{X} = .548 + 0.290 (\text{Product}) + 0.159 (\text{Price}) + 0.282 (\text{Place}) + 0.133 (\text{promotion})$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$\hat{X} = 0.272 (\text{Product}) + 0.178 (\text{Price}) + 0.299 (\text{Place}) + 0.191 (\text{promotion})$$

6. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

6.1 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ต พบว่า ปัจจัยด้านเพศ อายุ และระดับชั้นที่กำลังศึกษาที่ต่างกันมีพฤติกรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตไม่แตกต่างกัน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ทักษะและการรับรู้คุณค่าที่มีต่ออาหารท้องถิ่นภูเก็ต อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากอาหารท้องถิ่นภูเก็ตมีความโดดเด่นด้านเอกลักษณ์ของวัตถุดิบที่ได้มาจากแหล่งธรรมชาติ และรสชาติที่มีการผสมผสานวัฒนธรรมอาหารจีนไว้ได้อย่างลงตัว ทำให้ผู้บริโภคมีความทัศนคติที่ดีต่ออาหารท้องถิ่นจังหวัด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษา [7] ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นในจังหวัดภูเก็ตที่กล่าวว่า อาหารท้องถิ่นจังหวัดภูเก็ตมีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างจากอาหารทั่วไป ใช้วัตถุดิบท้องถิ่นประกอบอาหารมีความหลากหลายของรายการอาหารท้องถิ่น และมีความแปลกใหม่น่าสนใจ เช่นเดียวกับการศึกษาของ [8] ที่กล่าวว่าการรับรู้ภาพลักษณ์และอัตลักษณ์อาหารไทยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ต อยู่ในระดับมากทุกด้าน เนื่องจากองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดเป็นปัจจัยส่งผลต่อการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ต ซึ่งสอดคล้องกับ [9] ที่ได้นำเสนอไว้ว่า ถ้ามีกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดอาหารพื้นเมืองภูเก็ตด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาดเพิ่มขึ้น จะทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทย Generation Y ในจังหวัดภูเก็ตมีการตัดสินใจบริโภคอาหาร

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 พฤติกรรมการบริโภคอาหารท้องถิ่นภูเก็ตของเยาวชนในจังหวัดภูเก็ต พบว่า เยาวชนในจังหวัดภูเก็ตมีพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ต อยู่ในระดับมาก เนื่องจากอาหารท้องถิ่นจังหวัดภูเก็ตมีจำหน่ายทั่วไปในจังหวัดภูเก็ต ทั้งในตลาดท้องถิ่น ตลาดจตุรัสสรรพสินค้า และร้านอาหารเป็นต้น ทำให้เยาวชนสามารถเข้าถึงอาหารท้องถิ่นจังหวัดภูเก็ตได้ง่าย คล้องกับ [10] ที่กล่าวว่า อาหารท้องถิ่นจังหวัดภูเก็ตมีสูตรลับที่มีคุณภาพดี มีความโดดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของอาหาร และหารับประทานอาหารท้องถิ่นแท้ ๆ ได้ง่าย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 5 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ต มีพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตของเยาวชนในจังหวัดภูเก็ต อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจมีสาเหตุมาจากกลุ่มลักษณะของประชากรที่ให้ในการศึกษามีความใกล้เคียงกัน เนื่องจากอาศัยอยู่ในจังหวัดภูเก็ตเหมือนกัน มีช่วงอายุที่ไม่ได้ห่างกันมาก และมีระดับชั้นการศึกษาที่อยู่ในช่วงใกล้เคียงกัน พฤติกรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ต จึงไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ [11] ที่ได้นำเสนอว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ และการศึกษา ที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคที่แตกต่างกันและวัตถุประสงค์ข้อที่ 6 ปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตของเยาวชนในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ปัจจัยการรับรู้คุณค่าอาหารท้องถิ่นภูเก็ตส่งผลต่อพฤติกรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตของเยาวชนในจังหวัดภูเก็ต เนื่องจากการรับข้อมูลต่างๆของอาหารท้องถิ่นภูเก็ตในด้านต่างๆ อย่างเช่น คุณค่าทางโภชนาการ คุณค่าทางวัฒนธรรม รวมถึงคุณค่าด้านการสืบทอดทางวัฒนธรรมในท้องถิ่น ย่อมมีผลสัมพันธ์กับพฤติกรรมของเยาวชนหรือผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ต สอดคล้องกับ [12] ที่ได้นำเสนอว่า การรับรู้คุณภาพบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของอาหารท้องถิ่นภูเก็ตส่งผลต่อพฤติกรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตของเยาวชนในจังหวัดภูเก็ตในระดับมาก ทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมทางการตลาด และสอดคล้องกับ [13] ที่ได้นำเสนอไว้ว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดเป็นอย่างมาก ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตของเยาวชนในจังหวัดภูเก็ต

