

กลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการบริโภคผักและผลไม้ในยุคโควิด-19: กรณีศึกษา: กลุ่มผู้บริโภคนิยเวาชนคนรุ่นใหม่

Strategy to increase vegetable and fruit consumption during Covid-19 crisis. A case study of: New Generation's opinion

พรศรี เลาารุจิสาวดี

Pornsri Laurujisawat

คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

KMITL Business School, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

E-mail: pornsri.la@kmitl.ac.th

DOI: 10.14416/j.ted.2022.06.015

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคและกลยุทธ์ รวมทั้งแนวทางการขับเคลื่อน เพื่อส่งเสริมการบริโภคผักและผลไม้ของกลุ่มเยาวชนคนรุ่นใหม่ในยุคสถานการณ์โควิด-19 ให้เพิ่มขึ้น เนื่องจากพบว่า มีเพียง 6.8% ของกลุ่มเด็กที่มีอายุ 6-14 ปีเท่านั้น ที่บริโภคผักและผลไม้ได้ตามเกณฑ์มาตรฐานปริมาณขั้นต่ำ 400-600 กรัม/วัน ที่ FAO/WHO กำหนดไว้ ในขณะที่การบริโภคผักและผลไม้มีประโยชน์ต่อสุขภาพ และเพราะพฤติกรรมการบริโภคของคนวัยเดียวกัน มักมีพฤติกรรมคล้ายกันและการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นจากคนวัยเดียวกันมักเป็นกลยุทธ์ที่มีโอกาสได้รับการตอบสนองสูง อีกทั้งคนรุ่นใหม่ มีความคิดสร้างสรรค์สูง ดังนั้นงานวิจัยจึงออกแบบ เก็บข้อมูลจากนักศึกษาระดับปริญญาตรี ที่ศึกษาในวิชาศิลปการจัดการและผู้นำยุคใหม่ที่มีเนื้อหาการเรียนเกี่ยวกับการจัดการและการจัดการเชิงกลยุทธ์ เทอม 2/2564 จำนวน 126 คน ของ สจล. ในฐานะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในวัยของคนรุ่นใหม่ เพื่อขอข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคและความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ “กลยุทธ์พร้อมทั้งแนวทางการขับเคลื่อนการส่งเสริมบริโภคผักและผลไม้ในยุคสถานการณ์โควิด-19” จากคำถามปลายเปิด ผลการวิจัยได้ข้อเสนอแนะ 10 กลยุทธ์ ได้แก่ (1) ใช้คำขวัญและ Soft Power เป็นตัวสื่อสาร (2) ให้ความรู้เกี่ยวกับคุณค่าของการทานผักและผลไม้ (3) กิจกรรมส่งเสริมการทานผักและผลไม้ตั้งแต่เด็กและเยาวชน (4) การส่งเสริมการแปรรูป (5) กลยุทธ์ด้านราคา (6) การใช้เทคโนโลยีเพื่อการจัดการ (7) การส่งเสริมให้ร้านอาหารต่าง ๆ ใช้ผักในการประกอบอาหารเพิ่มขึ้น (8) กลยุทธ์การจำหน่าย Online (9) กลยุทธ์การลดของเสีย และ (10) กลยุทธ์ส่งเสริมการทานผักปลอดภัย

คำสำคัญ: การส่งเสริมการบริโภคผักและผลไม้ กลุ่มผู้บริโภคนิยเวาชนคนรุ่นใหม่ กลยุทธ์ สถานการณ์โควิด 19

Abstract

The research aims to study consumption behavior and strategies, including drivers to promote consumption of fruits and vegetables of the new generation during the Covid-19 situation because only 6.8% of children aged 6-14 meet the minimum 400-600 grams/day of fruit and vegetable consumption standards set by the FAO/WHO. While the consumption of fruits and vegetables is beneficial to health and teenagers are



บทควาณวิจัย

กลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการบริโภคผักและผลไม้ในยุคโควิด-19: กรณีศึกษา: กลุ่มผู้บริโภคเยาวชนคนรุ่นใหม่

important for the country. The consumption behavior of consumers in the same age group tends to have similar consumption behaviors. In addition, engaging feedback from consumers tends to have a high chance of receiving a response and the new generation are often highly creative, therefore, this research conducted a survey for opinions from 126 KMUTL undergraduate students who study Modern Management & Leadership class in term 2/2564 as stakeholders in the age of the new generation. The research suggests “Strategies to promote the consumption of vegetables and fruits and suggest strategies during the Covid-19 situation” from open-ended questions. The results of the research have suggested 10 strategies including (1) Using slogans and soft power to communicate (2) Educating about the importance and value of not eating vegetables and fruits (3) Encouraging fruits and vegetables consumption for children (4) Promoting processing fruits and vegetables (5) Pricing strategies (6) The use of technology for management (7) To encourage restaurants to increase the use of vegetables in cooking (8) Online distribution strategies, (9) Waste reduction strategies, and (10) Strategies to promote safe eating of vegetables.

Keywords: Promoting the Consumption of Vegetables and Fruits, New Generation, Strategic Management, COVID-19 Situation

