



18
มกราคม
2561

การประชุมสังคมนศาสตร์วิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 14
“สังคมพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแส
การเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand 4.0”
ณ โรงแรมโพธิ์วิลล รีสอร์ท แอนด์สปา อำเภอเมือง จังหวัดชัยราช

สำนักวิชาสังคมนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยราช
ถนนพหลโยธิน ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดชัยราช รหัสไปรษณีย์ 57100

☎ โทรศัพท์ : 053-702870 ต่อ 10
☎ โทรศัพท์มือถือ : 09-5126-8181, 08-8519-5290
✉ E-mail : jtongrak@gmail.com



สำนักวิชาสังคมนศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยราช



คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ที่ ๗๐๐๒/๒๕๖๐

เรื่อง แต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความวิชาการ/บทความวิจัย (Peer Review) ระดับชาติ
การประชุมสังคมศาสตร์วิชาการครั้งที่ ๑๔
“สังคมพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand ๔.๐”

ด้วย สำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย มีความประสงค์แต่งตั้งคณะกรรมการ
กลั่นกรองบทความวิชาการ/บทความวิจัย (Peer Review) ระดับชาติ การประชุมสังคมศาสตร์วิชาการครั้งที่ ๑๔
“สังคมพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand ๔.๐” เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๓๑ (๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ.๒๕๔๗
มหาวิทยาลัย จึงแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความวิชาการ/บทความวิจัย ประกอบด้วย

-ตามรายชื่อแนบท้ายคำสั่ง-

หน้าที่ พิจารณา กลั่นกรอง บทความวิชาการ/บทความวิจัย ของผู้เข้าร่วมนำเสนอผลงานทางวิชาการ และให้
ข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็น ผลงานแต่ละเรื่องให้เป็นไปตามมาตรฐานระดับชาติ ทั้งเนื้อหา ภาษา และรูปแบบการ
เขียนผลงาน

ให้ผู้ที่ได้รับการแต่งตั้งปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถและบังเกิดผลดี
ต่อทางราชการ

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๑ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๐

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ ด้วงนคร)
รองอธิการบดี รักษาการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความวิชาการ/บทความวิจัย
การประชุมสังคมนานาชาติวิชาการครั้งที่ ๑๔
“สังคมพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand ๔.๐”
แนบท้ายคำสั่งที่ ๗๐๐๒/๒๕๖๐

๑. ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

๑. ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.มนัส สุวรรณ
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
๒. รองศาสตราจารย์ ดร.บุญทวารณ วิงวอน
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
๓. รองศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ชัย ปิฎกฤษดิ์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยมหิดล
๔. รองศาสตราจารย์ ดร.สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์
ผู้ทรงคุณวุฒิ อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๕. รองศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา อุปโยคิน
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
๖. รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยนันท์ โชติวนิช
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
๗. รองศาสตราจารย์ ดร.สิริโฉม พิเชษฐบุญเกียรติ
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
๘. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทยา สุวคันธ์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากวิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุ่งนภา เทพภาพ
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากวิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
๑๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัมรินทร์ เทวตา
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยศิลปากร
๑๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุกกลิน อุนวิจิตร
ผู้ทรงคุณวุฒิ อดีตคณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๒. อาจารย์ ดร.อภิสม อินทรลาวัณย์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
๑๓. อาจารย์ ดร.เปเนต มโนมัยวิบูลย์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
๑๔. อาจารย์ ดร.พลวัฒน์ ประพัฒน์ทอง
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
๑๕. อาจารย์ ดร.สมเกียรติ อินทสิงห์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
๑๖. อาจารย์ ดร.กานต์รวี บุษยานนท์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยรามคำแหง



๒. ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

๑. รองศาสตราจารย์ ดร.นพพร ณะชัยจันทร์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๒. รองศาสตราจารย์พัชรา ก้อยชูสกุล
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๓. รองศาสตราจารย์ประกายศรี ศรีรุ่งเรือง
ผู้ทรงคุณวุฒิ คณบดีสำนักวิชาบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๔. รองศาสตราจารย์มาลี หมวกกุล
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๕. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัฒนา ยืนยง
ผู้ทรงคุณวุฒิ รองอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๖. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ลีตระกูล
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๗. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลหล่า ตรีเอากานุกูล
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๘. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รณิดา ปิงเมือง
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นาวัน พรหมใจสา
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์องอาจ อินทนิเวศ
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภัทรีพันธ์ พันธุ์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๒. อาจารย์ ดร.วรรณะ รัตนพงษ์
ผู้ทรงคุณวุฒิ คณบดีสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๓. อาจารย์ ดร.กิตติศักดิ์ นิเวรัตน์
ผู้ทรงคุณวุฒิ รองคณบดีคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๔. อาจารย์ ดร.อนันต์ แก้วตาดีบ
ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๕. อาจารย์ ดร.สุตาพร ปัญญาพฤษ
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๖. อาจารย์ ดร.จันจิรา วิชัย
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๗. อาจารย์ ดร.เบญจมาศ เมืองเกษม
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๘. อาจารย์ ดร.จิรนนต์ ไชยงาม นอกซ์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๙. อาจารย์ ดร.กฤตเมธ บุญนุ่น
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย



๒๐. อาจารย์ ดร.ธัญญลักษณ์ แซ่เลี้ยว

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๒๑. อาจารย์เพชรสวัสดิ์ กันคำ

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๒๒. อาจารย์ศศิพัชร เมฆรา

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๒๓. อาจารย์อิทธิพิทธ์ เรืองกิจวัฒน์

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๒๔. อาจารย์ต้องรัก จิตรบรรเทา

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๒๕. อาจารย์จามรี พระสุนิล

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย





คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ที่ ๗๐๐๓/๒๕๖๐

เรื่อง แต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอบทความวิชาการ/บทความวิจัย
การประชุมสังคมนวัตกรรมวิชาการครั้งที่ ๑๔
“สังคมนวัตกรรมภายใต้กระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand ๔.๐”

ด้วย สำนักวิชาสังคมนวัตกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย มีความประสงค์แต่งตั้งคณะกรรมการ
วิพากษ์บทความวิชาการ/บทความวิจัยของผู้เข้าร่วมนำเสนอผลงานทางวิชาการระดับชาติ ทั้งภาคบรรยายและ
ภาคโปสเตอร์งานสังคมนวัตกรรมวิชาการครั้งที่ ๑๔ “สังคมนวัตกรรมภายใต้กระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand
๔.๐”

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๓๑ (๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ.๒๕๔๗
มหาวิทยาลัย จึงแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอบทความวิชาการ/บทความวิจัย ดังต่อไปนี้

