

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของเจนเนอเรชันซี

Factors Influencing the Consumption of Phuket's Local Cuisine among Generation Z

ศศิวรรณ โสภา^{1*}, นิติชนม์ เวียงสมุทร², สาวีภา เคลี้ยงกมล² และธนพล นิยมณี²
Sasiwan Sopa^{1*}, Nitichon Wengsamoot², Sawipa Kiangkamon² and Tanapon Nimmanee²

Received 28 ตุลาคม 2567 Revised 4 มกราคม 2568 Accepted 10 กุมภาพันธ์ 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของเจนเนอเรชันซีในจังหวัดภูเก็ต 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกับความถี่ในการบริโภค และ 3) เปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกบริโภคอาหารพื้นเมืองของกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิสำเนาต่างกัน โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 402 ชุด กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เจนเนอเรชันซี เกิดระหว่าง พ.ศ. 2540 - พ.ศ. 2555 ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่บริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตเฉลี่ย 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยมักจะรับประทานกับเพื่อนและครอบครัว และนิยมรับประทานในโอกาสพิเศษ เช่น งานสังสรรค์หรือเทศกาล อาหารคาวที่นิยมสูงสุด คือ หมูฮ้อง ส่วนอาหารหวานคือ ไข่แก้ว ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 101-200 บาทต่อครั้ง ด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภค พบว่า ปัจจัยด้านวัฒนธรรม มีผลมากที่สุด ($\bar{X} = 4.41$) รองลงมาคือ รสนิยม ($\bar{X} = 4.35$) สื่อออนไลน์ ($\bar{X} = 4.34$) เศรษฐกิจ ($\bar{X} = 4.32$) และสังคม ($\bar{X} = 4.30$) 2) ปัจจัยด้านรสนิยมและสื่อออนไลน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความถี่ในการบริโภค และ 3) ปัจจัยด้านรสนิยม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสื่อออนไลน์มีผลต่อการเลือกบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิสำเนาต่างกัน ผลวิจัยนี้สามารถใช้เป็นแนวทางส่งเสริมการบริโภคอาหารพื้นเมืองที่สอดคล้องกับเจนเนอเรชันซี พร้อมทั้งสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่นและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

คำสำคัญ: การบริโภค, อาหารพื้นเมือง, ภูเก็ต, เจนเนอเรชันซี (เจนซี)

¹ อาจารย์, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

¹ Lecturer, Faculty of Humanities and Social Sciences, Phuket Rajabhat University

² นักศึกษาปริญญาตรี, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

² Graduate student, Faculty of Humanities and Social Sciences, Phuket Rajabhat University

* ผู้ประสานงานนิพนธ์ : e-mail: sasiwan.s@pkru.ac.th

Abstract

This research aims to 1) study the behaviors and factors influencing the consumption of Phuket's local cuisine among Generation Z in Phuket, 2) examine the relationship between various factors and the frequency of consumption, and 3) compare the factors affecting local cuisine choices among participants from different regions. The study employed quantitative research methods, collecting data from 402 questionnaires. The target population was Generation Z, individuals born between 1997 and 2012. The results indicate that: 1) most respondents consume Phuket's local food approximately 2–3 times per week, usually with friends and family, often on special occasions such as gatherings or festivals. Moo Hong is the most popular savory dish, while the favorite dessert is O-Aew. Most respondents spend between 101–200 baht per meal. Regarding factors influencing local food consumption, cultural factors have the most significant impact ($\bar{X} = 4.41$), followed by taste ($\bar{X} = 4.35$), online influence ($\bar{X} = 4.34$), economic factors ($\bar{X} = 4.32$), and social factors ($\bar{X} = 4.30$). 2) Taste and online influence are positively correlated with consumption frequency. 3) The factors of taste, economics, culture, and online influence affect food choices among participants from different regions. These findings can serve as a guideline for promoting local food consumption tailored to Generation Z while supporting local economies and cultural tourism.

Keywords: Consumption, Local Cuisine, Phuket, Generation Z (Gen Z)

1. บทนำ

อาหารพื้นเมืองภูเก็ตแสดงถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดสะท้อนผ่านประวัติศาสตร์อันยาวนานของการติดต่อระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ที่เข้ามาตั้งถิ่นฐานและทำการค้า โดยเฉพาะอิทธิพลจากชาวจีนฮกเกี้ยนที่เข้ามาตั้งรกรากในช่วงที่ภูเก็ตเป็นศูนย์กลางของการทำเหมืองแร่ดีบุก อาหารภูเก็ตมีจุดเด่นด้านรสชาติและเทคนิคการปรุงอาหารที่ผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมท้องถิ่นกับวัฒนธรรมจีนฮกเกี้ยน เกิดเป็น "อาหารเพอรานากัน" ซึ่งพบได้ในภูมิภาคมาลายูที่ได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมจีนอพยพ นอกจากนี้ อาหารภูเก็ตยังได้รับอิทธิพลจากชาติอื่น ๆ ที่เข้ามาทำการค้าในภูมิภาคนี้ในอดีต ทั้งชาวตะวันตกและตะวันออก ส่งผลให้มีการผสมผสานวิธีการปรุงอาหารและการใช้วัตถุดิบที่หลากหลาย รวมถึงอาหารทะเลสดใหม่ที่มีอยู่ในท้องถิ่น โดยงานวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาอาหารพื้นเมืองที่เกิดจากการผสมผสานกับวัฒนธรรมจีนฮกเกี้ยน

ใน พ.ศ. 2558 ภูเก็ตได้รับการยกย่องจากองค์การยูเนสโกให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร (UNESCO Creative City of Gastronomy) เนื่องจากความหลากหลายทางวัฒนธรรมและการผสมผสานทางอาหารที่โดดเด่น นอกจากนี้ อาหารพื้นเมืองยังเป็นตัวแทนของวิถีชีวิต

