

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสม
ของขมิ้นชัน ของผู้สูงอายุ ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี
Factors Influencing Purchase Intentions of Functional Foods
Containing Turmeric among the Elderly in Mueang District,
Surat Thani Province

กรวินท์ เขมะพันธุมนัส ^{1*}	Korawin Kemapanmanas
ณัฐวุฒิ หารสุวรรณ ²	Natthawut Hansuwan
ธีรวัฒน์ เพชรลาย ³	Teerawat Pehtlai
วันัษฐพร ชิตเดชะ ⁴	Wanatphon Chitdecha

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

* Corresponding author, Asst. Prof. Dr., Faculty of Liberal Arts and Management Science,
Prince of Songkla University, Suratthani Campus

² นักศึกษาด้านวิชาการจัดการธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

Students, Business Management Program, Faculty of Liberal Arts and Management,
Prince of Songkla University, Suratthani Campus

³ นักศึกษาด้านวิชาการจัดการธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

Students, Business Management Program, Faculty of Liberal Arts and Management,
Prince of Songkla University, Suratthani Campus

⁴ นักศึกษาด้านวิชาการจัดการธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

Students, Business Management Program, Faculty of Liberal Arts and Management,
Prince of Songkla University, Suratthani Campus

วรายศ วงศ์สุวรรณ⁵

Worayot Wongsuwan

สอองคัทธิพย์ แสนเฉย⁶

Saangthip Saenchey

Received : 24 มีนาคม 2567

Revised : 12 กรกฎาคม 2567

Accepted : 23 กรกฎาคม 2567

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของไขมันชั้น ของผู้สูงอายุในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้แก่ ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการซื้ออาหารฟังก์ชัน ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และด้านความใส่ใจสุขภาพ ด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 200 คน ที่มีความตั้งใจซื้ออาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของไขมันชั้น สุ่มตัวอย่างด้วยวิธีสุ่มตามสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วย สถิติเชิงพรรณนา โดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ เพื่อทดสอบสมมุติฐาน

⁵ นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

Students, Business Management Program, Faculty of Liberal Arts and Management,
Prince of Songkla University, Suratthani Campus

⁶ นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

Students, Business Management Program, Faculty of Liberal Arts and Management,
Prince of Songkla University, Suratthani Campus

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 60 - 69 ปี มีสถานภาพสมรส มีรายได้ 10,001 - 15,000 บาท และมีประสบการณ์การซื้อร้อยละ 19.50 ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของขมิ้นชัน ของผู้สูงอายุในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ($\beta = 0.31$) และปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ($\beta = 0.48$) ส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของขมิ้นชัน ของผู้สูงอายุในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านทัศนคติต่อการซื้ออาหารฟังก์ชัน และปัจจัยด้านความใส่ใจสุขภาพ ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของขมิ้นชันของผู้สูงอายุในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

คำสำคัญ : อาหารฟังก์ชัน ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ความใส่ใจสุขภาพ ความตั้งใจซื้อขมิ้นชัน

Abstract

The objective of this study was to investigate the factors influencing the intention to purchase functional foods containing turmeric among the elderly in Muang District, Surat Thani Province. The factors examined included attitudes towards purchasing functional foods, conformity to reference groups, perceived behavioural control, and health consciousness. The study employed a quantitative research design. The sample consisted of 200 individuals aged 60 years and above who intended to purchase functional foods containing turmeric. The sample was selected through convenience sampling. Data were collected using questionnaires and analysed using descriptive statistics (frequency, percentage, mean, and

standard deviation) and inferential statistics (multiple linear regression analysis) to test the hypotheses.

The results showed that most respondents were female, aged between 60 and 69 years, married, and had an income between 10,001 and 15,000 baht. In addition, 19.50% reported having prior purchasing experience. The hypothesis testing revealed of factors affecting the intention to purchase functional foods containing turmeric among the elderly in Mueang District, Surat Thani Province revealed that the factor of conformity to reference groups ($\beta = 0.31$) and the factor of perceived behavioural control ($\beta = 0.48$) significantly influenced the purchase intention of functional foods containing turmeric among the elderly in Muang District, Surat Thani Province at the 0.05 level of statistical significance. However, the factors of attitudes towards purchasing functional foods and health consciousness did not affect the intention to purchase functional foods containing turmeric among the elderly in Muang District, Surat Thani Province.

Keywords : functional food, theory of planned behavior, health consciousness, purchase intention, turmeric

บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยเริ่มเข้าสู่การเป็นสังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ โดยเดือน ธันวาคม พ.ศ. 2566 พบว่า มีผู้สูงอายุ ซึ่งหมายถึง ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 20.17 ของประชากรทั้งประเทศ (Department Of Provincial Administration, 2023) โดยสิ่งหนึ่งที่ส่งผลต่อการใช้ชีวิตของผู้สูงอายุอย่างมีคุณภาพ คือ การรับประทานอาหารที่มีคุณค่าและเป็นประโยชน์ต่อร่างกาย รวมทั้งช่วยป้องกันการเกิดโรคต่าง ๆ ตามไปด้วย

(Wongtrakulruang, n.d.) ดังนั้น ผู้สูงอายุจึงกลายเป็นกลุ่มผู้บริโภคสินค้าอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพกลุ่มใหญ่ของประเทศ นอกจากนั้น จากสถานการณ์โควิดที่ผ่านมา ประชาชนต้องการอาหารที่เน้นประโยชน์ต่อสุขภาพมากขึ้น เนื่องจากความกังวลจากเชื้อโรคปนเปื้อนในอาหารได้ส่งผลให้ผู้บริโภคตระหนักถึงสิ่งที่ตนเองรับประทานมากขึ้น ทำให้เกิดกระแสใส่ใจสุขภาพ (Health Conscious) เพิ่มขึ้น ซึ่งหนึ่งในอาหารที่มีแนวโน้มการเติบโต เนื่องจากส่งผลต่อการเสริมสร้างสุขภาพของร่างกาย คือ อาหารฟังก์ชัน (Functional Food) หรืออาหารเชิงหน้าที่ ซึ่งหมายถึงอาหารที่ให้พลังงาน และมีส่วนประกอบที่มีสรรพคุณช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของร่างกายและมีคุณค่าทางโภชนาการ เช่น เพิ่มภูมิคุ้มกันแก่ร่างกาย (Sowcharoensuk, 2022) ซึ่งกลุ่มอาหารฟังก์ชัน แบ่งเป็นกลุ่มที่มีการแต่งเติมสารอาหาร หรือลดสารอาหารที่เป็นประโยชน์น้อย เพื่อให้มีผลต่อการสร้างเสริมสุขภาพ สามารถบริโภคเป็นอาหารประจำวันโดยไม่มีข้อจำกัดเหมือนยา (ไม่อยู่ในรูปแคปซูลหรือผง) รวมถึงอาหารที่มีส่วนผสมของสมุนไพร และ กลุ่มอาหารที่แปรรูปจากวัตถุดิบธรรมชาติที่มีคุณสมบัติเฉพาะที่ส่งผลดีต่อร่างกาย โดยไม่ได้เพิ่มหรือลดสารอาหารอื่น ๆ (Food Intelligence Center, 2020)