-ตามรายชื่อแนบท้ายคำสั่ง-

หน้าที่ วิพากษ์ ให้ข้อเสนอแนะ การนำเสนอบทความวิชาการ/บทความวิจัย ของผู้เข้าร่วมนำเสนอผลงาน
ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย และมีประสิทธิภาพ

ให้ผู้ที่ได้รับการแต่งตั้งปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถและบังเกิดผลดี
ต่อทางราชการ

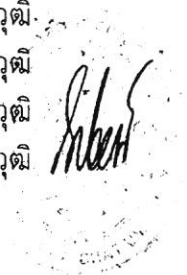
ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๑ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๐

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ ด้วนนคร)
รองอธิการบดี รักษาการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ
งานสังคมศาสตร์วิชาการครั้งที่ ๑๔
“สังคมพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand ๔.๐”
แนบท้ายคำสั่งที่ ๗๐๐๓/๒๕๖๐

- | | |
|---|---------------|
| ๑. รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริโฉม พิเชษฐบุญเกียรติ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒. รองศาสตราจารย์ ดร.นพพร ณะชัยพันธ์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๓. รองศาสตราจารย์พีชรา ก้อยชูสกุล | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๔. รองศาสตราจารย์ประกายศรี ศรีรุ่งเรือง | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๕. รองศาสตราจารย์มาลี หมวกกุล | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๖. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ลีตระกูล | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๗. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิรุณศิริ ใจมา | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๘. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปวีณา ลีตระกูล | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รณิดา ปิงเมือง | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลหล่า ตริเอกานุกุล | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นาวิน พรหมใจสา | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๒. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรชนก สนิทวงศ์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๓. อาจารย์ ดร.พลวัฒน์ ประพัฒน์ทอง | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๔. อาจารย์ ดร.อภิสม อินทรลาวัณย์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๕. อาจารย์ ดร.เปนต์ มโนมัยวิบูลย์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๖. อาจารย์ ดร.วรรณะ รัตนพงษ์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๗. อาจารย์ ดร.ปรมินทร์ อริเดช | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๘. อาจารย์ ดร.อนันต์ แก้วตาดีบ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๙. อาจารย์ ดร.กิตติศักดิ์ นิวัตน์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒๐. อาจารย์ ดร.สุดาพร ปัญญาพฤกษ์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒๑. อาจารย์ ดร.จิรนนต์ ไชยงาม นอกซ์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒๒. อาจารย์ ดร.กฤตเมธ บุญนุ่น | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒๓. อาจารย์ ดร.จันจิรา วิชัย | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒๔. อาจารย์ ดร.ธัญญลักษณ์ แซ่เลี้ยว | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒๕. อาจารย์ ดร.โอม พัฒนโชติ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒๖. ดร.ยุทธศิลป์ ชุมณี | ผู้ทรงคุณวุฒิ |





คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ที่ ๗๐๐๔/๒๕๕๙

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการวิชาการจัดทำรูปเล่ม (Proceeding)
การประชุมสังคมนิติศาสตร์วิชาการครั้งที่ ๑๔
“สังคมนิติวัฒนธรรมภายใต้กระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand ๔.๐”

ด้วย สำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย มีความประสงค์แต่งตั้งคณะกรรมการวิชาการจัดทำรูปเล่ม (Proceeding) งานสังคมนิติศาสตร์วิชาการครั้งที่ ๑๔ “สังคมนิติวัฒนธรรมภายใต้กระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand ๔.๐”

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๓๑ (๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ.๒๕๕๗ มหาวิทยาลัย จึงแต่งตั้งคณะกรรมการจัดทำรูปเล่ม (Proceeding) ประกอบด้วย

- | | |
|------------------------------------|---------------------|
| ๑. อาจารย์ต้องรัก จิตรบรรเทา | ประธานกรรมการ |
| ๒. อาจารย์จามรี พระสุนิต | กรรมการ |
| ๓. อาจารย์ธนพัทธ์ จันทรพิพัฒน์พงศ์ | กรรมการ |
| ๔. อาจารย์ณัฐธิยา วัฒนศิริศาสตร์ | กรรมการ |
| ๕. อาจารย์นพชัย ฟองอิสสระ | กรรมการ |
| ๖. อาจารย์ทิพวรรณ เมืองใจ | กรรมการและเลขานุการ |

หน้าที่ รวบรวมบทความวิชาการ/บทความวิจัยของผู้นำเสนอที่ผ่านการพิจารณาถ้อยแถลงจากผู้ทรงคุณวุฒิและจัดทำรูปเล่ม (Proceeding) ให้ถูกต้องตามมาตรฐานวิชาการ

ให้ผู้ที่ได้รับการแต่งตั้งปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถและบังเกิดผลดี
ต่อทางราชการ

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๑ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๐

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ ด้วนอง)

รองอธิการบดี รักษาราชการแทน

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

Attitudes Factors Influencing the Customers' Buying Decision Behavior for Healthy Food in Hua-Hin District, Prachuapkhirikhan Province

ธันวารัตน์ แสงโสภา^{1*} ปวีณา อ่อนเฉลียว² จิตพนธ์ ชุมเกต³
Thanwarat Saengsoda^{1*}, Paweena Onchaliaw², Jittaphon Chumkate³

¹นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

²นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

³อาจารย์ ดร.จิตพนธ์ ชุมเกต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

*Corresponding author. E-mail: Thanwarat.gig@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภคในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และ 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภค ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม SPSS โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้แก่ การทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 21-25 ปี ศึกษาในระดับปริญญาตรี มีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก และพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติ (X) คือ ด้านความรู้ ความเข้าใจ (X₁) ด้านอารมณ์ ความรู้สึก (X₂) ด้านพฤติกรรม (X₃) ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (Y) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสมการคือ $Y = 0.084 + (0.088)X_1 + (0.0297)X_2 + (0.364)X_3$

คำสำคัญ: ทัศนคติ การตัดสินใจซื้อ อาหารเพื่อสุขภาพ

Abstract

The objective of this research are as follow 1) to study Attitudes Factors Influencing the customers' buying decision behavior for healthy food in Hua-Hin district, Prachuapkhirikhan province. 2) to study customers' buying behavior for healthy food in Hua-Hin District, Prachuapkhirikhan province. The samples customers of healthy food for 400 in Hua-Hin District, Prachuapkhirikhan province. Questionnaire was used, Program SPSS used for data analysis. The statistics used in the analysis were percentage, mean and standard deviation. Which used in hypothesis testing at the level of significance 0.05 was multiple regression analysis.

