

ศึกษาแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคในการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ประเภทพร้อมปรุง - พร้อมบริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร

A Study of Trends of Demand for Consumers Buying Food for Health on Ready-to-cook and Ready-to-eat in Bangkok

¹⁾จรีมาศ ชะยะมังคะลา, ²⁾นภเกตน์ สายสมบัติ, ³⁾จุฑารัตน์ พัฒนาการ

^{1,2,3)}อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจภัตตาคาร คณะการจัดการธุรกิจอาหาร สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

¹⁾Jureemas Chayamangkala, ²⁾Noppakate Saisombut, ³⁾Jutarat Patanatorn

^{1,2,3)}Lecturer Restaurant Business Management Program Faculty of Food Business Management Panyapiwat Institute of Management

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้านี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะอาหารและแนวโน้มของอาหารเพื่อสุขภาพประเภทพร้อมปรุง-พร้อมบริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ทักษะจิตด้านอาหารเพื่อสุขภาพและเหตุผลในการเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ รวมถึงการเสนอแนะแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารประเภทพร้อมปรุง-พร้อมบริโภค กลุ่มประชากรคือ ประชากรที่อาศัยในเขตกรุงเทพฯ ใช้สูตรการคำนวณหาขนาดตัวอย่างของทาโร่ ยามาเน่ แล้วสุ่มเลือกตามเขตปกครองในการเลือกพื้นที่ในการเก็บแบบสอบถาม โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 400 ชุด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคในปัจจุบันมีความต้องการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในรูปแบบของอาหารออร์แกนิก (ค่าเฉลี่ย = 4.31 / ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.933) อาจเป็นผลจากกระแสสังคมในยุคปัจจุบันที่ผู้คนเริ่มมีความรู้เกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพมากยิ่งขึ้น จึงทำให้ปัจจุบันอาหารเพื่อสุขภาพจึงกลายเป็นอาหารออร์แกนิกที่เป็นอาหารที่ไม่ผ่านกระบวนการปลูกและการผลิตทางเคมี

ด้านเหตุผลในการเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ พบว่ากลุ่มผู้บริโภคเลือกทางอาหารเพื่อสุขภาพเพื่อบำรุงสมอง (ค่าเฉลี่ย = 4.34 / ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.893) เนื่องจากสภาพสังคมในปัจจุบันเป็นรูปแบบของสังคมเมืองมากขึ้นทำให้ วิถีชีวิตเปลี่ยนไป ต้องให้ชีวิตกับการทำงานมากขึ้น

ด้านส่วนผสมทางการตลาด พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดที่ต้องการผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพประเภทพร้อมปรุง-พร้อมบริโภคที่มีความหลากหลาย และสดใหม่ ในราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ มีการขยายอาหารให้สอดคล้องกับเทศกาล รวมถึงการจัดจำหน่ายที่ต้องการให้มีพนักงานที่มีความรู้เกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพคอยแนะนำสินค้า

ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารประเภทพร้อมปรุง-พร้อมบริโภค แนวโน้มควรเป็นอาหารออร์แกนิก ที่ไม่มีกระบวนการผลิต การปลูก การเลี้ยงหรือการแปรรูปอาหาร ที่มีสารเคมีในอาหาร โดยผลิตอาหารที่ทานสำหรับบำรุงสมองจาก มะเขือเทศ ผักโขม ปลา พืชตระกูลถั่ว กระเทียมหรือผลไม้รสเปรี้ยวตระกูลเบอร์รี่ เป็นต้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความคิดเห็นว่าการจัดจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ เช่น เมนูสเต็กปลา สำหรับการทำเป็นอาหารเพื่อสุขภาพแบบอาหารพร้อมปรุง-พร้อมทาน ที่จะทำให้ผู้บริโภคมีความสะดวกสบาย และตอบสนองต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตของคนในสังคมเมืองอย่างผู้ที่อาศัยในกรุงเทพฯ

