กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีน ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร

The decision-making process for purchasing clean food among health-conscious working-age people in Bangkok.

พิรญาณ์ พินใย
สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคาแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ
1st Lt. PIRAYA PINYAI
E-mail: KAEWPIRAYA23@GMAIL.COM
Faculty of Business Administration Program in Management, Ramkhamhaeng University
Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของกลุ่มบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของกลุ่มบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร เพื่อจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ 3) เพื่อศึกษาทัศนคติต่อพฤติกรรม บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Ajzen) ที่มีผลต่อ กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของกลุ่มบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ t-test สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลุ่มบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีน โดยรวมไม่ต่างกัน กลุ่มบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีน โดยรวมต่างกัน และพบว่า ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน คือ ด้านทัศนคติต่อพฤติกรรม ด้านบรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย และด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีน โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.606 และสามารถอธิบายความสัมพันธ์ได้ร้อยละ 36.7

คำสำคัญ : ประชากรศาสตร์; ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน; กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของกลุ่มบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร

ABSTRACT

The objectives of this study were 1) study the work stress of central personnel at the Election Commission Office; 2) study the work stress of central personnel at the Election Commission Office, classified by individual factors; and 3) study the factors affecting work stress of central personnel at the Election Commission Office.

The sample consisted of 276 central personnel at the Election Commission Office. A questionnaire was used for data collection. Statistics used for analysis included frequency, percentage, mean, and standard deviation. Hypotheses were tested using t-tests and one-way ANOVA. If differences were found, pairwise comparisons were conducted using LSD and multiple regression analysis.

The results of the hypothesis testing revealed that personnel with different genders, ages, marital status, education level, positions, length of service in the agency, and income levels did not differ significantly in work stress. The factors affecting work stress of central personnel at the Election Commission Office were work-related factors, work atmosphere and environment, and work-life balance. The multiple correlation coefficient (R) was 0.662 and could explain the relationship by 43.80 percent.

Keywords: Demography; Theory of Planned Behavior; Clean Food Purchasing Decision-Making Process of Healthy Working-Age Individuals in Bangkok.

บทนำ

ในยุคปัจจุบันภาวะน้ำหนักเกินและโรคอ้วนเกิดขึ้นมากโดยเฉพาะการไม่ออกกำลังกายเป็นประจำและการรับประทานอาหารที่ส่งผลเสียต่อสุขภาพ เช่น เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อาหารที่ขาดโภชนาการ น้ำอัดลม และอาหารที่ไม่มีประโยชน์หรืออาหารขยะ เนื่องจากการรับประทานอาหารของคนไทยนั้นยังคงเน้นเรื่องรสชาติมากกว่าเป็นหลัก จึงอยากให้ทราบประโยชน์หรือคุณค่าทางสารอาหารคลีนว่ามีประโยชน์อย่างไร มีคนหลายประเภทเชื่อว่าการบริโภคอาหารคลีนนั้นต้องทานอาหารจำพวกผักมาก แต่การบริโภคอาหารคลีนเป็นการทานให้ครบ 5 หมู่ ตามสัดส่วนให้พอเหมาะต่อความต้องการพลังงานในแต่ละวันร่างกายตนเอง (อาณดี นิติธรรมยง, 2558)

ถึงสังคมไทยจะเป็นสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ แต่บุคคลวัยทำงานนั้นยังเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนเพื่อยกระดับของการพัฒนาประเทศ และผลจากการพัฒนา ไม่ว่าจะเป็นทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม หรือแม้แต่ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีนั้น กลายเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของบุคคลวัยทำงาน

ด้วยการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพต่างๆมากมาย เช่น การบริโภคอาหาร การพักผ่อนไม่เพียงพอ การสูบบุหรี่การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมไปถึงความกดดันและความเครียดสะสมโดยไม่รู้ตัว ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่ส่งผลต่อสุขภาพทั้งนั้น และนี่อาจเป็นสาเหตุทำให้ในปัจจุบันกระแสการดูแลสุขภาพได้กลายเป็นแนวโน้มสำคัญของคนในสังคมเมือง โดยเฉพาะกลุ่มบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานครซึ่งมีวิถีชีวิตเร่งรีบ และมีความตระหนักในเรื่องสุขภาพมากขึ้น ส่งผลให้ความนิยมในการบริโภค “อาหารคลีน” ขยายตัวอย่างรวดเร็ว อาหารคลีนจึงเป็นทางเลือกแรก ที่มองว่าเป็นทางเลือกที่ดีต่อสุขภาพ ช่วยควบคุมน้ำหนัก และลดความเสี่ยงของโรคเรื้อรังต่างๆได้อย่างดี ดังนั้นผู้วิจัยจึงอยากที่จะศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของกลุ่มบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร และได้มองเห็นถึงความสำคัญของสุขภาพของบุคคลวัยทำงาน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของกลุ่มบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของกลุ่มบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร เพื่อจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