จากความต้องการอาหารฟังก์ชันดังกล่าว จึงเป็นโอกาสที่สมุนไพรไทยจะเพิ่มมูลค่าโดยนำไปเป็นส่วนผสมของอาหารเพื่อให้มีผลต่อการเสริมสร้างสุขภาพ ซึ่งจังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้มีนโยบายขยายและพัฒนาสมุนไพรของจังหวัด โดยได้จัดโครงการพัฒนาเมืองสมุนไพรสุราษฎร์ธานี เพื่อส่งเสริมการใช้สมุนไพร อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะสมุนไพรประเภทหัว เป็นสมุนไพรที่โดดเด่นของจังหวัดสุราษฎร์ธานี เช่น ขมิ้นชัน (Turmeric, *Curcuma longa* L.) ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยเฉพาะขมิ้นชันอำเภอบ้านตาขุนซึ่งมีคุณภาพดีและได้รับการยอมรับในระดับประเทศ (Surat Thani Provincial Office, 2021) ซึ่งมีสารเคอร์คิวมินอยด์ (Curcuminoid) ร้อยละ 15 ทำให้ที่อำเภอบ้านตาขุนถือเป็นหนึ่งในแหล่งปลูกขมิ้นที่มีปริมาณสารเคอร์คิวมินอยด์สูงที่สุดในโลก (Food Innovation and Regulation Network, 2022) และขมิ้นชันได้ถูกนำไปใช้ประโยชน์ในหลากหลายรูปแบบ

ได้แก่ การบริโภคเป็นอาหารประจำวัน เช่น แกงส้ม ปลาทอดขมิ้น ไก่ต้มขมิ้น ฯลฯ การนำมาผลิตเป็นเครื่องสำอาง เช่น สบู่ รวมทั้งการผลิตเป็นยาแคปซูล เป็นต้น ทำให้ผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี รวมทั้งจังหวัดอื่น ๆ ในภาคใต้มีความคุ้นเคยกับการใช้ประโยชน์ของขมิ้นชัน

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าขมิ้นชันในจังหวัดสุราษฎร์ธานีจะมีคุณภาพดีมาก แต่ยังคงศักยภาพทางด้านการตลาดที่ดี ดังเช่นงานวิจัยของ Chodchuang et al. (2021) ที่ได้ศึกษาศักยภาพทางธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขมิ้นชันปลอดสารพิษ ตำบลเขาวง อำเภอบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ศักยภาพทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขมิ้นชันอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของขมิ้นชัน จะเป็นการช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าเกษตรของจังหวัดสุราษฎร์ธานี รวมทั้งเป็นการเพิ่มโอกาสทางการตลาดโดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่ส่วนผสมของขมิ้นชันในรูปแบบของอาหารฟังก์ชันให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจอาหาร เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคสูงอายุนั้นจะกลายเป็นกลุ่มผู้บริโภคสำคัญของประเทศได้

โดยจากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ได้รับการยอมรับว่า สามารถอธิบายความตั้งใจซื้อและอาจช่วยทำนายแนวโน้มความต้องการซื้ออาหารของผู้บริโภคได้ (Ajzen, 1991) ดังเช่นงานวิจัยของ Inthamma (2017) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองแสนสุขจังหวัดชลบุรี พบว่า ตัวแปรตามทฤษฎี TPB นี้สามารถนำมาศึกษาความตั้งใจซื้อของผู้สูงอายุได้ และมีงานวิจัยที่ได้ศึกษา พบว่า ความใส่ใจสุขภาพเป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารของผู้สูงอายุเช่นเดียวกัน (Kalin, 2023) ซึ่งจากการศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่ผ่านมาในประเทศไทย พบว่ามีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคต่ออาหารฟังก์ชัน โดยจะเป็นการศึกษาในภาพรวมของทุกช่วงวัย เช่น งานวิจัยของ Audompan and Sombultawee, (2023) ที่ได้ศึกษาทัศนคติและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคต่ออาหาร

ฟังก์ชันในกรุงเทพมหานคร แต่ยังไม่พบงานวิจัยเกี่ยวกับความตั้งใจซื้ออาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของไขมันชั้นของผู้สูงอายุโดยตรง

จากความสำคัญของตลาดผู้สูงอายุและอาหารฟังก์ชัน รวมถึงพืชสมุนไพร ไขมันชั้นดังกล่าวข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงได้นำตัวแปรตามทฤษฎี TPB ประกอบด้วย ทักษะคิด การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และปัจจัยความใส่ใจสุขภาพ มาศึกษาเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของไขมันชั้นของผู้บริโภคสูงอายุในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อเป็นประโยชน์กับผู้ประกอบการทางด้านธุรกิจอาหารที่จะได้เข้าใจถึงพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มใหม่และสร้างโอกาสทางการตลาดใหม่ให้แก่ธุรกิจต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัย ได้แก่ ด้านทัศนคติต่อการซื้ออาหารฟังก์ชัน ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และด้านความใส่ใจสุขภาพ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของไขมันชั้นของผู้บริโภคสูงอายุในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