1. บทนำ

จากข้อมูลล่าสุดจากการสำรวจสุขภาพประชาชนระหว่างปี 2557-2558 พบว่า กลุ่มคนอายุ 15 ปีขึ้นไป มีเพียง 25.9% (1 ใน 4) ที่รับประทานผักและผลไม้เพียงพอปริมาณ 400-600 กรัม/วันตามเกณฑ์มาตรฐานปริมาณขั้นต่ำที่ The UN Food and Agriculture Organization and The World Health Organization (FAO/WHO) กำหนดไว้ [1] โดยเฉพาะของกลุ่มเด็กที่มีอายุ 6-14 ปี มีเพียง 6.8% เท่านั้นที่บริโภคผักผลไม้ได้ตามเกณฑ์มาตรฐาน [2] หรือมีการบริโภคผักประมาณเฉลี่ยเพียง 13.9 กรัมต่อวัน บริโภคผลไม้เฉลี่ย 61.5 กรัมต่อวัน รวมการบริโภคผักและผลไม้เพียงคนละ 75.4 กรัมต่อวัน [3] ข้อมูลทางสุขภาพยืนยันว่าการบริโภคผักและผลไม้มีประโยชน์ต่อสุขภาพ สร้างภูมิคุ้มกัน เป็นแหล่งวิตามินและแร่ธาตุหลายชนิดมีประโยชน์ต่อร่างกาย [4] ลดอัตราเสี่ยงการเกิดโรคร้าย [5] ปี 2562 พบว่ามี 2.8 ล้านคนเสียชีวิตด้วยโรคหัวใจและโรคหลอดเลือดสมอง ส่วนหนึ่งเกิดจากการบริโภคผักและผลไม้ที่ไม่เพียงพอ [6] สมุนไพรบางตัวช่วยลดภูมิแพ้ เช่น ฟักทะลายโจร มีฤทธิ์ในการฆ่าเชื้อและยับยั้งการแบ่งตัวของไวรัส (โควิด-19) ได้ [7] เป็นต้น การบริโภคผักและผลไม้เพิ่มขึ้นไม่เพียงแต่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพของผู้บริโภค แต่เป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคมด้วย ในปี 2563 มีปริมาณการส่งออกเฉพาะผลไม้ มูลค่า

4,166 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ [8] โดยสินค้าเกษตรอาหารที่มีมูลค่าการส่งออกมากที่สุดของไทย คือ ผลไม้และผลิตภัณฑ์ [9] แสดงว่าธุรกิจผักและผลไม้ของไทยเป็นความต้องการในตลาดโลกสูง รวมทั้งรายได้ธุรกิจมีแนวโน้มเติบโตตามพฤติกรรมของผู้บริโภคและการส่งออกผักและผลไม้ที่เพิ่มขึ้น [10] มีการจ้างงานและรายได้ครัวเรือนภาคเกษตรไทยโดยรวมมีการจ้างงานสูงถึงร้อยละ 30.9 ของกำลังแรงงานทั้งประเทศครอบคลุมถึง 6.4 ล้านครัวเรือน [11] เป็นประโยชน์ต่อสังคม อย่างไรก็ตามสถานการณ์การผลิตสินค้าเกษตรของไทยจะมีปริมาณมากพอต่อการส่งออกได้ต้องมีฐานจากปริมาณการบริโภคภายในประเทศรองรับ ตัวอย่างจากการถอดบทเรียน “ปลูกผักปลอดสารให้ได้ผลดี” หลักการทำธุรกิจมีอยู่ 3 ข้อ (1) สินค้าต้องมีคุณภาพ (2) ผลิตได้ปริมาณเชิงธุรกิจ หมายความว่า มีมากพอที่จะขายในตลาด (3) ทำผลผลิตให้ออกทุกวันเพื่อความต่อเนื่อง ดังนั้นการผลิตสินค้าเกษตร การมีตลาดรองรับเป็นเรื่องสำคัญ [12] การจัดการยุคใหม่ มีแนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์โดยเฉพาะกลยุทธ์การตลาด สามารถศึกษาหาเทคนิคการส่งเสริมการบริโภคเพิ่มขึ้นและการตลาดที่ขยายตัวพอเพียงจะทำให้เกษตรกรเกิดความยั่งยืนในการปลูกนั้น ดังนั้นการส่งเสริมการบริโภคของผู้บริโภคภายในประเทศให้สูงขึ้น จึงเป็นประโยชน์ทั้งด้านสุขภาพของผู้บริโภค เศรษฐกิจและสังคมของประเทศในอนาคตด้วย



แนวคิดทางบริหารธุรกิจกลุ่มผู้บริโภคแต่ละกลุ่มมักมีพฤติกรรมในการบริโภคแตกต่างกัน การทำความเข้าใจผู้บริโภคจะสามารถส่งเสริมการบริโภคให้เพิ่มขึ้นได้ [13] เหมือนที่ประเทศบราซิลใช้กลยุทธ์ในการส่งเสริมการบริโภคและการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ได้สำเร็จ [14] หรือมีแนวทางส่งเสริมการบริโภคแบบใหม่ ๆ เช่น การนำผักมาเป็นรูปแบบเนื้อสัตว์ [15] เป็นต้น ดังนั้นการคิดสร้างสรรค์กลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการบริโภคให้เพิ่มขึ้น จึงเป็นแนวทางที่สามารถดำเนินการได้ในเชิงการจัดการ-การบริหาร

เยาวชน คือ เป็นทรัพยากรที่มีค่ามากที่สุดของประเทศในอนาคต กลุ่มคนรุ่นใหม่มักจะมีความคิดสร้างสรรค์สูง เมื่อกลุ่มคนวัยเดียวกัน เสนอข้อคิดเห็นอย่างมีส่วนร่วม ย่อมจะเป็นกลยุทธ์ที่มีโอกาสได้รับการตอบสนองมากกว่า ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมในการบริโภคผักและผลไม้ ข้อคิดเห็น กลยุทธ์ รวมทั้งแนวทางการขับเคลื่อนที่สามารถผลักดันส่งเสริมการบริโภคผักและผลไม้ให้เพิ่มขึ้น กับกลุ่มเยาวชนคนรุ่นใหม่ได้ จึงเป็นเรื่องน่าสนใจ โดยกลุ่มคนรุ่นใหม่ โดยเยาวชน-คนรุ่นใหม่ ในที่นี้ ใช้ความหมายคน Gen Y (อายุระหว่าง 21-37) และ Gen Z (อายุระหว่าง 8-20 ปี) [16]

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการบริโภคผักและผลไม้ ของกลุ่มเยาวชนคนรุ่นใหม่

2.2 เพื่อศึกษากลยุทธ์ส่งเสริมการบริโภคและแนวทางการขับเคลื่อนที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการส่งเสริมการบริโภคผักและผลไม้ให้เพิ่มขึ้นของกลุ่มเยาวชนคนรุ่นใหม่ในยุคสถานการณ์โควิด-19

