

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจบริโภคอาหารวีแกนของวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

ธีราพัทธ์ ชมชื่นจิตต์สิน และภูริ ชุณหะวัณ

อาจารย์ประจำวิทยาลัยการแพทย์บูรณาการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

*Corresponding Author Email: puri.chu@dpu.ac.th

Received: January 31, 2024; Revised: April 22, 2024; Accepted: April 29, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นในด้านเจตคติต่อพฤติกรรม ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และด้านความตั้งใจบริโภคอาหารวีแกนของวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจบริโภคอาหารวีแกนของวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มวัยทำงานอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน

ผลการศึกษาพบว่า เห็นด้วยมากต่อปัจจัยด้านเจตคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความตั้งใจบริโภคอาหารวีแกน และพบว่า ปัจจัยด้านเจตคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ส่งผลต่อความตั้งใจบริโภคอาหารวีแกนของวัยทำงานในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจบริโภคอาหารวีแกนของวัยทำงานในกรุงเทพมหานครมากที่สุด คือ ปัจจัยเจตคติต่อพฤติกรรม รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: เจตคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ความตั้งใจ อาหารวีแกน

Factors Affecting Intention Consume of Vegan Food Among Working-Age Adults in Bangkok

Teerapat Chomchuenjitsin and Puri Chunkajorn*

Instructor, College of Integrative Medicine, Dhurakij Pundit University

*Corresponding Author Email: puri.chu@dpu.ac.th

Received: January 31, 2024; Revised: April 22, 2024; Accepted: April 29, 2024

Abstract

The purposes of this research study were to study the level of opinion in terms of attitude towards behavior, aspects of conforming to the reference group, perceived ability to control behavior and the intention to consume vegan food among working-age adults in Bangkok. and to study factors affecting the intention to consume vegan food among working-age adults in Bangkok. Using quantitative research, which collected data from a group of 400 working people in various areas of Bangkok.

The results of the study found that the working-age adults were strongly agree on the behavioral attitude factor. Conformity to the reference group, perceived behavioral control and intention to consume vegan food and also found that the factors of attitude towards behavior conformity to the reference group and perceived behavioral control affects the intention to consume vegan food among working- age adults in Bangkok with a statistical significance at the 0.05 level. And the factor that had the greatest effect on the intention to consume vegan food among working-age adults in Bangkok was the attitude factor towards behavior, followed by the factor of perception of behavioral control and factors of conformity to the reference group with the statistically significant at the 0.05 level.

Keywords: Attitude towards behavior, Conformity to reference group, Perceived behavioral control, Intention, Consume of vegan food

บทนำ

ในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลให้การดำเนินชีวิตประจำวันและพฤติกรรมของประชาชนเปลี่ยนไปโดยได้ปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะพฤติกรรมการบริโภคที่มีการปรับเปลี่ยนอย่างมีเหตุอันสมควรเพื่อให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์และสภาพชีวิตประจำวัน พฤติกรรมการบริโภคได้แสดงให้เห็นถึงรูปแบบของแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคที่กำลังเพิ่มขึ้น (Trend Acceleration) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขยายขอบเขตและคำจำกัดความของอาหารเพื่อสุขภาพมากกว่าการพิจารณาเพียงคุณค่าทางโภชนาการเท่านั้น ผู้บริโภคมองถึงคุณค่าทางโภชนาการที่มีต่อร่างกายและความหลากหลาย รวมทั้งให้ความรู้สึกพึงพอใจและมีความสุขที่ได้รับประทาน คาดว่าผู้บริโภคจะให้ความสำคัญในคุณค่าของอาหารที่บริโภคแบบเฉพาะตัวของแต่ละคนจะเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้การบริโภคอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพคาดว่าจะเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ เพราะผู้บริโภคต่างคำนึงถึงสุขภาพตัวเอง โดยเฉพาะคนที่มีความจำเป็นต้องออกนอกบ้าน หรือคนที่ชอบออกบ้านไปสังสรรค์ จะหาโอกาสบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสุขภาพเพื่อชดเชยกับความเสี่ยงที่ได้รับ ดังนั้น ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพอาจจะต้องพิจารณาเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคด้วย (Department of International Trade Promotion, 2020)

แนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคอาหารแบบไร้เนื้อสัตว์ในปัจจุบัน ยังคงเป็นแนวโน้มการบริโภคที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมาจากกระแสการใส่ใจสุขภาพ โดยเฉพาะพฤติกรรมการเลือกบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ของคนไทยที่มีเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งผู้บริโภคบางส่วนยังมีความกังวลเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งกระบวนการเลี้ยงปศุสัตว์มีส่วนทำให้เกิดภาวะโลกร้อน การบริโภคเนื้อจากพืชในมุมมองผู้บริโภคจึงมีส่วนช่วยในประเด็นการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การละเว้นจากการฆ่าสัตว์ และเป็นอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการซึ่งส่งผลดีต่อสุขภาพ ทั้งนี้จากการศึกษาวิจัยอาหารและผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อโลกในสหราชอาณาจักร พบว่า อาหารวีแกนได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างมากในสหราชอาณาจักร โดยชาวสหราชอาณาจักรที่รับประทานอาหารวีแกน จำนวนกว่า 542,000 คน โดยประมาณ ร้อยละ 50 ของผู้บริโภคที่รับประทานอาหารวีแกนมีอายุระหว่าง 15 – 34 ปี อีกทั้งบริษัทวิจัยตลาด Markets and Markets คาดการณ์ว่า ตลาดวีแกนจะเติบโตขึ้นสูงถึง 200,000 ล้านบาทภายในปี 2566 และในปี 2567 คาดการณ์ว่าเทรนด์การเลือกรับประทานอาหาร Planted-based จะทำให้มูลค่าตลาดสูงถึง 45,000 ล้านบาท ซึ่งเติบโตขึ้นจากปี 2019 ถึงร้อยละ 10 (Bangkok Bank Public Company Limited, 2023)

ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มวีแกนเป็นผู้บริโภคอีกกลุ่มหนึ่งที่น่าสนใจสำหรับผู้ประกอบการ ที่ต้องการขยายตลาดสินค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันในตลาดสินค้าทั่วไป (Mass Market) ที่สูงขึ้นทุกวัน อีกทั้งผู้ผลิตอาหารไทยมีข้อได้เปรียบในด้านความมีประสิทธิภาพในการผลิตอาหารมังสวิรัตหรืออาหารเจ และผู้ผลิตอาหารไทยสามารถนำประสบการณ์มาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ รูปแบบ และกลยุทธ์การขายให้เหมาะสม เพื่อขยายตลาดสินค้าสำหรับผู้บริโภคในกลุ่มนี้เพิ่มเติมได้ อย่างไรก็ตามในการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อวิธีการดังกล่าว ผู้ประกอบการก็มีความจำเป็นที่จะต้องพิจารณาถึงปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการบริโภคอาหารวีแกน ทั้งนี้เพื่อให้การกำหนดกลยุทธ์ดังกล่าวมีความสอดคล้องและเหมาะสมด้วยเหตุผลดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยมีความต้องการที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจบริโภคอาหารวีแกนของวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาระดับเจตคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และทัศนคติต่ออุปสรรคของตนเองที่มีผลต่อความตั้งใจบริโภคอาหารวีแกนของวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

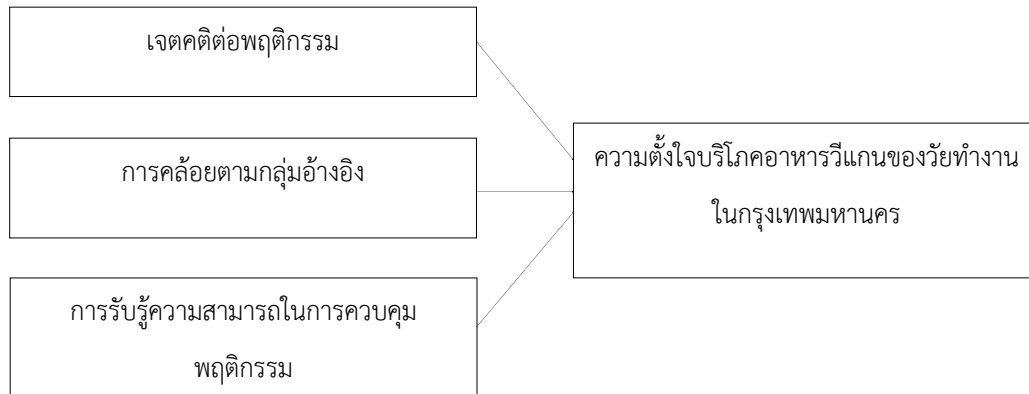
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นในด้านเจตคติต่อพฤติกรรม ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และด้านความตั้งใจบริโภคอาหารวีแกนของวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจบริโภคอาหารวีแกนของวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตการวิจัย

1. ด้านประชากร คือ วิทยทำงานในพื้นที่ของกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง
2. ด้านเนื้อหา คือ ระดับความคิดเห็นความตั้งใจบริโภคอาหารวีแกนของวิทยทำงานในกรุงเทพมหานคร
3. ด้านพื้นที่ คือ กรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

