

ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ
ของไวรัสโคโรนา 2019 สายพันธุ์โอไมครอน

DETERMINING FACTOR INFLUENCING CONSUMER BEHAVIOR DURING THE
COVID-19 PANDEMIC: OMICRON VARIANT

^{1#}พุฒิพงษ์ ธนวีระกุล, ^{2*}ธนธร ชื่นยินดี*, ^{3#}ณัฐกิตต์ อยู่ด้วง

¹คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

²ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหการและการจัดการการบินกองการศึกษา โรงเรียนนายเรืออากาศนวมินทกษัตริยาธิราช

³คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ

^{1#}Puthipong Tanaveerakul ^{2*}Thanatorn Chuenyindee*, ^{3#}Nattakit Yuduang

¹Business School, University of The Thai Chamber of Commerce

²Industrial Engineering and Aviation management, Navaminda Kasatriyadhiraj Royal Air Force Academy

³Faculty of Business Administration, Suvarnabhumi Institute of Technology

[#]Puthipong_tan@utcc.ac.th, ^{*}thanatorn_chu@rtaf.mi.th, [#]Nuttakit33@gmail.com

Received : 2 April, 2024

Revised : 12 September , 2024

Accepted : 11 November, 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนไทยภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 สายพันธุ์โอไมครอน โดยใช้หลักการวิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้างเพื่อหาความสัมพันธ์เชิงเหตุผลที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารของคนไทยแบบสอบถามจำนวน 45 ข้อ ได้ถูกรวบรวมจากคนไทยที่อาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร และปริมาณจำนวนทั้งสิ้น 400 คนผ่านช่องทางออนไลน์ภายใต้มาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 สายพันธุ์โอไมครอนอย่างเคร่งครัด ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าตัวเลือกอาหารส่งผลโดยตรงอย่างมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 โดยความสะดวกสบายส่งผลทางตรงอย่างมีนัยสำคัญต่อตัวเลือกอาหารมากที่สุด ตามมาด้วย ความอยากอาหาร การรับรู้ถึงภัยอันตราย การรับรู้ถึงความเปราะบาง และ เงื่อนไขสุขภาพ อย่างไรก็ตามผลจากการวิจัยแสดงให้เห็นว่า งบประมาณไม่ส่งผลโดยตรงอย่างมีนัยสำคัญต่อตัวเลือกอาหารในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 การศึกษานี้เป็นการศึกษาแรกที่ผนวก รวมแนวคิดทฤษฎีแรงจูงใจในการป้องกันโรค และทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนเข้าด้วยกัน อนึ่งงานวิจัยนี้อาจนำไปใช้เพื่อเป็นโมเดลต้นแบบในการศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของคนไทยภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 เพื่อเป็นแนวทางและประโยชน์กับทางภาครัฐในการบรรเทา และลดความเสี่ยงจากโรคระบาดได้อย่างเป็นรูปธรรม

คำสำคัญ: โมเดลสมการ โครงสร้าง, พฤติกรรมผู้บริโภค, สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019

Abstract

This research aimed to determining factors affecting consumer behavior refer to Thai people during the COVID-19 pandemic, especially Omicron variant. Structural Equation Modeling was utilized to find casual relationships under the behavioral decision of Thai people. Total of 400 Thais around Bangkok and metropolitan provinces were participated and filled 45 online questionnaires under strictly prevention and control of COVID-19. The research findings indicate that food choices had a direct and significant impact on consumer eating behaviors during the COVID-19 pandemic. Convenience had the strongest direct effect on food choices, followed by appetite, risk perception, vulnerability perception, and health conditions. However, the research also showed that budget constraints did not have a significant direct impact on food choices during the pandemic. This study is a very first study that integrated the Protection Motivation Theory and Theory of Planned Behavior together. In addition, this research could be substantial findings that can be used as a preliminary model for other decision-making of Thai people during COVID-19 pandemic for beneficial and pandemic mitigation as well.

Keywords: Structural equation modeling, Consumer behavior, COVID-19 pandemic

1. บทนำ

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งทวีความรุนแรงมาตั้งแต่เดือนธันวาคม ปี พ.ศ. 2562 แสดงให้เห็นถึงความร้ายแรงที่เกิดขึ้นจากโรคระบาดดังกล่าว จากข้อมูล ณ เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2567 มีผู้ติดเชื้อจากการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 เป็นจำนวนทั้งสิ้น 776,798,873 คน รวมถึงมีผู้เสียชีวิตจำนวน 67,074,400 คนจากทั่วโลก และปัจจุบันมีผู้ได้รับวัคซีนป้องกันโรคแล้วจำนวน 13,644,673,610 โดส [1] โดยทางรัฐบาล เจ้าหน้าที่ทางการแพทย์ รวมถึงประชาชนชาวไทยทุกคนต่างก็เป็นส่วนหนึ่งที่ได้รับผลกระทบ และมีส่วนร่วมเพื่อบรรเทาเยียวยา รวมถึงลดความเสี่ยง จากการติดเชื้อโควิด 2019 การสูญเสียชีวิต หรือแม้กระทั่งการสูญเสียทางด้านเศรษฐกิจอันเนื่องมาจากโรคระบาดร้ายแรงครั้งนี้

จากสถานการณ์ปัจจุบัน เป็นไปไม่ได้เลยที่ภาคเศรษฐกิจจะไม่ได้ผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดครั้งนี้ ธุรกิจต่าง ๆ ได้รับผลกระทบจากสภาวะนี้ทั้งสิ้นไม่มากก็น้อย ธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศซบเซาลง เนื่องจากประเทศไทยไม่สามารถรับนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากได้ภายใต้มาตรการควบคุมการระบาดของโรค ทำให้ธุรกิจต่าง ๆ ได้รับผลกระทบต่อกันเป็นลูกโซ่ ซึ่งธุรกิจร้านอาหารก็เป็นธุรกิจหนึ่งที่ได้รับผลกระทบอย่างหนักจากสถานการณ์การแพร่ระบาดครั้งนี้

อันเนื่องมาจากการที่ร้านอาหารไม่สามารถเปิดให้บริการภายในร้าน (Dine in) ได้ จึงเหลือเพียงแค่ตัวเลือกในการส่งกลับบ้านและการส่งเท่านั้น [2] รวมถึงการที่รัฐบาลได้ออกมาตรการเพื่อลดการแพร่ระบาดของไวรัส ให้มีการเว้นระยะห่างทางกายภาพ (Physical Distancing) ทั้งยังมีการณรงค์ให้ภาครัฐและเอกชนต่างทำงานจากที่บ้าน (Work from Home) หรือสลับกันทำงานระหว่างบ้านกับที่ทำงาน (Hybrid WFH) และการให้นักเรียนหรือนักศึกษาเรียนออนไลน์ระยะไกล (Online) นั้นทำให้ประชาชนชาวไทยต่างตระหนักถึงความรุนแรงและความเสี่ยงในการติดเชื้อ ส่งผลให้ประชาชนต่างอยู่บ้านกันมากขึ้นและต่างมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่แตกต่างออกไปจากเดิม คือการนิยมสั่งอาหารมารับประทานที่บ้านผ่านทางแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ (Food delivery)

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการบริโภคอาหาร และการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 โดยการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคชาวไทยในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เชิงสถิติ

2. เพื่อหาความสัมพันธ์เชิงเหตุและผล (Casual relationship) ให้ได้มาซึ่งปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคโดยตรง ถือได้ว่างานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยกลุ่มแรกๆ ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคผ่านการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลเพื่อเป็นประโยชน์ต่อรัฐบาลในการออกมาตรการเยียวยา และเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการร้านอาหาร หรือผู้ให้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ในการดำเนินธุรกิจจนมีความสามารถในการแข่งขัน (Competitive advantage) กับรายอื่นๆ ได้อย่างยั่งยืน

3. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

3.1 ทฤษฎีแรงจูงใจในการป้องกันโรค

ทฤษฎีแรงจูงใจในการป้องกันโรค (Protection motivation theory) หรือ The PMT model ถูกนำมาใช้ในการประเมินความเข้าใจหรือประเมินความกลัวในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ รวมถึงประสบการณ์ด้านสุขภาพต่างๆ ที่เคยได้รับ เช่น การเป็นโรครุนแรงหรือการติดเชื้อ ทฤษฎีนี้อาจรวมถึงการประเมินปัจจัยต่างๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อความน่าจะเป็นในการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของการตอบสนองต่อสิ่งเร้าของบุคคลในด้านสุขภาพ [3] แนวคิดที่สำคัญของทฤษฎีนี้คือ การสร้างแรงจูงใจหรือแรงขับเคลื่อนในตัวบุคคลเพื่อต่อต้านสิ่งที่เห็นว่าอาจจะก่อให้เกิดอันตรายต่อตัวเองและการควบคุมตนเองได้ เช่น การรักษาระยะห่างทางสังคม การไม่เข้าไปใกล้ผู้ป่วยโรคอีสุกอีใส การหาวหรือจามใส่ผู้อื่นที่ติดเชื้อ HIV ทั้งๆ ที่ผู้ป่วยไม่สามารถแพร่เชื้อได้โดยการสัมผัส และการบริโภคอาหารและการออกกำลังกายของผู้ป่วยเบาหวาน เป็นต้น [4]

ในเบื้องต้นผู้วิจัยได้นำองค์ประกอบของทฤษฎีแรงจูงใจในการป้องกันโรคมาเป็นโมเดลเพื่อใช้ในการสร้างสมมติฐาน ได้แก่ 1) การรับรู้ถึงความรุนแรงของโรคหรือภัยคุกคาม (Perceived Severity) เช่น การรับรู้ถึงความรุนแรงของไวรัสโคโรนา 2019 2) การรับรู้ถึงความเปราะบางของตัวบุคคล (Perceived Vulnerability) เช่น การที่เรารู้สึกกังวลเมื่อคนรอบตัวอาจจะติดไวรัสโคโรนา 2019 และ 3) พฤติกรรม (Behavior) ที่เกิดจากการระวังตัวหรือการป้องกันตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 [5] เป็นปัจจัยเชิงสาเหตุของพฤติกรรมการบริโภคอาหาร

3.2 ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) เป็นทฤษฎีเชิงจิตวิทยาที่ต่อยอดมาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล ซึ่งถูกแสดงออกมาจากเจตนาที่แท้จริงของมนุษย์ [6] โดยเพิ่มเติมข้อจำกัดในด้านของพฤติกรรมบุคคลในการควบคุมพฤติกรรมที่ไม่ได้แสดงออกจากการกระทำด้วยเหตุผล ประกอบไปด้วย หัสนคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มตัวอย่าง และการรับรู้ความสามารถของตนเองในการควบคุมพฤติกรรม [7] จากงานวิจัยของ Prasetyo, et. al., 2020 [8] ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้าและความจงรักภักดีต่อแบรนด์ในบริการส่งอาหารออนไลน์ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 โดยใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ผลจากการวิจัยพบว่าแรงจูงใจเชิงรุกส่งผลสูงสุดต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ อีกทั้งยังส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคอีกด้วย ในเบื้องต้นผู้วิจัยได้นำองค์ประกอบของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนมาเป็นโมเดลเพื่อใช้ในการสร้างสมมติฐานในด้านของพฤติกรรมการบริโภค (Consumer Behavior) นั่นเอง

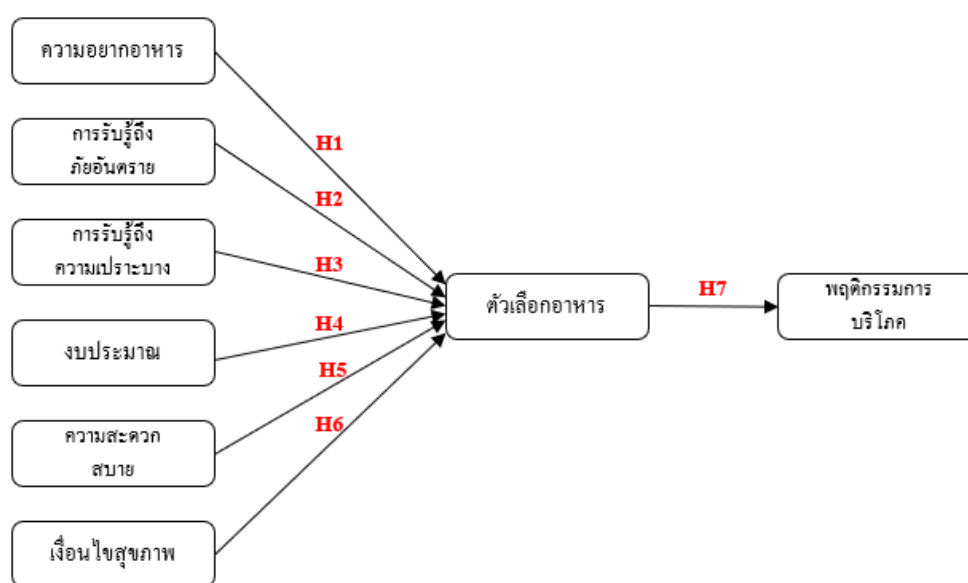
3.3 แบบจำลองโมเดลสมการโครงสร้าง

แบบจำลองโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling, SEM) เป็นเทคนิคทางสถิติขั้นสูงที่ใช้สำหรับศึกษาและวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลระหว่างตัวแปรแฝงต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กันต่อเนื่องหลายตัวแปร โดยทำการประมาณค่าพารามิเตอร์ของโมเดลทุกตัวพร้อมกันด้วยระบบสมการ (Simultaneous equation) เป็นเทคนิคที่นิยม

ใช้ในงานวิจัยที่มีกรอบแนวความคิดหรือทฤษฎีต่าง ๆ รองรับ ส่วนมากมักจะใช้ในการยืนยันทดสอบปัจจัยหรือสมมติฐาน (Confirmatory analysis) ปัจจุบันถือว่าเป็นเทคนิคที่นิยมใช้ในประเทศไทยและต่างประเทศ [9]

จากงานวิจัยที่ผ่านมาเห็นได้ว่าแบบจำลองโมเดลสมการ โครงสร้างถูกประยุกต์เพื่อใช้ในการประเมินพฤติกรรมของมนุษย์ในด้านการยอมรับ ความตั้งใจ การบริโภคและอุปโภค [10] [11] [12] [13] [14] และ [15] ได้ศึกษาแบบจำลองโมเดลสมการโครงสร้างเพื่อหาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 นอกจากนี้ นลินี และคณะ, 2564 [2] ยังได้ศึกษาแบบจำลองโมเดลสมการ โครงสร้างเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้ออาหารเดลิเวอรี่ออนไลน์ในสถานการณ์โควิด 19 อีกด้วย จึงเห็นได้ว่าแบบจำลองโมเดลสมการ โครงสร้างสามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อหาความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลในการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชัน รวมถึงพฤติกรรมการจับจ่ายใช้สอยได้เป็นอย่างดี

4. กรอบแนวคิดงานวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในงานวิจัย

5. สมมติฐานในงานวิจัย

อันเนื่องมาจากมาตรการการเว้นระยะห่างทางกายภาพ (Physical distancing) ที่ทางรัฐบาลกำหนดให้มีการเว้นระยะห่างอย่างน้อย 1 เมตร หรือแม้แต่การณรงค์ให้มีการทำงานที่บ้าน การเรียนการสอนออนไลน์ จึงส่งผลให้คนไทยมีความตระหนักรู้ถึงอันตรายและความรุนแรงของโรค [16] พฤติกรรมการบริโภคของคนไทยจึงเปลี่ยนไปให้สอดคล้องกับมาตรการที่ทางรัฐบาลกำหนดไว้ จากงานวิจัยของ อภิสิทธิ์ [17] ยังกล่าวไว้ว่าตัวเลือกรายการอาหารและงบประมาณมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ จึงเป็นที่มาของการตั้งสมมติฐานต่าง ๆ เหล่านี้

H1: ความอยากอาหารส่งผลกระทบโดยตรงต่อตัวเลือกเมนู

เนื่องมาจากความอยากอาหารนั้นถูกสั่งการโดยตรงจากระบบประสาทส่วนกลางและระบบประสาทส่วนปลาย การที่ระบบประสาทส่วนกลางได้กระตุ้นความรู้สึกลึกซึ้งอยากอาหารไปยังประสาทส่วนปลายนั้น ส่งผลทำให้เกิดความอยากอาหารออกมา [18] เมื่อคนเราเห็นเมนูอาหารหรือได้กลิ่น การรับรู้สีและกลิ่นของอาหารจะส่งสัญญาณไปที่สมอง ทำให้สมองเข้าใจว่าอาหารมีรสชาติอร่อย โดยเฉพาะโลโก้ของอาหารที่มีสีแดง รวมถึงการตกแต่งเมนูอาหาร หรือแพ็คเกจอาหารที่มีสีแดง จะทำให้สมองเข้าใจว่าอาหารรสชาติอร่อยทำให้อยากรับประทานอาหารมากยิ่งขึ้น อีกทั้งเมื่อเห็นรูปภาพ

อาหารที่มีการตกแต่งตามลักษณะดังกล่าวก็จะรู้สึกอยากอาหารทันที และเลือกซื้อในที่สุด [19]

H2: การรับรู้ถึงภัยอันตรายส่งผลกระทบต่อตัวเลือกเมนู

การรับรู้ถึงภัยคุกคามและความรุนแรงที่จะเกิดขึ้นส่งผลต่อแรงจูงใจให้เกิดความตระหนักถึงอันตรายของการบริโภคอาหารหรือการเลือกเมนู เช่น การรับรู้ถึงภัยอันตรายจากการรับประทานอาหารประเภทอาหารจานด่วนอาหารตามสั่ง อาหารสำเร็จรูป หรือกึ่งสำเร็จรูป ส่งผลกระทบโดยตรงต่อการเลือกรับประทานอาหารเหล่านี้ [20]

H3: การรับรู้ถึงความเปราะบางส่งผลกระทบต่อตัวเลือกเมนู

ความวิตกกังวลและการรับรู้ความเสี่ยงต่อการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 มีความสัมพันธ์กับการเลือกเมนูอาหารและการเลือกร้านอาหารข้างนอกบ้านหรือนอกที่ทำงาน

H4: งบประมาณส่งผลกระทบต่อตัวเลือกเมนู

เมื่อมนุษย์มีความกลัวต่อโรคร้ายไข้เจ็บ ตามสัญชาตญาณในการเอาตัวรอดของมนุษย์ ก็จะก่อให้เกิดแรงจูงใจในการป้องกันโรคตามมา จึงทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ชีวิตไปในทางที่ดีขึ้น ระมัดระวังขึ้น และสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น [21] ในขณะที่เดียวกันในเรื่องของงบประมาณในการอุปโภคบริโภคก็ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการซื้ออาหารอีกด้วย [17] จึงเป็นที่มาของการตั้งสมมติฐานนี้

H5: ความสะดวกสบายส่งผลกระทบต่อตัวเลือกเมนู

เมื่ออยู่ในสภาวะที่เร่งรีบคนไทยมักจะบริโภคอาหารประเภทอาหารจานด่วนหรือฟาสต์ฟู้ดโดยคำนึงถึงความสะดวกสบายเป็นหลัก [22] เป็นผลให้สังคมไทยกำลังเผชิญหน้ากับปัญหาสุขภาพ อันเนื่องมาจากพฤติกรรมการบริโภคอาหารไม่ถูกต้องตามหลักสุขลักษณะ จึงก่อให้เกิดโรคร้ายไข้เจ็บมากมายที่มาจากอาหาร เช่น โรคหัวใจ โรคเมะเร็ง และโรคเบาหวาน เป็นต้น [24] พฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนไทยเน้นความสะดวกสบาย รวดเร็ว แต่ไม่เน้นในเรื่องของคุณค่าทางโภชนาการ [25] นอกจากนี้ความสะดวกสบายส่งผลให้บุคคลรู้สึกอยากรับประทานอาหารในร้านที่อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงานมากกว่าร้านที่อยู่ไกล และมีแนวโน้มที่จะเลือกสั่งอาหารมาจากรีการส่งอาหารผ่านทาง Application แทนมากขึ้น เพื่อให้เกิดความรู้สึกสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น [12] และ [23]

H6: เจื่อนไขสุขภาพส่งผลกระทบต่อตัวเลือกเมนู

เจื่อนไขสุขภาพ เช่น โรคอ้วน ไขมันในเลือดสูง เบาหวาน เป็นต้น ซึ่งเจื่อนไขเหล่านี้ทำให้บุคคลต้องเลือกทานอาหารเพื่อสุขภาพมากกว่าเลือกจากความสะดวกสบาย เช่น การรับประทานอาหารคลีนมากกว่าอาหารธรรมดาหรืออาหารที่มีน้ำตาลหรือไขมันน้อย อีกทั้งจำเป็นต้องตรวจสอบข้อมูลโภชนาการของอาหารแต่ละชนิดก่อนจะเลือกรับประทาน เป็นต้น [20] และ [22]

H7: ตัวเลือกเมนูส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

ตัวเลือกเมนูส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการบริโภคในด้านความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น เช่น การเลือกรับประทานอาหารสำเร็จรูประหว่างการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 การงดรับประทานอาหารนอกบ้านหรือบางคนเกิดความเครียดและกังวลระหว่างที่มีการแพร่ระบาดของโรค ก็จะมีพฤติกรรมการรับประทานอาหารที่มากขึ้น หรือเบื่ออาหาร บางคนงดการรับประทานอาหารกับคนหมู่มาก อาหารประเภทบุฟเฟ่ต์ หรือเปลี่ยนเป็นการใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์ผ่าน Application เป็นต้น [12] [22] และ [23]

6. วิธีดำเนินการวิจัย

6.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาในครั้งนี้ได้รับอนุมัติจาก Ethical Approval of A Research Project From Research Ethics Committee of Mapua University หมายเลขคำขอ FM-RC-22-04 ในการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ได้ทำการตอบแบบสอบถามด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 โดยได้รับความยินยอมในการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัว ในการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง ผู้ตอบแบบสอบถามอาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยเก็บข้อมูลจากบุคคลอายุ 15-64 ปี (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 25 ปี) และส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ไม่ได้ทำประกันสุขภาพไว้

ตารางที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ (กลุ่มตัวอย่าง = 400 คน)

ลักษณะประชากรศาสตร์	ประเภท	กลุ่มตัวอย่าง	%
เพศ	ชาย	302	75.5
	หญิง	95	23.8
	ไม่ระบุ	3	0.7
อายุ	15-24 ปี	213	53.2
	25-34 ปี	44	11.0
	35-44 ปี	66	16.5
	45-54 ปี	37	9.3
	55-64 ปี	26	6.5
	มากกว่า 64 ปี	14	3.5
รายได้ต่อเดือน	น้อยกว่า 15,000 บาท	197	49.2
	15,001 - 25,000 บาท	66	16.5
	25,001 - 35,000 บาท	38	9.5
	35,001 - 45,000 บาท	41	10.3
	45,000 บาทขึ้นไป	58	14.5
ประกันสุขภาพ	ทำ	136	34.0
	ไม่ได้ทำ	264	66.0

