

พฤติกรรมการณ์ซื้อและความต้องการผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเพื่อสุขภาพจากสมุนไพร
ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม
Buying Behaviors and Needs for Processed Healthy Food Products
from Herb of Tourists in Maha Sarakham Province

คัมภีร์พรรณ จักรบุตร¹ อนรรทมณี โภคสวัสดิ์²
E-mail: khamph eeraphan@yahoo.com

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้เพื่อ 1) ศึกษาข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม 2) ศึกษาพฤติกรรมการณ์ซื้อและความต้องการผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเพื่อสุขภาพจากสมุนไพรของนักท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม เพื่อให้ได้ข้อมูลพฤติกรรมการณ์ซื้อและความต้องการผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเพื่อสุขภาพจากสมุนไพรของนักท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปเพื่อสุขภาพด้วยสมุนไพรในจังหวัดมหาสารคาม ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 76.50) อายุระหว่าง 31-40 ปี (ร้อยละ 54) ส่วนใหญ่มีสถานะโสด (ร้อยละ 54.50) และมีการศึกษาระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 58.50) อาชีพรับราชการ /รัฐวิสาหกิจมากที่สุด (ร้อยละ 35.75) รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท (ร้อยละ 35.25) ประเภทผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเพื่อสุขภาพจากสมุนไพรที่ต้องการซื้อมากที่สุดคือ อาหารหวาน (ร้อยละ 70.75) วัตถุประสงค์หลักที่ซื้อ คือ ออกกำลังกาย (ร้อยละ 40.00) ค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้งมากกว่า 500 บาท (ร้อยละ 43.25) ความถี่ในการซื้อส่วนใหญ่ซื้อเดือนละครั้ง (ร้อยละ 45.50) ส่วนผู้ที่มีอิทธิพลในการซื้อคือตนเอง (ร้อยละ 42.75) สถานที่ในการซื้อผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ คือ ห้างสรรพสินค้า (ร้อยละ 28.00) ด้านความต้องการของผู้บริโภคต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเพื่อสุขภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$)

คำสำคัญ: พฤติกรรมนักท่องเที่ยว, ความต้องการนักท่องเที่ยว

Abstract

The objectives of this study were 1) to study the demography of tourist in Maha Sarakham Province, 2) to study behaviors and needs for processed healthy food products from the herb of tourists in Maha Sarakham Province. To obtain information on the purchasing behavior and demand for processed healthy food products from herbs of tourists. This will lead to the development of health tourism and the development of processed healthy food products from herbs in Maha Sarakham Province. The population in this research was tourist who have been to Maha Sarakham. The research result found that most respondents were female (76.50 percent), age range between 31-40 year- olds (54 percent), single (54.50 percent), and their education was at the bachelor degree level (58.50 percent). Most of respondents were government officers/ state enterprise employees (35.75 percent), with an average monthly income more than 30,000 baht (35.25 percent). The type of healthy processed foods from herbs that tourists need to buy the most was dessert (70.75 percent). The main purpose of buying was being healthy (40.00 percent). The expense for buying was more than 500 baht each time (43.25 percent). The frequency of buying was monthly (45.50 percent). Meanwhile, the influencer of buying was depended on oneself (42.75 percent), and the place to buy herb products was at a department store (28.00 percent). Consequently, the requirement of the consumer in healthy processed foods product for overall were high level ($\bar{X} = 4.27$).