การทบทวนวรรณกรรม

ภายใต้โมเดลทฤษฎีการให้เหตุผล-การปฏิบัติ (Theory-of Reasoned-Action Model) ได้อธิบายการเกิดเจตนาหรือความตั้งใจที่นำไปสู่การทํานายพฤติกรรมมนุษย์ เป็นความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ (Attitude) ความตั้งใจ (Intention) และพฤติกรรม (Behavior) จากโมเดลแสดงให้เห็นว่าทัศนคติถูกกำหนดจากความเชื่อที่มีต่อพฤติกรรมและการประเมินผลรวมของพฤติกรรม ส่วนการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) ถูกกำหนดจากความเชื่อที่บุคคลมีต่อกลุ่มอ้างอิงและแรงจูงใจจากกลุ่มอ้างอิง ส่วนเจตนาหรือความตั้งใจที่จะกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมนั้น (Behavioral Intention) จะถูกกำหนดจากทัศนคติและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงอีกต่อหนึ่ง ทั้งนี้มีงานวิจัยในอดีตที่ใช้ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action) และทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior) ในการอธิบายความตั้งใจที่จะทำพฤติกรรมใด ๆ ว่าประกอบไปด้วยทัศนคติ (Attitude) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) การรับรู้ถึงความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) โดยพบว่าจากทั้ง 3 ปัจจัย ปัจจัยด้านทัศนคติจะส่งผลมากที่สุดต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ (Botetzagias et al., 2015; Astrid et al., 2015; Maichum et al., 2016; Sreen et al., 2017 and Paul et al., 2015)

ทั้งนี้ การรับรู้ความคาดหวังจากสังคมเพื่อที่จะกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมใด ๆ (Han et al., 2010; Ajzen, 1991) โอกาสในการกระทำพฤติกรรมจะถูกแสดงออกจะเพิ่มมากขึ้น แต่หากบุคคลรับรู้ว่าการคล้อยตามไม่ได้คาดหวังให้เขาแสดงพฤติกรรม โอกาสในการกระทำพฤติกรรมจะลดน้อยลงเช่นกัน การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SN) เป็นหนึ่งในหลายรูปแบบของอิทธิพลทางสังคมที่มีอยู่จริงในทุกสังคม เนื่องจากมนุษย์ชอบการอยู่ร่วมกันเพื่อพึ่งพาอาศัยกันจึงพยายามที่จะปรับตัวตามสังคม ปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการคล้อยตาม คือ แรงกดดันจากกลุ่ม ส่วนการรับรู้ถึงความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (PBC) เกิดจากความเชื่อของบุคคลที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการกระทำพฤติกรรมนั้น ซึ่งเป็นการประเมินของบุคคลถึงความยากหรือความง่ายในการแสดงพฤติกรรมในขณะนั้น

สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคเกิดขึ้นหลังจากที่ผู้บริโภคได้ประเมินแล้วว่าชอบหรือไม่ชอบในผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น ๆ (Byun and Jang, 2018) ทั้งนี้ความตั้งใจซื้อได้ถูกจำกัดความไว้ว่า การวางแผนในการซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการบางอย่างในอนาคต เมื่อผู้บริโภคได้พิจารณาและประเมินผลิตภัณฑ์ดังกล่าวแล้ว ความตั้งใจซื้อแสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้ที่ผู้บริโภควางแผนหรือตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับการกล่าวอ้างของ Athapaththu and Kulathunga (2018) ว่า ความตั้งใจซื้อ คือ การที่ผู้บริโภคที่จะซื้อสินค้าหรือบริการมีความเต็มใจ เมื่อผู้บริโภคได้ทำการเลือกสินค้าการตัดสินใจขั้นสุดท้ายของการซื้อจะขึ้นอยู่กับความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค รวมไปถึงการรับรู้ประโยชน์ของสินค้านั้น ๆ ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อมเพื่อให้ได้ตรงใจมากที่สุด อีกทั้ง Kotler (2000) ยังได้กล่าวว่า ความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคอาจไม่ถูกต้องเสมอไป เนื่องจากมีปัจจัยอื่น ๆ เข้ามาแทรกแซงระหว่างการตัดสินใจซื้อ ซึ่งแนวคิดดังกล่าวเป็นไปในทิศทางเดียวกับ Chaiyawong (2019) ที่ได้กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง กระบวนการหรือพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อ ใช้ และประเมินผลการใช้สินค้าหรือบริการของผู้ซื้อ ทั้งที่เป็นปัจเจกบุคคลและกลุ่มบุคคล อันจะมีความสำคัญต่อการซื้อสินค้าและบริการทั้งในปัจจุบันและอนาคต

ในปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ทางเลือกที่ช่วยให้ผู้บริโภคอาหารวีแกนลดปัญหาการขาดแคลนอาหารและช่วยส่งเสริมสุขภาพของผู้บริโภควัยทำงาน โดยการรับประทานอาหารประเภทเนื้อสัตว์จากพืช (Uobam, 2022) ซึ่งเป็นเทรนด์ใหม่ในการบริโภคอาหารที่ทำมาจากพืชทดแทนเนื้อสัตว์ ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในกลุ่มผู้บริโภควีแกนเนื่องจากผู้บริโภคมีความตระหนักถึงความสำคัญของสุขภาพ การสนับสนุนการบริโภคโปรตีนจากพืชจึงเป็นหนึ่งในแนวทางในการแก้ไขปัญหาอาหารจากพืชทำมาจากพืชตระกูลถั่วและพืชชนิดอื่น ๆ เช่น เห็ด บัทรูท โปรตีน เสน่ใย และแป้ง ด้วยความที่มีรูปร่าง หน้าตา กลิ่น สีรส และรสสัมผัส รวมถึงสารอาหารไม่ต่างจากเนื้อสัตว์ทั่วไป (Unilever Global, 2022)

ด้วยเหตุผลดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยนำปัจจัยด้านเจตคติต่อพฤติกรรม ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และปัจจัยการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มาใช้เป็นตัวแปรในการศึกษาผลกระทบของปัจจัยดังกล่าวที่มีต่อความตั้งใจบริโภคอาหารวีแกนของวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เนื่องจากการบริโภคอาหารวีแกนในปัจจุบันถือเป็นสิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นในตลาดอาหารเพื่อสุขภาพ และผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่ยังมีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารวีแกนอยู่ในจำนวนน้อยหากเทียบกับปริมาณของจำนวนผู้บริโภคที่รับประทานอาหารในรูปแบบปกติ หรือการรับประทานอาหารเสริมในรูปแบบอื่น นอกจากนี้จะเห็นได้ว่าตลาดอาหารวีแกนมีขนาดใหญ่และมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ตามการขยายตัวของกลุ่มผู้บริโภคอาหารวีแกนในหลาย ๆ พื้นที่ของโลก และปัจจุบันประชากรที่บริโภคอาหารวีแกน หรืออาหารที่ทำมาจากพืช (Plant-Based Food) กระจายอยู่ในหลายภูมิภาคทั่วโลก ซึ่งถือเป็นโอกาสของประเทศไทยที่จะมุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารในรูปแบบอาหารวีแกน โดยคำนึงถึงมุมมองของผู้บริโภคเป็นหลัก จึงจำเป็นที่จะต้องศึกษาปัจจัยด้านเจตคติต่อพฤติกรรม ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และปัจจัยการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมในกลุ่มผู้บริโภคที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคที่มีความแตกต่างจากอาหารเจและอาหารมังสวิรัต เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงการผลิตและจัดจำหน่ายอาหารวีแกนที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นประชากรที่ผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน
2. กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชากรวัยทำงานที่เคยรับประทานอาหารวีแกนในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของ Cochran (1973)

ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 400 ตัวอย่าง โดย การเลือกกลุ่มตัวอย่าง (Sample) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างเป็นระบบ (Systematic Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามออนไลน์ (Questionnaire Online) ซึ่งได้ออกแบบตามหลัก ทฤษฎีและแนวคิดต่าง ๆ รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบบสอบถามประกอบด้วยข้อมูล 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารวีแกน ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารวีแกนของวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร และส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความตั้งใจบริโภคอาหารวีแกนของวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร โดยมีเกณฑ์การกำหนดค่า น้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ท Likert's Scale (1967) ดังนี้

ระดับ	5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
ระดับ	4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
ระดับ	3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
ระดับ	2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
ระดับ	1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

น้ำหนักแผนการประเมินความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมาให้น้ำหนักเป็นคะแนนนี้ ตามวิธีของ Best (1977) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.51-5.00	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.51-4.50	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย	2.51-3.50	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.51-2.50	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00-1.50	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุด

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามออนไลน์ดังกล่าวไปทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในด้านความตรงตาม เนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญ โดยนำข้อมูลที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาหาค่าความสอดคล้อง (IOC) ซึ่งพิจารณา จากค่าดัชนีความสอดคล้องทั้งฉบับ ซึ่งผลการศึกษาที่ได้พบว่าแบบสอบถามดังกล่าวได้ค่าความสอดคล้องเท่ากับ 0.97 จากนั้นผู้วิจัยจึงได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) พร้อม กับตรวจสอบค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่าความสอดคล้องภายในด้วยการวิเคราะห์ หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.955 ผู้วิจัยจึงได้นำแบบสอบถามดังกล่าวไปใช้ในการวิจัยต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยใช้ QR Code ให้การแจกแบบสอบถาม ให้แก่กลุ่มตัวอย่างของการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถามออนไลน์ในช่วงระหว่าง เดือน พฤษภาคม-พฤศจิกายน 2566

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนาในส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและ พฤติกรรมการบริโภคอาหารวีแกนของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยการแสดงผลเป็นการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่า ร้อยละ (Percentage) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการ

บริโภคอาหารวีแกนของวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร และความตั้งใจบริโภคอาหารวีแกนของวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Statistical Inference) ผู้วิจัยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารวีแกนของวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31 - 35 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/ เอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท

2. การวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคอาหารวีแกน พบว่า ส่วนใหญ่มีจุดประสงค์ในการบริโภคอาหารวีแกนเพื่อสุขภาพ โดยมีโอกาสในการรับประทานอาหารวีแกนที่ไม่แน่นอน ซึ่งมีการรับประทานอาหารวีแกนน้อย 1- 2 ครั้งต่อสัปดาห์ มีการรับประทานอาหารวีแกนมาแล้ว 1 - 3 ปี และมีการรับประทานอาหารวีแกนเป็นมือเย็น สำหรับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารวีแกนต่อมื้ออยู่ที่ 100 - 200 บาท โดยเลือกซื้ออาหารวีแกนจากร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารวีแกนได้แก่ตนเอง

3. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารวีแกนของวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร พบว่า เห็นด้วยมากต่อปัจจัยด้านเจตคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ซึ่งพบรายละเอียดองค์ประกอบของแต่ละปัจจัยดังนี้

3.1 ปัจจัยด้านเจตคติต่อพฤติกรรม พบว่า เห็นด้วยมากต่อความเชื่อที่ว่า การรับประทานอาหารวีแกนเป็นสิ่งที่ดี และความเชื่อว่าการรับประทานอาหารวีแกนเป็นประโยชน์ส่งเสริมสุขภาพที่ดี ส่งเสริมให้มีการละเว้นจากการฆ่าสัตว์เพื่อทดแทนการใช้เนื้อสัตว์ รวมทั้งเห็นด้วยว่าการรับประทานอาหารวีแกนจะช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในกระบวนการเลี้ยงปศุสัตว์ที่มีส่วนทำให้เกิดภาวะโลกร้อน

3.2 ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง พบว่า เห็นด้วยมากต่อการรับรู้ประสบการณ์ในการรับประทานอาหารวีแกนจากกลุ่มเพื่อนที่มีความสำคัญต่อทัศนคติเพื่อส่งเสริมสุขภาพที่ดี มีความปรารถนาที่จะบริโภคอาหารวีแกนเพื่อต้องการเลียนแบบการดูแลสุขภาพจากดาราหรือบุคคลที่มีชื่อเสียง เกิดค่านิยมจากสังคมรอบตัวทำหน้าที่เป็นแรงผลักดันที่จะบริโภคอาหารวีแกน

3.3 ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม พบว่า เห็นด้วยมากต่อการเลือกรับประทานอาหารวีแกนเป็นการตัดสินใจของตนเองเพื่อดูแลสุขภาพ มีการค้นคว้าหาข้อมูลการบริโภคอาหารวีแกน เมนูอาหารวีแกน การประกอบอาหารวีแกน และส่วนผสมที่จะเลือกรับประทานสำหรับตนเอง นอกจากนี้ยังมีความมั่นใจว่าการรับประทานอาหารวีแกนช่วยส่งเสริมให้มีสุขภาพที่ดีขึ้น ในระยะยาวมากกว่าการรับประทานในรูปแบบอาหารเสริม

ตารางที่ 1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารวีแกนของวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

ปัจจัย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ปัจจัยด้านเจตคติต่อพฤติกรรม	4.11	0.69	เห็นด้วยมาก
2. ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	4.09	0.87	เห็นด้วยมาก
3. ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม	4.00	0.94	เห็นด้วยมาก
รวม	4.17	0.85	เห็นด้วยมาก