และมรดกทางวัฒนธรรมของคนท้องถิ่น ทำให้เกิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญในระดับสากล (UNESCO, n.d.) นอกเหนือจากการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลระดับโลก อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะในประชากรกลุ่มเจนเอเรชันซี (Gen Z) ได้สร้างความท้าทายในการรักษาและส่งเสริมการบริโภคอาหารพื้นเมืองที่มีความสำคัญทางวัฒนธรรมนี้ (D'Andrea, A., & D'Ulizia, A., 2023; Chen, J. et al., 2024) เจนเอเรชันซี เกิดระหว่าง พ.ศ. 2540-พ.ศ. 2555 นับเป็นผู้บริโภคหลักในอุตสาหกรรมอาหาร มีงานวิจัยระบุว่า Gen Z มักเลือกอาหารจานด่วนมากกว่าอาหารท้องถิ่น เนื่องจากความสะดวก และสอดคล้องกับวิถีชีวิตที่เร่งรีบ (Kymäläinen, T. et al., 2021; Hoang, D.P. et al., 2024) ขณะเดียวกัน สื่อออนไลน์และอินฟลูเอนเซอร์ก็มีบทบาทสำคัญในการสร้างและส่งเสริมพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วน (Pavelková, J. et al., 2023) อย่างไรก็ตาม กลุ่ม Gen Z เริ่มตระหนักเรื่องความยั่งยืนและสุขภาพมากขึ้น ซึ่งอาจเปิดโอกาสให้กับการส่งเสริมอาหารพื้นเมือง หากสอดคล้องกับค่านิยมดังกล่าว (Orea-Giner, A. & Fusté-Forné, F. 2023) นอกจากนี้ การบริโภคอาหารของ Gen Z ยังมีปัจจัยจากความต้องการประสบการณ์ที่แปลกใหม่ และการเชื่อมโยงทางวัฒนธรรมที่สะท้อนผ่านรสชาติและบรรยากาศ (Tjokrosaputro, M., 2023) แม้จะเลือกอาหารจานด่วนเพื่อความสะดวกในชีวิตประจำวัน แต่การท่องเที่ยวกลับกระตุ้นให้ Gen Z สนใจบริโภคอาหารท้องถิ่นมากขึ้น โดยเฉพาะเมื่อการบริโภคนั้นเชื่อมโยงกับการสนับสนุนเศรษฐกิจและวัฒนธรรมท้องถิ่น (Orea-Giner, A. & Fusté-Forné, F., 2023)

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยเกี่ยวกับอาหารพื้นเมืองที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่เน้นไปที่การศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวหรือการดึงดูดนักท่องเที่ยว อาทิ งานของ Dechakul, M. & Monpanthong, P. (2024) ศึกษาปัจจัย เช่น เอกลักษณ์ คุณภาพ รสชาติ สุขภาพ ความหลากหลาย พฤติกรรม และประสบการณ์ทางวัฒนธรรม ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป Chaigasem, T. & Kumboon, A. (2024) ศึกษาผลกระทบของคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงอาหารต่ออัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในย่านเมืองเก่าภูเก็ต Soonsan, N. et al. (2023) กำหนดคุณลักษณะของอาหารท้องถิ่นในการวัดและประเมินความดึงดูดใจที่ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของภูเก็ต อาทิ คุณภาพ ความจริงแท้ สุขลักษณะ ความแปลกใหม่ ทัศนคติ แดงสังวาลย์ และคณะ (2565) วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันคุณภาพลักษณะแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นภูเก็ต ได้แก่ คุณค่าแห่งการเรียนรู้ด้วยบริการที่เป็นเลิศ ความดั้งเดิมของอาหารและวิถีของคนในชุมชน กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น คุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร รวมถึงสถานที่และสภาพแวดล้อม กิตติยา เกิดปลั่ง และวรวิธิตา บุญญาณเมธาพร (2565) ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยพื้นฐานการรับรู้คุณค่า และประสบการณ์ทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวในเทศกาลอาหารท้องถิ่น ชิดชนก อนันตมงคลกุล และนิติพงษ์ หนน้ำ (2564) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยอัตลักษณ์ คุณภาพ ความคุ้มค่า และลักษณะของร้านอาหาร ภาณุวัฒน์ รักดีอักษร และปทุมมาลัย พัฒโร (2564) วิเคราะห์แรงจูงใจของชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารในภูเก็ต ประกอบด้วยประสบการณ์อาหารท้องถิ่น งานเลี้ยงและกิจกรรม การได้รับและแบ่งปันความรู้ สังคมและการ

พักผ่อน และความรู้ทางวัฒนธรรมและความพึงพอใจ หรืองานวิจัยของ อมรศรี แซ่ตัน และชญาภัทร กี่อารีโย (2566) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่ส่งผลต่อการเลือกบริโภคและเลือกร้านอาหารพื้นถิ่นของคนในภูเก็ต ทว่าส่วนใหญ่เป็นประชากรกลุ่มเจนเนอเรชันวาย หรือ Gen Y ขณะที่ยังขาดงานวิจัยที่ศึกษาประชากรกลุ่ม Gen Z ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีบทบาทสำคัญในสังคมและเศรษฐกิจ อีกทั้งในฐานะคนในท้องถิ่น ยังมีบทบาทสำคัญในการสร้างอัตลักษณ์ทางอาหารของชุมชนและการรักษามรดกทางวัฒนธรรมด้านอาหารพื้นเมือง นอกจากนี้ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องยังขาดการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านอิทธิพลของสื่อออนไลน์ ซึ่งเป็นตัวแปรหลักหนึ่งของงานวิจัยนี้ เนื่องจากผลการศึกษาจากหลากหลายประเทศระบุว่า มีบทบาทสำคัญต่อการเลือกบริโภคอาหารพื้นเมืองของกลุ่ม Gen Z

ด้วยเหตุนี้ การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารพื้นเมืองของ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ตจึงเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากอาหารพื้นเมืองไม่เพียงเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของภูเก็ต แต่ยังเป็นตัวแทนของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีศักยภาพในการส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น การวิจัยนี้มีเป้าหมายที่จะทำความเข้าใจพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารของ Gen Z มีประโยชน์ในการพัฒนากลยุทธ์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนี้ และส่งเสริมการอนุรักษ์และพัฒนาอาหารพื้นเมืองภูเก็ตในอนาคต

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ต

2.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกับความถี่ในการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ต

2.3 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของ Gen Z ที่มีภูมิลำเนาต่างกัน

3. ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ ได้แก่ กลุ่มเจนเนอเรชันซี หรือ Gen Z เกิดระหว่าง พ.ศ. 2540 - พ.ศ. 2555 ทั้งผู้ที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดภูเก็ตและผู้ที่ย้ายมาทำงานหรือศึกษาเล่าเรียนในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งจำนวนประชากรกลุ่ม Gen Z ที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดภูเก็ตมีประมาณ 83,000 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต, 2566) และประชากรแฝงประมาณ 23,000 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต, 2567) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีจำนวน 402 คน โดยวิธีการสุ่มแบบง่าย ตามเกณฑ์การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie, R.V. & Morgan, D.W. (1970) โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

คณะผู้วิจัยกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในลักษณะแบบสอบถามปลายปิดในตอนต้นของแบบสอบถามมีการอธิบายนิยามของอาหารพื้นเมืองภูเก็ตในงานวิจัยนี้โดยสังเขปแบบสอบถามประกอบด้วย 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ต ใช้แบบสอบถามแบบหลายตัวเลือก (Multiple choices)

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ต ประกอบด้วย 5 ด้านหลัก ได้แก่ รสนิยม เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสื่อออนไลน์ ใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) จำนวน 20 ข้อ มีเกณฑ์การกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert scale) โดยแปลความหมายได้ดังนี้ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

3.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

คณะผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปสร้างแบบสอบถาม และตรวจสอบความเที่ยงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ประกอบด้วยนักวิชาการด้านวัฒนธรรม 1 คน นักวิชาการด้านอาหาร 1 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตและจัดจำหน่ายอาหารพื้นเมืองภูเก็ต 1 คน จากนั้นนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบกับกลุ่มอาสาสมัครจำนวน 30 คน โดยใช้เกณฑ์การคัดเลือกเดียวกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำมาประเมินความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) มีค่าเท่ากับ 0.928 แสดงถึงความน่าเชื่อถือของเครื่องมือในระดับสูง

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

คณะผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยนี้ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการทดสอบทางสถิติ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

3.4.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ใช้การแจกแจงค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วยภูมิสำเนาเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ รวมถึงพฤติกรรมการบริโภค ประกอบด้วยอาหารที่ชอบ ความถี่ โอกาส และค่าใช้จ่ายในการบริโภค นอกจากนี้ยังใช้เพื่ออธิบายปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ต

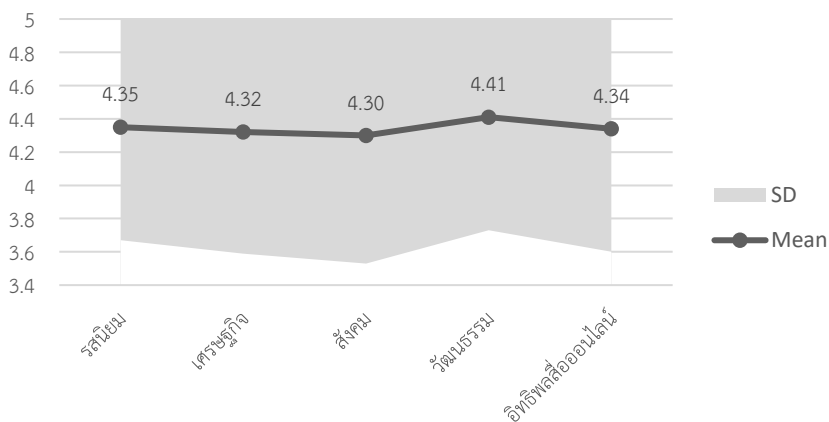
3.4.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน ใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple regression analysis) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคกับความถี่ในการบริโภค กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นอกจากนี้ ยังใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ตที่มีภูมิสำเนาต่างกัน โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และใช้วิธี LSD (Least significant difference) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม

4. ผลการวิจัย

4.1 พฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ต

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.99 ส่วนคนที่ถิ่นภูเก็ต คิดเป็นร้อยละ 28.36 นอกนั้นเป็นผู้ที่มีภูมิลำเนาในภาคอื่น ๆ ที่เข้ามาทำงานหรือศึกษาเล่าเรียนในจังหวัดภูเก็ต คิดเป็นร้อยละ 19.65 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักอาหารพื้นเมืองภูเก็ต มีเพียงร้อยละ 7.21 เท่านั้นที่ไม่รู้จัก ทั้งนี้ ส่วนใหญ่บริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ต เฉลี่ย 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 51.49 รองลงมาคือ บริโภคเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 22.14 และน้อยกว่าเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.17 ส่วนผู้ที่บริโภคทุกวัน มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.19 และมักจะรับประทานกับเพื่อนและครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 41.29 และ 36.57 ตามลำดับ ซึ่งการบริโภคเกิดขึ้นในการพบปะสังสรรค์กับเพื่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.07 และในเทศกาลต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 27.11

เมื่อพิจารณาถึงประเภทของอาหาร พบว่าอาหารความเป็นที่นิยมสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 44.53 โดยเมนูที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ หมูฮ้อง คิดเป็นร้อยละ 29.85 รองลงมาคือ หมี่ฮกเกี้ยน คิดเป็นร้อยละ 22.39 และ น้ำซุบหย่าภูเก็ต คิดเป็นร้อยละ 15.92 นอกจากนี้ อาหารว่างและของหวานก็ยังคงเป็นที่นิยม โดยเฉพาะ ไอ้เอ๋ว ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.08 รองลงมาคือ อาโป่ง คิดเป็นร้อยละ ร้อยละ 32.84 และเต้าส้อ คิดเป็นร้อยละ 21.39 ด้านค่าใช้จ่าย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคครั้งละ 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.32 ขณะที่เพียงร้อยละ 0.50 เท่านั้นที่ใช้จ่ายน้อยกว่า 50 บาทต่อครั้ง



แผนภูมิที่ 1 ภาพรวมค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัย 5 ด้าน
ที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ต