Keywords: tourist behavior, tourist needs

¹ อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ความเป็นมาของปัญหา

การดำเนินชีวิตที่เร่งรีบของคนในปัจจุบัน ส่งผลให้พฤติกรรมการใช้ชีวิตเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ผู้คนส่วนใหญ่ลดความใส่ใจร่างกายของตนเองและให้ความสำคัญกับสิ่งที่อยู่รอบตัวมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการให้ความสำคัญกับเรื่องการทำงานหรือการเข้าสังคม ทำให้ร่างกายรู้สึกเหนื่อยล้าจากการใช้ชีวิตที่ไม่หยุดนิ่งอย่างหนักหน่วง และในขณะเดียวกันกลับละเลยที่จะใส่ใจดูแลตัวเอง ซึ่งทั้งหมดนี้อาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพและเป็นจุดเริ่มต้นของความเสี่ยงที่จะเกิดโรคต่างๆ ตามมาได้มากมาย อาจกล่าวได้ว่า “สุขภาพ” เป็นภาพของความ สุข ภาพของการมีร่างกายที่สมบูรณ์ มีจิตใจที่แจ่มใสเบิกบาน และดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข การมีสุขภาพที่ดีจึงเป็นรากฐานของการมีคุณภาพชีวิตที่ดีอันเป็นสิ่งที่มนุษย์ทุกคนแสวงหา และการมีสุขภาพดีนั้นก็เป็ นรากฐานของการมีอายุที่ยืนยาว และดำรงชีวิตต่อไปได้อย่างมีคุณภาพ ดังนั้นกระแสนิยมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการดูแลสุขภาพจึงมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการส่งเสริมของรัฐบาลที่ได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาให้ประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย ซึ่งประกอบด้วยธุรกิจบริการรักษาพยาบาล ธุรกิจส่งเสริมสุขภาพ และธุรกิจผลิตภัณฑ์สุขภาพและสมุนไพรไทย (Komsit Kianwatan, 2018)

“สมุนไพรไทย” มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาอันยาวนานควบคู่สังคมไทยนับตั้งแต่สมัยกรุงสุโขทัยต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน ดังจะเห็นเป็นส่วนประกอบในอาหารคาว - หวาน เป็นยารักษาโรคใช้ในการดูแลสุขภาพและยาอายุวัฒนะ กระทั่งการเสริมความงาม ภูมิปัญญาเหล่านี้ได้รับการส่งเสริม สืบทอด และพัฒนาต่อเนื่อง สร้างคุณค่าและมูลค่าให้แก่สมุนไพรไทยจนถึงปัจจุบันเรียกได้ว่าผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทย คือ ที่สุดแห่งภูมิปัญญาไทย (แผนแม่บทแห่งชาติ ว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทยฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560-2564) ปัจจุบันความนิยมใช้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติรวมทั้งสมุนไพรมีมากขึ้น รวมทั้งมีแนวโน้มที่จะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จากค่านิยมการบริโภคผลิตภัณฑ์ธรรมชาติและแนวโน้มการบริโภคเพื่อสุขภาพของคนรุ่นใหม่รวมทั้งปัจจุบันโลกได้เข้าสู่สังคมของผู้สูงอายุมากขึ้น เป็นปัจจัยบวกให้สมุนไพรและผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากสมุนไพร กลายเป็นสินค้าที่กำลังเป็นที่ต้องการตลาดทั้งในและต่างประเทศ สูงขึ้นเรื่อยๆ (โครงการจัดทำยุทธศาสตร์และฐานข้อมูลสมุนไพร ภายใต้โครงการเพิ่มศักยภาพการตลาดสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปสู่สากล, 2561) ดังนั้นการแปรรูปผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อประโยชน์ในการใช้งานที่หลากหลาย จึงเข้ามามีบทบาทสำคัญมากขึ้น เพื่อให้เกิดผลดีต่อการแปรรูป คงไว้ซึ่งคุณค่าและสรรพคุณที่ดีของพืชสมุนไพร (ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบน อันเนื่องมาจากพระราชดำริ, 2556)

จังหวัดมหาสารคาม ได้รับคัดเลือกเป็นเมืองสมุนไพร 1 ใน 13 ของประเทศ ภายใต้โครงการ “พัฒนาเมืองสมุนไพร” (Herbal City) แผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย พ.ศ. 2560 – 2564 เพราะมีศักยภาพทั้งด้านแปลงปลูก มีโรงงานผลิตยาสมุนไพร มีการเปิดตลาดกลางสมุนไพร มีการเอื้อมืออยู่กับกลุ่มเกษตรกรทั้งในและนอกพื้นที่ แต่เมื่อทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวกับสมุนไพรในเมืองมหาสารคาม กลับพบว่ายังขาดการศึกษาข้อมูลเชิงวิชาการหลายด้านในการเป็นพื้นฐานและเป็นแนวทางในการพัฒนาในอนาคต ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงทำการศึกษา “พฤติกรรม การซื้อและความต้องการผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเพื่อสุขภาพจากสมุนไพรของนักท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม” เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลพฤติกรรม การซื้อและความต้องการผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเพื่อสุขภาพของนักท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆที่เกี่ยวข้องระหว่างพืชสมุนไพรและอาหาร ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดมหาสารคาม ส่งผลดีต่อเศรษฐกิจในพื้นที่ มีการกระจายรายได้สู่ชุมชนต่างๆ และยังเป็น การเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคามให้น่าสนใจมากยิ่งขึ้นอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม
2. ศึกษาพฤติกรรมการซื้อและความต้องการผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเพื่อสุขภาพจากสมุนไพรของนักท่องเที่ยวในจังหวัด

