ชื่อวิทยานิพนธ์ **พฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา**

ผู้เขียน นางสาวอิงอร รัตตัญญู
สาขาวิชา การจัดการธุรกิจเกษตร
ปีการศึกษา 2552

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้บริโภคอาหารญี่ปุ่น 2) พฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภค 3) ปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภค 4) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านสังคมและเศรษฐกิจกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภค และ 5) ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะในการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภค โดยเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคอาหารญี่ปุ่นในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ 270 ตัวอย่าง ด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา โดยใช้สถิติอย่างง่ายและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยสถิติไคสแควร์ (Chi-Square Statistics) ผลการศึกษาพบว่า

กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคอาหารญี่ปุ่น ร้อยละ 60.0 เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 31.27 ปี ร้อยละ 58.1 มีสถานภาพโสด นับถือศาสนาพุทธเป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 56.3 สำเร็จการศึกษาอย่างน้อยปริญญาตรี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่กับครอบครัว มีสมาชิกในครอบครัวเฉลี่ย 4.1 คน ร้อยละ 63.7 มีสมาชิกในครอบครัวที่อยู่ในวัยเรียนและมีสมาชิกในวัยเรียนเฉลี่ย 1.12 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีโรคประจำตัว ร้อยละ 91.1 ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประโยชน์ของอาหารญี่ปุ่นทางโทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด มีรายได้เฉลี่ย 15,745.93 บาทต่อเดือน รายได้ของครอบครัวเฉลี่ย 39,992.59 บาทต่อเดือน และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการบริโภคอาหารของครอบครัว 5,458.04 บาทต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 45.2 มีความรู้เกี่ยวกับคุณค่าทางโภชนาการของอาหารญี่ปุ่นน้อย อาหารญี่ปุ่นที่ผู้บริโภคนิยมเป็น 3 อันดับแรก คือ ซูชิ เทมปุระและซาซิมิ ร้อยละ 52.2 บริโภคอาหารญี่ปุ่นนานๆ ครั้ง ร้อยละ 69.6 บริโภคร่วมกับครอบครัว 1.2 ครั้งต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างมีค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารญี่ปุ่นเฉลี่ย 483.89 บาทต่อครั้ง และ 756.54 บาทต่อเดือน วันและช่วงเวลาที่นิยมบริโภคอาหารญี่ปุ่นมากที่สุด คือ วันเสาร์-อาทิตย์ และช่วงเย็น-ค่ำ และใช้ระยะเวลา 1-2 ชั่วโมงในการบริโภคอาหารญี่ปุ่น การนั่งบริโภคที่ร้านเป็นรูปแบบที่นิยมมากที่สุด ร้านเดี่ยว (Stand Alone) เป็นแหล่งที่ผู้บริโภคเลือกซื้อหรือบริโภคอาหารญี่ปุ่นมากกว่าร้านในห้างสรรพสินค้า โดยเลือกร้านซูชิที่ราคา 5-10 บาทต่อชิ้นมากที่สุดในประเภทร้านเดี่ยว และร้านอาหารญี่ปุ่นฟูจิเป็นร้านอาหารญี่ปุ่นในห้างสรรพสินค้าที่ถูกเลือกมากที่สุด เนื่องจากร้านดังกล่าวมีความสะดวกและง่ายต่อการเดินทาง และด้วยรสชาติความอร่อยของอาหารญี่ปุ่น

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกปัจจัยมีความสำคัญต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารญี่ปุ่นมาก ในส่วนของปัจจัยด้านราคาพบว่า การมีป้ายราคาแสดงไว้ชัดเจนและราคาเหมาะสมกับคุณภาพมีความสำคัญต่อการบริโภคมาก และปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมาก คือ การสั่งอาหารเป็นชุดเพื่อประหยัดราคา

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประโยชน์ของอาหารญี่ปุ่น อาชีพและรายได้ของครอบครัวผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับความถี่ ในการบริโภคอาหารญี่ปุ่นต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ α = 0.01 ในขณะที่เพศ ระดับการศึกษา และจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อยู่ในวัยเรียนมีความสัมพันธ์กับค่าใช้ง่ายในการบริโภคอาหารญี่ปุ่นต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ α = 0.05 สำหรับอายุ อาชีพ รายได้ของผู้บริโภค รายได้ของครอบครัวผู้บริโภค และค่าใช้จ่ายเพื่อ

การบริโภคของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารญี่ปุ่นต่อครั้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ α = 0.01

ปัญหาสำคัญของผู้บริโภคที่พบมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ อาหารญี่ปุ่นมีราคาสูง รองลงมาคือความไม่สดสะอาด ปลอดภัยและถูกสุขอนามัยของอาหาร และรสชาติไม่อร่อยหรือไม่ถูกปากตามลำดับ สำหรับข้อเสนอแนะคือ การปรับราคาลง มีการจัดชุดของอาหารเพื่อความคุ้มค่า การเพิ่มส่วนลดสำหรับสมาชิก