

ทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพ ในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ในกรุงเทพมหานคร

วิไลพรรณ วัฒนพงศ์¹ และ ฉันทนา ปาปัดถา^{2*}

รับบทความ 26 มีนาคม 2565 แก้ไขบทความ 20 มิถุนายน 2565 ตอรับบทความ 24 มิถุนายน 2565

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาทัศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพ 2) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการบริโภค 3) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับทัศนคติการบริโภค 4) ทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภค กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชากรในกลุ่มจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 740 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ทัศนคติต่อการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพ ในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 อยู่ในระดับมาก 2) พฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 อยู่ในระดับมาก 3) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ การศึกษา และสถานภาพต่างกันมีทัศนคติต่อการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพ ในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 4) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ การศึกษา รายได้ อาชีพ และสถานภาพ ต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 5) ทัศนคติที่มีผลต่อการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดโรคโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ทัศนคติ; พฤติกรรมการบริโภค; อาหารคลีน; ไวรัสโคโรนา 2019

¹ นักโภชนาการ โรงพยาบาลบางมด

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

* ผู้ประสานงานหลัก : ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ chantana.p@rmutp.ac.th

Attitudes Affecting Healthy Clean Foods During the Coronavirus 2019 Epidemic in Bangkok

Wilaipan Watthanapong¹ and Chantana Papatta^{2*}

Received 26 March 2022; Revised 20 June 2022; Accepted 24 June 2022

Abstract

The objectives of this research were to 1) study attitudes and consumption behavior of clean food for health, 2) compare personal factors with consumption behavior, 3) compare personal factors with consumption attitudes, and 4) study attitudes affecting consumption behavior. The sample group was the population of Bangkok Province. Used in the study: 740 people. The questionnaire was used as a research tool. The data were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation. T-value test Analysis of one-way ANOVA and multiple regression analysis. The research results were found that: attitudes towards the consumption of clean food for health during the Covid-19 epidemic situation was at a high level. Clean food for health consumption behavior during the Covid-19 epidemic situation was at a high level. Individual factors including gender, education and status had different attitudes towards healthy food consumption. During the Covid-19 epidemic situation, the difference was statistically significant at the .05 level Individual factors including gender, education, income, occupation and status had different healthy clean food consumption behaviors during the Covid-19 epidemic with statistical significance at the .05 level. Attitudes had a statistically significant effect on healthy food consumption during the Covid-19 epidemic at .05 level.

Keywords: Attitude; Consumption Behavior; Clean Food; Coronavirus 2019

¹ Nutritionist, Bangmod Hospital

² Assistant Professor, Faculty of Mass Communication Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

* Corresponding Author : E-mail: chantana.p@rmutp.ac.th

บทนำ

ในปัจจุบันผู้บริโภคหันมาสนใจการดูแลสุขภาพมากขึ้น อาหารจึงเป็นปัจจัยสำคัญด้านการทำให้สุขภาพดี ส่งผลให้มีการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพกันมากขึ้น (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2562) ข้อมูลมูลค่าของตลาดสินค้าอาหารและเครื่องดื่มออร์แกนิกทั่วโลกมีมูลค่า 80,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐคาดว่าจะสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องไปอยู่ที่ 165,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เป็นอัตราเติบโตเฉลี่ยสะสม (CAGR) ที่ 15% ต่อปี (พริมา อัครยุทธ, 2558) ประเทศไทยในปี 2561 สินค้ากลุ่มอาหารและเครื่องดื่มสุขภาพในประเทศไทยมีมูลค่า 190,219 ล้านบาท มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 3.4 ต่อปี ตลอดช่วง 5 ปีที่ผ่านมาปี 2557-2561 โดยสินค้าส่วนใหญ่เป็นสินค้าอาหาร มีสัดส่วนมูลค่าตลาดร้อยละ 53.40 ต่อปี ซึ่งเป็นสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการเติบโตของตลาดเป็นอย่างมาก (ศูนย์วิจัยวิจัยเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร, 2562) จากกระแสการบริโภคอาหารที่เน้นเพื่อสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภคได้รับความนิยมนิยมน โดยเฉพาะอาหารประเภทออร์แกนิกส์ หรือสินค้าปลอดสารพิษ ได้เผยแพร่ไปยังกลุ่มบุคคลหลายกลุ่ม เช่น วัยผู้สูงอายุ กลุ่มวัยทำงาน วัยรุ่น เพื่อหวังลดค่าใช้จ่ายด้านสาธารณสุขในอนาคต แนวโน้มอาหารคลีนฟู้ด ได้แก่ อาหารที่ให้พลังงานต่ำ ไขมันต่ำ รสชาติอ่อน เหมาะกับผู้บริโภคที่ต้องการควบคุมไขมัน น้ำตาล คิวพอร์น บำรุงสมองและหัวใจ (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2561)

จากการระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 ทำให้เกิดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ Covid-19 แพร่กระจายไปกว่า 200 ประเทศทั่วโลก องค์การอนามัยโลก (WHO) จึงประกาศให้การแพร่ระบาดนี้เป็นการระบาดใหญ่ หรือ Panademic (สำนักโภชนาการ, 2563) โดยผู้ติดเชื้อมีจำนวนมากกว่า 2 ล้านคน ในประเทศไทยพบผู้ติดเชื้อสะสมใน 68 จังหวัด ตั้งแต่เดือนมกราคม 2563 จนถึงวันที่ 7 มกราคม 2563 จำนวน 3,445 คน เสียชีวิต 58 คน (รายงานสถานการณ์โควิด-19 กรมควบคุมโรค, 2563) เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ขององค์การอนามัยโลกประจำประเทศไทยในการช่วยให้ประเทศไทยสามารถรับมือกับโรคระบาดนี้ เพื่อจำกัดการแพร่เชื้อจากคนสู่คน การดูแลผู้ป่วยติดเชื้อ การสื่อสารทำความเข้าใจ และลดผลกระทบทางสังคมเศรษฐกิจ (Word Health Organization Thailand, 2563) ในช่วงที่มีการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ Covid-19 กรมอนามัยได้มีข้อเสนอแนะ มาตรการ 3 ล. คือ ลด เลี่ยง ดูแล เพื่อป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 การล้างมือบ่อย ๆ การสวมหน้ากากอนามัย การเว้นระยะห่างอย่างน้อย 1-2 เมตร กินร้อน ช้อนกลางส่วนตัว (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2563) การดูแลสุขภาพองค์รวม กินอาหารที่ถูกหลักโภชนาการ การออกกำลังกาย การพักผ่อนที่เพียงพอจะช่วยเป็นเกราะป้องกันการติดเชื้อได้ ทางด้านอาหารและโภชนาการจึงมีส่วนสำคัญ เนื่องจากระบบภูมิคุ้มกันของร่างกายจะทำงานได้มีประสิทธิภาพในการป้องกันเชื้อโรค สารพิษ สิ่งแปลกปลอมที่เป็นอันตรายต่อร่างกายนั้น ต้องขึ้นอยู่กับภาวะโภชนาการที่ดีได้รับพลังงาน สารอาหารหลัก วิตามิน รวมถึงการดื่มน้ำสะอาดที่เพียงพอ และสมดุลอย่างต่อเนื่อง (วนพร ทองโฉม, 2563)เน้นการกินบริโภคผัก ธัญพืช ผลไม้ ในสัดส่วนที่มากกว่าอาหารประเภทอื่น ส่วนการบริโภคอาหารโปรตีนประเภทปลา เนื้อสัตว์ไร้ไขมันจะให้สารอาหารที่เป็นประโยชน์ และช่วยคงสภาพน้ำหนักให้เป็นปกติ หลีกเลี่ยงอาหารแปรรูป อาหารเค็ม หวานจัดและมันจัด (โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร, 2563)

จากข้อมูลที่ทำการศึกษาข้างต้นมีผลสืบเนื่องมาจากการกินอาหารคลีนในสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 หรือ Covid-19 เป็นอาหารที่ผ่านการแปรรูปน้อยที่สุด คงความเป็นธรรมชาติ เน้นการรับประทานอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ จึงถือว่าเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันให้กับทุกคน ซึ่งนับว่าเป็นโชคดีของประเทศไทยที่มีอาหารที่หลากหลาย อุดมสมบูรณ์ การทานอาหารให้ครบ 5 หมู่ ในปริมาณที่เหมาะสม เพียงพอ หลากหลาย โดยเฉพาะวิตามิน และแร่ธาตุที่จำเป็นเพื่อป้องกันโรค ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาทัศนคติต่ออาหารคลีนเพื่อสุขภาพ และพฤติกรรมการเลือกบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 กรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นสังคมที่ต้องเก็บตัว การบริโภคอาหารอย่างที่มีผลต่อสุขภาพ เพียงพอ เสริมสร้างให้ทุกคนมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง ซึ่งผลการศึกษาจะทำให้ทราบถึงทัศนคติต่อการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพ พฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพ และทัศนคติส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งสามารถนำผลการศึกษาไปประกอบการวางแผนการผลิตอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ได้ และใช้เป็นกรณีศึกษาให้ประชาชนกลับมาดูแลสุขภาพของตนเองมากยิ่งขึ้น

