

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการรับประทานอาหารคลีน
ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

Factors Affecting Clean Eating Decisions of the People in Bangkok

นางสาวชมลวรรณ คุณจำนงค์

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการรับประทานอาหารคลีนของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของผู้ที่บริโภคาอาหารคลีน จำนวน 385 คน ด้วยวิธีการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลได้ใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมานในการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม โดยทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติไคสแควร์

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 26-35 ปี ซึ่งมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนมากจะประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,000 – 30,000 บาท ปัจจัยทางด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยทางด้านทัศนคติของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยและปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ : อาหารคลีน , รูปแบบการดำเนินชีวิต , ทัศนคติ , ส่วนประสมทางการตลาด

ABSTRACT

This study aims to study factors affecting clean eating decisions of the people in Bangkok by collecting data from a sample of people consume clean food 385 were randomly sampled and surveyed with questionnaires. Analysis of the findings were done using descriptive statistics such as frequency distribution , average percentage , mean , standard deviation and inferential statistics analyze the relationship between independent variable and dependent variable by testing hypothesis and Chi-Square Test

Research findings showed that majority of participants were female with 26-35 years of age. Have a bachelor's degree , worked in private companies and earned average monthly incomes between 15,000-30,000 baht. Lifestyle at high level, attitude are at agree and marketing mix at high level. Which these factors affect the decisions of the people in Bangkok

Keywords : Clean food , Lifestyle , Attitude , Marketing Mix

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในสังคมไทย ณ ปัจจุบันเป็นสังคมที่ต้องการความอยู่รอด ทำให้ผู้คนเริ่มที่จะสนใจในการใช้ชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะเรื่องของการกินอยู่และสุขภาพของตนเอง การกินอยู่ที่เปลี่ยนแปลงไป จึงนำไปสู่การบริโภคที่เปลี่ยนไปเช่นกันโดยยึดคิดในรูปแบบ รส กลิ่น จึงทำให้ผู้บริโภคต้องเผชิญเกี่ยวกับปัญหาด้านสุขภาพทางกายและทางใจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทำให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับด้านของสุขภาพ การเจ็บป่วย และการเสียชีวิต ซึ่งเกิดมาจากโรคที่ไม่ติดต่อแต่มาจากการกระทำของตนเองทั้งสิ้น เช่น โรคเบาหวาน โรคอ้วน โรคความดันโลหิตสูง โรคหัวใจและมะเร็ง (ญัญฐา ม้วนสุธา, 2557) ในปัจจุบันพบว่ามีโรคไม่ติดต่อเรื้อรังหรือ NCDs เป็นกลุ่มที่คร่าชีวิตประชากรไทยไปประมาณ 320,000 คนต่อปี เฉลี่ยชั่วโมงละ 37 คน โดยส่วนใหญ่เกิดจากการใช้ชีวิตประจำวัน เช่น การรับประทานรสหวาน มัน เค็มจัด ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สูบบุหรี่ ไม่ออกกำลังกาย เป็นต้น (สำนักงานกองทุนการสร้างเสริมสุขภาพ สสส, 2562)

ในกระแสความนิยมของการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ ระบุว่า ผู้บริโภคได้หันมาสนใจในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพในการควบคุมน้ำหนักให้อยู่ในระดับมาตรฐานกันมากขึ้น ด้วยอิทธิพลจากรายการอาหารเพื่อสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง ไปชิมอาหารจากทั่วทุกมุมโลกหรือกระตุ้นให้ผู้บริโภคทดลองบริโภคอาหารที่ใช้รับประทานด้วยตนเอง โดยเน้นส่วนประสมที่มาจากธรรมชาติ เน้นอาหารที่ให้โปรตีนสูงและคาร์โบไฮเดรตเชิงซ้อน ลดปริมาณความหวานและความเค็มลง ทานอาหารที่อุดมไปด้วยไขมันดีและต้องมีส่วนช่วยในระบบทางเดินอาหาร โดยแนวโน้มที่สำคัญในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพประกอบไปด้วย 1.เน้นการควบคุมน้ำหนัก 2.มีประโยชน์จากธรรมชาติ 3.มีโปรตีนสูง 4.มีคาร์โบไฮเดรตเชิงซ้อน 5.มีน้ำตาลน้อย 6.มีส่วนช่วยในระบบขับถ่าย โดยชาวอเมริกันกว่า 60% ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้บริโภคอายุ 15-30 ปี และผู้บริโภคอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่จะเป็นผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อ หันมานิยมรับประทานอาหารประเภทสเปเชียลตี้ฟู้ด (Specialty Food) หรือ อาหารคลีนฟู้ด (Clean Food) ซึ่งเป็นอาหารที่มีจำนวนการผลิตที่เน้นใช้วัตถุดิบและเครื่องปรุงที่มีคุณภาพสูงและเป็นอาหารที่ให้ประโยชน์ต่อสุขภาพมากกว่าอาหารทั่วไป (ฟู้ด เนวิเกเตอร์-ยูเอสเอ)

อาหารคลีนฟู้ด (Clean Food) เป็นคำเรียกที่ต้งขึ้นมาเพื่อให้ผู้คนได้เห็นความตระหนักว่า “ การกินอาหารที่ถูกหลักโภชนาการ มีความปลอดภัย ไม่มีสารปนเปื้อน และกินอย่างเพียงพอ ครบ 5 หมู่ ควบคุมกับการออกกำลังกาย คือ การนำมาซึ่งสุขภาพที่ดี เพราะการออกกำลังกายเพียงอย่างเดียวโดยไม่คำนึงถึงอาหารการกินนั้นไม่เป็นผล ” ความหมายของ คลีนฟู้ด มีความหมายอยู่ 2 นัยยะ คือ อาหารที่ไม่ปนเปื้อน หมายถึง อาหารที่กินเข้าไปแล้วมีประโยชน์ไม่เป็นพิษต่อร่างกาย ซึ่งการปนเปื้อนมีอยู่ 3 ทางด้วยกัน คือ ปนเปื้อนจากเชื้อโรค ปนเปื้อนจากพยาธิ และปนเปื้อนจากสารเคมี ส่วนนัยยะที่ 2 คือ อาหารที่ถูกหลักโภชนาการ เป็นการกินอาหารที่ต้องครบ 5 หมู่ และต้องกินให้ได้สัดส่วนในปริมาณที่เหมาะสมไม่มากและไม่น้อยจนเกินไป รวมถึงมีความหลากหลาย เลี่ยงอาหารรสหวานจัด เค็มจัด มันจัด และกินผักผลไม้ให้มาก เพราะฉะนั้นคำว่าคลีนฟู้ด คืออาหารปลอดภัยไม่ปนเปื้อน อาหารถูกหลักโภชนาการ นั่นเอง (สง่า ดามาพงษ์, 2557) อาหารคลีนในปัจจุบันเป็นที่นิยมมาก ทั้งในคนที่ชอบออกกำลังกายและคนที่อยู่ในช่วงของการลดน้ำหนัก ด้วยรสชาติอาหารที่ไม่ได้แตกต่างจากอาหารทั่วไปมากนัก เนื่องจากเทคโนโลยีที่สามารถปรุงแต่งรสชาติอาหารได้โดยที่อาหารนั้นไม่จัดจนเกินไปเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการกินอาหารที่อร่อยและได้สุขภาพในเวลาเดียวกัน และยังคงใช้วัตถุดิบที่มีประโยชน์เหมือนเดิมในราคาไม่แพง ราคาโดยเฉลี่ยของอาหารคลีนจะอยู่ที่กล่องละ 50-80 บาท (อัมพช พวงไม้, 2558)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาให้ทราบถึงแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจรับประทานอาหารคลีน
2. เพื่อศึกษาให้ทราบถึงแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจรับประทานอาหารคลีน
3. เพื่อศึกษาให้ทราบถึงแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจรับประทานอาหารคลีน

สมมติฐานของการวิจัย

1. รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจรับประทานอาหารคลีน
2. ทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจรับประทานอาหารคลีน
3. ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจรับประทานอาหารคลีน

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการรับประทานอาหารคลีนของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีปัจจัยทางด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ทัศนคติ และส่วนประสมทางการตลาด โดยเลือกใช้วิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

1. เก็บรวบรวมข้อมูลประชากรทั้งเพศชายและเพศหญิง ช่วงอายุระหว่าง 18 - 60 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นบุคคลที่รักสุขภาพและสนใจในเรื่องของการรับประทานอาหารคลีน
2. เก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 - 30 ตุลาคม 2562
3. ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเลือกจากประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลและใช้วิธีทางสถิติ
4. ตัวแปรที่เกี่ยวข้องในการศึกษา ประกอบด้วย
ตัวแปรต้น คือ รูปแบบการดำเนินชีวิต ทัศนคติ และส่วนประสมทางการตลาด
ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจในการรับประทานอาหารคลีนของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร
5. สถานที่ที่ผู้ศึกษาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ ตามสถานที่ที่ให้บริการเกี่ยวกับด้านสุขภาพตามฟิตเนสต่างๆ รวมไปถึงบริษัทเอกชนหรือหน่วยงานรัฐบาล
6. ระยะเวลาในการศึกษาตั้ง เริ่มตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2562 ถึงเดือนธันวาคม 2562

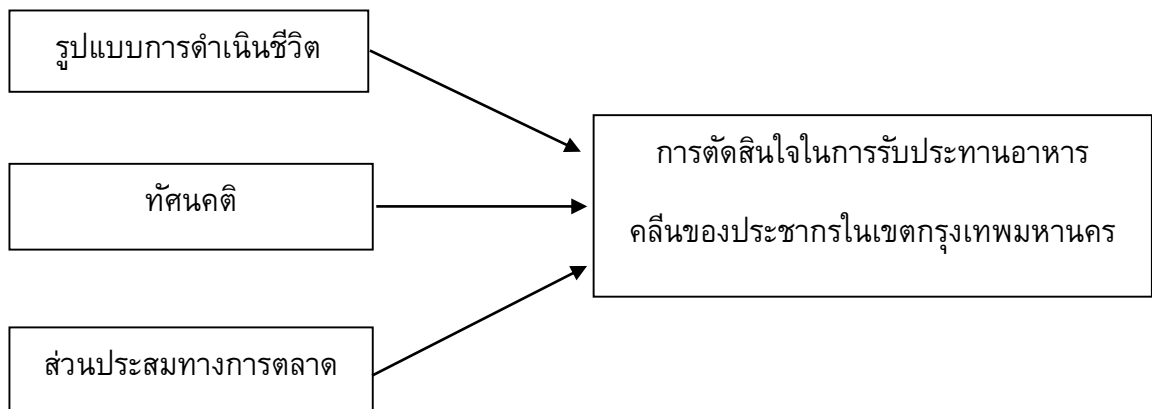
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ดารา ทีปะปาล (2542, หน้า 169) ได้กล่าวไว้ว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง การที่บุคคลมีการดำรงชีวิตอยู่โดยที่รูปแบบการใช้ชีวิตแสดงออกออกมาในรูปแบบของกิจกรรม ความสนใจ และการแสดงความคิดเห็น โดยรูปแบบการดำรงชีวิตนี้จะสามารถให้ความหมายรวมกันอยู่ใน 3 ระดับ คือ กลุ่มปัจเจกบุคคล กลุ่มเล็กของบุคคลที่ขนาดเล็กและกลุ่มบุคคลกลุ่มใหญ่

สร้อยตระกูล (ดิทยานนท์) อรรถมานะ (2541, หน้า 64) ได้ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติ เกิดจากผสมผสานระหว่างความเชื่อ ความนึกคิด ความคิดเห็น ความรู้ และความรู้สึกของบุคคลบุคคลหนึ่ง สถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง ซึ่งสามารถไปทางที่เรายอมรับได้หรือยอมรับไม่ได้ และความรู้สึกเหล่านี้สามารถทำให้เกิดพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่งเกิดขึ้น

เสรี วงษ์มณฑา (2542, หน้า 11) ได้กล่าวไว้ว่า กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งต้องอาศัยปัจจัยในเรื่องของส่วนประสมทางการตลาดเพื่อทำการตอบสนองความต้องการที่มีต่อสินค้า โดยสินค้านั้นต้องมีราคาที่เหมาะสมต่อคุณภาพ ผู้บริโภคจะยอมจ่ายซื้อสินค้านั้นเมื่อผู้บริโภคได้ทราบถึงข้อมูลและความคุ้มค่าต่อสินค้า โดยสินค้าต้องมีการกระจายอย่างทั่วถึงเพื่อให้ผู้บริโภคหาซื้อได้ง่าย

สมคิด บางโม (2548, หน้า 175) การตัดสินใจ หมายถึง การตัดสินใจเลือกทางเลือกซึ่งสามารถนำไปสู่เป้าหมายที่ได้วางแผนไว้ การตัดสินใจเกิดจากการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือหลายสิ่งเพื่อความสำเร็จที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้ในทางปฏิบัติการตัดสินใจเกี่ยวกับปัญหาที่ยุ่งยาก สลับซับซ้อนแลมีวิธีการแก้ปัญหามากกว่าหนึ่งทางเสมอ



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ประชากรที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่าง บุคคลทั่วไปที่มีอายุ 18 – 60 ปี โดยเป็นทั้งเพศหญิงและเพศชาย ที่บริโภคอาหารคลีนในเขต กรุงเทพมหานคร จำนวน 385 ตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ โดยใช้ทฤษฎีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) เป็นการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenient Sampling และทำการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง เป็นผู้ทำการกรอกแบบสอบถาม ตามสถานที่ที่ให้บริการเกี่ยวกับด้านสุขภาพ Fitness รวมไปถึง บริษัทเอกชนหรือหน่วยงานรัฐบาล ซึ่งก่อนจะนำแบบสอบถามไปใช้ได้ให้นำแบบสอบถามไปหาค่าดัชนีวัดค่าความสอดคล้องของข้อคำถาม IOC และนำไปดำเนินการทดลอง (Pre – test) โดยการแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวนทั้งสิ้น 40 ชุด เพื่อนำไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือ โดยการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์คอนบราแอลฟา เมื่อทำการวิเคราะห์แล้วได้ค่าความเชื่อมั่นของแต่ละข้อคำถามอยู่ระหว่าง 0.796 – 0.847 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 ขึ้นไป จึงสรุปได้ว่าแบบสอบถามที่ได้มีค่าความเชื่อมั่นที่น่าเชื่อถือและสามารถนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลได้

เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามดำเนินการตอบข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ข้อมูลจำถูกเก็บรวบรวมไว้สำหรับสถิติที่ใช้ในการศึกษาประกอบไปด้วย การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยทั่วไปในลักษณะส่วนบุคคล ทำการคำนวณหาค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) การวิเคราะห์ตัวแปร โดยสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอ้างอิง (Inferential Statistics) ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงอ้างอิงสำหรับการอธิบายผลการศึกษาในเรื่องของการวิเคราะห์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ปัจจัยด้านทัศนคติ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด กับตัวแปรตาม ซึ่งได้แก่ การตัดสินใจในการรับประทานอาหารคลีนของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติไคสแควร์

ผลการวิจัย

ผลจากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 279 คน อายุอยู่ระหว่าง 26-35 ปี มีจำนวน 108 คน ซึ่งมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีจำนวน 261 คน ส่วนมากจะประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 147 คน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,000 – 30,000 บาท มีจำนวน 150 คน

ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต พบว่า กลุ่มผู้บริโภคให้ระดับความถี่ในด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยเฉพาะประเด็น การเลือกรับประทานอาหารคลีนโดยคำนึงถึงประโยชน์และโภชนาการเป็นสิ่งแรก รองลงมา คือการหลีกเลี่ยงอาหารประเภทที่มีไขมันสูง และความสนใจที่จะรับประทานอาหารที่ไม่ผ่านกระบวนการแปรรูป

ด้านทัศนคติ พบว่า กลุ่มผู้บริโภคให้ระดับความคิดเห็นในด้านของทัศนคติ โดยเฉพาะประเด็น อาหารคลีนสามารถทำรับประทานเองได้ที่บ้าน รองลงมา คืออาหารคลีนมีประโยชน์ต่อร่างกายมากกว่าอาหารทั่วไป และอาหารคลีนไม่ใช่วัตถุดิบที่ทำให้เกิดผลเสียต่อร่างกายได้ในระยะยาว เช่น ผงชูรส

ด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่า กลุ่มผู้บริโภคให้ระดับความมีอิทธิพลในด้านของส่วนประสมทางการตลาด โดยเฉพาะประเด็น อาหารคลีนให้คุณค่าทางโภชนาการที่ครบถ้วน รองลงมา คืออาหารคลีนสามารถนำมาทำเมนูที่มีความหลากหลายได้ และราคาของอาหารคลีนมีความเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ

ด้านการตัดสินใจในการรับประทานอาหารคลีน พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้ออาหารคลีนจากหน้าร้านขายสินค้าเพื่อสุขภาพ มีความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนอยู่ที่เดือนละ 1 – 2 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยเลือกซื้ออาหารคลีนประเภทกับข้าวมากที่สุด และมีวัตถุประสงค์ในการรับประทานอาหารคลีนเพื่อลดน้ำหนัก

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจรับประทานอาหารคลีน ด้านสถานที่เลือกซื้ออาหารคลีน มีความสัมพันธ์กับการติดตามข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคอาหารที่ก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพ การเลือกรับประทานอาหารคลีนโดยคำนึงถึงประโยชน์และโภชนาการเป็นสิ่งแรก ความสนใจที่จะศึกษาวิธีการทำอาหารคลีนเพื่อนำมา

รับประทานเองที่บ้านและความสนใจที่จะศึกษาค้นสูตรอาหารคลีนใหม่ๆ ด้านความถี่ในการบริโภคอาหารคลีน มีความสัมพันธ์กับการเลือกรับประทานอาหารคลีนโดยคำนึงถึงโภชนาการเป็นอันดับแรก การที่จะรับประทานอาหารที่ไม่ผ่านกระบวนการแปรรูป ความสนใจที่จะศึกษาค้นสูตรอาหารคลีนใหม่ๆ การหลีกเลี่ยงอาหารประเภทที่มีไขมันสูง การออกกำลังกายอย่างเป็นประจำและความสนใจที่จะศึกษาวิธีการทำอาหารคลีนเพื่อนำมารับประทานเองที่บ้าน ด้านประเภทของอาหารคลีนที่เลือกซื้อ มีความสัมพันธ์กับการติดตามข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคอาหารที่ก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพ และความสนใจที่จะศึกษาวิธีการทำอาหารคลีนเพื่อนำมารับประทานเองที่บ้าน ด้านวัตถุประสงค์ในการซื้ออาหารคลีน มีความสัมพันธ์กับการติดตามข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคอาหารที่ก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพ และการออกกำลังกายอย่างเป็นประจำ

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจรับประทานอาหารคลีน ด้านสถานที่เลือกซื้ออาหารคลีน มีความสัมพันธ์กับอาหารคลีน ไม่ใช่วัตถุดิบที่ทำให้เกิดผลเสียต่อร่างกายในระยะยาว และอาหารคลีนสามารถทำรับประทานเองได้ที่บ้าน ด้านความถี่ในการบริโภคอาหารคลีน มีความสัมพันธ์กับอาหารคลีนมีประโยชน์ต่อร่างกายมากกว่าอาหารทั่วไป อาหารคลีนมีการบอกข้อมูลทางโภชนาการได้อย่างถูกต้อง คนที่บริโภคอาหารคลีนถือว่าเป็นคนที่ทันสมัย อาหารคลีนเป็นสิ่งที่หาซื้อได้ง่าย และอาหารคลีนมีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย ด้านประเภทของอาหารคลีนที่เลือกซื้อ มีความสัมพันธ์กับคนที่บริโภคอาหารคลีนถือว่าเป็นคนที่ทันสมัย อาหารคลีนสามารถทำรับประทานเองได้ที่บ้าน และอาหารคลีนมีส่วนช่วยในการรักษาสิ่งแวดล้อม ด้านวัตถุประสงค์ในการรับประทานอาหารคลีน มีความสัมพันธ์กับอาหารคลีน ไม่ใช่วัตถุดิบที่ทำให้เกิดผลเสียต่อร่างกายในระยะยาว อาหารคลีนเป็นสิ่งที่หาซื้อได้ง่าย อาหารคลีนมีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป คนที่บริโภคอาหารคลีนถือว่าเป็นคนที่ทันสมัย และอาหารคลีนมีส่วนช่วยในการรักษาสิ่งแวดล้อมได้

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจรับประทานอาหารคลีน ด้านสถานที่เลือกซื้ออาหารคลีน มีความสัมพันธ์กับอาหารคลีนมีรสชาติที่อร่อยถูกปาก และร้านขายอาหารคลีนมีการจัดส่งสินค้าถึงบ้าน ด้านความถี่ในการบริโภคอาหารคลีน มีความสัมพันธ์กับอาหารคลีนสามารถหาซื้อได้ง่ายผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ อาหารคลีนให้คุณค่าทางโภชนาการครบถ้วน อาหารคลีนสามารถนำมาทำเมนูที่มีความหลากหลายได้ อาหารคลีนมีรสชาติที่อร่อยถูกปาก ราคาของอาหารคลีนมีความเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ ราคาของอาหารคลีนมีความเหมาะสมกับปริมาณที่ได้รับ และอาหารคลีนมีการโฆษณาเพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคผ่าน Social media ต่างๆ ด้านประเภทของอาหารคลีนที่เลือกซื้อ มีความสัมพันธ์กับอาหาร