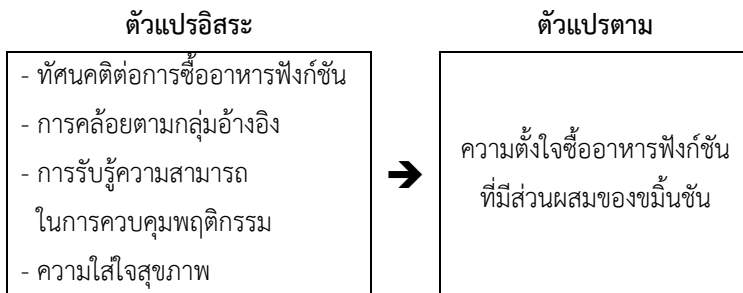
สมมุติฐาน

ทัศนคติต่อการซื้ออาหารฟังก์ชัน การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความใส่ใจสุขภาพ ส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของไขมันชั้นของผู้สูงอายุในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดแสดงปัจจัยที่มีอิทธิพล คือ ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ทัศนคติต่อการซื้ออาหารฟังก์ชัน การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

และความใส่ใจสุขภาพ และตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจซื้ออาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของไขมันชั้น ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ทบทวนวรรณกรรม

อาหารฟังก์ชัน

ความหมายของอาหารฟังก์ชัน อาหารฟังก์ชัน หรือ อาหารเชิงหน้าที่ (Functional Foods) มีความหมายที่หลากหลาย โดยหมายถึง ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณสมบัติเชิงหน้าที่เฉพาะเจาะจงในการส่งเสริมสุขภาพด้านใดด้านหนึ่ง โดยมีสารสำคัญหรือส่วนประกอบเชิงหน้าที่ที่นอกเหนือไปจากสารวิตามินหรือเกลือแร่ เพื่อโภชนาการทั่วไป (Food Innovation and Regulation Network, 2022) หรือหมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ทำหน้าที่เฉพาะเจาะจงในการส่งเสริมสุขภาพด้านต่าง ๆ เพิ่มเติมจากคุณประโยชน์ทางโภชนาการของอาหารทั่วไป และอาจครอบคลุมถึงการลดสารอาหารที่เป็นประโยชน์น้อยออกไป (Krungthai Macro Research, 2019) และหมายถึง อาหารที่มีผลต่อสุขภาพนอกเหนือจากการให้คุณค่าทางโภชนาการ (Jarunatvilat, 2015) หรือหมายถึง อาหารที่ให้พลังงานและมีส่วนประกอบที่มีสรรพคุณช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของ

ร่างกายและมีคุณค่าทางโภชนาการ เช่น เพิ่มภูมิคุ้มกันแก่ร่างกาย (Sowcharoensuk, 2022) โดยสามารถแบ่งได้ ดังนี้ (Food Intelligence Center, 2020)

1. กลุ่มอาหารที่มีการเสริมสารอาหาร หรือปรับลดสารอาหารบางอย่าง เพื่อส่งเสริมสุขภาพ สามารถบริโภคเป็นอาหารประจำวันได้โดยไม่มีข้อจำกัดอย่างยา (ไม่ใช่ในลักษณะแคปซูลหรือผง) เช่น อาหารและเครื่องดื่มที่เสริมวิตามินและแร่ธาตุ ใยไ้ที่เสริมโอเมก้า-3 และอาหารที่มีส่วนผสมของสมุนไพร เช่น กระชาย ขมิ้นชัน ขิง ฯลฯ

2. กลุ่มอาหารที่ผ่านกระบวนการแปรรูปจากวัตถุดิบธรรมชาติ แต่ยังคงรักษาคุณสมบัติเฉพาะที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย เช่น ถั่วเหลือง กระเทียม ชา มะเขือเทศ โยเกิร์ต โดยไม่มีการเพิ่มหรือลดสารอาหารอื่น ๆ

อาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของขมิ้นชัน จากความหมายของอาหารฟังก์ชัน โดยภาพรวมหมายถึง อาหารและเครื่องดื่มที่มีสารให้ประโยชน์ต่อสุขภาพ ร่างกาย และจิตใจ นอกเหนือจากสารอาหารจากธรรมชาติของอาหารและเครื่องดื่มนั้น และจากรายงานของศูนย์วิจัยกสิกรไทย (KASIKORN Research Center, 2021) พบว่า จากแผนแม่บทพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 ขมิ้นชัน (Turmeric) เป็นส่วนประกอบอาหารเชิงหน้าที่ (Functional Ingredients) ของประเทศไทยที่มีศักยภาพเติบโต เนื่องจาก มีสรรพคุณช่วยในการรักษาสุขภาพหลายประการ เช่น การเป็นสารต้านอนุมูลอิสระ สารต้านการอักเสบ การปกป้องระบบประสาท การต้านมะเร็ง การช่วยดูแลตับ และหัวใจ (Srisatidnarakul, 2020) ซึ่งสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในตลาดอาหารและเครื่องดื่มได้ เช่น เครื่องดื่มพร้อมดื่มสารสกัด อาหารเสริมที่ผสมกับสารสกัดอื่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ หรือในรูปผงสำเร็จรูปผสมน้ำ นม ผลไม้ นอกจากนั้นแล้วยังสามารถนำไปผลิตเป็นอาหาร เช่น อาหารเช้าและซีเรียล ขนมขบเคี้ยว ขนมปัง ฯลฯ (Food Intelligence Center, 2020) ดังนั้น อาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของขมิ้นชันจึงเป็นอาหารหรือเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของสมุนไพรขมิ้นชัน ที่สามารถบริโภคเป็นอาหารประจำวันโดยไม่อยู่ในรูปแคปซูลหรือผงเพื่อให้ผลต่อการสร้างเสริมสุขภาพ เช่น เครื่องดื่มผสมขมิ้นชัน ขนมปังผสมขมิ้นชัน ฯลฯ

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) เป็นทฤษฎีทางจิตวิทยาเสนอขึ้นครั้งแรกโดย (Ajzen, 1991) ที่อธิบายว่าพฤติกรรมของบุคคลถูกกำหนดโดยความตั้งใจ (Intention) ในการแสดงพฤติกรรมนั้น โดยหากมีความตั้งใจที่สูงก็จะก่อให้เกิดพฤติกรรมในระดับที่สูงตามไปด้วย ซึ่งความตั้งใจนั้นได้รับอิทธิพลจากทัศนคติ (Attitude) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) และการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) และได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในทางธุรกิจและสามารถศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในด้านความตั้งใจซื้อสินค้าที่จะส่งผลต่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภคได้ (Julintron et al., 2019) และได้มีงานวิจัยจำนวนมากได้นำ TPB มาใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าประเภทอาหาร (Nardi et al., 2019; Rozenkowska, 2023)