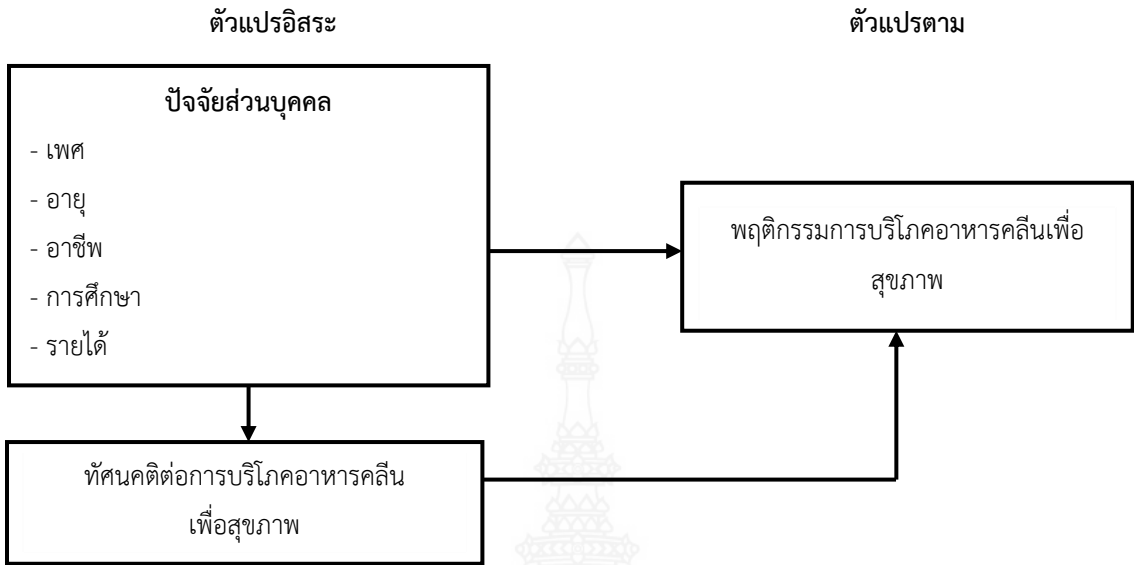
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับทัศนคติต่อการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019
3. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019
4. เพื่อศึกษาทัศนคติส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019
2. ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีทัศนคติต่อการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019
3. ทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019

กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ในกรุงเทพมหานคร มีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ประชากรที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร 5,701,394 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2562)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ประชากรที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สูตรการคำนวณของ Taro Yamane โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 90 ± 10 ทำให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง ที่มีประชากรเกิน 100,000 คนขึ้นไปให้กำหนดตัวอย่างที่ 400 คน ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดตัวอย่างเป็น 400 คน โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มผู้เรียนที่ยินดีให้ข้อมูลด้วยความสมัครใจ และดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนกันยายน 2563 ซึ่งอยู่ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 จึงจำเป็นต้องกำหนดวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบออนไลน์เท่านั้น

เครื่องมือและการหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อศึกษาทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ในกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นคำถามปลายปิด และปลายเปิด แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา และรายได้ มีลักษณะข้อมูลแบบ Nominal Scale และ Ordinal Scale ในรูปแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ส่วนที่ 2 ทศนคติต่อการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 มีลักษณะข้อมูลเป็นแบบ Interval Scale ในรูปแบบมาตราส่วน 5 ระดับ ของ Likert Scale ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเลือกบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 มีลักษณะข้อมูลเป็นแบบ Interval Scale ในรูปแบบมาตราส่วน 5 ระดับ ของ Likert Scale ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อยและน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

การหาคุณภาพเครื่องมือ โดยการทดสอบความตรง (Validity) โดยส่งแบบถามให้ผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 คน ตรวจสอบโครงสร้างแบบสอบถาม โดยกำหนดค่าความสอดคล้อง (IOC) มากกว่า .05 ขึ้นไป แสดงว่าคำถามข้อนั้นมีความตรงเชิงเนื้อหา แต่ถ้าได้ค่าสัมประสิทธิ์ของความสอดคล้อง (IOC) น้อยกว่า .05 หรือมีค่าเป็นลบ แสดงว่าคำถามข้อนั้นไม่มีความตรงเชิงเนื้อหา (Wainer, Howard and Braun, Henry I, 1988) ผลการประเมินพบว่าทุกข้อคำถามมีค่าความตรงมากกว่า 0.50ทุกข้อ และให้มีการปรับข้อความเพื่อความเหมาะสมตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ

การหาคุณภาพแบบสอบถาม โดยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Tryout) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับที่ .80 ขึ้นไป ผลการทดลองใช้พบว่า แบบสอบถามทั้งฉบับมีความเชื่อมั่นที่ .939 เมื่อพิจารณาด้านทัศนคติต่อการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 มีความเชื่อมั่นที่ .829 และด้านพฤติกรรมการเลือกบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 มีความเชื่อมั่นที่ .947 จึงถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูงมาก สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการส่งแบบสอบถามทางออนไลน์กับประชากรที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่าง 18-23 ตุลาคม 2563 ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 740 คนที่ให้ข้อมูลด้วยความสมัครใจ เมื่อทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลพบว่า ข้อมูลทุกชุดมีความสมบูรณ์ทั้งหมด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยการตรวจสอบข้อมูล บันทึกข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป และกำหนดสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-Test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทิศทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบ (Multiple Regression Analysis) โดยกำหนดนัยสำคัญที่ระดับ .05 และกำหนดเกณฑ์พิจารณาผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.51-5.00	หมายถึง มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.51-4.50	หมายถึง มาก
คะแนนเฉลี่ย 2.51-3.50	หมายถึง ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.51-2.50	หมายถึง น้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.50	หมายถึง น้อยที่สุด