6.2 เครื่องมือที่ใช้และแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 แสดงรายการข้อคำถามและการวัดประเมินในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารภายใต้สถานการณ์การระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 แบบสอบถามได้ถูกกระจายผ่านทางช่องทางออนไลน์โดยวิธีสุ่ม (Convenience sampling method) โดยใช้ข้อคำถามจากหัวข้อสมมติฐานดังนี้ ความอยากอาหาร (A) ตัวเลือกเมนู (MO) การรับรู้ถึงภัยอันตราย (PS) การรับรู้ถึงความประหลาด (PV) งบประมาณ (B) ความสะดวกสบาย (C) เงื่อนไขสุขภาพ (HC) ซึ่งข้อคำถามเหล่านี้ถูกสร้างขึ้นเพื่อกำหนดปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค (BV) ของคนไทย นอกจากนี้ยังใช้มาตราวัดของลิเกิร์ต (Likert rating scales) เพื่อให้ผู้ทำแบบสอบถามได้ให้คะแนน 1-5 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง-เห็นด้วยอย่างยิ่ง) ต่อข้อคำถามในแต่ละข้อ

ตารางที่ 2 แบบสอบถามปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรบริโภค

สมมติฐาน	ประเภท	ข้อความถาม	งานวิจัย รองรับ
ความ อยากอาหาร	A1	เมื่อข้าพเจ้าเห็นรูปภาพอาหารตามสื่อโซเชียล ข้าพเจ้าจะรู้สึกหิวข้าวทันที	[26]
	A2	เมื่อถึงเวลาพักเที่ยงข้าพเจ้าจะรู้สึกหิวข้าวทันที	
	A3	เมื่อข้าพเจ้าได้กลิ่นอาหาร ข้าพเจ้าจะรู้สึกหิวข้าวทันที	[27]
	A4	เมื่อเพื่อนข้าพเจ้าชวนกินข้าว ข้าพเจ้าจะไปด้วยทันที ถึงแม้จะไม่หิวก็ตาม	[28]
ตัวเลือกเมนู	MO1	ข้าพเจ้าคิดว่าอาหารจานด่วน,อาหารตามสั่งเป็นตัวเลือกที่ดีสำหรับข้าพเจ้า	[29]
	MO2	ข้าพเจ้าคิดว่าอาหารสำเร็จรูป, กึ่งสำเร็จรูปเป็นตัวเลือกที่ดีสำหรับข้าพเจ้า	[29]
	MO3	ข้าพเจ้าคิดว่าร้านอาหารใกล้ตัวข้าพเจ้ามีเมนูให้เลือกหลากหลายไม่ จำเป็นต้องไปทานไกล ๆ	[29]
	MO4	ข้าพเจ้ารู้สึกว่ารายการอาหารในแอปพลิเคชันสั่งอาหาร มีตัวเลือกมากมาย จนเลือกไม่ถูก	[30]
การรับรู้ถึง ภัยอันตราย	PS1	ข้าพเจ้ารู้สึกว่าไวรัสโควิด 19 ทำให้ข้าพเจ้าไม่อยากออกไปทานอาหารข้างนอก	[15]
	PS2	ข้าพเจ้ารู้สึกปลอดภัยเมื่อร้านอาหารที่ข้าพเจ้าทานมีมาตรการป้องกันโควิด 19	[31]
	PS3	ข้าพเจ้ารู้สึกไม่ปลอดภัยเมื่อร้านค้าที่ข้าพเจ้าทานอาหาร ไม่มีพาร์ทิชัน (ที่กั้น) กันระหว่างโต๊ะ	[31]
	PS4	ข้าพเจ้ารู้สึกไม่ปลอดภัยเมื่อข้าพเจ้าทราบว่าร้านค้าที่ข้าพเจ้าไปทานอาหาร มีคนติดไวรัสโควิด 19	[31]
	PS5	ข้าพเจ้ารู้สึกไม่ปลอดภัยเมื่อข้าพเจ้าสั่งอาหารมาจากบริการส่งอาหารผ่าน ทางแอปพลิเคชัน	[30]
การรับรู้ถึง ความ เปราะบาง	PV1	ข้าพเจ้ารู้สึกว่าข้าพเจ้าตกอยู่ในความเสี่ยงเมื่อออกไปทานอาหารข้างนอก	[5], [12], [13]
	PV2	ข้าพเจ้ารู้สึกกังวลเมื่อครอบครัวของข้าพเจ้าออกไปทานอาหารข้างนอก	[5], [12], [13]
	PV3	ข้าพเจ้ารู้สึกกังวลเมื่อเพื่อนร่วมงานของข้าพเจ้าออกไปทานอาหารข้างนอก	[5], [12], [13]
	PV4	ข้าพเจ้ารู้สึกกังวลเมื่อคนรอบตัวข้าพเจ้าติดเชื้อโควิด 19	[5], [12], [13]
งบประมาณ	B1	ข้าพเจ้าคิดว่าราคาอาหารที่แพงเกินไปทำให้ข้าพเจ้ารู้สึกอยากทานน้อยลง	[32]
	B2	ข้าพเจ้าคิดว่าอาหารตามร้านข้างทางมีคุณภาพพอ ๆ กันกับร้านอาหารในห้าง	[32]
	B3	ข้าพเจ้าคิดว่าอาหารเมนูเดียวกันจากร้านที่ราคาแพงกว่า อาจมีรสชาติดีกว่า ร้านที่ราคาถูกกว่า	[32]
	B4	ข้าพเจ้าคิดว่าร้านอาหารที่มีชื่อดัง อาจใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพมากกว่า ร้านอาหารธรรมดา	[32]
	B5	ข้าพเจ้าคิดว่าราคาอาหารจากแอปพลิเคชันสั่งอาหาร มีราคาแพงกว่าไปสั่ง กินเองหน้าร้านอย่างมีนัยสำคัญ	[33]
	B6	หากคนรอบตัวข้าพเจ้าสั่งอาหารจากแอปพลิเคชันสั่งอาหาร ข้าพเจ้ามักจะ สั่งด้วย เพื่อเป็นการประหยัดค่าส่ง	[33]
	C1	ข้าพเจ้ารู้สึกว่าอยากทานร้านที่อยู่ใกล้ ๆ ตัวมากกว่าร้านที่อยู่ไกลตัว	[34]