ความตั้งใจซื้อ

ความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) เป็นการแสดงออกถึงการซื้อหรือเลือกใช้บริการนั้นเป็นทางเลือกแรก โดยมักจะมีการวางแผนมาก่อนล่วงหน้า (Kotler & Keller, 2012) โดยในงานวิจัยฉบับนี้ ความตั้งใจซื้อ หมายถึง การที่ผู้สูงอายุมีความตั้งใจหรือตัดสินใจในการซื้ออาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของไขมันชั้นของผู้บริโภคสูงอายุ ซึ่งอาจเกิดจากความต้องการ ความสนใจ หรือความจำเป็นในการบริโภคอาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของไขมันชั้น ซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางจิตวิทยา ได้แก่ ทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และอาจได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านอื่น ได้แก่ ความใส่ใจสุขภาพ ร่วมด้วย (Audompan & Sombultawee, 2023; Teixeira et al., 2022)

ทัศนคติต่อการซื้อ

ทัศนคติ (Attitude) หมายถึง การวิเคราะห์การรับรู้ของบุคคลต่อการกระทำนั้น ๆ โดยพิจารณาจากมุมมองที่เป็นบวกหรือลบ ซึ่งประกอบด้วยความเชื่อ (Beliefs) เกี่ยวกับผลลัพธ์ของพฤติกรรมนั้น ๆ และค่านิยม (Values) เกี่ยวกับผลลัพธ์เหล่านั้น

(Ajzen, 1991) โดยในงานวิจัยนี้หมายถึง ความรู้สึกทางบวกหรือทางลบของผู้สูงอายุที่มีต่อการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของไขมันชั้นมาบริโค โดยการศึกษาที่ผ่านมาในบริบทของการซื้อ พบว่า ทศนคติต่อการซื้ออาหารส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารของผู้บริโภค (Bakti et al., 2020; Nguyen et al., 2020) จึงกำหนดสมมติฐานได้ คือ

H₁: ทศนคติต่อการซื้อจะมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้ออาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของไขมันชั้นของผู้สูงอายุ

การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง

การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) หมายถึง การรับรู้ของบุคคลต่อความคาดหวังของผู้อื่น หรือความคาดหวังจากสังคมในการกระทำ ซึ่งผู้ที่เชื่อว่าผู้อื่นหรือสังคมยอมรับพฤติกรรมนั้นมีแนวโน้มที่จะตั้งใจทำพฤติกรรมนั้น โดยในงานวิจัยครั้งนี้หมายถึง การที่ผู้สูงอายุรับรู้ความต้องการหรือความคาดหวังของบุคคลอื่น ๆ ที่มีความสำคัญต่อผู้สูงอายุ หรือจากสังคมรอบข้างของผู้สูงอายุ ที่มีต่อการซื้ออาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของไขมันชั้นมาบริโค โดยจากการศึกษาที่ผ่านมา พบว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจซื้ออาหาร (Potimas & Ngarmsak, 2023; Teixeira et al., 2022) จึงกำหนดสมมติฐานได้ คือ

H₂: การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้ออาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของไขมันชั้นของผู้สูงอายุ

การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) เป็นการที่บุคคลมีความเชื่อว่า มีสิ่งสนับสนุนหรืออุปสรรคในการกระทำพฤติกรรมตามความตั้งใจหรือไม่ โดยจะประเมินจากประสบการณ์หรือข้อมูลที่บุคคลนั้นมีอยู่ ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม หมายถึง ความเชื่อของผู้สูงอายุที่มีต่อการแสดงพฤติกรรมหรือความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการซื้ออาหารฟังก์ชันมาบริโคอย่างที่ตั้งใจไว้ โดยการศึกษาที่ผ่านมาแสดงให้เห็น

เห็นว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค (Dangi et al., 2020; Potimas & Ngarmsak, 2023; Teixeira et al., 2022) จึงกำหนดสมมติฐานได้ คือ

H₃: การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้ออาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของไขมันชั้นของผู้สูงอายุ

ความใส่ใจสุขภาพ

ความใส่ใจในสุขภาพ (Health Consciousness) หมายถึง จิตสำนึกทางด้านสุขภาพของแต่ละบุคคลที่ส่งผลให้ดำเนินการใส่ใจในสุขภาพ ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคเห็นถึงความสำคัญของสุขภาพ และมีแรงจูงใจในการปรับปรุงชีวิตเพื่อให้มีสุขภาพและร่างกายที่ดี โดยความใส่ใจสุขภาพเป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้ออาหารของผู้บริโภคในพื้นที่ต่าง ๆ (Huang et al., 2019; Kalin, 2023) จึงกำหนดสมมติฐานได้ คือ

H₄: ความใส่ใจสุขภาพมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้ออาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของไขมันชั้นของผู้สูงอายุ

ขอบเขตการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปที่พักอาศัยในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่มีและไม่มีประสบการณ์ซื้ออาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของไขมันชั้น โดยไม่ทราบจำนวนประชากร

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ที่พักอาศัยในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่มีและไม่มีประสบการณ์ซื้ออาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของไขมันชั้น จำนวน 200 คน โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก

ขอบเขตเนื้อหาของการวิจัย

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ทศนคติต่อการซื้ออาหารฟังก์ชัน การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความใส่ใจสุขภาพ

ตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจซื้ออาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของไขมันชั้น

ขอบเขตพื้นที่และเวลาการวิจัย

การศึกษานี้มีขอบเขตด้านพื้นที่การวิจัย ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีระยะเวลาในการวิจัยระหว่างเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2566 - มกราคม พ.ศ. 2567

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประชากร คือ ผู้สูงอายุในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยข้อมูล ณ เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2566 มีจำนวนผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป รวม 32,463 คน (Department of Provincial Administration, 2023) ซึ่งเป็นผู้ที่มีประสบการณ์หรือไม่มีประสบการณ์ซื้ออาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของไขมันชั้น