คำสำคัญ : อาหารเพื่อสุขภาพ อาหารพร้อมปรุง-พร้อมบริโภค

Abstract

This research aims to study the consumer behaviors that affected the buying decision of healthy food products and trends of healthy products in Bangkok area. The questionnaire was used as a tool to determine the factors influencing the consumer behaviors including types of ready-to-cook and ready-to-eat healthy food, personality, attitudes, the reasons for choosing healthy food, and the marketing mix of healthy food products. In addition, the development of ready-to-cook and ready-to-eat food industries was proposed. The population was the people who live in Bangkok area. The sample size was examined followed by Taro Yamane. Then, the sampling area was randomized by the region. The sample was totally 400. Percentage, means, and standard deviation were statistically data analyzed.

The results demonstrated that organic food (mean =4.31 / SD. =0.933) was the most popularity probably due to the current social stream that consumers were more educated about the benefits of healthy foods. The reason for choosing healthy food (mean = 4.34 / SD. = 0.893) was mostly for brain maintenance. For the marketing mix, it was found that consumers required the variety of healthy food products, fresh and seasonal products, and reasonable price. In addition, the consumers needed sellers who recognized the benefits of healthy food products consumption. For the suggestions, the organic food without any chemical substances throughout the food production chain was the trend for developing the ready-to-cook and ready-to-eat food industries. The production of organic food should focus on the product that provided the benefits for brain function. Furthermore, the authors recommended producing the healthy menu of ready-to-cook and ready-to-eat food product such as a fish steak. This provided the convenience for the consumers and responded to the lifestyle behaviors of urban people in Bangkok area.

Keywords : Health Food, Ready to cook and Ready to Eat

บทนำ

ปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารมีการเปลี่ยนแปลง เนื่องจากจากสภาพสังคม เศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม และความเจริญก้าวหน้า ทางเทคโนโลยี ข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย ทำให้ประชาชนมีการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของตนเองและบุคคลภายในครอบครัว แต่ละครอบครัวจะต้องต่อสู้กับชีวิตและความเป็นอยู่ภายในครอบครัวให้มีความเป็นอยู่ที่ดี แต่บางครอบครัวอาจขาดการดูแลเอาใจใส่ตนเองและบุคคลภายในครอบครัว เพราะเนื่องจากต้องออกหางาน ทำงานแข่งกับเวลา เพื่อหาเงินมาเลี้ยงบุคคลภายในครอบครัว ทำให้ไม่มีเวลาในการดูแลสุขภาพตนเอง

จากการพิจารณาถึงโครงสร้างประชากรของไทยในอนาคต พบลักษณะที่เปลี่ยนแปลงไป 4 ประการ ประชากรไทยในอนาคตจะมีการเพิ่มขึ้นของเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ประเทศไทยจะมีผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น สัดส่วนผู้อาศัยในเขตเมือง

ทั่วประเทศจะเพิ่มขึ้น และจะพบว่าอัตราการเพิ่มขึ้นของประชากรจะลดลง บ่งชี้ว่า ในระยะยาวสังคมไทยอาจกลายเป็นสังคมผู้สูงอายุได้ ดังนั้น แนวโน้มดังกล่าวมีนัยสำคัญ คือ การที่ประเทศไทยมีจำนวนประชากรเพศหญิงมากขึ้นย่อมทำให้ความต้องการในสินค้าสำหรับสตรีมีมากขึ้น การที่ประชากรผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น จะมีการใช้จ่ายเกี่ยวกับการซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อสุขภาพ รวมถึงมีการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวและพักผ่อนมากขึ้น และการที่สัดส่วนของผู้อาศัยในเขตเมืองมีแนวโน้มมากขึ้น จึงคาดการณ์ได้ว่าขนาดของครอบครัวในอนาคตจะเล็กลงและมีลักษณะเป็นครอบครัวเดี่ยวเพิ่มขึ้น ซึ่งจะทำให้ความต้องการที่อยู่อาศัยขนาดเล็กที่เดินทางสะดวก เช่น คอนโดมิเนียมที่อยู่ริมทางรถไฟฟ้าจะมีมากขึ้นในอนาคต ส่งผลให้แนวโน้มในการบริโภคอาหารเป็นอาหารประเภทพร้อมปรุง-พร้อมรับประทานที่ดีต่อสุขภาพ (MGR Online : 2550)

ดังนั้น จากการคาดการณ์แนวโน้มพฤติกรรมของประชาชน ที่ให้ความสนใจในการบริโภคอาหาร เพื่อสุขภาพ แต่เนื่องด้วยสภาพสังคมที่มีความเร่งรีบทำให้ต้องปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตการทานอาหารจากเดิมที่ปรุงเองมาเป็นซื้ออาหารสำเร็จรูปหรืออาหารพร้อมปรุง-พร้อมรับประทาน ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคในการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ประเภทพร้อมปรุง - พร้อมบริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาลักษณะอาหารเพื่อสุขภาพประเภทพร้อมปรุง-พร้อมบริโภคที่ผู้บริโภคต้องการ
2. ศึกษาแนวโน้มความต้องการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ประเภทพร้อมปรุง-พร้อมบริโภค
3. เสนอแนะแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารประเภทพร้อมปรุง-พร้อมบริโภค

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงความต้องการอาหารเพื่อสุขภาพประเภทพร้อมปรุง-พร้อมบริโภคของกลุ่มประชากรที่อยู่ในกรุงเทพฯ
2. ทราบถึงเหตุผลในการเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพประเภทพร้อมปรุง-พร้อมบริโภคของคนในปัจจุบัน
3. สามารถคาดการณ์อาหารเพื่อสุขภาพในรูปแบบอาหารพร้อมปรุง-พร้อมบริโภค

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากร

- ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อมูล

- สืบหาข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม
- สืบหาลักษณะอาหารเพื่อสุขภาพประเภทพร้อมปรุง-พร้อมบริโภคที่ผู้บริโภคต้องการ
- สืบหาแนวโน้มความต้องการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ประเภทพร้อมปรุง-พร้อมบริโภค

เวลา

- ระยะเวลาในการทำแบบสอบถามของกลุ่มเป้าหมายเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลอยู่ในช่วงเดือน พฤศจิกายน-ธันวาคม 2558

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง (Population and Sample)

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่เป็นทั้งเพศชายและหญิง ซึ่งจากการสำรวจสถิติประชากรในปี 2555 พบว่า ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครมี จำนวน 50 เขต รวมทั้งสิ้น 5,673,560 คน เป็นเพศชาย จำนวน 2,690,754 คน และเพศหญิง จำนวน 2,982,806 คน (ระบบสถิติทางการทะเบียน สำนักทะเบียนกลาง กรมการปกครอง, 2556)

กลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการเก็บข้อมูลจากประชากร โดยการใช้สูตรการคำนวณหาขนาดตัวอย่างของทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1960 : 1088-1089) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมรับความคลาดเคลื่อนได้ไม่เกิน 5% ดังนี้

$$n = \frac{N}{1+(N)(e)}^2$$

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน ขนาดของประชากร

e แทน ค่าความคลาดเคลื่อน

ดังนั้น จำนวนหน่วยตัวอย่างที่เหมาะสมและสามารถให้แทนประชากรได้เพียงพอคือ

$$\begin{aligned}n &= \frac{5,702,595}{1+(5,702,595)(0.05)}^2 \\ &= 399.9\end{aligned}$$

อย่างไรก็ตามเพื่อป้องกันการผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น และเพื่อความสะดวกในการสุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วน ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดตัวอย่างเพิ่มขึ้นเป็น 400 ตัวอย่าง โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

การสุ่มตัวอย่าง

1. การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive/ Judgmental Sampling)

โดยสุ่มเลือกเขตการปกครองในกรุงเทพมหานครที่มีจำนวนประชากรมากที่สุด 3 ลำดับ ตามการแบ่งเขต ดังนี้ เขตชั้นใน ได้แก่ ดินแดง คลองเตย ดุสิต เขตชั้นกลาง ได้แก่ สายไหม บางเขน ดอนเมือง และเขตชั้นนอก ได้แก่ บางแค คลองสามวา บางขุนเทียน

2. การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling)

คำนวณจากขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 400 คน โดยเลือกตัวอย่างจากกลุ่มประชากรแต่ละเขต โดยการกำหนดอัตราส่วนของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขตดังนี้

- 2.1 เขตดินแดง มีจำนวนประชากรทั้งหมด 128,838 คน คิดเป็น 9 % ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 36 คน
 - 2.2 เขตคลองเตย มีจำนวนประชากรทั้งหมด 108,066 คน คิดเป็น 8 % ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 32 คน
 - 2.3 เขตคูสิต มีจำนวนประชากรทั้งหมด 106,811 คน คิดเป็น 8 % ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 32 คน
 - 2.4 เขตสายไหม มีจำนวนประชากรทั้งหมด 191,536 คน คิดเป็น 13 % ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 52 คน
 - 2.5 เขตบางเขน มีจำนวนประชากรทั้งหมด 190,544 คน คิดเป็น 13 % ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 52 คน
 - 2.6 เขตดอนเมืองมีจำนวนประชากรทั้งหมด 167,827 คน คิดเป็น 12 % ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 48 คน
 - 2.7 เขตบางแค มีจำนวนประชากรทั้งหมด 192,119 คน คิดเป็น 13% ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 52 คน
 - 2.8 เขตคลองสามวา มีจำนวนประชากรทั้งหมด 174,197 คน คิดเป็น 12 % ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 48 คน
 - 2.9 เขตบางขุนเทียน มีจำนวนประชากรทั้งหมด 169,614 คน คิดเป็น 12 % ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 48 คน
3. การสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยเลือกเก็บเฉพาะผู้บริโภคที่รู้จัก/เคยเลือกซื้อ/เคยรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ ประเภทพร้อมปรุง-พร้อมบริโภค และยินดีให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม พร้อมทั้งทำแบบประเมินความรู้เกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้เครื่องมือในการวิจัยในรูปแบบของแบบสอบถาม ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลที่สร้างขึ้น ซึ่งแบบสอบถามมีทั้งหมด 400 ชุด โดยแบบสอบถามออกแบบจากการศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว โดยเป็นคำถามที่เลือกตอบ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นด้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่อยู่ในเขตกรุงเทพฯ โดยผู้ตอบแบบสอบถามจะให้คะแนนค่าความสำคัญสำหรับอาหารเพื่อสุขภาพที่ผู้วิจัยได้สอบถาม

ส่วนที่ 3 ข้อมูล เหตุผลในการเลือกทานอาหารเพื่อสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 4 ส่วนประสมทางการตลาด (4P) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้มีในการจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพในรูปแบบของอาหารพร้อมปรุง-พร้อมบริโภค

ในส่วนที่ 2-4 เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale Questionnaires) ตามแนวทางของ Likert's Scale โดยผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตามระดับการให้ความสำคัญ ซึ่งมีเกณฑ์ดังนี้

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

โดยคะแนนที่ได้นำมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยเลขคณิต สามารถแปลความหมายของระดับคะแนนเฉลี่ย โดยยึดหลักเกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับการให้ความสำคัญ
4.50 – 5.00	มากที่สุด
3.50 – 4.49	มาก
2.50 – 3.49	ปานกลาง
1.50 – 2.49	น้อย
1.00 – 1.49	น้อยที่สุด

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอาหารเพื่อสุขภาพ ประเภทพร้อมปรุง-พร้อมบริโภค
2. สร้างแบบสอบถาม โดยอาศัยกรอบแนวคิด ที่เกี่ยวข้องกับอาหารเพื่อสุขภาพ ประเภทพร้อมปรุง-พร้อมบริโภค
3. นำเสนอแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอที่ปรึกษาทางวิจัย เพื่อพิจารณาตรวจสอบให้ข้อเสนอในการปรับปรุง เพื่อให้คำถามมีข้อความตรงวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

4. นำแบบสอบถามไป Try out จำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบข้อผิดพลาดในการสื่อสารของเครื่องมือ

5. นำแบบสอบถามไปดำเนินการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด ไปแจกและเก็บรวบรวมข้อมูล ภายในเดือนพฤศจิกายน 2558 รวมผู้ตอบแบบสอบถามเป็นจำนวน 400 ชุด

2. ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS และนำข้อมูล ที่ได้ นำมาเสนอรายงานผลการวิจัยในรูปแบบของการบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการศึกษา

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ส่วนมาก เป็นเพศหญิง ร้อยละ 75.3 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ร้อยละ 50.8 ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 85.5 ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 69.3 สถานภาพ โสด ร้อยละ 64.6 จำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน ร้อยละ 54.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ระหว่าง 15,001-25,000 บาท ร้อยละ 48.8 รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนอยู่ระหว่าง 35,001-45,000 บาท ร้อยละ 36.8 และรายจ่ายค่าอาหารเฉลี่ยต่อสัปดาห์ของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ระหว่าง 1,000-2,000 บาท ร้อยละ 40.3

2. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหาร เพื่อสุขภาพและการเลือกทานอาหารเพื่อสุขภาพ

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพมากที่สุด 3 ด้าน คือ อาหารออร์แกนิกมากที่สุด (ระดับความคิดเห็น ที่ 4.31) อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ อาหารที่สะอาด ปลอดภัย และมีมาตรฐานอาหารรับรอง (ระดับความคิดเห็นที่ 4.25) อยู่ในระดับมาก และอาหารเพื่อบำบัดโรค (ระดับความคิดเห็นที่ 4.15) อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

และจากผลการสำรวจความคิดเห็นในการเลือกทานอาหารเพื่อสุขภาพ 3 ด้าน ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ เพื่อบำรุงสมอง (ระดับความคิดเห็น ที่ 4.34) อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ เพื่อรักษาโรค (ระดับความคิดเห็นที่ 4.32) อยู่ในระดับมาก และเพื่อบำรุงกระดูก (ระดับความคิดเห็นที่ 4.28) อยู่ในระดับมาก

3. ผลการวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาด (4P) ที่มีผลต่ออาหารเพื่อสุขภาพ ประเภทพร้อมปรุง-พร้อมบริโภค

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด (4P) ได้ดังต่อไปนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคต้องการความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ รสชาติอร่อยและมีรสชาติใหม่ (ระดับความพึงพอใจที่ 4.53) อยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านราคา ผู้บริโภคต้องการให้ราคาของผลิตภัณฑ์ มีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า (ระดับความพึงพอใจที่ 4.46) อยู่ในระดับมาก

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคต้องการให้บริเวณจุดจำหน่ายสินค้ามีพนักงานที่สามารถตอบคำถามหรือให้คำแนะนำเกี่ยวกับคุณค่าทางโภชนาการของสินค้าแก่ลูกค้าได้ (ระดับความพึงพอใจที่ 3.83) อยู่ในระดับมาก

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคมีความต้องการให้มีการส่งเสริมการของของสินค้าและมีการออกสินค้าใหม่ตามเทศกาลต่างๆ (ระดับความพึงพอใจที่ 3.94) อยู่ในระดับมาก

อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้อมูลเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าผู้บริโภคมีความต้องการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในรูปแบบของอาหารออร์แกนิก ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของพิมพ์ใจ สิงคราช (2557) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผล ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” ที่ได้ผลการวิจัยว่าผู้บริโภคมีความต้องการอาหารมังสวิรัตินมากที่สุด นั่นอาจเป็นผลจากกระแสสังคมในยุคปัจจุบันที่ผู้คนเริ่มมีความรู้เกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพมากยิ่งขึ้น จึงทำให้ปัจจุบันอาหารเพื่อสุขภาพจึงกลายเป็นอาหารออร์แกนิกที่เป็นอาหารที่ไม่ผ่านกระบวนการปลูกและการผลิตทางเคมี

ด้านเหตุผลในการเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ พบว่างานวิจัยของนัทที สุรินทร์แปง (2557) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาแนวทางการตลาดธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพในเขตเทศบาลนครเชียงราย” ที่กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการอาหารเพื่อสุขภาพเพื่อเสริมสร้างกล้ามเนื้อ ที่ขัดแย้งกับผลการวิจัยฉบับนี้ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกทางอาหารเพื่อสุขภาพเพื่อบำรุงสมอง เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นคนละกลุ่มตัวอย่าง พฤติกรรมการใช้ชีวิตแตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยฉบับนี้เป็นกลุ่มคนเมืองที่มีวิถีชีวิตในการทำงานจึงให้ความสำคัญกับการทานอาหารเพื่อบำรุงสมองมากที่สุด

ด้านส่วนผสมทางการตลาด พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดที่ต้องการผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพประเภทพร้อมปรุง-พร้อมบริโภคที่มีความหลากหลาย และสดใหม่ ในราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ มีการขายอาหารให้สอดคล้องกับเทศกาล รวมถึงการจัดจำหน่ายที่ต้องการให้มีพนักงาน ที่มีความรู้เกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพคอยแนะนำสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับนัทที สุรินทร์แปง (2557) ได้ศึกษา เรื่อง “การศึกษาแนวทางการตลาดธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพในเขตเทศบาลนครเชียงราย” ที่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในภาพรวมพบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมพบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

แนวโน้มของอาหารเพื่อสุขภาพในปัจจุบันควรเป็นอาหารออร์แกนิก คือ อาหารที่ผ่านกระบวนการผลิตทางการเกษตรที่ไม่ใช้สารเคมี ปุ๋ยเคมี หรือวัตถุสังเคราะห์ใดๆ ในกระบวนการเพาะปลูก การเลี้ยง รวมถึงกระบวนการผลิตอาหาร ซึ่งอาหารที่ผู้บริโภคต้องการ เป็นอาหารที่ทานเพื่อบำรุงสมอง มีอาหาร ดังต่อไปนี้

1. มะเขือเทศ มะเขือเทศจัดว่าเป็นอาหารบำรุงสมองชั้นดี เพราะมีสารต้านอนุมูลอิสระชื่อว่าไลโคพีน จึงช่วยป้องกันโรคหลงลืมได้ แต่ต้องผ่านความร้อนก่อนเพื่อให้สามารถรับสารไลโคพีนได้เต็มที่

2. ผักโขม ช่วยลดอาการความจำเสื่อมโดยเฉพาะในผู้หญิง มีการวิจัยพบว่าหญิงวัยกลางคนที่รับประทานผักโขมร่วมกับผักใบเขียวชนิดอื่นๆ เป็นประจำ จะช่วยลดอาการความจำเสื่อมไปได้ถึง 2 ปี ผักโขมมีเอนไซม์ที่ดีต่อความ

แข็งแรงของปลายเซลล์ประสาท และเสริมความแข็งแรงตัวรับส่งข้อมูลระหว่างเซลล์ประสาท ทั้งยังมีกรดโฟลิกสูงที่ดีต่อการจำ

