

**ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ
ของประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช**

**Factors Affecting Healthy Food Purchasing Behavior
of the Population in Nakhon Si Thammarat**

สรณสิริ แก้วมาก¹ และสิรภพ วงศ์ภัส²

ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช

Factors Affecting Healthy Food Purchasing Behavior

of the Population in Nakhon Si Thammarat.

E-mail : 6624100012@ru.ac.th Sonsiri Kawmak¹ Siraphob Wonglaphat, Ph.D.²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ของประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยนำผลที่ได้จากการศึกษา ไปปรับใช้เป็นแนวทางในการวางแผน กำหนดกลยุทธ์ และปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยการศึกษาข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยได้ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 300 ราย โดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติ ได้แก่ การวิเคราะห์หาจำนวนกลุ่มตัวอย่าง n ค่าร้อยละ (%) การหาค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. และการวิเคราะห์หาสมมติฐานด้วย ไคสแควร์ Chi – Square Test

จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มประชากรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ของประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีช่วงอายุระหว่าง 20 – 29 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษา อยู่ในระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ย อยู่ที่ 15,001 – 25,000 บาท และมีอาชีพหลักคือพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ ให้ความสำคัญในเรื่องของส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับสูงมาก และเมื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช ความแตกต่างกัน โดยมีนัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ .005

คำสำคัญ อาหารเพื่อสุขภาพ ,ส่วนประสมทางการตลาด ,การตัดสินใจซื้ออาหาร

ABSTRACT

This study aimed to study demographic data, marketing mix, and factors affecting the decision to purchase healthy food among the population in Nakhon Si Thammarat. The findings can be used as guidelines for more efficient planning, strategy formulation, and improving the marketing mix for entrepreneurs in healthy food restaurants. For the study of data, a research study was conducted on the factors affecting the purchasing behavior of healthy food among the population in Nakhon Si Thammarat. The data were collected from 300 samples in Nakhon Si Thammarat. For data analysis, statistics were employed, including the analysis of the sample size, percentage (%), mean $\bar{X}$, standard deviation (S.D.), and hypothesis analysis using the Chi-Square Test.

Based on the findings, the population groups that affected the purchasing behavior of healthy food among the population in Nakhon Si Thammarat were mostly females, aged between 20-29 years, unmarried, had a bachelor's degree, had an average income between 15,001 to 25,000 baht, and were mostly state enterprise employees/civil servants. They prioritized the marketing mix and the decision to purchase healthy food. When testing the hypothesis, it was found that the demographic factors, marketing mix, and the decision to purchase healthy food of the population in Nakhon Si Thammarat were different at a statistical significance of .005.

Keywords: healthy food, marketing mix, food purchasing decision

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากการศึกษาข้อมูลประชากรทั่วโลกของ Ashkan Afshin นักวิจัยที่มาจากสถาบันซีวัดและประเมินผลด้านสุขภาพ จาก University of Washington ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลอาหารของผู้คนใน 195 ประเทศ (BDMS Wellness Clinic, 2566) พบว่า สาเหตุหลักของการเสียชีวิตในปัจจุบัน ได้แก่ โรคที่เกิดจากการรับประทานอาหารที่ไม่ดีต่อสุขภาพ โดยเป็นสาเหตุหลักของการเสียชีวิตของประชากรโลกถึงปีละ 11 ล้านคน (Voathai, 2562) นอกจากนั้นประชากรยังไม่ได้รับประทานอาหารที่ดีต่อสุขภาพเพียงพอ ยกตัวอย่างการรับประทานอาหารจำพวกธัญพืช ถั่ว เมล็ดพืช ผัก และผลไม้ ในขณะที่เดียวกันประชากรโลกส่วนใหญ่นิยมเลือกซื้อเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลบริโภคอาหารที่มีโซเดียมสูงและเนื้อสัตว์แปรรูปมากเกินไป จากการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการเลือกรับประทานอาหารที่ไม่มีประโยชน์นั้นจะส่งผลเสียต่อสุขภาพมากกว่าการสูบบุหรี่หรือโรคความดันโลหิตสูงเสียอีก (BDMS Wellness Clinic, 2566) ในปัจจุบันการรับประทานอาหารในประเทศไทยยังเป็นเรื่องที่น่าเป็นห่วง โดยเฉพาะการเลือกบริโภคอาหารที่ทำให้เสียสุขภาพ การดื่ม

