

ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพประเภทอาหารคลีน ในกลุ่ม  
GEN X ในเขตกรุงเทพมหานคร

FACTORS AFFECTING CONSUMPTION BEHAVIOR OF CLEAN FOOD IN  
GEN X GROUP IN BANGKOK

ชัชฎา สะโอมแสง

สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Chatchada Sajomsang

Email : Chatchada.s@gmail.com

Faculty of Business Administration Program in Marketing

Ramkhamhaeng University

Corresponding Author

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพประเภทอาหารคลีนในกลุ่ม GEN X ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีน ในด้านการตัดสินใจซึ่งมีความแตกต่างจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการคล้อยตามแหล่งกลุ่มอ้างอิงและทัศนคติเกี่ยวกับอาหารสุขภาพ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชากรกลุ่ม GEN X ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้หลักการ

คำนวณของ Taro Yamanc (1973) ซึ่งมีระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับร้อยละ  $\pm 5$  ซึ่งตัวอย่างที่ได้มาได้ทำการเลือกใช้วิธีในการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เพื่อให้ภาพลักษณ์ที่เลือกนั้นเป็นไปตามประสงค์ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือใช้แบบสอบถามแบบปลายเปิด แบบสอบถามถูกแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อคำถามประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา รายได้

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการคล้อยตามแหล่งกลุ่มอ้างอิง ประกอบด้วย การคล้อยตามกลุ่มครอบครัว การคล้อยตามกลุ่มเพื่อน และการคล้อยตามกลุ่มสังคม ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย ค่านิยมด้านสุขภาพ ทัศนคติต่อรสชาติ ด้านความคุ้มค่า ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพประเภทอาหารคลีน ประกอบด้วย การตัดสินใจซื้อ

ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61.50 อายุ อายุสูงกว่า 56 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.80 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญา คิดเป็นร้อยละ 53.00 รายได้ 15,001 – 45,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.80

ประชากรกลุ่ม GEN X ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพประเภทอาหารคลีน โดยรวมในการตัดสินใจซื้อ ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพบว่า ตัวแปรอิสระทั้งหมด 6 ตัวแปร มีตัวแปรอิสระจำนวน 5 ตัวแปร ที่มีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ประเภทอาหารคลีน ในกลุ่ม GEN X ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการตัดสินใจซื้อ โดยเรียงลำดับตามที่มีผลสูงสุด ได้แก่ การคล้อยตามกลุ่มครอบครัว การคล้อยตามกลุ่มเพื่อน ทัศนคติต่อรสชาติ ความคุ้มค่า และค่านิยมด้านสุขภาพ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.822 และสามารถอธิบายความสัมพันธ์ได้ร้อยละ 67.6

คำสำคัญ : พฤติกรรมการบริโภค, การตัดสินใจ, อาหารคลีน

## **ABSTRACT**

Subject research Factors Affecting Consumption Behavior of Clean Food in GEN X Group in Bangkok The objective of (1) is to study personal factors including gender, age, education level and income that affect clean food consumption behavior. In terms of purchasing decisions, there were differences classified by personal factors (2) to study the correlation of source adherence, reference groups and attitudes towards healthy food. That affect clean food consumption habits The sample used for the research was 400 people of GEN X in Bangkok, using Taro Yamanc's calculation principle (1973) with a confidence level of 95% and a tolerance level of + - 5%. The samples obtained were made using a simple sample selection method. So that the selected image is in line with the research purpose. Tools used for data collection Is to use an open-ended questionnaire The questionnaire was divided into four sections. Part 1: Respondent General Information Questionnaire. The questions consisted of gender, age, education, income. Part 2 A questionnaire on conformity with reference groups consisted of family groups. Conformity And social group compliance. Part 3 Questionnaire on healthy food attitudes consisted of health values. Attitude to taste Value aspect. Part 4 Questionnaire on healthy food consumption behavior in clean food category consisted of purchasing decision.

The study found that Most of them are female. 61.50 percent of age older than 56 years, accounting for 24.80 percent. Education lower than degree. Representing 53.00 percent Revenue 15,001 - 45,000 baht or 34.80 percent. GEN X population in Bangkok Education level And different incomes Make healthy food consumption habits, clean food types Overall, the purchasing decision was significantly different at 0.05 level and the regression analysis results showed that A total of 6 independent variables, there are

5 independent variables affecting factors affecting healthy food consumption behavior Clean food category in the GEN X group in Bangkok Purchasing decisions In the order of the most effective, among them, the family group Conformity Attitude to taste, value and health values The multiple correlation coefficient (R) is 0.822 and the relationship can be described by 67.6%.