3. ปลา เป็นอาหารบำรุงสมองยอดเยี่ยม เพราะในปลาจะมีกรดไขมัน โอเมก้า 3 ช่วยสร้างและดูแลผนังเซลล์ประสาทในสมองให้แข็งแรง ไม่เสื่อมตามวัยเร็วเกินไป ซึ่งมีกรดไขมัน DHA ที่อยู่ในกรดไขมัน โอเมก้า 3 มีความสำคัญต่อการพัฒนาและบำรุงเซลล์สมองมาก เพราะเป็นกรดไขมันโซ่ยาวแบบเดียวกันกับที่พบในเยื่อเซลล์สมอง ทั้งนี้ ปลากระพง ปลาแซลมอน ปลาชาร์ดิน และปลาทู เป็นปลาที่มีโอเมก้า 3 ปริมาณสูง

4. พืชตระกูลถั่ว เช่น ฮาเซลนัท อัลมอนต์ ถั่วลิสง แมคคาเมีย และวอลนัท ล้วนเป็นแหล่งรวมโปรตีน มีไฟเบอร์สูง และมีไขมันดีมาก เป็นคาร์โบไฮเดรตเชิงซ้อน ที่ช่วยทำให้รู้สึกกระฉับกระเฉง ขณะที่โปรตีนและไขมันช่วยให้ร่างกายสมดุล สงบ ผ่อนคลาย อีกทั้งยังมีวิตามินอีที่สำคัญต่อกระบวนการคิดและจำ

5. กระเทียม เป็นสุดยอดพืชมหัศจรรย์ เนื่องจากกระเทียมจะช่วยกระตุ้นให้สมองสร้างเทโรนินมากขึ้น ช่วยทำให้เราอารมณ์ดี ลดความเครียด ช่วยชะลอความเสื่อมของเซลล์ประสาท ช่วยให้ความจำดี ซึ่งโดยปกติเรามักใช้กระเทียมมาประกอบอาหารกันอยู่แล้ว และนี่เองคือ เหตุผลที่คนแก่คนแก่บอกลูกหลานเวลาให้เข้าครัว ให้ใส่กระเทียมลงไปเยอะๆ

6. ผลไม้รสเปรี้ยวตระกูลเบอร์รี่ ได้แก่ บลูเบอร์รี่ สตรอว์เบอร์รี่ เชอร์รี่ จะช่วยเสริมสุขภาพสมอง ระบบหมุนเวียนเลือดไปเลี้ยงสมอง ช่วยลดความดันโลหิตที่สูงให้สมดุล มีวิตามิน และสารต้านอนุมูลอิสระสูง ช่วยเพิ่มความสามารถในการคิดและระดับไอคิวได้ดีด้วย ทั้งยังป้องกันการสูญเสียความจำระยะสั้น ช่วยเพิ่มจำนวนเซลล์ประสาทในฮิปโปแคมปัสที่ทำหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงต่อความทรงจำ โดยเฉพาะบลูเบอร์รี่สด นั้นดีต่อความจำระยะยาวมากที่สุด ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความคิดเห็นว่าการจัดจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ เช่น เมนุสเด็กปลา สำหรับการทำเป็นอาหารเพื่อสุขภาพแบบอาหารพร้อมปรุง-พร้อมทาน ที่จะทำให้ผู้บริโภคมีความสะดวกสบาย และตอบสนองต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตของคนในสังคมเมืองอย่างผู้ที่อาศัยในกรุงเทพฯ หรือเขตเมืองอื่นๆ

แนวทางในการพัฒนาพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารพร้อมปรุง-พร้อมบริโภค จากกรณีวิเคราะห์พบว่ากลุ่มประชากรมีความต้องการอาหารที่มุ่งเน้นเรื่องสุขภาพโดยจะเลือกทานเพื่อบำรุงร่างกาย อาหารที่มีความปลอดภัยซึ่งสอดคล้องกับบทความของฝ่ายวิจัยและบริการข้อมูล สถาบันอาหารที่ (2552) ได้เขียนเกี่ยวกับแนวโน้มอุตสาหกรรมอาหารพร้อมปรุง-พร้อมทานในตลาดโลกกับอนาคตที่สดใส ว่าพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลด้านบวกต่ออุตสาหกรรมอาหารพร้อมปรุง-อาหารพร้อมทาน ปัจจุบันตลาดอาหารและเครื่องดื่มของโลก กำลังเผชิญหน้ากับการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านการผลิตและการจำหน่าย อันเป็นผลมาจากพฤติกรรมกรรมการบริโภคของคนที่เปลี่ยนแปลงไปใน 3 ด้านสำคัญ ได้แก่