เครื่องดื่มที่มีรสหวาน การกินผักผลไม้ที่ไม่เพียงพอ ปัญหาเหล่านี้มีความแตกต่างกันในแต่ละกลุ่มประชากรตามสถานะทางเศรษฐกิจและสังคม จากผลสำรวจ การบริโภคอาหารที่เสี่ยงต่อสุขภาพคนไทย พบว่า กลุ่มคนรายได้สูง ดื่มเครื่องดื่มที่มีรสหวาน สูงถึงร้อยละ 31.4 เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์บรรจุขวด ร้อยละ 20.5 และรับประทานอาหารที่มีไขมันสูง ร้อยละ 17.3 ซึ่งมากกว่ากลุ่มคนรายได้ต่ำอย่างชัดเจน ส่วนกลุ่มคนรายได้ต่ำ พบว่า รับประทานอาหารประเภทเนื้อสัตว์แปรรูป สูงถึงร้อยละ 22.9 และการรับประทานอาหารชนิดกึ่งสำเร็จรูป อยู่ที่ร้อยละ 1.8 ซึ่งเสี่ยงต่อการเกิดปัญหาทางสุขภาพมากกว่ากลุ่มคนรายได้สูง (สุขภาพคนไทย, 2566)

ปัจจุบัน ตลาดอาหารเพื่อสุขภาพ จึงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากเทรนด์ที่คนรุ่นใหม่หันมาดูแลสุขภาพ รวมถึงสถานการณ์โลกที่เริ่มเข้าสู่ศตวรรษแห่งผู้สูงอายุ ล้วนเป็นตัวกระตุ้นให้ประชาชนเริ่มหันกลับมาสนใจ และใส่ใจดูแลสุขภาพมากขึ้น จึงเห็นได้ว่าปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้เริ่มมีผู้ประกอบการใหม่ ๆ เข้ามารุกตลาดนี้เพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพ อาหารฟังก์ชัน ที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายมากขึ้น (กรุงเทพธุรกิจ, 2566)

จากสถานการณ์ดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อที่จะต้องการทราบถึงความต้องการที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของกลุ่มผู้บริโภค โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาสามารถนำไปใช้ประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพในการเลือกใช้วิธีการเพื่อกำหนดกลยุทธ์การขายที่จะกระตุ้นให้ผู้บริโภคเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพเพิ่มมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาด(4Ps)ที่ส่งผลต่อการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช
3. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช

สมมติฐานของการวิจัย

1. ลักษณะส่วนบุคคลของประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราชที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช
2. ส่วนประสมทางการตลาด(4Ps)ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราชที่แตกต่างกัน

3. การเลือกซื้อบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราชที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตด้านประชากรกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช

ขอบเขตด้านตัวแปร

1) ตัวแปรอิสระ

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ

1.2 ส่วนประสมทางการตลาด(4Ps) ได้แก่ ด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

2) ตัวแปรตาม

การซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช

ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะลงไปศึกษาที่ประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช

ขอบเขตด้านระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาในการศึกษา เริ่มตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2567 ถึงเดือนธันวาคม 2567

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช ตามลำดับดังนี้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความปลอดภัย (Safe Food)

วิวัฒน์ แก้วดวงเล็ก (2562) ได้กล่าวไว้ว่า อาหารปลอดภัย คือ อาหารที่มีความปลอดภัยต่อกลุ่มผู้บริโภค และจะต้องไม่มีการปนเปื้อนอาหารซึ่งมี 3 ประการ ได้แก่ การปนเปื้อนทางด้านกายภาพ เช่น ฝุ่นละออง เศษดิน เศษหิน เศษฟาง แมลง มูลสัตว์ การปนเปื้อนทางด้านเคมี เช่น สารเคมีที่ใช้ในการเกษตร ฮอร์โมนพืช ยาฆ่าแมลง สารเคมีที่ใช้ฆ่าเชื้อโรค และการปนเปื้อน จากจุลินทรีย์ ซึ่งเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้เกิดการเจ็บป่วย อันเนื่องมาจากอาหาร ได้แก่ กลุ่มแบคทีเรียที่ทำให้เกิดโรคอาหารเป็นพิษ ไวรัส และพยาธิต่าง ๆ