**Keywords :** Consumption behavior, Decision, Clean food

## บทนำ

ปัจจุบันการมีสุขภาพที่สมบูรณ์ และแข็งแรงยังคงเป็นที่ต้องการของคนทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็น การบริโภคอาหาร การออกกำลังกาย รายงานสุขภาพของคนไทย ปี 2557 (ชื่นฤทัย กาญจนจิตร, 2557) กล่าวไว้ว่า โรคอ้วนทำให้เกิดสาเหตุเจ็บป่วยได้ง่าย ทำให้โรคต่างๆเกิดขึ้นตามมา ความอ้วนสามารถทำให้เกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรังตามมาได้ ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญกับอาหารและสุขภาพมากขึ้นจึงทำให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพ เช่น การเสริมวิตามินเพื่อสร้างเส้นใยและกรดไขมันที่จำเป็นต่อร่างกาย และในยุคของการแข่งขันที่เรากำลังประสบอยู่ในปัจจุบัน ชีวิตมีความเร่งรีบขึ้นจึงไม่ค่อยมีเวลาให้ความสำคัญกับเรื่องความสมดุลของอาหารที่รับประทาน รวมทั้งค่านิยมการรับประทานอาหารแบบตะวันตก ซึ่งประกอบด้วย เนื้อหมู เนื้อไก่ ไขมัน นม และเนย ทำให้คนไทยมีสุขภาพและร่างกายที่เปลี่ยนไปเป็นสาเหตุของการเกิดโรค เช่น โรคเบาหวาน โรคความดันโลหิตสูง โรคหัวใจ และโรคอัมพาต ซึ่งโรคเหล่านี้ล้วนเกี่ยวกับความเสื่อมของหลอดเลือด

ปัจจุบันชาวตะวันตก ชาวยุโรปตะวันตก สหรัฐอเมริกา เอเชีย และรวมถึงประเทศไทย เริ่มตระหนักถึงพิษภัยของการกินอาหารซึ่งไม่มีความสมดุล หน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนได้มีการชักชวนให้ลดการรับประทานเนื้อสัตว์ นม และเนย ให้หันมารับประทานประเภท พืช ผัก และธัญพืช ซึ่งอุดมไปด้วยเส้นใยจากธรรมชาติ และวิตามิน ทั้งนี้การบริโภคอาหารในวัยเด็ก พบว่า อาหารประเภทเนื้อสัตว์และนมเป็น

สิ่งจำเป็น เนื่องจากร่างกายมีการเจริญเติบโตต่อเนื่อง ส่วนผู้ใหญ่ที่ร่างกายต้องการโปรตีนลดลง การรับประทานเนื้อสัตว์และนมมากเกินไปทำให้ร่างกายได้รับไขมันเพิ่ม เนื่องจากเนื้อสัตว์และนมจะมีปริมาณไขมันค่อนข้างสูง นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ที่รับประทานเนื้อสัตว์มากๆ มีโอกาสเกิดมะเร็งลำไส้ใหญ่ได้สูง ควรเปลี่ยนแปลงมารับประทานโปรตีนจากพืช พวกถั่วแทน

ผลการวิจัยทั่วไปออกมาว่า คนที่มีสุขภาพดีจะรับประทานอาหารครบ 5 หมู่ และรับประทานผลไม้ ซึ่งจะมีความแตกต่างจากการรับประทานขนมกรุบกรอบและอาหารจานด่วน ซึ่งทำให้รู้ว่าความสำคัญของการรับประทานอาหารที่ครบ 5 หมู่ และอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายจะทำให้ร่างกายแข็งแรงและสุขภาพดี ซึ่งตรงกันข้ามกับพฤติกรรม การบริโภคที่ไม่เหมาะสมของวัยรุ่น ที่มีแต่จะส่งผลเสียต่อร่างกาย ดังนั้นปัญหาพฤติกรรมบริโภคนั้นสำคัญมาก เพราะการกินดีจะส่งผลให้สุขภาพดี

ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ประเภทอาหารคลีน ในกลุ่ม GEN X ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง นำไปปรับใช้ ต่อยอด ปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการ หรือกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับการตัดสินใจซื้อของคนกลุ่ม GEN X ในปัจจุบัน

