

**ทัศนคติและอิทธิพลทางสังคมที่ส่งผลต่อความตั้งใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อ
สุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**

**Attitude and social influence toward the intention of choosing healthy food
product consumption of Bangkok consumers**

ณัทพล ชูปรีชา

สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Nuthaphol Shuprisha

Email : nutshuprisha@aim.com

Faculty of Business Administration Program in Marketing

Ramkhamhaeng University

Corresponding Author

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับความคิดเห็น (2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างนิสัยการบริโภคกับความตั้งใจเลือกบริโภค และ (3) ศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติ ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมที่ส่งผลต่อความตั้งใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างเป็นประชากรกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ได้มาจากการสุ่มแบบบังเอิญหรือสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามลักษณะเป็นมาตรวัดประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานโดยใช้โปรแกรม SPSS ข้อมูลได้แก่ การแจกแจงในรูปความถี่ โดยใช้ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยวิธีไคสแควร์ และการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษา พบว่า นิสัยการบริโภคมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเลือกบริโภค 3 ตัวแปร จาก 5 ตัวแปร และปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ดังทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน มี 5 ตัวแปร จาก 7 ตัวแปร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สรุปได้ว่า ความตั้งใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ ได้แก่ ทัศนคติต่อสุขภาพที่ดี

ทัศนคติต่อรสชาติ การคล้อยตามบุคคลมีชื่อเสียง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ด้านความสามารถ และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมด้านเวลา

คำสำคัญ: ทัศนคติ, การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง, การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม, ความตั้งใจ, ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน

Abstract

The objective of this research was to (1) study the level of opinion, (2) study the relationship between eating habits and consumption intention, and (3) study The attitude, The subjective norm, The perceived behavioral control that affect the intention of choosing healthy food product consumption of Bangkok consumers. The sample group was the population of Bangkok, 400 people, obtained from convenient randomization. The research tool was a questionnaire that was a five-level likert scale statistical measure used in basic statistical analysis using SPSS. Data was frequency distribution by using statistics, percentage, mean, and standard deviation. Relationship analysis by chi-square method and multiple regression analysis.

The results of the study found that eating habits were related to 3 out of 5 variables in determination of consumption and factors affecting the intention of choosing healthy food products among consumers in Bangkok. As in the theory of planned behavior, there were 5 out of 7 variables at the statistical significance level of 0.05.

It can be concluded that the choice to consume healthy food is the main factor that leads the consumers in Bangkok to buy healthy food products, ie, Attitude to healthy, Attitude to taste, Influence by famous people, Perception of ability behavior control And Perception of ability to control time behavior.

Keywords: Attitude, Subjective norm, Perceived behavioral control, Intention, Theory of planned behavior (TPB)

บทนำ

แนวโน้มในประเทศไทยที่สำคัญ คือความสวยงามในการมีผิวพรรณและมีรูปร่างที่ดี และยังคงมีความสำคัญอย่างต่อเนื่อง แต่ผู้บริโภคก็มักจะมีพฤติกรรมที่ตรงข้ามมักจะบริโภคอาหารที่ไม่ได้ส่งผลดีต่อสุขภาพหรือตามใจปาก ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ จึงต้องมีรสชาติที่ดีไม่จืดและต้องไม่ทำลายสุขภาพ และมีประโยชน์ที่ดีต่อผิวพรรณ และช่วยให้รูปร่างดีจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคมีความต้องการมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2557)

จากข้อมูลข้างต้นการที่ผู้วิจัยศึกษาถึงปัจจัยด้านทัศนคติ (Attitudes) ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) ปัจจัยด้านการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceive Behavioral Control) ซึ่งมาจากแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) (Ajzen

and Fishbein, 1980; Fishbein and Ajzen, 1975) ต่อบังคับด้านความตั้งใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ (Behavioral Intentions) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพได้ทราบถึงมุมมองความต้องการของผู้บริโภค พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อหรือบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครอันจะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพอาหาร และการบริการให้ดียิ่งขึ้นและการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด รวมถึงการบริหารงานต่าง ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายซึ่งคือกลุ่มผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครให้ได้มากที่สุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงระดับความเห็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของนิสัยการบริโภคกับความตั้งใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาถึงทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมที่ส่งผลต่อความตั้งใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ผู้ประกอบการ และผู้ที่ต้องการลงทุนประกอบธุรกิจเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถนำข้อมูลจากผลการวิจัยไปใช้เป็นการกำหนดกลยุทธ์การตลาดของผลิตภัณฑ์
3. ผู้ที่ทำการวิจัยสามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ต่อยอดได้

