

พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารสำเร็จรูป
เขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
BEHAVIOR OF CUSTOMERS OF BUYING TO DELICATESSEN
IN HATYAI SONGKHLA

นางสาวลลิตา เหมียนคิต (Lalita Meankid)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคอาหารสำเร็จรูป ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารสำเร็จรูป ศึกษารูปแบบการดำรงชีวิต ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารสำเร็จรูป และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารสำเร็จรูปกับรูปแบบการดำเนินชีวิต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรผู้บริโภคที่เลือกซื้ออาหารสำเร็จรูป เขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 305 คน ใช้วิธีใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบไค-สแควร์

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด ประกอบอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างเอกชน รายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารสำเร็จรูป พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้ออาหารสำเร็จรูปประเภทพาสต์ฟู้ด ซื้ออาหารสำเร็จรูป 1-5 ครั้งต่อเดือน นิยมซื้ออาหารสำเร็จรูปมาบริโภคมือเย็น เมื่อไม่สามารถหาอาหารปรุงสด และส่วนใหญ่เลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปจากร้านสะดวกซื้อ รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค มีความคิดเห็นโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก – มากที่สุด ยกเว้น ความต้องการบริโภคอาหารสำเร็จรูปเป็นประจำ ความต้องการซื้ออาหารสำเร็จรูปติดไว้ในตู้เย็น แสวงหาข้อมูลอาหารสำเร็จรูปต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ อยู่ในระดับปานกลาง ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารสำเร็จรูป พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารสำเร็จรูป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้น รายได้ต่อเดือน และความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารสำเร็จรูป เขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา กับรูปแบบการดำเนินชีวิต ผลการทดสอบสมมติฐาน ส่วนใหญ่พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิต ยกเว้น พฤติกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูปสำหรับมืออาหารมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

*บทความนี้เรียบเรียงจากงานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารสำเร็จรูป เขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งได้ผ่านการสอบป้องกันงานวิจัยเรียบร้อยแล้ว
นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสงขลา มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ดร.คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ABSTRACT

The aims of research was to personal factors of consumers to ready to eat food, consumer behavior buying, lifestyle, the relationship between personal factors and consumer behavior of ready to eat food and the relationship between consumer behavior of ready to eat food and lifestyle. The population comprised of 305 samples operated through accidental sampling method. The instrument of gathering data was questionnaire. Then, the dates were analyzed by the statistics tools that were frequency, percentage, mean, standard deviation and Chi-Square test.

The results revealed that the majority respondents were females, age between 21-30 year ole, single, employees of Person Company, the average income of 10,001 – 20,000 baht per month. Consumer behavior in buying read to eat food found that most buying ready to eat fast food, buying food 1-5 times a month, buying for dinner when unable to find fresh cooed food and most choose to buying from a convenience store. The lifestyle of the consumers has the highest level of overall opinion. Except the need to consumer on regular basis, need to buy in the refrigerator, regularly search for various food information at a moderate level. The relationship between personal factors and consumer behavior in buying ready to eat food that gender, age, married status, work were significantly related to consumer behavior in purchasing ready to eat food the significance level of 0.05 except income per month. The relationship between consumer behavior to buying food with the pattern of life, the results of the test assumptions, most consumer behavior in the purchase of finished food, no relationship with the lifestyle model. Except the consumption behavior of ready to eat food for meal food is related to the lifestyle the significance level of 0.05

