

กลยุทธ์การทำอาหารสำเร็จรูป และอาหารว่างเพื่อสุขภาพ จำหน่าย ในเขตพญาไท-ราชเทวี กรุงเทพมหานคร

Strategics Distribution for Healthy Food and Healthy Snack in Phayathai and Ratchathewi District, Bangkok

ณัฐพงศ์ เสถียรไชยกิจ^{*}

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องกลยุทธ์การทำอาหารสำเร็จรูป และอาหารว่างเพื่อสุขภาพจำหน่ายในเขตพญาไท-ราชเทวีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการทำอาหารสำเร็จรูปและอาหารว่างเพื่อสุขภาพ จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล ระเบียบวิธีการศึกษาใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการสำรวจปัจจัยกลยุทธ์การทำอาหารสำเร็จรูปและอาหารว่างเพื่อสุขภาพจำหน่ายในเขตพญาไท-ราชเทวี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 65.38 อายุ 41 - 45 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 21.33 รายได้ 10,001 - 15,000 บาท จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 37.41 อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 25.52 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปและอาหารว่างเพื่อสุขภาพในเขตพญาไท-ราชเทวี

ในภาพรวม มีน้ำหนักการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับแรก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคมีน้ำหนักการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคมีน้ำหนักการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก อันดับ 3 คือ ด้านราคาผู้บริโภคมีน้ำหนักการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้าย คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคมีน้ำหนักการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ในภาพรวมลูกค้าที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคล ด้านเพศ รายได้ และอาชีพต่างกัน มีปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารและอาหารว่างสำเร็จรูปเพื่อสุขภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งอาชีพรับราชการและพนักงานบริษัทเอกชนไม่สามารถเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปและอาหารว่างเพื่อสุขภาพได้ในเวลาอันจำกัด เนื่องจากจะต้องรีบเร่งไปทำงาน ส่วนเจ้าของกิจการ

^{*} หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมและอาเซียนในระบบเศรษฐกิจโลก วิทยาลัยนวัตกรรมสังคม มหาวิทยาลัยรังสิต

นักเรียนนักศึกษาหรือแม่บ้าน มีเวลาเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปและอาหารว่างเพื่อสุขภาพ หรือจัดทำอาหารสำเร็จรูปและอาหารว่างเพื่อสุขภาพได้ที่บ้านหรือที่ทำงานได้สะดวกกว่าอาชีพดังกล่าวข้างต้น (เยาวนา สุวตติ. อาหารสำเร็จรูปและอาหารว่างเพื่อสุขภาพ. วิจัยเทคโนโลยีชีวภาพ ส่วนผู้บริโภคที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลด้าน อายุและระดับการศึกษาต่างกัน พบว่ามีปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปและอาหารว่างเพื่อสุขภาพ ไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะผู้บริโภคควรทราบถึงผลดีของการบริโภคอาหารและอาหารว่างเพื่อสุขภาพ และวัตถุดิบที่ใช้ปรุงอาหารเพื่อหลีกเลี่ยงสารพิษที่ก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพ และผู้บริโภคควรปรุงอาหารด้วยตนเองจะดีกว่าซื้อตามร้านอาหารภาครัฐและเอกชนควรให้ความสำคัญและส่งเสริมการรับประทานอาหารสำเร็จรูปและอาหารว่างเพื่อสุขภาพ จะช่วยให้คนไทยได้รับความรู้และคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการบริโภคอาหารในชีวิตประจำวัน อาหารที่ปลอดภัย และครบหลักโภชนาการจะทำให้พลเมืองของประเทศไทยมีสุขภาพดี ลดการเบียดเบียนสัตว์แล้ว เป็นการส่งเสริมให้เกษตรกรผู้ปลูกผักผลไม้สามารถขายผลผลิต ภายในประเทศได้