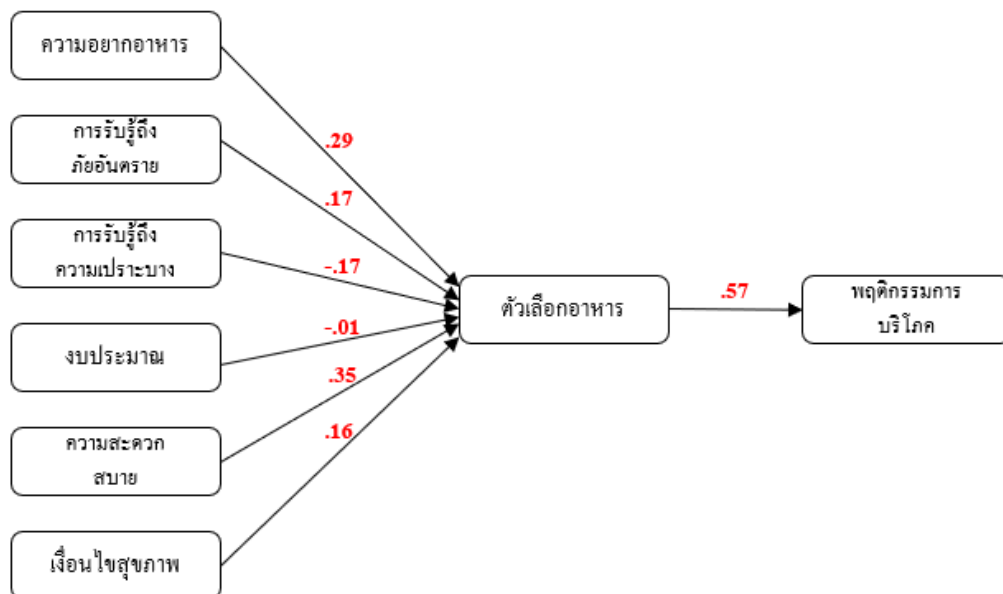
สมมติฐาน	ประเภท	ข้อคำถาม	งานวิจัย รองรับ
ความสะดวกสบาย	C2	ข้าพเจ้าไม่ยากทานอาหารในร้านที่ต้องรอคิวนาน	[34]
	C3	ข้าพเจ้าไม่ยากทานอาหารในร้านที่มีที่จอดรถไม่เพียงพอ	[35]
	C4	เมื่อข้าพเจ้ารีบร้อนข้าพเจ้ามักจะทานอาหารจานด่วน หรืออาหารกึ่งสำเร็จรูป	[23]
	C5	ข้าพเจ้ารู้สึกว่าการสั่งอาหารจากบริการส่งอาหาร เช่น Grab Food, Line Man, Food Panda ทำให้ข้าพเจ้าสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น	[5], [12], [13]
เงื่อนไข สุขภาพ	HC1	ข้าพเจ้าคิดว่าอยากทานอาหารคลีนมากกว่าอาหารธรรมดา	[36]
	HC2	หากข้าพเจ้ากำลังลดน้ำหนัก ข้าพเจ้าจะสั่งอาหารเมนูที่มีน้ำตาล, น้ำมันน้อยๆ	[36]
	HC3	ข้าพเจ้ามักตรวจสอบข้อมูลโภชนาการของอาหารแต่ละชนิด ก่อนจะทานอาหาร	[37]
	HC4	ข้าพเจ้าคิดว่าทานอาหารที่ปรุงสุก จะช่วยให้ข้าพเจ้าลดความเสี่ยงที่ จะเกิดโรคภัย	[38]
พฤติกรรม ของผู้บริโภค	BV1	ข้าพเจ้ารู้สึกปลอดภัยเมื่อทำอาหารทานเองที่บ้าน ระหว่างการระบาดของโควิด 19	[5], [12], [13]
	BV2	ข้าพเจ้ามักทานอาหารสำเร็จรูป ระหว่างการระบาดของโควิด 19	[23]
	BV3	ข้าพเจ้ามักออกไปทานอาหารนอกบ้าน ระหว่างการระบาดของโควิด 19	[5], [12], [13]
	BV4	ข้าพเจ้ารู้สึกว่าข้าพเจ้ามีพฤติกรรมการทานอาหารที่มากขึ้น ระหว่าง การระบาดของโควิด 19	[39], [40]
	BV5	ข้าพเจ้ารู้สึกว่าข้าพเจ้าเบื่ออาหารง่าย ระหว่างการระบาดของโควิด 19	[41]
	BV6	ข้าพเจ้ารู้สึกกังวล หากต้องนั่งรับประทานอาหารกับคนหมู่มาก ระหว่างการระบาดของโควิด 19	[5], [12], [13]
	BV7	ข้าพเจ้ารู้สึกกังวล หากต้องทานอาหารเป็นกับข้าว (ไม่ใช่อาหารจานเดียว) ร่วมกับผู้อื่น ระหว่างการระบาดของโควิด 19	[5], [12], [13]
	BV8	ข้าพเจ้ารู้สึกกังวล หากต้องทานอาหารประเภทบุฟเฟต์ (เดินตัวเอง) ร่วมกับ ผู้อื่น ระหว่างการระบาดของโควิด 19	[5], [12], [13]
	BV9	ข้าพเจ้ามักใช้บริการ Grab food, Line Food, Food Panda ระหว่างการระบาดของโควิด 19	[5], [12], [13]

7. ผลการวิจัย

ตารางที่ 3 แสดงถึงค่าทดสอบความเหมาะสมของโมเดลสมการโครงสร้าง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าพารามิเตอร์ทั้งหมดอยู่ภายใต้ขีดจำกัดของความเหมาะสม ดังแสดงดังรูปที่ 2 ซึ่งเป็นแบบจำลองโมเดลของงานวิจัยนี้ จากค่าที่ได้สามารถบ่งชี้ได้ว่าแบบจำลองโมเดลสมการโครงสร้างของงานวิจัยนี้เป็นแบบจำลองที่ยอมรับได้ (Model fit)

ตารางที่ 3 ตารางแสดงค่าทดสอบความเหมาะสม (Model fit)

ค่าทดสอบความเหมาะสมของโมเดล สมการโครงสร้าง	ค่าประมาณ พารามิเตอร์	ค่าตัดออก	อ้างอิงจาก
Goodness of Fit Index (GFI)	0.859	> 0.80	[41]
Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)	0.833	> 0.80	[41]
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)	0.068	< 0.07	[42]
Incremental Fit Index (IFI)	0.923	> 0.90	[42]
Tucker Lewis Index (TLI)	0.925	> 0.90	[42]
Comparative Fit Index (CFI)	0.929	> 0.90	[42]



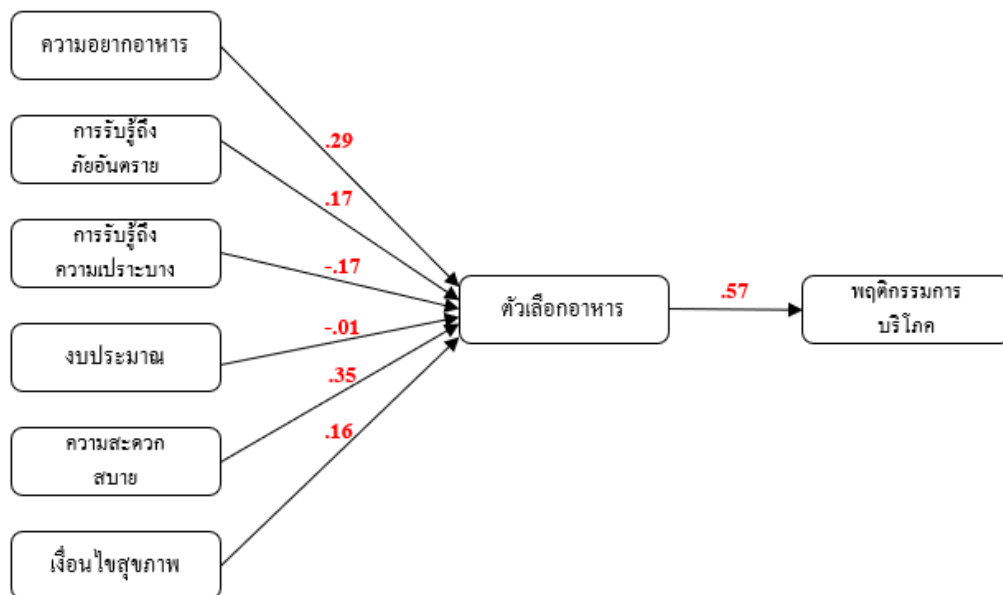
รูปที่ 2 โมเดลเริ่มต้น

ตารางที่ 4 และรูปที่ 3 แสดงตารางค่าพารามิเตอร์และโมเดลสุดท้ายตามลำดับ จากผลลัพธ์ค่าดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดี (GFI) และ ดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดีที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่าสูงกว่า 0.8 ซึ่งบ่งชี้ว่าค่าทดสอบความเหมาะสมของแบบจำลองเป็นที่ยอมรับได้ (Model fit) นอกจากนี้ ค่าดัชนีความสอดคล้องที่เพิ่มขึ้น (IFI) ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบของ Tucker และ Lewis (TLI) ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) ยังสูงกว่า 0.9 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแบบโมเดลสุดท้ายเป็นค่าที่เหมาะสมจากการเก็บข้อมูล นอกจากนี้ค่าดัชนีรากที่สองของความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า (RMSEA) มีค่าต่ำกว่า 0.7 [42] และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนสกัดได้ (AVE) มากกว่า 0.4 [43] ซึ่งบ่งชี้ว่าแบบโมเดลนี้มีความเข้ากันได้ดีเช่นกัน