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ งานวิจัยจึงออกแบบการเก็บข้อมูลจากคนวัยเดียวกัน โดยใช้กลุ่มตัวอย่างผู้เรียนในวิชา “ศิลปะการจัดการ (Modern Management and Leadership : MML)” Sec 101 และ 102 เทอม 2/2564 จำนวน 126 คน ของสำนักศึกษาทั่วไป สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (KMITL) ซึ่งเนื้อหาของวิชาเรียนแนวทางการจัดการและการจัดการเชิงกลยุทธ์ ให้ผู้เรียน

มีส่วนร่วมให้ข้อมูล ผูกกระบวนการทำงานเป็นทีม ในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อเสนอข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะแบบมีส่วนร่วม ในฐานะผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ร่วมกัน เป็นการทำกิจกรรมงานโครงการ Project Base มีการดำเนินงานดังนี้

3.1 สอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภค (กลุ่มตัวอย่าง) ต่อพฤติกรรมในการบริโภคผักและผลไม้

3.2 หลังจากที่ได้ข้อมูลพฤติกรรมในการบริโภคแล้ว นำมาจัดการเป็นข้อมูลสรุปเบื้องต้น เป็นข้อมูลปฐมภูมิ เชิงปริมาณ ด้วยสถิติ ร้อยละ อย่างง่าย

3.3 ผู้วิจัยนำผลผลิตจาก มาชี้แจง เพื่อเป็นแนวทางให้กลุ่มผู้ถูกสอบถาม นำไปเป็นข้อมูลเบื้องต้น ประกอบการวิเคราะห์ หากกลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงาน โดยผู้วิจัยกำหนด เป็น คำถามปลายเปิด “เพื่อขอความคิดเห็น ข้อเสนอแนะว่า “ควรมีกลยุทธ์ และแนวทางการขับเคลื่อนเพื่อส่งเสริมการบริโภคผักและผลไม้กับกลุ่มคนรุ่นใหม่อย่างไร?” โดยให้ผู้ตอบเสนอข้อคิดเห็นจัดส่งเป็นรายงานผ่าน Google Form ในตำแหน่งที่กำหนดไว้ เป็นลักษณะข้อมูลเชิงคุณภาพ

3.4 ผู้วิจัยนำข้อมูล มาวิเคราะห์และสรุปเป็นประเด็น เพื่อเสนอกลยุทธ์และแนวทางการจัดการกลยุทธ์ (How to)” และข้อเสนอแนะอื่น ๆ

4. ผลการวิจัย

ผลการวิจัย จะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังต่อไปนี้

4.1 ข้อมูลพฤติกรรมในการบริโภคผักและผลไม้ของผู้บริโภค: การเก็บข้อมูลปฐมภูมิจากนักศึกษา ได้ข้อมูลดังนี้

1) ผู้ตอบแบบสอบถามเป็น เพศชาย 59% และ เพศหญิง 41% อายุ : ตอบว่า 100% อยู่ในช่วง อายุ 15-30 ปี

2) สถานภาพของที่อยู่อาศัยของครอบครัว: นักศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อมูลว่า: บ้านเช่า ห้องพัก 53% บ้านของครอบครัว 44% อื่น ๆ 3%

3) ปกติทานข้าวที่ไหน ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อมูลว่า:ทานมื้อเช้าที่บ้าน มื้ออื่นที่มหาวิทยาลัย (KMITL) ทานที่ (KMITL) 57% ทุกมื้อทานนอกบ้าน 21% ทานที่บ้านกับครอบครัวทั้ง 3 มื้อ 12% ทานมื้อเช้าและเย็นกับครอบครัว 10% อื่น ๆ 0%

4) เคยบริโภคผักไหม ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้



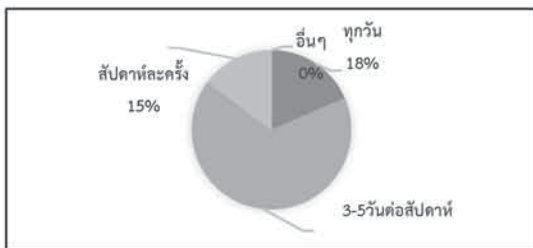
บทควาณวิจัย

กลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการบริโภคผักและผลไม้ในยุคโควิด-19: กรณีศึกษา: กลุ่มผู้บริโภคชาวชนชนรุ่นใหม่

ข้อมูลว่า: เคย 84% ไม่เคย 16%

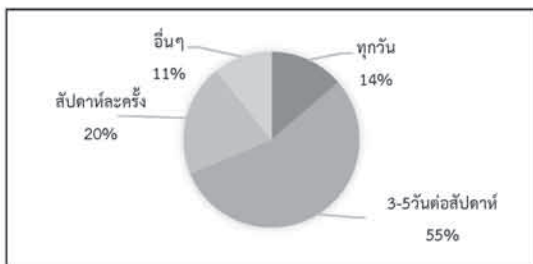
5) ประเภทผักที่ทานผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อมูลว่า: บริโภคทั้งผักที่ปรุงแล้ว และผักสด แล้วแต่โอกาส 48% บริโภค เฉพาะผักที่ปรุงแล้ว 41% บริโภคเฉพาะผักสด 11% อื่น ๆ 0%

6) อยู่บ้านได้ทานผักไหม: ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อมูลว่า: 3-5 วันต่อสัปดาห์ 67% ทุกวัน 18% สัปดาห์ละครั้ง 15% อื่น ๆ 0%



ภาพที่ 1 อยู่บ้านได้ทานผักไหม

7) อยู่นอกบ้านได้ทานผักไหม ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อมูลว่า: 3-5 วันต่อสัปดาห์ 55% สัปดาห์ละครั้ง 20% ทุกวัน 14% อื่น ๆ 11%