The results of the research were that the majority of participants were male with 21-25 years of age. They completed bachelor's degrees. Mostly are single, there are collegian and their salaries are less than 15,000 bath. In addition, the study results indicated that the attitudes factors effect to the customers' buying decision for healthy food at high level, and customers' buying decision behavior for

healthy food at high level. The results of hypotheses testing revealed that the attitudes factors effect to customers' buying decision in Hua-Hin district, Prachuapkhirikhan province at the significant level of 0.05.

Keywords : Attitudes, Purchasing Decisions, Healthy Food

บทนำ

ไม่ว่าจะในปัจจุบันหรือในอดีตการมีสุขภาพที่ดีและแข็งแรงเป็นสิ่งที่คนทั่วโลกต้องการมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการออกกำลังกาย การเลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย แต่ด้วยสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาและรวดเร็ว การดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน และด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่เข้ามาอย่างรวดเร็วและแพร่หลาย ส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคแตกต่างกัน (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ สสส, 2559) สถานการณ์ของคนเมืองทำให้ไม่สามารถปฏิบัติตามหลักโภชนาการได้ มีความเสี่ยงในการดำเนินชีวิตตลอดเวลา ในปัจจุบันผู้บริโภคยุคใหม่ในทุก ๆ กลุ่มช่วงวัยหันมาสนใจอาหารที่มีประโยชน์มากขึ้น และพร้อมที่จะจ่ายเงินราคาแพงกับการที่จะได้รับคุณค่า ประโยชน์จากสารอาหารที่จะได้รับ จากผลสำรวจของ Euromonitor International พบว่าตลาดประเภทอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพมีแนวโน้มสูงขึ้นในอัตราร้อยละ 6 - 7 ต่อปี และคาดว่าในปี พ.ศ. 2560 จะมีมูลค่าตลาดสูงถึง 1 ล้านล้านบาทหรือร้อยละ 15 ของมูลค่าอาหารและเครื่องดื่มทั้งหมด และจะมีแนวโน้มสูงขึ้นอีกเรื่อย ๆ (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2557)

เนื่องจากพฤติกรรมมารับประทานอาหารของคนไทยนั้นยังคงเน้นเรื่องรสชาติของอาหารมากกว่าอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย ทำให้คนไทยมีโรคต่าง ๆ และด้วยสภาพแวดล้อมทางสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลง ไม่ว่าจะเป็นด้วยเงื่อนไขด้านเวลาหรือการทำหน้าที่ต่าง ๆ การใช้ชีวิตแบบเร่งรีบ ใช้เวลาน้อยทำให้ละเลยในเรื่องการดูแลสุขภาพ จากรายงานตลาดโลกปี 2558 ระบุว่า ผู้บริโภคเริ่มหันมาให้ความสำคัญกับสุขภาพของตนเองมากขึ้น ทำให้ในปัจจุบันกระแสสุขภาพขยายตัวเป็นวงกว้างมากยิ่งขึ้น (เกศินี ลักษณะอังกูร, 2553) แต่ด้วยในการใช้ชีวิตในแต่ละวันของคนไทยนั้นมีความเร่งรีบอยู่เสมอ พฤติกรรมที่ตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคส่วนใหญ่จึงเน้นการรับประทานแบบสะดวกสบาย รวดเร็ว ง่ายต่อการทาน พฤติกรรมผู้บริโภคส่วนใหญ่ในปัจจุบัน พบว่า ผู้บริโภคมีความต้องการที่ซับซ้อนในตัวของผู้ผลิตมากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการจึงพยายามออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความทันสมัย สะดวก หรืออาหารคลีนที่อยู่ในรูปของ package หรือที่เป็นกล่อง ซึ่งเหมาะกับความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันสมัยใหม่และรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค ที่ไม่มีเวลาในการดูแลสุขภาพ และเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคให้ตัดสินใจที่จะซื้ออาหารเพื่อสุขภาพมากยิ่งขึ้น (สุภาวรรณ มรรคานิเวศน์, 2549)

ประเทศไทยในปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสำคัญในการดูแลสุขภาพมากยิ่งขึ้น จนทำให้พฤติกรรมในการบริโภคเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะกลุ่มประชากรที่มีการศึกษา และอาศัยอยู่ในเมืองใหญ่ เป็น กลุ่มประชากรที่มีความฉลาดและเลือกสินค้าที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ (เวทย์ นุชเจริญ, 2559) อาจารย์สง่า ดามาพงษ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านโภชนาการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) อธิบายว่า “อาหารเพื่อสุขภาพ” เป็นคำที่ตั้งขึ้นมาเรียกอาหารเพื่อให้ผู้บริโภคตระหนักว่าการรับประทานอาหารให้ครบ 5 หมู่ ถูกต้องตามหลักโภชนาการ ปลอดภัย ไม่มีสารปนเปื้อน เลือกใช้วัตถุดิบที่ดีน้อยที่สุด ประยุกต์อาหารเท่าที่จำเป็น เพื่อแสดงความเป็นมิตรกับสุขภาพ หยุดสุขภาพเสื่อมโทรมแบบเร่งด่วนจากสารเคมีสังเคราะห์ในอาหาร ซึ่งโดยปกติแล้ว ร่างกายของคนเราควรได้รับสารอาหารที่เป็นประโยชน์ เพื่อให้ร่างกายสามารถทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ เนื่องจากการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์จะทำให้ร่างกายแข็งแรง ป้องกันการเจ็บป่วยได้ง่าย และการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ หากแต่สารอาหารที่ร่างกายได้รับนั้นไม่ครบทั้ง 5 หมู่อย่างที่เราควรได้รับก็ถือว่าร่างกายยังไม่สมบูรณ์และแข็งแรง ดังนั้นจึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการเลือกซื้อหาอาหารต่าง ๆ ร่วมด้วย เช่น การอ่านฉลาก ดูปริมาณให้เหมาะสม ซึ่งถือเป็นข้อปฏิบัติขั้นพื้นฐาน หลีกเลี่ยงการทานอาหารสำเร็จรูปทุกชนิด ประงและเตรียมอาหารด้วยตนเอง เป็นต้น (ศรัญญา ตีชัย, 2554) นอกจากนี้อาหารเพื่อสุขภาพยังมีแนวโน้มที่จะยังคงเป็นสิ่งที่อยู่ในความสนใจของผู้บริโภคต่อไป เมื่อผู้บริโภคต้องการระวังรักษาสุขภาพ การบริโภคอาหารที่ดี มีโภชนาการที่ดี ก็เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่จะส่งผลให้มีสุขภาพที่ดีได้ และยังมีแนวโน้มที่จะมุ่งสนองความต้องการของผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มมากขึ้น เช่น ผู้สูงอายุ เด็ก วัยรุ่น วัยทำงาน เป็นต้น (อาณัติ นิตธิธรรมยง, 2554 : 14-15)

