

แบบจำลองความตั้งใจในการบริโภคจิ้งหรีดในเกาหลีใต้

Modeling Behavior Intention to Consume Crickets in South Korea

ปวีณนุช สุขุมาลวิวัฒน์ และ บุษกรณ์ ลีเจียวระ

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Praweenuth Sukumalwaiwat and Bussagorn Leejoiwara
Khon Kaen University, Thailand
Corresponding Author, E-mail: Praweenuth-Baicha@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาองค์ประกอบการยอมรับการบริโภคจิ้งหรีดในสาธารณรัฐเกาหลี 2) เพื่อพัฒนาแบบจำลองความตั้งใจในการยอมรับการบริโภคจิ้งหรีดในสาธารณรัฐเกาหลี ซึ่งเป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ที่มีกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคชาวเกาหลีใต้ที่อาศัยอยู่ในกรุงโซลที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.85 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

ผลการวิจัยพบว่า 1) องค์ประกอบเชิงยืนยันของแบบจำลองความตั้งใจในการบริโภคจิ้งหรีดในเกาหลีใต้ ได้ 6 องค์ประกอบ ได้แก่ ทศนคติที่มีต่อพฤติกรรม อิทธิพลจากกลุ่มบุคคลอ้างอิง อิทธิพลจากโซเชียลมีเดีย การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ความกลัวอาหารที่มีความแปลกใหม่ และความตั้งใจในการยอมรับการบริโภคจิ้งหรีด 2) ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของแบบจำลองความตั้งใจในการบริโภคจิ้งหรีดในเกาหลีใต้ พบว่า โมเดลที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน โดยพบว่า ทศนคติที่มีต่อพฤติกรรม อิทธิพลจากกลุ่มบุคคลอ้างอิง อิทธิพลจากโซเชียลมีเดีย และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการยอมรับการบริโภคจิ้งหรีดในเกาหลีใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนความกลัวอาหารที่มีความแปลกใหม่ มีอิทธิพลทางตรงเชิงลบต่อความตั้งใจในการยอมรับการบริโภคจิ้งหรีดในเกาหลีใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: จิ้งหรีด; แบบจำลอง; การยอมรับของผู้บริโภค; สาธารณรัฐเกาหลี

Abstracts

The objectives of this research were 1) to study the components of cricket consumption in South Korea, and 2) to develop the modeling behavior intention to consume crickets in South Korea. This research was the quantitative research. The sample group were 400 people living in South Korea, whom the ages of more than 15-year-olds. The tool used to collect data were the questionnaires, that had Cronbach's alpha at 0.85. The statistics used for data analysis include confirmatory factor analysis and structural equation model.

The results showed that 1) The modeling behavior intention to consume crickets in South Korea consisted of 6 components; attitude toward the behavior, personal influence, social media influence, perceived behavioral control, food neophobia, and intention to accept cricket consumption. 2) It is indicated that the developed program was consistent with the empirical statistics and consistent with the hypothesis. It was found that attitude toward the behavior (ATB), personal influence (PIN), social media influence (SMI), and perceived behavioral control (PBC) were found to have a positive influence on intention to accept cricket consumption (ICC) in South Korea at 0.05 significance. While food neophobia (FNP) had negative influence on intention to accept cricket consumption (ICC) in South Korea at 0.05 significance.

Keywords: Cricket; Modeling; Consumer Adoption; South Korea

บทนำ

ปัจจุบันการบริโภคแมลงยังไม่แพร่หลาย เป็นที่ยอมรับจากผู้บริโภคในบางประเทศและเพียงเฉพาะกลุ่มบุคคลเท่านั้น โดยผู้บริโภคบางส่วนยังมีความรู้สึกว่ายังไม่พร้อมหรือไม่เต็มใจที่จะรับประทานแมลงแทนแหล่งโปรตีนหลัก เช่น เนื้อสัตว์ ปลา อันเป็นผลมาจากความกังวลในด้านรูปลักษณ์ รสชาติ และความสะอาดสบาย จึงทำให้แมลงนั้นยังไม่สามารถทดแทนการบริโภคเนื้อสัตว์ได้ (Kohl, 2016 : online) และนอกจากความกังวลในด้านรูปลักษณ์ รสชาติ และความสะอาดสบายในการเข้าถึง ของแมลงแล้ว ผู้บริโภคยังเป็นกังวลในเรื่องของความปลอดภัย และคุณภาพอีกด้วย (Wilkinson et al., 2018 : online) จึงทำให้เห็นว่าความกังวลและความกลัวในเรื่องดังกล่าวทำให้การส่งเสริมการบริโภคแมลงเป็นโปรตีนทางเลือกเป็นไปได้ยากมากยิ่งขึ้น