คำสำคัญ: ปัจจัยการตัดสินใจ อาหารสำเร็จรูปและอาหารว่างเพื่อสุขภาพ

Abstract

To study the factor in deciding to purchase health foods in Phayathai-Ratchathewi province. The purposes of the research are to study and compare the factors in customer's healthy foods buying decision in Phayathai and Ratchathewi district by personal characteristics using quantitative research method. The data collected by survey research method with

the questionnaire from 230 people around the area. Data were analyzed by Percentage, Mean, Standard Deviation, T and F Test and Schaffer's. In F Test found the statistical significance differences at .05 levels. The most of people who did the questionnaire are female amount 187 (65.38 percentages), 61 people are during 41 - 45 years of age (21.33 percentages), 107 people get income 10,001 - 15,000 baht per month (37.41percentages), 73 people are offices' employee (25.52 percentage), 133 people graduated Bachelor degree (46.50percentages). The all factors in customer's healthy foods buying decision in Phayathai and Ratchathewi district had at high level. We can divide by the factors as follow: The first is product had at high level. The second is the channel to the consumers had at high level. The third is cost had at high level. The last is marketing support had at middle level.

The test of the suppose were found that customer who have different gender, income and occupation have influenced toward customer's healthy foods buying decisions in Phayathai and Ratchathewi districts. The differences are showed the mean stratify at the .05 level. The career civil servants and private companies cannot buy healthy food in a limited time because they have to rush to work. On the other hand, business owner, students and housewives have time to buy healthy food. Or prepare healthy meals at home or work with a professional than above. Yaowana said that the customer's factors that have different age and graduated have not

influenced toward customer's healthy foods buying decisions in Phayathai and Ratchathewi district.

For Advise, consumers should be aware the benefits of eating healthy. Materials for cooking to avoid toxins that causes health. And consumers should cook their own food, it is better to buy the restaurant. The government and private sector should promote health food consumption to promote good health and reduce consumption of animals, thereby helping to support agricultural sector.

Keywords: Factor In Deciding, Purchase Health Foods

บทนำ

คนไทยส่วนมาก ที่ใส่ใจในสุขภาพมีวิธีการเลือกรับประทานอาหาร เพราะการรับประทานอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ และมีไขมันต่ำทำให้เป็นผลดีต่อสุขภาพปราศจากโรคภัยต่าง ๆ และยังสามารถควบคุมน้ำหนักทำให้ร่างกายแข็งแรง เพราะคนไทยถือว่าการไม่มีโรคเป็นลาภอันประเสริฐ ดังนั้น อาหารที่ถือว่าเป็นอาหารเพื่อสุขภาพที่คนทั่วไปนิยมบริโภค ไม่ว่าจะเป็นอาหารมังสวิรัต อาหารเจ อาหารชีวจิต และผลิตภัณฑ์อาหารเสริมจากสมุนไพรต่าง ๆ ซึ่งเป็นอาหารที่ช่วยเสริมสร้างให้สุขภาพดีขึ้น (อุทัยวรรณ, 2552) จึงเป็นที่นิยมของผู้บริโภคในปัจจุบัน ทำให้ธุรกิจร้านอาหารที่จำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพมีการขยายตัวในธุรกิจมากขึ้น ในเขตพญาไท-ราชเทวีทุกวันนี้ กำลังก้าวกระโดดสู่ความเป็นเขตศูนย์กลางการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ มีทั้งสถานที่ท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ จึงทำให้ธุรกิจร้านอาหารมีการแข่งขันกันมากขึ้น อาหารสุขภาพในเขตพญาไท-ราชเทวี จึงมีให้เลือกมากมายไม่ว่าจะเป็น

อาหารมังสวิรัต อาหารชีวจิต อาหารที่ทำจากสมุนไพร และอาหารเจ ถือว่าเป็นอาหารที่ผู้บริโภคเลือกที่จะรับประทานเพื่อสุขภาพเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบันนี้จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาจึงสนใจเรื่อง “กลยุทธ์การทำอาหารสำเร็จรูปและอาหารว่างเพื่อสุขภาพจำหน่ายในเขตพญาไท-ราชเทวีของผู้บริโภค ในเขตเขตพญาไท-ราชเทวี เพื่อสนับสนุนธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ และการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพให้พัฒนาในแนวทางที่เป็นประโยชน์ ต่อสังคมและร่างกายของผู้บริโภคและผลการศึกษารั้ครั้งนี้จะนำมาใช้เป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ ในการที่จะวางแผนกลยุทธ์และวางแผนการตลาด ในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพให้เกิดประสิทธิผลอันเป็นประโยชน์ต่อไปดังนั้น บุคคลที่เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการซื้อ อาจเป็น การกระทำของแต่ละบุคคลก็ได้ หรือ พฤติกรรมที่เกิดขึ้นทั้งหมดจะรวมอยู่ในบุคคลเดียวกันก็ได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ในเขตเขตพญาไท-ราชเทวี
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ในเขตเขตพญาไท-ราชเทวี จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค

วิธีการวิจัย

การศึกษาใช้วิธีค้นคว้ารวบรวมข้อมูลจากหนังสือ วารสาร บทความวิชาการ สื่อออนไลน์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและจากข้อมูลที่ได้รับจาก คีชีองค์กรธุรกิจที่ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการผลิตอาหาร เช่น การผลิตและแปรรูป การค้า การบริการที่เกี่ยวข้องกับอาหาร เช่น ร้านอาหาร โรงแรม ร้านค้า รวมไปถึงการกระจายและการขนส่งสินค้าไปจนถึงการส่งมอบสินค้าให้ผู้บริโภค รวมถึงการแจกแผ่นพับในถุงหรือจานใส่อาหารที่นำส่งไปยังห้องพักรับในหอ

ละแวภพญาไท-ราชเทวี ละให้กรอกแบบสอบถาม กลับมาเพื่อนำมาเป็นส่วนลัดในการรับประทานอาหาร ครั้งต่อ ๆ ไป

ระเบียบวิธีวิจัย

ค้นคว้าอิสระ โดยการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) โดยมีกระบวนการ ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลและแหล่งข้อมูล ค้นหาและคัดเลือก ข้อมูลที่จะนำมาใช้ ได้แก่ ข่าวสาร บทความทางวิชาการ สื่อออนไลน์ ข้อมูลทางสถิติจากเว็บไซต์ของไทยและ ต่างประเทศ โดยสืบค้นข้อมูลทั้งภาษาไทย ภาษา อังกฤษ และวิทยานิพนธ์และสารนิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง จากไทยและต่างประเทศ

2. เก็บรวบรวมข้อมูล: เก็บรวบรวมข้อมูล ตามลำดับเนื้อหาและวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังต่อไปนี้

- พัฒนาการของการรับประทานอาหาร เพื่อสุขภาพของคนไทย

- ด้านความปลอดภัยของอาหาร ของ ภาครัฐจะเกี่ยวกับเรื่องของกฎหมายต่าง ๆ เช่น หน่วยงานที่กำกับดูแลเรื่องความปลอดภัยด้านอาหาร กฎหมายเรื่องอาหารและอาหารเสริมนำเข้าต่าง ๆ ส่วนของ ภาคเอกชนจะใช้ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับการผลิตอาหาร แข่งขัน วัตถุดิบต่าง ๆ แหล่งผลิตวัตถุดิบ รสนิยมในการ บริโภคอาหารของคนจีน แหล่งข้อมูลเหล่านี้จะรวบรวม จากวารสารตีพิมพ์ต่าง ๆ และเว็บไซต์ทั้งในประเทศไทย และประเทศจีน

กรอบแนวคิดในการศึกษา

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม

คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค	ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูป และอาหารว่างเพื่อสุขภาพ
- เพศ - อายุ - รายได้ - อาชีพ	- ด้านผลิตภัณฑ์ - ด้านราคา - ด้านช่องทางการจำหน่าย - ด้านการส่งเสริมการตลาด

สมมติฐานของการวิจัย

1. ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปและอาหารว่างเพื่อสุขภาพที่แตกต่างกัน
2. ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปและอาหารว่างเพื่อสุขภาพที่แตกต่างกัน
3. ผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกัน ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปและอาหารว่างเพื่อสุขภาพที่แตกต่างกัน
4. ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปและอาหารว่างเพื่อสุขภาพที่แตกต่างกัน
5. ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปและอาหารว่างเพื่อสุขภาพที่แตกต่างกัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- สามารถใช้เป็นแนวทาง ในการปรับปรุงคุณภาพด้านต่าง ๆ ของธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการผู้บริโภค
- สามารถใช้เป็นฐานข้อมูล ในการกำหนดการปรับเปลี่ยน กลยุทธ์ทางการตลาด ในการดำเนินธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ สำหรับผู้สนใจและผู้บริโภคต่อไปในอนาคต