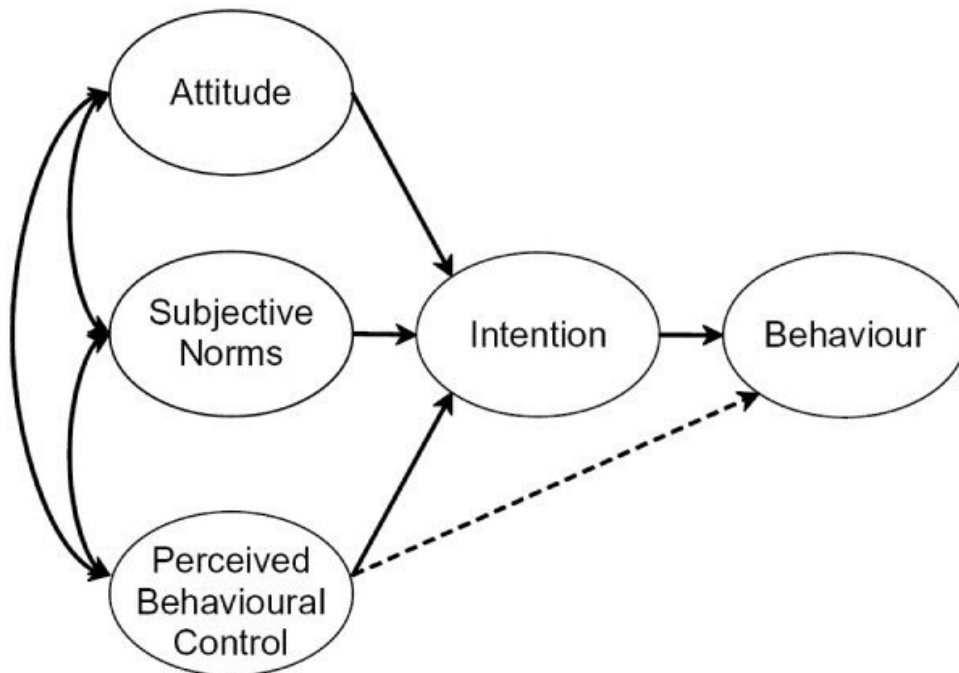
ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตประชากร คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครทั้งหมดจำนวน 5,666,264 คน สํารวจโดยใช้แบบสอบถาม
2. ขอบเขตด้านระยะเวลาในการวิจัย เริ่มดำเนินการวิจัยในช่วงเดือนธันวาคม 2563 - กุมภาพันธ์ 2564
3. ขอบเขตด้านตัวแปร ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย นิสัยการบริโภค ทัศนคติต่อสุขภาพที่ดี ทัศนคติต่อรสชาติ การคล้อยตามคนในครอบครัว การคล้อยตามเพื่อน การคล้อยตามบุคคลมีชื่อเสียง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมด้านความสามารถ และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมด้านเวลา ตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ

การทบทวนวรรณกรรม

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมซึ่งบุคคลค้นหา (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การประเมินผล (Evaluating) และการใช้ซ้ำ (Disposing) การที่ผลิตภัณฑ์และบริการที่ผู้บริโภคคาดหวังว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ (Schiffman and Kanuk, 2007)

Ajzen (1991) ได้นำเสนอทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of planned behavior: TPB) ซึ่งมีการพัฒนาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1985 เป็นต้นมา โดยทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคม (Social psychology) ที่พัฒนามาเป็นส่วนขยายทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of reasoned action: TRA) โดย Fishbein and Ajzen (1975) ทฤษฎีนี้อ้างอิงถึงความคิดของมนุษย์ในการตัดสินใจโดยใช้เหตุผลเมื่อเผชิญกับทางเลือกโดยมีแนวคิดที่มนุษย์เป็นผู้ที่มีเหตุผล และรู้จักใช้ข้อมูลที่มีอยู่อย่างเป็นระบบในการตัดสินใจเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนเองและเชื่อว่าพฤติกรรมของมนุษย์ไม่ได้ถูกกำหนดโดยอารมณ์หรือขาดการพิจารณาไตร่ตรอง ก่อนที่จะตัดสินใจกระทำหรือไม่กระทำ พฤติกรรมใดๆ จะผ่านเจตนาหรือความตั้งใจของบุคคล โดยความตั้งใจจะขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 ด้าน คือเจตคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward behavior) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective norm) และการรับรู้ความสามารถควบคุมพฤติกรรม (Perceived behavior control) ซึ่งมีความสัมพันธ์ต่อกัน มีรายละเอียด ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 โครงสร้างพื้นฐานของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Ajzen, 1991)