ในปัจจุบันจะเห็นได้ว่าผู้บริโภคมีการปรับเปลี่ยนแนวคิดหรือพฤติกรรมผู้บริโภคไปจากเดิม เช่น การบริโภคอาหารเพื่อเป็นยา กลายเป็นแนวคิดสำหรับคนรุ่นใหม่ การเลือกอาหารที่มีสรรพคุณทางการรักษาหรือการบำรุงสุขภาพมีแนวโน้มได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังมีอีกหนึ่งเหตุผล ที่ผู้คนหันมาใส่ใจสุขภาพ เป็นเพราะรู้ประโยชน์ของการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพกันมากขึ้น สมัยนี้เป็นยุคของข้อมูลข่าวสาร จึงไม่จำเป็นต้องรอข้อมูลจากหมอหรือผู้เชี่ยวชาญเพียงเท่านั้น แต่สามารถหาความรู้ได้จากหลายแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร เป็นต้น คนเริ่มรู้สึกว่ายากและการรักษาไม่ใช่คำตอบและวิธีที่จะมีสุขภาพที่ดีได้เพียงอย่างเดียวเท่านั้น จึงเริ่มต้นป้องกันด้วยตนเองน่าจะดีกว่า หลายคนเลือกที่จะหาความรู้เพื่อดูแลสุขภาพตนเอง บางคนเลือกปรึกษาหมอกหรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ซึ่งก็แล้วแต่สภาพปัญหา ความรุนแรงและความต้องการของแต่ละบุคคล แต่ก็ยังมีวิธีที่สามารถทำได้ง่าย ๆ คือการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายนั่นเอง (ศรีมาลา อุ่นแสงจันทร์, 2548 : 1) ซึ่งพฤติกรรมกรใส่ใจสุขภาพยังคงเป็นกระแสหลักของผู้บริโภคในปัจจุบัน ด้วยความมุ่งหวังให้ตนเองมีสุขภาพและรูปลักษณ์ที่ดี ส่งผลให้การรับจ่ายใช้สอยและการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย ทั้งกลุ่มอาหารคลีน อาหารแมคโครไบโอติกส์ อาหารวีแกน หรือกลุ่มอาหารแปรรูปเพื่อสุขภาพ (อุตสาหกรรมพัฒนามูลนิธิเพื่อสถาบันอาหาร, 2554) ในขณะเดียวกัน การที่ประเทศไทยก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ สังคมเมืองที่ขยายตัว และพฤติกรรมของผู้บริโภคยุคใหม่ที่เปลี่ยนไป ทำให้ผู้คนเริ่มตระหนักในความสำคัญของการบริโภคอาหารที่มีคุณประโยชน์มากขึ้น กระแสอาหารเพื่อสุขภาพจึงเฟื่องฟูและได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย และได้จำกัดเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุที่ต้องดูแลเรื่องอาหารการกินของตนเอง แต่ยักรวมถึงกลุ่มผู้บริโภคทั่วไปที่มีรายได้ปานกลางทั้งคนหนุ่มสาว ซึ่งมีกำลังซื้อเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ ไปจนถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ใช้ใจในสุขภาพด้วย และกลุ่มคนเหล่านี้ก็พร้อมลงทุนเพื่อสุขภาพที่ดีด้วยการใช้จ่ายไปกับอาหารเพื่อสุขภาพต่าง ๆ ด้วยความเชื่อว่าจะสามารถช่วยบำรุงให้มีสุขภาพที่ดี ช่วยป้องกันโรค หรือช่วยให้ร่างกายสมบูรณ์ ผิวพรรณดี เป็นต้น (สุทธิรัตน์ รักจิตร, 2559)

นอกจากนี้ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นอำเภอหนึ่งที่มีนโยบายในการพัฒนาด้านสาธารณสุข เป็นนโยบายของคุณนพพร วุฒิกุล นายกเทศมนตรีเมืองหัวหิน ซึ่งเน้นในเรื่องของการสร้างเสริมสุขภาพของคนในชุมชน โดยเน้นการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ โดยศูนย์สาธารณสุขสามารถเป็นหน่วยงานที่ให้บริการด้านการสร้างเสริมสุขภาพเป็นการส่งเสริมด้านคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้ดีขึ้น ในด้านสุขภาพอาหาร เพื่อให้ผู้บริโภคได้บริโภคอาหารที่สะอาด ถูกสุขอนามัยและปลอดภัยจากสารพิษ (เทศบาลเมืองหัวหิน, 2555) จะเห็นได้ว่า อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นอำเภอที่ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพและการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือก อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สำหรับการศึกษาและทำวิจัยในครั้งนี้ เพื่อต้องการทราบ “ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภคในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์”

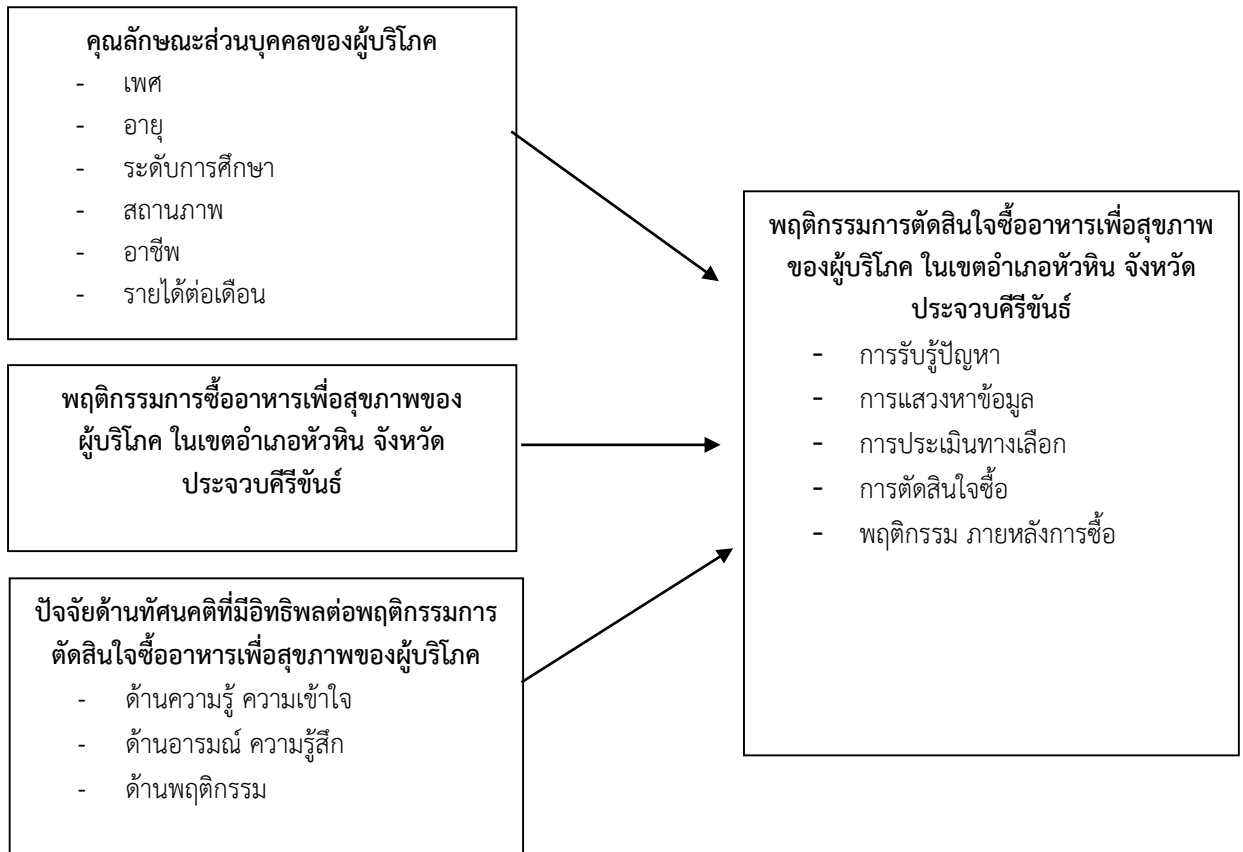
จากข้อมูลที่กำลังมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ และศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อให้ทุกคนหันมาดูแลสุขภาพมากยิ่งขึ้น ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการทานอาหารที่ไม่เหมาะสม และเพื่อลดความเสี่ยงของการเกิดโรคจากการรับประทานอาหารที่ไม่มีประโยชน์

