

การสำรวจปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคน้ำพริกข่าของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่
An exploration of the factors affecting consumer consumption of galangal chili paste in
Mueang district of Chiang Mai province

ชญาดา พรจิรวิชัย^{1*} สุพจน์ บุญแรง¹ นกสิทธิ์ ปัญญาใหญ่¹

Chayada Pornjirawichai, Supot Boonraeng, and Naksit Punyoyai

¹ หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการจัดการวิสาหกิจการเกษตรและอาหาร
คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ศูนย์แมริม ตำบลสะลวง อำเภอแมริม เชียงใหม่ 50330

Master of Science in Management Innovation of Agricultural and Food Enterprise
Faculty of Agricultural Technology, Chiang Mai Rajabhat University, Mae Rim Campus,
Saluang Subdistrict, Mae Rim District, Chiang Mai, 50330

Corresponding author: chayada.pornji@gmail.com

Abstract

This research aims to study the factors influencing consumer consumption of galangal chili paste in Mueang district of Chiang Mai province. The findings will be used as a guideline for developing a galangal chili paste product that best aligns with consumer needs. Data was collected using questionnaires from a sample group of 400 individuals, both male and female, aged 18 and above. The sampling method used was non-probability sampling through convenience sampling. The collected data was analyzed using computer software with descriptive statistics including frequency, percentage, and mean. The research concluded that most respondents were female, originally from the upper northern region, aged between 40 and 49 years, holding a bachelor's degree, engaged in private business, with a monthly income between 20,000 to 29,999 Baht, married, and having 4-5 family members living together. The factors influencing the consumption of galangal chili paste were found to be as follows: The most significant raw material characteristic was that the galangal must be of a high-quality variety with recognized nutritional and medicinal properties supported by research. The most significant producer characteristic was being a producer from a community group certified with the Thai Community Product Standard (CPS). The most significant product characteristic was that the product must be clean and free from contaminants. The most significant packaging characteristic was that the packaging must clearly display the production and expiration dates.

Keywords: galangal chili paste, galangal, food as medicine, consumer consumption

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคน้ำพริกของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกที่มีคุณลักษณะสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด วิธีเก็บข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถามความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาจอาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) ด้วยวิธีสะดวก (Convenience Sampling) นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทาง คอมพิวเตอร์โดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ผลวิจัยสรุปได้ว่าผู้ตอบ แบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีภูมิลำเนาเดิมอยู่ในภาคเหนือตอนบน มีช่วงอายุระหว่าง 40 ถึง 49 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพประกอบกิจการส่วนตัว รายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 20,000 บาท ถึง 29,999 บาท สถานภาพแต่งงานแล้วและมีจำนวนสมาชิกในครอบครัวอยู่ร่วมกัน 4-5 คน โดยข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคน้ำพริกพบว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะของวัตถุดิบที่ส่งผลมากที่สุด คือ วัตถุดิบจะต้องเป็นชาพันธุ์ดีมีคุณสมบัติเชิงเภสัชโภชนาที่ มีงานวิจัยรองรับ ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ผลิตที่ส่งผลมากที่สุดคือ เป็นผู้ผลิตจากกลุ่มชุมชนที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ชุมชนไทย (มผช.) ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์ต้องสะอาดปราศจากสิ่งปลอมปน ปัจจัยด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลมากที่สุด คือ ต้องมีการแสดงวันผลิตและวันหมดอายุที่ชัดเจนบนบรรจุภัณฑ์

คำสำคัญ: น้ำพริกชา, ชา, อาหารเป็นยา, การบริโภค

คำนำ

จากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 อย่างรุนแรงที่ผ่านมา ทำให้ผู้คนตระหนักถึงความสำคัญของการบริโภคพืชผักสมุนไพรและผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติรวมถึงอาหารเพื่อสุขภาพเป็นการดูแลสุขภาพและช่วยป้องกันตนเองจากโรคร้ายไข้เจ็บซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการบริโภคอาหารเป็นยา ที่มีความต้องการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้แล้วในปี พ.ศ.2565 กระทรวงสาธารณสุขได้เล็งเห็นความสำคัญของสุขภาพประชาชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้กำหนดนโยบายเพื่อขับเคลื่อน “อาหารเป็นยา” เน้นการสร้าง ความเข้าใจให้ประชาชนเข้าถึงองค์ความรู้และมี ความเชื่อมั่นนำไปสู่การบริโภคอาหารเป็นยาซึ่งเมนู “น้ำพริกชาอ่อน” เป็นอีกหนึ่งตัวอย่างเมนูอาหารเป็นยาที่กระทรวงสาธารณสุขแนะนำไว้สำหรับการบริโภคเพราะชาเป็นพืชสมุนไพรที่มีสรรพคุณช่วยแก้อาการท้องอืด ท้องเฟ้อ ขับลมในลำไส้และแก้ปวดท้องได้ อีกทั้งมีคุณค่าทางโภชนาการที่ดี

กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก (2565) กล่าวถึง อาหารเป็นยา คือ อาหารที่มีผัก ผลไม้พื้นบ้าน และสมุนไพรท้องถิ่นเป็นส่วนประกอบ ปลอดภัยจากเชื้อโรค สารเคมี และสารพิษ มีคุณค่าทางโภชนาการในปริมาณและสัดส่วนที่เหมาะสม มีส่วนช่วยในการเสริมสร้างภูมิคุ้มกัน ลดความเสี่ยงในการเป็นโรค

สิริรักษ์ บางสุด และพลวัฒน์ อารมณ (2558) กล่าวถึง น้ำพริกชาว่าเป็นอาหารที่นิยมในภาคเหนือ กินกับเนื้อควายนึ่งหรือ รกควายนึ่ง นิยมทำเมื่อ ล้มวัวหรือควาย เครื่องปรุงประกอบด้วยพริกแห้ง ชาแก่ กระเทียม ตะไคร้ มะแขว่น

เกลือ นิยมใช้แต่ข่าแก่ไม่ใช้ข่าอ่อนเพราะกลิ่นรสร้อนแรงกว่าและเมื่อทิ้งไว้ไม่มีรสเปรี้ยว ถ้าจะเก็บไว้รับประทานนานๆ จะคั่วให้แห้งก่อนเก็บ นอกจากนี้ยังนิยมรับประทานกับหัวหมูหนึ่ง และผักต้มเช่น หน่อไม้ เห็ดนางฟ้า

ดังนั้น ด้วยแนวคิดที่ว่าอาหารเป็นยา งานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นประเด็นการนำเอาพืชสมุนไพรข่าไปใช้ประโยชน์ทำน้ำพริกซึ่งถือเป็นการพัฒนาน้ำพริกพื้นบ้านที่สอดคล้องกับกระแสการบริโภคของผู้คนที่ปรับเปลี่ยนตามกาลเวลาและกระแสสังคมยุคปัจจุบันได้ให้ความใส่ใจต่อการบริโภคเพื่อสุขภาพเพิ่มมากขึ้น การทำความเข้าใจมุมมองของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำพริกข่าจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างตบโจทย์ตามความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะดำเนินการศึกษาในหัวข้อเรื่องการสำรวจปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคน้ำพริกข่าของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคน้ำพริกข่า โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive research) ใช้วิธีการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคน้ำพริกข่า โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.สำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิงมีอายุอยู่ในช่วง 18 ปีขึ้นไป เพราะอยู่ในช่วงวัยที่ใกล้จบการศึกษาแล้วและเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีอำนาจการตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง มีกำลังซื้อพอสมควร เนื่องจากผู้วิจัยไม่สามารถทราบจำนวนประชากรเป้าหมาย ดังนั้น จึงใช้การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรด้วยตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane (อ้างใน ธาณินทร์ ศิลป์จารุ, 2563) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ ± 5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการเก็บรวบรวมข้อมูลแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาประยุกต์และออกแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วนหลัก ได้แก่

ส่วนที่1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นข้อคำถามชนิดปลายปิด (Close Ended) แบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 8 ข้อ