3. เพื่อศึกษาทัศนคติต่อพฤติกรรม บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Ajzen) ที่มีผลต่อ กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของกลุ่มบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของงานวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของกลุ่มบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร โดยการวิจัยมีขอบเขตการวิจัย ดังหัวข้อต่อไปนี้

1. ขอบเขตของประชากร ในการศึกษาวิจัยกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของกลุ่มบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้ ได้ทำการเลือกกลุ่มประชากรวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีความหลากหลาย

2. ขอบเขตด้านตัวแปร ในการศึกษาวิจัยกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของกลุ่มบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ได้กำหนดตัวแปรสำหรับการศึกษาวิจัย ซึ่งประกอบไปด้วย

2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent variable) ที่ได้กำหนดขึ้นเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

2.1.1 ปัจจัยด้ายประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

2.1.2 ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ซึ่งประกอบไปด้วย 1. ทัศนคติต่อพฤติกรรม

2. บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย และ 3. การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Ajzen)

2.2 ตัวแปรตาม (Dependent variable) ที่ได้กำหนดขึ้นเพื่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่

2.2.1 กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของกลุ่มบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพใน กรุงเทพมหานคร ประกอบไปด้วย การรับรู้ปัญหา การแสวงหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือกการตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมหลังการซื้อ

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา การดำเนินการศึกษาวิจัยเริ่มตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ.2568 ถึง เดือนตุลาคม พ.ศ.2568

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพใน กรุงเทพมหานคร เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถที่จะนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปประกอบการต่อยอดธุรกิจ

2. ทำให้ทราบถึงทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของบุคคลวัย ทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร

3. ผลการศึกษาที่ได้สามารถนำไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการปรับใช้ทั้งทางด้านกระบวนการผลิต เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจและรับรู้ถึงกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ลักษณะประชากรศาสตร์เป็นตัวแปรพื้นฐานของบุคคลซึ่งแต่ละบุคคลจะมีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ความแตกต่างนี้ส่งผลให้พฤติกรรมด้านการบริโภค และพฤติกรรมด้านการสื่อสารแตกต่างกัน ซึ่งสามารถธิบายได้ดังต่อไปนี้

1.เพศ (Sex) บทบาทของผู้ชายและผู้หญิงที่สังคมได้กำหนดไว้เป็นมาตรฐานที่ต้องทำตามในการแสดงออก การพูด เสื้อผ้า การแต่งตัว และการประพฤติปฏิบัติ เช่น ผู้หญิงต้องแต่งตัวเป็นผู้หญิง อ่อนช้อย และสุภาพ ส่วนผู้ชายจะต้องแข็งแรง ก้าวร้าว และกล้าหาญ ซึ่งบทบาทเหล่านี้จะแตกต่างกันไปในแต่ละวัฒนธรรมและเปลี่ยนไปตามกาลเวลา เพราะเป็นสิ่งที่มนุษย์คิดขึ้น ไม่ได้เกิดขึ้นตามธรรมชาติ

2.อายุ (Age) ซึ่งเมื่อมองให้ลึกแล้ว อายุ ไม่ได้เป็นแค่เพียงตัวเลขเท่านั้นแต่ยังเป็นตัวกำหนด บทบาท หน้าที่ สิทธิ และความคาดหวังของบุคคลแต่ละช่วงในชีวิต รวมไปถึงกระบวนการตัดสินใจในการที่จะกระทำการต่างๆได้อีกด้วย เช่น อายุในช่วงวัยเด็ก ความคิด ทักษะ หรือกระบวนการตัดสินใจ อาจจะยังมีไม่มากพอ

เมื่อเทียบเท่ากับช่วงวัยผู้ใหญ่ที่ผ่านช่วงวัยเด็ก ผ่านเหตุการณ์หรือสถานการณ์ ที่จะสามารถนำมาปรับใช้ในช่วงวัยผู้ใหญ่ได้

3.ระดับการศึกษา (Education) ขั้นตอนหรือช่วงของการศึกษา เรียนรู้ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาความรู้ เพิ่มทักษะ คุณลักษณะของผู้เรียนให้เหมาะสมกับช่วงวัยและความสามารถ เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ชีวิตหรือการศึกษาขั้นที่สูงขึ้นไป ระดับกาศึกษาเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีผลต่อ ทัศนคติ ความรู้ ความคิด และความคิดเห็นในเรื่องราวทางด้านต่างๆ