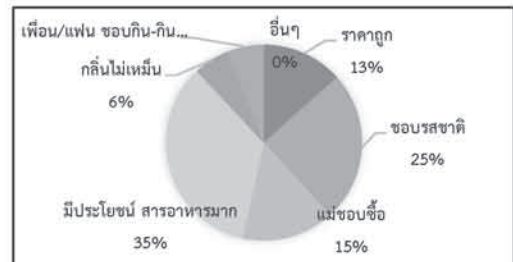


ภาพที่ 2 อยู่นอกบ้านได้ทานผักไหม

8) โดยเฉลี่ยรวมได้ทานผักบ่อยไหม ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อมูลว่า: 3-5 วันต่อสัปดาห์ 74% สัปดาห์ละครั้ง 15% ทุกวัน 11% และ อื่น ๆ 0%

9) ประเภทของผักที่ทานบ่อย ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อมูลว่า: ผักบุ้ง 17% กะเพรา 16% แตงกวา 16% ผักกาด 14% ผักต้นหอม ผักชี 14% ผักคะน้า 9% หัวหอม 8% มะเขือเทศ 3% อื่น ๆ 3%

10) เหตุผลที่เลือกรับประทานผัก: ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อมูลว่า: มีประโยชน์สารอาหารมาก 35% ขอบรสชาติ 25% แม่ชอบซื้อ 15% ราคาถูก 13% กลิ่นไม่เหม็น 6% เพื่อน/แฟนชอบกิน-กินตาม 6% อื่น ๆ 0%



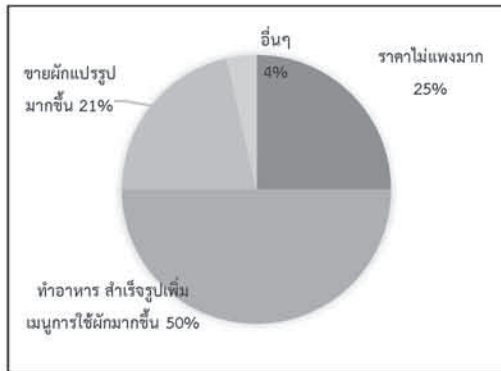
ภาพที่ 3 เหตุผลที่เลือกรับประทานผัก

11) เหตุผลที่ไม่ชอบกินผัก: ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อมูลว่า: ที่บ้านไม่มีใครกิน 66% ไม่มีใครกินทำให้ไม่อยากกินเมนูนี้คนเดียว 17% กลิ่นเหม็น 17% ไม่ชอบรสชาติ 0% ความไม่ปลอดภัย 0%



ภาพที่ 4 เหตุผลที่ไม่ชอบกินผัก

12) ส่งเสริมการบริโภคผักอย่างไร: ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อมูลว่า: ทำอาหารสำเร็จรูปเพิ่มเมนูการใช้ผักมากขึ้น 50% ราคาไม่แพงมาก 25% ขายผักแปรรูปมากขึ้น 21% อื่น ๆ 4%



ภาพที่ 5 ส่งเสริมการบริโภคผักอย่างไร

13) ถ้าทราบประโยชน์ของผักจะบริโภค เพิ่มขึ้นหรือไม่? ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อมูลว่า: บริโภคเพิ่ม 50% หาผักบริโภคได้สะดวกบริโภคเพิ่มขึ้น 33% บริโภคน้อยลง เพราะราคาแพง 17% บริโภคเท่าเดิม และ อื่น ๆ 0%



ภาพที่ 6 ถ้าทราบประโยชน์ของผักจะบริโภคใหม่

14) จะเปลี่ยนใจทานผักได้อย่างไร ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อมูลว่า: เปลี่ยนใจไม่ได้แน่ 43% ทำเมนูจากผักให้น่าทาน น่าอร่อย 40% ทำให้อาหารผัก ราคาถูก หาซื้อง่าย 17% อื่น ๆ 0%

15) อยู่บ้านได้กินผลไม้ไหม ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อมูลว่า: 3-5 วันต่อสัปดาห์ 67% สัปดาห์ละครั้ง 19% ทุกวัน 7% อื่น ๆ 7%

16) ทานเคยบริโภคผลไม้ไหม ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อมูลว่า: เคย 87% และไม่เคย 13%

17) ทานอาหารนอกบ้านได้ทานผลไม้ไหม ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อมูลว่า: สัปดาห์ละครั้ง 67% 3-5 วันต่อสัปดาห์ 11% ทุกวัน 0% อื่น ๆ 22%

18) ทานอาหารโดยเฉลี่ยได้กินผลไม้บ้างไหม ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อมูลว่า: สัปดาห์ละครั้ง 63% 3-5 วันต่อสัปดาห์ 11% ทุกวัน 0% อื่น ๆ 26%

19) ประเภทผลไม้ที่ทานบ่อย: ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อมูลว่า: สับปะรด 19% ขนุน 17% ส้ม 15% ฝรั่ง 13% แอปเปิ้ล 6% กล้วยหอม 3% อื่น ๆ 13%

20) เหตุผลที่เลือกรับประทานผลไม้: ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อมูลว่า: แม่ชอบซื้อ 36% กลิ่นไม่เหม็น 27% มีประโยชน์สารอาหารมาก 11% ชอปรสชาติ 11% เพื่อน/แฟนชอบกิน-กินตาม 9% อื่น ๆ 6%

21) ปกติสั่งผลไม้จากที่ไหน ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อมูลว่า: ซื้อตามร้านสะดวกซื้อ 39% ไม่ค่อยมีผลไม้ขาย 32% ซื้อที่ร้านหั่นผลไม้เป็นชิ้น 29% ซื้อจากตลาดเป็น Kg 0% อื่น ๆ 0%

22) ส่งเสริมการบริโภคผลไม้ได้อย่างไร ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อมูลว่า: ทำให้ราคาไม่แพงมาก 52% ควรเอาผลไม้มาขายมากขึ้น 48% อื่น ๆ 0%

23) หากไม่เคยทานผลไม้เพราะเหตุใด ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อมูลว่า: ที่บ้านไม่มีใครกิน 75% และไม่ชอบรสชาติ 25%

24) หากไม่เคยทานผลไม้ จะเปลี่ยนใจได้อย่างไร ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อมูลว่า: เปลี่ยนใจไม่ได้แน่ 50% ทำให้ผลไม้ราคาถูก หาซื้อง่าย 50% หาผลไม้ที่น่าทาน 0% อื่น ๆ 0%

4.2 ขอความคิดเห็นต่อ “กลยุทธ์ และกิจกรรมในการส่งเสริมบริโภคผักของกลุ่มคนรุ่นใหม่” ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อมูลหลากหลายประเด็นและมีรายละเอียดที่น่าสนใจได้แก่

1) กลยุทธ์การใช้คำขวัญ (Slogan) หรือ รูปภาพสั้น ๆ หรือ Soft power เป็นตัวสื่อ: เพื่อส่งเสริมการบริโภคให้ตรงกับคนรุ่นใหม่ เช่น ทานผักลดโรค ดั่งแตงกินผักใคร ๆ ก็ทักว่าหน้าเด็ก รูปการ์ตูนแบบป๊อปอาย (กินผักโขมแล้วแข็งแรง) ตลอดจนการใช้ Soft power สื่อสารกับคนวัยเดียวกัน ทำให้วัยรุ่นสนใจโดยการสอดแทรกวัฒนธรรมการกินผักในสื่อบันเทิงต่าง ๆ เช่น ภาพยนตร์ ละคร เป็นต้น ตัวอย่างเหตุการณ์ที่มีลิเลียนเปอร์ไทยชื่อดังได้รับประทาน



บทควาณวิจัย

กลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการบริโภคผักและผลไม้ในยุคโควิด-19: กรณีศึกษา: กลุ่มผู้บริโภคชาวชนกลุ่มน้อย

ชาวเหนียวมะม่วงกลางเวที Coachella ที่ทำให้มะม่วงขายดีไปทั่วโลก และสามารถสนับสนุนให้วัยรุ่นรับประทานผักและผลไม้ได้มากขึ้นเช่นกัน [17]

2) กลยุทธ์การให้ความรู้เกี่ยวกับความสำคัญและคุณค่ารวมทั้งข้อดีและข้อเสียของการที่ไม่ทานผัก และผลไม้: จากข้อมูลปฐมภูมิ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ข้อมูลว่า เหตุผลที่เลือกรับประทานผัก คิดว่าผักมีประโยชน์สารอาหารมากถึง 35% (คำถามข้อ (10)) อีกทั้ง ในรายงาน (แบบสอบถามปลายเปิด เพื่อสอบถามกลยุทธ์) กลุ่มผู้ตอบให้ข้อมูลว่า แม้ว่าส่วนใหญ่วัยรุ่นจะมีพฤติกรรมการเลือกรับประทานโดยไม่คำนึงถึงสุขภาพ และรับประทานอาหารเกินความจำเป็น รวมทั้งชอบเลือกรับประทานอาหารจำพวกเนื้อสัตว์มากกว่า แต่หากมีกลยุทธ์ให้ผู้บริโภคตระหนักถึงสุขภาพและการสร้างภูมิคุ้มกัน ซึ่งในผักและผลไม้บางอย่างสามารถสร้างภูมิคุ้มกันโควิดได้ เป็นต้น จะทำให้มีกลุ่มคนวัยรุ่นสนใจบริโภคผักและผลไม้เพิ่มขึ้นได้

3) กลยุทธ์ส่งเสริมให้รับประทานผักและผลไม้ตั้งแต่เด็กและเยาวชน: กลุ่มตัวอย่างให้ข้อคิดเห็นเชิงลึกว่าควรต้องส่งเสริมการบริโภคผักและผลไม้ตั้งแต่เด็ก เพราะถ้าไม่ได้รับการฝึกฝนตั้งแต่วัยเด็กและทำเป็นกิจวัตรเป็นนิสัย รับประทานผักและผลไม้อย่างต่อเนื่อง จะส่งผลในระยะยาวเมื่อโตขึ้นจะไม่ชอบทานผักและผลไม้ ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลว่าสาเหตุที่กลุ่มเยาวชนคนรุ่นใหม่บริโภคผักและผลไม้ต่ำกว่าระดับจำนวนมาตรฐาน เนื่องจากพฤติกรรมบริโภคที่ปลูกฝังมาตั้งแต่เด็กทำให้ไม่ชอบกินผัก [18] อีกทั้งคนรุ่นใหม่ไม่รู้จักผัก หรือรู้จักน้อยประเภทมาก ทำให้มีการบริโภคผักเพียงไม่กี่ชนิด [19] บริโภคอาหารที่ไม่ถูกต้องเพราะขาดความรู้เรื่องโภชนาการ [20] ดังนั้นควรฝึกให้เด็กรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ทุกชนิด รวมถึงให้ลองอาหารชนิดใหม่ โดยเริ่มให้ครั้งละน้อย ๆ แล้วค่อยเพิ่มปริมาณโดยไม่ควรบังคับ เพราะจะทำให้เด็กไม่ชอบอาหารชนิดนั้นและไม่ยอมรับประทานอีก นอกจากนี้ข้อมูลปฐมภูมิชี้ว่าสถาบันครอบครัว เพื่อน และ คนใกล้ชิด จะมีบทบาทมากในการส่งเสริมการบริโภคผัก เช่น บริโภคเพราะแม่ชอบซื้อ มีถึง 15% และ 6% บริโภคตามเพื่อน และแฟน (ตามแบบสอบถามข้อ (10)) และ มีผู้ตอบแบบสอบถามว่า

ไม่ชอบกินผักเพราะที่บ้านไม่มีใครกิน ถึง 66% และ ไม่ชอบกินเมนูนี้คนเดียวถึง 17% (ข้อ (11)) นอกจากนี้ สิ่งสำคัญที่จะช่วยให้เด็กมีความอยากกินอาหารคือ บรรยากาศที่รื่นรมย์ ยิ้มแย้มแจ่มใส จัดอาหารให้ดูน่ารับประทาน สภาพแวดล้อมทางสังคมที่อบอุ่นในครอบครัว จะช่วยส่งเสริมให้เด็กมีความสุขกับการกินอาหารมากขึ้น [21] ดังนั้นในการส่งเสริมการบริโภค สถาบันครอบครัว ควรตระหนักถึงปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย

5) กลยุทธ์การส่งเสริมการแปรรูป: จากข้อมูลปฐมภูมิ พบว่า ส่วนหนึ่งที่ใช้บริโภคไม่ทานผัก เพราะ กลิ่นผักเหม็น ถึง 17% (ข้อ (11)) และ ควรส่งเสริมบริโภคด้วยการขายผักแปรรูปมากขึ้น 21% (ข้อ (12)) ดังนั้นควรมีการส่งเสริมบริโภคผักและผลไม้ ด้วยกลยุทธ์ผักและผลไม้แปรรูป ให้น่ากินกว่าการกินสด เช่น ทำเป็นขนมของกินเล่น ฯลฯ เพื่อให้เด็ก-เยาวชน หรือผู้ไม่ชอบทานผักและผลไม้ จะได้มีทางเลือกมากขึ้น ตรงตามความต้องการของกลุ่มวัยรุ่นได้มากขึ้น อีกทั้งการแปรรูปทำให้สามารถออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ตลาดกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นได้มากขึ้น และทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นสามารถเก็บได้นานขึ้นด้วย เป็นต้น นอกจากนี้ ผักและผลไม้แปรรูปยังเพิ่มความต้องการ และสร้างโอกาสตลาดในการส่งออกผักและผลไม้แปรรูปในตลาดโลกเพิ่มขึ้นด้วย เช่น จีนมีการนำเข้าสินค้าผลไม้แปรรูปจากไทยเพิ่มขึ้นทุกปี จีนมีการนำเข้ารวมมูลค่าทั้งสิ้นประมาณ 353 ล้านเหรียญสหรัฐ (มกราคม-ตุลาคม 2556) เป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภคชาวจีน ผักผลไม้แปรรูปจากไทย ผลิตได้หลากหลายรูปแบบ เช่น อาหารว่าง/ขนมขบเคี้ยว หรือการซื้อเป็นของฝากต่าง ๆ [22]

5) กลยุทธ์ด้านราคา: จากผลข้อมูลปฐมภูมิ พบว่า มีถึง 17% ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อมูลว่า การจะส่งเสริมให้มีการบริโภคผักและผลไม้เพิ่มขึ้น คือ ผักควรมีราคาถูก หาซื้อง่าย รวมทั้งมีผู้ตอบถึง 25% ตอบว่าจะส่งเสริมบริโภคผักได้ ผักต้องราคาไม่แพงมาก (ข้อ (11)) ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลที่ว่าราคาผักและผลไม้แพงขึ้นมากผู้บริโภคจะหาซื้ออาหารที่หาซื้อง่าย และราคาถูกกว่าการบริโภคผักและผลไม้จึงต่ำ [23] สอดคล้องกับงานศึกษาของสำนักงานสถิติที่ผู้บริโภคจำนวนร้อยละ 10.5 ให้ความสำคัญกับราคาในการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อการบริโภค [24] สอดคล้องกับข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ



ผลิตภัณฑ์ผลไม้แปรรูปของไทยของวัยรุ่นชาวจีนที่มาศึกษาในประเทศไทยส่วนใหญ่ชี้ว่า ปัจจัยในการเลือกซื้อผลไม้แปรรูปของไทยสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสนใจเป็นอันดับแรกคือ ราคา [22] ซึ่งการที่ผักจะมีราคาถูกได้ควรมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำ

6) กลยุทธ์การใช้เทคโนโลยีเพื่อการจัดการผักและผลไม้: เช่น ใช้การควบคุมการขนส่งให้มีคุณภาพ เพราะจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 การขนส่งสินค้าล่าช้ามากขึ้น ทำให้ผักและผลไม้ที่เป็นของสดเหลือทิ้งเป็นจำนวนมาก จึงควรปรับปรุงการขนส่งเก็บรักษาให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น บรรจุภัณฑ์ที่กันกระแทกเพื่อไม่ให้ผักและผลไม้ชำรุดเสียหายที่เป็นสัญญาณการเก็บได้นาน ควบคุมอุณหภูมิตลอดการขนส่ง ลดต้นทุนได้

7) กลยุทธ์ ส่งเสริมให้ร้านอาหารต่าง ๆ ใช้ผักในการประกอบอาหารเพิ่มขึ้น เมื่อหาที่บริโภคได้สะดวกจะมีการบริโภคเพิ่มขึ้น: เพราะจากข้อมูลปฐมภูมิพบว่า จะบริโภคเพิ่มขึ้น หากหาผักและผลไม้บริโภคได้สะดวกขึ้นถึง 33% โดยเฉพาะเมื่ออยู่บ้านได้ทานผักถึง 67% (แบบสอบถามข้อ 6) และอยู่นอกบ้านได้ทานผักแค่ 55% (ข้อ 7) ดังนั้นจึงเสนอแนะว่า ภาครัฐควรมียุทธศาสตร์ชี้ให้ผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในการนำผักมาประกอบอาหารเพิ่มขึ้นด้วย เพื่อให้สัมฤทธิ์ผลทั้งวงจรการส่งเสริมการบริโภคผักและผลไม้

8) กลยุทธ์การซื้อผักและผลไม้ออนไลน์: ผลสำรวจช่วงอายุของผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ด้วย โดยพบว่า ผู้ที่เคยซื้อสินค้าออนไลน์มากที่สุดอยู่ในช่วงอายุ 20-29 ปี โดยเฉลี่ยคิดเป็น 87% และการสั่งซื้อเพิ่มมากขึ้นหลังสถานการณ์โควิด-19 [25] แต่อย่างไรก็ตาม การจัดส่งผักและผลไม้สด ทางออนไลน์เป็นเรื่องที่ค่อนข้างยุ่งยาก จึงควรมีส่งเสริมการศึกษาเทคโนโลยีดังกล่าวเพิ่มขึ้นในอนาคต