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภคในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภคในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษา “ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภคในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” ได้กำหนดกรอบแนวคิดไว้ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยด้านทัศนคติ ด้านความรู้ ความเข้าใจ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภคในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. ปัจจัยด้านทัศนคติ ด้านอารมณ์ ความรู้สึก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภคในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
3. ปัจจัยด้านทัศนคติ ด้านพฤติกรรม การแสดง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภคในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

วิธีการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ โดยเลือกวิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถามที่สร้างขึ้น และกำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ในเขตพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่มีอายุระหว่าง 15 - 40 ปี โดยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ในเขตพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนกลุ่มประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 คำนวณได้จากสูตร (W.G.cochran, 1953) ดังนี้

$$n = \frac{p(1-p) Z^2}{e^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

p แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำหนดจะสุ่ม (ถ้าไม่ทราบให้กำหนด p = 0.5)

Z แทน ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

e แทน ค่าความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้น (e = 0.05)

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า} \quad n &= \frac{0.5(1-0.5)1.96^2}{(0.05)^2} \\ &= 384.16 \end{aligned}$$

ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณ 384 คน โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนดคือ ไม่น้อยกว่า 384 ตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้เครื่องมือแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลโดยแบ่งออกเป็น 5 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค โดยสอบถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อเดือน เป็นแบบสอบถามลักษณะตัวเลือกที่กำหนดให้ จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ เป็นแบบสอบถามลักษณะตัวเลือกที่กำหนดให้ จำนวน 8 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ จำนวน 28 ข้อ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ จำนวน 37 ข้อ

ในส่วนของคำถามตอนที่ 3 และตอนที่ 4 ลักษณะของคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ คือ

ระดับความสำคัญ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

นำข้อมูลที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยของระดับคะแนน ผู้วิจัยได้กำหนดค่าอันตรภาคชั้น สำหรับการแปลผลข้อมูล โดยคำนวณค่าอันตรภาคชั้นเพื่อช่วงชั้น แบ่งเป็น 5 ช่วง ตามระดับความคิดเห็น ด้วยการใช้สูตรคำนวณและค่าอธิบายสำหรับแต่ละช่วงชั้นดังนี้ (พินิตา สุขุมจริยพงศ์, 2556)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนที่มีค่าสูงสุด} - \text{คะแนนที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

คะแนนเฉลี่ย

4.21 – 5.00

3.41 – 4.20

2.61 – 3.40

1.81 – 2.60

1.00 – 1.80

ระดับความคิดเห็นที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด

มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง

มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับน้อย

มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 5 เป็นข้อเสนอแนะข้อมูลเพิ่มเติม โดยเป็นคำถามปลายเปิด (Open End Question)

3. ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การสร้างเครื่องมือ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ มีหลายระเอียดในการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

1.1 ศึกษารายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎี แนวความคิด วิธีการและหลักการที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

1.2 สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.3 สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ

1.4 สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่ออาหารเพื่อสุขภาพ

1.5 สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค และหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาทดลองกับกลุ่มตัวอย่างก่อนทดสอบจริง แล้วนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์

2. ตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามจำนวน 40 ชุดไปทดสอบก่อนนำไปใช้จริง (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่าง โดยทำการคัดเลือกผู้บริโภคจากการสุ่มแบบง่าย แล้ววิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) การประเมินความเที่ยงสัมประสิทธิ์แอลฟาของเครื่องมือที่มีค่ามากกว่า 0.5 ถือว่าแบบสอบถามใช้ได้ (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2552)

$$\text{สูตร} = \alpha = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{s^2} \right)$$

3. ลงพื้นที่ เก็บข้อมูลจากการแจกแบบสอบถามเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์

4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัยนี้ประกอบด้วย การวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) และการวิเคราะห์ด้วยสถิติอนุมาน (Inferential Statistics) (รศ.ดร.เทพศักดิ์ บุญรัตน์, 2553)

1. การวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยสามารถวิเคราะห์แบบสอบถาม ได้ดังนี้

1.1 แบบสอบถามตอนที่ 1 เกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) และค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 แบบสอบถามตอนที่ 2 เกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) และค่าร้อยละ (Percentage)

1.3 แบบสอบถามตอนที่ 3 เกี่ยวกับปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

1.4 แบบสอบถามตอนที่ 4 เกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

2. การวิเคราะห์ด้วยสถิติอนุมาน (Inferential Statistic) การวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ในลักษณะของการส่งผลกระทบระหว่างตัวแปรอิสระหลายตัวได้แก่ ปัจจัยด้านทัศนคติด้านความรู้ ความเข้าใจ ด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรม เพื่อทดสอบถึงความแตกต่างที่ตัวแปรอิสระดังกล่าวแต่ละตัวแปรตามดั่งนั้นสถิติที่ใช้ในการ วิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regressions) (นงลักษณ์ วิรัชชัย , 2553)