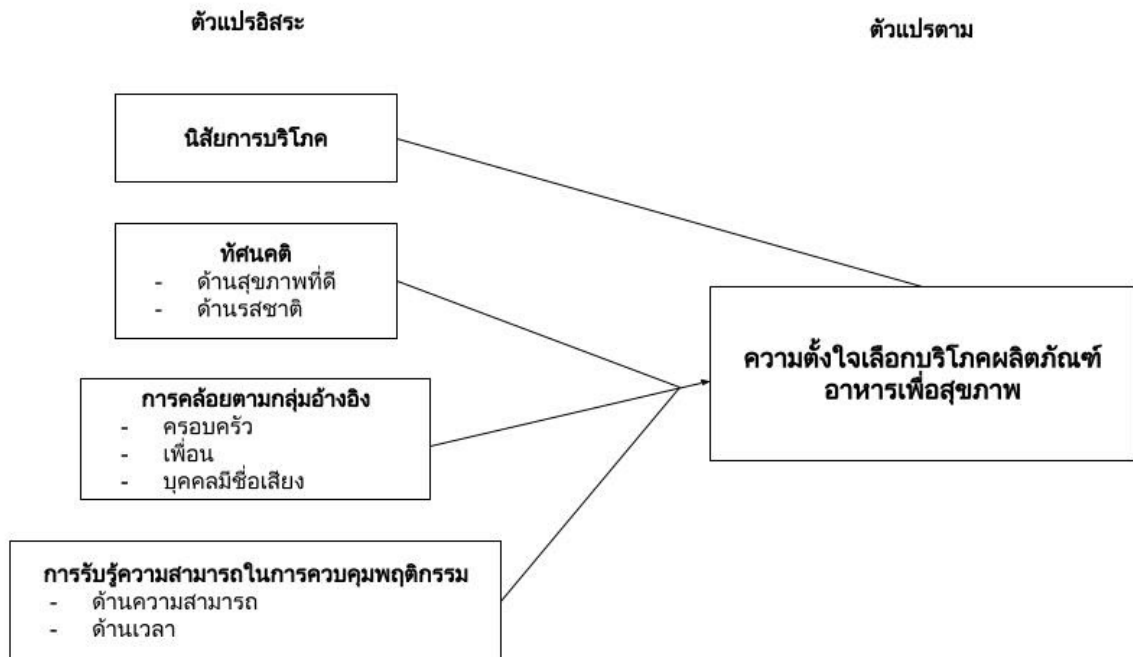
เจตคติต่อพฤติกรรม หมายถึง การประเมินพฤติกรรมที่ระบุได้ว่าเป็นพฤติกรรมทางบวกหรือลบ ซึ่งผลของแต่ละบุคคลต่อการกระทำ หรือเป็นความรู้สึกโดยรวมของบุคคลไม่ทางบวกก็ทางลบ หรือต่อต้าน-สนับสนุน กับการกระทำนั้นๆ ซึ่งผลการประเมินเป็นปัจจัยส่วนบุคคล และได้รับอิทธิพลจากความเชื่อเกี่ยวกับผลของการกระทำ การประเมินผลของการกระทำ โดยได้รับอิทธิพลมาจากความเชื่อว่าการทำพฤติกรรมนั้นจะนำไปสู่ผลกระทบทางบวกเขาก็จะมีเจตคติที่ดี ต่อพฤติกรรมนั้น ในขณะที่บุคคลโดยทั่วไปหากบุคคลมีเจตคติแง่ลบมากเท่าใด ก็ควรมีเจตนาหนักแน่นที่จะไม่แสดงพฤติกรรมมากเท่านั้น ตามแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน เจตคติต่อพฤติกรรมจะส่งผลกับพฤติกรรมในทางอ้อม (Ajzen & Fishbein, 1980)

