

# การตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอเมืองกระบี่

## Consumers' Decision to Buy Clean Food in Mueang Krabi District

ฉัตรกุล กฤตนาคนประไพ

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอเมืองกระบี่ กลุ่มตัวอย่างการวิจัยในครั้งนี้คือ ผู้บริโภคในพื้นที่ตลาดถนนวัฒนธรรม อำเภอเมืองกระบี่ จังหวัดกระบี่ จำนวน 400 คน โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบไปด้วย สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบความแตกต่าง t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30-39 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพรับราชการหรือพนักงานราชการหรือลูกจ้างของรัฐ รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองกระบี่ และมีการออกกำลังกาย สัปดาห์ละ 3 วัน สำหรับการบริโภคอาหารคลีนโดยรวมผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมาก การตัดสินใจซื้ออาหารคลีนโดยรวมผู้บริโภคมีระดับการตัดสินใจซื้อปานกลาง ส่วนการบริโภคอาหารคลีนโดยรวมและรายด้านส่วนใหญ่ มีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกับการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอเมืองกระบี่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ :** การตัดสินใจซื้อ, อาหารคลีน, ผู้บริโภค

### Abstract

The objective of this independent study was to investigate consumers' decision to buy clean food in Mueang Krabi District. The sample of this study was 400 consumers in Krabi Cultured Street Market, Mueang Krabi District, Krabi province. A questionnaire was used as a research instrument. Data were analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation as well as inferential statistics, including Independent Sample t-test, One-way ANOVA and Pearson's Correlation Coefficient with a statistical significance level of 0.05. The results of this study could be showed that : Most of the respondents were female, age between 30-39 years old, graduated with a Bachelor's degree, worked as civil servant, government official or government employee, earned an average personal income of 10,001 - 20,000 Baht per month, have lived in Mueang Krabi District, and exercised 3 days a week. The respondents' opinion towards clean food

consumption was at a high level. The respondents' decision to buy clean food was at a moderate level. Clean food consumption at both overall and individual aspects was positively related to the respondents' decision to buy clean food with a statistical significance level of 0.05

**Keyword :** Purchase decision, Clean Food, Consumer

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันพฤติกรรมการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มของผู้บริโภคได้เปลี่ยนแปลงไป ทั้งด้านความพึงพอใจส่วนบุคคล รสชาติ และความมีจิตสำนึกต่อสังคมส่วนรวม โดยปัจจัยหลักที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคและมีอิทธิพลอย่างมากต่อตลาดอาหารและเครื่องดื่มในปี พ.ศ. 2562 ได้แก่ แนวคิดการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ความใส่ใจในการดูแลสุขภาพ และความสะดวกสบาย (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, กระทรวงพาณิชย์, 2561)

กระแสความต้องการสินค้ากลุ่มอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี (Health and Wellness) กำลังเป็นที่มาแรงอย่างมากในทุกตลาดทั่วโลก รวมถึงตลาดประเทศไทย และผู้ผลิตต่างมองเห็นโอกาสการเติบโตของตลาดดังกล่าว จึงได้พยายามพัฒนาสินค้าอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพออกสู่ตลาดเพิ่มขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2561 มีมูลค่า 190,219 ล้านบาท หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 3.4 ต่อปี ตลอดช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (ปี พ.ศ. 2557 - พ.ศ. 2561) โดยส่วนใหญ่เป็นสินค้าอาหารมีสัดส่วนมูลค่าตลาดร้อยละ 53.4 มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 5.5 ต่อปี ส่วนสินค้าเครื่องดื่มมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 1.3 ต่อปีเท่านั้น (ศูนย์วิจัยวิจัยเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร, สถาบันอาหารกระทรวงอุตสาหกรรม, กระทรวงอุตสาหกรรม, 2562)

อาหารคลีน (Clean Food) เป็นอาหารเพื่อสุขภาพในอีกรูปแบบหนึ่ง ที่เน้นการทานอาหารแบบธรรมชาติ ไม่ผ่านการปรุงแต่งหรือผ่านการปรุงแต่งบ้างเล็กน้อย และเป็นอาหารที่สด สะอาด

ดังนั้นผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอเมืองกระบี่ เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารคลีน และสามารถให้ผู้ประกอบการและนักการตลาดใช้เป็นข้อมูลประกอบการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์การตลาด นำมาซึ่งการเพิ่มยอดขายและผลกำไร หรือท่านผู้ที่สนใจสามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางสำหรับธุรกิจอาหารคลีนได้