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงกำหนดความหมายของสัญลักษณ์ดังต่อไปนี้

Mean	หมายถึง ค่าเฉลี่ย
SD	หมายถึง ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	หมายถึง ค่าสถิติในการทดสอบสมมุติฐาน
B	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรพยากรณ์ในรูปแบบของคะแนนดิบ
Beta	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรพยากรณ์ในรูปแบบของคะแนน มาตรฐาน

sig หมายถึง ค่าที่ใช้ในการตรวจสอบว่าตัวแปรอิสระใดบ้างที่สามารถใช้ในการ พยากรณ์
 R Square หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด

ผลการวิจัย

การศึกษาข้อมูลด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภคในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 400 คน จากนั้นนำแบบสอบถามไปวิเคราะห์ประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS (Statistical Package for Social Science) ผลที่ได้จากการศึกษา ทางผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลด้วยการบรรยายเชิงพรรณนา และสถิติอนุมานเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ตามลำดับ ได้แก่

ตอนที่ 1 วิเคราะห์คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อเดือน

จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 295 คน คิดเป็นร้อยละ 73.8 มีอายุอยู่ระหว่าง 21-25 ปีจำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 67.3 ศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 69 มีสถานภาพโสด จำนวน 342 คน คิดเป็นร้อยละ 85.5 ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 74.5 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 329 คน คิดเป็นร้อยละ 82.3

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ

จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้บริโภครู้จักอาหารเพื่อสุขภาพทั้งหมด 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ส่วนใหญ่รู้จักอาหารเพื่อสุขภาพจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49 ซึ่งเคยซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ จำนวน 338 คน คิดเป็นร้อยละ 84.5 โดยตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพด้วยตัวเอง จำนวน 308 คน คิดเป็นร้อยละ 77 ส่วนใหญ่เคยซื้ออาหารเพื่อสุขภาพทั้ง 3 ประเภท ได้แก่ อาหารธรรมชาติ อาหารอแกนิก และอาหารเสริมจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24 ประเภทอาหารเพื่อสุขภาพที่ซื้อครั้งล่าสุด คือ อาหารธรรมชาติ จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 ความถี่ในการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ คือ 1-2 ครั้งต่อเดือน จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 และส่วนมากรับรู้แหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพจาก 2 แหล่ง ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) และอินสตาแกรม (Instagram) จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ

การนำเสนอในส่วนนี้ เป็นผลการศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เรื่องปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาหารเพื่อสุขภาพ โดยมีรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงให้เห็นถึงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาหารเพื่อสุขภาพ

ปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาหารเพื่อสุขภาพ	Mean	S.D	การแปลผล
1. ด้านความรู้ ความเข้าใจ	4.30	0.60	มากที่สุด
2. ด้านอารมณ์ ความรู้สึก	3.95	0.43	มาก
3. ด้านพฤติกรรม การแสดงออก	4.13	0.64	มาก
รวม	4.13	0.46	มาก

จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.13 เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ด้านความรู้ ความเข้าใจ อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 รองลงมาเป็นด้านพฤติกรรม การแสดงออก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 และด้านอารมณ์ ความรู้สึก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ

การนำเสนอในส่วนนี้ เป็นผลการศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เรื่องพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ โดยมีรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

พฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ	Mean	S.D	การแปลผล
1. ด้านการรับรู้ปัญหา	4.06	0.61	มาก
2. ด้านการแสวงหาข้อมูล	3.88	0.77	มาก
3. ด้านการประเมินทางเลือก	3.90	0.71	มาก
4. ด้านการตัดสินใจซื้อ	4.09	0.65	มาก
5. ด้านพฤติกรรม ภายหลังจากการซื้อ	3.96	0.61	มาก
รวม	3.98	0.58	มาก

จากตารางที่ 2 จะเห็นได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.98 เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพมากที่สุด คือ ด้านการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 รองลงมา คือ ด้านการรับรู้ปัญหา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ด้านพฤติกรรม ภายหลังจากการซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ด้านการประเมินทางเลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 และด้านการแสวงหาข้อมูล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ตามลำดับ

ทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 3 วิเคราะห์ตัวแปรปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ด้านความรู้ ความเข้าใจ ด้านอารมณ์ ความรู้สึก ด้านพฤติกรรม การแสดง ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปร	B	Beta	t	sig
ด้านความรู้ ความเข้าใจ	X ₁	0.084	0.088	2.011	0.045
ด้านอารมณ์ ความรู้สึก	X ₂	0.400	0.297	6.783	0.000
ด้านพฤติกรรม การแสดง	X ₃	0.328	0.364	7.981	0.000

เป็นการทดสอบสมมติฐานเพื่อทดสอบตัวแปรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภคในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 3 สมมติฐาน วิเคราะห์ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

จากผลในตารางที่ 3 พบว่าปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่ออาหารเพื่อสุขภาพด้านความรู้ ความเข้าใจ ด้านอารมณ์ ความรู้สึก และด้านพฤติกรรม การแสดง ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับทางสถิติที่ 0.05 พิจารณาจากค่า Significance ที่ 0.000

สรุปผลทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4 สรุปผลทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านทัศนคติ ด้านความรู้ ความเข้าใจ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภค	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านทัศนคติ ด้านอารมณ์ ความรู้สึก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภค	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านทัศนคติ ด้านพฤติกรรม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภค	ยอมรับ

จากตารางที่ 4 พบว่าปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่ออาหารเพื่อสุขภาพด้านความรู้ ความเข้าใจ ด้านอารมณ์ ความรู้สึก และด้านพฤติกรรม การแสดง ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภค และจากการวิเคราะห์ถดถอย

พหุคูณ นำมาเขียนสมการความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่ออาหารเพื่อสุขภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภค ได้ดังนี้

$$Y = 0.084 + (0.088)X_1 + (0.0297)X_2 + (0.364)X_3$$

เมื่อ	Y	=	การตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภค
	X ₁	=	ด้านความรู้ ความเข้าใจ
	X ₂	=	ด้านอารมณ์ ความรู้สึก
	X ₃	=	ด้านพฤติกรรม การแสดง

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม สามารถสรุปผลได้ ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 21-25 ปี ศึกษาในระดับปริญญาตรี มีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ

พฤติกรรมการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากการศึกษพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดรู้จักอาหารเพื่อสุขภาพ ส่วนใหญ่รู้จักอาหารเพื่อสุขภาพจากอินเทอร์เน็ต ซึ่งเคยซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ โดยตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพด้วยตัวเอง ส่วนใหญ่เคยซื้ออาหารเพื่อสุขภาพทั้ง 3 ประเภท ได้แก่ อาหารธรรมชาติ อาหารอแกนิก และอาหารเสริม ประเภทอาหารเพื่อสุขภาพที่ซื้อครั้งล่าสุด คือ อาหารธรรมชาติ ความถี่ในการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพคือ 1-2 ครั้งต่อเดือน และส่วนมากรับรู้แหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพจาก 2 แหล่ง ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) และอินสตาแกรม (Instagram)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค

ปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เกี่ยวกับปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจ ปัจจัยด้านอารมณ์ ความรู้สึก และปัจจัยด้านพฤติกรรม การแสดงออก สามารถสรุปผลได้ ดังนี้

จากการวิเคราะห์ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจมากที่สุด รองลงมา คือ ปัจจัยด้านพฤติกรรมการแสดงออก และปัจจัยด้านอารมณ์ ความรู้สึก ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ

พฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เกี่ยวกับการรับรู้ปัญหา ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรม ภายหลังการซื้อ สามารถสรุปผลได้ดังนี้

จากการวิเคราะห์พฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับด้านการตัดสินใจซื้อมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการรับรู้ปัญหา ด้านพฤติกรรม ภายหลังการซื้อ ด้านการประเมินทางเลือก และด้านการแสวงหาข้อมูล ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภคในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” ผู้วิจัยขอสรุปการอภิปรายผล ดังนี้

1. ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภค ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจ พบว่า อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านทัศนคติด้านความรู้ ความเข้าใจ โดยเฉพาะ

ประเด็น อาหารเพื่อสุขภาพมีคุณค่าทางโภชนาการ อาหารเพื่อสุขภาพใช้วัตถุดิบที่มาจากธรรมชาติ อาหารเพื่อธรรมชาติใช้วัตถุดิบที่ปราศจากสิ่งเจือปน เช่น ผักปลอดสารพิษ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐภัทร วัฒนถาวร (2558) ที่ศึกษา “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติในการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ด โดยเฉพาะประเด็นอาหารคลีนฟู้ดใช้วัตถุดิบที่ปราศจากสิ่งเจือปน

2. ปัจจัยด้านอารมณ์ ความรู้สึก มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภค ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ปัจจัยด้านอารมณ์ ความรู้สึก อยู่ในระดับความสำคัญมากอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านทัศนคติด้านอารมณ์ ความรู้สึก โดยเฉพาะประเด็น การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเป็นประจำจะส่งผลให้ร่างกายแข็งแรง คนที่บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพคือคนที่ใส่ใจสุขภาพ มีการระบุปริมาณแคลอรีในหนึ่งหน่วยบริโภค สอดคล้องกับแนวคิดของ วจนะ ฎุภาณี (2555) กล่าวว่า องค์ประกอบด้านอารมณ์หรือความรู้สึก ของทัศนคติ เป็นอารมณ์หรือความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือยี่ห้อ และผู้บริโภคประเมินว่าชอบหรือไม่ชอบ ดีหรือไม่ดีมากนักน้อยเพียงใด

3. ปัจจัยด้านพฤติกรรม การแสดงออก มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภค ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ปัจจัยด้านพฤติกรรม การแสดงออก อยู่ในระดับความสำคัญมากอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านทัศนคติด้านพฤติกรรม ความรู้สึก โดยเฉพาะประเด็น อาหารเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อสุขภาพสำหรับท่าน การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพทำให้ได้รับสารอาหารครบถ้วน ท่านมั่นใจในคุณค่าของสารอาหาร สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐภัทร วัฒนถาวร และชุตินาถ ทองจีน (2559) กล่าวว่า เป็นความน่าจะเป็นหรือแนวโน้มที่มีพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งต่อทัศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออาจหมายถึงความตั้งใจที่จะซื้อ จากความหมายนี้ส่วนของพฤติกรรมจะรวมถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้น รวมทั้งพฤติกรรมและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคด้วยคะแนนความตั้งใจของผู้ซื้อสามารถนำไปใช้เพื่อประเมินความน่าจะเป็นของการซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคหรือพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการทำวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภค ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” มีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. จากการศึกษาข้อมูลทั่วไป พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 21-25 ปี ศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท มีความถี่ในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ คือ 1-2 ครั้งต่อเดือน ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจที่ดำเนินการเกี่ยวข้องกับอาหารเพื่อสุขภาพ สามารถนำข้อมูลดังกล่าวข้างต้นไปวางแผนในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนและเจาะลึกลงไป โดยพิจารณาในเบื้องต้นจากกลุ่มตัวอย่างในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ดังที่มีลักษณะข้างต้น โดยการนำข้อมูลและลักษณะของกลุ่มเป้าหมายไปทำการตลาด ประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ และการทำโฆษณาชวนเชื่อผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะ เฟซบุ๊ก (Facebook) และอินสตาแกรม (Instagram) เพราะกลุ่มเป้าหมายมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพมากที่สุด หรือนำไปใช้เพื่อวางแผนกลยุทธ์ เพื่อนำประโยชน์ไปใช้ให้สูงสุด

2. จากการศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติ สิ่งที่ผู้บริโภคในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ อาหารเพื่อสุขภาพมีคุณค่าทางโภชนาการ การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเป็นประจำจะส่งผลให้ร่างกายแข็งแรง อาหารเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อสุขภาพสำหรับท่าน จะเห็นได้ว่า ผู้บริโภคในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ให้ความสำคัญกับอาหารและการมีสุขภาพที่แข็งแรงเป็นอย่างมาก ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจ หน่วยงาน หรือองค์กรที่เกี่ยวข้องจึงควรมีการปรุงแต่งอาหารโดยคำนึงถึงคุณค่าทางโภชนาการเป็นหลัก และเน้นความปลอดภัยของอาหารต่อไป

3. จากการศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติสิ่งที่ผู้บริโภคในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ อาหารเพื่อสุขภาพใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ ไม่ใช้สารปรุงแต่งที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ไม่ปรุงแต่งอาหารมากเกินไป ใช้วัตถุดิบที่ปราศจากสิ่งเจือปน เช่น ผงชูรส ดังนั้นผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องจึงควรให้ความสำคัญ กับประเด็นข้างต้น และควรให้คำแนะนำโภชนาการที่ต้องการในแต่ละวันต่อบุคคลเพื่อให้ได้รับสารอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ และ