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ทศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ในกรุงเทพมหานคร สามารถนำเสนอผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ ดังนี้

เพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56.08 และชาย ร้อยละ 43.92 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 68.11 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรีร้อยละ 27.30 และต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 4.59 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 40.54 รองลงมา มีรายได้ระหว่าง 30,001-40,000 บาท ร้อยละ 22.97 รายได้สูงกว่า 50,000 บาท ร้อยละ 15.54 มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาทร้อยละ 12.57 มีรายได้ระหว่าง 40,001- 50,000 บาท ร้อยละ 5.95 และรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 2.43

อาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 52.97 รองลงมาคือนักเรียน นักศึกษา ร้อยละ 32.97 พนักงานราชการ วิชาหกิจ ร้อยละ 7.70 และธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 6.35 ตามลำดับ

สถานภาพ พบว่า ส่วนใหญ่โสด ร้อยละ 66.76 และสมรส ร้อยละ 33.24 ตามลำดับ

2. ทศนคติต่อการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพ ในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทศนคติต่อการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพ ในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019

ตัวแปรทศนคติ	\bar{X}	ผลวิเคราะห์	
		S.D.	ระดับทศนคติ
1. อาหาร สะอาด และถูกสุขอนามัย	3.99	0.79	มาก
2. อาหารคลีนเพื่อสุขภาพมีเมนูแปลกใหม่ น่าสนใจ	3.88	0.84	มาก
3. อาหารคลีนมีรูปแบบที่หลากหลาย	3.88	0.94	มาก
4. อาหารคลีนมีรสชาติที่อร่อย	4.01	0.84	มาก
5. อาหารคลีนราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.05	0.86	มาก
6. อาหารคลีนราคาเหมาะสมกับปริมาณ	3.93	0.87	มาก
7. มีการลดราคาอาหารลงจากราคาปกติ	3.89	0.83	มาก
8. ร้านจำหน่ายอาหารคลีนมีทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง และมีที่จอดรถ	3.86	0.85	มาก
9. มีร้านจำหน่ายอาหารคลีนอยู่ใกล้แหล่งชุมชน	3.77	0.95	มาก
10. อาหารคลีนมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ	3.91	0.77	มาก
11. ร้านจำหน่ายอาหารคลีนเปิดให้บริการทุกวัน	3.93	0.77	มาก
12. อาหารคลีนมีบริการส่งถึงที่	3.89	0.81	มาก

ตัวแปรทัศนคติ	ผลวิเคราะห์		
	\bar{X}	S.D.	ระดับทัศนคติ
13. มีช่องทางการสั่งซื้ออาหารคลีนออนไลน์	3.62	1.10	มาก
ภาพรวม	3.94	0.69	มาก

จากตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทัศนคติต่อการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพ ในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.94 เมื่อพิจารณารายชื่อ 3 อันดับแรก ได้แก่ อาหารคลีนราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.05 อาหารคลีนมีรสชาติที่อร่อย มีค่าเฉลี่ย 4.01 อาหารคลีน สะอาด และถูกสุขอนามัยมีค่าเฉลี่ย 3.99 ส่วนข้อที่น้อยที่สุดได้แก่ มีช่องทางการสั่งซื้ออาหารคลีนออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 3.62

3) พฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพ สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019

ตัวแปรพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีน	ผลวิเคราะห์		
	\bar{X}	S.D.	ระดับทัศนคติ
1. ความถี่ในการทานอาหารคลีนทุกวัน	3.62	1.10	มาก
2. เลือกรับประทานอาหารคลีนในร้านที่เดินทางไปมาสะดวก และมีที่จอดรถ	3.72	0.99	มาก
3. เลือกสั่งอาหารคลีนจากร้านที่มีบริการส่งถึงที่	3.76	0.96	มาก
4. เลือกซื้ออาหารคลีนจากร้านที่มีส่วนลด	3.88	1.02	มาก
5. เลือกซื้ออาหารคลีนจากร้านที่มีป้ายราคาบอกชัดเจน	3.93	0.93	มาก
6. เลือกบริโภคอาหารคลีนจากร้านประจำ	3.82	1.02	มาก
7. เลือกบริโภคอาหารคลีนเพื่อการลดน้ำหนัก	3.69	0.95	มาก
8. เลือกบริโภคอาหารคลีนเป็นมื้ออาหารหลัก	3.57	1.04	มาก
9. เลือกอาหารคลีนมีการจัดตกแต่งงานที่สวยงาม	3.76	0.93	มาก
10. เลือกบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพ	3.85	0.92	มาก
11. เลือกบริโภคอาหารคลีนที่มีคุณค่าทางโภชนาการ ครบ 5 หมู่	3.91	0.87	มาก
12. เลือกบริโภคอาหารคลีนที่ใช้วัตถุดิบที่มีสีสด ชวนรับประทาน	3.83	0.89	มาก
ภาพรวม	3.78	0.87	มาก

จากตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และพบว่าพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.78 เมื่อพิจารณารายชื่อ 3 อันดับแรก ได้แก่ เลือกซื้ออาหารคลีนจากร้านที่มีป้ายราคาบอกชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.93 เลือกบริโภคอาหารคลีนที่มีคุณค่าทางโภชนาการ ครบ 5 หมู่ มีค่าเฉลี่ย 3.91 และเลือกซื้ออาหารคลีนจากร้านที่มีส่วนลดมีค่าเฉลี่ย 3.88 ส่วนข้อที่น้อยที่สุดได้แก่ ความถี่ในการทำงานอาหารคลีนทุกวัน มีค่าเฉลี่ย 3.62

4) การทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
<p>สมมติฐานที่ 1 สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ การศึกษา รายได้ อาชีพ และสถานภาพ ต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกัน</p>	
<p>สมมติฐานย่อยที่ 1.1 เพศต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05</p>	ยอมรับ
<p>สมมติฐานย่อยที่ 1.2 การศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05</p>	ยอมรับ
<p>สมมติฐานย่อยที่ 1.3 รายได้ต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกัน</p>	ปฏิเสธ
<p>สมมติฐานย่อยที่ 1.4 อาชีพต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกัน</p>	ปฏิเสธ
<p>สมมติฐานย่อยที่ 1.5 สถานภาพต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05</p>	ยอมรับ
<p>สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีทัศนคติต่อการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019</p>	
<p>สมมติฐานย่อยที่ 2.1 เพศต่างกันมีทัศนคติการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05</p>	ยอมรับ
<p>สมมติฐานย่อยที่ 2.2 การศึกษาต่างกันมีทัศนคติบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05</p>	ยอมรับ
<p>สมมติฐานย่อยที่ 2.3 รายได้ต่างกันมีทัศนคติบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพ ในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05</p>	ยอมรับ

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานย่อยที่ 2.4 อาชีพต่างกันมีทัศนคติบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05	ยอมรับ
สมมติฐานย่อยที่ 2.5 สถานภาพต่างกันมีทัศนคติบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05	ยอมรับ

สมมติฐานที่ 3 ทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 โดยกำหนดนัยสำคัญที่ระดับ .05 สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
ทัศนคติต่อการบริโภคอาหารคลีน	.680	.144		4.704	.000*
ทัศนคติต่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของโรคโควิด (Attitude)	.786	.036	.626	21.784	.000*
R = .629 ^a		R ² = .391	F = 747.543	Sig. = .000*	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณของทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 พบว่า ทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้ร้อยละ 39.10 (Adjusted R²=.391) ซึ่งทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลทางบวก โดยทัศนคติมีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของโรคโควิด- 19 เพิ่มขึ้น .786 หน่วย หรือร้อยละ 78.60 และผู้วิจัยสามารถเขียนสมการได้ ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

$$\hat{Y} = .680 + .786 (\text{Decision})$$

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$\hat{Z} = .36(\text{Decision})$$

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ในกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ทัศนคติต่อการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพ ในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 อยู่ในระดับมากซึ่งอาหารคลีนราคาเหมาะสมกับคุณภาพ อาหารคลีนมีรสชาติที่อร่อย สะอาด และถูกสุขอนามัย ส่วนซื้อที่น้อยที่สุด ได้แก่ อาหารคลีนมีช่องทาง การสั่งซื้อออนไลน์ ทั้งนี้เนื่องจากการเลือกรับประทานอาหารคลีนเพื่อสุขภาพ เป็นอีกทางเลือกสำหรับคนรักสุขภาพที่จะเลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย โดยเฉพาะในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ดังผลการศึกษาของลัดดาวัลย์ โชคถาวร และขวัญกมล ดอนขวา (2560) ที่พบว่าทัศนคติต่ออาหารคลีนทางบวกโดยอาหารคลีนช่วยให้สุขภาพดีขึ้น รองลงมา คือ อาหารคลีนมีส่วนช่วยในการรักษาสีผิวและผิวพรรณได้ อาหารคลีนเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ อาหารคลีนมีคุณค่าทางโภชนาการสูง และอาหารคลีนมีการใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ อาหารคลีนมีความน่าสนใจในการซื้อ และอาหารคลีนมีประโยชน์ต่อร่างกายมากกว่าอาหารปกติทั่วไป อาหารคลีนมีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป และอาหารคลีนควรเป็นอาหารที่ปรุงสดใหม่ สอดคล้องกับการศึกษาของณัฐภัทร วัฒนถาวร (2560) ที่พบว่า ทัศนคติของผู้บริโภคต่อการบริโภคอาหารคลีนโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยอาหารคลีนไม่ใช่สารปรุงแต่งที่เป็นอันตรายต่อร่างกาย เช่น ผงชูรส การรับประทานอาหารคลีนเป็นสิ่งที่ทำได้ง่ายในชีวิตประจำวัน อาหารคลีนใช้วัตถุดิบที่ปราศจากสิ่งเจือปน เช่น ผักปลอดสารพิษ รู้ดีกว่าอาหารคลีนมีรสชาติถูกปาก และอาหารคลีนมีราคาที่ไม่แพงจนเกินไป และสามารถรับประทานได้บ่อย และสอดคล้องกับการศึกษาของรุ่งนภา ชัยธนฤทธิ์ (2563) ที่พบว่า ทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนทางช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และการสั่งอาหารคลีนผ่านช่องทางออนไลน์เป็นสิ่งที่เป็นที่นิยม รองลงมา คือ การสั่งอาหารคลีนผ่านทางช่องทางออนไลน์เป็นสิ่งที่คุ้มค่า, การสั่งอาหารคลีนผ่านช่องทางออนไลน์เป็นสิ่งที่ทุกคนปฏิบัติเป็นเรื่องปกติ และการสั่งอาหารคลีนผ่านทางช่องทางออนไลน์เป็นสิ่งจำเป็น

พฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 อยู่ในระดับมาก เนื่องมาจากการเลือกรับประทานอาหารคลีนเป็นอีกหนึ่งที่คนรักสุขภาพเลือกรับประทาน และในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ช่องทางการซื้อสินค้าออนไลน์เป็นทางเลือกที่สำคัญคนส่วนใหญ่ และบริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ได้รับความนิยมทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย สำหรับธุรกิจร้านอาหารที่ใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์เป็นช่องทางส่งเสริมทางการตลาดเพื่อให้เข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่ที่มีความถนัดการใช้เทคโนโลยี และต้องการความสะดวกสบายในการเลือกซื้ออาหารได้หลากหลาย เมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลงไปในช่วงที่รัฐบาลออกมาตรการทางกฎหมายเพื่อควบคุม และป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 มีข้อจำกัดในการเดินทาง และห้ามรับประทานอาหารภายในร้าน ธุรกิจร้านอาหารต้องปรับช่องทางการให้บริการเป็นการบริการจัดส่งอาหารออนไลน์ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างต่อเนื่อง แอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ จึงได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการช่วยเหลือธุรกิจร้านอาหาร และให้บริการแก่ผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการรับประทานอาหารตามมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคมในช่วงวิกฤตไวรัสโคโรนา 2019 (จุฑามาศ ศรีรัตนนา, 2564) อีกทั้งอาหารคลีนเป็นทางเลือกหนึ่งสำหรับการสั่งซื้ออาหารออนไลน์ได้ เนื่องจากมีร้านที่ให้บริการที่เกิดขึ้นในช่วงสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 จึงทำให้ผู้บริโภคอาหารคลีนมีพฤติกรรมการบริโภคอยู่ในระดับมาก ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของพฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคต้องทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ เพื่อตอบสนองความ

ต้องการของตนเอง (Schiffman and Kanuk, 1994) หรือเพื่อตอบสนองความต้องการตามแนวคิดของความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการ กล่าวคือ ถ้าผลที่ได้รับจากสินค้า และบริการนั้นตรงกับความคาดหวัง จะทำให้เกิดความพึงพอใจ และถ้าผลที่ได้รับจากสินค้า และบริการนั้นสูงเกินความคาดหวัง จะทำให้เกิดความประทับใจ (Kotler, 2003) จึงมักจะเลือกซื้ออาหารคลีนจากป้ายที่มีราคาบอกชัดเจนอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ผู้บริโภครับประทานอาหารคลีนเพื่อสุขภาพ เลือกที่มีคุณค่าทางโภชนาการ ครบ 5 หมู่ และอาหารคลีนมีราคาถูก และมีส่วนลด สอดคล้องกับการศึกษาของ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2560) พบว่าปัจจุบันอาหารเพื่อสุขภาพกำลังได้รับความนิยม และผู้บริโภคมีแนวโน้มมากขึ้นเพื่อต้องการสุขภาพที่ดี อาหารคลีนคงคุณค่าทางอาหาร และฉลากถูกต้อง นันทะสิน (2558) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภค และความภักดีต่ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าความต้องการบริโภคอาหารคลีนเนื่องจากเป็นอาหารที่ผ่านการปรุงแต่งน้อยที่สุดจึงคงคุณค่าทางโภชนาการที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย

ปัจจัยส่วนบุคคลกับทัศนคติต่อการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 พบว่า เพศ การศึกษา และสถานภาพต่างกันมีทัศนคติต่อการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพ ในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากเพศที่ต่างกันมีทัศนคติต่อการเลือกรับประทานอาหารที่ต่างกัน โดยเพศหญิงจะมีทัศนคติต่อและพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพมากกว่าเพศชาย และการศึกษาที่ต่างกันยังมีผลต่อทัศนคติต่อการเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปจะมีทัศนคติต่อพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารคลีนมากกว่าผู้ที่มีการศึกษต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ส่วนสถานภาพก็มีพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารที่ต่างกันเช่นเดียวกัน เนื่องจากพฤติกรรมของคนโสด และคนมีครอบครัวข้อคำนึงถึงการเลือกรับประทานอาหารจะแตกต่างกันตามบทบาทความรับผิดชอบตนเอง และคนในครอบครัว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของลัดดาวัลย์ โชคถาวร และขวัญกมลดอนขวา (2560) ที่พบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่ออาหารคลีน ซึ่งอาหารคลีนช่วยให้สุขภาพดีมากขึ้น อาหารช่วยในการรักษาสิ่งแวดล้อมได้ และสอดคล้องกับการศึกษาของศิริจรยา เครือวิริยะพันธ์ และกุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร (2562) ที่พบว่า เพศ และการศึกษาที่มีต่อการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพ

ปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 พบว่า เพศ การศึกษา รายได้ อาชีพ และสถานภาพ ต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56.08 ระดับการศึกษาจบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 68.11 มีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 52.97 สถานภาพโสด ร้อยละ 66.76 แสดงให้เห็นว่า เพศ การศึกษา รายได้ อาชีพ และสถานภาพ เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกบริโภคอาหารคลีน โดยเฉพาะในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ที่ทำให้คนส่วนใหญ่หันมารักสุขภาพมากยิ่งขึ้น การเลือกรับประทานอาหารคลีน จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่จะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารคลีนได้ สอดคล้องกับการศึกษาของมลฤดี คำภูมิ (2562) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคอาหารคลีนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าอายุ รายได้ต่อเดือน เหตุผล ราคา ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับงานวิจัยของชลดา พันธุ์ประมุข (2559) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการซื้ออาหารคลีนสำเร็จรูปบริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

ส่วนใหญ่ผู้บริโภคอาหารคลีนเป็นหญิงมากกว่าเพศชาย มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี เนื่องจากต้องการดูแลสุขภาพ และลดหุ่น

ทัศนคติส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 พบว่า ทัศนคติมีผลต่อการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของโรคโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งส่งผลทางบวก โดยทัศนคติเพิ่มขึ้น 1 หน่วยมีผลต่อการตัดสินใจ .786 หน่วย หรือร้อยละ 78.60 ทั้งนี้เนื่องมาจากอาหารคลีนเป็นอาหารประเภทอแกนิคส์ ที่ผ่านกระบวนการปรุงแต่งน้อยที่สุด มีใยอาหารสูง มีวิตามินเกลือแร่สูง และไขมันต่ำ สอดคล้องกับการศึกษาของพัชรินทร์ สุขเกษม (2561) ศึกษากระบวนการตัดสินใจบริโภคคลีนของประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร ตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนในราคาที่เหมาะสม และมีคุณภาพดี รสชาติอร่อย พลอยไพลิน คำแก้ว (2557) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพโดยที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพเป็นประจำ และสอดคล้องกับการศึกษาของลัดดาวลัย โชคถาวร และขวัญมณฑล ดอนขวา (2560) ที่พบว่า ปัจจัยทัศนคติมีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนอย่างมีนัยสำคัญ .05 นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับณัฐภัทร วัฒนถาวร (2560) ที่พบว่าปัจจัยทัศนคติมีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ในกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. ทัศนคติต่อการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพ ในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 อยู่ในระดับมาก
2. พฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 อยู่ในระดับมาก
3. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ การศึกษา และสถานภาพต่างกันมีทัศนคติต่อการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
4. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ การศึกษา รายได้ อาชีพ และสถานภาพ ต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
5. ทัศนคติมีผลต่อการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของโรคโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มผู้บริโภคที่นิยมซื้ออาหารคลีนรับประทานเพื่อสุขภาพในช่วงระบาด สถานการณ์ของไวรัสโคโรนา 2019 คือ กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน ที่มีความรู้ระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีเงินเดือนหลัก 10,000 บาทขึ้นไป เพื่อป้องกันโรค และดูแลสุขภาพตัวเอง ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารคลีนจึงควรให้ความสนใจกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้

2. ศึกษาการบริโภคอาหารคลีนของผู้บริโภคเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ควรเน้นการทำอาหารคลีนราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีส่วนลดให้ลูกค้า รสชาติที่อร่อย สะอาด และถูกสุขอนามัย เพื่อมีลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

3. ผู้ประกอบการธุรกิจคลีน ควรมุ่งเน้นในการทำการสื่อสารการตลาดถึงผู้ซื้อนั้น ในประเด็นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ควรมีการให้ข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่อง และมีการคงไว้ในเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เช่น การปรุงแต่งอาหารให้น้อยที่สุดเน้นธรรมชาติ และให้ความสำคัญในประเด็นคุณค่าทางโภชนาการ และการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาการบริโภคอาหารคลีนของผู้บริโภคในกลุ่มคนอื่น เช่น ผู้สูงอายุ เด็กวัยรุ่น ที่ต้องดูแลเรื่องสุขภาพ รูปร่างและตระหนักถึงคุณค่าทางโภชนาการ

2. ศึกษาการส่งเสริมอาหารคลีนให้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย และมีการพัฒนาตำรับอาหารให้หลากหลายเมนู เน้นให้สามารถรับประทานได้ทุกวัย

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้ได้รับความร่วมมือประชาชนที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม และได้รับการสนับสนุนจากคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ และคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ในการดำเนินการวิจัยให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

กรมควบคุมโรค. (2563). รายงานสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ประจำวันที่ 19 สิงหาคม 2563 ศูนย์ปฏิบัติการภาวะฉุกเฉิน กรมควบคุมโรค. สืบค้นจาก <https://www.mop.go.th>. สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2563.