ผลการวิจัย

จากการศึกษากลยุทธ์การทำอาหารสำเร็จรูปและอาหารว่างเพื่อสุขภาพจำหน่ายใน เขตพญาไท-ราชเทวี กรุงเทพมหานคร โดยวิธีการศึกษาวิจัยโดยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ในเขตพญาไท-

ราชเทวี กรุงเทพมหานคร โดยผู้ศึกษาใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 286 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถาม และดูความสมบูรณ์ของแบบสอบถามให้ครบทุกด้าน เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์ต่อไปการประมวลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Science for Window)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถาม ที่สร้างขึ้นแจกให้กลุ่มตัวอย่างที่ระบุไว้ข้างต้นตอบตามความเป็นจริง จากนั้นเก็บรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดคืนด้วยตนเอง รวมจำนวนทั้งสิ้น 286 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

นำข้อมูลที่ได้รับมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t และ ค่า F และเปรียบเทียบรายคู่เพิ่มเติม ด้วยวิธีของเชฟเพในกรณีที่การวิเคราะห์ F พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้ศึกษาได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ใช้สำหรับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
2. ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้วิธี Compare Mean, ANOVA

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 65.38 อายุ 41 - 45 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 21.33 รายได้ 10,001 - 15,000 บาท จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 37.41 อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 25.52 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50

กลยุทธ์การทำอาหารสำเร็จรูปและอาหารว่าง เพื่อสุขภาพจำหน่ายในเขตพญาไท-ราชเทวี กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ
ในเขตพญาไทราชเทวี กรุงเทพมหานครในภาพรวม
มีน้ำหนักการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณา
รายด้านพบว่า อันดับแรกคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภค

มีน้ำหนักการตัดสินใจอยู่ในระดับมากอันดับ 2 คือ ด้าน
ช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคมีน้ำหนักการตัดสินใจ
อยู่ในระดับมาก อันดับ 3 คือ ด้านราคาผู้บริโภคมีน้ำหนัก
การตัดสินใจระดับมาก และอันดับสุดท้าย คือ ด้านการ
ส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคมีน้ำหนักการตัดสินใจอยู่ใน
ระดับปานกลาง

ตารางที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคล

คุณลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (N = 286)	ร้อยละ
1. เพศ		
- ชาย	99	34.62
- หญิง	187	65.38
2. อายุ		
- ต่ำกว่า 18 ปี	24	8.39
- 18 - 25 ปี	22	7.69
- 26 - 30 ปี	29	10.14
- 31 - 35 ปี	50	17.48
- 36 - 40 ปี	55	19.23
- 41 - 45 ปี	61	21.33
- 46 - 50 ปี	25	8.74
- มากกว่า 50 ปี	20	6.99
3. รายได้		
- น้อยกว่า 5,001 บาท	40	13.99
- 5,001 - 10,000 บาท	98	34.27
- 10,001 - 15,000 บาท	107	37.41
- มากกว่า 15,000 บาท	41	14.34

ตารางที่ 1 (ต่อ)

คุณลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (N = 286)	ร้อยละ
4. อาชีพ		
- รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	43	15.03
- นักเรียน/นักศึกษา	40	13.99
- เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว	60	20.98
- พนักงานบริษัทเอกชน	73	25.52
- แม่บ้าน	46	16.08
- อื่น ๆ	24	8.39
5. ระดับการศึกษา		
- ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	18	6.29
- มัธยมศึกษา	41	14.34
- ปวช./ปวส.	59	20.63
- ปริญญาตรี	133	46.50
- สูงกว่าปริญญาตรี	35	12.24