ส่วนที่2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคน้ำพริกข่าจำนวน 4 ด้าน คือ ปัจจัยด้านคุณลักษณะของวัตถุดิบ ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ผลิต ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ เป็นข้อคำถามชนิดปลายปิด (Close Ended) แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 4 ข้อ โดยการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) ได้ดังนี้ (อ้างใน ธาณินทร์ ศิลป์จารุ, 2563) คะแนน 5 หมายถึงมากที่สุด คะแนน 4 หมายถึงมาก คะแนน 3 หมายถึงปานกลาง คะแนน 2 หมายถึงน้อย คะแนน 1 หมายถึงน้อยที่สุด โดยเกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับค่าคะแนนเฉลี่ย กำหนดเป็นช่วงคะแนนดังนี้ คะแนนเฉลี่ย 4.50-5.00 แปลว่า ระดับมากที่สุด คะแนนเฉลี่ย 3.50-4.49 แปลว่า ระดับมาก คะแนนเฉลี่ย 2.50-3.49 แปลว่า ระดับปานกลาง คะแนนเฉลี่ย 1.50-2.49 แปลว่า ระดับน้อย คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49 แปลว่า ระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับน้ำพริกข่า (ถ้ามีโปรดระบุ) เป็นข้อคำถามชนิดปลายเปิด (Open Ended)

2.การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ ด้วยการนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากการตอบแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการสถิติเชิงพรรณนา เช่น การวิเคราะห์แบบสอบถามชนิดปลายปิด ด้วยวิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) การวิเคราะห์แบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่าด้วยวิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean)

ผลการวิจัย

ตอนที่1 ผลการสำรวจปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ได้ผลดังตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 Percentage of survey respondents categorized by personal factors

Item	Number (400)	Percentage
Gender		
male	128	32.00
female	272	68.00
Age		
less than 20 years	11	2.75
from 20 to 29 years	104	26.00
from 30 to 39 years	89	22.25
from 40 to 49 years	125	31.25
from 50 to 59 years	37	9.25
60 years and older	34	8.5
Educational level		
elementary education	28	7.00
Lower secondary education	14	3.50
High school	30	7.50
associate degree	19	4.75
Bachelor's degree	193	48.25
Postgraduate degree	116	29.00
Status		
single	122	30.50
married	194	48.50
widow	18	4.50
divorce	66	16.50

Item	Number (400)	Percentage
Number of family members		
living alone	66	16.50
living together with 2-3 people	107	26.75
living together with 4-5 people	138	34.50
living together with 6 people or more	89	22.25
Monthly income		
less than 10,000 baht	126	31.50
from 10,000 to 19,999 Baht	37	9.25
from 20,000 to 29,999 Baht	160	40.00
from 30,000 to 39,999 Baht	24	6.00
from 40,000 to 49,999 Baht	22	5.50
from 50,000 Baht and up	31	7.75
Occupation		
university student	52	13.00
government employee/state enterprise employee	58	14.50
private company employee	60	15.00
homemaker/housewife	44	11.00
farmer	80	20.00
Self-employment	106	26.50
Residential address		
Upper northern region	227	56.75
Lower northern region	16	4.00
North eastern region	31	7.75
Western region	2	0.50
Central region	95	23.75
Eastern region	5	1.25
Southern region	24	6.00

ตารางที่1 ผลการสำรวจข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล พบว่าส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68.00 อายุตั้งแต่ 40 ถึง 49 ปี จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.25 สถานภาพแต่งงานแล้ว จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.50 มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวอยู่ร่วมกันตั้งแต่ 4-5 คน

จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 รายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 20,000 บาทถึง 29,999 บาท จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 มีอาชีพประกอบกิจการส่วนตัว จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 ภูมิลำเนาเดิมอยู่ในภาคเหนือตอนบน จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.75 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคน้ำพริกข่าของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคน้ำพริกข่าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คนได้ผลดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 Percentage of survey respondents categorized by the characteristics of galangal chilli paste

Item	Average	Level of opinion
Factors regarding the characteristics of raw materials		
1.Galangal and main ingredients free from chemical residues	4.34	High
2.Galangal and main ingredients certified with cultivation standards from reputable agencies.	4.32	High
3.High-quality galangal with pharmacological and nutritional properties supported by research	4.36	High
Factors related to the characteristics of the producer		
1.Produced from a modern factory meeting international standards	4.23	High
2.Produced by a community group certified with the Community Product Standard	4.26	High
3.Produced from household kitchens for sale	4.20	High
Factors related to the characteristics of the product		
1.The reputation of the brand" or "Brand reputation	3.78	High
2.The taste is pleasing to the palate" or "Delicious taste."	4.56	Highest
3.Has natural, unadulterated colors	4.26	High
4.Has a natural fragrance without artificial enhancement	4.48	High
5.Clean and free from adulteration	4.58	Highest
6.Free from MSG (Monosodium glutamate) powder	4.37	High