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้สูงอายุในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี กำหนดขนาดตัวอย่าง โดยใช้โปรแกรม G*Power (Srisatidnarakul, 2020) เวอร์ชัน 3.1.9.7 ภายใต้การทดสอบสมมุติฐานค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสองทาง กำหนดระดับนัยสำคัญ 0.01 อำนาจการทดสอบ 0.95 และขนาดอิทธิพลระดับปานกลาง ได้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 169 คน ในที่นี้คณะผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 200 คน

วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ใช้การสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) (Pongwichai, 2021)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถาม ที่สร้างขึ้นมาจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง Audompan and Sombultawee (2023) และ Teixeira et al. (2022) แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามแบบเลือกตอบคำตอบเดียว และคำถามพฤติกรรมการซื้ออาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของไขมันชั้นของผู้บริโภค เป็นคำถามทั้งแบบเลือกได้หลายคำตอบและคำถามแบบเลือกได้คำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 คำถามตามตัวแปรอิสระ คือ ทักษะคิดต่อการซื้ออาหารฟังก์ชัน การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ความใส่ใจ สุขภาพ และตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค แบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย เห็นด้วยน้อยที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ 2 ขั้นตอน คือ

การหาค่าความเที่ยงตรง (Content Validity) ด้วยวิธี Index of Item-Objective Congruence (IOC) โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน โดยข้อคำถามที่มีค่า IOC สูงกว่า 0.60 ได้นำไปใช้ในแบบสอบถาม (Sookcharoen, 2018) โดยผลการตรวจสอบคำถามมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.67 - 1.00 จึงนำไปใช้ทดลองใช้ (Try out) เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามต่อไป

การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้จำนวน 40 ชุด และวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha) โดยได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของตัวแปร มีค่าตั้งแต่ 0.620 - 0.896 ซึ่งมีค่าสูงกว่า 0.60 จึงได้นำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล (George & Mallery, 2003) ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา
ทักษะคิดต่อการซื้ออาหารฟังก์ชัน	0.811
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	0.747
การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม	0.807
ความใส่ใจสุขภาพ	0.620
ความตั้งใจซื้ออาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของไขมันชั้น	0.896
ภาพรวมของแบบสอบถามทั้งฉบับ	0.904

การเก็บรวบรวมข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนตุลาคม - พฤศจิกายน พ.ศ. 2566 บริเวณสถานที่สาธารณะที่มีผู้สูงอายุรวมตัวกัน เช่น สวนสาธารณะ สถานที่ออกกำลังกาย ฯลฯ โดยก่อนการสอบถามกลุ่มตัวอย่าง คณะผู้วิจัยจะถามคัดกรองจำนวน 2 ข้อ คือ ปัจจุบันท่านพักอาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี หรือไม่ และท่านมีอายุ 60 ปีขึ้นไปหรือไม่ และหากผู้สูงอายุไม่สามารถอ่านแบบสอบถามได้สะดวก คณะผู้วิจัยได้อ่านคำถามให้ฟัง

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ใช้อธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้อธิบายระดับทัศนคติต่อการซื้ออาหารฟังก์ชัน การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ความใส่ใจสุขภาพ และความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ด้วยวิธี Enter เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของขมิ้นชันของผู้สูงอายุในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ที่พักอาศัยอยู่ด้วย และประสบการณ์ซื้อ แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าความถี่และร้อยละข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	92	46.00
หญิง	108	54.00
อายุ		
60 – 69 ปี	143	71.50
70 – 79 ปี	54	27.00
80 ปีขึ้นไป	3	1.50
สถานภาพ		
โสด	34	17.00
สมรส	158	79.00
หย่าร้าง	8	4.00
ท่านจบระดับการศึกษาใด		
ไม่เกิน มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า	38	19.00
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	60	30.00
อนุปริญญา/ปวส. หรือเทียบเท่า	31	15.50
ปริญญาตรี	64	32.00
สูงกว่าปริญญาตรี	7	3.50
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ไม่เกิน 10,000 บาท	19	9.50
10,001 – 15,000 บาท	62	31.00
15,001 – 20,000 บาท	55	27.50
20,001 – 25,000 บาท	31	15.50
25,001 – 30,000 บาท	12	6.00
30,001 บาทขึ้นไป	21	10.50

ลักษณะทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ปัจจุบันท่านพักอาศัยอยู่กับใคร (เลือกได้หลายคำตอบ)		
คู่สมรส	144	42.50
บุตร - ธิดา	89	26.30
พี่ - น้อง	23	6.80
หลาน - ญาติ	68	20.10
เพื่อน	1	0.30
ประสบการณ์ซื้ออาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของไขมันชั้น		
เคยซื้อ	39	19.50
ไม่เคยซื้อ	161	80.50

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเป็นเพศหญิง จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 และเพศชาย จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 ส่วนใหญ่มียายุ 60 – 69 ปี จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 71.50 และส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 79.00 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท มากที่สุด จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 พักอาศัยอยู่กับคู่สมรส มากที่สุด จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 โดยกลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์ซื้ออาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของไขมันชั้น เช่น เครื่องดื่มผสมไขมันชั้น ชุปไก่สกัดผสมไขมันชั้น จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50

ข้อมูลพฤติกรรมการซื้ออาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของไขมันชั้นของผู้บริโภค

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการซื้ออาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของไขมันชั้นของผู้บริโภคโดยกำหนดคำถาม ท่านเคยหรือคาดว่าจะทำพฤติกรรมอย่างไร แสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การแจกแจงความถี่และร้อยละพฤติกรรมการซื้อขายอาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของไขมันชั้นของผู้สูงอายุ