4.อาชีพ (occupation) การทำงานที่มีความต่อเนื่อง มีจุดประสงค์หลักเพื่อหารายได้ เลี้ยงชีพ และสร้างคุณค่าในชีวิตและสังคม อาชีพสามารถจำแนกได้หลายแบบ เช่น ตามลักษณะงาน ระดับทักษะ หรือความรู้เฉพาะทาง ซึ่งมีบทบาทสำคัญทั้งในระดับบุคคล ครอบครัว และประเทศ ทำให้เกิดมุมมอง และทัศนคติที่แตกต่างกันออกไป เพราะแต่ละอาชีพนั้นมีพฤติกรรม การดำรงชีวิตที่แตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับ รายได้ สภาพแวดล้อม และปัจจัยส่วนบุคคลอื่นๆ

5.รายได้ (Income) เป็นปัจจัยหลักในการดำรงชีวิต ใช้ซื้ออาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และรายได้ยังส่งผลต่อคุณภาพชีวิต รายได้มาก เลือกบริโภคและออมได้มาก รายได้น้อยอาจมีตัวเลือกและเงื่อนไขในการดำรงชีพ

ทั้งนี้ ผู้วิจัยสรุปความหมายของประชากรณ์ศาสตร์ คือ ศาสตร์ที่ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับประชากร ทั้งในด้านโครงสร้าง และการเปลี่ยนแปลงของประชากรในช่วงเวลาต่าง ๆ โดยอาศัยข้อมูลทางสถิติและปัจจัยหลายด้าน เช่น เพศ อายุ การเกิด การตาย การย้ายถิ่น การศึกษา อาชีพ และรายได้ เพื่อทำความเข้าใจประชากรในมิติต่าง ๆ สามารถนำมาประยุกต์และปรับใช้ในการต่อยอดศึกษาเหตุ ปัจจัยในการตัดสินใจและการพัฒนาวางแบบแผนธุรกิจ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory Planned Behavior) เป็นทฤษฎีที่ใช้ทำนายการตั้งใจซื้อเพื่อช่วยอธิบายพฤติกรรมที่ซับซ้อนในบริบทเฉพาะ โดยรวมเอาแนวคิดทางสังคม การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในด้านสังคม พฤติกรรมศาสตร์และปัจจัยที่เกี่ยวข้องได้ตรงประเด็น สำหรับนำใช้สร้างโมเดลทำนายพฤติกรรมที่สนใจ

(Ajzen, 1991) ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) นี้ประกอบด้วย 3 ปัจจัยคือ ทัศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward the Behavior) บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย (Subjective Norm) และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (PerceivedBehavioral Control)

2.1 ทัศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude Toward the Behavior) คือ ความเชื่อเกี่ยวกับผลที่อาจจะตามมาจากพฤติกรรม (Behavioral Beliefs) โดยเป็นการประเมินของบุคคลที่มีต่อภาพรวมของพฤติกรรมใดๆ ซึ่งเกิดจากความเชื่อกับผลที่น่าจะตามมาจากพฤติกรรมนั้น

ทั้งนี้ ผู้วิจัยสรุปความหมายของทัศนคติต่อพฤติกรรม คือ ความรู้สึก ความคิดเห็น หรือมุมมองของบุคคลต่อการกระทำ ซึ่งสามารถส่งผลต่อความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรมนั้นๆ โดยอาจเป็นไปในทางบวกหรือลบ อาจจะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ความรู้ และอารมณ์ของบุคคลนั้นๆ

2.2 บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย (Subjective Norm) คือ แรงกดดันทางสังคมที่ทำให้เราแสดงหรือไม่แสดงพฤติกรรมบางอย่าง พฤติกรรมของเราได้รับอิทธิพลจากสิ่งที่เราเชื่อว่าผู้อื่นคาดหวังจากเรา ซึ่งอาจหมายถึง ความคาดหวังที่ผู้อื่น รับรู้จากเพื่อน ครอบครัว และสังคม

ทั้งนี้ ผู้วิจัยสรุปความหมายของการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง คือ การกระตุ้นโดยที่มีบุคคลที่เป็นต้นแบบในการกระทำให้บุคคลกระทำตามคล้อยตาม หรือเลียนแบบพฤติกรรม การรับรู้แรงกดดันของสังคมและอิทธิพลของบุคคลหรือกลุ่มคนที่ทำให้เราเชื่อและเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ความเชื่อหรือสิ่งต่างๆ เช่น เพื่อน ครอบครัว ผู้เชี่ยวชาญ ดารา นักร้อง ศิลปินที่ชื่นชอบ เป็นต้น