บทนำ

ปัจจุบันพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารของมนุษย์จะเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาตามการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและปัจจัยต่างๆ เช่นเพศ อายุ ความรู้ ฐานะทางเศรษฐกิจ สังคม ศาสนา และขนบธรรมเนียมประเพณี โดยทั่วไปพบว่าการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคจะเปลี่ยนแปลงได้แต่ต้องใช้เวลาและจะช้ากว่าการเปลี่ยนพฤติกรรมอื่นๆ เช่น ด้านการแต่งกายหรือภาษาพูด ปัจจัยที่เกี่ยวข้องหรือมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารของมนุษย์ ทำให้ผู้บริโภคในปัจจุบันมีการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของตนเอง และบุคคลภายในครอบครัว จากที่เคยอยู่กับแบบครอบครัวใหญ่ได้เปลี่ยนการอยู่อาศัยเป็นแบบครอบครัวเดี่ยวมากขึ้น การเพิ่มขึ้นของคนโสด ซึ่งไม่ว่าทั้งชายหรือหญิงล้วนต่างออกมาทำงานหาเงินนอกบ้าน แต่ทำงานวันทั้งวันก็หมดเวลาแล้ว ทำให้ไม่มีเวลาเตรียมและปรุงอาหาร ดังนั้นเพื่อความสะดวกและต้องการประหยัดเวลาให้มากที่สุด ปัจจุบันผู้บริโภคจึงนิยมบริโภคอาหารสำเร็จรูปมากขึ้น ทั้งยังมีการซื้ออาหารสำเร็จรูปเก็บไว้สำรองอีกด้วย ไม่ว่าจะเป็นอาหารสำเร็จรูปอย่างบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป, อาหารทะเลสดแช่แข็ง, อาหารสดแช่แข็ง, ผงต้มยำ, กะทิกล่อง, ผงลาบ เป็นต้น นอกจากนี้ค่านิยมการบริโภคอาหารของคนไทยในปัจจุบันส่วนมาก ล้วนใช้วิถีชีวิตการกินอาหารประเภทอาหาร fast food ซึ่งรับมาจากวัฒนธรรมแบบตะวันตก

สำหรับจังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดที่มีประชากรและนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ประกอบกับอัตราการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจที่สูงขึ้น มีผลให้อาหารสำเร็จรูปพร้อมบริโภคเป็นที่ให้ความสนใจในศักยภาพของตลาด

อาหารสำเร็จรูปในจังหวัดสงขลาที่มีอยู่หลากหลายรูปแบบให้ผู้บริโภคได้เลือกสรร โดยอาหารสำเร็จรูปเหล่านี้จะผลิตภายใต้มาตรฐานของอุตสาหกรรมและยังมีกรรมวิธีการผลิตที่สามารถรักษาคุณค่าของอาหาร และรสชาติไว้อย่างดีที่สุด ซึ่งผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปสามารถหาซื้อได้ง่าย ไม่ว่าจะเป็นตามซูเปอร์มาร์เก็ต หรือว่าตามร้านสะดวกซื้อทั่วไป และจากผู้ประกอบการขายอาหารในจังหวัดสงขลาได้มีการขยายตัวมากขึ้น เห็นได้จากการที่มีจำนวนผู้ประกอบการเข้ามาในธุรกิจนี้มากขึ้น ตลาดจนการค้าเน้นชีวิตเป็นไปอย่างเร่งรีบ ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคหันมาสนใจเลือกซื้อและบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปมากขึ้น

จากที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจทำการศึกษา พฤติกรรมในการซื้ออาหารสำเร็จรูปนำมาเป็นแนวทางในการหาความสนใจทำการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมในการซื้ออาหารสำเร็จรูปบริโภค เขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เนื่องจากมีหลายปัจจัยด้านรูปแบบการดำรงชีวิต ที่มีผลกับพฤติกรรมการของผู้บริโภค จากอดีตอาหารสำเร็จรูปถูกมองว่าเป็นอาหารทางเลือก เมื่อไม่มีอะไรรับประทาน แต่ปัจจุบันผู้บริโภคยุคนี้ มองว่า อาหารสำเร็จรูปเป็นอาหารปลอดภัย มีคุณภาพ และเลือกทำการวิจัยในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นแหล่งชุมชนเมืองที่มีการรวมตัวของความหลากหลายอาชีพและช่วงอายุของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่า หากสามารถทราบและเข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคและรูปแบบการดำรงชีวิตแล้ว ผู้ประกอบการอาหารสำเร็จรูปสามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ให้เป็นประโยชน์สำหรับอุตสาหกรรมอาหารสำเร็จรูป เพื่อผู้ประกอบการสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