มหาสารคาม

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย
งานวิจัยเรื่องวิจัยเชิงปริมาณ
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2.1 ประชากร

ประชากรเชิงปริมาณ คือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม ระหว่างเดือนพฤษภาคม – กรกฎาคม

พ.ศ. 2563

2.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวทั่วไปที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม ระหว่างเดือนพฤษภาคม – กรกฎาคม พ.ศ. 2563 เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2549, หน้า 74) ซึ่งสูตรในการคำนวณที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ

$$\text{สูตร } n = \frac{P(1 - P) Z^2}{E^2}$$

$$\text{แทนค่า } n = \frac{(.05)(1 - .05)(1.96)^2}{(.05)^2}$$

$$= 384.16$$

ใช้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 384 คน โดยมีความผิดพลาดไม่เกิน ร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด คือไม่น้อยกว่า 384 ตัวอย่าง

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามซึ่งใช้ในการศึกษาเชิงปริมาณ (Questionnaire)

3.1 แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเพื่อสุขภาพจากสมุนไพร ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ ประเภทผลิตภัณฑ์ที่ต้องการซื้อ วัตถุประสงค์ที่ซื้อ ค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้ง จำนวนที่ซื้อต่อครั้ง ความถี่ในการซื้อ ผู้ที่มีอิทธิพลในการซื้อ และการทราบแหล่งข้อมูลจัดจำหน่าย

ตอนที่ 3 ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเพื่อสุขภาพจากสมุนไพร ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) แบ่งเป็น 4 ประเด็น ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปโดยแบ่งได้ ดังนี้

4.1 ดำเนินการจัดทำแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุดตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วน

4.2 ทำความเข้าใจกับผู้ช่วยนักวิจัยเกี่ยวกับวิธีการแจกแบบสอบถาม ดำเนินการเก็บข้อมูล ระหว่างเดือนพฤษภาคม – กรกฎาคม พ.ศ.2563 ณ แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดมหาสารคาม

4.3 รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับแล้วตรวจสอบความสมบูรณ์ในการตอบซึ่งได้แบบสอบถามที่ตอบสมบูรณ์ครบตามจำนวนที่กำหนดไว้ จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปโดยแบ่งได้ ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ด้วยการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเพื่อสุขภาพจากสมุนไพร โดยใช้วิธีการทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ด้วยการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 3 ความต้องการของผู้บริโภคต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเพื่อสุขภาพจากสมุนไพร โดยใช้วิธีการทางสถิติเชิงพรรณนาด้วยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยายและสรุปผลการดำเนินงานวิจัย โดยดำเนินการหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00	หมายถึง	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50	หมายถึง	มาก

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง น้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง น้อยที่สุด

ผลการวิจัย

งานวิจัย เรื่อง พฤติกรรมการซื้อและความต้องการผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเพื่อสุขภาพจากสมุนไพรของนักท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม มีผลการวิจัย ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	94	23.50
หญิง	306	76.50
รวม	400	100.00
อายุ		
น้อยกว่า 20 ปี	76	19.00
20-30 ปี	56	14.00
31-40 ปี	216	54.00
41-50 ปี	46	11.50
51-60 ปี	4	1.00
มากกว่า 60ปี	2	0.50
รวม	400	100.00
สถานภาพ		
โสด	218	54.50
สมรส	162	40.50
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	20	5.00
อื่นๆ	0	0.00
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	0	0.00
มัธยมศึกษา	2	0.50
อนุปริญญา / ปวช./ ปวส.	4	1.00
ปริญญาตรี	234	58.50
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	160	40.00
รวม	400	100.00
อาชีพ		
รับราชการ /รัฐวิสาหกิจ	143	35.75
พนักงานบริษัท / ลูกจ้าง	78	19.50
ค้าขาย	41	10.25
นักเรียน/นักศึกษา	97	24.25
เกษตรกร	8	2.00
อาชีพอิสระ	13	3.25
อื่นๆ (แม่บ้าน ว่างงาน)	20	5.00
รวม	400	100.00

