

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่มสำหรับอาหารสุขภาพ

The Factors Affecting the Willingness to Pay for Healthy Food

รพีพร เพ็ญเจริญกิจ¹, ธาตรี จันทรโคติกา², กอบกุล จันทรโคติกา³, ศุภวัฒน์ สุขะปรเมษฐ⁴,
ชลลดา สัจจานิตย์⁵ และ พาสน์ ทีฆทรัพย์⁶

Rapheephorn Phenchaoenkit¹, Tatre Jantarakolica², Korbkul Jantarakolica³,
Supawat Sukhaparamate⁴, Chonlada Sajjanit⁵ and Pard Teekasap⁶

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์¹

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์²

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์^{3,4}

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์⁵

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยสแตมฟอร์ด⁶

Business Administration, Rajamangala University of Technology Rattanakosin, Thailand¹

Faculty of Economics, Thammasat University, Thailand²

College of Innovation Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin, Thailand^{3,4}

Faculty of Business Administration, Kasetsart University, Thailand⁵

Faculty of Business and Technology, Stamford International University, Thailand⁶

E-mail: rapheephorn.phe@rmutr.ac.th¹

Received: 2022-09-07; Revised: 2022-09-30; Accepted: 2022-09-30

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่มสำหรับอาหารสุขภาพ โดยมีกรอบแนวคิดของงานวิจัยประยุกต์จากทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน โดยวิธีการสำรวจ กลุ่มตัวอย่างคือประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นแบ่งชั้นภูมิ จำนวน 605 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม ทำการเก็บข้อมูลแบบออนไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่มสำหรับอาหารสุขภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ความพึงพอใจ รองลงมา คือ เจตคติ กลุ่มอ้างอิง และความสามารถในการควบคุม เมื่อพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อความปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่มสำหรับอาหารเพื่อสุขภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพแตกต่างกัน มีความรู้ ความใส่ใจ สุขภาพ เจตคติ กลุ่มอ้างอิง การรับรู้ในการควบคุม ความพึงพอใจ และความปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่ม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: ความปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่ม, อาหารสุขภาพ



Abstract

The objective of this research was to study the factors affecting the willingness to pay for healthy food. The conceptual framework developed by the planned behavioral theory. Using the stratified sampling method. The researcher selected a sample population consisting of 605 samples from people who was over 20 years of age. The data collected were to online pattern. The researchers analyzed the data collected in terms of Structural Equation Modeling.

The research results were found that factor affecting to the willingness to pay for healthy food were; satisfaction, attitude, norm, and perceive control respectively. When considering the comparative analysis of the factors affecting to the willingness to pay for healthy food were found that the sample groups who consumed healthy food differed, knowledge, health-consciousness, attitude, reference group, perception of control, satisfaction and desire to pay more found that statistically significantly different.

Keywords: Willingness to Pay, Healthy Food

บทนำ

อาหารเป็นปัจจัยแรกๆที่ช่วยให้ร่างกายเจริญเติบโต แข็งแรง และมีส่วนสำคัญในการพัฒนาคนให้มี สุขภาพทั้งร่างกาย สติปัญญา อารมณ์ และสังคม (ณัฐพัช ทรัพย์สรณ์, 2561) อาหารจึงมีความหลากหลายตามความต้องการของผู้บริโภค อาหารเพื่อสุขภาพก็เป็นทางเลือกหนึ่งที่ผู้บริโภคมุ่งเน้นเพื่อการมีสุขภาพที่แข็งแรง และมีอายุที่ยืนยาว เช่น อาหารไขมันต่ำ อาหารไขมันไม่อิ่มตัว อาหารที่มีรสไม่จัดจ้านหรืออาหารที่ให้สมดุลพลังงานกับร่างกาย และกระแสความนิยมในอาหารประเภทอาหารเกษตรอินทรีย์ (Organic Food) หรืออาหารคลีน (Clean Food) มีเพิ่มมากขึ้น เพราะประโยชน์ของอาหารเพื่อสุขภาพนั้น ช่วยส่งเสริมสุขภาพ และลดความเสี่ยงของ การเกิดโรค เช่น ลดความเสี่ยงต่อเกิดโรคหัวใจและหลอดเลือด ลดความเสี่ยงต่อการเป็นมะเร็งและประโยชน์อีกมากมาย เป็นต้น สามารถรับประทานได้ในคนปกติ รวมทั้งคนป่วย เพราะอาจลดความเสี่ยงในโรคที่เกิดขึ้นหรือป้องกันโรคแทรกซ้อนที่ตามมาหรือทำให้สุขภาพดีขึ้น ได้ประโยชน์มากขึ้นกว่าผู้ที่ไม่ได้ รับประทานอาหารสุขภาพทุกชนิด (ลัดดาวัลย์ โชคถาวร และ ขวัญมณล ดอนขวา, 2560)

อาหารสุขภาพแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) อาหารคลีน หมายถึง อาหารที่ไม่ผ่านการปรุงแต่งด้วยสารเคมีต่าง ๆ หรือผ่านการแปรรูปน้อยที่สุด เน้นความเป็นธรรมชาติของอาหารนั้นเป็นหลัก อาหารจะไม่ผ่านกระบวนการหมักดองหรือปรุงรสใด ๆ มากจนเกินไป 2) อาหารมังสวิรัต หมายถึง อาหารจำพวกผักและผลไม้ซึ่งทำให้ได้รับกากใย อาหาร ไม่มีเนื้อสัตว์เลย ส่วนใหญ่จะประกอบด้วยข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าวหรือผลิตภัณฑ์จากถั่ว 3) อาหารเพื่อลดน้ำหนัก หมายถึง อาหารที่มีคาร์โบไฮเดรตต่ำ ไขมันต่ำ เน้นโปรตีนสูง เนื้อสัตว์ไม่ติดมัน รวมถึงปลาชนิดต่าง ๆ หลีกเลี่ยงการรับประทานของทอด ของมัน ของหวาน และ 4) อาหารออแกนิก หมายถึง อาหารที่มาจากวัตถุดิบธรรมชาติ วัตถุดิบไม่มีการใช้สารเคมีทุกชนิด เนื้อสัตว์ต้องไม่มีการ

ใช้สารเร่งฮอร์โมนเนื้อสัตว์ และต้องเลี้ยงสัตว์ด้วยอาหารที่มีสุขอนามัย จะเห็นได้ว่าอาหารทั้ง 4 กลุ่มนี้มีการคัดเลือกวัตถุดิบจากธรรมชาติ และมีประโยชน์ต่อร่างกาย ซึ่งการคัดเลือกวัตถุดิบดังกล่าวย่อมส่งผลให้เกิดต้นทุนที่สูงขึ้นตามมา ซึ่งการศึกษาในอดีตพบว่าผู้บริโภคยินดีที่จะจ่ายเพิ่มสำหรับอาหารที่มีคุณภาพ (Fan, Gomez & Coles, 2019)

จากการศึกษาในอดีต (Sthapit, 2017; Frash, 2015; Kang et al., 2012) พบว่า กลุ่มอ้างอิงมีผลต่อความปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่มสำหรับอาหารสุขภาพ หากคนใกล้ชิด หรือคนที่มีความสำคัญสนับสนุน หรือส่งเสริมให้บุคคลบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพย่อมที่จะส่งผลให้บุคคลนั้นยอมที่จะจ่ายเงินเพิ่มเพื่อบริการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ไม่ว่าจะเป็นอาหารคลีน อาหารมังสวิรัต อาหารเพื่อลดน้ำหนัก หรืออาหารออร์แกนิก

เมื่อพิจารณาถึงความพึงพอใจ พบว่า บุคคลจะยินดีที่จะจ่ายเพิ่มสำหรับอาหารสุขภาพเมื่อบุคคลเกิดความพึงพอใจ Frash (2015) พบว่า บุคคลที่บริโภคอาหารเพื่อลดน้ำหนักจะมีความพึงพอใจจากการที่บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเนื่องจากอาหารนั้นทำให้น้ำหนักลดลงอย่างเห็นได้ชัด จึงส่งผลให้บุคคลยินดีที่จะจ่ายเงินเพิ่มเพื่อซื้ออาหารเพื่อสุขภาพนั้นมาบริโภค

ส่วนความสามารถในการควบคุมนั้น หมายถึง การที่บุคคลนั้นรู้สึกมั่นใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ มองว่าตนเองเป็นคนกำหนด และเป็นเรื่องง่ายสำหรับการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ จากการศึกษาของ Sthapit (2017) พบว่า ความสามารถในการควบคุมนี้เองส่งผลต่อความปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่มสำหรับอาหารเพื่อสุขภาพ ดังนั้นหากบุคคลรู้สึกว่าจะตนเองมีความสามารถในการควบคุมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพได้ย่อมทำให้ยินดีที่จะจ่ายเงินเพิ่มสำหรับอาหารเพื่อสุขภาพ

นอกจากข้อค้นพบดังกล่าวแล้ว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่มสำหรับอาหารสุขภาพ จากการทบทวนงานวิจัย พบว่า เจตคติ กลุ่มอ้างอิง และความสามารถในการควบคุมส่งผลต่อความปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่ม (Sthapit, 2017; Frash, 2015; Kang et al., 2012) และความพึงพอใจส่งผลต่อความปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่ม (Jin, Lee, Slocum, & Merkebu, 2018; Lee, Jin, & Kim, 2018) ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบไปด้วย ความรู้เกี่ยวกับอาหารสุขภาพ ความใส่ใจในสุขภาพ เจตคติ กลุ่มอ้างอิง การรับรู้ในการควบคุม และความพึงพอใจ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่มสำหรับอาหารสุขภาพ