2.3 การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) คือ ความเชื่อของบุคคลที่มีต่อปัจจัยที่อาจจะส่งเสริมหรือขัดขวางต่อการแสดงพฤติกรรมนั้น (Control Beliefs) ซึ่งเป็นการประเมินของบุคคลถึงความยากหรือง่ายในการแสดงพฤติกรรมต่อสถานการณ์

ทั้งนี้ ผู้วิจัยสรุปความหมายของการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม คือ ความรู้สึก นึกคิดของตัวเราว่าสามารถควบคุมหรือจัดการกับพฤติกรรมได้มากน้อยเพียงใด ซึ่งขึ้นอยู่กับการประเมินสถานการณ์ในเหตุการณ์การที่เราประสบพบเจอ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมยังได้รับอิทธิพล มากจากความเชื่อ สภาพแวดล้อม ปัจจัยการเอื้ออำนวย หรือขัดขวางซึ่งขึ้นอยู่กับการประเมินสถานการณ์ในเหตุการณ์

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ

Kotler & Keller (2016) อ้างถึงใน บุษกร มโนตรัยรัตน์ (2559) กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Kotler and Keller, 2016) ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การตระหนักถึงปัญหา (Problem Recognition) กระบวนการตัดสินใจซื้อเริ่มต้นเมื่อผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการที่เกิดจากสิ่งกระตุ้นทั้งภายในและภายนอก

2. การค้นหาข้อมูล (Information Search) เมื่อผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหาและความต้องการ ผู้บริโภคจะเริ่มค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม โดยแหล่งที่มาของข้อมูลสามารถแบ่งเป็น 4 กลุ่ม ประกอบด้วย (1) ตัวบุคคล เช่น เพื่อน ครอบครัว (2) ข้อมูลทางการค้า เช่น การโฆษณา พนักงานขาย บรรจุภัณฑ์ (3) ข้อมูลสาธารณะ เช่นองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค สื่อมวลชน (4) ประสบการณ์ของผู้บริโภค เช่น การสัมผัส การทดลองใช้ผลิตภัณฑ์

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) ผู้บริโภคจะนำข้อมูลที่ได้รับมาประเมินเปรียบเทียบ ซึ่งกระบวนการประเมินทางเลือกนั้นขึ้นอยู่กับผู้บริโภคแต่ละคนและขึ้นอยู่กับสถานการณ์ที่แตกต่างกัน จากประสบการณ์และการเรียนรู้ของผู้บริโภคทาให้เกิดความเชื่อและทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) เมื่อผู้บริโภคประเมินทางเลือกจนได้ผลิตภัณฑ์ที่พอใจมากที่สุด สิ่งที่ผู้บริโภคจะพิจารณาต่อมาเมื่อเกิดความตั้งใจซื้อคือ รายละเอียดในการซื้อ เช่น จำนวน ตราผลิตภัณฑ์ วิธีการ ชำระเงิน ช่องทางการขาย เป็นต้น ซึ่งในช่วงที่ผู้บริโภคมีความตั้งใจซื้อ อาจมีปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องก่อนการตัดสินใจซื้อ คือ ทัศนคติของบุคคลอื่น และสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดการณ์ไว้ล่วงหน้า

5.พฤติกรรมหลังการซื้อ (Postpurchase Behavior) หลังการซื้อผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคจะเกิดความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์เมื่อสิ่งที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์มากกว่าสิ่งที่ผู้บริโภคคาดหวัง ตรงกันข้ามหากสิ่งที่ได้รับน้อยกว่าสิ่งที่คาดหวัง ผู้บริโภคจะเกิดความไม่พึงพอใจ เมื่อผู้บริโภคเกิดความรู้สึกก็จะแสดงออกผ่านการกระทำต่างๆ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัทพล ชูปรีชา (2564) ศึกษาเรื่อง ทัศนคติและอิทธิพลทางสังคมที่ส่งผลต่อความตั้งใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ความตั้งใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ ได้แก่ ทัศนคติต่อสุขภาพที่ดี ทัศนคติต่อรสชาติ การคล้อยตามบุคคลมีชื่อเสียง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมด้านความสามารถ และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมด้านเวลา

ชนัญญา พรศักดิ์วิวัฒน์ (2560) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพรูปแบบอาหารคลีน (Clean Food) กลุ่มวัยทางานในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะส่วนบุคคลพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงส่วนใหญ่ในปัจจุบันมักสนใจและให้ความสำคัญในการรักษาสุขภาพและรูปร่าง

ธิติมา พัดลม, ผศ.ดร.กุลเชษฐ์ มงคล (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนฟู้ดส์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางเว็บเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟสบุ๊ค