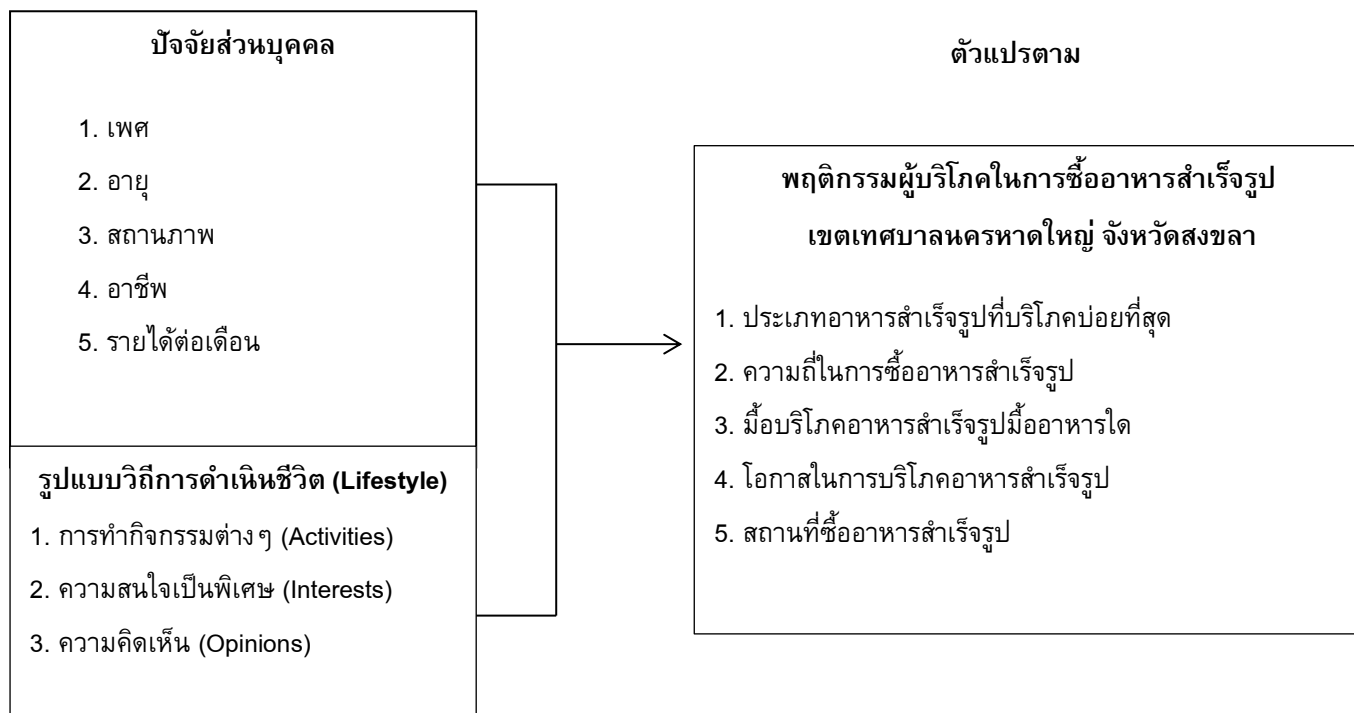
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารสำเร็จรูป เขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษารูปแบบวิถีการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค เขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารสำเร็จรูป เขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารสำเร็จรูป เขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา กับรูปแบบวิถีการดำเนินชีวิต

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาแนวคิดทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้พิจารณาตัวแปรต่างๆ ที่คาดว่าจะมีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารสำเร็จรูป ผู้วิจัยจึงได้นำมากำหนดกรอบแนวคิดและตัวแปรในการศึกษา ดังในภาพที่ 1.1

ตัวแปรอิสระ



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารสำเร็จรูป เขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยกำหนดสมมติฐานของการวิจัย ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารสำเร็จรูป เขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารสำเร็จรูป เขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กับรูปแบบวิถีการดำเนินชีวิต