4. การวิเคราะห์ความตั้งใจบริโภคอาหารวีแกนของวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร พบว่า เห็นด้วยมากต่อความตั้งใจบริโภคอาหารวีแกน และเมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบรายย่อย พบว่า เห็นด้วยมากทุกข้อ ดังตารางที่ 2 ต่อความตั้งใจที่จะบริโภคอาหารวีแกนตลอดชีวิต ความตั้งใจที่จะดูแลสุขภาพของตนเองด้วยการรับประทานอาหารวีแกน ซึ่งการรับประทานอาหารวีแกนได้ผ่านการประเมินทางเลือกและเปรียบเทียบกับรับประทานอาหารในรูปแบบอื่นมาแล้วเป็นอย่างดี และมีความมั่นใจว่าการเลือกรับประทานอาหารวีแกนเป็นการตัดสินใจที่ถูกต้อง หากมีผู้อื่นมาชักชวนทำงานเกี่ยวกับการรับประทานอาหารวีแกน ก็ยังคงตัดสินใจรับประทานอาหารวีแกนอยู่

ตารางที่ 2 ความตั้งใจบริโภคอาหารวีแกนของวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

ความตั้งใจบริโภคอาหารวีแกน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ความตั้งใจที่จะบริโภคอาหารวีแกนตลอดชีวิต	3.69	0.98	เห็นด้วยมาก
2. ความตั้งใจที่จะดูแลสุขภาพของตนเองด้วยการรับประทานอาหารวีแกน	4.02	0.87	เห็นด้วยมาก
3. การประเมินทางเลือกและเปรียบเทียบกับระหว่างรับประทานอาหารวีแกนกับการรับประทานอาหารในรูปแบบอื่นมาแล้วเป็นอย่างดี	4.11	0.76	เห็นด้วยมาก
4. ความมั่นใจว่าการเลือกรับประทานอาหารวีแกนเป็นการตัดสินใจที่ถูกต้อง	4.12	0.78	เห็นด้วยมาก
5. หากมีผู้อื่นมาชักชวนเกี่ยวกับการรับประทานอาหารวีแกน ก็ยังคงตัดสินใจรับประทานอาหารวีแกนอยู่	4.09	0.83	เห็นด้วยมาก
รวม	4.15	0.93	เห็นด้วยมาก

5. การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Linear Regression) ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจบริโภคอาหารวีแกนของวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร แสดงได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Linear Regression) ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจบริโภคอาหารวีแกนของวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

ปัจจัย	ความตั้งใจบริโภคอาหารวีแกนของวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร				Sig. (p)
	B	S.E.	β	t	
ค่าคงที่	1.20	0.18		6.95	0.00
เจตคติต่อพฤติกรรม	0.18	0.04	0.19	2.76	0.00*
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	0.21	0.07	0.16	3.87	0.00*
การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม	0.19	0.02	0.18	2.87	0.00*

หมายเหตุ: $R^2 = 0.45$, Adjust $R^2 = 0.45$, Standard Error of Estimation = 0.78

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านเจตคติต่อพฤติกรรม ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมส่งผลต่อความตั้งใจบริโภคอาหารวีแกนของวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และความตั้งใจบริโภคอาหารวีแกนของวัยทำงานใน

กรุงเทพมหานครมากที่สุด คือ ปัจจัยเจตคติต่อพฤติกรรม ($\beta = 0.19$) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ($\beta = 0.18$) และปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ($\beta = 0.16$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยปัจจัยทั้งหมดมีอิทธิพลต่อการพยากรณ์อยู่ที่ร้อยละ 45 ($R^2 = 0.45$) และส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 55 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำมาศึกษา และมีความคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์ (Std. Error) อยู่ที่ 0.78