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มประชากรในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพ ได้อย่างชัดเจน ผู้วิจัยจึงสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เนื่องจากไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ชัดเจน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงได้ใช้วิธีการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดย เปิดตารางหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Tato Yamane (1973) เพื่อกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย โดยทำการเลือกจากตารางแบบไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน หรือ ∞ (Infinity) จากค่าความคลาดเคลื่อน 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยผลจากการเปิดตารางของ Tato Yamane (1973) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม ที่เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อจะนำเอาข้อมูลที่ใช้หลังจากการเก็บรวบรวมมาวิเคราะห์เพื่อการตอบปัญหาการวิจัยหรือเรื่องที่ต้องการจะศึกษา โดยผู้วิจัยได้ศึกษา ค้นคว้า หาความรู้ ทบทวนวรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎี เอกสารทางวิชาการ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดของงานวิจัยที่แสดงให้เห็นถึงตัวแปรที่เกี่ยวข้องในครั้งนี้ และนำไปสู่ขั้นตอนของการให้ความหมายของนิยามศัพท์เฉพาะ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการสร้างแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้กำหนดขึ้น โดยการตั้งข้อคำถามในแบบสอบถามนั้นต้องเป็นคำถามที่ครอบคลุมนิยามศัพท์เฉพาะอีกด้วย ซึ่งการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจที่ใช้แบบสอบถามทั้งปลายปิดและปลายเปิด โดยแบบสอบถามปลายปิดนั้นผู้วิจัยมีตัวเลือกคำตอบให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกตอบ และในส่วนของแบบสอบถามปลายเปิด ผู้วิจัยจะกำหนดเฉพาะคำถามให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ โดยแบบสอบถามถูกแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 5 คำถาม ประกอบด้วย คำถามในลักษณะคำถามปลายปิดแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) กำหนดให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงแค่ 1 คำตอบ

ส่วนที่ 2 ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีน โดยแบ่งคำถามออกเป็น 3 หัวข้อ คือ 1.ทัศนคติต่อพฤติกรรม 2.บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย 3.การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 7 คำถาม ประกอบไปด้วยคำถามในลักษณะประเมินค่าความคิดเห็น 5 ระดับ (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนเพื่อตีความหมาย คือ 5 คะแนน = มากที่สุด 4 คะแนน = มาก 3 คะแนน = ปานกลาง 2 คะแนน = น้อย และ 1 คะแนน = น้อยที่สุด ส่วนที่ 3 กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีน โดยแบ่งคำถามออกเป็น 5 หัวข้อ คือ 1.การรับรู้ปัญหา2.การแสวงหาข้อมูล 3.ประเมินผลทางเลือก 4.การตัดสินใจซื้อ และ 5.พฤติกรรมหลังการซื้อ มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 11 คำถาม ประกอบไปด้วยคำถามในลักษณะประเมินค่าความคิดเห็น 5 ระดับ (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์การให้

คะแนนเพื่อตีความหมาย คือ 5 คะแนน = มากที่สุด 4 คะแนน = มาก 3 คะแนน = ปานกลาง 2 คะแนน = น้อย และ 1 คะแนน = น้อยที่สุด ส่วนที่ 4 ท่านมีวิธีเลือกซื้ออาหารคลีนอย่างไร เช่น คำแนะนำจากบุคคลเพื่อน ครอบครัว Influencer เป็นต้น เพื่อช่วยกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของกลุ่มบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานครจำนวน 1 ข้อ เป็นคำถามในลักษณะคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามแล้วนั้น จึงได้นำข้อมูลมาประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.สถิติเชิงพรรณนา (Descritive Statistic) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยประชากรศาสตร์ ที่ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Satndard Deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ทัศนคติต่อพฤติกรรม บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย การควบคุมพฤติกรรมที่รับรู้ และ กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร

2.สถิติอนุมาน (Inferential Statistic) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพ จำแนกตามเพศ จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการทดสอบ t-test

2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพ จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD

2.3 เพื่อศึกษาทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ด้านทัศนคติต่อพฤติกรรม ด้านบรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย และด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของกลุ่มบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย เรื่อง กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของกลุ่มบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของกลุ่มบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานครโดยภาพรวม มีระดับความคิดเห็นมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีน ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ด้านการตัดสินใจ ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการแสวงหาข้อมูล และด้านการรับรู้ปัญหา มีระดับกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนมากที่สุดตามลำดับ

2. กลุ่มบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้

2.1 กลุ่มบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของกลุ่มบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร โดยรวม ไม่ต่างกัน