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน		
ยังไม่มีรายได้	90	22.50
ต่ำกว่า 10,000 บาท	24	6.00
10,000-15,000 บาท	22	5.50
15,001-20,000 บาท	35	8.75
20,001-25,000 บาท	37	9.25
25,001-30,000 บาท	51	12.75
มากกว่า 30,000 บาท	141	35.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 306 คน (ร้อยละ 76.50) และเพศชาย 94 คน (ร้อยละ 23.50) อายุระหว่าง 31-40 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 54) รองลงมาคือ น้อยกว่า 20 ปี (ร้อยละ 19) สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่สถานะโสด (ร้อยละ 54.50) รองลงมาคือสมรส (ร้อยละ 40.50) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 58.50) รองลงมาคือระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า (ร้อยละ 40.00) ส่วนใหญ่อาชีพรับราชการ / รัฐวิสาหกิจมากที่สุด (ร้อยละ 35.75) รองลงมาคือนักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 24.25) รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท (ร้อยละ 35.25) รองลงมาคือยังไม่มีรายได้ (ร้อยละ 22.50)

ตารางที่ 2 พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเพื่อสุขภาพจากสมุนไพร

พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเพื่อสุขภาพจากสมุนไพร	จำนวน	ร้อยละ
ประเภทผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเพื่อสุขภาพจากสมุนไพรที่ต้องการซื้อ		
อาหารคาว	53	13.25
อาหารหวาน	283	70.75
เครื่องดื่มสมุนไพรบำรุงสุขภาพ	64	16.00
รวม	400	100.00
วัตถุประสงค์ที่ซื้อ		
อยากมีสุขภาพดี	160	40.00
ซื้อตามกระแส	8	2.00
บรรจุภัณฑ์สวยงาม	35	8.75
ซื้อตามการแนะนำของพนักงาน	4	1.00
ซื้อเพื่อเป็นของฝาก	71	17.75
ซื้อเพื่อใช้เองและสมาชิกในครอบครัว	96	24.00
ซื้อเพราะมีกลิ่น หรือ รสชาติของสมุนไพร	26	6.50
รวม	400	100.00
ค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้ง		
ไม่เกิน 100 บาท	28	7.00
100 – 250 บาท	92	23.00
251 – 500 บาท	53	13.25
มากกว่า 500 บาท	173	43.25
รวม	400	100.00
ความถี่ในการซื้อ		
ซื้อเป็นประจำ	84	21.00
เดือนละครั้ง	182	45.50
2 เดือน / ครั้ง	58	14.50
มากกว่า 4 เดือน/ครั้ง	48	12.00
ปีละ 1 ครั้ง	28	7.00
รวม	400	100.00

ตารางที่ 2 (ต่อ)

พฤติกรรมการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเพื่อสุขภาพจากสมุนไพร	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ที่มีอิทธิพลในการซื้อ		
ตนเอง	171	42.75
เพื่อน	39	9.75
ครอบครัว/ญาติพี่น้อง	156	39.00
พนักงานขาย	32	8.00
อื่นๆ อินเทอร์เน็ต	2	0.50
รวม	400	100.00
สถานที่ซื้อ		
ห้างสรรพสินค้า	112	28.00
ร้านขายของที่ระลึกทั่วไป	46	11.50
ร้านขายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ	93	23.25
ทางอินเทอร์เน็ต/ออนไลน์	103	25.75
ซื้อจากแหล่งแปรรูป/แหล่งผลิตโดยตรง	44	11.00
อื่นๆ (ตลาดนัด)	2	0.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ประเภทผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเพื่อสุขภาพจากสมุนไพรที่ต้องการซื้อมากที่สุดคือ อาหารหวานร้อยละ 70.75 รองลงมาคือเครื่องดื่มสมุนไพรบำรุงสุขภาพ ร้อยละ 16.00 อาหารคาว ร้อยละ 13.25 วัตถุประสงค์ที่ซื้อ คือ อยากมีสุขภาพดี ร้อยละ 40.00 ซื้อเพื่อใช้เองและสมาชิกในครอบครัว ร้อยละ 24.00 ซื้อเพื่อเป็นของขวัญ ร้อยละ 17.75 บรรจุภัณฑ์สวยงาม ร้อยละ 8.75 ซื้อเพราะมีกลิ่น หรือ รสชาติของสมุนไพร ร้อยละ 6.50 ซื้อตามกระแส ร้อยละ 2.00 และซื้อตามการแนะนำของพนักงาน ร้อยละ 1.00 ค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้งมากกว่า 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.25 ค่าใช้จ่ายในการซื้อ 100 – 250 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.00 ค่าใช้จ่ายในการซื้อ 251 – 500 บาท ร้อยละ 13.25 และค่าใช้จ่ายในการซื้อไม่เกิน 100 บาท ร้อยละ 7.00 ความถี่ในการซื้อเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 45.50 ซื้อเป็นประจำ ร้อยละ 21.00 ซื้อ 2 เดือน / ครั้ง ร้อยละ 14.50 ซื้อมากกว่า 4 เดือน/ครั้ง ร้อยละ 12.00 และซื้อปีละ 1 ครั้ง ร้อยละ 7.00 ส่วนผู้ที่มีอิทธิพลในการซื้อคือตนเอง ร้อยละ 42.75 ครอบครัว/ญาติพี่น้อง ร้อยละ 39.00 เพื่อน ร้อยละ 9.75 พนักงานขาย ร้อยละ 8.00 และ อื่นๆ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 0.50 สถานที่ซื้อในการซื้อผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ คือ ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 28.00 ทางอินเทอร์เน็ต/ออนไลน์ ร้อยละ 25.75 ร้านขายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ร้อยละ 23.25 ร้านขายของที่ระลึกทั่วไป ร้อยละ 11.50 ซื้อจากแหล่งแปรรูป/แหล่งผลิตโดยตรง ร้อยละ 11.00 และอื่นๆ คือ ตลาดนัด ร้อยละ 0.50

ตารางที่ 3 ความต้องการของผู้บริโภคต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเพื่อสุขภาพจากสมุนไพร

ความต้องการของผู้บริโภค	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์			
1. รสชาติอร่อย	4.33	0.72	มาก
2. มีสีกลิ่นสวยงาม	3.70	0.88	มาก
3. ความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์	3.89	0.87	มาก
4. มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย	4.14	0.73	มาก
5. บรรจุภัณฑ์สวยงามทันสมัย	4.01	0.72	มาก
6. ส่วนผสมจากธรรมชาติ	4.60	0.58	มากที่สุด
7. ได้รับการรับรองจากองค์กรที่มีมาตรฐาน เช่น อย.	4.53	0.75	มากที่สุด
รวม	4.35	0.70	มาก
ปัจจัยด้านราคา			
9. ราคาของผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเพื่อสุขภาพจากสมุนไพรมีความเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ	4.22	0.72	มาก
10. ราคาของผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเพื่อสุขภาพจากสมุนไพรมีความเหมาะสมกับรายได้ของผู้บริโภค	4.17	0.75	มาก
11. มีป้ายบอกราคาชัดเจน	4.44	0.71	มาก
12. ราคาของผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเพื่อสุขภาพจากสมุนไพรไม่สูงกว่าท้องตลาดทั่วไป	4.18	0.77	มาก