สมมติฐานของการวิจัย

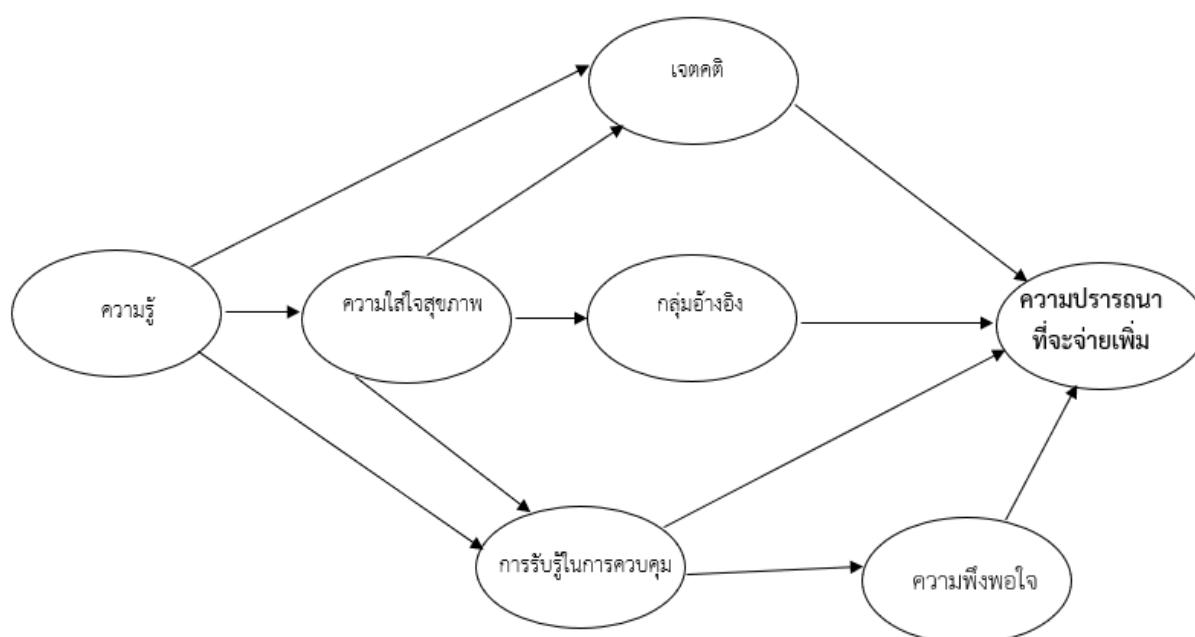
1. ความรู้เกี่ยวกับอาหารสุขภาพมีผลต่อเจตคติ
2. ความรู้เกี่ยวกับอาหารสุขภาพมีผลต่อความใส่ใจในสุขภาพ
3. ความรู้เกี่ยวกับอาหารสุขภาพมีผลต่อการรับรู้ในการควบคุม
4. ความใส่ใจในสุขภาพมีผลต่อเจตคติ
5. ความใส่ใจในสุขภาพมีผลต่อกลุ่มอ้างอิง



6. ความใส่ใจในสุขภาพมีผลต่อการรับรู้ในการควบคุม
7. เจตคติมีผลต่อความปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่ม
8. กลุ่มอ้างอิงมีผลต่อความปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่ม
9. การรับรู้ในการควบคุมมีผลต่อความปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่ม
10. การรับรู้ในการควบคุมมีผลต่อความพึงพอใจ
11. ความพึงพอใจมีผลต่อความปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่ม

กรอบแนวคิดของงานวิจัย

แนวคิดของงานวิจัยนี้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน (Theory of Planned Behavior) ที่มุ่งเน้นว่าพฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้นั้น เกิดขึ้นจากเจตคติ กลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ในการควบคุม แต่การทบทวนงานวิจัยในอดีตพบว่า นอกจากเจตคติ กลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ในการควบคุมแล้ว ความรู้ และความใส่ใจสุขภาพมีผลต่อการเกิดเจตคติที่ดี (Lee & Chin, 2013) มีผลต่อกลุ่มอ้างอิง (Shin et al., 2018; Frash Jr et al., 2015; Kang et al., 2012) และเมื่อพิจารณาถึงเจตคติ กลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ในการควบคุมพบว่า ตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความปรารถนาในการจ่ายเพิ่ม การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาอาหารเพื่อสุขภาพซึ่งอาหารเพื่อสุขภาพมีกระบวนการและต้นทุนในการผลิตมากกว่าอาหารทั่วไปจึงส่งผลกระทบต่อราคาที่สูงกว่าอาหารทั่วไป ดังนั้นหากบุคคลมีเจตคติที่ดีต่ออาหารสุขภาพ มีกลุ่มอ้างอิงที่บริโภคอาหารสุขภาพ และมีการรับรู้ในการควบคุมย่อมส่งผลให้เกิดความปรารถนาในการจ่ายเพิ่ม (Sthapit, 2017; Frash Jr. et al., 2015; Kang et al., 2012) โดยที่การรับรู้ในการควบคุมยังส่งผลต่อความพึงพอใจในอาหารสุขภาพ โดยที่หากบุคคลมีความพึงพอใจในอาหารสุขภาพจะส่งผลให้เกิดความปรารถนาในการจ่ายเพิ่มเช่นกัน (Jin et al., 2018; Lee et al., 2018) โดยกรอบแนวคิดของงานวิจัยนี้ สามารถแสดงได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของงานวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร คือ ประชาชนทั่วไปที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป

กลุ่มตัวอย่าง ประชาชนทั่วไปที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 605 คน สุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) จำแนกตามอายุโดยแบ่งออกเป็น Gen Z เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2543 ขึ้นไป (20-22 ปี) Gen Y เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2524 - 2542 (23-41 ปี) Gen X เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2508-2523 (42-57 ปี) และ Baby Boomer เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2489 - 2507 (58-76 ปี) (มหาวิทยาลัยมหิดล, 2559)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือคือแบบสอบถามเกี่ยวกับโดยใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่มสำหรับอาหารสุขภาพ แบ่งออกเป็นสองส่วน คือ ส่วนที่หนึ่ง แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา

ส่วนที่สองเป็น มาตรวัด 5 ระดับแบบ Likert Scale ตั้งแต่ระดับ (1) น้อยที่สุด จนถึงระดับ (5) มากที่สุด (Likert, 1932) เพื่อวัดตัวแปรปัจจัยต่าง ๆ ตามกรอบแนวคิดของแบบจำลองของงานวิจัย ประกอบด้วยตัวแปรดังต่อไปนี้

ความรู้เกี่ยวกับอาหารสุขภาพ วัดจากข้อคำถาม 3 ข้อ

ความใส่ใจสุขภาพ วัดจากข้อคำถาม 3 ข้อ

เจตคติต่ออาหารสุขภาพ วัดจากข้อคำถาม 4 ข้อ

กลุ่มอ้างอิง วัดจากข้อคำถาม 3 ข้อ

การรับรู้ในการควบคุม วัดจากข้อคำถาม 3 ข้อ

ความพึงพอใจอาหารสุขภาพ วัดจากข้อคำถาม 3 ข้อ

ความปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่มสำหรับอาหารสุขภาพ วัดจากข้อคำถาม 3 ข้อ

ซึ่งมาตรวัดดังกล่าวทั้งหมดได้วิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ด้วยวิธีการวิเคราะห์ปัจจัยหลัก (Principal Component Analysis: PCA) และทดสอบความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม โดยการวิเคราะห์ Cronbach's Alpha ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม

ข้อคำถาม	Factor Loading	% Total Variance	Cronbach's Alpha
ความรู้เกี่ยวกับอาหารสุขภาพ		0.757	0.838
ฉันมีความรู้เกี่ยวกับอาหารสุขภาพ	0.889		
ฉันคิดว่าฉันมีความรู้เกี่ยวกับอาหารสุขภาพมากกว่าเพื่อน ๆ ของฉัน	0.882		



ข้อคำถาม	Factor Loading	% Total Variance	Cronbach's Alpha
ฉันมั่นใจว่าความรู้เกี่ยวกับอาหารสุขภาพของฉันจะทำให้ฉันสุขภาพดี	0.839		
ความใส่ใจสุขภาพ		0.854	0.914
ฉันเลือกรับประทานอาหารสุขภาพด้วยความคำนึงถึงสุขภาพที่ดี	0.913		
การรับประทานอาหารสุขภาพของฉันทำให้ฉันเป็นผู้บริโภคที่ใส่ใจในสุขภาพ	0.943		
การรับประทานอาหารสุขภาพทำให้ฉันใส่ใจประเด็นสุขภาพอยู่ตลอดเวลา	0.917		
เจตคติต่ออาหารสุขภาพ		0.669	0.833
ฉันคิดว่าอาหารสุขภาพมีประโยชน์	0.779		
เป็นเรื่องที่ฉลาด ถ้าจะรับประทานอาหารสุขภาพ	0.809		
ฉันรู้สึกพอใจกับการรับประทานอาหารสุขภาพ	0.868		
ฉันรู้สึกว่าการรับประทานสุขภาพน่ารับประทาน	0.815		
กลุ่มอ้างอิง		0.825	0.894
บุคคลที่มีความสำคัญกับฉัน คิดว่าฉันควรบริโภคอาหารสุขภาพ	0.875		
คนส่วนใหญ่ที่มีความสำคัญกับฉัน ต้องการให้ฉันบริโภคอาหารสุขภาพ	0.929		
บุคคลที่เห็นว่าฉันมีความสำคัญ ชอบให้ฉันรับประทานอาหารสุขภาพ	0.924		
ความสามารถในการควบคุม		0.690	0.775
ฉันจะรับประทานอาหารสุขภาพหรือไม่ขึ้น ขึ้นอยู่กับฉันเป็นหลัก	0.677		
การรับประทานอาหารสุขภาพสำหรับฉันเป็นเรื่องง่ายมาก	0.897		
ฉันมั่นใจมากกว่าฉันจะรับประทานอาหารสุขภาพ	0.898		
ความพึงพอใจในอาหารสุขภาพ		0.774	0.854
ฉันรู้สึกพอใจกับการรับประทานอาหารสุขภาพ	0.907		
ฉันรู้สึกดีเมื่อต้องตัดสินใจรับประทานอาหารสุขภาพ	0.933		

ข้อคำถาม	Factor Loading	% Total Variance	Cronbach's Alpha
ฉันคิดว่าการรับประทานอาหารสุขภาพเป็นสิ่งที่ดีสำหรับฉัน	0.794		
ความปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่ม		0.846	0.909
ฉันต้องการที่จะจ่ายเพิ่มเพื่อรับประทานอาหารสุขภาพ	0.933		
ฉันปรารถนาที่จะจ่ายพิเศษสำหรับค่าอาหารสุขภาพ	0.938		
ฉันคิดว่ามีข้อดีมากกว่าข้อเสีย เมื่อฉันปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่มสำหรับอาหารสุขภาพ	0.887		