2.2 กลุ่มบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของกลุ่มบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร โดยรวม ต่างกัน

3. ผลการวิเคราะห์ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีน สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้

3.1 ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ด้านทัศนคติต่อพฤติกรรม ด้านบรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย และด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีน

อภิปรายผล

ผลการวิจัยที่กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ ได้ดังนี้

1.ผลการวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นระดับมาก

1.1 ด้านการรับรู้ปัญหา ของบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับความคิดเห็นระดับมาก ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่นั้น เพื่อตอบสนองความต่อความต้องการของตนเอง การรับรู้ถึงปัญหาเป็นสิ่งที่ประชากรส่วนใหญ่นั้นรับรู้ถึงความต้องการในสิ่งที่ไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการในขณะนั้นได้ การรับรู้ปัญหาจึงอาจส่งผลทำให้นำไปสู่การตัดสินใจ

1.2 ด้านการแสวงหาข้อมูล ของบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับความคิดเห็นระดับมาก ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การค้นหาข้อมูลของบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพใน

กรุงเทพมหานครส่วนใหญ่นั้น มีการค้นคว้าหาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ เพื่อนำมาประกอบใช้ในกระบวนการตัดสินใจซื้อ และประเมินค่าความคุ้มค่าหรือไม่

1.3 ด้านการประเมินทางเลือก ของบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับความคิดเห็นระดับมาก ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การประเมินทางเลือกของคุลคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานครนั้นเป็นการเปรียบเทียบระกว่างความคุ้มค่าและความเหมาะสมของสินค้าในด้านต่างๆ หลังการจากค้นคว้าหาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ เพื่อนำมาประกอบใช้ในกระบวนการตัดสินใจซื้อ และประเมินค่าความคุ้มค่า

1.4 ด้านการตัดสินใจซื้อ ของบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับความคิดเห็นระดับมาก ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่สนใจและชื่นชอบมากที่สุด รวมถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการประเมินผลพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อ 3 ประการ คือ (1) หลังจากการประเมินทางเลือก (2) ก่อนที่จะเกิดความตั้งใจซื้อ และ (3) เกิดการตัดสินใจซื้อ ในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคโดยพิจารณาจาก แบรนด์/ยี่ห้อ ตัวแทนในการจัดจำหน่าย ปริมาณในการซื้อต่อครั้ง ช่วงเวลาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ และวิธีการชำระเงิน

1.5 ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ของบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับความคิดเห็นระดับมาก ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า หลังการซื้อผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคจะเกิดความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์เมื่อสิ่งที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์มากกว่าสิ่งที่ผู้บริโภคคาดหวัง ตรงกันข้ามหากสิ่งที่ได้รับน้อยกว่าสิ่งที่คาดหวัง ผู้บริโภคจะเกิดความไม่พึงพอใจ และสินค้าหรือบริการนั้นควรซื้อซ้ำ หรือบอกต่อหรือไม่อย่างไร

2. ผลการศึกษากรบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของบุคคลวัยทำงานที่รักสุขสุขภาพในกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 กลุ่มบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร โดยรวมไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนไม่แตกต่างกัน

2.2 กลุ่มบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร โดยรวมต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ช่วงอายุที่แตกต่างกันนั้นมีผลทำให้กระบวนการตัดสินใจซื้อซึ่งอาจเกิดขึ้นจากประสบการณ์ในชีวิตของแต่ละบุคคลหรือช่วงวัยที่แตกต่างกันนั้น จึงทำให้กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนแตกต่างกันตามช่วงอายุ

2.3 กลุ่มบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาต่างกันต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร โดยรวมต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า กลุ่มบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานครมีการศึกษาแตกต่างกันหลากหลายระดับ ซึ่งอาจเป็นผลทำให้การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การสืบค้นข้อมูลต่างๆนั้นแตกต่างกันออกไป

2.4 กลุ่มบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพต่างกันต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร โดยรวมต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ในแต่ละอาชีพนั้นมีประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกัน ทั้งทางสภาพแวดล้อมหรือแม้แต่ความสนใจที่อาชีพนั้นๆให้ความสนใจก็แตกต่างกันออกไป จึงส่งผลทำให้อาชีพมีผลต่อกระบวนกรตัดสินใจซื้ออาหารคลีน

2.5 กลุ่มบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่างกันต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของบุคคลวัยทำงานที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร โดยรวมต่างกันซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า รายได้เป็นอัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการดำรงชีวิตและการเลือกบริโภค เพราะนั้นอาจหมายถึงหมายถึงข้อจำกัดในการดำรงชีพและเลือกซื้อสินค้า หรือบริการต่างๆ