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอเมืองกระบี่

## สมมติฐานของการวิจัย

**สมมติฐานที่ 1** ลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอเมืองกระบี่ที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 2** การบริโภคอาหารคลีน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอเมืองกระบี่

## ขอบเขตของการวิจัย

**1. ขอบเขตด้านเนื้อหา :** การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอเมืองกระบี่ ประกอบด้วย

### 1.1 ตัวแปรต้น (Independent Variable) คือ

- ลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุดที่สำเร็จ อาชีพ รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน อำเภอที่อาศัยและการออกกำลังกาย

- การบริโภคอาหารคลีน ประกอบด้วย อาหารที่ไม่ผ่านการปรุงแต่งด้วยสารเคมีต่างๆ อาหารที่ผ่านการแปรรูปน้อยที่สุด อาหารที่สดสะอาด และอาหารที่เน้นธรรมชาติของอาหารนั้น

### 1.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ

การตัดสินใจซื้ออาหารคลีน ประกอบด้วย ระดับชั้นทางสังคม (Social Class) วัฒนธรรม (Culture) กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) และแรงจูงใจ (Motivation)

## 2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่เคยซื้ออาหารคลีนในตลาดถนนวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่

## 3. ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ตลาดถนนวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่

## 4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ใช้เวลาทั้งหมด 2 เดือน เริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคม ถึง ธันวาคม 2562

## ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ปัจจัยเฉพาะของบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของบุคคล ได้แก่ เพศ (Sex) อายุ (Age) การศึกษา (Education) อาชีพ (Occupation) รายได้ (Income) รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) และบุคลิกลักษณะและแนวความคิดของตนเอง (Personality and Self-concept) (ฉัตยา เสมอใจ, 2556, หน้า 99)

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้บริโภค

ผู้บริโภค ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ให้ความหมายไว้ว่า ผู้ซื้อหรือได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการ และหมายความรวมถึงผู้ใช้สินค้าหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยชอบ แม้มิได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทนก็ตาม (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, 2562)

ผู้บริโภค (Consumer) หมายถึง บุคคลผู้ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการประเมิน การครอบครอง และการใช้สินค้าหรือบริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการใช้ด้วยตนเองและการใช้ในครัวเรือน (ฉัตยา เสมอใจ, 2556, หน้า 33)

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอาหารคลีน

อาหารคลีน (Clean Food) หมายถึง อาหารที่ไม่ผ่านการปรุงแต่งด้วยสารเคมีต่างๆ หรือผ่านการแปรรูปน้อยที่สุด อาหารเหล่านี้จะเป็นอาหารที่สดสะอาด ผ่านขั้นตอนการปรุงแต่งมาน้อยหรือไม่ผ่านการปรุงแต่งเลย เน้นธรรมชาติของอาหารนั้นเป็นหลัก ไม่ผ่านกระบวนการหมักดองหรือปรุงรสใดๆ มากจนเกินไป เช่น เค็มจัด หวานจัด หรือ มัน เป็นต้น (คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล, มหาวิทยาลัยมหิดล, 2558)

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจซื้อ หมายถึง การที่ผู้บริโภคมีรูปแบบและขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ แต่ละประเภทที่แตกต่างกัน สำหรับสินค้าบางประเภทผู้บริโภคอาจต้องใช้เวลาในการตัดสินใจนานและต้องการข้อมูลมาก แต่สำหรับสินค้าบางประเภทกลับใช้เวลาสั้น ไม่ต้องการข้อมูลมากในการตัดสินใจหรือบางครั้งผู้บริโภคอาจจะตัดสินใจในทันทีโดยไม่ต้องพิจารณาข้อมูลเพิ่มเติม (ฉัตยา เสมอใจ, 2556, หน้า 46)

### องค์ประกอบที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

องค์ประกอบที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ มี 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ระดับชั้นทางสังคม (Social Class) วัฒนธรรม (Culture) กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) และแรงจูงใจ (Motivation) (สมชาติ กิจยรรย, 2562, หน้า 109)

### วิธีการดำเนินการวิจัย

#### ประเภทของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

#### ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้ที่เคยซื้ออาหารคลีนในตลาดถนนวัฒนธรรม อำเภอเมืองกระบี่ จังหวัดกระบี่ ในช่วงตั้งแต่เดือน มกราคม 2560 - พฤศจิกายน 2562