ด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษาดังปรากฏในแผนภูมิที่ 1 และตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยด้านวัฒนธรรมมีอิทธิพลสูงสุดต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ต ($\bar{X} = 4.41$) โดยเฉพาะความเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่น ($\bar{X} = 4.43$) และการอนุรักษ์วัฒนธรรม ($\bar{X} = 4.41$) ปัจจัยถัดมา ได้แก่ ปัจจัยด้านรสนิยม ($\bar{X} = 4.35$) แสดงถึงความชื่นชอบอาหารที่มีภูมิปัญญาที่สืบทอดยาวนาน ($\bar{X} = 4.48$) รวมถึงการเปิดรับอาหารฟิวชัน ($\bar{X} = 4.36$) อันดับที่สาม ได้แก่ ปัจจัยด้านสื่อออนไลน์ ($\bar{X} = 4.34$) โดยรีวิวในสื่อสังคม ($\bar{X} = 4.39$) มีส่วนกระตุ้นความสนใจอาหารพื้นเมือง อันดับที่สี่ ได้แก่ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ($\bar{X} = 4.32$) แสดงให้เห็นว่าการสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น ($\bar{X} = 4.38$) และความคุ้มค่า ($\bar{X} = 4.33$) เป็นเหตุผลสำคัญในการเลือกบริโภค อันดับที่สุดท้าย ได้แก่ ปัจจัยด้านสังคม ($\bar{X} = 4.30$) ซึ่งแม้จะมีอิทธิพลน้อยที่สุด แต่ยังมีความสำคัญในมิติของการเป็นช่องทางในการพบปะแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ($\bar{X} = 4.41$) และการเชื่อมโยงระหว่างรุ่น ($\bar{X} = 4.32$)

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมาย ปัจจัย 5 ด้านที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตในกลุ่ม Gen Z ในจังหวัดภูเก็ต

รายการ	ระดับความเห็น		
	$\bar{X}$	SD	ความหมาย
1. ด้านสเนียม			
อาหารพื้นเมืองภูเก็ตสะท้อนความเป็นภูเก็ตและภูมิปัญญาที่สืบทอดยาวนาน	4.48	0.67	มาก
อาหารพื้นเมืองภูเก็ตสามารถประยุกต์เป็นอาหารฟิวชั่นได้	4.36	0.67	มาก
อาหารพื้นเมืองภูเก็ตมีรสชาติอร่อย	4.29	0.66	มาก
อาหารพื้นเมืองภูเก็ตมีเอกลักษณ์ที่ไม่สามารถหาซื้อจากที่อื่น	4.25	0.73	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.35	0.68	มาก
2. ด้านเศรษฐกิจ			
การบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจท้องถิ่น	4.38	0.73	มาก
อาหารพื้นเมืองภูเก็ตมีความคุ้มค่าด้านปริมาณและคุณภาพเมื่อเทียบกับราคา	4.33	0.74	มาก
ราคาอาหารพื้นเมืองภูเก็ตมีผลต่อการเลือกบริโภค	4.31	0.72	มาก
ราคาอาหารพื้นเมืองภูเก็ตที่แตกต่างกันในแต่ละสถานที่ส่งผลต่อการเลือก	4.27	0.71	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.32	0.73	มาก
3. ด้านสังคม			
การบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตเป็นช่องทางในการพบปะ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์	4.41	0.69	มาก
อาหารพื้นเมืองภูเก็ตเป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงระหว่างรุ่น	4.32	0.67	มาก
การมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตช่วยส่งเสริมความสนใจในสังคม	4.25	0.85	มาก
กิจกรรมทางสังคม เช่น เทศกาล ทำให้มีโอกาสดูแลอาหารพื้นเมืองภูเก็ต	4.20	0.89	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.30	0.77	มาก
4. ด้านวัฒนธรรม			
อาหารพื้นเมืองภูเก็ตสะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น	4.43	0.68	มาก
การบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตช่วยอนุรักษ์และส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น	4.41	0.66	มาก
การบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	4.40	0.70	มาก
อาหารพื้นเมืองภูเก็ตเป็นเครื่องมือสืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่นจากรุ่นสู่รุ่น	4.39	0.69	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.41	0.68	มาก
5. ด้านอิทธิพลสื่อออนไลน์			
รีวิวในสื่อสังคมทำให้อยากลองบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตที่เคยบริโภค	4.39	0.71	มาก
ข้อมูลการรีวิวมีผลต่อการเลือกบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ต	4.38	0.69	มาก
รีวิวในสื่อสังคมกระตุ้นความต้องการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ต	4.33	0.73	มาก
อินฟลูเอนเซอร์มีอิทธิพลต่อการเลือกบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ต	4.26	0.83	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.34	0.74	มาก

4.2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกับความถี่ในการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 2 การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย เปรียบเทียบระดับพยากรณ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความถี่ในการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ต

ตัวแปร	Mean	ความถี่ในการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ต				
		สัมประสิทธิ์ถดถอย (Regression Coefficient)				
ปัจจัยในการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ต		B	S.E.	Beta	t	Sig.
1. ด้านรสนิยม	4.35	0.277	0.125	0.166	2.214	0.027*
2. ด้านเศรษฐกิจ	4.32	0.047	0.129	0.030	0.361	0.719
3. ด้านสังคม	4.30	0.066	0.096	0.047	0.688	0.492
4. ด้านวัฒนธรรม	4.41	0.089	0.120	0.056	0.740	0.460
5. ด้านสื่อออนไลน์	4.34	0.229	0.106	0.155	2.158	0.032*
ค่าคงที่		-0.489	0.368	-	-1.328	0.185

R = 0.393 R² = 0.154 SEE = 0.813 F = 14.423 Sig.0.000

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยด้านต่าง ๆ มีผลต่อความถี่ในการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ต ร้อยละ 15.4 ส่วนอิทธิพลที่เหลืออีกร้อยละ 84.6 มาจากปัจจัยอื่น จากการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของตัวแปรพยากรณ์ที่ส่งผลต่อความถี่ในการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ปัจจัยทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ รสนิยม เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสื่อออนไลน์ สามารถร่วมกันพยากรณ์ความถี่ในการบริโภคได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 มีการพยากรณ์คิดเป็นร้อยละ 15.4 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.393 มีค่าความคาดเคลื่อนมาตรฐานการพยากรณ์เท่ากับ 0.813

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อความถี่ในการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ต พบว่ามี 2 ตัวแปร เรียงลำดับจากค่าสัมประสิทธิ์มากไปน้อย ได้แก่ รสนิยม (Beta = 0.166) และสื่อออนไลน์ (Beta = 0.155) กล่าวคือ ตัวแปรปัจจัยมีผลต่อความถี่ในการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ รสนิยม มีอิทธิพลทางบวกต่อความถี่ในการบริโภคมากที่สุด รองลงมา คือ สื่อออนไลน์ ส่วนตัวแปรด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ไม่มีอิทธิพลทางบวกต่อความถี่ในการบริโภค