3.ศึกษาทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ได้แก่ ทัศนคติต่อพฤติกรรม บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม สามารถสรุปได้ดังนี้

3.1 ทัศนคติต่อพฤติกรรม จากผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติต่อพฤติกรรมมีผลต่อกระบวนการการตัดสินใจซื้ออาหารคลีน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า หากได้กระทำพฤติกรรมใดแล้วได้รับผลในทางลบ ก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อพฤติกรรมนั้น และเมื่อมีทัศนคติในทางบวกต่อพฤติกรรมนั้น ก็ย่อมจะส่งผลให้มีความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมนั้น

3.2 บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย จากผลการวิจัยพบว่า บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัยมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า พฤติกรรมของเราได้รับอิทธิพลจากสิ่งที่เราเชื่อว่าผู้อื่นคาดหวังจากเรา ซึ่งอาจหมายถึง ความคาดหวังที่ผู้อื่น รับรู้จากเพื่อน ครอบครัว และสังคมโดยรวม ซึ่งอาจทำให้พฤติกรรม หรือการบริโภคนั้นเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพแวดล้อมรอบตัว

3.3 การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม จากผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ความรู้สึกของตัวบุคคลว่าตนสามารถ หรือ มีอำนาจควบคุม ที่จะกระทำพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่งได้มากน้อยเพียงใด โดยบุคคลจะมีแนวโน้มตั้งใจทำสิ่งใดมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำไปใช้

จากผลการวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในการทำวิจัย เพื่อใช้ให้เกิดประโยชน์และเป็นแนวทางในการทราบถึงการนำทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนมาประยุกต์ใช้ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้และพัฒนาในกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหาคลีนได้ดังนี้

1. การรับรู้ปัญหา ควรเน้นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของการรับประทานอาหารทั่วไปเทียบกับอาหารคลีน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ถึง ปัญหาสุขภาพ ที่มาจากพฤติกรรมการบริโภคที่ไม่เหมาะสมและควรใช้สื่อโฆษณาและคอนเทนต์ออนไลน์ที่สื่อสารอย่างตรงจุด เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ว่าการเลือกอาหารคลีนคือทางออกที่ดีในการดูแลสุขภาพตนเอง

2. การแสวงหาข้อมูล ควรพัฒนาช่องทางการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและเข้าถึงง่าย เช่น เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน หรือสื่อสังคมออนไลน์ ที่นำเสนอข้อมูลด้านโภชนาการและคุณประโยชน์ของอาหารคลีน หรือใช้กลยุทธ์รีวิวจากผู้บริโภคจริงหรือผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและกระตุ้นให้ผู้บริโภคค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมด้วยความมั่นใจ

3. การประเมินทางเลือก ควรแสดงข้อมูลเปรียบเทียบคุณภาพหรือราคาของสินค้าแต่ละประเภท เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจได้อย่างมีเหตุผลหรืออาจใช้การส่งเสริมให้ผู้บริโภคได้ ทดลองชิมหรือซื้อในราคาพิเศษครั้งแรก จะช่วยให้เกิดประสบการณ์ตรงและช่วยในการประเมินทางเลือกได้ดียิ่งขึ้น

4. การตัดสินใจซื้อ ควรเน้นความสะดวกในการสั่งซื้อ เช่น มีระบบสั่งออนไลน์–ชำระเงินปลอดภัย–จัดส่งรวดเร็ว เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริโภควัยทำงานที่มีเวลาจำกัดหรือสร้าง โปรโมชั่นจูงใจ เช่น ซื้อครบรับส่วนลด หรือโปรแกรมสมาชิกสะสมแต้ม จะช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น รวมไปถึงการสร้างความมั่นใจในคุณภาพ เช่น การรับรองจากหน่วยงานมาตรฐานอาหารปลอดภัย (อย. หรือ GMP) ช่วยลดความลังเลในการตัดสินใจซื้อ

5. ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมซื้อซ้ำ (Repeat Purchase) โดยมอบสิทธิประโยชน์สำหรับลูกค้าประจำ เช่น ระบบสมาชิกสะสมแต้ม หรือบริการจัดส่งฟรีสำหรับลูกค้าที่สั่งซ้ำการดูแลหลังการขาย เช่น การให้คำแนะนำโภชนาการหรือเมนูคลีนใหม่ๆ ผ่านช่องทางออนไลน์ ช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระยะยาวและความภักดีต่อแบรนด์

เอกสารอ้างอิง

กรรณิกา เรืองเดช ชาวสวนศรีเจริญ และไพบูลย์ ชาวสวนศรีเจริญ. (2561). **ทัศนคติการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรมในการป้องกันภาวะเมตาบอลิกซินโดรมของนักศึกษาของวิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดตรัง.** วารสารราชภัฏเพชรบูรณ์สาร ปีที่ 20 ฉบับที่ 1

คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2565). **การคล้อยตาม** สืบค้นจาก https://www.psy.chula.ac.th/th/feature-articles/conformity/.