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการคำนวณเพื่อหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง กรณีไม่ทราบจำนวนประชากรตามสูตรของ Cochran เนื่องจากไม่มีข้อมูลจำนวนผู้บริโภคอาหารคลีนในพื้นที่ตลาดถนนวัฒนธรรม อำเภอเมืองกระบี่ จังหวัดกระบี่ โดยคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อน  $\pm 5$  ได้จำนวน 385 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2560, หน้า 46)

#### วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากการสำรวจ (Survey Method) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาวิเคราะห์ผล (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2560, หน้า 16)

#### เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ตอน มีรายละเอียดดังนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2560, หน้า 71)

**ตอนที่ 1** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check - List) มีข้อความจำนวน 7 ข้อ

**ตอนที่ 2** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการบริโภคอาหารคลีน ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีข้อความจำนวน 14 ข้อ

**ตอนที่ 3** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้ออาหารคลีน ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีข้อคำถามจำนวน 19 ข้อ

**ตอนที่ 4** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open ended Questions)

สำหรับขั้นตอนและวิธีการสร้างแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีทั้งหมด 8 ขั้นตอนตามลำดับดังนี้

1. ศึกษาหลักการสร้างแบบสอบถามและกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย
2. ศึกษาข้อมูลจากตำราเรียน หนังสือ เอกสาร บทความ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางนำมาสร้างข้อคำถาม (Item) ของแบบสอบถาม
3. กำหนดประเด็นและขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และประโยชน์ของการวิจัย
4. สร้างแบบสอบถามฉบับร่าง
5. นำแบบสอบถามฉบับร่างเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา และทำการปรับปรุงแก้ไข
6. นำแบบสอบถามฉบับร่างเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมเนื้อหาและความถูกต้องในสำนวนภาษา เมื่อผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจสอบตามแบบประเมินแล้ว จึงนำไปทำการทดสอบค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Validity) โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC : Index of Congruence) ซึ่งสามารถคำนวณค่าความสอดคล้องได้เท่ากับ 1.00
7. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญและได้ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทดลองเก็บข้อมูล (Try out) กับกลุ่มทดลอง จำนวน 30 คน และนำผลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าแอลฟาที่ 0.91 สูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้ (0.7) ถือว่าแบบสอบถามนี้ มีความเชื่อมั่นและสามารถนำไปเก็บข้อมูลจริงได้
8. แจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ชุด โดยทำการแจกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างเพื่อไว้ใช้ประมาณร้อยละ 12 รวมเป็นทั้งสิ้น 430 ชุด

### วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติดังนี้

1. **สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)** ประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. **สถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics)** ประกอบด้วย การวิเคราะห์ด้วยวิธี Independent Sample t-Test การวิเคราะห์ด้วยวิธี One-way ANOVA และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยวิธี Pearson's Correlation Analysis

## ผลการวิจัย

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งเก็บจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 ชุด ทั้งนี้ได้แจกแบบสอบถามเผื่อไว้ จำนวน 45 ชุด และได้รับคืนมาทั้งหมด จำนวน 415 ชุด เมื่อตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ได้แบบสอบถามที่มีความถูกต้องสมบูรณ์ จำนวน 400 ชุด

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล

ผลการวิเคราะห์พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 73.25 อายุระหว่าง 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.00 การศึกษาสูงสุดที่สำเร็จเป็นระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 71.50 อาชีพรับราชการหรือพนักงานราชการหรือลูกจ้างของรัฐ คิดเป็นร้อยละ 46.25 รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.25 อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองกระบี่ คิดเป็นร้อยละ 77.00 และออกกำลังกายสัปดาห์ละ 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 25.75

### ผลการวิเคราะห์การบริโภคอาหารคสึนของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอเมืองกระบี่

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการบริโภคอาหารคสึนโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.47 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.689 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ด้านอาหารที่สด สะอาด มีค่าเฉลี่ย 3.79 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.828 และด้านอาหารที่เน้นธรรมชาติของอาหารนั้น มีค่าเฉลี่ย 3.58 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.805 ส่วนด้านที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านอาหารที่ผ่านแปรรูปน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.28 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.877 และด้านอาหารที่ไม่ปรุงแต่งด้วยสารเคมีต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.865

### ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจซื้ออาหารคสึนของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอเมืองกระบี่