คลื่นสามารถนำมาทำเมนูที่มีความหลากหลายได้ ด้านวัตถุประสงค์ในการซื้ออาหารคลื่น มีความสัมพันธ์กับราคาของอาหารคลื่นมีความเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ

อภิปรายผล

ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ผลการวิจัยพบว่า ในด้านของรูปแบบการดำเนินชีวิตสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจรับประทานอาหารคลื่น คือการหลีกเลี่ยงอาหารประเภทที่มีไขมันสูง การรับประทานอาหารคลื่นโดยคำนึงถึงประโยชน์และโภชนาการและความสนใจที่จะรับประทานอาหารที่ไม่ผ่านกระบวนการแปรรูป ซึ่งผลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวความคิดของ ดารา ทีปะปาล (2542, หน้า169) ได้กล่าวไว้ว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง การที่บุคคลมีการดำรงชีวิตอยู่โดยที่รูปแบบการใช้ชีวิตแสดงออกมาในรูปของกิจกรรม ความสนใจ และการแสดงความคิดเห็น โดยผู้บริโภคมีความสนใจในเรื่องของการที่จะรับประทานอาหารที่ไม่ผ่านกระบวนการแปรรูปและการหลีกเลี่ยงอาหารประเภทที่มีไขมันสูง โดยความสนใจดังกล่าวทำให้ผู้บริโภคได้ทำการตัดสินใจที่จะเลือกรับประทานอาหารคลื่น นอกจากนี้ผลการศึกษางานวิจัยของ กัญญา แซ่มซ้อย (2560) ได้ทำการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารคลื่นโดยผู้บริโภคมีความสนใจในผลิตภัณฑ์อาหารคลื่นจึงทำให้เกิดพฤติกรรมในการรับประทานอาหารคลื่น

ด้านทัศนคติ ผลการวิจัยพบว่า ในด้านของทัศนคติสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจรับประทานอาหารคลื่น คืออาหารคลื่นไม่ใช้วัตถุพิษที่ทำให้เกิดผลเสียต่อร่างกายได้ในระยะยาว และอาหารคลื่นมีประโยชน์ต่อร่างกายมากกว่าอาหารทั่วไป ซึ่งผลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวความคิดของ สร้อยตระกูล (ตวยานนท์) อรรถมานะ (2541, หน้า 64) ได้ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติเป็นความเชื่อ ความนึกคิด ความคิดเห็น ความรู้ และความรู้สึกรวมของบุคคลบุคคลหนึ่ง ซึ่งทั้งหมดนี้สามารถทำให้เกิดการตัดสินใจเกิดขึ้น โดยผู้บริโภคมีความรู้ในด้านของวัตถุดิบที่สามารถทำให้เกิดผลเสียต่อร่างกายได้ในระยะยาวและความคิดที่ว่าอาหารคลื่นมีประโยชน์ต่อร่างกายมากกว่าอาหารทั่วไป โดยผลที่ได้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉัตรฐิณันพรมา (2556) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติในเรื่องของอาหารเพื่อสุขภาพว่ามีประโยชน์มากที่สุด จากปัจจัยดังกล่าวทำให้ผู้ประกอบการต้องทำการเน้นในเรื่องของวัตถุดิบที่มีประโยชน์ทำให้ผู้บริโภคสนใจที่จะรับประทานอาหารคลื่นมากขึ้น

ด้านส่วนประสมทางการตลาด ผลการวิจัยพบว่า ในด้านของส่วนประสมทางการตลาดสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจรับประทานอาหารคลีน คืออาหารคลีนให้คุณค่าทางโภชนาการที่ครบถ้วนและราคาของอาหารคลีนมีความเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ ซึ่งผลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวความคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541 , หน้า 35-36, 337) ได้กล่าวไว้ว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะนึกถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการซื้อสินค้าชนิดนั้น โดยผู้บริโภคคิดว่าอาหารคลีนเป็นอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการครบถ้วน ในด้านของราคาและคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่สำคัญถ้าผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดีผู้บริโภคก็พร้อมที่จะจ่าย สำหรับอาหารคลีนแล้วในเรื่องของราคาค่อนข้างสูงแต่เมื่อเทียบกับคุณภาพและวัตถุดิบที่อยู่ในอาหารก็ถือว่าคุ้มค่า นอกจากนี้ผลการศึกษางานวิจัยพบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐภัทร วัฒนถาวร (2558) ได้ทำการศึกษาปัจจัยในการบริโภคอาหารคลีนของผู้คนของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่าอาหารคลีนผู้ดมีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับและยังมีประโยชน์ที่ครบถ้วนอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจรับประทานอาหารคลีน ผู้บริโภคมีการเลือกรับประทานอาหารคลีนโดยคำนึงถึงประโยชน์และโภชนาการเป็นสิ่งแรกซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่จะซื้ออาหารคลีนผ่านหน้าร้านขายอาหารเพื่อสุขภาพ ผู้ประกอบการร้านค้าที่ขายอาหารคลีนควรที่จะบอกถึงโภชนาการ สารอาหาร และประโยชน์ของวัตถุดิบที่อยู่ในผลิตภัณฑ์อาหารให้ครบถ้วน

ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจรับประทานอาหารคลีน ผู้บริโภคส่วนใหญ่คำนึงถึงคือวัตถุดิบที่ก่อให้เกิดผลเสียต่อร่างกาย ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องให้ความสำคัญในการเลือกสรรวัตถุดิบที่ดีที่สุดและมาจากธรรมชาติให้มากที่สุดเพื่อนำมาเป็นวัตถุดิบในการประกอบอาหารให้ผู้บริโภคได้รับประทาน

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจรับประทานอาหารคลีน ผู้บริโภคให้ความสนใจในเรื่องของคุณค่าทางโภชนาการของอาหารคลีนและราคาของอาหารคลีนที่เหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ ดังนั้นผู้ประกอบการควรที่จะคำนึงถึงการบอกประโยชน์ของสารอาหารให้ครบถ้วนและถูกต้อง และมีการบอกถึงปริมาณและสัดส่วนของข้อมูลทางโภชนาการบนบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงข้อมูลในส่วนนั้น ซึ่งข้อมูลโภชนาการเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการรับประทานอาหารคลีนเพื่อลดน้ำหนัก ส่วนในด้านของราคา

ผู้ประกอบการควรที่จะใส่ใจในเรื่องของคุณภาพวัตถุดิบเพื่อให้มีความเหมาะสมกับราคามากขึ้น ทำให้สามารถตอบโจทย์ลูกค้าได้อย่างชัดเจน

เอกสารอ้างอิง

กาญจนา แซ่มซ้อย. (2560). ปัจจัยสังคมและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารคสึนของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา คณะ

บริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ณัฐฐิณัน พรหมมา. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ณัฐฐา ม้วนสุธา. (2557). ปัญหาสุขภาพกับสังคมไทย. ค้นเมื่อวันที่ 12 ก.ย. 25622, สืบค้นจาก <https://www.srth.moph.go.th>

ณัฐภัทร วัฒนถาวร. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคสึนฟู้ดของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ดารา ทีปะปาล. (2542). การบริหารการตลาด. กรุงเทพมหานคร. : ภาควิชาการตลาด : มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

สง่า ดามาพงษ์. (2557). คสึนฟู้ด อีกมิติของการกินเพื่อสุขภาพ.ค้นเมื่อวันที่ 15 กันยายน 25622, สืบค้นจาก <https://www.thaithealth.or.th>

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2562). สสส.ชวนคนไทยตั้งเป้าหมายสุขภาพดีเอาชนะในควมแพ้. ค้นเมื่อวันที่ 15 กันยายน 2562, สืบค้นจาก <https://www.thaithealth.or.th>

สมคิด บางโม. (2548). องค์การและการจัดการ. (พิมพ์ครั้งที่4). กรุงเทพมหานคร : วิทยพัฒน์ สร้อยตระกูล (ติวยานนท์) อรรถมานะ. (2541). พฤติกรรมองค์การ : ทฤษฎีและการประยุกต์. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). กลยุทธ์การตลาดและการวางแผนการตลาด. กรุงเทพมหานคร : วีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.

ฟู๊ด เนวิกเตอร์-ยูเอสเอ. (2558). อิทธิพลจากรากอาหารเพื่อสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับการ
เดินทางไปชิมอาหารจากทั่วทุกมุมโลก. ค้นเมื่อวันที่ 13 ก.ย. 25622,
สืบค้นจาก <http://www.noe26.tv/mobile/view/41369>

อัมพูชา พวงไม้. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนในกรุงเทพมหานคร.
นักศึกษาหลักสูตรปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัย
กรุงเทพ