จริยา จิรวัฒนานนท์. (2559). **ศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรม คุณภาพด้านรสชาติ ความสะอาดความปลอดภัย และการส่งเสริมการตลาด.** การค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ชนัญญา พรศักดิ์วิวัฒน์. (2560). **พฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพรูปแบบอาหารคลีน (Clean Food) กลุ่มวัยทางานในเขตกรุงเทพมหานคร.** การค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ณฐมน ภัทรหิรัญโชค และ สุจิตรา เปลี่ยนรุ่ง. (2567). **การรับรู้ความหมายและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมความงามที่มีส่วนผสมของเรตินอลของผู้หญิงไทย.** วารสารนวัตกรรมสื่อและการสื่อสาร, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ณัทพล ชูปรีชา. (2564). **ทัศนคติและอิทธิพลทางสังคมที่ส่งผลต่อความตั้งใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.** การค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ทรรศน์มน ทิมทอง. (2565). **เรื่องการประยุกต์ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนเพื่อศึกษาความตั้งใจซื้อที่อยู่อาศัยแบบยั่งยืนของผู้บริโภคในประเทศไทย.** สารนิพนธ์, มหาวิทยาลัยมหิดล.

ธชาพิมพ์ อานพินิจนันท์. (2560). **การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างเจตคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้การควบคุมพฤติกรรมและความตั้งใจ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการงดสูบบุหรี่ของนักศึกษาในระดับมหาวิทยาลัย ตามแนวทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน.** วิทยานิพนธ์, มหาวิทยลัยกรุงเทพ.

ธนัชพร เนติโพธิ. (2562). **อิทธิพลของการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การเห็นคุณค่าในตัวเอง และแรงจูงใจทางสังคมที่ส่งผลต่อทัศนคติและความตั้งใจทาศัลยกรรมเสริมความงามของสตรีในกรุงเทพมหานคร.** การค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

บุรฉัตร จันทร์แดง, เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร และสัญญา เคณาภูมิ. (2562). **ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม.** วารสารวิชาการธรรมทรรศน์, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

บุษกร มโนตรัยรัตน์. (2559). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ Personalized gift ประเภทของใช้ผ่านทางออนไลน์.**การค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พิทยุตม์ โตขา, วิไลวรรณ ทองประยูร, วิไลพรรณ ตาริชกุล. (2565). **อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันภัยไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร.** งานวิจัย, มหาวิทยลัยรามคำแหง.

มณีรัตน์ แสงบุญไทย, สุขุมาล เกิดนอก และ วรญา โรจนาปภาพร. (2565). **ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้ออาหารออร์แกนิคของผู้บริโภคในประเทศไทย.** งานวิจัย, มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล.

วันนาวี ศรีวัฒนา. (2561). **ความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัวของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร.** การค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

วันเพ็ญ ภุมรินทร์ และคณะ. (2563). **ทัศนคติในการเรียนที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการเรียนภาษาอังกฤษของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.** งานวิจัย, มหาวิทยาลัยรังสิต.

วินัฐ ดวงแสนจันทร์, ตะวัน แสงสุวรรณ, พุทธิพงษ์ พลคำฮัก. (2564). **การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และพฤติกรรมการบริโภคอาหารในผู้สูงอายุที่เป็นโรคเบาหวานที่ควบคุมระดับน้ำตาลในเลือดไม่ได้.** งานวิจัย, มหาวิทยาลัยพะเยา.

วิปัศยา รุจิวิพัฒน์. (2565). **อิทธิพลของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อ ผลิตภัณฑ์ยีนส์ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร.** การค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

หทัยชนก รัตโน. (2560). **อิทธิพลของทัศนคติ และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ที่มีต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการซื้อเครื่องสำอางผ่านสื่อสังคมออนไลน์.** วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

อรกานต์ สุคนธวิโรจน์. (2560). **ทัศนคติของกลุ่มคนเจนวายต่อความตั้งใจใช้บริการห้องพักโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร.** การค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

อรุณโรจน์ เอกพณิชย์. (2558). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้อินทรีย์แบบสกัดเย็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.** การค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อารยะ ทิมละม่อม. (2561). **การขี่จักรยานเพื่อการออกกำลังกายอย่างปลอดภัยการประยุกต์ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน.** วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยบูรพา.