

กลยุทธ์การทำอาหารสำเร็จรูปและอาหารว่างเพื่อสุขภาพ  
จำหน่ายในเขตพญาไท-ราชเทวี กรุงเทพมหานคร  
Strategic Distribution for Healthy Instant Foods and Snacks in Phayathai  
and Ratchathewi District, Bangkok

ณัฏพงษ์ เสถียรไชยกิจ\* และสังคีต พิริยะรังสรรค์  
วิทยาลัยนวัตกรรมสังคม มหาวิทยาลัยรังสิต

Nattapong Satienchaiyakit\* and Sungsidh Piriyanangsan  
College of Social Innovation, Rangsit University

Received: January 18, 2019

Revised: April 25, 2019

Accepted: May 10, 2019

## บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องกลยุทธ์การทำอาหารสำเร็จรูปและอาหารว่างเพื่อสุขภาพจำหน่ายในเขตพญาไท-ราชเทวีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการทำอาหารสำเร็จรูปและอาหารว่างเพื่อสุขภาพ จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล ระเบียบวิธีการศึกษาใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการสำรวจปัจจัยกลยุทธ์การทำอาหารสำเร็จรูปและอาหารว่างเพื่อสุขภาพจำหน่ายในเขตพญาไท-ราชเทวี 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 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 25.52 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปและอาหารว่างเพื่อสุขภาพในเขตพญาไท-ราชเทวี ในภาพรวม มีน้ำหนักการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับแรกคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคมีน้ำหนักการตัดสินใจในระดับมาก อันดับ 2 คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคมีน้ำหนักการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก อันดับ 3 คือ ด้านราคาผู้บริโภคมีน้ำหนักการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้าย คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคมีน้ำหนักการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ในภาพรวมลูกค้าที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคล ด้านเพศ รายได้และอาชีพต่างกัน มีปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปและอาหารว่างเพื่อสุขภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งอาชีพรับราชการและพนักงานบริษัทเอกชนไม่สามารถเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปและอาหารว่างเพื่อสุขภาพได้ในเวลาอันจำกัด เนื่องจากจะต้องรีบเร่งไปทำงาน ส่วนเจ้าของกิจการ นักเรียน

นักศึกษาหรือแม่บ้าน มีเวลาเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปและอาหารว่างเพื่อสุขภาพ หรือจัดทำอาหารสำเร็จรูป และอาหารว่างเพื่อสุขภาพได้ที่บ้านหรือที่ทำงานได้สะดวกกว่าอาชีพดังกล่าวข้างต้น ส่วนผู้บริโภคที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลด้านอายุและระดับการศึกษาต่างกัน พบว่า มีปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูป และอาหารว่างเพื่อสุขภาพ ไม่แตกต่างกัน

**คำสำคัญ:** ปัจจัยการตัดสินใจ อาหารสำเร็จรูปและอาหารว่างเพื่อสุขภาพ

## Abstract

The study of strategic distribution for healthy instant foods and snacks in Phayathai and Ratchathewi districts was aimed to study the purchasing decision factors of healthy instant foods and snacks by comparing personal characteristics. The quantitative research method was adopted in this study and the questionnaire was used as the tool of data collection. Most of respondents were female (187 persons, 65.38 %), 41 – 45 years old (61 persons, 21.33%), had monthly income at 10,001 – 15,000 baht (107 persons, 37.41%), worked as private company employees (73 persons, 25.52%), and graduated with the Bachelor degree (133 persons, 46.50%). In general, the purchasing decision factors of healthy instant foods and snacks in Phayathai and Ratchathewi districts was rated at the high level. The highest three factors included product, channel and price, respectively which were all rated at the high level. The last factor with the rating at the middle level was promotion.

The results of hypotheses testing indicated that customers with different gender, income and occupation had different purchasing decision factors of healthy instant foods and snacks in Phayathai and Ratchathewi districts at the statistical significance level of .05. The civil servants and private company employees cannot buy healthy instant foods and snacks in the limited time due to rushing to work. On the other hand, business owner, students and housewives had more time to buy or prepare healthy instant foods and snacks at homes or workplaces than other professions. In addition, customers with different age and education had indifferent purchasing decision factors of healthy instant foods and snacks.

**Keyword:** Decision-Making Factors, Healthy Instant Foods and Snacks

## บทนำ

คนไทยส่วนมาก ที่ใส่ใจในสุขภาพมีวิธีการเลือกรับประทานอาหาร เพราะการรับประทานอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ และมีไขมันต่ำทำให้เป็นผลดีต่อสุขภาพปราศจากโรคภัยต่าง ๆ และยังสามารถควบคุมน้ำหนักทำให้ร่างกายแข็งแรง เพราะคนไทยถือว่าการไม่มีโรคเป็นลาภอันประเสริฐ ดังนั้นอาหารที่ถือว่าเป็นอาหารเพื่อสุขภาพที่คนทั่วไปนิยมบริโภค ไม่ว่าจะเป็นอาหารมังสวิรัต อาหารเจ อาหารชีวจิต และผลิตภัณฑ์อาหารเสริมจากสมุนไพรต่าง ๆ ซึ่งเป็นอาหารที่ช่วยเสริมสร้างให้สุขภาพดีขึ้น (อุทัยวรรณ สุวรรณพรหม, 2552) จึงเป็นที่นิยมของผู้บริโภคในปัจจุบัน ทำให้ธุรกิจร้านอาหารที่จำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพมีการขยายตัวในธุรกิจมากขึ้น ในเขตพญาไท-ราชเทวีทุกวันนี้กำลังก้าวกระโดดสู่ความเป็นเขตศูนย์กลางการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพมีทั้งสถานที่ท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ จึงทำให้ธุรกิจร้านอาหารมีการแข่งขันกันมากขึ้น อาหารสุขภาพในเขตพญาไท-ราชเทวี จึงมีให้เลือกมากมาย ไม่ว่าจะเป็นอาหารมังสวิรัต อาหารชีวจิต อาหารที่ทำจากสมุนไพร และอาหารเจ ถือว่าเป็นอาหารที่ผู้บริโภคเลือกที่จะรับประทานเพื่อสุขภาพเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบันนี้ จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาจึงสนใจเรื่อง “กลยุทธ์การทำอาหารสำเร็จรูปและอาหารว่างเพื่อสุขภาพจำหน่ายในเขตพญาไท-ราชเทวี กรุงเทพมหานคร” เพื่อสนับสนุนธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ และการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพให้พัฒนาในแนวทางที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและร่างกายของผู้บริโภคและผลการศึกษาครั้งนี้จะนำมาใช้เป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพในการที่จะวางแผนกลยุทธ์และวางแผนการตลาดในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพให้เกิดประสิทธิผลอันเป็นประโยชน์ต่อไป ดังนั้น บุคคลที่เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการซื้อ อาจเป็นการกระทำของแต่ละบุคคลก็ได้ หรือพฤติกรรมที่เกิดขึ้นทั้งหมดจะรวมอยู่ในบุคคลเดียวกันก็ได้

## วัตถุประสงค์

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

## ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาใช้วิธีค้นคว้ารวบรวมข้อมูลจากหนังสือ วารสาร บทความวิชาการ สื่อออนไลน์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและจากข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษาองค์กรธุรกิจที่ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการผลิตอาหาร เช่น การผลิตและแปรรูป การค้า การบริการที่เกี่ยวข้องกับอาหาร เช่น ร้านอาหาร โรงแรม ร้านค้า รวมไปถึงการกระจายและ การขนส่งสินค้าไปจนถึงการส่งมอบสินค้าให้ผู้บริโภค รวมถึงการแจกแผ่นพับในถุงหรืองานใส่อาหารที่นำส่งไปยังห้องพักภายในหอละแวกพญาไท-ราชเทวี และให้กรอกแบบสอบถามกลับมาเพื่อนำมาเป็นส่วนลดในการรับประทานอาหารครั้งต่อ ๆ ไป

ค้นคว้าอิสระ โดยการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) โดยมีกระบวนการดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลและแหล่งข้อมูล ค้นคว้าและคัดเลือกข้อมูลที่จะนำมาใช้ได้แก่ ข่าวสาร บทความทางวิชาการ สื่อออนไลน์ ข้อมูลทางสถิติจากเว็บไซต์ของไทยและต่างประเทศ โดยสืบค้นข้อมูลทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ

และวิทยานิพนธ์และสารนิพนธ์ที่เกี่ยวข้องจากไทยและต่างประเทศ

2. เก็บรวบรวมข้อมูล: เก็บรวบรวมข้อมูลตามลำดับเนื้อหาและวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังต่อไปนี้

- พัฒนาการของการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพของคนไทย
- ด้านความปลอดภัยของอาหาร ของภาครัฐจะเกี่ยวกับเรื่องของกฎหมายต่าง ๆ เช่น หน่วยงาน

ที่กำกับดูแลเรื่องความปลอดภัยด้านอาหารกฎหมายเรื่องอาหารและอาหารเสริมนำเข้าต่าง ๆ ส่วนของภาคเอกชนจะใช้ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับการผลิตอาหารแช่แข็ง วัตถุดิบต่าง ๆ แหล่งผลิตวัตถุดิบ รสนิยมในการบริโภคอาหารของคนจีน แหล่งข้อมูลเหล่านี้จะรวบรวมจากวารสารตีพิมพ์ต่าง ๆ และเว็บไซต์ทั้งในประเทศไทยและประเทศจีน

## กรอบแนวคิด

ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม
คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค	ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปและอาหารว่างเพื่อสุขภาพ
- เพศ	- ด้านผลิตภัณฑ์
- อายุ	- ด้านราคา
- รายได้	- ด้านช่องทางการจำหน่าย
- อาชีพ	- ด้านการส่งเสริมการตลาด

## สมมติฐานการวิจัย

1. ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปและอาหารว่างเพื่อสุขภาพที่แตกต่างกัน

2. ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปและอาหารว่างเพื่อสุขภาพที่แตกต่างกัน

3. ผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกัน ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปและอาหารว่างเพื่อสุขภาพที่แตกต่างกัน

4. ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปและอาหารว่างเพื่อสุขภาพที่แตกต่างกัน

5. ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปและอาหารว่างเพื่อสุขภาพที่แตกต่างกัน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ในเขตพญาไท-ราชเทวี กรุงเทพมหานคร โดยผู้ศึกษาใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 286 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา  
ผู้ศึกษาได้จัดทำแบบสอบถาม และดูความสมบูรณ์ของแบบสอบถามให้ครบทุกด้าน เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์ต่อไปการประมวลข้อมูล ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Science for window)

การเก็บรวบรวมข้อมูล  
ผู้ศึกษานำแบบสอบถาม ที่สร้างขึ้นไปแจกให้กลุ่มตัวอย่างที่ระบุไว้ข้างต้นตอบตามความเป็นจริง จากนั้นเก็บรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดคืนด้วยตนเองรวมจำนวนทั้งสิ้น 286 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้  
นำข้อมูลที่ได้รับมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า  $t$  และ ค่า  $F$  และเปรียบเทียบรายคู่เพิ่มเติม ด้วยวิธีของเชฟเฟในกรณีที่การวิเคราะห์  $F$  พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้ศึกษาได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

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

## ผลการศึกษา

จากการศึกษาพฤติกรรมการทำอาหารสำเร็จรูปและอาหารว่างเพื่อสุขภาพจำหน่ายในเขตพญาไท-ราชเทวี กรุงเทพมหานคร โดยวิธีการศึกษาวิจัยโดยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีผลการศึกษาดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 65.38 อายุ 41-45 ปี จำนวน 61คน 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

กลยุทธ์การทำอาหารสำเร็จรูปและอาหารว่างเพื่อสุขภาพจำหน่ายในเขตพญาไท-ราชเทวี กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพในเขตพญาไท-ราชเทวี กรุงเทพมหานครในภาพรวม มีน้ำหนักการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่า อันดับแรกคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคมีน้ำหนักการตัดสินใจอยู่ในระดับมากอันดับ 2 คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคมีน้ำหนักการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก อันดับ 3 คือ ด้านราคา ผู้บริโภคมีน้ำหนักการตัดสินใจระดับมาก และอันดับสุดท้าย คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคมีน้ำหนักการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง

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
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 ในเขตพญาไทและราชเทวี กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารและอาหารว่างเพื่อสุขภาพ	$\bar{X}$	S.D.	น้ำหนักการตัดสินใจ	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
<b>รวม</b>	<b>3.55</b>	<b>0.50</b>	<b>มาก</b>	

ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารและอาหารว่างเพื่อสุขภาพในพญาไท-ราชเทวี จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษา พบว่า ในภาพรวม ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพในเขตพญาไท-ราชเทวี จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคมีน้ำหนักการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.90 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.62 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอันดับแรก คือ ด้านอาหารเพื่อสุขภาพ มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายให้เลือก ผู้บริโภคมีน้ำหนักการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.17 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.80 และอันดับ 2 คือ ด้านมีคุณค่าทางโภชนาการ ผู้บริโภคมีน้ำหนักการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.05 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.99 รายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ในเขตพญาไท-ราชเทวี จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารและอาหารว่างเพื่อสุขภาพ	$\bar{X}$	S.D.	น้ำหนักการตัดสินใจ	อันดับที่
1. อาหารและอาหารเสริมเพื่อสุขภาพมีผลิตภัณฑ์หลากหลายให้เลือก	4.17	0.80	มาก	1
2. อาหารและอาหารเสริมเพื่อสุขภาพสดสะอาดและถูกสุขลักษณะ	4.03	0.84	มาก	3
3. อาหารและอาหารเสริมเพื่อสุขภาพมีรูปแบบแปลกใหม่และทันสมัย	3.89	0.93	มาก	4
4. อาหารและอาหารเสริมเพื่อสุขภาพมีการแจ้งพลังงานให้ผู้บริโภคทราบ	3.63	1.04	มาก	6
5. อาหารและอาหารเสริมเพื่อสุขภาพมีคุณค่าทางโภชนาการ	4.65	0.99	มาก	2
6. อาหารและอาหารเสริมเพื่อสุขภาพไม่ใส่วัตถุกันเสีย	3.65	1.08	มาก	5
<b>รวม</b>	<b>3.90</b>	<b>0.62</b>	<b>มาก</b>	

ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพในเขตพญาไท-ราชเทวี จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านราคา ผลการศึกษา พบว่า ในภาพรวม ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ในเขตพญาไท-ราชเทวี จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านราคา ผู้บริโภคมีน้ำหนักการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.55 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับแรก คือ ด้านมีหลายระดับราคาให้เลือกสรร ผู้บริโภคมีน้ำหนักการตัดสินใจอยู่ระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.70 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.94 และอันดับ 2 คือ ด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ผู้บริโภคมีน้ำหนักการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.67 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.98 รายละเอียด ดังตารางที่ 4

**ตารางที่ 4** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ในเขตพญาไท-ราชเทวี จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านราคา

ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารและอาหารเสริมเพื่อสุขภาพ	$\bar{X}$	S.D.	น้ำหนักการตัดสินใจ	อันดับที่
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	3.67	0.98	มาก	2
2. มีหลายระดับราคาให้เลือกสรร	3.70	0.94	มาก	1
3. อาหารและอาหารเสริมเพื่อสุขภาพมีราคาสูง ขึ้นอยู่กับวัตถุดิบ	3.49	0.82	มาก	3
4. ขาดในราคาพิเศษเมื่อมีการสั่งซื้อจำนวนมาก	3.34	1.01	ปานกลาง	4
<b>รวม</b>	<b>3.55</b>	<b>0.67</b>	<b>มาก</b>	

ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพในเขตพญาไท-ราชเทวี จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผลการศึกษา พบว่า ในภาพรวม ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ในเขตพญาไท-ราชเทวี ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคมีน้ำหนักการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก 41 ค่าเฉลี่ย 3.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับแรก คือ ด้านมีร้านอาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้น ในช่วงเทศกาลกินเจ ผู้บริโภคมีน้ำหนักการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.89 และอันดับ 2 คือ ด้านสะดวกต่อการซื้อ ผู้บริโภคมีน้ำหนักการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.91 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.84 รายละเอียดดังตารางที่ 5



ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ในเขตพญาไท-ราชเทวี จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารและอาหารเสริมเพื่อสุขภาพ	$\bar{X}$	S.D.	น้ำหนัก การตัดสินใจ	อันดับที่
1. สะดวกต่อการซื้อ	3.91	0.84	มาก	2
2. มีการวางจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำและร้านสะดวกซื้อ	3.78	0.96	มาก	3
3. มีวางจำหน่ายตามร้านอาหารเพื่อสุขภาพ	3.65	1.10	มาก	5
4. มีวางขายตามร้านขายอาหารเจในช่วงเทศกาลกินเจ	4.06	0.89	มาก	1
5. มีร้านอาหารเพื่อสุขภาพให้เลือกมากมาย	3.71	0.98	มาก	4
6. มีการแนะนำอาหารและอาหารเสริมพร้อมสรรพคุณต่าง ๆ	3.43	1.01	มาก	6
<b>รวม</b>	<b>3.75</b>	<b>3.63</b>	<b>มาก</b>	

## อภิปรายผล

### ด้านผลิตภัณฑ์

จากการตัดสินใจของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่ออาหารเพื่อสุขภาพมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายให้เลือก เป็นลำดับต้น ๆ สิ่งที่น่าอภิปรายคือ ทำไมผู้บริโภคเน้นเรื่องอาหารเพื่อสุขภาพมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายให้เลือก เป็นอันดับ 1 สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ เนื่องจากผู้คนที่ใส่ใจในสุขภาพทั้งหลาย ไม่ว่าจะเป็นการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารแบบใด ก็ต้องการความหลากหลายของอาหารหรือผลิตภัณฑ์ที่ตนบริโภค เพื่อหลีกเลี่ยงความจำเจ และวิถีชีวิตของคนไทยในสังคมปัจจุบันหันมากินข้าวนอกบ้านกันมากขึ้น ทำให้ธุรกิจร้านอาหารจำหน่ายอาหารเติบโตมากขึ้น การแข่งขันสูงขึ้นผลักดันให้เกิดการพัฒนาและสร้างนวัตกรรมใหม่ โอกาสความสำเร็จของผู้ประกอบการจึงแข่งขันกันที่คุณภาพของสินค้าและความหลากหลายของบริการกับความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นธุรกิจร้านอาหารที่บริการและจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพโดยทั่วไปจะมีคุณสมบัติเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ร้านอาหารสุขภาพที่มีอยู่มักนำเสนอประเภทอาหารชีวจิตและอาหารเจหรือมังสวิรัต ซึ่งไม่บริโภคเนื้อสัตว์ อาหารไม่ใส่ผงชูรสหรืออาหารสำหรับควบคุมน้ำหนักซึ่งเป็นการดำเนินธุรกิจตามกระแสความนิยมของผู้บริโภค ดังนั้นร้านอาหารเพื่อสุขภาพจึงเป็นที่นิยมและค้นหาของผู้บริโภคที่ใส่ใจในสุขภาพ

### ด้านราคา

จากการตัดสินใจของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญมีหลายระดับราคาให้เลือกสรร เป็นอันดับต้น ๆ สิ่งที่น่าอภิปราย คือ ทำไมผู้บริโภคเน้นเรื่องมีหลายระดับราคาให้เลือกสรรเป็นอันดับ 1 สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ เนื่องจากผู้บริโภคมีหลายระดับชนชั้น ราคาของอาหารเพื่อสุขภาพโดยมากจะมีราคาสูงกว่าอาหารปกติทั่วไป เนื่องจากวัตถุดิบที่ใช้ นั้น จะเน้นในเรื่องของคุณค่าทางโภชนาการเป็นหลัก และปลอดภัยสะอาด ผู้ประกอบการ บางรายให้วัตถุดิบปลอดสารพิษ หากราคาของอาหารเพื่อสุขภาพมีหลากหลายระดับราคา เพื่อให้ผู้ที่มีรายได้น้อย แต่ก็รักษาสุขภาพสามารถที่จะซื้อบริโภคได้ก็เป็นทางเลือกหนึ่งที่ทำให้ตัดสินใจบริโภค

## อาหารเพื่อสุขภาพเพิ่มขึ้น

### ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ผู้บริโภคมีปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 2 (ค่าเฉลี่ย 3.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63) ประเด็นที่ผู้ศึกษาสนใจอภิปราย คือ มีร้านอาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้นในช่วงเทศกาลกินเจ (ค่าเฉลี่ย 4.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.89) ก็มีการแนะนำอาหารเพื่อสุขภาพพร้อมสรรพคุณของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.43 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.01) ซึ่งผู้บริโภค ตอบแบบสอบถามโดยเลือก เป็นอันดับ 1 และอันดับสุดท้าย จากตัวเลือกด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ทั้ง 6 (1. สะดวกต่อการซื้อ 2. มีการวางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าทั่วไป 3. มีร้านอาหารเพื่อสุขภาพโดยเฉพาะ 4. มีร้านอาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้นในช่วงเทศกาลกินเจ 5. มีร้านอาหารเพื่อสุขภาพให้เลือกมากมายและ 6. มีการแนะนำอาหารเพื่อสุขภาพพร้อมสรรพคุณของอาหาร)

### ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการตัดสินใจของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อภาครัฐและเอกชนได้ให้ความสำคัญและส่งเสริมการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพเป็นอันดับต้น ๆ สิ่งที่น่าอภิปรายคือ ทำไมผู้บริโภคเน้นเรื่องภาครัฐและเอกชนได้ให้ความสำคัญและส่งเสริมการรับประทานอาหาร เพื่อสุขภาพเป็นอันดับ 1 สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ ในความรู้สึกของประชาชนผู้บริโภค มีความคิดว่าหากมีจิตใจที่ดียิ่งมีการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพที่ยั่งยืนระดับจิตใจของคนในประเทศได้มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ เมืองไทยเป็นเมืองเกษตรพืชผักผลไม้ไม่มีขาด และมีให้บริโภคตลอดปี ส่งเสริมให้ชุมชนมีความมั่นใจในคุณค่าของอาหารไทย และสามารถพึ่งตนเองได้

## ข้อเสนอแนะ

ผู้บริโภคควรทราบถึงผลดีของการบริโภคอาหารและอาหารว่างเพื่อสุขภาพ และวัตถุดิบที่ใช้ปรุงอาหาร เพื่อหลีกเลี่ยงสารพิษที่ก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพ และผู้บริโภคควรปรุงอาหารด้วยตนเองจะดีกว่าซื้อตามร้านอาหารภาครัฐและเอกชนควรให้ความสำคัญและส่งเสริมการรับประทานสำเร็จรูปและอาหารว่างเพื่อสุขภาพ จะช่วยให้คนไทยได้รับความรู้และคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการบริโภคอาหารในชีวิตประจำวัน อาหารที่ปลอดภัย และครบหลักโภชนาการจะทำให้พลเมืองของประเทศมีสุขภาพดีลดการเจ็บป่วยเป็นสัตว์แล้ว เป็นการส่งเสริมให้เกษตรกรผู้ปลูกผักผลไม้สามารถขายผลผลิตภายในประเทศได้

## เอกสารอ้างอิง

- ชนชญาน์ จันทร์จิวตรกุล. (2558). รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชนิดา ป็ชติการ และคณะ. (2556). อาหาร & สุขภาพ. กรุงเทพฯ: เสริมมิตร.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2556). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพฯ: ประชุมช่าง.
- ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. (2557). การบริหารการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ธรรมกมลการพิมพ์.

บริสุทธิ ผึ้งผดุง. (2551). **พฤติกรรมการดูแลสุขภาพตนเอง : ศึกษาเฉพาะกรณีเขตกรุงเทพมหานคร.**  
วิทยานิพนธ์สังคมวิทยาและมนุษยวิทยามหาบัณฑิต คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วาสนา จันทร์สว่าง. (2558). **การสื่อสารสุขภาพ : กลยุทธ์ในงานสุขศึกษา และการสร้างเสริมสุขภาพ.**  
กรุงเทพฯ: เจริญดีการพิมพ์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2553). **หลักการตลาด.** กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

Kotler, P. (2008). **Marketing Management.** New Jersey: Prentice-Hall.

## คณะผู้เขียน

**นายณัทพงศ์ เสถียรไชยกิจ**

วิทยาลัยนวัตกรรมการสังคม มหาวิทยาลัยรังสิต

เลขที่ 52/347 พหลโยธิน 87 ถนนพหลโยธิน อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี 12000

e-mail: jiea17.js@gmail.com

**รองศาสตราจารย์ ดร. สังกิต พิริยะรังสรรค์**

วิทยาลัยนวัตกรรมการสังคม มหาวิทยาลัยรังสิต

เลขที่ 52/347 พหลโยธิน 87 ถนนพหลโยธิน อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี 12000

e-mail: sungsidh@yahoo.com