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ในเขตพญาไท และราชเทวี กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหาร และอาหารว่างเพื่อสุขภาพ	$\bar{X}$	S.D.	น้ำหนัก การตัดสินใจ	อันดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์	3.90	0.62	มาก	1
ด้านราคา	3.55	0.67	มาก	3
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.75	0.63	มาก	2
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.00	0.73	ปานกลาง	4
รวม	3.55	0.50	มาก	

ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารและอาหารว่างเพื่อสุขภาพในพญาไท-ราชเทวี กรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษา พบว่า ในภาพรวม ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพใน เขตพญาไท-ราชเทวี กรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคมีน้ำหนักการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.90 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.62 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อันดับแรก คือ ด้านอาหารเพื่อสุขภาพ มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายให้เลือก ผู้บริโภคมีน้ำหนักการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.17 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.80 และอันดับ 2 คือ ด้านมีคุณค่าทางโภชนาการ ผู้บริโภคมีน้ำหนักการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.05 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.99 รายละเอียดดังตารางที่ 3

ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพในเขตพญาไท-ราชเทวี กรุงเทพมหานคร ด้านราคา ผลการศึกษา พบว่า ในภาพรวม ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ในเขตพญาไท-ราชเทวี กรุงเทพมหานคร ด้านราคา ผู้บริโภคมีน้ำหนักการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.55 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อันดับแรก คือ ด้านมีหลายระดับราคาให้เลือกสรร ผู้บริโภคมีน้ำหนักการตัดสินใจอยู่ระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.70 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.94 และอันดับ 2 คือ ด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ผู้บริโภคมีน้ำหนักการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.67 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.98 รายละเอียดดังตารางที่ 4

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ในเขตพญาไท-ราชเทวี กรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารและอาหารว่างเพื่อสุขภาพ	$\bar{X}$	S.D.	น้ำหนักการตัดสินใจ	อันดับที่
1. อาหารและอาหารเสริมเพื่อสุขภาพ มีผลิตภัณฑ์หลากหลายให้เลือก	4.17	0.80	มาก	1
2. อาหารและอาหารเสริมเพื่อสุขภาพสดสะอาด และถูกสุขลักษณะ	4.03	0.84	มาก	3
3. อาหารและอาหารเสริมเพื่อสุขภาพ มีรูปแบบแปลกใหม่และทันสมัย	3.89	0.93	มาก	4
4. อาหารอาหารเสริมเพื่อสุขภาพ มีการแจ้งพลังงานให้ผู้บริโภคทราบ	3.63	1.04	มาก	6
5. อาหารและอาหารเสริมเพื่อสุขภาพ มีคุณค่าทางโภชนาการ	4.65	0.99	มาก	2
6. อาหารและอาหารเสริมเพื่อสุขภาพ ไม่ใส่วัตถุกันเสีย	3.65	1.08	มาก	5
รวม	3.90	0.62	มาก	

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ในเขตพญาไท-ราชเทวี กรุงเทพมหานคร ด้านราคา

ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหาร และอาหารเสริมเพื่อสุขภาพ	$\bar{x}$	S.D.	น้ำหนัก การตัดสินใจ	อันดับที่
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	3.67	0.98	มาก	2
2. มีหลายระดับราคาให้เลือกสรร	3.70	0.94	มาก	1
3. อาหารและอาหารเสริมเพื่อสุขภาพ มีราคาสูงขึ้นอยู่กับวัตถุดิบ	3.49	0.82	มาก	3
4. ขยายในราคาพิเศษเมื่อมีการสั่งซื้อจำนวนมาก	3.34	1.01	ปานกลาง	4
รวม	3.55	0.67	มาก	

ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ในเขตพญาไท-ราชเทวีจังหวัด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผลการศึกษา พบว่า ในภาพรวม ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ในเขตจังหวัดพญาไท-ราชเทวี ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผู้บริโภคมีน้ำหนักการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก 41 ค่าเฉลี่ย 3.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อันดับแรก คือ ด้านการมีร้านอาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้น ในช่วงเทศกาลกินเจ ผู้บริโภคมีน้ำหนักการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.89 และอันดับ 2 คือ ด้านสะดวกต่อการซื้อ ผู้บริโภคมีน้ำหนักการตัดสินใจอยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ย 3.91 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.84 รายละเอียดดังตารางที่ 5

การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ด้านผลิตภัณฑ์

จากการตัดสินใจของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่ออาหารเพื่อสุขภาพมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายให้เลือก เป็นลำดับต้นๆ สิ่งที่น่าอภิปรายคือ ทำไมผู้บริโภคเน้นเรื่องอาหารเพื่อสุขภาพมีผลิตภัณฑ์

ที่หลากหลายให้เลือก เป็นอันดับ 1 สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องจาก ผู้คนที่ใส่ใจในสุขภาพทั้งหลาย ไม่ว่าจะเป็นการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารแบบใด ก็ต้องการความหลากหลายของอาหารหรือผลิตภัณฑ์ที่ตนบริโภค เพื่อหลีกเลี่ยงความจำเจ แล้ววิถีชีวิตของคนไทย ในสังคมปัจจุบัน หันมากินข้าวนอกบ้านกันมากขึ้น ทำให้ธุรกิจร้านอาหารจำหน่ายอาหารเติบโตมากขึ้น การแข่งขันสูงขึ้น ผลักดันให้เกิดการพัฒนาและสร้างนวัตกรรมใหม่ โอกาสความสำเร็จของผู้ประกอบการจึงแข่งขันกันที่คุณภาพของสินค้าและ ความหลากหลายของบริการ กับความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นธุรกิจร้านอาหารที่บริการและจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพโดยทั่ว ไปจะมีคุณสมบัติเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ร้านอาหารสุขภาพที่มีอยู่มีคำแนะนำเสนอประเภทอาหารชีวจิตและอาหารเจหรือมังสวิรัต ซึ่งไม่บริโภคเนื้อสัตว์ อาหารไม่ใส่ผงชูรสหรืออาหารสำหรับควบคุม น้ำหนักซึ่งเป็นการดำเนินธุรกิจตามกระแสความนิยมของผู้บริโภค ดังนั้นร้านอาหารเพื่อสุขภาพจึงเป็นที่นิยม และค้นหาของผู้บริโภคที่ใส่ใจในสุขภาพ

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ในเขตพญาไท-ราชเทวี กรุงเทพมหานคร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหาร และอาหารเสริมเพื่อสุขภาพ	$\bar{X}$	S.D.	น้ำหนัก การตัดสินใจ	อันดับที่
1. สะดวกต่อการซื้อ	3.91	0.84	มาก	2
2. มีการวางจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำ และร้านสะดวกซื้อ	3.78	0.96	มาก	3
3. มีวางจำหน่ายตามร้านอาหารเพื่อสุขภาพ	3.65	1.10	มาก	5
4. มีวางขายตามร้านขายอาหารเจ ในช่วงเทศกาลกินเจ	4.06	0.89	มาก	1
5. มีร้านอาหารเพื่อสุขภาพให้เลือกมากมาย	3.71	0.98	มาก	4
6. มีการแนะนำอาหารและอาหารเสริม พร้อมสรรพคุณต่าง ๆ	3.43	1.01	มาก	6
รวม	3.75	3.63	มาก	

ด้านราคา

จากการตัดสินใจของผู้บริโภคพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญมีหลายระดับราคาให้เลือกสรร เป็นอันดับต้น สิ่งที่น่าอภิปรายคือ ทำไมผู้บริโภคเน้นเรื่องมีหลายระดับราคาให้เลือกสรรเป็นอันดับ 1 สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ เนื่องจากผู้บริโภคมีหลายระดับชนชั้น ราคาของอาหารเพื่อสุขภาพโดยมากจะมีราคาสูงกว่าอาหารปกติทั่วไป เนื่องจากวัตถุดิบที่ใช้ นั้น จะเน้นในเรื่องของคุณค่าทางโภชนาการเป็นหลัก และปลอดภัย สะอาด ผู้ประกอบการบางรายใช้วัตถุดิบปลอดสารพิษ หากราคาของอาหารเพื่อสุขภาพมีหลากหลายระดับราคา เพื่อให้ผู้ที่มียาได้น้อยแต่ก็รักษาสุขภาพ สามารถที่จะซื้อบริโภคได้ก็เป็นทางเลือกหนึ่งที่ทำให้ตัดสินใจบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเพิ่มขึ้น

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ผู้บริโภคมีปัจจัยการตัดสินใจ เลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมากเป็นอันดับ 2 (ค่าเฉลี่ย 3.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63) ประเด็นที่ผู้วิจัยสนใจอภิปรายคือ มีร้านอาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้นในช่วงเทศกาลกินเจ (ค่าเฉลี่ย 4.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.89) ก็กับการแนะนำอาหารเพื่อสุขภาพพร้อมสรรพคุณของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.43 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.01) ซึ่งผู้บริโภค ตอบแบบสอบถามโดยเลือก เป็นอันดับ 1 และอันดับสุดท้ายจากตัวเลือก ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ทั้ง 6 (1. สะดวกต่อการซื้อ 2. มีการวางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าทั่วไป 3. มีร้านอาหารเพื่อสุขภาพโดยเฉพาะ 4. มีร้านอาหาร

เพื่อสุขภาพมากขึ้นในช่วงเทศกาลกินเจ 5. มีร้านอาหาร เพื่อสุขภาพให้เลือกมากมายและ 6. มีการแนะนำอาหาร เพื่อสุขภาพพร้อมสรรพคุณของอาหาร)

ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการตัดสินใจของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภค ให้ความสำคัญต่อภาครัฐและเอกชนได้ให้ความสำคัญ และส่งเสริมการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพเป็น อันดับต้นๆ สิ่งที่น่าอภิปรายคือ ทำไมผู้บริโภค เน้นเรื่อง

ภาครัฐและเอกชนได้ให้ความสำคัญและส่งเสริมการ รับประทานอาหาร เพื่อสุขภาพเป็นอันดับ 1 สาเหตุที่เป็น เช่นนี้ ในความรู้สึกของประชาชนผู้บริโภคมีความคิดว่า หากมีจิตใจที่ดียังมีการบริโภคอาหาร เพื่อสุขภาพที่ดียิ่ง ยกระดับจิตใจของคนในประเทศได้มากยิ่งขึ้นนอกจากนี้ เมืองไทยเป็นเมืองเกษตรพืชผักผลไม้มีไม่ขาด และมีให้ บริโภคตลอดปี ส่งเสริมให้ชุมชนมีความมั่นใจ ในคุณค่า ของอาหารไทย และสามารถพึ่งตนเองได้

บรรณานุกรม

- ชนิดา ปิโชติการ และคณะ. (2556). **อาหาร&สุขภาพ**. กรุงเทพฯ: เสริมมิตร.
- ชนัญญา จันทร์ธวัตรกุล. (2558). **“รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อ สุขภาพของ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร”**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- ชนวรณ แสงสุวรรณ และคณะ. (2557). **การบริหารการตลาด**. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ธรรมกมล การพิมพ์.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2556). **พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด**. กรุงเทพฯ: ประชุมช่าง จำกัด.
- บริสุทธิ์ ผึ้งผดุง. (2551). **“พฤติกรรมการดูแลสุขภาพตนเอง : ศึกษาเฉพาะกรณีเขต กรุงเทพมหานคร”**. วิทยานิพนธ์ ปริญญามหาบัณฑิต คณะสังคมวิทยา และมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ผู้จัดการรายวันสัปดาห์. (2556). **การวิเคราะห์วิจัยตลาด**. ฉบับที่ 876 (15 -21 กันยายน).
- ยุทธนา ธรรมเจริญ. (2554). **การวิเคราะห์วางแผนและควบคุมทางการตลาด (พฤติกรรมผู้บริโภค)**. พญาไท-ราชเทวี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วาสนา จันทรสว่าง. (2558). **การสื่อสารสุขภาพ : กลยุทธ์ในงานสุขศึกษา และการสร้างเสริมสุขภาพ**. กรุงเทพมหานคร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2553). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ: ซีรฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2556). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ.
- Kotler,P. (2008). **Marketing Management**. New Jersey: Prentice - Hall,
- Adams, C.W. (2009). **Customer Satisfaction and customer Loyalty are The best predictors of customer retention**.