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ที่มีผลต่อพฤติกรรมบริโภคอาหารคลีน ในด้านการตัดสินใจซื้อที่มีความแตกต่างจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการคล้อยตามกลุ่มแหล่งอ้างอิงและทัศนคติเกี่ยวกับอาหารสุขภาพ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมบริโภคอาหารคลีน

## ประโยชน์ที่ใช้ในการศึกษา

ผลจากการศึกษามีประโยชน์ต่อฝ่ายที่เกี่ยวข้องดังนี้ คือ

1. ได้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีน เพื่อเป็นประโยชน์ในแนวทางการเพิ่มยอดขาย หรือความพึงพอใจต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น
2. เพื่อเป็นข้อมูลให้กับผู้ประกอบการทางการค้าด้านอาหารเพื่อสุขภาพ ได้นำไปใช้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีน
3. ได้ทราบถึงแนวทางการแก้ไขเกี่ยวกับทัศนคติต่างๆ เกี่ยวกับอาหารคลีนที่กลุ่มคน GEN X พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ

## การทบทวนวรรณกรรม

### ทัศนคติต่อสุขภาพ

ทัศนคติ หมายถึง ความคิด ความรู้สึก ความเชื่อและแนวโน้มที่จะแสดงออกของพฤติกรรมที่มีปฏิริยาโต้ตอบว่าชอบหรือไม่ชอบ ที่จะส่งผลต่อการตอบสนองในทางที่เป็นเชิงบวกหรือเชิงลบต่อบุคคล สิ่งของและสถานการณ์ในสภาพแวดล้อมของบุคคลนั้นๆ โดยที่ทัศนคตินี้สามารถที่จะเรียนรู้ หรือจัดการได้โดยใช้ประสบการณ์และทัศนคตินั้นสามารถที่จะเรียนรู้หรือสามารถถูกตีความได้จากสิ่งที่บุคคลพูดออกมาอย่างไม่เป็นทางการหรือการสำรวจที่เป็นทางการ หรือพฤติกรรมของคนเหล่านั้น ซึ่งได้มีผู้ศึกษาเรื่อง ทัศนคติให้ความหมายไว้หลากหลายดังต่อไปนี้

โรเจอร์ (Roger, 1978: 208-209 อ้างถึงใน สุรพงษ์ โสชนะเสถียร ,2533 : 122) ได้กล่าวถึงทัศนคติ ว่าเป็นดัชนีชี้ว่า บุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุหรือสิ่งแวดลอมตลอดจนสถานการณ์ต่างๆ โดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่ส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้าและ

เป็นมิติของการประเมิน เพื่อแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่งๆ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคล (Interpersonal Communication) ที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสาร อันจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป

โรเซนเบิร์กและ ฮอฟแลนด์ (Rosenberg and Hovland, 1960:1) ได้ให้ความหมายของทัศนคติว่า ทัศนคติโดยปกติสามารถนิยามว่า เป็นการจูงใจต่อแนวโน้มในการตอบสนองอย่างเฉพาะเจาะจงกับสิ่งที่เกิดขึ้น

### พฤติกรรมการบริโภคอาหาร

พฤติกรรม (Behavior) หมายถึง การกระทำ หรืออาการที่แสดงออกทางกล้ามเนื้อ ความคิดของบุคคลที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าภายในจิตใจ และภายนอก อาจทำไปโดยรู้ตัว หรือไม่รู้ตัว อาจเป็นพฤติกรรมที่พึงประสงค์และไม่พึงประสงค์ ผู้อื่นอาจสังเกตจากการกระทำนั้นได้และสามารถใช้เครื่องมือทดสอบได้ พฤติกรรมจึงเป็นลักษณะการตอบสนองต่อสิ่งเร้าของบุคคลเกิดปฏิกิริยาต่างๆ ที่บุคคลแสดงออกทั้งที่สังเกตเห็นได้ และสังเกตไม่ได้ แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

**พฤติกรรมภายใน (Covert Behavior)** ได้แก่ กิจกรรม หรือปฏิกิริยาสิ่งที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล เช่น ความคิดความรู้ความเชื่อเจตคติ เป็นต้น