ตารางที่ 4 ตารางแสดงค่าพารามิเตอร์

ตัวแปรแฝง	ประเภท	น้ำหนักองค์ประกอบ	สัมประสิทธิ์อัลฟา	ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนสกัดได้ (AVE)	ค่าความเชื่อมั่น (CR)
A	A1	0.55	0.74	0.46	0.76
	A2	0.66			
	A3	0.65			
	A4	0.81			
MO	MO1	0.71	0.76	0.47	0.77
	MO2	0.84			
	MO3	0.63			
	MO4	0.52			
PS	PS1	0.80	0.78	0.62	0.89
	PS2	0.57			
	PS3	0.80			
	PS4	0.85			
	PS5	0.87			
PV	PV1	0.57	0.78	0.48	0.79
	PV2	0.72			
	PV3	0.72			
	PV4	0.75			
B	B1	0.70	0.83	0.67	0.89
	B2	0.76			
	B3	0.85			
	B4	0.93			
	B5	0.85			
	B6	0.79			
C	C1	0.81	0.86	0.68	0.92
	C2	0.85			
	C3	0.76			
	C4	0.92			
	C5	0.80			
HC	HC1	0.70	0.80	0.67	0.89
	HC2	0.95			
	HC3	0.88			
	HC4	0.73			

ตัวแปรแฝง	ประเภท	น้ำหนัก องค์ประกอบ	สัมประสิทธิ์อัลฟา	ค่าเฉลี่ยความแปรปรวน สกัดได้ (AVE)	ค่าความเชื่อมั่น (CR)
BV	BV1	0.89	0.824	0.54	0.81
	BV2	0.71			
	BV3	0.73			
	BV4	0.59			
	BV5	0.64			
	BV6	0.73			
	BV7	0.84			
	BV8	0.73			
	BV9	0.71			



รูปที่ 3 โมเดลสุดท้าย

8. สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าตัวเลือกอาหารส่งผลโดยตรงอย่างมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (β : 0.57; $p = 0.001$) ผลการวิจัยยืนยันว่าตัวเลือกเมนูส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่ปลอดภัยมากยิ่งขึ้น เช่น การเลือกรับประทานอาหารสำเร็จรูประหว่างการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 การงดรับประทานอาหารนอกบ้านหรือบางคนเกิดความเครียดและกังวลระหว่างที่มีการแพร่ระบาดของโรค ซึ่งส่งผลต่อปริมาณอาหารที่รับประทาน ความถี่ในการรับประทานอาหารนอกบ้านหรือการใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์ผ่าน Application เป็นต้น [12] [22] และ [23] ในขณะที่ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าความสะดวกสบายส่งผลโดยตรงอย่างมีนัยสำคัญต่อตัวเลือกอาหารมากที่สุด (β : 0.35; $p = 0.001$) ตามมาด้วย ความอยากอาหาร (β : 0.29; $p = 0.001$) การรับรู้ถึงภัยอันตราย (β : 0.17; $p = 0.003$) การรับรู้ถึงความประมาท (β : -0.17; $p = 0.002$) และ เงื่อนไขสุขภาพ (β : 0.16; $p = 0.001$) อย่างไรก็ตามผลจาก

การวิจัยแสดงให้เห็นว่า งบประมาณไม่ส่งผลโดยตรงอย่างมีนัยสำคัญต่อตัวเลือกอาหารในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (β : -0.01; $p = 0.841$)

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นถึงอิทธิพลเชิงบวกของความสะดวกสบายต่อตัวเลือกอาหาร ยิ่งหากอยู่ในสภาวะที่เร่งรีบ ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะเลือกบริโภคอาหารประเภทอาหารจานด่วนหรือฟาสต์ฟู้ด [23] ซึ่งการมุ่งเน้นความสะดวกสบายเป็นผลให้สังคมไทยกำลังเผชิญหน้ากับปัญหาสุขภาพ อันเนื่องมาจากพฤติกรรมการบริโภคอาหารไม่ถูกต้องตามหลักสุขลักษณะ ขาดโภชนาการที่ดี จึงอาจจะก่อให้เกิดโรคร้ายไข้เจ็บ เช่น โรคหัวใจ โรคเมเร็ง และโรคเบาหวาน เป็นต้น [24] อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพสามารถที่จะส่งมอบความสะดวกสบายผ่านทาง Application แทน เพื่อให้เกิดความรู้สึกสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น [12] และ [22]

ความอยากอาหารส่งผลโดยตรงเชิงบวกต่อตัวเลือกเมนูอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งตัวเลือกเมนูอาหารสะท้อนปฏิกิริยาการตอบสนองต่อระดับความหิว ในขณะที่มีความอยากอาหาร เมื่อได้เห็นเมนูอาหารหรือได้กลิ่น การรับรู้รสชาติและกลิ่นของอาหารจะส่งสัญญาณไปที่สมอง ทำให้สมองเข้าใจว่าอาหารมีรสชาติอร่อย โดยเฉพาะโลโก้ของอาหารที่มีสีแดง รวมถึงการตกแต่งเมนูอาหาร หรือแพ็คเกจอาหารที่มีสีแดง จะทำให้สมองเข้าใจว่าอาหารรสชาติอร่อยทำให้อยากรับประทานอาหารมากยิ่งขึ้น อีกทั้งเมื่อเห็นรูปภาพอาหารที่มีการตกแต่งตามลักษณะดังกล่าวก็จะรู้สึกอยากอาหารทันที และเลือกซื้อในที่สุด [19]

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นถึงอิทธิพลเชิงบวกของการรับรู้ถึงภัยอันตรายต่อตัวเลือกอาหาร โดยการรับรู้ถึงภัยอันตรายจากการรับประทานอาหารประเภทอาหารจานด่วน อาหารตามสั่ง อาหารสำเร็จรูป หรือกึ่งสำเร็จรูป ส่งผลกระทบโดยตรงต่อการเลือกรับประทานอาหารเหล่านี้ [20]

การรับรู้ถึงความเปราะบางส่งผลเชิงลบต่อตัวเลือกเมนูอย่างมีนัยสำคัญ ความวิตกกังวลและการรับรู้ความเสี่ยงต่อการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 มีความสัมพันธ์กับการเลือกเมนูอาหารและการเลือกร้านอาหารข้างนอกบ้านหรือนอกที่ทำงาน ระดับการรับรู้ถึงความเปราะบางที่สูงขึ้นจะส่งผลให้ผู้บริโภคเลือกรับประทานอาหารข้างนอกบ้านหรือนอกที่ทำงานน้อยลง

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นถึงอิทธิพลเชิงบวกของเงื่อนไขสุขภาพต่อตัวเลือกอาหาร ซึ่งยืนยันถึงแนวโน้มการบริโภคของผู้บริโภคในประเทศไทยที่กำลังมุ่งไปในทิศทางด้านการรักษาสุขภาพ หากเลือกได้ผู้บริโภคชาวไทยส่วนใหญ่นิยมรับประทานอาหารจำพวกอาหารคลีน (Clean food) มากกว่าอาหารธรรมดา นอกจากนี้กลุ่มผู้บริโภคที่อยู่ในระหว่างการควบคุมน้ำหนักมักจะเลือกสั่งอาหารที่มีปริมาณน้ำตาล หรือไขมันน้อยกว่าปกติ [36] และนิยมตรวจสอบข้อมูลโภชนาการของอาหารแต่ละชนิดก่อนรับประทานอีกด้วย [37]

