

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารว่างเพื่อสุขภาพประเภทผลไม้

อบแห้งแบบแห้งของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

พงศกร มณีสุวรรณ

บทคัดย่อ

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารว่างเพื่อสุขภาพประเภทผลไม้อบแห้งแบบแห้ง และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารว่างเพื่อสุขภาพประเภทผลไม้อบแห้งแบบแห้งของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ที่เคยบริโภคอาหารว่างเพื่อสุขภาพ เพื่อสอบถามความคิดเห็นโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และทำการวิเคราะห์เชิงสถิติในการวิจัยครั้งนี้ โดยใช้โปรแกรมประมวลผลทางสถิติสำเร็จรูป เพื่อนำเสนอผลการวิเคราะห์ด้วย ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับข้อมูลทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการบริโภคอาหารว่างเพื่อสุขภาพ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารว่างเพื่อสุขภาพประเภทผลไม้อบแห้งแบบแห้ง และการทดสอบไคสแควร์ (Chi-square Test) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยค่านัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการทดสอบในครั้งนี้ กำหนดไว้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรสู่สังคมผู้สูงอายุ สังคมเมืองที่ขยายตัว และวิวัฒนาการทางด้านเทคโนโลยี ส่งผลต่อลักษณะการใช้ชีวิตและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ทำให้ผู้คนเริ่มตระหนักในความสำคัญของการบริโภคอาหารที่มีคุณประโยชน์มากขึ้น ดังนั้นอาหารเพื่อสุขภาพจึงได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย และไม่ได้จำกัดเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุซึ่งต้องดูแลอาหาร

การกินของตัวเอง แต่ยังรวมถึงกลุ่มคนทั่วไปที่มีกำลังซื้อ ไปจนถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ใส่ใจในสุขภาพ ทำให้ปัจจุบันกระแสสุขภาพทั่วโลกไม่ได้หยุดแค่เรื่องของการรักษาโรค หรือดูแลร่างกายให้สมบูรณ์แข็งแรงเท่านั้นแต่ยังหันมาให้ความสนใจเรื่องของการป้องกันและดูแลสุขภาพก่อนที่จะมีการเจ็บป่วย รวมถึงรักษาสภาพจิตใจให้สมบูรณ์และแข็งแรง เช่น การให้ความสำคัญกับการบริโภคอาหาร โดยกระแสการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพกำลังเป็นเทรนด์ที่เติบโตอย่างต่อเนื่องทั่วโลก ดังเช่น จากผลสำรวจของ Euromonitor International พบว่า มูลค่าตลาดอาหารเพื่อสุขภาพทั่วโลกมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง และคาดการณ์ว่า ในปี พ.ศ.2560 มูลค่าตลาดอาจสูงถึง 1 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือหรือประมาณร้อยละ 15 ของมูลค่าอาหารและเครื่องดื่มทั้งหมด โดยประเทศที่บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเป็นอันดับต้นๆ ของโลกส่วนใหญ่เป็นประเทศที่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง เช่น สหรัฐอเมริกา เยอรมนี ฝรั่งเศส และจีน (สุทธิรัตน์ รักจิตร, 2559)

ในประเทศไทยนั้น ตลาดอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพปี 2558 มีมูลค่ากว่า 1.7 แสนล้านบาท หากพิจารณาย้อนหลัง 5 ปีมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยปีละ 9.1% นับว่าเป็นอัตราขยายตัวที่ค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับตลาดอาหารโดยรวมของประเทศซึ่งเติบโตแค่ 3-5% ต่อปี โดยประเภทอาหารที่นิยมเป็นแบบฟังก์ชันแนล หรือกินแล้วจะได้ผลอย่างหนึ่งอย่างใดชัดเจน รองลงมาคือ อาหารที่มาจากธรรมชาติและดีต่อสุขภาพ (สุทธิรัตน์ รักจิตร, 2559) ทั้งนี้เนื่องจากปัจจุบันมีการรณรงค์ผ่านสื่อต่างๆ ทำให้ผู้บริโภคเริ่มให้ความสำคัญกับการเอาใจใส่ตัวเองมากยิ่งขึ้น ซึ่งจากกระแสความนิยมของอาหารเพื่อสุขภาพดังกล่าวทำให้ธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วตามความต้องการของผู้บริโภคและยังมีการแข่งขันกันสูง ในขณะที่ผู้บริโภคต้องมีการตัดสินใจเลือกซื้อเพื่อให้ตรงกับความต้องการของตนเองมากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารว่างเพื่อสุขภาพประเภทผลไม้อบแห้งแบบแท่งของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารว่างเพื่อสุขภาพประเภทผลไม้อบแห้งแบบแท่งของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารว่างเพื่อสุขภาพประเภทผลไม้อบแห้งแบบแท่งของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

วิธีการดำเนินงานวิจัย

ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์
2. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
3. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือ ประชาชนที่บริโภคอาหารว่างเพื่อสุขภาพและอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นการกำหนดขนาดตัวอย่างในการศึกษานี้ ได้จากการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร Cochran (1977) กรณีไม่ทราบจำนวนประชากร ซึ่งผลจากการคำนวณได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 385 คน ผู้วิจัยจึงเพิ่มขนาดตัวอย่างเป็น 400 คน เพื่อป้องกันการผิดพลาดและทำให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความสะดวก (Convenience sampling) โดยสุ่มแจกแบบสอบถามเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างครบตามจำนวนขนาดที่กำหนด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจรายการ (Multiple Choice)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารว่างเพื่อสุขภาพ โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจรายการ (Multiple Choice)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารว่างเพื่อสุขภาพประเภทผลไม้อบแห้งแบบแท่ง โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะโดยจะเป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้วมาบันทึกข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ และประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมประมวลผลทางสถิติสำเร็จรูป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ใช้สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการบริโภคอาหารว่างเพื่อสุขภาพ

2. ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารว่างเพื่อสุขภาพประเภทผลไม้อบแห้งแบบแท่ง

3. การทดสอบไคสแควร์ (Chi-square Test) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม สำหรับทดสอบสมมติฐานดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารว่างเพื่อสุขภาพประเภทผลไม้อบแห้งแบบแท่งของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารว่างเพื่อสุขภาพประเภทผลไม้อบแห้งแบบแท่งของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

โดยค่านัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ กำหนดไว้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.0 มีอายุ 25-34 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.5 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 63.7 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนคิดเป็นร้อยละ 50.5 และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 55,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.5

พฤติกรรมการบริโภคอาหารว่างเพื่อสุขภาพของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาพบว่า เหตุผลที่เลือกบริโภคอาหารว่างเพื่อสุขภาพส่วนใหญ่คือ เพื่อให้มีสุขภาพร่างกายแข็งแรง คิดเป็นร้อยละ 31.8 ช่วงเวลาที่เลือกบริโภคอาหารว่างเพื่อสุขภาพบ่อยที่สุดคือ ระหว่างมือกลางวันถึงมือเย็น คิดเป็นร้อยละ 44.7 ส่วนใหญ่เลือกซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพที่ร้านสะดวกซื้อ คิดเป็นร้อยละ 40.4 พบว่ามีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อในแต่ละครั้งคือ 50 - 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.2 โดยบริโภคสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30.0 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารว่างเพื่อสุขภาพมากที่สุดคือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 53.5 ซึ่งส่วนใหญ่บริโภคผลไม้สดบ่อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.5 และมีความสนใจอาหารว่างเพื่อสุขภาพที่มีลักษณะเป็นผลไม้อบแห้งในรูปแบบแท่ง คิดเป็นร้อยละ 62.2 เพราะพกพาสะดวก ทานง่าย คิดเป็นร้อยละ 52.2 ส่วนกลุ่มที่ไม่สนใจ คิดเป็นร้อยละ 37.8 ไม่สนใจเพราะชอบผลไม้สดมากกว่าไม่ชอบผลไม้แปรรูป คิดเป็นร้อยละ 44.4

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารว่างเพื่อสุขภาพประเภทผลไม้อบแห้งแบบแท่งของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารว่างเพื่อสุขภาพประเภทผลไม้อบแห้งแบบแท่งโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผู้บริโภคให้ความสำคัญระดับมากที่สุด โดยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ปัจจัย	พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารว่างเพื่อสุขภาพประเภทผลไม้อบแห้งแบบแท่ง					
	เหตุผลที่เลือกบริโภคอาหารว่างเพื่อสุขภาพ	สถานที่ที่เลือกซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ	ความถี่ในการเลือกบริโภคอาหารว่างเพื่อสุขภาพ	ประเภทอาหารว่างเพื่อสุขภาพที่บริโภคบ่อย	ความสนใจต่ออาหารว่างเพื่อสุขภาพที่มีลักษณะเป็นผลไม้อบแห้งในรูปแบบแท่ง
ประชากรศาสตร์						
เพศ	✓		✓		✓	✓
อายุ	✓	✓	✓		✓	
ระดับการศึกษา	✓	✓			✓	
อาชีพ	✓	✓	✓		✓	✓
รายได้	✓	✓	✓		✓	
ส่วนประสมทางการตลาด						
ผลิตภัณฑ์ (Product)		✓	✓	✓		✓
ราคา (Price)	✓	✓		✓		✓
ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)						
การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	✓	✓	✓	✓		✓

การอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษา ผู้วิจัยนำประเด็นที่น่าสนใจมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. จากการศึกษาพบว่าปัจจัยทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารว่างเพื่อสุขภาพประเภทผลไม้อบแห้งแบบแท่งของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเมื่อจำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีรายละเอียดดังนี้

1.1 เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารว่างเพื่อสุขภาพประเภทผลไม้ ออบแห้งแบบแช่แข็งในด้านเหตุผลที่เลือกบริโภคอาหารว่างเพื่อสุขภาพ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพในแต่ละครั้ง ประเภทอาหารว่างเพื่อสุขภาพที่บริโภคบ่อยที่สุดและความสนใจต่ออาหารว่างเพื่อสุขภาพที่มีลักษณะเป็นผลไม้อบแห้งในรูปแบบแช่แข็ง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเพศหญิงมีความใส่ใจในเรื่องของอาหารที่จะรับประทานเข้าสู่ร่างกายเพื่อให้เกิดประโยชน์แล้วส่งผลต่อสุขภาพ รูปร่าง ผิวพรรณที่ดี และเป็นผู้เลือกซื้ออาหารให้กับคนในครอบครัว ดังเช่นจากการศึกษาครั้งนี้พบว่าเพศหญิงมีส่วนการบริโภคอาหารว่างเพื่อสุขภาพบ่อยกว่าเพศชาย และมีสัดส่วนของความสนใจต่ออาหารว่างเพื่อสุขภาพที่มีลักษณะเป็นผลไม้อบแห้งในรูปแบบแช่แข็งมากกว่าเพศชาย (พิจารณาจากตารางที่ 17) จึงทำให้เพศมีผลทำให้พฤติกรรมการบริโภคอาหารว่างเพื่อสุขภาพแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐกฤตา นันทะสิน (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคและความภักดีต่ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านมูลค่าในการบริโภค (บาท/ครั้ง) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่.05 โดยพบว่า เพศหญิงมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านมูลค่าในการบริโภค (บาท/ครั้ง)มากกว่าเพศชาย

1.2 อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารว่างเพื่อสุขภาพประเภทผลไม้ ออบแห้งแบบแช่แข็งในด้านเหตุผลที่เลือกบริโภคอาหารว่างเพื่อสุขภาพ สถานที่ที่เลือกซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพบ่อยที่สุด ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ ประเภทอาหารว่างเพื่อสุขภาพที่บริโภคบ่อยที่สุด และความสนใจต่ออาหารว่างเพื่อสุขภาพที่มีลักษณะเป็นผลไม้อบแห้งในรูปแบบแช่แข็ง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะแต่ละอาชีพที่ต่างกันจึงทำให้วิถีการดำเนินชีวิตต่างกัน อีกทั้งยังรวมถึงค่านิยมที่ได้รับ และทัศนคติจากสังคมในที่ทำงานที่แตกต่างกัน จึงทำให้อาชีพมีผลทำให้พฤติกรรมการบริโภคอาหารว่างเพื่อสุขภาพแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตภา พรหมสวัสดิ์ (2555) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงสมองและความจำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าอาชีพและรายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารบำรุงสมองและความจำด้านค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้งต่างกัน