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ความต้องการของผู้บริโภค	\bar{X}	S.D.	แปลผล
13. สามารถชำระสินค้าได้หลากหลายช่องทาง เช่น เงินสด บัตรเครดิต อินเทอร์เน็ตแบงกิ้ง เป็นต้น	4.31	0.80	มาก
รวม	4.26	0.74	มาก
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
14. มีจำหน่ายทั่วถึง เช่น ในห้างสรรพสินค้า สถานศึกษา แหล่งชุมชน งานแสดงสินค้าต่างๆ	4.30	0.79	มาก
15. สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวกสบาย	4.00	0.89	มาก
16. การตกแต่งร้านจัดจำหน่ายสวยงาม น่าสนใจ	3.97	0.80	มาก
17. สถานที่จัดจำหน่ายมีความสะอาด	4.40	0.70	มาก
18. ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง	4.24	0.77	มาก
รวม	4.18	0.79	มาก
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด			
19. เจ้าของ/พนักงานสามารถให้ข้อมูลลูกค้าในการซื้อสินค้าได้	4.46	0.65	มาก
20. มีการส่งเสริมการขาย เช่น ทดลองชิมฟรี ขายเป็นชุด มีส่วนลด เป็นต้น	4.32	0.72	มาก
21. มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเพื่อสุขภาพจากสมุนไพร ผ่านสื่อ โฆษณา ต่างๆ เช่น เว็บไซต์ /เฟสบุ๊ก/วิทยุ/โทรทัศน์ เป็นต้น	4.26	0.78	มาก
22. มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง	4.19	0.80	มาก
รวม	4.31	0.74	มาก

จากตารางที่ 3 ความต้องการของผู้บริโภคต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเพื่อสุขภาพจากสมุนไพรโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความต้องการของผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด ($\bar{X} = 4.35$) รองลงมาคือความต้องการด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 4.31$) ความต้องการด้านราคา ($\bar{X} = 4.26$) และอันดับสุดท้ายคือความต้องการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.18$)

อภิปรายผล

จากการศึกษาพฤติกรรมมารซื้อและความต้องการผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเพื่อสุขภาพจากสมุนไพรของนักท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยได้ทำการอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 76.50) อายุระหว่าง 31-40 ปี (ร้อยละ 54) สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่สถานะโสด (ร้อยละ 54.50) และมีการศึกษาระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 58.50) อาชีพรับราชการ / รัฐวิสาหกิจมากที่สุด (ร้อยละ 35.75) รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท (ร้อยละ 35.25)

2. พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเพื่อสุขภาพจากสมุนไพร พบว่า ประเภทผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเพื่อสุขภาพจากสมุนไพรที่ต้องการซื้อมากที่สุดคือ อาหารหวาน (ร้อยละ 70.75) ซึ่งสอดคล้องกับ วิรัชญา กิตติกุล และพัชรนทัย จารุทวีผลนุกูล (2562) ที่ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อของฝากสินค้าบริโภค พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเลือกซื้อของฝากประเภทขนม ส่วนวัตถุประสงค์ที่ซื้อหลักๆ คือ อวยกมีสุขภาพดี (ร้อยละ 40.00) ส่วนผู้ที่มีอิทธิพลในการซื้อคือตนเอง (ร้อยละ 42.75) สอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรี สุวรรณเกิด (2556) ที่ระบุว่าผู้บริโภคเน้นการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อบำรุงสุขภาพ และตัดสินใจซื้อตามความชอบของตนเอง ด้านค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้งมากกว่า 500 บาท (ร้อยละ 43.25) ความถี่ในการซื้อส่วนใหญ่ซื้อเดือนละครั้ง (ร้อยละ 45.50) สถานที่ซื้อในการซื้อผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ คือ ห้างสรรพสินค้า (ร้อยละ 28.00) ซึ่งสอดคล้องกับ สายพิณ วิศัลยงกูร และ อิทธิกร ขำเดช (2554) ที่สรุปว่าสถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจากห้างสรรพสินค้ามากที่สุด เพราะสะดวกในการจับจ่าย

ในด้านความต้องการต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเพื่อสุขภาพจากสมุนไพรนั้น โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความต้องการของผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด ($\bar{X} = 4.35$) สอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรี สุวรรณเกิด (2556) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคน้ำสมุนไพรผสมว่านทางจระเข้ของนักศึกษาโดยศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่นักศึกษาให้ความสำคัญอันดับแรกคือด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือความต้องการด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 4.31$) ความต้องการด้านราคา ($\bar{X} = 4.26$) และอันดับสุดท้ายคือความต้องการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.18$) ซึ่งสอดคล้องกับ ทศนา หงษ์มา (2553) ที่กล่าวว่า ปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญลำดับสุดท้ายในการเลือกซื้อสินค้า OTOP ของผู้บริโภค คือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