ภาครัฐควรเข้ามาช่วยควรให้ความรู้และข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคจะได้นำไปใช้ในการตัดสินใจ บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ โดยไม่ถูกผู้ประกอบการเอาเปรียบ และเป็นผลดีต่อสุขภาพมากที่สุด ครอบครัวและคนใกล้ชิด ควรให้คำแนะนำ หรือความรู้ เพื่อสร้างทัศนคติที่ถูกต้องในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ

ข้อเสนอแนะสำหรับวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภคในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เท่านั้น ซึ่งในอนาคตต่อไปควรศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภคใน จังหวัดอื่น ๆ เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการ เจ้าของกิจการ และผู้ที่สนใจในการใช้วางแผน การใช้กลยุทธ์
2. ควรศึกษาในเขตพื้นที่อื่น ๆ เพื่อศึกษาความแตกต่างของผู้บริโภคในแต่ละเขตพื้นที่ เพื่อนำข้อมูลที่แตกต่างกัน มาวิเคราะห์ และเพื่อขยายธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอาหารสุขภาพให้มีหลายสาขามากขึ้น
3. ควรศึกษาแนวโน้มการเติบโต ปัญหา และอุปสรรคของ พฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ของ ผู้บริโภคในอนาคต เพื่อประโยชน์ในการวางแผนการตลาดของธุรกิจ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ให้ได้มากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

- การกินเพื่อสุขภาพ. อาหารหลัก 5 หมู่ และประโยชน์ต่อสุขภาพ [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 10 กันยายน 2560. เข้าได้จาก. <https://www.honestdocs.co/5-food-group-and-its-benefit>
- การกินคลีนเพื่อสุขภาพอย่างถูกวิธี. หลักการของการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพหรืออาหารคลีน [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 11 กันยายน 2560. เข้าได้จาก. <http://www.lovefitt.com/tips-tricks/>
- เกตุณี ลักษณะอังกูร. (2553). การศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ณัฐนิช สุริยะฉาย (2558). การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของประชากรวัยทำงานของไทย และมาเลเซีย. [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 15 ตุลาคม 2560. เข้าได้จาก <http://www.info.ms.su.ac.th/sums02/PDF01/2558/GB/12.pdf>
- ณัฐภัทร วัฒนถาวร (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดของประชากรในกรุงเทพมหานคร. [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 13 ตุลาคม 2560. เข้าได้จาก. http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2229/1/natthaphat_watt.pdf
- ณัฐภัทร วัฒนถาวร และชุตินาถ ทองจีน (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดของประชากรใน กรุงเทพมหานคร. [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 13 ตุลาคม 2560. เข้าได้จาก. <http://bus.rmutp.ac.th/research/myfile/2017-01-28-999-56.pdf>
- ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ. กระบวนการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอนของผู้บริโภค [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 10 กันยายน 2560. เข้าได้จาก. <https://doctemple.wordpress.com/>
- เทศบาลเมืองหัวหิน. (2555). นโยบายนายกเทศมนตรีเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 15 ตุลาคม 2560. เข้าได้จาก http://www.huahin.go.th/huahin/news_view.php?idnews=1097
- นงลักษณ์ วิรัชชัย (2553). ชุตินาถ 21701 การวิจัยหลักสูตรและการเรียนการสอน. หน่วยที่ 7 การศึกษาวรรณกรรม ที่เกี่ยวข้อง และหน่วยที่ 10 สถิติวิเคราะห์เชิงปริมาณ: สถิติบรรยาย และสถิติพาราเมตริก. หลักสูตรปริญญา ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- พนิดา สุขุมจริยพงศ์. (2556). การสื่อสารทางการตลาดและการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ชุดชั้นในยี่ห้อวอลล์ของสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร.
- แพรวภัทร ยอดแก้ว (2552). ทัศนคติหรือเจตคติ. [ออนไลน์]. เข้าได้จาก 13 ตุลาคม 2560. เข้าได้จาก. <https://www.gotoknow.org/posts/280647>

- วจนะ ภูพานี (2555). **ทัศนคติกับพฤติกรรมผู้บริโภค**. เข้าถึงเมื่อ 14 ตุลาคม 2560. เข้าได้จาก. <https://www.slideshare.net/kingkongzaa/attitude-and-consumer-behavior-ch-9>
- เวทย์ นุชเจริญ. (2559). **อาหารเพื่อสุขภาพ. Mega-trend ของคนรักสุขภาพ** [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 19 กันยายน 2560. เข้าได้จาก. <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/637768>
- ศรีบุญญา ดีชัย. (2554). **อาหารเพื่อสุขภาพ**. [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 15 ตุลาคม 2560. เข้าได้จาก. <https://www.gotoknow.org/posts/432769>
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2544). **ทฤษฎีการทดสอบแบบดั้งเดิม**. พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพฯ ฯ : โรงพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ศรีมาลา อุ่นแสงจันทร์. (2548). **อาหารกับสุขภาพ**. หน่วยอนามัย กองกการนศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์
- สุภาวรรณ มรรดานิเวศน์. (2549). **ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของนักศึกษา ตรีศึกษา นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุทธิรัตน์ รักจิตร. (2559). **โอกาสของอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ**. [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 15 ตุลาคม 2560. เข้าได้จาก. <http://www.manager.co.th/iBizchannel/viewNews.aspx?NewsID=9590000039873>
- ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing Mix '7Ps). **แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix)** [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 10 กันยายน 2560. เข้าได้จาก. <http://thesisavenue.blogspot.com/2008/09/marketing-mix-7ps.html>
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส). **'คลีนฟู้ด' อีกมิติของการกินเพื่อสุขภาพ (2559)**. [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 12 กันยายน 2560. เข้าได้จาก. <http://www.thaihealth.or.th/Content/>
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2557). [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 12 กันยายน 2560. เข้าได้จาก <http://www.nia.or.th/innolinks/>
- อาณัติ นิธิธรรมยง. (2554). **อาหารเพื่อสุขภาพ**. กรุงเทพฯ ฯ : บริษัท สำนักพิมพ์แม่บ้าน จำกัด
- อาหารเพื่อสุขภาพ. **กินดี สุขภาพดี ชีวิตมีสุข** [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 19 กันยายน 2560. เข้าได้จาก <http://www.todayhealth.org/food-health/>
- อาหารเพื่อสุขภาพ. **Mega-trend ของคนรักสุขภาพ** [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 19 กันยายน 2560. เข้าได้จาก. <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/637768>
- อุตสาหกรรมพัฒนามูลนิธิเพื่อสถาบันอาหาร. (2554). **ตลาดวิตามินและผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในประเทศไทย**. [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 19 กันยายน 2560. เข้าได้จาก <http://fic.nfi.or.th/MarketOverviewDomesticDetail.php?id=135>
- Cochran, W. G. (1953). **Sampling techniques**. New York: John Wiley & Sons.