4.3 การเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของ Gen Z ที่มีภูมิลำเนาต่างกัน

ตารางที่ 3 การทดสอบความแปรปรวนของปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ต
ของ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามภูมิลำเนา

ปัจจัย	แหล่งของความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. รสนิยม	ระหว่างกลุ่ม	3.008	2	1.504	5.561	0.004*
	ภายในกลุ่ม	107.929	399	0.270		
	รวม	110.938	401			
2. เศรษฐกิจ	ระหว่างกลุ่ม	4.901	2	2.451	7.962	0.000*
	ภายในกลุ่ม	122.809	399	0.308		
	รวม	127.710	401			
3. สังคม	ระหว่างกลุ่ม	1.213	2	0.607	1.527	0.218
	ภายในกลุ่ม	158.514	399	0.397		
	รวม	159.727	401			
4. วัฒนธรรม	ระหว่างกลุ่ม	5.813	2	2.907	9.823	0.000*
	ภายในกลุ่ม	118.064	399	0.296		
	รวม	123.877	401			
5. สื่อออนไลน์	ระหว่างกลุ่ม	6.003	2	3.001	8.886	0.000*
	ภายในกลุ่ม	134.773	399	0.338		
	รวม	140.776	401			

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านต่าง ๆ พบว่า Gen Z ในจังหวัดภูเก็ตที่มีภูมิลำเนาต่างกัน ได้แก่ กลุ่มที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดภูเก็ต กลุ่มที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดอื่นในภาคใต้ และกลุ่มที่มีภูมิลำเนาในภาคอื่น ๆ มีการเลือกบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตด้วยปัจจัยที่แตกต่างกัน 4 ด้าน ได้แก่ รสนิยม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสื่อออนไลน์ จึงทำการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least significant different)

จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ รสนิยม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสื่อออนไลน์ มีผลต่อการเลือกบริโภคอาหารท้องถิ่นระหว่าง Gen Z ที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดภูเก็ต และผู้ที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดอื่นในภาคใต้ไม่แตกต่างกัน ทว่าปัจจัยทั้ง 4 ด้าน มีอิทธิต่อผู้มีภูมิลำเนาในจังหวัดภูเก็ต และผู้ที่มีภูมิลำเนาในภาคอื่น ๆ แตกต่างกัน นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ยังพบว่า ปัจจัยทั้ง 4 ด้าน มีผลต่อผู้ที่มีภูมิลำเนาจังหวัดอื่นในภาคใต้ และผู้ที่มีภูมิลำเนาในภาคอื่น ๆ แตกต่างกันด้วย

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกบริโภคอาหารพื้นเมือง
ภูเก็ตของ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามภูมิลำเนา

ปัจจัย	ภูมิลำเนา	ภูมิลำเนา	Mean Difference	Sig.
1. รสนิยม	ภูเก็ต	จังหวัดอื่นในภาคใต้	-.00399	.948
		ภาคอื่นๆ	.21508*	.005
2. เศรษฐกิจ	ภูเก็ต	จังหวัดอื่นในภาคใต้	-.05044	.435
		ภาคอื่นๆ	.23987*	.003
3. วัฒนธรรม	ภูเก็ต	จังหวัดอื่นในภาคใต้	-.02532	.690
		ภาคอื่นๆ	.28500*	.000
4. สื่อออนไลน์	ภูเก็ต	จังหวัดอื่นในภาคใต้	.04027	.552
		ภาคอื่นๆ	.33050*	.000

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

5. อภิปรายผล

5.1 พฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ต

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความนิยมอาหารพื้นเมืองภูเก็ตที่สอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบางประการ ได้แก่ การนิยมบริโภคหมึกเกียน และโอ้แอ่ว สอดคล้องกับงานของ อมรศรี แซ่ตัน และชญาภัทร ก่อาริโย (2566) ที่ศึกษาผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต แต่ด้านความถี่ในการบริโภคมีความแตกต่าง งานวิจัยนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่บริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ต เฉลี่ย 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ขณะที่งานของ อมรศรี แซ่ตัน และชญาภัทร ก่อาริโย (2566) ศึกษาเฉพาะเจาะจงเจาะเนอเรน พบว่า ส่วนใหญ่บริโภคเดือนละ 1 ครั้ง สำหรับปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภค มีรายละเอียดรายดำนดังนี้

5.1.1 ด้านรสนิยม พบว่า รสนิยมเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของ Gen Z อีกทั้งยังมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความถี่ในการบริโภค ซึ่งการเลือกเพราะรสชาติ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hoang, D.P. et al. (2024) พบว่า Gen Z ในเวียดนามให้ความสำคัญกับรสชาติ ส่วนความชื่นชอบอาหารพื้นเมืองภูเก็ตเนื่องจากความเป็นเอกลักษณ์ที่ไม่สามารถหาจากที่อื่นได้ สอดคล้องกับงานของ Tjokrosaputro, M. (2023) พบว่า Gen Z ในอินโดนีเซียชอบความเป็นเอกลักษณ์ของรสชาติ และแสวงหาประสบการณ์ด้านอาหารใหม่ ๆ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Dechakul, M. & Monpanthong, P. (2024) ชิดชนก อนันตมงคลกุล และนิติพงษ์ หน่น้ำ (2564) ภาณุวัฒน์ ภักดีอักษร และปทุมมาลัย พัฒโร (2564) พบว่า เอกลักษณ์ของอาหารพื้นเมืองภูเก็ตเป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานของ อมรศรี แซ่ตัน และชญาภัทร ก่อาริโย (2566) พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ ไม่เฉพาะนักท่องเที่ยว หรือ Gen Z เลือกบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตเนื่องจากมีเอกลักษณ์ ทั้งนี้ การที่ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ตเลือกบริโภคอาหารพื้นเมืองเพราะไม่สามารถหาได้ง่ายจากที่อื่น สะท้อนให้เห็นมุมมองที่แตกต่างจากงานวิจัยของ