จากตาราง 1 แสดงค่าการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ด้วยวิธีการวิเคราะห์ปัจจัยหลัก (Principal Component Analysis: PCA) และการวิเคราะห์ Cronbach Alpha ผลการวิเคราะห์ปัจจัยพบว่า น้ำหนักองค์ประกอบทุกตัวแปรมีความมากกว่า .50 และค่า Cronbach Alpha มีความมากกว่า .70 แสดงว่าตัวแปรทุกตัวมีความเที่ยงตรง และความเชื่อถือได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

รวบรวมข้อมูลผ่านทางออนไลน์ โดยใช้โปรแกรมกูเกิ้ลฟอร์ม (Google form) การใช้แบบสอบถามผ่านทางออนไลน์จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกมีความเป็นส่วนตัว ไม่รีบเร่ง สามารถเลือกตอบแบบสอบถามในเวลาที่เหมาะสม และไม่มีความจำกัดในเรื่องการเดินทางไปเก็บข้อมูลจากสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งจะมีส่วนช่วยให้เข้าถึงผู้ตอบแบบสอบถามได้ง่าย โดยวิธีการนี้ ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามออนไลน์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย โดยการสำรวจได้จัดทำขึ้นในช่วงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2563 – สิงหาคม พ.ศ. 2564 และได้รับการตอบกลับจำนวน 605 ตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูล

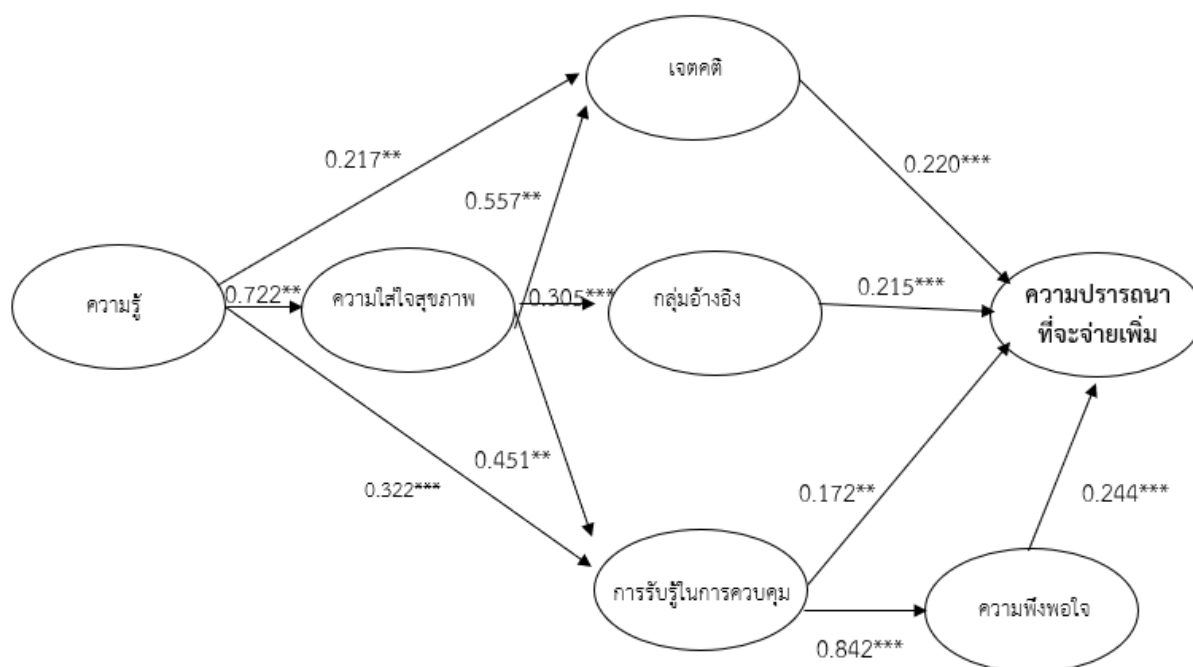
แบบจำลองตามกรอบแนวคิดของงานวิจัย ได้ถูกทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีการแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structure Equations Modeling) โดยวิธีการประมาณค่าแบบความเป็นไปได้สูงสุด (Maximum Likelihood Estimation)

ผลการวิจัย

ข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง Gen z และ Gen Y จำนวน 378 คน และ Gen X และ Baby Boomer จำนวน 227 คน กลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท จำนวน 178 คน และรายได้ 20,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 427 คน

เมื่อวิเคราะห์ผลระหว่างตัวแปรที่ได้กับกรอบแนวคิดของงานวิจัย สามารถอธิบายผลได้ ดังนี้

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่มสำหรับอาหารสุขภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ความพึงพอใจ รองลงมา คือ เจตคติ กลุ่มอ้างอิง และความสามารถในการควบคุม แสดงดังภาพที่ 2 และตารางที่ 3