Ajzen and Fishbein (1980) กล่าวว่า การรับรู้ของบุคคลว่า บุคคลอื่นที่มีความสำคัญกับเขา ต้องการหรือไม่ต้องการให้เขาแสดงพฤติกรรมนั้นๆ การรับรู้นี้อาจจะตรงหรือไม่ตรงกับความจริงก็ได้ ซึ่งตามหลักแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงจะส่งผลต่อพฤติกรรมทางอ้อมร่วมกับเจตคติต่อพฤติกรรม และการรับรู้การควบคุมพฤติกรรมโดยผ่านเจตนาในการแสดงพฤติกรรม

การรับรู้ความสามารถพฤติกรรม หมายถึงการรับรู้ของบุคคลว่าเป็นการยากหรือง่าย ที่จะกระทำพฤติกรรมนั้นๆ ซึ่งเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงประสบการณ์ ในอดีตที่ผ่านมา และการคาดคะเนถึงปัจจัยเอื้ออำนวย และอุปสรรค (Ajzen, 1991)

กฎเกณฑ์ทั่วไปมีว่าเจตนาของบุคคลที่มีความหนักแน่นสูง การได้รับข้อมูลไม่เพียงพอที่จะเปลี่ยนความตั้งใจในการทำพฤติกรรมในทางตรงกันข้าม ถ้าเจตนาในการทำหรือไม่ทำพฤติกรรมมีความหนักแน่นต่ำ ความสำคัญเชิงสัมพัทธ์ของเหตุการณ์ที่ไม่คาดคะเนล่วงหน้าเพียงเล็กน้อยก็อาจมีอิทธิพลเปลี่ยนเจตนาหรือความตั้งใจของบุคคลได้ (Ajzen, 1985) สิ่งสำคัญในการวัดความตั้งใจ (Ajzen & Fishbein, 1980) คือความสอดคล้องระหว่างความตั้งใจกับพฤติกรรม การทำนายพฤติกรรมจากความตั้งใจจะต้องแน่ใจว่าการวัดความตั้งใจ และพฤติกรรมนั้นมีความสอดคล้องกันในความจำเพาะ ทั้งในแง่การกระทำ เป้าหมาย บริบท และเวลา ซึ่งจะทำให้การทำนายพฤติกรรมนั้นมีความแม่นยำมากยิ่งขึ้น

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง และเก็บข้อมูลจากสิ่งที่เกิดขึ้นอยู่แล้วตามธรรมชาติไม่มีการเปลี่ยนแปลงหรือสร้างขึ้นใหม่ การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดยขอความอนุเคราะห์ ให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการศึกษางานวิจัย จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องของภาษาและความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม จากการพิจารณา พบว่า ค่า IOC มีค่าเท่ากับ 1 แสดงว่าข้อคำถามทุกข้อครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการวัดและสามารถนำไปทดลองใช้ (try-out) กับผู้บริโภคที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างของผู้วิจัย จำนวน 30 คน และหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.918 แสดงว่า ข้อคำถาม มีระดับความเชื่อมั่นสูงและสามารถนำไปเก็บข้อมูลได้

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้โดยอ้างอิงจากสูตร โดยใช้หลักการคำนวณของ (Cochran, 1963) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ที่ความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ผลที่ได้คือขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดสำหรับงานวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 385 ตัวอย่าง ได้กำหนดขนาดตัวอย่างเพิ่มรวมทั้งสิ้น 400 และการสุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ใช้สุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญหรือสะดวก

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนาใช้การวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้
 - 1.1. ใช้ค่าร้อยละและค่าความถี่กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน และอาชีพ 2) นิัยการบริโภค
 - 1.2. ใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานกับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านทัศนคติ 2) ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง 3) ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม 4) ความตั้งใจ
2. สถิติอนุมานใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้
 - 2.1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างนิัยการบริโภคกับความตั้งใจการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test)
 - 2.2. เพื่อศึกษาอิทธิพลที่ส่งผลต่อความตั้งใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ Multiple Regression Analysis และผู้วิจัยทำการวิเคราะห์องค์ประกอบ โดยเทคนิค Factor Analysis ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ คือ 1) ด้านทัศนคติ จัดสร้างเป็น 2 ตัวแปร ทัศนคติด้านสุขภาพที่ดี และทัศนคติด้านรสชาติ 2) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง จัดสร้างเป็น 3 ตัวแปร การคล้อยตามคนในครอบครัว การคล้อยตามเพื่อน และการคล้อยตามบุคคลมีชื่อเสียง 3) การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม จัดสร้างเป็น 2 ตัวแปร การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมด้านความสามารถ และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมด้านเวลา