พฤติกรรมการซื้อขายอาหารฟังก์ชัน ที่มีส่วนผสมของไขมันชั้น	จำนวน	ร้อยละ
เหตุผลที่ซื้อหรือคาดว่าจะซื้อ (คำถามเลือกได้หลายคำตอบ)		
เพื่อให้มีสุขภาพที่ดี	167	52.35
ต้องการทดลองผลิตภัณฑ์ที่ออกใหม่ล่าสุด	26	8.15
ซื้อเนื่องจากคนรอบตัวแนะนำ	81	25.39
ซื้อเนื่องจากคุณภาพของผลิตภัณฑ์	45	14.11
แหล่งที่ซื้อ (คำถามเลือกได้หลายคำตอบ)		
ตลาด/ตลาดสด	167	47.31
ห้างสรรพสินค้า	38	10.76
ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่	38	10.76
ร้านสะดวกซื้อ/ซูเปอร์มาร์	59	16.71
ร้านของชำ	50	14.61
ร้านขายยาสมุนไพร	1	0.28
ความถี่ในการซื้อ (คำถามเลือกได้หลายคำตอบ)		
น้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน	7	3.50
1 - 2 ครั้ง/เดือน	49	24.50
3 - 4 ครั้ง/เดือน	49	24.50
มากกว่า 4 ครั้ง/เดือน	95	47.50
ผู้ที่มีอิทธิพล (คำถามเลือกได้หลายคำตอบ)		
เพื่อน	17	6.12
ครอบครัว	109	39.20

พฤติกรรมกรซื้ออาหารฟังก์ชัน ที่มีส่วนผสมของไขมันชั้น	จำนวน	ร้อยละ
ตัวท่านเอง	152	54.68
แหล่งหาข้อมูล (คำถามเลือกได้หลายคำตอบ)		
โทรทัศน์	137	42.68
สื่อวิทยุ	35	10.90
หนังสือพิมพ์	14	4.36
อินเทอร์เน็ต/โซเชียลมีเดีย	132	41.12
บุธตามห้าง	3	0.93

จากตารางที่ 3 แสดงการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่เคยซื้อหรือคาดว่าจะซื้ออาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของไขมันชั้น ของผู้สูงอายุ พบว่า เหตุผลที่ผู้บริโภคซื้อหรือคาดว่าจะซื้อ เนื่องจากเพื่อให้มีสุขภาพที่ดี มากที่สุด รองลงมาตามลำดับ ได้แก่ ซื้อเนื่องจากคนรอบตัวแนะนำ ซื้อเนื่องจากคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และต้องการทดลองผลิตภัณฑ์ที่ออกใหม่ล่าสุด โดยแหล่งที่ซื้อหรือคาดว่าจะซื้อ คือ ตลาด มากที่สุด รองลงมาตามลำดับ ได้แก่ ร้านสะดวกซื้อ/ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ ห้างสรรพสินค้า ห้างสรรพสินค้าขนาด และซื้อจากร้านขายยาสมุนไพร ความถี่ในการซื้อ มากกว่า 4 ครั้ง/เดือนมากที่สุด รองลงมาตามลำดับ ได้แก่ ซื้อ 1 - 2 ครั้ง/เดือน และ 3 - 4 ครั้ง/เดือน และซื้อน้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ คือ ตัวเอง มากที่สุด รองลงมาตามลำดับ ได้แก่ ครอบครัว และเพื่อน โดยแหล่งหาข้อมูล คือ โทรทัศน์ มากที่สุด รองลงมาตามลำดับ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต/โซเชียลมีเดีย สื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ และบุธตามห้าง

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้บริโภค

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทัศนคติต่อการซื้ออาหารฟังก์ชัน การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ความใส่ใจสุขภาพ และความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค แสดงดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคสูงอายุ

ปัจจัย	Mean	S.D.	แปลผล
ความตั้งใจซื้ออาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของ ขมิ้นชัน	4.18	0.52	มาก
ทัศนคติต่อการซื้ออาหารฟังก์ชัน	4.30	0.46	มากที่สุด
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	4.00	0.51	มาก
การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม	4.27	0.48	มากที่สุด
ความใส่ใจสุขภาพ	4.62	0.39	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจซื้ออาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของขมิ้นชันในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52

ส่วนระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลความตั้งใจซื้อ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ด้านความใส่ใจสุขภาพ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.62 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.39 รองลงมาตามลำดับ ได้แก่ ด้านทัศนคติต่อการซื้ออาหารฟังก์ชัน มีค่าเฉลี่ย 4.30 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.46 การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีค่าเฉลี่ย 4.27 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.48 และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีค่าเฉลี่ย 4.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.51

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณครั้งที่ 1

	B	S.E.	Beta	t	Sig.	VIF
ค่าคงที่	0.43	0.40		1.08	0.28	
1. AT	0.09	0.08	0.08	1.13	0.26	1.60
2. SJ	0.28	0.26	0.28	4.58	0.00*	1.29
3. CB	0.47	0.07	0.44	6.80	0.00*	1.47

จากตารางที่ 6 แสดงผลการตรวจสอบสหสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) โดยใช้ Variance Inflation Factor (VIF) ซึ่งควรมีค่าไม่เกิน 10 (Vanichbuncha & Vanichbuncha, 2021) จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า (VIF) มีค่า 1.13 ซึ่งไม่เกิน 10 แสดงว่าความสัมพันธ์ระหว่างแปรอิสระไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity จึงได้วิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณต่อไป

ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ เมื่อทดสอบด้วยค่าสถิติ F (F-Test) ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ตัวแปรที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของไขมันชั้นของผู้สูงอายุในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้แก่ ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SJ) และปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (CB) สามารถทำนายการเปลี่ยนแปลงของความตั้งใจซื้อได้ร้อยละ 42 (Adjusted R Square = 0.42) โดยเมื่อทดสอบด้วยสถิติ t (t- test) พบว่าตัวแปรด้านปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SJ) ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (CB) ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค (IT) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยลำดับอิทธิพลของตัวแปรที่สูงที่สุด คือ ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ($\beta = 0.48$) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ($\beta = 0.31$) สามารถนำมาเขียนเป็นสมการแสดงความสัมพันธ์ ดังนี้

$$IT = 0.71 + 0.31(SJ) + 0.52(CB)$$

องค์ความรู้ใหม่ และการนำไปใช้ประโยชน์

การวิจัยครั้งนี้ได้นำทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) ร่วมกับความใส่ใจสุขภาพมาประยุกต์ใช้เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของไขมันชั้นของผู้สูงอายุในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จากการศึกษา พบว่าการตัดสินใจซื้ออาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของไขมันชั้นของผู้บริโภคสูงอายุได้รับอิทธิพล

จากปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมร่วมกับปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง โดยเมื่อพิจารณาจากค่าระดับอิทธิพล (β) ของการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมที่มีค่าเท่ากับ 0.48 แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของปัจจัยด้านนี้ในระดับที่สูง ดังนั้น ผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจอาหาร สามารถนำความรู้นี้ไปใช้ในการแบ่งส่วนตลาดผู้บริโภคสูงอายุ และกำหนดกลยุทธ์การตลาดอาหารสำหรับผู้บริโภคสูงอายุที่แตกต่างจากกลุ่มผู้บริโภควัยอื่น ๆ

อภิปรายผล

1. ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการซื้ออาหารฟังก์ชัน ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของขมิ้นชัน ของผู้สูงอายุในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Nguyen et al. (2020) รวมทั้งไม่สอดคล้องงานวิจัยของ Bakti et al. (2020) ที่พบว่า ทัศนคติต่ออาหารเพื่อสุขภาพส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคและผู้บริโภครุ่นเยาว์ ทั้งนี้เนื่องมาจากการศึกษาที่ผ่านมาเป็นการศึกษาในภาพรวมของทุกกลุ่มอายุ หรือ เป็นการศึกษาในกลุ่มผู้บริโภครุ่นเยาว์ ซึ่งมีช่วงอายุที่แตกต่างจากการศึกษาในครั้งนี้ แสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้สูงอายุมีลักษณะทางจิตวิทยาที่แตกต่างกับกลุ่มวัยอื่น ๆ ที่งานวิจัยข้างต้นได้ทำการศึกษามา

2. ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของขมิ้นชัน ของผู้สูงอายุในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย Potimas and Ngarmsak (2023) รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Teixeira et al. (2022) โดยผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารฟังก์ชันต่อผู้สูงอายุ นอกจากตนเองแล้ว คือ ครอบครัว และแพทย์ โดยกลุ่มที่มีความสำคัญน้อยที่สุด คือ กลุ่มโซเชียลมีเดีย ซึ่งอาจเนื่องมาจากเมื่อผู้สูงอายุจะรับประทานอาหารที่มีผลต่อสุขภาพจึงเลือกรับฟังความคิดเห็นจากบุคคลที่เชื่อถือ

3. ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของไขมันชั้นของผู้สูงอายุในอำเภอเมืองจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Potimas and Ngarmsak (2023) และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Teixeira et al. (2022) และ Dangi et al. (2020) โดยผู้บริโภครายสูงอายุนสามารถควบคุมการซื้ออาหารฟังก์ชันได้เหมาะสมกับรายรับของตนเอง และกำหนดเวลาในการซื้ออาหารฟังก์ชันได้ด้วยตนเอง

4. ปัจจัยด้านความใส่ใจสุขภาพ ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของไขมันชั้นของผู้สูงอายุในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานีซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kalin (2023) รวมทั้งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Huang et al. (2019) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากในงานวิจัยที่ผ่านมาได้ศึกษาในเมืองที่มีขนาดใหญ่ และเป็นผู้ที่มิอายุไม่สูงมากทำให้มีพฤติกรรมที่แตกต่างจากผู้ที่อยู่ท้องถิ่น รวมทั้งผู้สูงอายุให้ความสนใจในการควบคุมพฤติกรรมสูง ซึ่งความใส่ใจสุขภาพเป็นสิ่งที่ผู้สูงอายุปฏิบัติเป็นประจำอยู่แล้ว จึงไม่มีอิทธิพลต่อการซื้ออาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของไขมันชั้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อใช้ประโยชน์จากผลการวิจัย

1. ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารควรจะพัฒนาเครื่องดื่มหรืออาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของไขมันชั้นสำเร็จรูปพร้อมรับประทานเพื่อให้ผู้บริโภครายสูงอายุนสามารถซื้อหาได้ง่าย

2. ผู้ประกอบการควรทำสื่อเกี่ยวกับคุณประโยชน์ของไขมันชั้นที่ผสมในผลิตภัณฑ์ให้ผู้ประกอบการได้พัฒนาขึ้นที่ผู้บริโภครายสูงอายุนสามารถศึกษาได้เอง เช่น การทำสื่อผ่านทาง Facebook และสื่อที่สามารถส่งต่อได้ เช่น ทาง Line

3. ควรทำการโฆษณาผ่านโทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต ที่แสดงถึงความห่วงใยกับคนในครอบครัว เพื่อกระตุ้นความรู้ของสมาชิกในครอบครัวที่มีต่ออาหารฟังก์ชันที่มีส่วนผสมของไขมันชั้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหาร เช่น ปัจจัยทางสุขภาพที่สำคัญ ความสะดวกสบาย ความสำคัญของราคา เพื่อทำความเข้าใจถึงพฤติกรรมการซื้ออาหารของผู้บริโภค
2. ควรศึกษาผู้บริโภคในพื้นที่อื่นๆ เพิ่มเติม เนื่องจากการศึกษาค้นคว้าผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นผู้ที่มีความคุ้นเคยกับการบริโภค ขมิ้นชันอยู่แล้ว

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้ ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี จากมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี ประจำปีงบประมาณ 2567

เอกสารอ้างอิง

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Audompan, A., & Sombultawee, K. (2023). Consumer Attitudes and Purchase Intentions towards Functional Foods in Bangkok. *Journal of Studies in the Field of Humanities*, 30(1), (in Thai). 331-354. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/abc/article/view/248594>
- Bakti, I., Sumaedi, S., Astrini, N., Rakhmawati, T., Yarmen, M., & S, D. (2020). *Applying the Theory of Planned Behavior in Functional Food Purchasing: a Young Consumers Perception*. Proceeding of the 3rd International Conference on Engineering Technology for Sustainable Development (ICET4SD). 722, 1-10. IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/722/1/012024>