ภาพที่ 2 โมเดลความปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่ม

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

ตัวแปร	CONS	ATTI	PERC	NORM	WP	SAT
KNOW	0.722**	0.217**	0.322***			
CONS		0.557**	0.451**	0.305***		
ATTI					0.220***	
PERC					0.172**	0.842***
NORM					0.215***	
SAT					0.244***	

** $p < .01$, *** $p < .001$

KNOW หมายถึง ความรู้เกี่ยวกับอาหาร CONS หมายถึง ความใส่ใจสุขภาพ ATTI หมายถึง เจตคติต่ออาหาร

NORM หมายถึง กลุ่มอ้างอิง PERC หมายถึง ความสามารถในการควบคุม

SAT หมายถึง ความพึงพอใจในอาหาร WP หมายถึง ความปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่ม

จากตารางที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อความปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่มสำหรับอาหารเพื่อสุขภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพแตกต่างกัน มีความรู้ ความใส่ใจสุขภาพ เจตคติ กลุ่มอ้างอิง การรับรู้ในการควบคุม ความพึงพอใจ และความปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่มแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1. ความรู้เกี่ยวกับอาหารสุขภาพมีผลต่อเจตคติ	ยอมรับสมมติฐาน
2. ความรู้เกี่ยวกับอาหารสุขภาพมีผลต่อความใส่ใจในสุขภาพ	ยอมรับสมมติฐาน
3. ความรู้เกี่ยวกับอาหารสุขภาพมีผลต่อการรับรู้ในการควบคุม	ยอมรับสมมติฐาน
4. ความใส่ใจในสุขภาพมีผลต่อเจตคติ	ยอมรับสมมติฐาน
5. ความใส่ใจในสุขภาพมีผลต่อกลุ่มอ้างอิง	ยอมรับสมมติฐาน
6. ความใส่ใจในสุขภาพมีผลต่อการรับรู้ในการควบคุม	ยอมรับสมมติฐาน
7. เจตคติมีผลต่อความปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่ม	ยอมรับสมมติฐาน
8. กลุ่มอ้างอิงมีผลต่อความปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่ม	ยอมรับสมมติฐาน
9. การรับรู้ในการควบคุมมีผลต่อความปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่ม	ยอมรับสมมติฐาน
10. การรับรู้ในการควบคุมมีผลต่อความพึงพอใจ	ยอมรับสมมติฐาน
11. ความพึงพอใจมีผลต่อความปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่ม	ยอมรับสมมติฐาน

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่มสำหรับอาหารสุขภาพสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ความรู้เกี่ยวกับอาหารสุขภาพ พบว่า ความรู้เกี่ยวกับอาหารสุขภาพมีผลต่อเจตคติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่าถ้าบุคคลมีความรู้เกี่ยวกับอาหารสุขภาพในระดับดีย่อมส่งผลให้มีเจตคติที่ดีต่ออาหารสุขภาพในทางกลับกัน ถ้าบุคคลมีความรู้เกี่ยวกับอาหารสุขภาพน้อยย่อมส่งผลให้มีเจตคติที่ไม่ดีต่ออาหารสุขภาพ สอดคล้องกับการศึกษาของ Lee & Chin (2013) ที่พบว่า ความรู้เกี่ยวกับอาหารสุขภาพมีผลต่อเจตคติ และยังพบว่าความรู้เกี่ยวกับอาหารสุขภาพมีผลต่อความใส่ใจในสุขภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าถ้าบุคคลมีความรู้เกี่ยวกับอาหารสุขภาพย่อมทำให้บุคคลนั้นมีความใส่ใจในสุขภาพของตนเอง โดยการสรรหาหรือคัดเลือกอาหารที่เป็นประโยชน์สำหรับสุขภาพของตนเองเพิ่มมากขึ้น ในทางกลับกันหากบุคคลไม่มีความรู้เกี่ยวกับอาหารสุขภาพ บุคคลนั้นย่อมไม่สรรหา หรือคัดเลือกอาหารที่เป็นประโยชน์สำหรับสุขภาพของตนเองเช่นกัน สอดคล้องกับการศึกษาของ Lee & Chin (2013) ที่พบว่า ความรู้เกี่ยวกับอาหารสุขภาพมีผลต่อความใส่ใจในสุขภาพ ความรู้เกี่ยวกับอาหารสุขภาพยังมีผลต่อการรับรู้ในการควบคุมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าถ้าบุคคลมีความรู้เกี่ยวกับอาหารสุขภาพย่อมทำให้บุคคลสามารถรับรู้ว่ามีศักยภาพในการจัดสรร หรือซื้ออาหารเพื่อสุขภาพมาบริโภคได้ แต่ในทางกลับกันถ้าบุคคลไม่มีความรู้เกี่ยวกับอาหารสุขภาพ ย่อมทำให้บุคคลไม่สามารถจัดหา หรือเลือกซื้ออาหารสุขภาพมาบริโภคได้ สอดคล้องกับการศึกษาของ Lee & Chin (2013) ที่พบว่า ความรู้เกี่ยวกับอาหารสุขภาพมีผลต่อการรับรู้ในการควบคุม