สุวดี เหมือนอัน (2564) ได้กล่าวไว้ว่า อาหารปลอดภัย (Food Safety) อาหารปลอดภัยหมายถึง อาหารนั้นจะต้องปลอดจากสารพิษ และไม่ก่อให้เกิดอันตรายแก่ผู้บริโภค ทั้งนี้ต้องมีกรรมวิธีในการเตรียม ปรุง ผสม และรับประทานอาหารอย่างถูกต้องตรงตามความมุ่งหมายของการรับประทานอาหารนั้นๆ ด้วย

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพ

กมล เลิศรัตน์ และคณะ (2561) ได้กล่าวไว้ว่า อาหารเพื่อสุขภาพมีความหมายค่อนข้างกว้าง เมื่อมีการพูดถึงอาหารเพื่อสุขภาพ จะหมายถึง อาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ และมีสารที่ออกฤทธิ์ทางชีวภาพในปริมาณที่เหมาะสม ที่มีการปรุงที่ถูกต้อง จากวัตถุดิบจากธรรมชาติที่มีส่วนที่สร้างปัญหาด้านสุขภาพต่ำ และมีส่วนผสมจำพวกสารสกัดที่อยู่ในปริมาณที่พอดี เมื่อได้รับประทานอาหารเข้าไปแล้วจะส่งผลให้มีสุขภาพที่ดี ทำให้ร่างกายสมบูรณ์ แข็งแรง มีภูมิคุ้มกันโรคที่ดี และมีส่วนช่วยป้องกันและลดความเสี่ยงต่อการเป็นโรคต่าง ๆ ที่ส่งผล ในขณะที่เราเลือกรับประทานอาหารบางชนิดในปริมาณที่มากเกินไป ในที่นี้จะแบ่งอาหารเพื่อสุขภาพออกเป็น 4 ชนิด เพื่อให้สอดคล้องกับของต่างประเทศตามลำดับความง่ายในการผลิต กระบวนการผลิต การแปรรูปอาหารแต่ละชนิด การค้า และการบริโภค ได้แก่ อาหารท้องถิ่น (Traditional Foods) อาหารฟังก์ชันหรือเฉพาะพันธกิจ (Functional Foods) ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (Dietary Supplement) และอาหารทางการแพทย์ (Medical Foods)

Ministry of Public Health (2019) ได้กล่าวไว้ว่า อาหารเพื่อสุขภาพ หมายถึง อาหารที่ให้อาหาร และพลังงาน ที่เป็นสิ่งจำเป็นในการทำงานของร่างกาย เพื่อให้ร่างกายได้มีการเจริญเติบโต ช่วยซ่อมแซม และมีภูมิคุ้มกันจากโรคต่าง ๆ การรับประทานอาหารที่เหมาะสมในชีวิตประจำวันควรรับประทานอาหารให้ครบ 5 หมู่ เนื่องจากสารอาหารแต่ละหมู่จะมีความหลากหลาย และปริมาณที่ไม่เท่ากัน ซึ่งจะให้ประโยชน์ต่อร่างกายที่แตกต่างกัน เพราะเหตุนี้ การรับประทานอาหารที่หลากหลายให้เหมาะสมกับอายุ และสภาพร่างกาย

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

Kotler (2000) ได้กล่าวไว้ว่า เป็นกลุ่มเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรใช้ในการปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ทางการตลาดของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นการรวมตัวกันของกลุ่มตัวแปรภายใต้การควบคุมขององค์กร ที่นำมาใช้เพื่อให้เกิดความต้องการและทำให้ได้รับประโยชน์จากการแข่งขัน โดยใช้ตัวแปรได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และการกำหนดราคา มาประสมเป็นหนึ่งเดียวโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อเกิดการแลกเปลี่ยนตลาดเป้าหมาย ต่อมาจึงเพิ่มมาอีก 3 ตัวแปรได้แก่ บุคคล ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ

ชัชดาภรณ์ จอมโคกกรวด (2564) ได้กล่าวไว้ว่า การตัดสินใจซื้อ หมายถึง การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ต้องการตอบสนองโดยมี 2 ทางเลือกขึ้นไป ซึ่งผู้บริโภคต้องตระหนักถึงความสำคัญในการเลือกซื้อ ดังนั้น ทักษะตัดสินใจสำคัญในการอยากซื้อของแต่ละคนจึงไม่เท่ากัน รวมถึงความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้นที่ผู้บริโภคต้องทำการพิจารณา ประเมินค่า ในการตัดสินใจเลือก