9) กลยุทธ์การลดของเสียจากผักและผลไม้: การนำของเสียจากผักและผลไม้มาแปรรูปสร้างมูลค่าเพิ่ม เช่น สบู่เปลือกมังคุด ที่มีฤทธิ์ช่วยลดการอักเสบของผิว เหมาะกับความพึงพอใจของกลุ่มวัยรุ่น

10) กลยุทธ์ส่งเสริมการรับประทานผักปลอดภัย: เพื่อลดสารเคมีและสารพิษตกค้าง

5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การบริโภคผักและผลไม้ไม่เพียงพอเป็นปัญหาต่อสุขภาพร่างกายอ่อนแอรวมทั้งภูมิคุ้มกันต่ำ ดังนั้นการรับประทานผักและผลไม้จึงมีผลต่อสุขภาพของประชาชนทั่วไป โดยเฉพาะในช่วงโควิด-19 กับกลุ่มวัยรุ่นที่มีการบริโภคปริมาณน้อยมาก ดังนั้นงานวิจัยที่ได้ข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายวัยเดียวกัน มีข้อเสนอแนะกลยุทธ์และแนวทางการขับเคลื่อนที่หลากหลาย น่าสนใจ ถึง 10 กลยุทธ์ จากผลการศึกษาข้างต้น หลังจากบูรณาการการวิเคราะห์ทั้งหมด ใคร่ขอเสนอแนะเพิ่มเติมของงานวิจัยในอนาคต อีก 4 ประเด็น ดังนี้

1) ควรมีกลยุทธ์การส่งเสริมการบริโภค ตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน เชื่อมโยงทั้งกลยุทธ์ในระดับจุลภาค และยุทธศาสตร์ในระดับมหภาค เพื่อผลสัมฤทธิ์ในการนำไปปฏิบัติได้จริง เพราะเป็นข้อมูลจากผู้บริโภควัยเดียวกันมากขึ้น

2) ควรมีการส่งเสริมการบริโภคผักและผลไม้ ในระดับโรงเรียน และ สถาบันการศึกษาทุกระดับ เพื่อเป็นยุทธศาสตร์ร่วมเชื่อมโยงทั้งห่วงโซ่อุปทานการจัดการ เช่น โรงอาหารในสถาบันการศึกษา โดยควรสื่อสารกิจกรรมเพื่อขับเคลื่อนร่วมกับผู้จำหน่ายอาหารด้วย เป็นต้น

3) งานวิจัยในอนาคต ควรมีการสนับสนุนให้ศึกษาแนวทางการลดปัญหาค่ารักษาพยาบาล จากการส่งเสริมการบริโภคผักและผลไม้ เพราะการบริโภคผักและผลไม้ มีประโยชน์ต่อสุขภาพ ลดความเสี่ยงในการเกิดโรค วิเคราะห์ต่อเนื่องจะพบว่าเมื่อสุขภาพของประชาชนอ่อนแอ จะมีผลต่อค่ารักษาพยาบาล ซึ่งจะเป็นปัญหาต่อเนื่องต่อการใช้งบประมาณของรัฐบาล แต่อย่างไรก็ตามควรเป็นผักประเภทผักปลอดภัย เพื่อลดปัญหาสารเคมีตกค้างด้วย

4) สนับสนุนงานวิจัย เรื่องการพัฒนาเทคโนโลยีให้สามารถจำหน่ายผักและผลไม้ในระบบออนไลน์ ให้ดียิ่งขึ้น สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคของคนรุ่นใหม่ รวมทั้งผู้บริโภคกลุ่มอื่นที่หันมาซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังสถานการณ์โควิด-19

กิตติกรรมประกาศ

ใคร่ขอขอบคุณ สำนักบริหารงานวิจัยและนวัตกรรม พระจอมเกล้าลาดกระบัง ที่ให้ทุนสนับสนุนงบประมาณ