Kymäläinen, T. et al. (2021) พบว่า Gen Z ในฟินแลนด์ ชอบความสะดวกและการเข้าถึงง่ายที่ตอบสนองวิถีชีวิตที่เร่งรีบ ทำให้นิยมบริโภคอาหารจานด่วน

5.1.2 ด้านเศรษฐกิจ พบว่า เศรษฐกิจเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของ Gen Z ซึ่งมองว่า การบริโภคอาหารพื้นเมืองช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจท้องถิ่น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Tănase, M. O. et al. (2023) ระบุว่า อาหารท้องถิ่นเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของ Gen Z ในโรมาเนีย นอกจากนี้ Gen Z ในภูเก็ตยังคำนึงถึงปัจจัยด้านราคา และความคุ้มค่า เมื่อเลือกบริโภคอาหารพื้นเมือง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Pavelková, j. et al. (2023) ระบุว่า Gen Z ในสาธารณรัฐเช็กใส่ใจในราคาสินค้า และงานวิจัยของ Tănase, M. O. et al. (2023) พบว่า แม้จะสนใจประสบการณ์ที่แท้จริงและมีเอกลักษณ์ แต่ Gen Z ยังคงให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าและมักให้ความสำคัญกับความประหยัด อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานของ ชิดชนก อนันตมงคลกุล และนิติพงษ์ ทนน้ำ (2564) พบว่า ปัจจัยด้านความคุ้มค่าส่งผลต่อการเลือกบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยเฉพาะ Gen Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5.1.3 ด้านสังคม พบว่า สังคมส่งผลสำคัญต่อการเลือกบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตในกลุ่ม Gen Z ที่มองว่าอาหารพื้นเมืองเป็นสื่อกลางในการพบปะ แลกเปลี่ยนความเห็น เชื่อมโยงระหว่างรุ่น และเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hoang, D. P. et al. (2024) พบว่า Gen Z มักจะใช้มื้ออาหารเป็นช่องทางในการเชื่อมสัมพันธ์ และงานวิจัยของ Orea-Giner, A. & Fusté-Forné, F. (2023) พบว่า การบริโภคอาหารท้องถิ่นในการท่องเที่ยวของ Gen Z ในสเปนเป็นกิจกรรมที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมและเชื่อมต่อกับวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมถึงงานวิจัยของ Tănase, M. O. et al. (2023) ระบุว่า ในการท่องเที่ยวชนบท Gen Z ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ร่วมกับผู้อื่นที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานของ ภาณุวัฒน์ ภักดีอักษร และปทุมมาลัย พัดโร (2564) ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านสังคมเป็นแรงจูงใจสำคัญของชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในภูเก็ต

5.1.4 ด้านวัฒนธรรม พบว่า วัฒนธรรมส่งผลต่อการเลือกบริโภคของ Gen Z อย่างมาก เนื่องจากอาหารนั้นสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น และการบริโภคนั้นถือเป็นการสืบสานวัฒนธรรมผ่านเทศกาลประเพณี สอดคล้องกับงานของ Orea-Giner, A. & Fusté-Forné, F. (2023) ที่พบว่า การบริโภคอาหารท้องถิ่นเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างประสบการณ์ที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมสำหรับ Gen Z และงานวิจัยของ Tănase, M. O. et al. (2023) พบว่า เมื่อ Gen Z เดินทางไปชนบท อาหารท้องถิ่นและความแท้จริงของวัฒนธรรมมีผลสำคัญต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีแนวโน้มจะเข้าร่วมเทศกาลอาหารและลิ้มลองอาหารพื้นเมือง เพื่อสร้างประสบการณ์ที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมท้องถิ่น อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Dechakul, M. & Monpanthong, P. (2024) พบว่า ประสบการณ์ทางวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวในภูเก็ต โดยเฉพาะ Gen Z อย่างไรก็ตาม Hoang, D. P. et al. (2024) พบว่า Gen Z ไม่ได้รับอิทธิพลจากการตลาดที่เน้นคุณค่าทาง

ประวัติศาสตร์หรือความดั้งเดิมมากเท่ากับคนรุ่นก่อน เนื่องจากเติบโตมาในสภาพแวดล้อมที่ทันสมัยและเปิดรับวัฒนธรรมที่หลากหลาย

5.1.5 ด้านอิทธิพลสื่อออนไลน์ พบว่า สื่อออนไลน์และอินฟลูเอนเซอร์เป็นแหล่งข้อมูลสำคัญและเป็นแรงผลักดันให้ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ตตัดสินใจบริโภคและลองอาหารพื้นเมือง อีกทั้งยังมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความถี่ในการบริโภค สอดคล้องกับพฤติกรรมของ Gen Z ในหลายประเทศ เช่น อินโดนีเซียที่พึ่งพาสื่อสังคมในการค้นหาข้อมูลและแชร์ประสบการณ์การบริโภคอาหารผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ (Tjokrosaputro, M., 2023) นอกจากนี้ Gen Z ในฟินแลนด์ลองอาหารใหม่ๆ เนื่องจากแรงกระตุ้นจากโฆษณาและเนื้อหาที่น่าสนใจในสื่อสังคมออนไลน์ (Kymäläinen, T. et al., 2021) Gen Z ในสาธารณรัฐเช็กและโรมาเนียที่ได้รับอิทธิพลจากอินฟลูเอนเซอร์และใช้สื่อออนไลน์เป็นแหล่งข้อมูลและแรงบันดาลใจในการเลือกอาหาร (Pavelková, J. et al., 2023; Tănase, M. O. et al., 2023) และ Gen Z ในสเปนนิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการตัดสินใจเลือกสถานที่บริโภคอาหารเมื่อออกเดินทางท่องเที่ยว (Orea-Giner, A. & Fusté-Forné, F. 2023)

5.2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกับความถี่ในการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ต

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านรสนิยม ประกอบด้วยความชื่นชอบในเอกลักษณ์ รสชาติ ความแปลกใหม่ และการประยุกต์เข้ากับอาหารอื่นได้ มีอิทธิพลทางบวกต่อความถี่ในการบริโภคอาหารพื้นเมืองของ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ตมากที่สุด สอดคล้องกับงานของ Dechakul, M. & Monpanthong, P. (2024) ชิตชนก อนันตมงคลกุล และนิติพงษ์ ทนน้ำ (2564) ภาณุวัฒน์ ภักดีอักษร และปทุมมาลัย พัดโร (2564) พบว่า เกร็ดลักษณะด้านรสชาติและความแปลกใหม่ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ งานวิจัยนี้ค้นพบเพิ่มเติมว่า สื่อออนไลน์ส่งผลต่อความถี่ในการบริโภคอาหารพื้นเมืองของ Gen Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