Item	Average	Level of opinion
Factors related to the characteristics of the packaging		
1.Environmentally friendly	4.29	High
2.Hermetically sealed packaging	4.59	Highest
3.Visually pleasing	4.18	High
4.Convenient to carry	4.40	High
5.Food and drug certified.	4.47	High
6.Nutrition information	4.34	High
7.Clearly display the production and expiration dates	4.62	Highest

จากตารางที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการนำพริกข่าของผู้บริโภค พบว่า ผลการพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณลักษณะของวัตถุดิบที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 คือ วัตถุดิบจะต้องเป็นข้าพันธุ์ดีมีคุณสมบัติเชิงเภสัชโภชนาที่มีงานวิจัยรองรับ ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ผลิตที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 คือ เป็นผู้ผลิตจากกลุ่มชุมชนที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 คือ ผลิตภัณฑ์ต้องสะอาดปราศจากสิ่งปลอมปน ปัจจัยด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 คือ ต้องมีการแสดงวันผลิตและวันหมดอายุที่ชัดเจนบนบรรจุภัณฑ์

วิจารณ์ผลการวิจัย

การสำรวจความคิดเห็นผู้บริโภคทั้งเพศชายและเพศหญิงอายุ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน ซึ่งผลสำรวจที่ได้รับจะเป็นแนวทางในการพัฒนาน้ำพริกข่าเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด จากการสำรวจพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีภูมิลำเนาเดิมอยู่ในภาคเหนือตอนบนมีช่วงอายุระหว่าง 40 ถึง 49 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพประกอบกิจการส่วนตัว รายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 20,000 บาท ถึง 29,999 บาท สถานภาพแต่งงานแล้วและมีจำนวนสมาชิกในครอบครัวอยู่ร่วมกัน 4-5 คน จะเห็นได้ว่ามีข้อขัดแย้งกับผลงานวิจัยของเนติภูมิ แสงมณี (2559) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 25-29 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ทั้งนี้ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่าการที่มีรายได้ต่อเดือนที่สูงกว่าอาจมีความเกี่ยวข้องเนื่องกับการมีช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่สูงกว่าด้วย แต่ก็ยังพบว่าข้อค้นพบที่มีความสอดคล้องกันในด้านการมีจำนวนสมาชิกในที่พักอาศัยจำนวน 4-5 คน ซึ่งมีพฤติกรรมตัดสินใจซื้อด้วยตนเองโดยส่วนใหญ่จะซื้อน้ำพริกสำเร็จรูปพร้อมทานที่มีการระบุวันผลิตและวันหมดอายุบนบรรจุภัณฑ์อย่างชัดเจน และเป็นสินค้า OTOP รวมทั้งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของนันทิตา ฉลาด และแสงจิตต์ ไต่แสง (2565) พบว่าการตัดสินใจซื้อน้ำพริกสำเร็จรูปสูตรโบราณนั้น การตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่มีครอบครัวแล้วและต้องการหาน้ำพริกที่มีรสชาติที่สอดคล้องกับค่านิยมการรับประทานน้ำพริกตามภูมิลำเนาของตน นอกจากนี้งานวิจัยนี้ยังพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคน้ำพริกข่า 4 ด้าน พบว่า ปัจจัยด้านที่ 1 คุณลักษณะของ