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. การศึกษาระดับความคิดเห็นในด้านเจตคติต่อพฤติกรรม ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และด้านความตั้งใจบริโภคอาหารวีแกนของวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร พบว่า เห็นด้วยมากต่อปัจจัยด้านเจตคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความตั้งใจบริโภคอาหารวีแกน ซึ่งส่วนใหญ่เห็นด้วยต่อความเชื่อว่าการรับประทานอาหารวีแกนเป็นสิ่งที่ดี และความเชื่อว่าการรับประทานอาหารวีแกนเป็นประโยชน์ นอกจากนี้ยังมีความเห็นที่เป็นบวกต่อการรับประทานอาหารวีแกนเพื่อการส่งเสริมสุขภาพที่ดี และต้องการส่งเสริมให้มีการละเว้นจากการฆ่าสัตว์ที่ลดลงด้วยการรับประทานอาหารวีแกนเพื่อทดแทนการใช้เนื้อสัตว์ รวมทั้งเห็นด้วยว่าการรับประทานอาหารวีแกนจะช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในกระบวนการเลี้ยงปศุสัตว์ที่มีส่วนทำให้เกิดภาวะโลกร้อน ทั้งนี้เนื่องจากกระแสการเปลี่ยนแปลงทางสังคมของคนรุ่นใหม่ กำลังปลูกกระแสให้สังคมหันมาบริโภคอาหารจากพืชมากขึ้น จากการนำเสนอผลดีของการบริโภคอาหารจากพืชที่มีต่อสุขภาพการได้ศึกษาข้อมูลจากการรีวิวผลิตภัณฑ์ ของดารา หรือผู้มีชื่อเสียง ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจที่จะไปซื้อ (Mananya, 2021) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lang (2020) จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างยอมรับเนื่องจากพืชและมีแผนที่จะทานเนื่องจากพืช และการไม่สร้างปัญหาสิ่งแวดล้อมจากการไม่ทำฟาร์มปศุสัตว์ รวมไปถึงการไม่เบียดเบียนสิ่งมีชีวิตอื่น ๆ อีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sangkaew (2021) ที่ได้ทำการสำรวจกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพของร้านอาหารมังสวิรัตินิเวศ กรุงเทพมหานคร พบว่า เหตุผลหลักที่ผู้ให้สัมภาษณ์บริโภคอาหารมังสวิรัตินิเวศเป็นประจำ คือ เหตุผลด้านสุขภาพมากที่สุด

2. การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจบริโภคอาหารวีแกนของวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านเจตคติต่อพฤติกรรม ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมส่งผลต่อความตั้งใจบริโภคอาหารวีแกนของวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจบริโภคอาหารวีแกนของวัยทำงานในกรุงเทพมหานครมากที่สุด คือ ปัจจัยเจตคติต่อพฤติกรรม รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 รวมถึง งานวิจัยเรื่องการยอมรับของผู้บริโภคและการยอมรับผลิตภัณฑ์ที่มาจากเนื่องจากพืชนอกจากนี้ผลการศึกษาดังกล่าวยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kwan-on (2022) ที่ได้ทำการศึกษาอิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารทางเลือกประเภทผลิตภัณฑ์ทดแทนเนื้อสัตว์ พบว่า อิทธิพลที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารทางเลือกประเภทผลิตภัณฑ์ทดแทนเนื้อสัตว์ ได้แก่ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ผู้ประกอบการไทยควรที่จะคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารวีแกนที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภควัยทำงานที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพ และการอนุรักษ์ธรรมชาติเพื่อลดปริมาณทำลายสิ่งแวดล้อม เนื่องจากประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบอาหารที่สำคัญของโลกเนื่องจากอุดมไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติพืชพันธุ์ที่หลากหลาย สามารถนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่ให้คุณค่าทางโภชนาการสูง

2. ผู้ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารวีแกน ควรมีการแนะนำถึงประโยชน์ของการรับประทานอาหารวีแกนแก่ผู้บริโภควัยทำงาน และมุ่งเน้นด้านการสื่อสารในเชิงบวกต่อการรับประทานอาหารวีแกนเพื่อการส่งเสริมสุขภาพที่ดี

3. ผู้ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารวีแกน ควรใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภควัยทำงานเพื่อให้เกิดการยอมรับจากกลุ่มผู้บริโภคที่รักสุขภาพในกรุงเทพมหานคร และควรจัดทำกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมและสร้างภาพลักษณ์ของอาหารวีแกนให้แก่กลุ่มผู้บริโภควัยทำงานเพื่อให้เกิดการยอมรับจากสังคมมากขึ้น

4. ผู้ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารวีแกน ควรมีการแสดงข้อมูลเชิงเปรียบเทียบระหว่างการรับประทานอาหารวีแกนกับการเข้าร่วมโปรแกรมในการดูแลสุขภาพในรูปแบบอื่น ซึ่งแสดงให้เห็นถึงจุดเด่นของอาหารวีแกน และควรมีแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เพียงพอ โดยการนำเสนอข้อมูลผ่านสื่อที่หลากหลายรูปแบบ ทั้งนี้เพื่อเป็นการรองรับการค้นคว้าหาข้อมูลของกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการรักษาสุขภาพสำหรับวัยทำงาน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยอื่นที่ช่วยในการทำการตลาดของอาหารวีแกน เช่น ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านการใช้สื่อเพื่อสร้างการรับรู้ ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ เป็นต้น

2. ควรทำการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างอื่น เช่น กลุ่มวัยทำงานในเขตภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่ม Generation ต่าง ๆ เป็นต้น

References

- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior. Organizational behavior and human decision processes*, 50, 179-211. [Online]. Retrieved from https://www.dphu.org/uploads/attachements/books/books_4931_0.pdf.
- Astrid. L., Valois, P., Ajzen, I., & Schmidt P. (2015). Using the theory of planned behavior to identify key beliefs underlying pro-environmental behavior in high-school students: Implications for educational interventions. *Journal of Environmental Psychology*, 42, 128-130.
- Athapaththu, J. & Kulathunga, K. (2018) Factors Affecting Online Purchase Intention: A Study of Sri Lankan Online Customers. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 7, 120-128. Retrieved from <https://doi.org/10.5539/ibr.v11n10p111>.
- Bangkok Bank Public Company Limited (2023). *Vegan food market, global trend, growing strongly! Golden opportunity for exporters Thailand that must be grabbed quickly*. Retrieved from <https://www.bangkokbanksme.com/en/23-1inter-vegan-food-market-a-global-trend-booming>.
- Botetzagias, L., Dima, A. F. & Malesios, C. (2015). *Extending the theory of planned behavior in the context of recycling: The role of moral norms and of demographic predictors*. *Conservation and Recycling*, 95, 58-67.
- Byun, J., & Jang S. C. (2018). "To compare or not to compare?": Comparative appeals in destination advertising of ski resorts. *Journal of Destination Marketing & Management*, 10, 143-15. [Online]. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212571X18300167>.
- Chaiyawong, D. (2019). *What does consumer behavior mean? Want to create sales to make a profit*. Retrieved from <https://www.moneywecan.com/what-consumer-behavior/>.

- Department of International Trade Promotion. (2020). *New Normal trend of consumption behavior*. Retrieved from https://www.ditp.go.th/contents_attach/643672/643672.pdf.
- Han, H., Hsu, L., & Sheu C. (2010). Application of the theory of planned behavior to green hotel choice: testing the effect of environmental friendly activities. *Tourism Management*, 31(3), 325-334.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management* (The millennium ed.). New Jersey: Prentice Hall International.
- Kwan-on, S. (2022). *Influence of factors that affect purchase intention of alternative food, meat substitute products*. Master's degree thesis, Rajamangala University of Technology Krungthep.
- Lang, M. (2020). Consumer acceptance of blending plant-based ingredients into traditional meatbased foods: Evidence from the meat-mushroom blend. *Food Quality and Preference*, 79, 103758. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2019.103758>
- Maichum, K., Parichatnon S., & Peng K. C. (2016). *Application of the Extended Theory of Planned Behavior Model to Investigate Purchase Intention of Green Products among Thai Consumers*. [Online]. Retrieved from file:///C:/Users/kiwik/Desktop/Research/theory%20of%20planned%20behavior%0thai%20consumers.pdf.
- Mananya, K. (2021). Approaches to Development of the Plants-Based Meat in Thailand. *Journal of Research and Innovation in Science and Technology*, 2(3), 1-13.
- Paul, J., Modi, A. & Patel, J. (2015). *Predicting green product consumption using theory of planned behavior and reasoned action*. *J. Retail. Consumer Services*. [Online]. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1016/J.JRETCONSER.2015.11.006>.
- Sreen, N., Purbeya, S., & Sadarangani, P. (2017). Impact of culture, behavior and gender on green purchase intention. *Journal of Retailing and Consumer Services*. [Online]. Retrieved from <https://www.elsevier.com/locate/jretconser> (177-189).
- Sangkaew, T. (2021). *Exploring marketing mix strategies and quality of vegetarian restaurants in Bangkok*. Master's degree thesis, Mahidol University.
- Uobam, D. (2002). Plant based meat. Retrieved 21 October 2022. Retrieved from <https://www.uobam.co.th/srcm/publication/mlqur5zik/r5/zi/o0x0/UOBAM-ESG-Plant-based-meat-TH-Final.pdf>. 21 กันยายน 2565.
- Unileverfoodsolutions. (2022). Plant-based meat menu What is plant-based food. Retrieved 21 October 2022. Retrieved from <https://www.unileverfoodsolutions.co.th/th/chef-inspiration/plant-based/plant-based-meat.html>
- Zaal, E. L, Ongena, Y. P. & Hoeks, J. C. J. (2023). *Explaining vegetarian and vegan dietary behavior among U.S. and Dutch samples applying a reasoned action approach*. *Nutrition and Sustainable Diets*, 7. Retrieved from <https://doi.org/10.3389/fsufs.2023.1040680>.