วิธีการศึกษาวิจัย

• ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 29,995 คน (ระบบสถิติทางการทะเบียนปี 2560) โดยการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม ผู้วิจัยได้กำหนดของกลุ่มตัวอย่างจากประชาชนผู้บริโภคที่เลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อเป็นตัวแทนของประชาชนทั้งหมดในจังหวัดสงขลา ซึ่งมีประชากร จำนวน 29,995 คน (ระบบสถิติทางการทะเบียนปี 2560) แต่

ประชากรที่มาเป็นกลุ่มตัวอย่างได้จะต้องเป็นผู้ที่เคยบริโภคอาหารสำเร็จรูปมาก่อน ซึ่งจะไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน โดยได้สุ่มตัวอย่างจากการใช้สูตรการคำนวณของ Yamane (1973) จึงใช้กลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้นี้จำนวน 400 คน แต่ผู้วิจัยสามารถเก็บแบบสอบถามได้ จำนวน 305 คน เนื่องจากเวลาในการแจกแบบสอบถามมีเวลาจำกัด ทำการสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

- **เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นลักษณะของแบบสอบถาม (Questionnaires) โดยผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าจากแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นข้อคำถามแบบเลือกตอบ (Check List) มีทั้งหมด 5 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารสำเร็จรูป เขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา แบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) มีทั้งหมด 5 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบวิถีการดำเนินชีวิต (Lifestyle) จำนวน 12 ข้อ ซึ่งมีลักษณะคำถามแบบปลายปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ใช้มาตราส่วนประมาณค่าของลิเคอร์ท (Likert Scale)

- **การวิเคราะห์ทางสถิติ**

การวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบไค-สแควร์

ผลการวิจัย

จากกลุ่มตัวอย่าง 305 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 67.2 มีอายุเฉลี่ย 21 – 30 ปี จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 58.7 มีสถานภาพโสด จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 66.6 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท / ลูกจ้างเอกชน จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3 และส่วนใหญ่มียารายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 35.4

พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารสำเร็จรูป เขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่ซื้ออาหารสำเร็จรูปประเภทอาหารฟาสต์ฟู้ด จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 40.7 มีความถี่ในการซื้ออาหารสำเร็จรูปโดยประมาณต่อเดือน 1-5 ครั้ง จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 56.1 นิยมซื้ออาหารสำเร็จรูปมาบริโภคมือเย็น จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 ส่วนใหญ่รับประทานอาหารสำเร็จรูปเมื่อไม่สามารถหาอาหารปรุงสด จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 54.8 และส่วนใหญ่เลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปจากร้านสะดวกซื้อ จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0

รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค เขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่ความคิดเห็นโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด – ปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากด้านความสนใจเกี่ยวกับศึกษารายละเอียดต่างๆ เช่น ข้อดี ข้อเสีย ของอาหารสำเร็จรูปจากสื่อประเภทต่างๆ, อาหารสำเร็จรูปสามารถหาซื้อได้ง่าย และบริโภคได้ทุกสถานที่ทุกเวลา, ประหยัดเวลาทำอาหาร, เหมาะสำหรับผู้คนที่ทำอาหารไม่เป็น, อาหารสำเร็จรูปมีราคาที่ไม่แพงจนเกินไป, มีความสนใจอาหารสำเร็จรูปที่มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าอาหารสำเร็จรูปที่ราคาถูกกว่า, พึงพอใจต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูป, อาหารสำเร็จรูปมีรสชาติที่อร่อย สะอาด ถูกหลักอนามัย, แสวงหาข้อมูลอาหารสำเร็จรูปทั้งคุณประโยชน์และโทษ ยกเว้นความต้องการบริโภคอาหารสำเร็จรูปเป็น

ประจำ, ความต้องการซื้ออาหารสำเร็จรูปติดไว้ในตู้เย็น, แสวงหาข้อมูลอาหารสำเร็จรูปต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารสำเร็จรูป เขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

สมมติฐานที่ 1 เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารสำเร็จรูป

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารสำเร็จรูปในด้าน การเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปประเภทต่างๆ ด้านความถี่ในการซื้ออาหารสำเร็จรูป และด้านสถานที่เลือกซื้ออาหาร สำเร็จรูป และด้านการรับประทานอาหารสำเร็จรูป ในโอกาสต่างๆ ยกเว้น ด้านช่วงเวลาในการบริโภคอาหารสำเร็จรูปที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 2 อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารสำเร็จรูป