สรุปผลวิจัย

การสรุปผลการวิจัยจะนำเสนอใน 2 ส่วนดังนี้

1. การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาซึ่งได้แก่ค่าร้อยละและค่าความถี่ ผลการวิเคราะห์พบว่า
 - 1.1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.00 มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 สถานภาพโสด จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 63.75 มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.50 มีรายได้ 15,000-30,000 บาทต่อเดือน จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 มีอาชีพพนักงานบริษัทหรือลูกจ้าง จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00

1.2. ข้อมูลนิสัยการบริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม

โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีนิสัยการบริโภคดังนี้

รับประทานผลไม้อย่างน้อย 1 สัปดาห์บริโภค 1-2 วัน ต่อ สัปดาห์ มีจำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.25 รับประทานผักอย่างน้อยครั้งด้วย 3-4 วัน ต่อ สัปดาห์ มีจำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.25 บริโภคขนมขบเคี้ยวช่วงดึก 1-2 วัน ต่อ สัปดาห์ มีจำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.25 บริโภคน้ำอัดลม 1-2 วัน ต่อ สัปดาห์ มีจำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.50 บริโภคอาหารจานด่วน 1-2 วัน ต่อ สัปดาห์ 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.50

1.3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคเขตกรุงเทพมหานคร มี 3 ปัจจัย ได้แก่ ด้านทัศนคติ ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.3.1. ด้านทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.3.1.1. ทัศนคติต่อสุขภาพที่ดี ส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.70 อันดับแรกได้แก่ ฉันเชื่อว่าการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจะช่วยให้การควบคุมระดับโคเลสเตอรอลและน้ำตาล ในเลือด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44

1.3.1.2. ทัศนคติต่อรสชาติ ส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72 อันดับแรกได้แก่ ฉันคิดว่าอาหารสุขภาพมีรสชาติไม่มัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30

1.3.2. ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.3.2.1. การคล้อยตามคนในครอบครัว ส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.01 อันดับแรกได้แก่ คนในครอบครัวของท่านมีสุขภาพที่ดีจากการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ทำให้ท่านเห็นเป็นแบบอย่าง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31

1.3.2.2. การคล้อยตามเพื่อน ส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.93 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 อันดับแรกได้แก่ เพื่อนของ

ท่านมีสุขภาพที่ดีจากการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ทำให้ท่านเห็นเป็นแบบอย่าง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27

- 1.3.2.3. การคล้อยตามบุคคลมีชื่อเสียง ส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.03 อันดับแรกได้แก่บุคคลมีชื่อเสียงที่ท่านติดตาม มีสุขภาพที่ดีจากการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ทำให้ท่านเห็นเป็นแบบอย่าง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40

1.3.3. ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

- 1.3.3.1. การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมด้านความสามารถ ส่วนใหญ่มีระดับโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.93 อันดับแรกได้แก่ ท่านสามารถบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพได้ทุกวัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47

- 1.3.3.2. การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมด้านเวลา ส่วนใหญ่มีระดับโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.90 อันดับแรกได้แก่ ท่านมีเวลาเพียงพอที่จะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56

- 1.4. ความตั้งใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.97 อันดับแรกได้แก่ ถ้ามีอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ในร้าน ท่านซื้อแน่นอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66

2. การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ได้แก่ การทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติการวิจัยในการทดสอบดังนี้

- 2.1. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างนิสัยการบริโภคกับความตั้งใจ โดยวิธีการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test) ซึ่งพบว่า มีตัวแปรมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจ 3 ตัวแปร ดังนี้ รับประทานผลไม้อย่างน้อย 1 สัปดาห์บริโภค รับประทานผักอย่างน้อยครั้งเดียว และบริโภคน้ำอัดลม โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- 2.2. วิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear regression) ในรูปแบบของการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple regression analysis) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความ

ตั้งใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขต

กรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of planned behavior : TPB) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์แสดงการตัดสินใจ R square (R^2) เท่ากับ 0.456 หมายความว่า แบบจำลองมีความแม่นยำร้อยละ 45.6 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ที่ ± 0.71173 โดยมี 5 ปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพได้อย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ด้านทัศนคติต่อสุขภาพที่ดี ด้านทัศนคติต่อรสชาติ ด้านการคล้อยตามบุคคลมีชื่อเสียง ด้านการรับรู้ความสามารถในควบคุมพฤติกรรมด้านความสามารถ และด้านการรับรู้ความสามารถในควบคุมพฤติกรรมด้านเวลา ทั้ง 5 ปัจจัยนี้ส่งผลต่อความตั้งใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

อภิปรายผล

ผลการวิจัยทัศนคติและอิทธิพลทางสังคมที่ส่งผลต่อความตั้งใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนได้ดังนี้

1. ทัศนคติที่ส่งผลต่อความตั้งใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร การทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear regression) ในรูปแบบของการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple regression analysis) พบว่า ทัศนคติต่อสุขภาพ และทัศนคติต่อรสชาติส่งผลต่อความตั้งใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งตรงกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงว่าผู้บริโภคมีทัศนคติด้านสุขภาพที่ดีและทัศนคติด้านรสชาติต่อการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ ดังทฤษฎีที่ว่า การประเมินพฤติกรรมที่ระบุได้ว่าเป็นพฤติกรรมทางบวกหรือลบ ซึ่งผลของแต่ละบุคคลต่อการกระทำ หรือเป็นความรู้สึกโดยรวมของบุคคลไม่ทางบวกก็ทางลบ หรือต่อต้าน-สนับสนุน กับการกระทำนั้นๆ ซึ่งผลการประเมินเป็นปัจจัยส่วนบุคคล และได้รับอิทธิพลจากความเชื่อเกี่ยวกับผลของการกระทำ การประเมินผลของการกระทำ โดยได้รับอิทธิพลมาจากความเชื่อว่าการทำพฤติกรรมนั้นจะนำไปสู่ผลกรรมทางบวกเขาก็จะมีเจตคติที่ดี ต่อพฤติกรรมนั้น ในขณะที่บุคคลโดยทั่วไปหากบุคคลมีเจตคติแง่ลบมากเท่าใด ก็ควรมีเจตนาหนักแน่นที่จะไม่แสดงพฤติกรรมมากเท่านั้น ตามแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน เจตคติต่อพฤติกรรมจะส่งผลกับพฤติกรรมในทางอ้อม (Ajzen & Fishbein, 1980)
2. การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงที่ส่งผลต่อความตั้งใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์

สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear regression) ในรูปแบบของการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple regression analysis) พบว่า การคล้อยตามคนในครอบครัวและการคล้อยตามเพื่อนไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ส่วนการคล้อยตามบุคคลที่มีชื่อเสียงส่งผลต่อความตั้งใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งตรงกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงว่าผู้บริโภคถูกชักจูงโดยบุคคลที่มีชื่อเสียงส่งผลให้เกิดความตั้งใจในการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ ดังทฤษฎีที่กล่าวว่า การรับรู้ของบุคคลว่าบุคคลอื่นที่มีความสำคัญกับเขาต้องการหรือไม่ต้องการให้เขาแสดงพฤติกรรมนั้นๆ การรับรู้นี้อาจจะตรงหรือไม่ตรงกับความจริงก็ได้ซึ่งตามหลักแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงจะส่งผลต่อพฤติกรรมทางอ้อมร่วมกับเจตคติต่อพฤติกรรมและการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม โดยผ่านเจตนาในการแสดงพฤติกรรม (Ajzen & Fishbein, 1980)

3. การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมส่งผลต่อความตั้งใจเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear regression) ในรูปแบบของการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple regression analysis) พบว่า การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมด้านความสามารถและการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมด้านเวลา ส่งผลให้เกิดความตั้งใจในการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งตรงกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ตามแนวคิดของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนนั้น การรับรู้ความควบคุมพฤติกรรมกับเจตนาเชิงพฤติกรรม สามารถนำมาใช้พยากรณ์ความสำเร็จเชิงพฤติกรรมได้ มีอย่างน้อยสองเหตุผลที่สนับสนุนสมมติฐานนี้ เหตุผลแรกคือ การมีเจตนาที่ไม่เปลี่ยนแปลงความพยายามที่จะกระทำพฤติกรรมนั้นให้สำเร็จจะเพิ่มขึ้นพร้อมกับการรับรู้ความควบคุมพฤติกรรมตัวอย่าง เช่น ถึงแม้คนสองคนจะมีเจตนาและพยายามที่จะเรียนสกีเท่าๆ กันคนที่มั่นใจว่าจะเรียนรู้ได้ดีจะมีความมานะมากกว่าคนที่ไม่แน่ใจในความสามารถตนเอง เหตุผลที่สองคือ การรับรู้ความควบคุมพฤติกรรมถูกใช้เป็นตัวแทนสำหรับการวัดความควบคุมอยู่บ่อยครั้งไม่ว่าการวัดการรับรู้ความควบคุมพฤติกรรมจะขึ้นอยู่กับอะไร การรับรู้ความควบคุมพฤติกรรมอาจไม่เป็นจริงเมื่อบุคคลมีข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนั้นเพียงเล็กน้อย เมื่อความต้องการและทรัพยากรที่มีเปลี่ยนแปลงไป หรือเมื่อมีปัจจัยใหม่ๆ ที่ไม่คุ้นเคยเกิดขึ้นภายใต้สถานการณ์นั้น การวัดการรับรู้ความควบคุมพฤติกรรมอาจมีความเที่ยงตรงเพียงเล็กน้อย แต่อย่างไรก็ตามเมื่อการรับรู้ความควบคุมพฤติกรรมนั้นเป็นจริงมันก็สามารถใช้พยากรณ์ความเป็นไปได้ของความสำเร็จในการแสดงพฤติกรรมนั้นได้ (Ajzen, 1985)

ความตั้งใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จะส่งผลทางตรงต่อพฤติกรรมการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยส่งผลในทิศทางบวกแสดงว่า ผู้บริโภคที่มีความตั้งใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพจะมีพฤติกรรมการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพด้วยเช่นกัน การที่ผู้บริโภคมีความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมใดก็ตามเมื่อผู้บริโภคได้ประเมินผลของการกระทำนั้นๆ ไปในทิศทางบวกโดยพฤติกรรมเป็นผลมาจากเจตนาที่จะทำหรือไม่ทำ ของผู้บริโภคภายใต้การควบคุมของผู้บริโภคเอง มิได้ถูกกำหนดโดยอารมณ์หรือขาดการพิจารณาก่อนที่จะตัดสินใจกระทำ พฤติกรรมนั้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Ajzen (1985) กล่าวว่าเจตนาของบุคคลที่มีความหนักแน่นสูงการได้รับข้อมูลไม่เพียงพอที่จะเปลี่ยนความตั้งใจในการทำพฤติกรรมซึ่งเป็นไปตามผลของการวิจัยเป็นไปตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of planned behavior : TPB) ของ Ajzen (1991)

จากสมการพยากรณ์พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจสูงสุดคือ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมด้านความสามารถ แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคนั้นสามารถเลือกที่จะรับประทานผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพได้ไม่ยาก ต่อมา ทักษะคิดต่อสุขภาพที่ดี การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมด้านเวลา การคล้อยตามบุคคลมีชื่อเสียง แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคตระหนักถึงเรื่องสุขภาพที่ดี สามารถควบคุมทางด้านเวลาให้การเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ อีกทั้งยังมีแนวโน้มที่จะคล้อยตามเหล่าบุคคลมีชื่อเสียงไม่ว่าจะเป็น เนทไอดอล ยูทูบเบอร์ ดารา ศิลปิน และตัวแปรที่ส่งผลในทิศทางตรงข้ามคือ ทักษะคิดต่อรสชาติ แสดงให้เห็นว่า รสชาติของอาหารเพื่อสุขภาพนั้นในมุมมองของผู้บริโภคอาจจะไม่ถูกปาก รสชาติจืดชืด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะหรือคำแนะนำจากการค้นคว้าของผู้วิจัยสำหรับ ผู้ที่สนใจ/ธุรกิจ/หน่วยงาน/องค์กร ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ดำเนินการเกี่ยวกับอาหารหรือมีความสนใจด้านธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ สามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นข้อมูลในการประกอบการตัดสินใจ และนำไปปรับใช้ให้เข้ากับแบรนด์อาหารเพื่อสุขภาพในอนาคต โดยแบ่งเป็น 3 ปัจจัย ดังนี้