**พฤติกรรมภายนอก (Overt Behavior)** ได้แก่ กิจกรรม หรือปฏิกิริยาสิ่งที่เกิดขึ้นจากตัวบุคคลสังเกตเห็นได้ เช่น ความสุภาพ ความคล่องแคล่วว่องไว ลักษณะท่าทาง เป็นต้น พฤติกรรมเป็นผลที่เกิดจากการทำปฏิกิริยาของมนุษย์หรืออินทรีย์กับสิ่งแวดล้อม และได้กล่าวถึงพฤติกรรมของ Bloom (อ้างถึงใน ประภาเพ็ญ สุวรรณและสวิง สุวรรณ, 2536, หน้า 15) ว่าพฤติกรรมมีองค์ประกอบอยู่ 3 ด้านด้วยกันคือ

1. พฤติกรรมด้านพุทธิปัญญา (Cognitive Domain) พฤติกรรมด้านนี้เกี่ยวข้องกับการรับรู้ การจำข้อเท็จจริงต่างๆ รวมทั้งการพัฒนาความสามารถและทักษะทางสติปัญญากการใช้วิจารณญาณเพื่อประกอบการตัดสินใจ พฤติกรรมด้านนี้ประกอบด้วยความสามารถระดับต่างๆคือ ความรู้ความเข้าใจการประยุกต์ หรือการนำความรู้ไปใช้ การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ และการประเมินค่า

2. พฤติกรรมด้านทัศนคติ ค่านิยม ความรู้สึกชอบ (Affective Domain) พฤติกรรมด้านนี้หมายถึง ความสนใจความคิดเห็นความรู้สึกรู้สึกทำที่ ความชอบไม่ชอบการให้คุณค่า การรับการเปลี่ยนแปลง หรือการปรับปรุงค่านิยมที่ยึดถือเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของบุคคล พฤติกรรมด้านนี้แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน คือ การรับหรือการให้ ความสนใจ การตอบสนอง การให้ค่าหรือการเกิดค่านิยม การจัดกลุ่มค่า และการแสดงลักษณะตามค่านิยมที่ยึดถือ

3. พฤติกรรมด้านการปฏิบัติ (Psychomotor Domain) เป็นพฤติกรรมที่ใช้ความสามารถทางร่างกายแสดงออกมา ซึ่งรวมทั้งการปฏิบัติหรือพฤติกรรมที่แสดงออกและสังเกตได้ในสถานการณ์หนึ่งๆ หรืออาจจะเป็นพฤติกรรมที่ล่าช้า คือบุคคลไม่ได้ปฏิบัติทันที ซึ่งต้องอาศัยพฤติกรรมระดับต่างๆ ทางด้านพุทธิปัญญาและด้านทัศนคติที่กล่าวมาแล้ว เป็นส่วนประกอบพฤติกรรมด้านนี้ เมื่อแสดงออกมาจะสามารถประเมินผลได้ง่าย แต่กระบวนการที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมนี้ต้องอาศัยระยะเวลาและการตัดสินใจหลายขั้นตอน

ความหมายของพฤติกรรมบริโภคอาหารที่มีผู้ให้ความหมายของการบริโภคอาหารไว้มากมายซึ่งก็มีความแตกต่างและคล้ายกันบ้าง ผู้วิจัยได้ยกมาประกอบเนื้อหาในการวิจัยดังนี้

ศาสตราจารย์ (2529) ได้อธิบายพฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนไทยออกเป็น 2 แบบคือ

1. พฤติกรรมการบริโภคอาหารที่พึงประสงค์จะเกิดขึ้นได้เมื่อเปลี่ยนการขาดความรู้มาเป็นการมีความรู้ เปลี่ยนความเชื่อที่ผิดให้ถูกต้องส่งเสริมสิ่งแวดล้อมให้เอื้ออำนวยต่อการมีแหล่งอาหารและลดภาวะจำยอม ปรับปรุงรูปแบบการสาธารณสุขเพื่อให้มั่นใจต่อการปลอดภัยของชีวิต

2. พฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ไม่พึงประสงค์มักจะเกิดรวมกันไป และมีผลเชื่อมโยงซึ่งการเสริมความเชื่อที่ผิดต่างๆ ส่วนความเชื่อที่ผิดที่แก้ไขยากที่สุดคือความเชื่อที่มีอิทธิพลจากวัฒนธรรมประเพณี สำหรับแหล่งอาหารจัดว่าเป็นสาเหตุสำคัญต่อการบริโภคไม่น้อยไปกว่าการเรียนรู้และบริการสาธารณสุข ส่วนปัจจัยรายได้และอำนาจการซื้อจะมีผลต่อการได้มาซึ่งอาหารสำหรับการเลี้ยงสมาชิกในครอบครัว โดยเฉพาะ