อย่างไรก็ตามผลจากการวิจัยแสดงให้เห็นว่า งบประมาณไม่ส่งผลโดยตรงอย่างมีนัยสำคัญต่อตัวเลือกอาหารในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งอาจเป็นเพราะเมื่อมนุษย์มีความกลัวต่อโรคร้ายไข้เจ็บ ตามสัญชาตญาณในการเอาตัวรอดของมนุษย์ ก็จะก่อให้เกิดแรงจูงใจในการป้องกันโรคตามมา จึงทำให้บางครั้งอาจยอมที่จะจ่ายมากขึ้นเพื่อให้ได้อาหารที่ดีขึ้น มีความปลอดภัยมากขึ้น [21]

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารภายใต้สถานการณ์การระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ในประเทศไทย นอกจากนี้ยังเป็นการศึกษาแรกที่ผนวกทฤษฎีแรงจูงใจในการป้องกันโรค (Protection Motivation Theory) และทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) งานวิจัยนี้อาจนำไปใช้เป็นโมเดลในการศึกษาปัจจัยการตัดสินใจต่าง ๆ ของคนไทยภายใต้สถานการณ์การระบาดของโรคติดต่อโควิด 2019 เพื่อเป็นแนวทางและประโยชน์กับทางภาครัฐในการบรรเทา และลดความเสี่ยงจากโรคระบาดได้อย่างเป็นรูปธรรม

9. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

จากผลการวิจัยที่แสดงให้เห็นว่าตัวเลือกอาหารส่งผลโดยตรงและมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมการบริโภคในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการสามารถนำไปใช้เพื่อปรับปรุงการจัดการอาหารและพฤติกรรมการบริโภคในช่วงวิกฤตการณ์ในอนาคตอย่างมีประสิทธิภาพ มีดังนี้:

- ควรมีการพัฒนาเมนูอาหารที่สอดคล้องกับความสะดวกสบายและความต้องการของผู้บริโภคในสถานการณ์การแพร่ระบาด เช่น อาหารสำเร็จรูปที่มีคุณค่าทางโภชนาการและปลอดภัย เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้ออาหาร
- ควรมีการส่งเสริมสุขภาพจิตและการจัดการความเครียดให้กับผู้บริโภค เนื่องจากความเครียดและความกังวลมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการบริโภค
- หน่วยงานทางด้านสาธารณสุขอาจจัดให้มีคู่มือเพื่อช่วยลดความเครียดที่เกี่ยวข้องกับการเลือกอาหารในช่วงการแพร่ระบาดของโรคระบาดติดต่อ รวมถึงการเสริมสร้างความตระหนักรู้ในเรื่องสุขภาพและความปลอดภัย จะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจเลือกอาหารได้อย่างมีสติ

10. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาต่อเนื่องในการวิจัยครั้งต่อไป มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

- ควรมีการศึกษาค้นคว้าความแตกต่างของประชากรแต่ละกลุ่ม เช่น คนวัยต่าง ๆ หรือผู้ที่มีการรายได้ที่แตกต่างกัน เพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมการบริโภคในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ของกลุ่มผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มได้อย่างรอบด้านมากขึ้น
- ควรศึกษาเพิ่มเติมถึงปัจจัยอื่น ๆ เช่น ปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาหารประเภทต่างๆ เช่นอาหารสำเร็จรูป อาหารฟาสต์ฟู้ด หรืออาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อให้เห็นภาพรวมของพฤติกรรมการเลือกอาหารอย่างเจาะจงมากยิ่งขึ้น
- การศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรใช้ระเบียบวิธีวิจัยที่หลากหลาย เช่นการวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภค

11. เอกสารอ้างอิง

- [1] องค์การอนามัยโลก. (19 พฤศจิกายน 2567). *WHO Coronavirus (COVID-19) Dashboard*. <https://covid19.who.int>.
- [2] นลินี พานสายตา, จตุพล จรุงโรจน์ ณ อยู่ธยา, และ ประวีณา คาไซ. (2023). ปัจจัยเชิงสาเหตุของพฤติกรรมการซื้ออาหาร เติบโตออนไลน์ในสถานการณ์โควิด-19 ของผู้บริโภคเจนเนอเรชันวายและแซดในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*, 8(2): 17–33.
- [3] Julawong, O. (2014). Motivation Prevention and Health Behaviors of the Thai Army Conscripts. *Journal of The Royal Thai Army Nurses*, 15(2): 28-32.
- [4] Chamroonsawasdi, K., Chottanapund, S., Pamungkas, R. A., Tunyasitthisundhorn, P., Sornpaisarn, B., & Numpaisan, O. (2021). Protection motivation theory to predict intention of healthy eating and sufficient physical activity to prevent Diabetes Mellitus in Thai population: A path analysis. *Diabetes & Metabolic Syndrome: Clinical Research & Reviews*, 15(1): 121-127.
- [5] Prasetyo, Y., Tanto, H., Mariyanto, M., Hanjaya, C., Young, M., Persada, S., Redi, A. A. N. P. (2021). Factors Affecting Customer Satisfaction and Loyalty in Online Food Delivery Service during the COVID-19 Pandemic: Its Relation with Open Innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1): 76. doi:10.3390/joitmc7010076

- [6] วรรัตน์ แกรฐป. (2553). พฤติกรรมการซื้อซ้ำกะทิสำเร็จรูป [Aroy-D] การประยุกต์ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน. มหาวิทยาลัยรามคำแหง/กรุงเทพฯ. doi: 10.14457/RU.the.2010.401
- [7] วิวัฒน์ จันทร์กึ่งทอง. (2557). ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนกับความภักดีของนักท่องเที่ยว. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย*, 34(2): 131-146.
- [8] Prasetyo, Y., & Vallespin, B. (2021). Determining Factors Affecting the Acceptance of Grab Application in the Philippines using UTAUT2 Approach. *IEEE 8th International Conference on Industrial Engineering and Applications (ICIEA)*. doi: 10.1109/ICIEA52957.2021.9436738
- [9] Suksawang, P. (2014). The basics of structural equation modeling. *Princess of Naradhiwas University Journal*, 6(2): 136-145.
- [10] Budhathoki, N.K., Paton, D., Lassa, J.A. & Zander, K.K. (2020). Assessing farmers' preparedness to cope with the impacts of multiple climate change-related hazards in the Terai lowlands of Nepal. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 49: 16-56.
- [11] Chai, D., Wang, M. & Liu, K. (2020). Driving factors of natural disasters in belt and road countries. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 51, 17-74.
- [12] Prasetyo, Y.T., Senoro, D.B., German, J.D., Robielos, R.A.C. & Ney, F.P. (2020). Confirmatory factor analysis of vulnerability to natural hazards: A household Vulnerability Assessment in Marinduque Island, Philippines. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 50: 18-31.
- [13] Prasetyo, Y.T., Tanto, H., Mariyanto, M., Hanjaya, C., Young, M.N. & Persada, S.F. (2021). Factors affecting customer satisfaction and loyalty in online food delivery service during the COVID-19 pandemic: Its relation with open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1): 76.
- [14] Ong, A. K., Prasetyo, Y., Libiran, M., Lontoc, Y., Lunaria, J., Manalo, A. & Redi, A. A. N. P. (2021). Consumer Preference Analysis on Attributes of Milk Tea: A Conjoint Analysis Approach. *Foods*, 10(6): 1382. doi:10.3390/foods10061382
- [15] สมหญิง จันท์รอบ. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโมบายแอปพลิเคชันในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครในสถานการณ์โควิด-19. <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/twin-8/6114154069.pdf>
- [16] ชมพูนุท ศรีจันทร์นิล. (2564). การรับมือทางด้านจิตใจกับการเว้นระยะห่างทางสังคมในช่วงการระบาดของโควิด-19: กำบอกล่าของผู้หญิงบนอินสตาแกรม. *วารสารการวัดผลการศึกษา*, 38(103): 248-259.
- [17] อกนิษฐ์ เชยคาคี และชญาพัชร ก่อริโย. (2558). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารริมชาอำเภอมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารวิทยาการจัดการ*, 5(1): 39-58.
- [18] วิทยา ศรีดามา. (2533). การลดหรือเพิ่มน้ำหนักโดยใช้ยา. *จุฬาลงกรณ์เวชสาร*, 34(2): 154-162.
- [19] Spence, C., Okajima, K., Cheok, A. D., Petit, O., & Michel, C. (2016). Eating with our eyes: From visual hunger to digital satiation. *Brain and Cognition*. 110: 53-63. doi: <https://doi.org/10.1016/j.bandc.2015.08.006>
- [20] Chen, M.-F. (2016). Extending the protection motivation theory model to predict public safe food choice behavioral intentions in Taiwan. *Food Control*. 68: 145-152. doi: <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2016.03.041>
- [21] Nonthapha, S., & Navicharern, R. (2017). Factors Related to Protection Motivation Theory and Breast Cancer Prevention Behavior among Teachers in Provincial School, Central Region. *Kuakarun Journal of Nursing*, 24(2): 23-35.