1. การหันมามุ่งเน้นเรื่องสุขภาพ
2. การหันมามุ่งเน้นเรื่องคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร
3. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เกิดจากสภาพการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างประชากรและวิถีชีวิตการดำเนินชีวิตประจำวัน

เอกสารอ้างอิง

- ชัยสิทธิ์ เอกพงศ์ไพศาล และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งจากร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ, 1 (2).1-20.
- บุษบง ขำแปง. (2550). พฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมปรุงของผู้บริโภคในห้างสรรพสินค้ากรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- นนท์ สุรินทร์แปง. (2557). แนวทางการตลาดธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพในเขตเทศบาลนครเชียงราย, การค้นคว้าหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริการธุรกิจ สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- พรพรรณ ป้อมสุข. (2554). พฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพและปัจจัยที่สัมพันธ์กันในกลุ่มประชาชนวัยทำงานในชุมชนเมืองและชุมชนชนบท อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี, วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยบูรพา
- พิมพ์ใจ สิงคราช. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่, การค้นคว้าอิสระหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจเกษตร) บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ภัสสรารัตน์ ยอดสุรางค์. (2554). ความคิดเห็นที่มีต่อแรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของบุคลากรมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. การค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนสังคมศาสตร์) สาขาพัฒนสังคมศาสตร์. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ดังนั้น แนวโน้มอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับอุตสาหกรรมควรคำนึงถึงอาหารที่ดีต่อสุขภาพของผู้บริโภคและแสดงถึงคุณประโยชน์ที่ผู้บริโภคจะได้รับจากอาหารนั้นๆ โดยผลิตในรูปแบบอาหารพร้อมปรุง-พร้อมบริโภคที่สะดวกในการรับประทาน เช่น อาหารที่บรรจุในรีโถอร์ทเพาซ์

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ในกรุงเทพฯ ซึ่งแบ่งการเก็บตัวอย่างในเขตพื้นที่ต่างๆ ในจำนวนที่เท่ากันจึงทำให้ข้อมูลความต้องการอาหารเพื่อสุขภาพที่ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ โดยแบ่งจากข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามมีความคลาดเคลื่อนได้ ดังนั้น ในการทำวิจัยครั้งถัดไปสามารถทำงานวิจัยที่มีการเจาะจงข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างอย่างชัดเจน ในกรณีที่ต้องการทราบความต้องการอาหารเพื่อสุขภาพ และดำเนินการผลิตสินค้าประเภทอาหารเพื่อสุขภาพได้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง

- รัตน์กัญญา ชีวะปัญญาโรจน์ และไกรชิต สุตะเมือง. อิทธิพลความไว้วางใจของคนกรุงเทพมหานครที่มีต่ออาหารแช่แข็ง
กรณีศึกษา : ผู้บริโภคอาหารแช่แข็งในกรุงเทพมหานคร. วารสารการเงิน การลงทุน การตลาดและการบริหารธุรกิจ,
1 (3), 128-145.
- สรารวรรณ เรื่องกัลปวงศ์. (2556). รายงานการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตอบสนองการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อม
ทานแช่แข็งของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
- สุดาวดี ไชยวุฒิ. (2553). พฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมปรุงของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์หลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุริยะ เทศมี. (2551). อาหารพร้อมปรุง. วารสารเกษตรราชภัฏ, 6 (2), 93-101.
- โอฬาร พิรินทรางกูร และ ณกมล จันทร์สม. ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็ง
ในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. วารสารการเงิน การลงทุน การตลาดและการบริหารธุรกิจ,
4 (2), 1-20