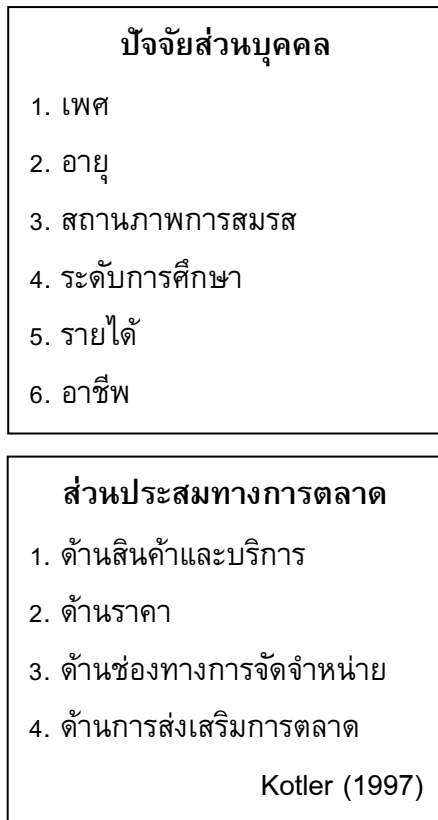
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ศุภานันท์ กังคะพิลาส (2563) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับ และการใช้สินค้าหรือบริการ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อนและเป็นตัวกำหนดให้เกิดการกระทำต่าง ๆ โดยพฤติกรรมที่แสดงออกมาแบ่งเป็น

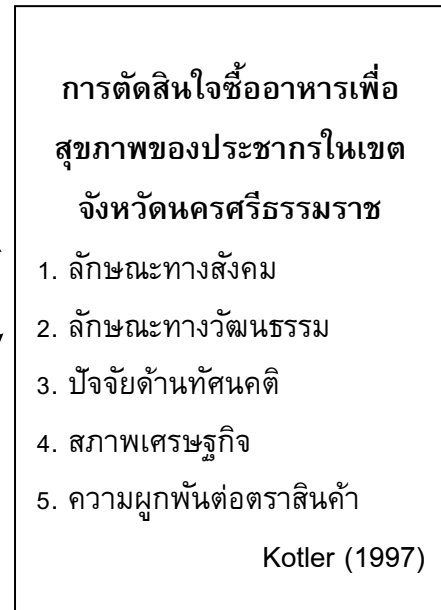
พฤติกรรมภายใน ที่จะแสดงเป็นปฏิกิริยาทางด้านความรู้สึกนึกคิด และพฤติกรรมภายนอก ที่แสดงออกให้เห็นได้ชัดเจนทางด้านร่างกาย

กรอบแนวคิดงานวิจัย

ตัวแปรต้น (Dependent Variable)



ตัวแปรตาม (Independent Variable)



ภาพประกอบที่ 1.1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย (ผู้วิจัย, 2567)

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อ พฤติกรรมการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้วิจัยได้ นำเสนอรายละเอียด ตามลำดับดังนี้

วิธีการดำเนินการวิจัย

1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการทำวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน ประชากรทั้งหมด 1,540,953 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ ตัวแทนของประชากรในเขตนครศรีธรรมราช ที่ได้จากการสุ่มแบบ บังเอิญ (Accidental sampling) จำนวน 400 คน

1.2 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ใช้ขนาดตัวอย่าง อย่างน้อย 300 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 10 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ซึ่งถือว่า ผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนดคือไม่น้อยกว่า 300 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ได้แก่ ข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ ข้อคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาด จำนวน 23 ข้อ ประกอบด้วย ด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ข้อคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการตลาดด้านจิตใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 15 ข้อ ประกอบด้วย ด้านลักษณะทางสังคม ด้านลักษณะทางวัฒนธรรม ด้านปัจจัยทางด้านทัศนคติ ด้านสภาพทางเศรษฐกิจ และด้านความผูกพันต่อตราสินค้า

การสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ

1. ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าตำราทางวิชาการ เอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อเป็นแนวทางกำหนดกรอบแนวคิดในการสร้างแบบสอบถาม

2. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จเรียบร้อยแล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษาการวิจัยเพื่อพิจารณาตรวจสอบ โครงสร้าง คำถาม การใช้ภาษา และความครอบคลุมในเนื้อหาสาระ แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่นำมาใช้ ที่พัฒนาขึ้นหรือนำมาใช้ ด้านความตรงเชิงพินิจ (face validity) ความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) ความครอบคลุมของข้อคำถาม ความเป็นปรนัย (objectivity) ตลอดจนความชัดเจนในการใช้ภาษา จำนวนข้อคำถาม และตรวจสอบว่า ข้อคำถามแต่ละข้อเป็นตัวแทนของสิ่งที่ต้องการวัดหรือไม่ ความถูกต้องเหมาะสม ความครอบคลุมและให้คำแนะนำ สิ่งที่ควรปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อถามนั้นกับประเด็นหลักของเนื้อหา

4. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาไปทำการทดสอบ (Try-out) กับ ประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบว่าคำถามสามารถสื่อความหมายตรงตามความต้องการและมีความเหมาะสมหรือไม่ จากนั้นจึงนำมาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปการทดสอบความเชื่อมั่น

ของแบบสอบถามโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ในการหาความเชื่อมั่นโดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's alpha coefficient)

ที่ค่าระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.930 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับดีมาก หมายถึงแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปศึกษากับกลุ่มตัวอย่างจริงได้

5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดลองใช้และปรับปรุงแก้ไขแล้วไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยต่อไป

6. ผู้วิจัยประสานงานติดต่อกับบุคคลที่ขอเข้าสัมภาษณ์ โดยแจ้งวัตถุประสงค์ของการวิจัยนัดหมายวันและเวลาการสัมภาษณ์

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ทำการรวบรวมและตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามให้ครบถ้วน หลังกลับมาเพื่อนำไปทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไปการศึกษาในครั้งนี้เป็นงานวิจัยใน 2 ส่วนหลัก ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ

เป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช ที่ได้จากการสุ่มแบบบังเอิญ จำนวน 400 คน

2. ข้อมูลทุติยภูมิ

ได้จากการศึกษาดำรง สื่อออนไลน์ บทความทางวิชาการ วารสาร ข้อมูลทางสถิติ เอกสารงานวิจัย และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษารั้วนี้ ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาด การตัดสินใจซื้อ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวมด้วยสถิติความถี่ ร้อยละและลำดับที่ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

2. วิเคราะห์ตัวแปรของปัจจัยที่มีผลต่อการเรียนรู้ทั้งกลุ่มในภาพรวมด้วยสถิติค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป และแปลความหมายค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์

3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย และผลผลิตที่ได้จากขั้นตอนนี้

1. สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพ

ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ตามวิธีการของครอนบัค (Cronbach)

2. สถิติพื้นฐาน

ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) จะได้ระดับผลการประเมินตามตัวแปรที่ใช้ในการวัด และความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ซึ่งแสดงให้เห็นถึงจุดเด่น และจุดที่ควรพัฒนา

3. ทดสอบสมมติฐาน

โดยใช้สถิติเชิงอนุมานการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามโดยใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi-square test)

สมมติฐานที่ 1

ลักษณะส่วนบุคคลของประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราชที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช

สมมติฐานที่ 2

ส่วนประสมทางการตลาด(4Ps)ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราชที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3

การเลือกซื้อบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราชที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช

4. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

จากการทำแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการพรรณนา (Descriptive) ในประเด็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จากการวิจัยในครั้งนี้พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67 มีอายุ 20 – 29 ปี จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38 มีสถานะโสด จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68 มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17 มีรายได้อยู่ระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 และส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 64.8

2. ผลการวิเคราะห์ ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาดประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราชโดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.42$, S.D.=.583) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน

พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ($\bar{X}=4.44$, S.D.=.571) รองลงมาคือด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ($\bar{X}=4.42$, S.D.=.584) ด้านสินค้าและบริการ (Product) ($\bar{X}=4.41$, S.D.=.565) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือด้านราคา (Price) ($\bar{X}=4.41$, S.D.=.611)

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราชโดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.42$, S.D.=.583) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ($\bar{X}=4.44$, S.D.=.571) รองลงมาคือด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ($\bar{X}=4.42$, S.D.=.584) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือด้านราคา (Price) ($\bar{X}=4.41$, S.D.=.611)

การอภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถนำผลมารายงานผลอภิปรายในประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ เตชินท์ ภิรัชตานนท์ (2565) ได้ทำการศึกษารื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคชาวไทยที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และงานวิจัยของ เปมิกา สิทธิพิทุทธกุล (2563) ได้ทำการศึกษารื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ คีโตเจนิค ของกลุ่มผู้บริโภคอาหารคีโตเจนิคในประเทศไทย พบว่า การทดสอบปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ซึ่งใช้สถิติ t-test และ F-test พบว่า ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ คีโตเจนิค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ด้านสินค้าและบริการ (Product) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 2 อาหารควรมีรสชาติอร่อยถูกปากผู้บริโภค รองลงมาคือ ข้อ 3 อาหารต้องมีปริมาณที่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้า และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ข้อ 1 วัตถุดิบควรมีคุณภาพและมีมาตรฐานตรงตามความต้องการของผู้บริโภคที่เลือกรับประทาน