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารว่างเพื่อสุขภาพประเภทผลไม้อบแห้งแบบแท่งของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับความสนใจต่ออาหารว่างเพื่อสุขภาพที่มีลักษณะเป็นผลไม้อบแห้งในรูปแบบแท่ง ซึ่งจากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดระดับมากถึงมากที่สุด ดังนั้นปัจจัยเหล่านี้จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้บริโภคนำมาพิจารณาเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารว่างเพื่อสุขภาพ และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้บริโภคนำมาพิจารณาในความสนใจต่ออาหารว่างเพื่อสุขภาพที่มีลักษณะเป็นผลไม้อบแห้งในรูปแบบแท่ง ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตภา พรหมสวัสดิ์ (2555) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงสมองและความจำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า (1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารบำรุงสมองและความจำด้านความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์ ต่อครั้ง (2) ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ (3) ด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารบำรุงสมองและความจำด้านค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้ง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษาพบว่า เพศ และอาชีพมีความสัมพันธ์กับความสนใจต่ออาหารว่างเพื่อสุขภาพที่มีลักษณะเป็นผลไม้อบแห้งในรูปแบบแท่ง ดังนั้นกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย คือ กลุ่มผู้บริโภคเพศหญิง อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน นักเรียน/นักศึกษา และธุรกิจส่วนตัว เนื่องจากมีส่วนความสนใจต่ออาหารว่างเพื่อสุขภาพที่มีลักษณะเป็นผลไม้อบแห้งในรูปแบบแท่งมากที่สุด ในขณะที่อายุรายได้ และระดับการศึกษาทุกกลุ่มมีความสนใจในสัดส่วนที่ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นกลุ่มอายุรายได้ และระดับการศึกษา เป็นกลุ่มเป้าหมายเช่นกัน

นอกจากนี้จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเลือกบริโภคอาหารว่างเพื่อสุขภาพ และความสนใจต่ออาหารว่างเพื่อสุขภาพที่มีลักษณะเป็นผลไม้อบแห้งในรูปแบบแท่งของ ประชาชนในกรุงเทพมหานคร แสดงว่าปัจจัยเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้บริโภคนำมาพิจารณา เกี่ยวกับความถี่ในการบริโภคและความสนใจต่ออาหารว่างเพื่อสุขภาพที่มีลักษณะเป็นผลไม้ อบแห้งในรูปแบบแท่ง ดังนั้นเพื่อให้ผู้บริโภคสนใจผลไม้อบแห้งในรูปแบบแท่งและมีความถี่ใน การบริโภคเพิ่มขึ้น ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างมากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญและใส่ใจกับรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ เช่น ผลิตภัณฑ์ ได้รับการรับรองจากสำนักคณะกรรมการอาหารและยา บรรจุภัณฑ์ระบุวันที่ผลิตและวันที่หมดอายุ ระบุส่วนประกอบของอาหาร ระบุคุณประโยชน์ และปริมาณสารอาหารต่อหน่วย รวมถึงมีความ สวยงามของแพ็คเกจ และสามารถพกพาได้สะดวก

2. ด้านราคา พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับราคาเป็นอย่างมาก ดังนั้น ผู้ประกอบการควร ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา โดยควรตั้งราคาให้เหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพสินค้า

3. ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาดเป็น อย่างมากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยควร มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านช่องทางต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภครู้จักตราสินค้า โดย ประชาสัมพันธ์สื่อให้ผู้บริโภคเห็นถึงประโยชน์และความสะดวกในการบริโภคผลไม้อบแห้งใน รูปแบบแท่ง โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค ซึ่งเป็นสื่อที่เข้าถึงผู้บริโภคได้ รวดเร็วและทั่วถึง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างของผู้ที่สนใจรับประทานอาหารว่างเพื่อสุขภาพ เขตอื่นๆ เพื่อขยาย พื้นที่ในการศึกษาให้ครอบคลุมมากขึ้น เพื่อประโยชน์ในการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้บริโภค

2. ศึกษาอาหารว่างเพื่อสุขภาพประเภทอื่นที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภค ณ ขณะนั้น เพื่อนำ ผลการศึกษาที่ได้มาประยุกต์ใช้กับอาหารว่างเพื่อสุขภาพประเภทผลไม้อบแห้งแบบแท่ง

3. ศึกษาความพึงพอใจต่ออาหารว่างเพื่อสุขภาพประเภทผลไม้อบแห้งแบบแท่งของผู้บริโภคเพื่อนำผลจากการศึกษาที่ได้ไปพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

บรรณานุกรม

สุทธิรัตน์ รักจิตร.(2559). โอกาสของอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ. คั่นเมื่อ

25 กุมภาพันธ์ 2560, จาก

<http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9590000039873>

Cochran, W.G. (1977). Sampling Techniques (3rd ed.). New York, John Wiley and Sons Inc.