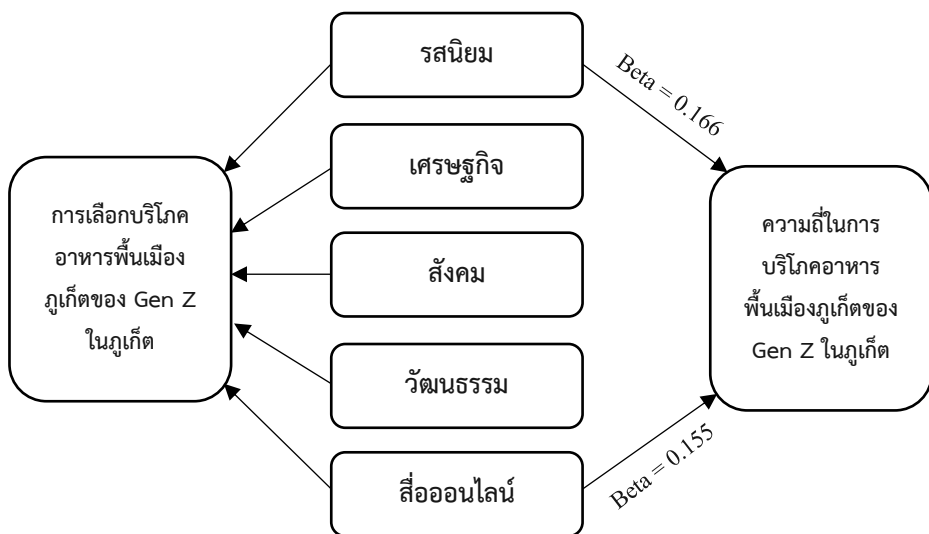
5.3 การเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของ Gen Z ที่มีภูมิลำเนาต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ รสนิยม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสื่อออนไลน์ ส่งผลต่อการเลือกบริโภคระหว่าง Gen Z ที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดภูเก็ต และจังหวัดอื่นในภาคใต้ไม่แตกต่างกัน ทว่าเมื่อเปรียบเทียบระหว่าง 2 พื้นที่นี้กับภูมิภาคอื่น กลับพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ แม้จะไม่ปรากฏงานวิจัยที่ศึกษาความแตกต่างระหว่างจังหวัดในภาคใต้ หรือเปรียบเทียบระหว่างภูมิภาค ทว่างานของ อมรศรี แซ่ตัน และชญาภัทร์ ก่อาริโย (2566) ปรากฏผลที่สอดคล้องว่า ผู้บริโภคที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร และการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในการเลือกร้านอาหารพื้นเมืองภูเก็ตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

6. องค์ความรู้ใหม่

งานวิจัยนี้สร้างองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของกลุ่ม Gen Z ในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งเป็นมุมมองจากคนรุ่นใหม่ในท้องถิ่นที่มักไม่ได้รับการสำรวจเมื่อเทียบกับมุมมองของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ งานวิจัยนี้ค้นพบว่า ปัจจัยทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ รสนิยม เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสื่อออนไลน์ ส่งผลต่อการเลือกบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของกลุ่ม Gen Z ในจังหวัดภูเก็ตในระดับมากทุกด้าน โดยปัจจัยด้านรสนิยมและสื่อออนไลน์ยังมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความถี่ในการบริโภคอาหารพื้นเมืองด้วย นอกจากนี้ งานวิจัยนี้ยังค้นพบอีกด้วยว่า ปัจจัยด้านต่างๆ มีผลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญต่อ Gen Z ที่มีภูมิลำเนาต่างกัน โดยมีความแตกต่างระหว่างภูมิลำเนาในจังหวัดภูเก็ตกับในภาคอื่นที่ไม่ใช่ภาคใต้ และมีความแตกต่างระหว่างผู้ที่มิมีภูมิลำเนาในภาคใต้กับภาคอื่น ๆ

ขณะที่งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอาหารพื้นเมืองภูเก็ตอาจมุ่งเน้นปัจจัยดั้งเดิม เช่น รสชาติ ความสะอาด ราคา หรือคุณค่าทางวัฒนธรรม แต่การเชื่อมโยงรสนิยมส่วนตัว และสื่อออนไลน์ กับพฤติกรรมบริโภคของ Gen Z ในงานวิจัยนี้เปิดมุมมองใหม่ว่า ปัจจัยที่ทันสมัยและเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว เช่น การรับรู้จากสื่อสังคม หรือกระแสที่กำลังเป็นที่นิยม มีอิทธิพลสำคัญมากกว่าปัจจัยดั้งเดิมในบางกรณี ในงานวิจัยนี้ นอกจากการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่นักท่องเที่ยว ยังชี้ให้เห็นถึงปัจจัยที่แตกต่างจากการศึกษาก่อนหน้า ซึ่งไม่เพียงช่วยขยายความเข้าใจในเชิงวิชาการ แต่ยังมีศักยภาพในการนำไปใช้ในทางปฏิบัติ เช่น การพัฒนากลยุทธ์การตลาด การอนุรักษ์อาหารพื้นเมือง และการส่งเสริมความยั่งยืนของวัฒนธรรมอาหารในยุคดิจิทัล



ภาพที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทั้ง 5 ด้าน
กับการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ต