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2562). แนวโน้มตลาดอาหารปี 2562 มุ่งเน้นความยั่งยืน ความใส่ใจต่อสุขภาพ และความสะอาดสุขภาพ. สืบค้นจาก <https://www.ditp.go.th>. สืบค้นเมื่อ 5 กันยายน 2563.

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, (2561). แนวโน้มอุตสาหกรรมและขนาดตลาดของธุรกิจอาหาร. สืบค้นจาก <https://www.bsc.dip.go.th>. สืบค้นเมื่อ 6 กันยายน 2563.

จุฬามาต ศรียัตนา. (2564). พฤติกรรมการเลือกใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของผู้บริโภค ในช่วงการระบาดของไวรัสโควิด-19. วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 4(3) กันยายน-ธันวาคม, 118-128.

- ชลดา พันธุ์ประมุข.(2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้ออาหารคลีนสำเร็จรูปของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. ในการประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านบริหารธุรกิจราชชมงคลพระนคร และการนำเสนอผลงานวิจัยเชิงสร้างสรรค์ “การจัดการธุรกิจและเทคโนโลยีดิจิทัล”, 16-17 ธันวาคม 2559 กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- ณัฐกฤตา นันทะสิน. (2558). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคและความภักดีต่ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. *วารสารกระแสวัฒนธรรม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม*, 16(29) มกราคม-มิถุนายน, 3-18.
- ณัฐภัทร วัฒนถาวร. (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดของประชากรในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พริมา อัครยุทธ. (2558). *5 เทรนด์อาหารและเครื่องดื่มที่กำลังมาแรงและน่าจับตามองในอนาคต*. สืบค้นจาก <https://www.scbeic.com>. สืบค้นเมื่อ 9 สิงหาคม 2563.
- พลอยไพลิน คำแก้ว. (2557). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พัชรินทร์ สุขเกษม (256). *กระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนของประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชา การตลาด, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- มลฤดี คำภูมิ. (2562). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคอาหารคลีนในเขตกรุงเทพมหานคร*. *วารสาร Southeast Bangkok Journal*, 5(2) เดือนมกราคม-เดือนธันวาคม.
- รุ่งนภา ชัยธนฤทธิ์. (2563). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนทางช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร. (2563). *อาหารสมุนไพรเสริมภูมิคุ้มกันในภาวะที่มีการระบาดของโควิด-19*. กลุ่มงานเภสัชกรรม, 1-4.
- ลัดดาวัลย์ โชคถาวร และขวัญกมล ดอนขวา. (2560). *อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยทัศนคติที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในจังหวัดนครราชสีมา*. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยขอนแก่น (ฉบับบัณฑิตศึกษา) สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 5(1) มกราคม-เมษายน, 79-91.
- วนพร ทองโฉม. (2563). *อาหารเสริมภูมิคุ้มกันในช่วงการแพร่ระบาด Covid-19*. คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี มหาวิทยาลัยมหิดล. สืบค้นจาก <https://www.rama.mahidol.ac.th>. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2563.
- ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์ และกุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร. (2562). *ความพึงพอใจต่อการบริโภคอาหารคลีนของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. *วารสารเกษตรพระจอมเกล้า*. 37(4), 686-692.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2560). *โอกาสทำเงิน เกาะกระแสอาหารสุขภาพ*. กรุงเทพฯ: ธนาคารกสิกรไทย.
- ศูนย์อัจฉริยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร, (2562). *อาหารเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีในประเทศไทย*. สืบค้นจาก <https://www.fic.nfi.or.th>. สืบค้นเมื่อ 7 กันยายน 2563.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2563). *สู้ โควิด-19 ไปด้วยกัน คู่มือดูแลตัวเองสำหรับประชาชน*. กระทรวงสาธารณสุข, 24-25.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2562). สถิติกรุงเทพมหานคร 2562. สืบค้นจาก

<https://webportal.bangkok.go.th/pipd/page/sub/16647/สถิติกรุงเทพมหานคร-2562>

สำนักงานโภชนาการ. (2563). เมนูอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับทุกวัยในช่วงโควิด-19. กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข,1-5.

World Health Organization Thailand. โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 รายงานสถานการณ์โดยองค์การอนามัยโลก(WHO)ประจำประเทศไทย ประจำวันที่ 6 มีนาคม 2563. สืบค้นจาก <https://www.reliefweb.int>. สืบค้นเมื่อ 7 สิงหาคม 2563.

Kotler, P. 2003, **Marketing Management**. International Edition, Eleventh Edition, NJ: Prentice Hall.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. 1994. **Consumer behavior**. (5th ed.). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.

Wainer, Howard and Braun, Henry I. (1988). Test Validity. NJ: Lawrence Erlbaum.