เอกสารอ้างอิง

- [1] กระทรวงสาธารณสุข สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.). (2560). [ออนไลน์]. แคเลือก ‘กิน’ ก็ดี แคผักผลไม้ 400 กรัม/วัน. [สืบค้นเมื่อวันที่ 23 มกราคม 2562]. จาก <https://bit.ly/3jl19KE>.
- [2] กริช เรืองไชย อภิญญา อุดระชัยและรุ่งอรุณ สุทธิพงษ์. (2559). พฤติกรรมการบริโภคผักและอาหารว่างของวัยรุ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์. รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการระดับชาติราชภัฏหมู่บ้านจอมบึงวิจัยครั้งที่ 4. วันที่ 1 มีนาคม 2559.
- [3] มณฑิลา กงลา และเกียรติรัตน์ คุณารัตนพลกุล. (2555). การบริโภคผักผลไม้และพืชผักพื้นบ้านของนักเรียนวัยรุ่นตอนต้นในชนบท อำเภอศรีธาตุ จังหวัดอุดรธานี. วารสารวิจัย มข. (บศ.). 12(2), 66-79.
- [4] ขนิพรรณ บุตรยี่. (2563). บริโภคผักผลไม้อย่างน้อยวันละ 400 กรัม เพื่อสุขภาพ: หลักฐานเชิงประจักษ์. วารสารโภชนาการ. 55(1), 53-65
- [5] แพรพรรณ ภูริบัญชา. [ม.ป.ป.]. [ออนไลน์]. โรคเรื้อรังป้องกันได้ “เพียงเพิ่มการบริโภคผักและผลไม้” [สืบค้นเมื่อวันที่ 23 มกราคม 2565]. จาก <https://ddc.moph.go.th/uploads/publish/1085220201228080153.pdf>
- [6] ไพโรจน์ เสาน่วม. (2563). [ออนไลน์]. รักนี้ให้ “ผัก” นำ. [สืบค้นเมื่อวันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2565]. จาก <https://www.bangkokbiznews.com/advertorials/news/1972>
- [7] ปราโมทย์ เสถียรรัตน์. (2563). [ออนไลน์]. จ่อวิจัย “ฟ้าทะลายโจร” ฆ่า COVID-19 ได้หรือไม่ หลังยับยั้งไวรัสในหลอดทดลองได้ คาด 1 เดือนรู้ผล. [สืบค้นเมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2564]. จาก <https://www.hfocus.org/content/2020/02/18551>.
- [8] กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ฝ่ายการเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกวางโจว. (2563). [ออนไลน์]. สถานการณ์ผลไม้ไทยในตลาดจีน ปี 2563 และแนวโน้ม. [สืบค้นเมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2564]. จาก <https://www.moac.go.th/foreignagri-news-files-431491791838>
- [9] รุ่งนภา พิมพ์ศรี. (2563). [ออนไลน์]. ความมั่นคงทางอาหารของไทย นำห่วงหรือไม่ในภาวะที่โลกเสี่ยงขาดแคลน. [สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มีนาคม 2564]. จาก <https://www.prachachat.net/d-life/news-472768>
- [10] กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2561). [ออนไลน์]. “ปลูกผักผลไม้” ธุรกิจดาวรุ่ง รับนโยบายรัฐบาล “มหานครผลไม้โลก”. [สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มกราคม 2562]. จาก <http://www.prachachat.net/columns/news-215092>.
- [11] สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์. (2561). [ออนไลน์]. จุลทรรศน์ภาคเกษตรไทยผ่านข้อมูลทะเบียนเกษตรกรและสำมะโนเกษตร เจาะลึกโครงสร้างภาคเกษตรไทยเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรจากอดีตถึงปัจจุบัน?. [สืบค้นเมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม 2562]. จาก <https://www.pier.or.th/abridged/2018/09/>
- [12] ธาวิตา ศิริสัมพันธ์และสงบ เพียรทำดี. (2561). [ออนไลน์]. ปลูกผักปลอดสารให้ได้ผลดี มีตลาดรองรับ ตามสไตล์ครูสงบ อดีต ผอ. ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร. [สืบค้นเมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2562]. จาก https://www.technologychaoban.com/agricultural-technology/article_50264.
- [13] ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). [ออนไลน์]. กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด. กรุงเทพมหานคร: อีระฟิล์มและไซเท็กซ์จำกัด.
- [14] Mishev, Plamen Dimitrov & Stoyanova, Zornitsa D. (2009). Supply Chain of Organic Products in Bulgaria. Bulgaria. Paper prepared for presentation at the 113th EAAE Seminar “A resilient European food industry and food chain in a challenging world”, Chania, Crete, Greece, date as in: September 3-6, 2009.
- [15] Frank Hu. (2562). [ออนไลน์]. งานวิจัยชี้ “โปรตีนจากพืช” กินแล้วอาจอายุยืนกว่า “โปรตีนจากเนื้อสัตว์”. [สืบค้นเมื่อวันที่ 6 สิงหาคม 2564]. จาก <https://www.sanook.com/health/17777/>.

- [16] กระทรวงสาธารณสุข กรมสุขภาพจิต. (2565). [ออนไลน์]. Gen Y/Gen Me กลุ่มผู้กุมชะตาโลก. [สืบค้นเมื่อวันที่ 22 เมษายน 2565]. จาก <https://www.dmh.go.th/news/view.asp?id=1251>.
- [17] สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์. (2565). [ออนไลน์]. “นักเศรษฐศาสตร์” แนะนำ “ซอฟต์แวร์” ต่อยอดธุรกิจ สร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้า-ท่องเที่ยวไทย. [สืบค้นเมื่อวันที่ 22 เมษายน 2565]. จาก <https://mgronline.com/specialscoop/detail/9650000037548>.
- [18] ประไพพิศ สิงห์เสม, ศักรินทร์ สุวรรณเวหา และ อติญาณ ศรเกษตริน. (2560). การส่งเสริมโภชนาการในเด็กวัยก่อนเรียน. วารสารเครือข่ายวิทยาลัยพยาบาลและการสาธารณสุขภาคใต้. 4(3), 226-235.
- [19] ทศนีย์ วีระกันต์. (2564). [ออนไลน์]. ‘ภาศีสุขภาพ’ จับมือผู้ธุรกิจอย่าปล่อยให้ ‘ผัก’ หายไปในปี ‘ผักโลก’. [สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มกราคม 2565]. จาก <https://www.bangkokbiznews.com/health/943571>.
- [20] อังคณา พุทธศรี. (2563). [ออนไลน์]. ความมั่นคงทางอาหารของไทย นำห่วงหรือไม่ในภาวะที่โลกเสี่ยงขาดแคลน. [สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มีนาคม 2564]. จาก <https://www.prachachat.net/d-life/news-472768>.
- [21] Ontario Public Health Association. (2017). Eat Right Be Active : A Guide for Caregiver of children age 6-8. [www. Nutrition.ca, info@opha.on.ca] Ontario: Nutrition Resource Center Ontario Public Health Association.
- [22] ฉันทมัย เจียรกุล. (2559). พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผลไม้แปรรูปของไทยของวัยรุ่นชาวจีนที่มาศึกษาในประเทศไทย. วารสารธุรกิจปริทัศน์. 8(1), 43-60.
- [23] เดชรัต สุขกำเนิด. (2563). [ออนไลน์]. ความมั่นคงทางอาหารของไทย นำห่วงหรือไม่ในภาวะที่โลกเสี่ยงขาดแคลน. [สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มีนาคม 2564]. จาก <https://www.prachachat.net/d-life/news-472768>.
- [24] กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม สำนักงานสถิติแห่งชาติ กองสถิติสังคม. (2561). การสำรวจพฤติกรรมการบริโภคอาหารของประชากร พ.ศ. 2560. กรุงเทพมหานคร. กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.
- [25] กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. (2564). [ออนไลน์]. สนค. เผยผลสำรวจซื้อออนไลน์ ม.ค.-มี.ค.64 ยอดพุ่ง 75,000 ล้านต่อเดือนเพิ่ม 45.05%. [สืบค้นเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2565]. จาก <http://www.tpsoc.moc.go.th/th/node/11098>.