- [22] พชรพร เจริญประชา, สุภารัตน์ ศรีมูล, เหมหงส์ อ่อนชื้อจิตร และนิรัตน์มา เรืองสินทร. (2559). พฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม จังหวัดพิษณุโลก. ในการประชุมวิชาการระดับชาติสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ครั้งที่ 3 (393 - 402). กำแพงเพชร: มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- [23] Prasetyo, Y. T., & Vallespin, B. E. P. (2021). Determining Factors Affecting the Acceptance of Grab Application in the Philippines using UTAUT2 Approach. IEEE 8th International Conference on Industrial Engineering and Applications (ICIEA) (594-600).
- [24] Phanwattana, P. (2019). Food Consumption Behavior of Working Age People in Bangkok. *Journal of the Office of DPC 7 Khon Kaen*, 26(2): 93-103.
- [25] อุมพร สุทัศน์วรวิ, นลินี จงวิริยะพันธุ์, สุภาพรณ ดันตราชีวร, ชาญชัย พานทองวิริยะกุล, นงลักษณ์ ตรีกาลนนท์, ประสงค์ เทียนบุญ (2548). *ทันยุคกับโภชนาการในเด็ก*. กรุงเทพฯ: บิยอนด์เอ็นเทอร์ไพรซ์.
- [26] ปองปรารถน์ สุนทรเกสัช กิติวัฒน์ กิตินุตร และกนกพร เอกกะสินสกุล. (2561). การเล่าเรื่องอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาน้ำปูแจ้ห่ม. *วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่*. 11(1): 192-213.
- [27] เมธิตา วิจิตรกุล เพ็ญจันทร์ ประดับมุข เซอร์เรอร์ พิมพลักษณ์ บุญมงคล และผกามาส ดันวิจิตร. (2563). อัตวิสัย ผัสสะและประสบการณ์ของผู้ป่วยในการใส่สายให้อาหารทางจมูก. *วารสารสหศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล*, 20(2): 71-85.
- [28] อรพินท์ สีขาว และคณะ. (2561). พฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพของนักศึกษาพยาบาลที่มีดัชนีมวลกายเกินมาตรฐานมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ. *วารสาร มลก.วิชาการ*, 22(43-44): 1-12.
- [29] Jureerat, M. (2019). Fast Food Consumption Behavior of Teenage Student in Urban Area, Chumphon Province. *Journal of Health Sciences Scholarship*, 6(1): 45-56.
- [30] จามจุรี เรียงศิลป์ชัย. (2563). การศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา: แอปพลิเคชันไลน์แมน (Lineman), ฟู้ดแพนด้า (Foodpanda), แกร็บฟู้ด (Grabfood). *วารสารรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 3(2): 32-48.
- [31] สุภาวดี ธงภักดิ์ และ สันติธร ภูริภักดิ์. (2564). แนวทางการปรับเปลี่ยนและพัฒนาการบริการของร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม “ร้านอาหารยามเย็น กรุงเทพมหานคร” ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19. *วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ*, 4(2): 761-772.
- [32] เพชรินทร์ อยู่เป็นสุข และ เจริญชัย เอกมาไพศาล. (2561). ทักษะคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคต่ออาหารประเภทฟู้ดทรัค กรณีศึกษา ในตลาดนัดหัวมุม ถนนเกษตรา-นวมินทร์ กรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทย นานาชาติ*, 14(1): 1-17.
- [33] Wichayapai, W., & Phornprapa, K. (2021). Factor Affecting Consumer Behavior in Using Food Order Through Grab Food Application in Ladkrabang, Bangkok Metropolitan Region.
http://www.mis.ms.su.ac.th/MISMS02/PDF01/1297_20210712_12600077___Wachirada_Wichayapai.pdf
- [34] Deesuksaeng, P. & Sonprajak, P. (2021). Adaptation of Street Food COVID-19 situation period in Pak Nam Pho Subdistrict, Mueang Nakhon Sawan District, *Nakhon Sawan Province*. 114-131.
<http://www.bec.nu.ac.th/NPSC/files/7%20114-131-A016.pdf>.
- [35] Stiitchai, K. & Chantuk, T. (2018). Causal Relationship of Factors that Affecting the Customer Loyalty of Healthy

- Restaurants in Bangkok, *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 11(1): 65-86.
- [36] Kuanra-ngub, S. (2014). Behavior modification program for weight control of Payap University personnel. *Nursing journal*, 41(1): 85-95.
- [37] Panya, R., & Chowwanapoonpohn, H. (2014). Effect of provision of nutrition label education on knowledge, behavior and attitude among high school students, Phayao Province, *Naresuan Phayao Journal*, 7(3): 261-274.
- [38] Singweratham, N., Nawsuwan, K., Kheonkaew, B. & Laorngnual, L. (2021). Behaviors and risk perception at workplace to COVID19 transmission among radiological technologist. *Disease Control Journal*, 47 (3): 467-478.
- [39] Janssen, M., Chang, B., Hristov, H., Pravst, I., Profeta, A. & Millard, J. (2021). Changes in Food Consumption During the COVID-19 Pandemic: Analysis of Consumer Survey Data From the First Lockdown Period in Denmark, Germany, and Slovenia. *Frontiers in nutrition*, 8: 58-59. <https://doi.org/10.3389/fnut.2021.635859>
- [40] Ben Hassen, T., El Bilali, H., Allahyari, M.S., Karabašević, D., Radosavac, A., Berjan, S., Vaško, Ž., Radanov, P. & Obhodžaš, I. (2021). Food Behavior Changes during the COVID-19 Pandemic: Statistical Analysis of Consumer Survey Data from Bosnia and Herzegovina. *Sustainability*, 13: 8617. <https://doi.org/10.3390/su13158617>
- [41] Gefen, D., Straub, D. & Boudreau, M.C. (2000). Structural equation modeling and regression: Guidelines for research practice. *Communications of the association for information systems*, 4(1): 7.
- [42] Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. & Anderson, R.E. (2010). **Multivariate Data Analysis. Pearson Prentice Hall.** New Jersey.
- [43] Fornell, C. & Larcker, D.F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, 18(1): 39-50.