- Chodchuang, S., Sangthong, K., Rangseekong, T., Chanachai, W., & Srikittayanont, S. (2021). Study of Business Potential for Organic Turmeric of a Community Enterprise from Kaowong, Bantakhun, Surat Thani Province. *Journal of Management Science Chiangrai Rajabhat University*, 16(2), (in Thai). 202–221. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jmscrru/article/view/238860>
- Dangi, N., Narula, S. A., & Gupta, S. K. (2020). Influences on Purchase Intentions of Organic Food Consumers in an Emerging Economy. *Journal of Asia Business Studies*, 14(5), 599–620. <https://doi.org/10.1108/JABS-12-2019-0364>
- Department of Provincial Administration. (2023). *Official statistics registration systems*. (in Thai). https://stat.bora.dopa.go.th/new_stat/webPage/statByAgeMonth.php
- Food Innovation and Regulation Network. (2022). *"FFC Thailand (Foods with Function Claim)" Serves as a Policy-Driven Tool to Enhance the Value of Agricultural and Food Products In The Country*. (in Thai). [https://firn.or.th/2022/02/23/ffc-01/#:~:text=%E0%B8%AD%E0%B8%B2%E0%B8%AB%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%80%E0%B8%8A%E0%B8%B4%E0%B8%87%E0%B8%AB%E0%B8%99%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%20\(Funct%20foods,%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%8A%E0%B9](https://firn.or.th/2022/02/23/ffc-01/#:~:text=%E0%B8%AD%E0%B8%B2%E0%B8%AB%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%80%E0%B8%8A%E0%B8%B4%E0%B8%87%E0%B8%AB%E0%B8%99%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%20(Funct%20foods,%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%8A%E0%B9)

- Food Innovation and Regulation Network. (2022). *FIRN NEWS*. (in Thai). <https://firm.or.th/2022/05/31/%E0%B8%AA%E0%B8%A7%E0%B8%81-%E0%B8%82%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B9%80%E0%B8%84%E0%B8%A5%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%99-ffc-thailand/>
- Food Intelligence Center. (2020). *Functional Foods in Thailand*. (in Thai). <https://fic.nfi.or.th/market-intelligence-detail.php?smid=292>
- George, D., & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference 11.0 Update* (4 ed.). Boston: Allyn & Bacon.
- Huang, L., Bai, L., Zhang, X., & Gong, S. (2019). Re-understanding the Antecedents of Functional Foods Purchase: Mediating Effect of Purchase Attitude and Moderating Effect of Food Neophobia. *Food Quality and Preference*, 73, 266-275. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2018.11.001>
- Inthamma, N. (2017). *Factors Influencing Purchase Intention on Supplementary Products for Elderly in Bangsen Municipality, Chon Buri Province*. Burapha University. (in Thai). <https://buiir.buu.ac.th/handle/1234567890/6441>
- Jarunatvilat, A. (2015). *Functional Foods*. Udon Thani: Udon Thani Rajabhat University. (in Thai).
- Julintron, A., Yoelao, D., & Saisombut, P. (2019). Theory of Reason Action and Theory of Planned Behavior: An Application to Business. *Humanities, Social Sciences and arts*, 12(5), 128-145. (in Thai). <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/182000>

- Kalin, P. (2023). Determinants of purchase intention of Functional Food in Thailand: A Study on Young Adults. *NIDA Development Journal*, 63(1), 61-66. (in Thai). <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/NDJ>
- KASIKORN Research Center. (2021). *Functional Ingredients: Opportunities and Challenges for the Food and Beverage Industry*. (in Thai). Bangkok: KASIKORN Research Center Company Limited. <https://waa.inter.nstda.or.th/stks/pub/nac/2021/slide/ss44-lec01.pdf>
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2012). *Marketing Management 14e*. Essex: Pearson Educaion Limited.
- Krungthai Macro Research. (2019). *3 Key Considerations Before Becoming Involved in Functional Foods*. (in Thai). Bangkok: Krunghthai. https://krungthai.com/Download/economyresources/EconomyResourcesDownload_427functional_food_paper_final.pdf
- Nardi, V., Jardim, W., Ladeira, W., & Santini, F. (2019). Predicting Food Choice: a Meta-Analysis Based on the Theory of Planned Behavior. *British Food Journal*, 121(10), 2250-2264. <https://doi.org/10.1108/BFJ-08-2018-0504>
- Nguyen, N., Nguyen, H. V., Nguyen, P. T., Tran, V. T., Nguyen, H. N., Nguyen, T. M. N., Cao, T. K., & Nguyen, T. H. (2020). Some Key Factors Affecting Consumers' Intentions to Purchase Functional Foods: A Case Study of Functional Yogurts in Vietnam. *Foods*, 9(1), 1-15. <https://doi.org/10.3390/foods9010024>
- Pongwichai, S. (2021). *Statistical Data Analysis with Computers*. Bangkok: Chulalongkorn University Press. (in Thai).

- Potimas, P., & Ngarmsak, T. (2023). A Study of the Attitude toward Behavior, Subject Norm and Perceived Behavior Control that Affect the Purchase Intention of Dietary Supplements of the Consumers in Khon Kaen Municipality. *Journal of Modern Learning Development*, 8(5), 49–63. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jomld/article/view/260362> (in Thai).
- Rozenkowska, K. (2023). Theory of Planned Behavior in Consumer Behavior Research: a Systematic Literature Review. *International Journal of Consumer Studies*, 47, 2670-2700. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12970>
- Sookcharoen, W. (2018). *Marketing Research*. Bangkok: Chulalongkorn University Press. (in Thai).
- Sowcharoensuk, C. (2022). *Future Food Industry*. (in Thai). <https://www.krungsri.com/th/research/research-intelligence/future-food-2022>.
- Srisatidnarakul, B. (2020). *Effect Size, Power Analysis, and Calculating Sample Size Appropriateness using G*Power Software*. Bangkok: Chulalongkorn University Press. (in Thai).
- Surat Thani Provincial Office. (2021). *Surat Thani Provincial Development Plan (2023-2027)*. (in Thai). Surat Thani: Surat Thani Provincial Office.
- Teixeira, F. S., Barbosa, B., Cunha, H., & Oliveira, Z. (2022). Exploring the Antecedents of Organic Food Purchase Intention: An Extension of the Theory of Planned Behavior. *Sustainability*, 14(1) , 242. <https://doi.org/10.3390/su14010242>
- Vanichbuncha, K., & Vanichbuncha, T. (2021). *Using SPSS for Windows for Data Analysis*. Bangkok: 3 LADA. (in Thai).

Wongtrakulruang, P. (n.d.). *Nutrition in the elderly How to eat it to be good.*

<https://www.nakornthon.com/article/detail/%E0%B9%82%E0%B8%A0%E0%B8%8A%E0%B8%99%E0%B8%B2%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%83%E0%B8%99%E0%B8%9C%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%AA%E0%B8%B9%E0%B8%87%E0%B8%AD%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%B8%E0%B8%A3%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8> (in Thai).