ด้านราคา (Price) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 3 ต้องจัดป้ายแสดงราคาสินค้าที่ผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน รองลงมาคือ ข้อ 2 ราคาอาหารถูกเมื่อเปรียบเทียบกับร้านอาหารเพื่อสุขภาพร้านอื่น ๆ และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ข้อ 4 ต้องมีราคาอาหารแบบแพคเกจให้ผู้บริโภคได้เลือกแบ่งเป็น แพค 15 วัน 45 มื้อ, แพค 30 วัน 90 มื้อ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 3 ร้านอาหารควรมีบริการโทรจองล่วงหน้าก่อนเข้ามารับสินค้าได้เพื่อความสะดวกต่อผู้บริโภคที่ใช้บริการ รองลงมาคือ ข้อ 4 สินค้าสามารถสั่งซื้อผ่านระบบออนไลน์และผ่าน Food Delivery ได้ เช่น แพลตฟอร์ม Facebook, Food Panda, Grab Food เป็นต้น และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ข้อ 1 สถานที่ทำเลที่ตั้งจัดจำหน่ายสินค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าที่หน้าร้านได้ตามความความสะดวกของผู้บริโภค

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 3 ร้านควรมีบริการส่วนลดเมื่อซื้อครบตามยอดที่ทางร้านกำหนด หรือซื้อสินค้าครบตามจำนวนครั้งที่กำหนด รองลงมาคือข้อ 2 ร้านจะต้องมีการอัปเดตอาหารทุก ๆ วันผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อให้ลูกค้าได้ตัดสินใจซื้ออาหารในแต่ละวัน ($\bar{X}=4.43$, S.D.=.605) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ข้อ 1 การโฆษณาผ่าน สื่อออนไลน์ต่างๆ เช่น Facebook, Instagram, Twitter, YouTube เป็นต้น มีผลต่อการสั่งซื้อสินค้า

ผลการทดสอบสมมติฐานส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาวดี ตั้งล้ำเลิศ (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อขนมเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทั้งภาพรวมและรายด้าน แสดงว่าประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราชมีการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ รายด้านสูงสุดคือ ปัจจัยทางด้านทัศนคติมีระดับความคิดเห็นสูงสุด พบว่า ประชากรมองว่าการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพเพราะมีความเชื่อว่าการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพจะทำให้สุขภาพร่างกายที่ดี รองลงมา คือ สภาพทางเศรษฐกิจ พบว่า ประชากรตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพบ่อยขึ้นเพราะมีราคาที่เหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับอาหารทั่วไป และต่ำสุด คือ ด้านลักษณะทางสังคม พบว่า ประชากรที่ตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพเพราะคนรอบตัวเริ่มหันมาบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้น ซึ่งเป็นส่วนน้อยที่จะส่งผลให้คนทั่วไปหันมาสนใจเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ สรุปได้ว่าประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราชมุ่งเน้นด้านทัศนคติถือเป็น

ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้หันมาเลือกดูแลสุขภาพมากขึ้น ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพจึงควรมุ่งเน้นในการสร้างทัศนคติที่ดีต่อการสร้างสุขภาพดีให้แก่ผู้บริโภค เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคคำนึงถึงผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นหากเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ

2. จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทั้งภาพรวมและรายด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) มองว่า ร้านอาหารควรมีบริการโทรจองล่วงหน้าก่อนเข้ามารับสินค้าได้เพื่อความสะดวกต่อผู้บริโภคที่ใช้บริการ รองลงมา คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มองว่า ร้านควรมีบริการส่วนลดเมื่อซื้อครบตามยอดที่ทางร้านกำหนด หรือซื้อสินค้าครบตามจำนวนครั้งที่กำหนด และต่ำที่สุด คือ ด้านสินค้าและบริการ (Product) มองว่า อาหารควรมีรสชาติอร่อยถูกปากผู้บริโภค ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพจึงต้องมีการกำหนดกลยุทธ์ช่องทางการจำหน่าย มีการส่งเสริมการตลาดแบบใหม่ และควรพิจารณารสชาติและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้แก่ผู้บริโภคที่เป็นรายเก่าและรายใหม่ที่มีความสนใจอยากหันมาลองรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ

ข้อเสนอแนะในการทำการศึกษารั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเพิ่มเติมปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจจะส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ เช่น การประเมินผลทางเลือก พฤติกรรมภายหลังการซื้อ การตระหนักต่อสุขภาพ ค่าใช้จ่ายต่อการใช้บริการ สาเหตุที่มามีเลือกใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ความถี่/จำนวนครั้งในการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ มีการเพิ่มคำถามคัดกรอง โดยเลือกเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเป็นต้น และควรมีการศึกษาเพิ่มเติมด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิธีการสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงตามความคิดเห็นของประชากรมากที่สุดเพื่อให้ได้ผลงานวิจัยที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น และสามารถสร้างประโยชน์กับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเพื่อสุขภาพในการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กรุงเทพธุรกิจ. (2567). Future Food แนวโน้มโตต่อเนื่องในปี 2570. สืบค้นจาก

<https://www.bangkokbiznews.com/health/well-being/1132800>

ชาลิสา เมธานุกาพ. (2562). Flexitarian กินมังสวิรัตแบบยืดหยุ่น. สืบค้นจาก

<https://www.thaihealth.or.th/flexitarian>

เตชินท์ ภิรัชตานนท์. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคชาวไทยที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต).

มหาวิทยาลัยมหิดล, วิทยาลัยการจัดการ

- ทุ่งสุวรรณ. (2560). ออร์แกนิก (Organic Food) ประโยชน์ของอาหารออร์แกนิก. สืบค้นจาก <http://www.tsorganicfarm.com>
- นภาพร เชี่ยวชาญ. (2560). คุณภาพและความปลอดภัย อันตรายที่เกี่ยวข้องกับอาหาร. สืบค้นจาก <https://digital.lib.kmutt.ac.th/magazine/issue1/cover/quality.html>
- บุษราคัม นรบดี. (2562). พฤติกรรมการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพควบคู่กับการออกกำลังกายของชมรมคนรักสุขภาพ อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก. (สารนิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, สาขาวิชาวิทยาการชะลอวัยและฟื้นฟูสุขภาพ วิทยาลัยการแพทย์บูรณาการ
- เปรมิกา สิทธิพิทุทกุล. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ คีโตเจนิค ของกลุ่มผู้บริโภคอาหารคีโตเจนิคในประเทศไทย. (สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการตลาดยุคดิจิทัล วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี
- พิมพ์เพ็ญ พรเฉลิมพงศ์. (2562). การประเมินความเสี่ยง Risk assessment. สืบค้นจาก <https://www.foodnetworksolution.com/wiki/word/1970>
- พิมมาดา. (2564). เมนูอาหารชีวจิตเพื่อชีวิตที่ยืนยาว. สืบค้นจาก <https://books.google.co.th>
- รุ่งนภา ชัยชนฤทธิ. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนทางช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการ มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล, วิทยาลัยการจัดการ
- วิวัฒน์ แก้วดวงเล็ก. (2562). อาหารปลอดภัย กับการจัดการสิ่งแวดล้อม. วารสารวิชาการสำนักวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ, 15(2), 109-111. สืบค้นจาก <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JEM/article/view/174995/157208>
- สำนักอนามัยกรุงเทพมหานคร. (2563). การพัฒนาโรงอาหารคุณภาพ สะอาด ปลอดภัย. วารสารสุขภาพอาหารและน้ำ. 10(2), 3-6. สืบค้นจาก https://foods.anamai.moph.go.th/Web-upload/13x34cba8a8c311038000343e8ab441d5ff/202112/m_magazine/32733/860/file_download/f038239e29f875c930adcd4fa3106c57.pdf
- ศิรพัชร พูนุฒิกุล. (2566). กลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรังเกิดจากพฤติกรรมที่เราสร้างขึ้นมาเอง. สืบค้นจาก <https://www.nakornthon.com>
- อังศุมาลิน ทับม่วง. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ค่านิยม กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนของผู้บริโภคชาวไทย. (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, สาขาวิชาสื่อสารการตลาด
- เอกภพ แพรขาว. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่น Z ในเขตกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ, วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี
- Philip Kotler. (1997). ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อกล่าวถึงกระบวนการการตัดสินใจซื้อขั้นตอนของผู้บริโภค