6.2 ข้อเสนอแนะ

1) ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 ขั้ตอนและวิธีการในการเก็บข้อมูล ควรกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละสถานศึกษา เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลาย และเป็นตัวแทนของประชากรที่สมบูรณ์

1.2 ในการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของประชากรควรศึกษาด้านรายละเอียด

2) ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเกี่ยวกับชนิด ประเภทของอาหารท้องถิ่นภูเก็ตกับพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ตเพิ่มเติม

2.2 การศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าของวัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อที่มีผลต่อพฤติกรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่นภูเก็ต

เอกสารอ้างอิง

- [1] ชลิดา แยมศรีสุข และคณะ. (2563). กระบวนการกลายเป็นสินค้าของอาหารพื้นเมือง: ภูเก็ตสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร. วารสารการนำเสนอผลงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต. ปีที่ 9. หน้าที่ 63.
- [2] สำนักงานเทศบาลนครภูเก็ต. (2559). [ออนไลน์]. “นครภูเก็ตได้รับประกาศเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านวิทยาการอาหารของยูเนสโก” (Phuket : City of Gastronomy). [สืบค้นเมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2566]. จาก<https://www.phuketcity.go.th/news/detail/1701>.
- [3] วิทยาลัยอาชีวศึกษาภูเก็ต. (2563). หลักสูตรอาหารท้องถิ่นจังหวัดภูเก็ต. วิทยาลัยอาชีวศึกษาภูเก็ต. จังหวัดภูเก็ต.
- [4,5] สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต. (2566). [ออนไลน์]. สถิติประชากรศาสตร์ ประชากรและเคหะ จังหวัดภูเก็ต พ.ศ.2565. [สืบค้นเมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2566]. จาก<https://phuket.nso.go.th>
- [6] Taro Yamane. (1973). Statistics: an introductory analysis. New York: New York: Harper & Row.
- [7] สุธาสินี วิทยาภรณ์ และคณะ. (2561). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นในจังหวัดภูเก็ต. วารสารบัณฑิตศาสตร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ปีที่ 16 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม.
- [8] กนกพร กระจำแสง, กมลพิพัฒน์ ชนะสิทธิ์ และประสพชัย พสุนนท์. (2561). การรับรู้ภาพลักษณ์และอัตลักษณ์อาหารไทยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคของวัยรุ่นใน เขตกรุงเทพมหานคร. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี. ปีที่13 ฉบับที่ 2. หน้าที่ 47-57.
- [9] ภครัต จุตคง และศรายุทธ ทองหมั่น. (2564). กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจบริโภคอาหาร พื้นเมือง ของนักท่องเที่ยวชาวไทย Generation Y ในจังหวัดภูเก็ต. วารสารบริหารธุรกิจ. ปีที่ 11 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน. หน้าที่ 67-79.
- [10] ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และพิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์. (2561). การพัฒนาภาพลักษณ์ของการเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารท้องถิ่นของจังหวัดภูเก็ต. นครศรีธรรมราช: มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- [11] วสุดา รังสิเสนา ณ อยุธา (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านสื่อออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- [12] เมรญา ขวัญแก้ว และพีรพงษ์ พุศิริ. (2563). การศึกษาทัศนคติและการรับรู้คุณภาพบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 15 ปีการศึกษา 2563 มหาวิทยาลัยรังสิต.
- [13] อมรศรี แซ่ตัน และชญากัณฑ์ ก่ออารีโย. (2566). การใช้บริการร้านอาหารพื้นถิ่นของผู้บริโภคจังหวัดภูเก็ต. วารสารพัฒนาเทคนิคการศึกษา. ปีที่ 35 ฉบับที่ 125 มกราคม-มีนาคม. หน้า 99-109.