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารสำเร็จรูปในด้าน การเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปประเภทต่างๆ ด้านความถี่ในการซื้ออาหารสำเร็จรูป และด้านการรับประทานอาหารสำเร็จรูป ในโอกาสต่างๆ ด้านช่วงเวลาในการบริโภคอาหารสำเร็จรูป ยกเว้น ด้านสถานที่เลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปที่ระดับ นัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 3 สถานภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารสำเร็จรูป

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารสำเร็จรูป ในด้านเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปประเภทต่างๆ ด้านความถี่ในการซื้ออาหารสำเร็จรูป และด้านการรับประทานอาหาร สำเร็จรูปในโอกาสต่างๆ ด้านช่วงเวลาในการบริโภคอาหารสำเร็จรูป ยกเว้น ด้านสถานที่เลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปที่ ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 4 อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารสำเร็จรูป

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารสำเร็จรูปใน ด้านความถี่ในการซื้ออาหารสำเร็จรูป และด้านการรับประทานอาหารสำเร็จรูปในโอกาสต่างๆ ด้านช่วงเวลาในการ บริโภคอาหารสำเร็จรูป ยกเว้น ด้านการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปประเภทต่างๆ และด้านสถานที่เลือกซื้ออาหาร สำเร็จรูปที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 5 รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารสำเร็จรูป

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า รายได้ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหาร สำเร็จรูปในด้านเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปประเภทต่างๆ ด้านความถี่ในการซื้ออาหารสำเร็จรูป และด้านการรับประทาน อาหารสำเร็จรูปในโอกาสต่างๆ ด้านช่วงเวลาในการบริโภคอาหารสำเร็จรูป และด้านสถานที่เลือกซื้ออาหารสำเร็จรูป

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารสำเร็จรูป เขตเทศบาลนคร หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา กับรูปแบบการดำเนินชีวิต

ส่วนใหญ่ผู้บริโภคมีความต้องการซื้ออาหารสำเร็จรูปประเภทอาหารฟาสต์ฟู้ดอยู่ในระดับปกติ ส่วนใหญ่มีความ ต้องการซื้ออาหารสำเร็จรูป โดยประมาณต่อเดือน 1-5 ครั้ง อยู่ในระดับสูง ส่วนใหญ่มีความต้องการซื้ออาหาร สำเร็จรูปมารับประทานเมื่อไม่สามารถหาอาหารปรุงสดรับประทานได้อยู่ในระดับปกติ ส่วนใหญ่มี ความต้องการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปจากห้างสรรพสินค้าอยู่ในระดับสูง และผลการทดสอบสมมติฐาน ส่วนใหญ่ พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิต ยกเว้น พฤติกรรม การบริโภคอาหารสำเร็จรูปสำหรับมื้ออาหารมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการศึกษาวิจัย

ผลการวิจัย พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารสำเร็จรูป เขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีประเด็นที่นำมาอภิปรายผลดังนี้

1. ปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลในด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของประชากร เขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน พบว่า

ผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 21 – 30 ปี มีสถานภาพโสด ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท / ลูกจ้างเอกชน และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ซึ่งเมื่อพิจารณาจากลักษณะของผู้บริโภคโดยรวมจะพบว่า มีลักษณะคล้ายคลึงกัน สามารถสรุปได้ว่าผู้บริโภคอยู่ในสังคมกลุ่มเดียวกัน ทำให้มีลักษณะทางกายภาพ วัฒนธรรมคล้ายคลึงกัน และทำให้เกิดพฤติกรรมกรรมการบริโภคคล้ายกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด เสรี วงษ์มณฑา (2542: 32-34) กล่าวว่า พฤติกรรมการบริโภคถูกกำหนดด้วยลักษณะทางกายภาพ และลักษณะทางกายภาพ ถูกกำหนดด้วยสภาพจิตวิทยา โดยสภาพจิตวิทยาถูกกำหนดด้วยครอบครัว และครอบครัวถูกกำหนดด้วยสังคม และสังคมจะถูกกำหนดด้วยวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น

เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคในด้านช่วงเวลาในการบริโภคอาหารสำเร็จรูป หมายความว่า ช่วงเวลาในการบริโภคอาหารสำเร็จรูปมีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารสำเร็จรูป ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของพรทิพย์ สัมปัตตะวนิช (2539: 312-316) ที่ว่าเพศ (Sex) โดยสตรีจะเป็นเป้าหมาย และเป็นผู้บริโภคที่มีอำนาจในการซื้อสูง ไม่ว่าจะเป็นสินค้าประเภทใดก็ตาม เช่น สินค้าสำหรับผู้ชาย หรือเด็ก มักจะสังเกตได้ว่าผู้ที่ตัดสินใจซื้อมักเป็นสตรีมากกว่าเพศอื่น

อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารสำเร็จรูปในด้านสถานที่เลือกซื้ออาหารสำเร็จรูป หมายความว่าสถานที่เลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปมีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารสำเร็จรูป ซึ่งสอดคล้องกับอดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543) กล่าวไว้ว่า บุคคลที่อายุแตกต่างกันจะมีความต้องการในการเลือกซื้ออาหารในสถานที่แตกต่างกัน

สถานภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารสำเร็จรูปในด้านสถานที่เลือกซื้ออาหารสำเร็จรูป สถานที่เลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปมีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารสำเร็จรูป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของอดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543: 260) ที่ว่าเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงแบบของการใช้ชีวิต มักจะทำให้เกิดปัญหาซึ่งมีรากฐานมาจากการบริโภค โดยการเปลี่ยนแปลงมากๆ และเป็นไปอย่างกระตุนหันที่มีผลต่อแบบของการใช้ชีวิตเกิดขึ้นได้ในเฉพาะเหตุการณ์ต่างๆ เช่น การแต่งงาน การหย่า การเกิด เป็นต้น

อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารสำเร็จรูปในด้านการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปประเภทต่างๆ และด้านสถานที่เลือกซื้ออาหารสำเร็จรูป หมายความว่าอาชีพมีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารสำเร็จรูป ซึ่งสอดคล้องกับ Kotler Philip (1981:234) ได้ให้ความหมายของอาชีพของผู้บริโภค เป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งแต่ละอาชีพจะนำไปสู่ความจำเป็น และความต้องการใช้สินค้าและบริการที่แตกต่างกัน อันเกิดจากวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างกัน

รายได้ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคในทุกๆ ด้าน หมายความว่ารายได้ต่อเดือนไม่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารสำเร็จรูป หมายความว่า รายได้ต่อเดือนไม่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารสำเร็จรูป ซึ่งไม่สอดคล้องกับอดุลย์ จาตุรงค์กุล (2534) กล่าวไว้ว่า รายได้ของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ ทั้งด้านตัวผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย และการตั้งราคา

2. รูปแบบการดำเนินชีวิต

ผู้วิจัยพบว่า วิธีการดำเนินชีวิตในสังคมปัจจุบันนี้เป็นสังคมที่มีความเร่งรีบเป็นอย่างมาก อาหารสำเร็จรูปถือได้ว่าเป็นอาหารที่เหมาะสมกับผู้ที่มีความเร่งรีบในการรับประทานอาหารเช้า คือ ผู้บริโภคต้องการที่จะรับประทานอาหารเช้าซึ่งจากการศึกษาถึงเหตุผลของผู้บริโภค คือ ผู้บริโภคต้องการที่จะรับประทานอาหารเช้ารูปเมื่อไม่สามารถหาอาหารปรุงสดรับประทานได้ เนื่องจากมีความสะดวก รวดเร็วในการซื้อ และอาหารสำเร็จรูปถือได้ว่าเป็นอาหารที่ปรุงสุกพร้อมรับประทาน อีกทั้งยังมีรสชาติที่อร่อย สะอาด ถูกหลักอนามัย ซึ่งอาหารสำเร็จรูปยังเหมาะกับผู้ที่ทำอาหารไม่เป็น โดยสอดคล้องกับการศึกษาของพวงแก้ว บวรกิจสุธี (2556) และการันต์ พุกชัยวานิชย์ (2556) ที่พบว่า วิธีการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก และพฤติกรรมบริโภคอาหาร ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหารตามสั่ง หรืออาหารสำเร็จรูป กลายเป็นที่นิยม ซึ่งสอดคล้องกับ (Kotler.2000: 180) กล่าวว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลนั้นๆ โดยรูปแบบของการดำรงชีวิตจะแสดงออกถึงตัวบุคคลนั้นมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมของเข้าทั้งหมด

ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารสำเร็จรูปกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านการบริโภคอาหารสำเร็จรูปสำหรับมื้ออาหาร ซึ่งสอดคล้องกับ (James Engel. 1993: 449) กล่าวว่า แบบของการดำรงชีวิตว่าเป็นแบบที่บุคคลดำรงชีวิต และใช้จ่ายเวลาและเงินที่แตกต่างกันในด้านต่างๆ การมองสินค้าอย่างไร (What do you think about them) สินค้าถูกมองว่ามีประโยชน์ด้านใด จะนำไปให้เกิดประโยชน์อย่างไร

รูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านความต้องการความซื้ออาหารสำเร็จรูป โดยประมาณต่อเดือน 1-5 ครั้ง อยู่ในระดับสูง ส่วนใหญ่มีความต้องการซื้ออาหารสำเร็จรูปมาบริโภคมื้อเย็น และรับประทานเมื่อไม่สามารถหาอาหารปรุงสดรับประทานได้อยู่ในระดับปกติ ส่วนใหญ่มีความต้องการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปจากห้างสรรพสินค้าอยู่ในระดับสูง และผลการทดสอบสมมติฐาน ส่วนใหญ่พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบ การดำเนินชีวิต ยกเว้น พฤติกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูปสำหรับมื้ออาหารมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิต

ข้อเสนอแนะ

• ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาทัศนคติของกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่ออาหารสำเร็จรูป ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูป ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
3. ควรศึกษาความพึงพอใจในการบริโภคอาหารสำเร็จรูป ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

เอกสารอ้างอิง

- ดวงใจ หทัยวิวัฒน์. (2554). พฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูปของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสุราษฎร์ธานี.
- เขียน ไปได้. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้ออาหารแช่แข็งของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อริศคุณ แรงสุข. (2552). พฤติกรรมความมีนวัตกรรมของผู้บริโภคในอาหารแช่แข็งพร้อมรับประทาน. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
- เอื้ออังกูร นันทศรีวิวัฒน์. (2555). พฤติกรรมของผู้บริโภคในการบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งในกรุงเทพมหานคร บริเวณศูนย์การค้าพารากอน. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นาฎยา พันธเสนา. (2550). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของลูกค้านักค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระ บธ.ม. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อังค์วรา รัตนสะอาด. (2551). พฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทานของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ บธ.ม. เชียงใหม่, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ทวีพร ฤทธิญาดี. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งพร้อมทานของผู้บริโภคในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดอยุธยา. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- อาริษา พลัฒ์ใจบุญ. (2551). ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปของผู้บริโภคในชุมชนหมู่บ้านกรุงนนท์ อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- ธนสร ยั่งยืนสวัสดิ์. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการผลิตภัณ์อาหารแช่แข็งของผู้บริโภควันทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีศรีนครินทรวิโรฒ
- กรพิษฐ์ กลิ่นเกษร. (2553). พฤติกรรมและปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS (พิมพ์ครั้งที่ 13). นนทบุรี: บริษัท เอส. อาร์. พรินติ้ง แมสโปรดักส์ จำกัด.
- ศศิวิมล บุญสุภา. (2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทานของผู้บริโภคจากร้านสะดวกซื้อเซเว่น-อีเลฟเว่นในเขตกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).