กลุ่มประชากรที่ไม่ใช่เกษตรกร การเลือกซื้ออาหารอยู่ภายใต้อิทธิพลของการโฆษณา นอกจากนี้การบริการอาหารแบบส่งถึงบ้านนั้นมักจะมีวิธีดึงดูดผู้ซื้อได้มากกว่า

### แรงจูงใจ

สุชาดา สุขบำรุงศิลป์ (2553, หน้า 17) กล่าวว่า แรงจูงใจ เป็นสิ่งที่มีอยู่ในตัวบุคคลที่ทำให้แต่ละคนเกิดแรงผลักดันในการที่ทำให้กระทำอย่างใดอย่างหนึ่งจนเกิดผลสำเร็จ โดยที่มนุษย์เราทุกคนมีความคาดหวังและความต้องการ (Needs) รวมถึงจุดมุ่งหมายในชีวิตที่ทำให้เกิดแรง ขับเคลื่อน (Drive) เพื่อนำไปสู่เป้าหมาย (Goals) เพราะฉะนั้นแรงจูงใจจึงมีอิทธิพลที่จะกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมาทางใดทางหนึ่งและปฏิบัติตาม เพื่อให้ตนเองนั้นได้สิ่งที่คาดหวังหรือต้องการ

หทัยทิพย์ แดงปทิว (2559, หน้า 21) กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง สิ่งที่มีพลังผลักดันคนให้ เกิดพฤติกรรมและทิศทางเป้าหมายของบุคคลนั้นๆ ซึ่งบุคคลที่มีแรงจูงใจสูงมากจะยิ่งใช้ความพยายามมากในการกระทำเพื่อไปสู่เป้าหมายอย่างชัดเจน ในขณะที่เดียวกันบุคคลที่มีแรงจูงใจต่ำจะไม่มี ความพยายามในการทำให้สำเร็จหรือ ล้มเลิกการกระทำก่อนสำเร็จตามเป้าหมายนั่นเอง

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

#### 1. ตัวแปรอิสระ

-ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้

-การคล้อยตามแหล่งกลุ่มอ้างอิง ประกอบด้วย การคล้อยตามกลุ่มครอบครัว การคล้อยตามกลุ่มเพื่อน การคล้อยตามกลุ่มสังคม

-ทัศนคติเกี่ยวกับอาหารสุขภาพ ประกอบด้วย ค่านิยมสุขภาพ ทัศนคติต่อรสชาติ ด้านความคุ้มค่า

#### 2. ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีน ประกอบด้วย การตัดสินใจ

ซื้อ

## วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพประเภทอาหารคลีนในกลุ่ม GEN X ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) และ มีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสำรวจจากแบบสอบถาม (Question) โดยแบบสอบถามมีค่าความสอดคล้องรายข้อ ตั้งแต่ 0.6 – 1.0 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดว่า ค่าความสอดคล้องของแบบสอบถามแต่ละข้อต้องมีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป จึงจะถือว่ามีความสามารถนำไปใช้ได้ และนำไปทดลองใช้กับกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 30 คน และหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ตามวิธีของ Taro Yamanc (1973) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.809 แสดงว่า ข้อคำถามมีระดับความเชื่อมั่นสูงและสามารถนำไปเก็บข้อมูลได้

## การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ดังนี้

### 1. สถิติเชิงพรรณนา ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละและค่าความถี่กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการอธิบายคุณลักษณะกับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ พฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ

### 2. สถิติอนุมาน ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

2.1 พฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามเพศ จะใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการทดสอบ t-Test

2.2 พฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา และรายได้ จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD

2.3 เพื่อศึกษาการคล้อยตามกลุ่มแหล่งอ้างอิง และทัศนคติเกี่ยวกับอาหารสุขภาพ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ถดถอยพหุคูณ Multiple Regression Analysis และผู้วิจัยทำการวิเคราะห์องค์ประกอบ โดยเทคนิค Factor Analysis ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ คือ 1)ด้านการคล้อยตามครอบครัว จัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรได้ 1 องค์ประกอบ 2)ด้านการคล้อยตามกลุ่มเพื่อน จัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรได้ 1 องค์ประกอบ 3)ด้านการคล้อยตามกลุ่มสังคม จัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรได้ 1 องค์ประกอบ 4)ด้านค่านิยมด้านสุขภาพจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรได้ 1 องค์ประกอบ 5)ด้านทัศนคติต่อรสชาติ จัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรได้ 1 องค์ประกอบ 6)ด้านความคุ้มค่า จัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรได้ 1 องค์ประกอบ

#### สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพประเภทอาหารคลีน ในกลุ่ม GEN X ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61.50 อายุ อายุสูงกว่า 56 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.80 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญา คิดเป็นร้อยละ 53.00 รายได้ 15,001 – 45,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.80

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพประเภทอาหารคลีน ในกลุ่ม GEN X ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการคล้อยตามครอบครัวมีระดับความคิดเห็นปานกลาง ด้านการคล้อยตามกลุ่มเพื่อน มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ด้านการคล้อยตามแหล่งอ้างอิง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ด้านค่านิยมด้านสุขภาพ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ด้านทัศนคติต่อรสชาติ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ด้านความคุ้มค่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และ ด้านการตัดสินใจซื้อ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

2. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพประเภทอาหารคลีน ในกลุ่ม GEN X ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ สามารถสรุปการวิจัยได้ดังนี้

2.1 ประชากรกลุ่ม GEN X ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพประเภทอาหารคลีนโดยรวมไม่ต่างกัน

2.2 ประชากรกลุ่ม GEN X ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ ระดับการศึกษา รายได้ ต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพประเภทอาหารคลีนโดยรวมต่างกัน

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพประเภทอาหารคลีน ในกลุ่ม GEN X ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

3.1 เพศที่ต่างกัน ทำให้ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพประเภทอาหารคลีน ในกลุ่ม GEN X ในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมการตัดสินใจซื้อไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

3.2 อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ทำให้ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพประเภทอาหารคลีน ในกลุ่ม GEN X ในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมการตัดสินใจซื้อ ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ทำให้ตัวแปรทั้ง 3 ตัวนี้สามารถอธิบายความแปรปรวนของปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพประเภทอาหารคลีน ในกลุ่ม GEN X ในเขตกรุงเทพมหานคร

3.3 การคล้อยตามกลุ่มครอบครัว การคล้อยตามกลุ่มเพื่อน ค่านิยมสุขภาพ ทัศนคติต่อรสชาติ ความคุ้มค่า มีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อ

สุขภาพประเภทอาหารคลีน ในกลุ่ม GEN X ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทำให้ทั้ง 5 ตัวนี้สามารถอธิบายความแปรปรวนของปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพประเภทอาหารคลีน ในกลุ่ม GEN X โดยค่าสัมประสิทธิ์พหุคูณ เท่ากับ 0.822 และสามารถอธิบายความสัมพันธ์ได้ร้อยละ 67.6

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ปัจจัยส่วนบุคคล

1.1 จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ เนื่องจากทั้งเพศหญิงและเพศชาย สนใจเรื่องการดูแลสุขภาพได้ ไม่จำกัดเพศ

1.2 จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ เนื่องจากด้วยอายุ ระดับการศึกษา รายได้ที่เพิ่มขึ้น ทำให้มาสารที่มีปัจจัยทางด้านสุขภาพเข้ามาเกี่ยวข้อง เนื่องจากการขาดวิตามิน หรือสารอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกายลดลง จึงต้องการหาส่วนที่จำเป็นมาทดแทนส่วนที่ขาดหายไป เช่น เมื่ออายุเพิ่มขึ้น ร่างกายอาจไม่สามารถผลิตสารสำคัญต่างๆ ได้ เช่น แคลเซียม คอลาเจน หรือวิตามินบางชนิด จึงต้องหาส่วนทดแทนเช่น อาหารที่มีส่วนผสมครบ 5 หมู่ ตามหลักโภชนาการ ดังนั้นผู้ประกอบการควรคำนึงถึงปัจจัยส่วนบุคคลเหล่านี้ เพื่อมาปรับรูปแบบของอาหารให้มีความหลากหลายทางรสชาติหรือสารอาหารมากขึ้น

### 2. ส่วนประสมทางการตลาด

2.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) การเลือกประเภทอาหารจะต้องถูกกลุ่มเป้าหมายหรือตรงกับความต้องการ เช่น อาหารญี่ปุ่น เกาหลี ฝรั่งเศส สเต็ก พืชชา หรือดื่มชา เป็นต้น และคุณภาพของอาหารต้องสดใหม่อยู่เสมอ