1. ด้านทัศนคติ พบว่าผู้บริโภคมีทัศนคติต่อสุขภาพที่ดีและทัศนคติต่อรสชาติในเรื่องผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งผู้บริโภคเชื่อว่า การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจะช่วยในการควบคุมระดับโคเลสเตอรอลและน้ำตาลในเลือด การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจะช่วยในการรักษารูปร่าง และคิดว่าอาหารสุขภาพมีรสชาติไม่มัน ดังนั้นผู้ประกอบการเกี่ยวกับอาหารสามารถหันมาทำอาหารสุขภาพ หรือผู้ประกอบการที่ทำอาหารสุขภาพอยู่แล้ว ควรจัดทำข้อมูลทั่วไป และคุณสมบัติของอาหารเพื่อสุขภาพ จนถึงการปรุงแต่งรสชาติให้รับประทานได้ง่าย อร่อย และไม่รู้สึกลิ้นถึงความมัน

2. ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง พบว่าผู้บริโภคคิดว่าคนที่มียุทธพลคือบุคคลมีชื่อเสียง แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคที่เลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ เน้นไอศกรีม ยูทูปเบอร์ ทำให้เกิดความตั้งใจในการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ดังนั้นผู้ประกอบการเกี่ยวกับอาหารสุขภาพต่างๆ สามารถที่จะทำการตลาดได้ โดยเน้นไปที่ด้านการโฆษณา ให้เข้าถึงผู้บริโภคในยุคสมัยปัจจุบันให้ได้มากที่สุด
3. ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม พบว่าผู้บริโภคคิดว่าสามารถบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพได้ทุกวัน และมีเวลาเพียงพอที่จะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคที่รับรู้ว่าจะสามารถควบคุมได้ทำให้เกิดความตั้งใจเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ดังนั้นผู้ประกอบการเกี่ยวกับอาหาร ควรเพิ่มเมนูหรือสินค้าอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อเป็นอีกทางเลือกให้ผู้บริโภคเลือกซื้อ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ สามารถขยายต่อไปในทิศทางที่กว้างมากขึ้น และจะเป็นประโยชน์ในการอธิบายปรากฏการณ์และปัญหาทางด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพได้มากขึ้น สำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. การวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ควรนำทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อทราบความต้องการที่แท้จริงหรือตัวแปรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ เช่น ความเชื่อ ความกังวล ความตระหนัก ความยุ่งยาก เป็นต้น

2. ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มประชากร/กลุ่มตัวอย่างในสถานที่แตกต่างกัน หรือการกำหนดช่วงอายุของกลุ่มประชากร/กลุ่มตัวอย่าง ที่เฉพาะเจาะจง เช่น กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี กลุ่มนี้ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีพฤติกรรมดูแลสุขภาพ เพื่อความสวยงามและรูปร่าง ส่วนกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี กลุ่มนี้ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีพฤติกรรมดูแลสุขภาพเพื่อการรักษาโรคและการสร้างภูมิคุ้มกันให้สุขภาพที่แข็งแรง เพื่อทำการเปรียบเทียบและตรวจสอบทัศนคติด้านต่างๆที่ส่งผลต่อการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ การคล้อยตามกลุ่ม ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน สังคม และบุคคลมีชื่อเสียง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านความสามารถด้านเวลา ด้านทักษะ ด้านค่าใช้จ่าย นั้นส่งผลต่อความตั้งใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพมากน้อยเพียงใด แตกต่างกันหรือไม่

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2557). *แนวโน้มอุตสาหกรรมไทยปี 2557*. สืบค้นจาก

<http://e-journal.dip.go.th/LinkClick.aspx?fileticket=Za1YoTQLBUo%3D&tabid=70>.

Ajzen, I, & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*.

Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of Psychological Testing*. New York: Harper & Row.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer behavior* (9th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.