ความใส่ใจในสุขภาพ พบว่า ความใส่ใจในสุขภาพมีผลต่อเจตคติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าถ้าบุคคลมีความใส่ใจในสุขภาพ โดยเลือกสรรอาหารที่มีประโยชน์สำหรับตนเองย่อมส่งผลให้มีเจตคติที่ดีต่อ



อาหารสุขภาพ ในทางกลับกันหากบุคคลไม่มีความใส่ใจในสุขภาพ หรือมีความใส่ใจในสุขภาพระดับน้อยย่อมส่งผลให้มีเจตคติที่ไม่ดีต่ออาหารสุขภาพ สอดคล้องกับการศึกษาของ Shin et al. (2018) ที่พบว่า ความใส่ใจในสุขภาพมีผลต่อเจตคติ และยังพบว่าความใส่ใจในสุขภาพมีผลต่อกลุ่มอ้างอิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าการที่บุคคลมีความใส่ใจในสุขภาพของตนเองย่อมส่งผลให้บุคคลใกล้ชิดขึ้นชอบการบริโภคอาหารสุขภาพด้วย สอดคล้องกับการศึกษาของ Shin et al. (2018); Frash Jr et al. (2015); Kang et al. (2012) ที่พบว่า ความใส่ใจในสุขภาพมีผลต่อกลุ่มอ้างอิง และความใส่ใจในสุขภาพยังมีผลต่อการรับรู้ในการควบคุมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าการที่บุคคลมีความใส่ใจในสุขภาพย่อมส่งผลให้บุคคลสามารถรับรู้ได้ว่าจะเลือกซื้ออาหารสุขภาพที่ใด แต่ในทางกลับกันหากบุคคลไม่มีความใส่ใจในสุขภาพบุคคลย่อมที่จะไม่สามารถเลือกซื้ออาหารสุขภาพได้เช่นเดียวกัน สอดคล้องกับการศึกษาของ Shin et al. (2018); Frash Jr et al. (2015); Kang et al. (2012) ที่พบว่า ความใส่ใจในสุขภาพมีผลต่อการรับรู้ในการควบคุม

เจตคติต่ออาหารสุขภาพ พบว่า เจตคติมีผลต่อความปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าหากบุคคลมีเจตคติที่ดีต่ออาหารสุขภาพย่อมส่งผลให้บุคคลมีความปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่มแม้ว่าอาหารสุขภาพนั้นจะมีราคาแพงกว่าอาหารทั่วไป ในทางกลับกันหากบุคคลมีเจตคติที่ไม่ดีต่ออาหารสุขภาพ บุคคลก็ไม่ปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่มสำหรับอาหารสุขภาพ สอดคล้องกับการศึกษาของ Shin et al. (2018); Frash Jr et al. (2015); Kang et al. (2012) ที่พบว่า เจตคติมีผลต่อความปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่ม

กลุ่มอ้างอิง พบว่า กลุ่มอ้างอิงมีผลต่อความปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าบุคคลที่บุคคลใกล้ชิดมีการบริโภคอาหารสุขภาพจะทำให้พวกเขายินดีที่จะจ่ายเพิ่มแม้ว่าอาหารสุขภาพนั้นจะแพงกว่าอาหารทั่วไป ในทางกลับกันหากบุคคลใกล้ชิดไม่ชื่นชอบอาหารสุขภาพ บุคคลก็จะไม่ยินดีที่จะจ่ายเพิ่มสำหรับอาหารเพื่อสุขภาพ สอดคล้องกับการศึกษาของ Shin et al. (2018); Frash Jr et al. (2015); Kang et al. (2012) ที่พบว่า กลุ่มอ้างอิงมีผลต่อความปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่ม

การรับรู้ในการควบคุม พบว่า การรับรู้ในการควบคุมมีผลต่อความปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าบุคคลที่สามารถจัดหา หรือจัดซื้ออาหารสุขภาพได้ย่อมที่จะยินดีจ่ายเพิ่มแม้ว่าอาหารสุขภาพนั้นจะมีราคาแพงกว่าอาหารทั่วไป ในทางกลับกันหากบุคคลไม่สามารถจัดหา หรือจัดซื้ออาหารสุขภาพได้ บุคคลย่อมที่จะไม่ยินดีที่จะจ่ายแพงกว่ามื้ออาหารทั่วไป สอดคล้องกับการศึกษาของ Shin et al. (2018); Frash Jr et al. (2015); Kang et al. (2012) ที่พบว่า การรับรู้ในการควบคุมมีผลต่อความปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่ม และยังพบว่าการรับรู้ในการควบคุมมีผลต่อความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าบุคคลที่สามารถจัดหาอาหารสุขภาพสำหรับการบริโภคได้นั้นย่อมที่จะมีความพึงพอใจในอาหารสุขภาพ ในทางกลับกันหากบุคคลไม่สามารถจัดหาอาหารสุขภาพสำหรับบริโภคได้ พวกเขาจะยอมที่จะพึงพอใจในอาหารสุขภาพน้อย สอดคล้องกับการศึกษาของ Jin et al. (2018); Lee et al. (2018) ที่พบว่า การรับรู้ในการควบคุมมีผลต่อความพึงพอใจ