2.2 ราคา (Price) ควรตั้งราคาให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เลือกราคาที่กลุ่มลูกค้ายินดีที่จะจ่าย ราคาเหมาะสมปริมาณของอาหาร

2.3 ทำเล ที่ตั้ง (Place) สำหรับการทำธุรกิจค้าขายใดๆ ก็ตาม เรื่องการเลือกทำเลเป็นสิ่งที่สำคัญมาก ทำเลที่อยู่ติดถนน เดินทางได้สะดวก มีที่จอดรถ อยู่ใกล้กับแหล่งชุมชนมีคนสัญจรไปมามากทำให้มีโอกาสที่จะเรียกลูกค้าได้ง่ายกว่า

2.4 โพรโมชัน (Promotion) การทำการตลาดในยุคนี้มักจะผสมผสานการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาใช้ประโยชน์อย่างอินเทอร์เน็ตหรือโซเชียลมีเดียต่างๆ เป็นเครื่องมือที่ประหยัดงบประมาณได้มากกว่าสื่อแบบดั้งเดิม และยังสามารถเข้าถึงได้ง่ายจากทุกที่ ทุกเวลา การจัดโปรโมชัน เช่น การสะสมแต้มเพื่อแลกซื้อสินค้าภายในร้าน การซื้อสินค้าชิ้นที่ 2 ลดราคา 10% เป็นต้น

### 3. ปัจจัยด้านความเสี่ยง

จากการผลการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ การทำธุรกิจเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพ ในกลุ่มอาหารคลีน มีความเสี่ยงสูง อาจมาเนื่องจากการได้รับความนิยมน้อยที่ไม่มากพอ การผลิตอาหารเสริมเพื่อสุขภาพที่มีมากขึ้นในปัจจุบัน ทำให้การบริโภคอาหารเพื่อประโยชน์ต่อร่างกายมีความสะดวก และง่ายต่อการใช้ชีวิตประจำวันของคนในปัจจุบันมากขึ้น

#### ข้อเสนอแนะเพื่อวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาตัวแปรเพิ่มขึ้น ตัวแปรที่อาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ เช่น ตัวแปรด้านส่วนประสมทางการตลาด เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในแนวทางการเพิ่มยอดขาย หรือการขยายต่อยอดธุรกิจต่อไปในอนาคต

2. ควรศึกษาในเขตพื้นที่อื่นๆ เพื่อเปรียบเทียบ เช่น ในเขตปริมณฑลเพิ่มเติม รวมทั้งในพื้นที่ต่างจังหวัดที่เป็นจังหวัดใหญ่มีความสำคัญทางการท่องเที่ยว เนื่องจากจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก อาจเกิดการต้องการทางด้านความต้องการบริโภคที่

หลากหลาย เช่น สมุทรปราการ เชียงใหม่ ภูเก็ต เป็นต้น เป็นประโยชน์ต่อการขยายและ  
ต่อยอดธุรกิจ

3. ทำการวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความสัมพันธ์กับการบริโภค  
อาหารเพื่อสุขภาพ โดยเฉพาะรูปแบบการใช้ชีวิตของคนในเขตกรุงเทพมหานครที่มี  
ความเร่งรีบและซับซ้อน มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

### เอกสารอ้างอิง

ชนัญญา พรศักดิ์วิวัฒน์.(2560).พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพรูปแบบอาหาร  
คลีน (Clean Food) กลุ่มวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร.เศรษฐศาสตร์  
มหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ชนาวุฒิ มั่งมี.(2561). แรงจูงใจและปัจจัยทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า  
และบริการประเภท โรงภาพยนตร์และ E-movie ผ่านระบบพาณิชย์  
อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ณัฐภัทร วัฒนถาวร.(2558).ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนผู้คของ  
ประชากรในกรุงเทพมหานคร.บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปณิศา มีจินดา.(2553).พฤติกรรมผู้บริโภค,กรุงเทพมหานคร: บริษัท ชรรรมสาร จำกัด.

ภาคย์ ชูชื่น.(2560).ระดับการยอมรับของลูกค้าต่อการประชาสัมพันธ์ของ การประปา  
ส่วนภูมิภาคสาขาเชียงใหม่.บัณฑิตวิทยาลัย.มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.