สรุปผลการวิจัย

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 76.50) อายุระหว่าง 31-40 ปี (ร้อยละ 54) สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่สถานะโสด (ร้อยละ 54.50) และมีการศึกษาระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 58.50) อาชีพรับราชการ / รัฐวิสาหกิจมากที่สุด (ร้อยละ 35.75) รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท (ร้อยละ 35.25)
2. พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเพื่อสุขภาพจากสมุนไพร พบว่า ประเภทผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเพื่อสุขภาพจากสมุนไพรที่ต้องการซื้อมากที่สุดคือ อาหารหวาน (ร้อยละ 70.75) วัตถุประสงค์ที่ซื้อหลักๆ คือ อยากมีสุขภาพดี (ร้อยละ 40.00) ค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้งมากกว่า 500 บาท (ร้อยละ 43.25) ความถี่ในการซื้อส่วนใหญ่ซื้อเดือนละครั้ง (ร้อยละ 45.50) ส่วนผู้ที่มีอิทธิพลในการซื้อคือตนเอง (ร้อยละ 42.75) สถานที่ซื้อในการซื้อผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ คือ ห้างสรรพสินค้า (ร้อยละ 28.00)
3. ความต้องการของผู้บริโภคต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเพื่อสุขภาพจากสมุนไพร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความต้องการของผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด ($\bar{X} = 4.35$) รองลงมาคือความต้องการด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 4.31$) ความต้องการด้านราคา ($\bar{X} = 4.26$) และอันดับสุดท้ายคือความต้องการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.18$)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. หน่วยงานภาครัฐและเอกชนสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยสมุนไพร เชื่อมโยงธุรกิจภาคบริการอุตสาหกรรมและเกษตรในจังหวัดมหาสารคามได้
2. นักวิจัย นักศึกษาและผู้สนใจทั่วไปสามารถศึกษาต่อยอดและใช้ประโยชน์จากการเผยแพร่หรือเล่มฉบับสมบูรณ์และไฟล์ดิจิทัล เพื่อฐานข้อมูลวิจัยในการสร้างนักวิจัยรุ่นใหม่หรือต่อยอดการวิจัยการท่องเที่ยวเชิงอาหารสุขภาพในกลุ่มสมุนไพร กลุ่มนักรักสุขภาพ กลุ่มนวดแผนไทย แหล่งภูมิปัญญาท้องถิ่น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรืออาหารที่แปรรูปจากสมุนไพร
2. สามารถต่อยอดเพิ่มเติมในการศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารสุขภาพด้วยสมุนไพรและภูมิปัญญา ตามบริบทของแต่ละพื้นที่

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงสาธารณสุข และองค์การภาครัฐ – เอกชน. (2559). **แผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560-2564**. บจก.ทีเอส อินเทอร์เน็ต: นนทบุรี.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). **สถิติสำหรับงานวิจัย**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทัศนาว หงษ์มา. (2553). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า OTOP ที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี**. วิทยาลัยราชพฤกษ์
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). **การวิจัยเบื้องต้น**. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- พัชรี สุวรรณเกิด. (2556). **พฤติกรรมการบริโภคน้ำสมุนไพรผสมว่านหางจระเข้ของนักศึกษา**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วิรัชชา กิตติกุล และพัชรหทัย จารุทวีผลนกุล. (2562). **พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของฝากสินค้าบริโภค ในจังหวัดฉะเชิงเทรา**. การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 14 ปีการศึกษา 2562 ศูนย์ศึกษาการค้ำระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. (2561). **โครงการจัดทำยุทธศาสตร์และฐานข้อมูลสมุนไพร ภายใต้โครงการเพิ่มศักยภาพการตลาดสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปสู่สากล**.
- ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบน อันเนื่องมาจากพระราชดำริ. (2556). **การแปรรูปสมุนไพร**.
- สายพิณ วิศลยางกูร และ อิทธิกร ชำเดช. (2554). **พฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร**. **วารสาร การเงิน การลงทุน การตลาดและการบริหารธุรกิจ**, 1(2), 113-130.
- Komsit Kianwatan. (2018). Situations and Trends of World and Thailand Health Tourism. Vol. 19 No. 35 (2018): **Journal of Cultural Approach** (January - June 2018).