ความพึงพอใจในอาหารสุขภาพ พบว่า ความพึงพอใจมีผลต่อความปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าถ้าบุคคลมีความพึงพอใจในการบริโภคอาหารสุขภาพย่อมส่งผลให้เกิดความปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่มแม้ว่าอาหารสุขภาพจะราคาแพงกว่าอาหารทั่วไป ในทางกลับกันหากบุคคลไม่พึงพอใจ

ในอาหารสุขภาพย่อมส่งผลให้พวกเขาไม่ยินดีที่จะจ่ายเพิ่มสำหรับอาหารสุขภาพ สอดคล้องกับการศึกษาของ Jin et al. (2018); Lee et al. (2018) ที่พบว่า ความพึงพอใจมีผลต่อความปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่ม

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความปรารถนาที่จะจ่ายเพิ่มสำหรับอาหารสุขภาพมากที่สุด คือ ความพึงพอใจ ดังนั้นการที่จะทำให้ผู้บริโภคยินดีที่จะจ่ายเพิ่ม หรือจ่ายแพงกว่ามื้ออาหารทั่วไป การทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจในอาหารสุขภาพนั้นจึงเป็นสิ่งจำเป็น และการที่จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจในอาหารสุขภาพอาจจะต้องพิจารณาถึงรสชาติ รวมไปถึงความน่ารับประทานอาหารสุขภาพร่วมไปด้วย ซึ่งจะ ทำให้ผู้บริโภคยินดีที่จะจ่ายเพิ่มสำหรับมื้ออาหารสุขภาพ

2. ตัวแปรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารสุขภาพ คือ ความสามารถในการควบคุม ดังนั้นหากบุคคลสามารถจัดหา หรือจัดซื้ออาหารสุขภาพได้ง่ายย่อมส่งผลให้บุคคลเกิดความพึงพอใจในอาหารสุขภาพ และการที่จะทำให้บุคคลสามารถจัดหา หรือจัดซื้ออาหารสุขภาพได้ง่ายนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรวางแผนการตลาด หรือการประชาสัมพันธ์ทำให้บุคคลเกิดการรับรู้ว่าสามารถหาซื้ออาหารสุขภาพได้ที่ใดบ้าง และการเข้าถึงได้ง่ายของอาหารสุขภาพจะทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจในอาหารสุขภาพได้ง่ายขึ้นอีกด้วย

3. ตัวแปรที่ส่งผลต่อความสามารถในการควบคุมอาหารสุขภาพ คือ ความใส่ใจสุขภาพ ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสร้างให้ประชาชนเกิดความใส่ใจในสุขภาพ คือ ตระหนักถึงประโยชน์ของการบริโภคอาหารสุขภาพ และความจำเป็นที่จะบริโภคอาหารสุขภาพอีกด้วย

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐพัธ ทรัพย์ภัสสรณ์. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของพนักงานการประปา นครหลวงสำนักงานใหญ่ โดยทบทวนปัจจัยที่สนับสนุนการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ. ค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2564, จาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/ml10/6114962011.pdf>
- ลัดดาวัลย์ โชคถาวร และ ขวัญกมล ดอนขวา. (2560). อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยทัศนคติที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในจังหวัดนครราชสีมา. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยขอนแก่น (ฉบับบัณฑิตศึกษา) สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 5(1), 79-91.
- ลีอรัตน์ อนุรัตน์พานิช. (2559). เจนเอ็กซ์ เจนวาย เจนแซด คืออะไร. ค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2564, จาก <https://pharmacy.mahidol.ac.th/th/knowledge/article/330/เจนวาย-เจนแซด/>
- Fan, X., Gómez, M. I., & Coles. P. S. (2019). Willingness to Pay, Quality Perception, and Local Foods: The Case of Broccoli. *Agricultural and Resource Economics Review*, 48 (3), 414–32.
- Frash Jr, R. E. (2015). Pay More for McLocal? Examining Motivators for Willingness to Pay for Local Food in a Chain Restaurant Setting. *Journal of Hospitality & Management*, 24(4), 411-434.

- Jin, N., Lee, S. M., Slocum, S. L., & Merkebu, J. (2018). Examining the healthy food consumption in full-service restaurants: quality or non-quality cues?. *Journal of Foodservice Business Research*, 21(4), 394-419.
- Kang, K. H., Stein, L., Heo, C. Y., & Lee, S. (2012). Consumers' willingness to pay for green initiatives of the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 564-572.
- Lee, S-M., & Chin, N. (2013). Relationship among knowledge and healthy food, health concern, and behavioral intention: evidence from the United States and South Korea. *Journal of Quality Assurance in Hospitality*, 14, 344-363.
- Lee, S-M., Jin, N., & Kim, H-S. (2018). The effect of healthy food knowledge on perceived healthy foods' value, degree of satisfaction, and behavioral intention: the moderating effect of gender. *Journal of quality assurance in hospitality & tourism*, 19(2), 151-171.
- Shin, Y. H., Im, J., Jung, S. E., & Levert, K. (2018). Locally sourced restaurant: consumers willingness to pay. *Journal of foodservice business research*, 2(1), 68-82.
- Sthapit, E. (2017). Exploring tourists' memorable food experiences: a study of visitors to Santa's official hometown. *An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 28(3), 1-20.