ผลการวิเคราะห์พบว่า การตัดสินใจซื้ออาหารคสึนโดยรวมของผู้บริโภคอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.16 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.633 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่ผู้บริโภคมีการตัดสินใจซื้อในระดับมาก คือ ด้านแรงจูงใจ (Motivation) มีค่าเฉลี่ย 3.50 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.822 ส่วนด้านที่ผู้บริโภคมีการตัดสินใจซื้อในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) มีค่าเฉลี่ย 3.19 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.738 ด้านระดับชั้นทางสังคม (Social Class) มีค่าเฉลี่ย 3.15 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.774 ด้านวัฒนธรรม (Culture) มีค่าเฉลี่ย 3.14 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.746 และด้านกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) มีค่าเฉลี่ย 2.82 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.968

## ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** ลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอเมืองกระบี่ที่แตกต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะส่วนบุคคลด้านเพศ และด้านการออกกำลังกายที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอเมืองกระบี่ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนลักษณะส่วนบุคคลด้านอายุ ด้านระดับการศึกษาสูงสุดที่สำเร็จ ด้านอาชีพ ด้านรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน และด้านอำเภอที่อาศัยที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนโดยรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 2** การบริโภคอาหารคลีน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอเมืองกระบี่

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การบริโภคอาหารคลีนโดยรวมมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันในระดับสูงถึงสูงมากกับการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.501

## อภิปรายผล

### การอภิปรายผลการวิจัยลักษณะส่วนบุคคล

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30-39 ปี สำเร็จการศึกษาสูงสุดที่ระดับปริญญาตรี และมีรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท สอดคล้องกับงานวิจัยของ กัญญาลักษณ์ ชนะภักย์, ธีระวัฒน์ จันทิก (2560) ที่ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับประทานผลิตภัณฑ์อาหารคลีนเพื่อสุขภาพสำเร็จรูป* ได้สรุปผลการวิจัยว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 17-51 ปี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี และสอดคล้องกับทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

### การอภิปรายผลการวิจัยการบริโภคอาหารคลีน

ผลการวิจัยพบว่า การบริโภคอาหารคลีนของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอเมืองกระบี่โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านอาหารที่สด สะอาด และด้านอาหารที่เน้นธรรมชาติของอาหารนั้น ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรณพ เรืองกัลปวงศ์, สรวรรณธ์ เรืองกัลปวงศ์ (2558) ที่ทำการศึกษเกี่ยวกับ *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร* ซึ่งได้สรุปผลการวิจัยไว้ว่า ปัจจัยทางการตลาดอาหารสุขภาพ



ของผู้สูงอายุด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก อันดับแรก คือ ความสะอาด ปลอดภัยจากสารเคมีและไม่มีสารปนเปื้อน

### การอภิปรายผลการวิจัยการตัดสินใจซื้ออาหารคลีน

ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจซื้ออาหารคลีนโดยรวมนั้น ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่ผู้บริโภคมีการตัดสินใจซื้อในระดับมาก คือ ด้านแรงจูงใจ (Motivation) มีระดับการตัดสินใจซื้อสูง ส่วนด้านที่ผู้บริโภคมีการตัดสินใจซื้อในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ด้านระดับชั้นทางสังคม (Social Class) ด้านวัฒนธรรม (Culture) และด้านกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฟินิจันท์ อ่อนพานิช (2560) ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับ โมเดลสมการโครงสร้างของแรงจูงใจ การรับรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีน ซึ่งได้สรุปผลการวิจัยไว้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับแรงจูงใจในการบริโภคอาหารคลีนในระดับค่อนข้างมากและปานกลาง

### การอภิปรายผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล

การทดสอบสมมติฐาน ความแตกต่างของเพศกับการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอเมืองกระบี่ ได้ผลการทดสอบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิญา สิริกุญชร (2560) ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารคลีนผ่านทางเฟชบุ๊กของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้สรุปผลการวิจัยไว้ว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารคลีนผ่านทางเฟชบุ๊กของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การทดสอบสมมติฐาน ความแตกต่างของการออกกำลังกายกับการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอเมืองกระบี่ ได้ผลการทดสอบว่า การออกกำลังกายที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ประภาพิมนต์ ปรีวัติ (2556) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง โภชนาการกับกีฬาและการออกกำลังกาย ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า สารอาหารและประโยชน์ที่ได้รับจากการรับประทานอาหารที่ถูกต้องเหมาะสมกับชนิดกีฬาหรือการออกกำลังกาย และเหมาะสมกับช่วงเวลาในการแข่งขัน จะทำให้นักกีฬาแสดงความสามารถของร่างกายได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

## การอภิปรายผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 การบริโภคอาหารคลีน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอเมืองกระบี่

จากผลการวิจัยพบว่า การบริโภคอาหารคลีนโดยรวมมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันกับการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของชิตติมา พัดลม, กุลเชษฐ์ มงคล (2558) ที่ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรม การตัดสินใจซื้ออาหารคลีนผู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้สรุปผลการวิจัยไว้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนผู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของอาหารคลีนผู้ที่ซื้อบ่อย ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ และด้านแหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### ข้อเสนอแนะ

การบริโภคอาหารคลีนของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอเมืองกระบี่พบว่า ด้านอาหารที่ผ่านการแปรรูปน้อยที่สุด และด้านอาหารที่ไม่ปรุงแต่งด้วยสารเคมีต่างๆ ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับปานกลาง เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบรับประทานอาหารที่มีรสชาติจัดจ้าน ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญกับทั้ง 2 ด้านดังกล่าว ด้วยการสร้างสรรค์เมนูอาหารคลีนให้น่ารับประทาน เน้นความอร่อยจากธรรมชาติ และใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพมาผลิตเมนูอาหารคลีน เช่น ผลิตภัณฑ์ low sodium Low Fat Low-sugar Organic และ Healthy Food เป็นต้น เพื่อให้ความหลากหลาย ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

การตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอเมืองกระบี่ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากในพื้นที่อำเภอเมืองกระบี่มีร้านอาหารคลีนน้อย ส่วนใหญ่จะผลิตตามคำสั่งซื้อและขายทางออนไลน์เท่านั้น ดังนั้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ผู้ประกอบการร้านอาหารคลีนควรจัดให้มีพื้นที่ให้บริการหรือมีที่นั่งทานภายในร้าน จัดตกแต่งร้านให้มีความเหมาะสม สะดวกสบาย มีมุมถ่ายภาพสวยๆ ให้กับลูกค้า เพื่อเพิ่มประสบการณ์ความแปลกใหม่ ความเพลิดเพลินให้กับลูกค้าในระหว่างรับประทานเมนูอาหารคลีนในรูปแบบต่างๆ

ด้านเพศกับการตัดสินใจซื้ออาหารคลีน พบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนโดยรวมที่แตกต่างกัน เนื่องจากเพศชายถูกสร้างให้แตกต่างกับเพศหญิงในส่วนของสมอง เพศชายและเพศหญิงจึงมีการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน ดังนั้น ผู้ประกอบจะต้องศึกษาและทำความเข้าใจถึงความแตกต่างของเพศที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภค เพื่อออกแบบเมนูให้เหมาะสม และตรงกับความต้องการของผู้บริโภคทั้งเพศชายและเพศหญิง

ด้านการออกกำลังกายกับการตัดสินใจซื้ออาหารคลีน พบว่า การออกกำลังกายที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนโดยรวมที่แตกต่างกัน เนื่องจากปัจจุบันคนหันมาดูแลสุขภาพด้วยการออกกำลังกายมากขึ้น และหันมาศึกษาหลักการออกกำลังกายที่ดีควบคู่ไปกับการบริโภคอาหารและโภชนาการ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการทั้งก่อนและหลังการออกกำลังกาย เพื่อผลิตเมนูอาหารคลีนสำหรับรับประทานก่อนการออกกำลังกายและเมนูอาหารคลีนสำหรับรับประทานหลังการออกกำลังกายได้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

### ข้อจำกัดในงานวิจัยและงานวิจัยในอนาคต

1. งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ สำหรับงานวิจัยในอนาคต อาจทำการศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพหรืองานวิจัยเชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลการวิจัยที่ชัดเจนมากขึ้น

2. งานวิจัยครั้งนี้ ศึกษาการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอเมืองกระบี่ สำหรับงานวิจัยในอนาคตอาจศึกษาตัวแปรอื่นๆ ตัวอย่างหัวข้อการวิจัย เช่น

- ศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารคลีนของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่ ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุดที่สำเร็จ อาชีพ รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน และอำเภอที่อาศัย ปัจจัยด้านการบริโภคอาหารคลีน ได้แก่ อาหารที่ไม่ผ่านการปรุงแต่งด้วยสารเคมีต่างๆ อาหารที่ผ่านการแปรรูปน้อยที่สุด อาหารที่สดสะอาด และอาหารที่เน้นธรรมชาติของอาหารนั้น ปัจจัยด้านพฤติกรรมกรรมการบริโภค ได้แก่ ความรู้จักผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่ทำให้เลือกซื้อ เหตุผลในการเลือกซื้อ จำนวนเงิน แหล่งที่ซื้อ ความถี่ในการซื้อ และโอกาสการซื้อในอนาคต

- ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีผลต่อการเลือกซื้ออาหารคลีนในพื้นที่อำเภอเหนือคลอง จังหวัดกระบี่ ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุดที่สำเร็จ อาชีพ รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน และอำเภอที่อาศัย ปัจจัยด้านทัศนคติของผู้บริโภค ได้แก่ ความเข้าใจความเชื่อ (Cognitive or belief) ความรู้สึก อารมณ์ ความชอบ (Affective or Emotion or Feeling Component) และพฤติกรรมหรือการกระทำ (Behavioral or Action Component) ปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ (Problem or Need Recognition) การเสาะแสวงหาข้อมูล (Search for Information) การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternative) การตัดสินใจซื้อ (Decision Making) และพฤติกรรมหลังการซื้อ (Post purchase Behavior)

### เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, กระทรวงพาณิชย์. (2561). *แนวโน้มตลาดอาหารปี 2562 มุ่งเน้นความยั่งยืน ความใส่ใจต่อสุขภาพ และความสะดวกสบาย*. สืบค้นเมื่อวันที่ 23 พฤศจิกายน 2562,

จาก <http://www.thaitradelondon.com/wp-content/uploads/2018/12/ข่าว-สัปดาห์ที่-1-7-ธ.ค.-61.pdf>

กันยาลักษณ์ ชนะภัย และ ระวีฉวี จันทิก. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับประทานผลิตภัณฑ์อาหารคลีนเพื่อสุขภาพ*. การประชุมเชิงวิชาการระดับชาติและนานาชาติด้านการบริหารธุรกิจ ครั้งที่ 5 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ (9 - 10 มีนาคม 2560), หน้า 30-44.

คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล. (2558). *อาหารคลีน*. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 พฤศจิกายน 2562, จาก <https://www.si.mahidol.ac.th/th/healthdetail.asp?aid=1205>

ฉัตยา เสมอใจ. (2556). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

ธานีรินทร์ ศิลป์จารุ. (2560). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS*. พิมพ์ครั้งที่ 17. นนทบุรี: เอส. อาร์. พรินติ้ง แมสโปรดักส์.

ธิดิมา พัฒลม และ กุลเชษฐ มงคล. (2558). *พฤติกรรม การตัดสินใจซื้ออาหารคลีนผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร*. วารสารการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา ปีที่ 4 (ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2558), หน้า 6-21.

ประภาพิมนต์ ปรวิติ. (2556). *โภชนาการกับกีฬาและการออกกำลังกาย*. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2562, จาก <http://www.khonkaensusu.com/?p=10116>

พินิจนันท์ อ่อนพานิช. (2560). *โมเดลสมการโครงสร้างของแรงจูงใจ การรับรู้ทัศนคติ และพฤติกรรม การบริโภคอาหารคลีน*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.

ศูนย์วิจัยเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร, สถาบันอาหารกระทรวงอุตสาหกรรม, กระทรวงอุตสาหกรรม. (2562). *อาหารเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีในประเทศไทย*. สืบค้นเมื่อวันที่ 23 พฤศจิกายน 2562, จาก <http://fic.nfi.or.th/MarketOverviewDomesticDetail.php?id=271>

สมชาติ กิจยรรยง. (2562). *การตลาดไร้กรอบ เทคนิคเพื่อการทำทันการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: สมาร์ท ไลฟ์.

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. (2562). *พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522*. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 พฤศจิกายน 2562, จาก [https://www.ocpb.go.th/more\\_news.php?offset=10&cid=9&startoffset=0](https://www.ocpb.go.th/more_news.php?offset=10&cid=9&startoffset=0)

อภิญา สิริบุญชร. (2560) ที่ทำการศึกษเกี่ยวกับ *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารคลีนผ่านทางเฟซบุ๊กของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. ภาคนิพนธ์ ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.

อรรณพ เรื่องกัลปวงศ์ และ สรวรรณ เรื่องกัลปวงศ์ (2558). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร*. วารสารวิจัย มสจ สหามนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ ปีที่ 11 (ฉบับที่ 2 พฤษภาคม - สิงหาคม 2558), หน้า 77-94.