วัตถุดิบที่ส่งผลมากที่สุด คือ วัตถุดิบจะต้องเป็นข้าพันธุ์ดีมีคุณสมบัติเชิงเภสัชโภชนาที่มีงานวิจัยรองรับ ข้อค้นพบนี้ยังไม่มี ความสอดคล้องหรือขัดแย้งกับงานวิจัยอื่น ปัจจัยด้านที่2 คุณลักษณะของผู้ผลิตที่ส่งผลมากที่สุดคือ เป็นผู้ผลิตจากกลุ่ม ชุมชนที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มพช.) ซึ่งผลวิจัยข้อนี้ความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ชีร์ตม์ หมื่นวงศ์ เทพ และนวพร เกษสุวรรณ (2557) ซึ่งทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพน้ำพริกบ้านดอนสนามแบบมีส่วนร่วม พบว่า แนวทางพัฒนาที่สำคัญซึ่งรวบรวมได้จากการแสดงความคิดเห็นร่วมกันของสมาชิกกลุ่มทุกคน คือ สมาชิกทุกคนต้องร่วมกัน พัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเพื่อให้ได้รับมาตรฐาน อย. GMP HACCP HALAL Qmark ฮาตาล มพช. มอก. GAP มาตรฐานเกษตร อินทรีย์ และร่วมกันแสวงหาแหล่งที่มาของวัตถุดิบภายในชุมชนเพื่อใช้ในการผลิต แต่จะเห็นว่าก็มีข้อขัดแย้งของผลงานวิจัย ด้านการให้ความสำคัญมากที่สุดในกระบวนการผลิตของน้ำพริกบ้านดอนสนามที่เน้นรสชาติจะต้องเหมือนเดิมทุกครั้ง ซึ่งใน ผลงานวิจัยนี้จะพบว่า ปัจจัยด้านที่3 คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์ต้องสะอาดปราศจากสิ่ง ปลอมปน ปัจจัยด้านที่4 คุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลมากที่สุด คือ ต้องมีการแสดงวันผลิตและวันหมดอายุที่ชัดเจน บนบรรจุภัณฑ์ ซึ่งขัดแย้งกับผลงานวิจัยของ ปัญญา ธรรมกุล (2563) ผลการศึกษาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์น้ำพริกไตปลา แห่ง พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดโดยเมื่อพิจารณารายด้านซึ่งอันดับหนึ่งได้แก่ รสชาติมีความเป็น เอกลักษณ์ รองลงมามีการระบุถึงวันที่ผลิตและวันหมดอายุที่ชัดเจน การใช้วัตถุดิบและส่วนผสมที่มีคุณภาพ บรรจุภัณฑ์ มีความสะอาด ตามลำดับ รวมทั้งยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของสุพรรณิการ์ ลิขิตตระกูลรุ่ง (2554) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่สำคัญต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกสำเร็จรูปพร้อมรับประทานของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย ปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก คือ รสชาติ ไม่ใส่วัตถุกันเสีย/ไม่ใส่ผงชูรส และความสะอาด ทั้งนี้ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า ผลการวิจัยของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่กล่าวมาข้างต้นนี้ล้วนพบว่าผู้ตอบ แบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคมากที่สุดเป็นอันดับแรก คือ รสชาติ ทั้งนี้ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า ผลงานวิจัยฉบับนี้ได้ พบว่า ผู้บริโภคในปัจจุบันได้หันมาให้ความสำคัญปัจจัยผลิตภัณฑ์ที่ต้องมีความสะอาดมาเป็นอันดับ แรกเพราะกระแสนิยมอาหารเพื่อสุขภาพที่แพร่หลายมากทำให้การเลือกรับประทานอาหารความสะอาดย่อมส่งผลดีต่อ สุขภาพ กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ (2563) กล่าวถึง คุณภาพและความปลอดภัยของน้ำพริกพร้อมบริโภคไว้ว่า การ ดำเนินชีวิตที่เร่งรีบทำให้ผู้บริโภคต้องการความสะดวกและรวดเร็ว จึงมีผู้ผลิตจากทั้งระดับอุตสาหกรรมและชุมชนผลิต น้ำพริกพร้อมบริโภคจำหน่ายอย่างแพร่หลายโดยบรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่าย พกพาได้สะดวก และสามารถรับประทาน ได้ทันที แต่เนื่องจากน้ำพริกพร้อมบริโภคเป็นอาหารที่ไม่ได้ผ่านความร้อนสูงนักหากเลือกใช้วัตถุดิบด้อยคุณภาพหรือ กระบวนการผลิตไม่ถูกสุขลักษณะอาจทำให้พบการปนเปื้อนจุลินทรีย์ต่างๆ เกินเกณฑ์ยอมรับทั้งจุลินทรีย์ที่บ่งชี้คุณภาพ ของอาหาร จุลินทรีย์บ่งชี้สุขลักษณะการผลิตและจุลินทรีย์ก่อโรคอาหารเป็นพิษ อีกทั้งน้ำพริกพร้อมบริโภคเป็นอาหาร ทั่วไปที่มีอายุการเก็บรักษาสั้น เน่าเสียและขึ้นราได้ง่าย ดังนั้นการคัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพและสะอาดจึงเป็นสิ่งสำคัญ ประการแรกที่จะช่วยลดการปนเปื้อนเชื้อจุลินทรีย์ตั้งต้นในผลิตภัณฑ์

สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้สรุปว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคน้ำพริกข่าของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกข่าที่มีคุณลักษณะสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด ผลวิจัยสรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีภูมิลำเนาเดิมอยู่ในภาคเหนือตอนบน มีช่วงอายุระหว่าง 40 ถึง 49 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพประกอบกิจการส่วนตัว รายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 20,000 บาท ถึง 29,999 บาท สถานภาพแต่งงานแล้วและมีจำนวนสมาชิกในครอบครัวอยู่ร่วมกัน 4-5 คน โดยข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคน้ำพริกข่า พบว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะของวัตถุดิบที่ส่งผลมากที่สุด คือ วัตถุดิบจะต้องเป็นข่าพันธุ์ดีมีคุณสมบัติเชิงเภสัชโภชนาที่มีงานวิจัยรองรับ ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ผลิตที่ส่งผลมากที่สุดคือ เป็นผู้ผลิตจากกลุ่มชุมชนที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์ต้องสะอาดปราศจากสิ่งปลอมปน ปัจจัยด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลมากที่สุด คือ ต้องมีการแสดงวันผลิตและวันหมดอายุที่ชัดเจนบนบรรจุภัณฑ์

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง การสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความนิยมน้ำพริกข่า เพื่อการสำเร็จการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโท สามารถดำเนินการจนประสบความสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์และสนับสนุนเป็นอย่างดีจาก ผศ.ดร.สุพจน์ บุญแรง และ ผศ.ดร.นภสิทธิ์ ปัญโญใหญ่ ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา ความรู้ ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนกระทั่งการวิจัยครั้งนี้สำเร็จเรียบร้อยด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ และขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 400 ท่านที่ได้ให้ความกรุณาในการทำวิจัยครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- Bangsud, S. and Ammon, P. (2015). Ocha of Million Fields. Bangkok: Sangdad Publishing.
- Chalad, N. and Taisaeng, S. (2022). Marketing Strategies of Traditional Chili Paste Processing Businesses in Tha Wong District, Lopburi Province. (Research Report, Rajabhat Phranakhon Si Ayutthaya University). Retrieved from <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/WTURJ/article/view/258989/176462>
- Department of Medical Sciences, Ministry of Public Health. (2020). Summary report of the Food Safety Integration Project for the fiscal year 2020. Retrieved from http://bqsf.dmsc.moph.go.th/bqsfWeb/index.php/sdm_downloads/food_safety_report_2563/
- Likhittrakulrung, S. (2011). The significant market factors influencing the decision to purchase ready-to-eat chilli paste for consumption by consumers in the Muang district, Chiang Mai province. (Independent study, Chuang Mai University).

Retrieved from <http://repository.cmu.ac.th/handle/6653943832/9974?mode=full>

Munwongthep T. and Kesawan. N. (2014). Development Guidelines for Don Samnam Chili Paste Group in Don Kam Tai Subdistrict, Dok Kam Tai District, Phayao Province. (Research Report, Phayao University). Retrieved from https://cscd.kku.ac.th/uploads/proceeding/070714_094555.pdf

Sangmanee. N. (2016). Grouping consumers who purchase ready-to-eat chilli paste in the Bangkok metropolitan area, using factors related to market demand and purchasing behaviour. (Research, The University of the Thai Chamber of Commerce). Retrieved from <https://searchlib.utcc.ac.th/library/onlinethesis/300841.pdf>

Silpcharoen. T. (2020). Research and Statistical Data Analysis with SPSS and AMOS. Nonthaburi: SR Printing House."

Thammakul. P. (2008). Factors affecting purchase for chilli paste dried fish kidney of population in Trang Province. (research, Ramkhamhaeng University). Retrieved from http://www.ba-abstract.ru.ac.th /AbstractPdf/2562-5-11_1602745370.pdf

Traditional Thai Medicine and alternative medicine. Bangkok: Veterans Organization Printing House.

Institution of Thai Traditional Medicine Department of Thai Traditional and Alternative Medicine, Ministry of Public Health. (2012).