7. สรุป

การวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง 402 คน พบว่า Gen Z มีแนวโน้มบริโภคอาหารพื้นเมืองเฉลี่ย 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ มักบริโภคร่วมกับเพื่อนหรือครอบครัวในโอกาสพิเศษ อาหารยอดนิยม ได้แก่ หมูฮ้อง และไอ้เอ๋ว ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นเมืองเรียงตามลำดับ ได้แก่ วัฒนธรรม รสนิยม สื่อออนไลน์ เศรษฐกิจ และสังคม สำหรับปัจจัยด้านรสนิยมและสื่อออนไลน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความถี่ในการบริโภคอาหารพื้นเมือง นอกจากนี้ ยังพบว่า Gen Z ที่มีภูมิลำเนาต่างถิ่นมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกบริโภคอาหารพื้นเมืองต่างกัน การศึกษานี้ให้ข้อมูลสำคัญที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาแนวทางส่งเสริมอาหารพื้นเมืองให้สอดคล้องกับความสนใจของ Gen Z และสนับสนุนการอนุรักษ์วัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จังหวัดภูเก็ตเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลก การศึกษาวิจัยและกิจกรรมส่งเสริมการบริโภคจึงมุ่งเน้นที่กลุ่มนักท่องเที่ยว ดังนั้นควรเพิ่มความสำคัญกับ Gen Z ในท้องถิ่น โดยพัฒนากลยุทธ์การตลาดที่สอดคล้องกับความสนใจของประชากรกลุ่มนี้ในฐานะผู้บริโภค รวมถึงส่งเสริมการมีส่วนร่วมของ Gen Z ในกิจกรรมอนุรักษ์อาหารพื้นเมืองในฐานะผู้สืบทอดมรดกวัฒนธรรม เพื่อเสริมสร้างความภาคภูมิใจและสนับสนุนการบริโภคอาหารและวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

8.1 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาบทบาทและความต้องการมีส่วนร่วมของ Gen Z ในการส่งเสริมการบริโภคและอนุรักษ์อาหารพื้นเมือง นอกเหนือจากมุมมองที่มีต่อประชากรกลุ่มนี้ในฐานะผู้บริโภค รวมถึงควรนำเทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพมาใช้หาข้อมูลเชิงลึกของกลุ่ม Gen Z ซึ่งอาจมีความแตกต่างกันในแต่ละกลุ่มย่อย เพื่อนำไปพัฒนากิจกรรมส่งเสริมอาหารพื้นเมืองที่สอดคล้องกับความสนใจของคนรุ่นใหม่กลุ่มนี้

9. เอกสารอ้างอิง

- กิตติยา เกิดปลั่ง และวรรณิศา บุญญานเมธาพร. (2565). ตัวแบบปัจจัยการรับรู้คุณค่ากับประสบการณ์ทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวต่อเทศกาลอาหารท้องถิ่นในจังหวัดภูเก็ต. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 16(45), 297–320.
- ชิดชนก อนันตมงคลกุล และนิติพงษ์ ทนน้ำ. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต. *วารสารบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 5(1), 113–134.

- ฉนวนนท์ แดงสังวาลย์, ประสพชัย พสุนนท์ และเกตุวดี สมบูรณ์ทวี. (2565). การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น จังหวัดภูเก็ต. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*, 10(5), 1983–1998.
- ภาณุวัฒน์ ภัคดีอักษร และปทุมมาลัย พัฒโร. (2564). การวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบเชิงสำรวจของแรงจูงใจนักท่องเที่ยวต่างชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดภูเก็ต ประเทศไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ*, 28(2), 1-27.
- สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต. (2566, เมษายน 28). *รายงานสถิติจังหวัดภูเก็ต: ประชากรหญิงและชาย 2566*.
<https://phuket.nso.go.th/images/documents/Phuket%20Provincial%20Statistical%20Report/2566/7.female%20and%20male66.pdf>.
- สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต. (2567, พฤษภาคม 27). *ประชากรแฝงจังหวัดภูเก็ต พ.ศ.2566*.
https://phuket.nso.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=921:ประชากรแฝงจังหวัดภูเก็ต-พ-ศ-2566&catid=36.
- อมรศรี แซ่ตัน และชญาภัทร์ กี่อารโย. (2566). การใช้บริการร้านอาหารพื้นถิ่นของผู้บริโภคจังหวัดภูเก็ต. *วารสารพัฒนาเทคนิคศึกษา*, 5(125), 99-109.
- Chen, J., Xu, A., Tang, D., & Zheng, M. (2024). Divergence and convergence: A cross-generational study on local food consumption. *Scientific Reports*, 14(1), 13463.
- Chaigasem, T., & Kumboon, A. (2024). The Influence of Cultural Heritage Values and Gastronomy Tourism on Cultural Identity in Phuket Old Town, Thailand. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 52(1), 41-48.
- D’Andrea, A., & D’Ulizia, A. (2023). Preserving local food traditions: A hybrid participatory approach for stimulating transgenerational dialogue. *Societies*, 13(4), 95.
- Dechakul, M., & Monpanthong, P. (2024). Decision Making on Participating in Phuket’s Gastronomic Tourism: Evidence from European Tourists. *Rajapark Journal*, 18(59), 523-538.
- Hoang, D. P., Nguyen Hai, D., Nguyen, V. T. N., Nong, H. T., Pham, P. T., & Tran, T. M. (2024). Factors affecting restaurant choices for traditional foods among Gen Y and Gen Z: A multigenerational study on Vietnamese “Pho”. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 7(2), 868-888.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.

- Kymäläinen, T., Seisto, A., & Malila, R. (2021). Generation Z food waste, diet, and consumption habits: A Finnish social design study with future consumers. *Sustainability*, 13(4), 2124.
- Orea-Giner, A., & Fusté-Forné, F. (2023). The way we live, the way we travel: Generation Z and sustainable consumption in food tourism experiences. *British Food Journal*, 125(13), 330-351.
- Pavelková, J., Turčínková, J., & Grajciar, A. (2023). Conspicuous food consumption of Gen Z and social media use. *Review of Applied Socio-Economic Research*, 26(2), 132-140.
- Soonsan, N., Phakdee-auksorn, P., & Suksirisopon, P. (2023). Determining food attributes for measuring and evaluating a gastronomic destination's appeal to visitors. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 6(5), 1755-1775.
- Tănase, M. O., Nistoreanu, P., Dina, R., Georgescu, B., Nicula, V., & Mirea, C. N. (2023). Generation Z Romanian students' relation with rural tourismAn exploratory study. *Sustainability*, 15(10), 8166.
- Tjokrosaputro, M. (2023). Experiential value toward behavioral intention of local food through consumer attitude: Insight from Gen Z's in Jakarta. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 21(1), 179-190.
- UNESCO. (n.d.). *Phuket*. UNESCO Creative Cities Network. <https://www.unesco.org/en/creative-cities/Phuket>.