สำหรับสาธารณรัฐเกาหลี ในปี 2015 รัฐบาลของสาธารณรัฐเกาหลีได้มีการรับรองแมลงที่สามารถนำมาใช้เป็นส่วนประกอบในการประกอบอาหารสำหรับมนุษย์ได้ จากเดิมซึ่งมีการให้การรับรองเพียง 2 ชนิดเท่านั้น คือ ตั๊กแตน และหนอนไหม ทางรัฐบาลของสาธารณรัฐเกาหลีก็ได้ประกาศเพิ่มการรับรองให้กับแมลงอีก 4 ชนิดด้วยกัน คือ ตัวอ่อนของด้วงดอกไม้ลายจุดขาว หนอนนก จิ้งหรีดทองดำ และตัวอ่อนของด้วงแรด จึงทำให้สาธารณรัฐเกาหลีมีการจัดตั้งสมาคมอุตสาหกรรมแมลงแห่งสาธารณรัฐเกาหลี (Korean Insect Industry Association หรือ KIIA) เพื่อสร้างกฎระเบียบเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากแมลง แต่การบริโภคแมลงในสาธารณรัฐเกาหลีก็มีผู้บริโภคที่ให้การยอมรับและตัดสินใจบริโภคแค่แมลงบางประเภทเท่านั้น นั่นก็คือหนอนไหม (Koreaboo, 2558 : online) นอกเหนือจากหนอนไหมแล้ว ทางโรงพยาบาลใน

สาธารณสุขเกาหลีใต้มีการนำหนอนนกไปพัฒนา จนสามารถนำไปใช้เป็นส่วนประกอบอาหารได้ถึง 76 เมนูด้วยกัน ซึ่งหนอนนกนั้นจะช่วยเพิ่มโปรตีนให้กับผู้ป่วยธรรมดา ผู้ป่วยที่ทำการผ่าตัด รวมไปถึงผู้ป่วยโรคมะเร็งอีกด้วย นอกเหนือจากหนอนใหม่ และหนอนนกแล้ว ยังมีแมลงชนิดอื่น ๆ ที่ถูกนำมาวิจัยและพัฒนา โดยสามารถนำไปสกัดและใช้เป็นยาได้ ยกตัวอย่างเช่น จิ้งหรีดทองคำ มีฤทธิ์ช่วยในเรื่องของอาการบวม การดีท็อกซ์ การบรรเทาอาการปวด เป็นต้น อย่างไรก็ตามจิ้งหรีดกลับถูกนำไปใช้ทำอาหารสัตว์ เช่น หมู ปลา เสียบส่วนใหญ่ (Han et al., 2017 : online) จากการที่สาธารณสุขเกาหลีนำแมลงไปใช้ทั้งในการผลิตอาหารสัตว์ และนำไปบริโภคโดยตรง หรือแม้กระทั่งนำไปสกัดเพื่อใช้ทำยา จึงทำให้เห็นว่าในสาธารณสุขเกาหลีนั้น เริ่มมีการเปิดรับและยอมรับในการนำแมลงมาใช้บริโภคมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าสาธารณสุขเกาหลีจะมีการวิจัย พัฒนา และมีการส่งเสริมให้มีการนำแมลงมาใช้ในการบริโภค แต่ก็ยังมีข้อจำกัดในการผลิตอยู่มาก เนื่องจากยังมีจำนวนเกษตรกรที่ทำการเพาะเลี้ยงแมลงในประเทศยังขาดความชำนาญ และยังมีจำนวนที่ไม่มากนัก โดยในปี 2013 มีจำนวนเกษตรกรที่เลี้ยงแมลงที่สามารถรับประทานได้เป็นจำนวน 384 คน และปี 2015 เพิ่มขึ้นเป็น 724 คน เท่านั้น (Han et al., 2017 : online)

จากการทบทวนงานวิจัยเกี่ยวกับการยอมรับและการบริโภคจิ้งหรีดแล้ว พบว่าการวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศยังมีผู้ทำวิจัยไว้น้อยมาก คือตั้งแต่ปี 2012 จนถึงปี 2019 มีเอกสารที่ได้รับการตีพิมพ์เกี่ยวกับแมลงที่สามารถรับประทานได้ทั่วโลกเพียง 102 ชิ้นเท่านั้น โชนเอเชียมีการศึกษาและตีพิมพ์ 12 ชิ้น โดยมีการศึกษาในบริบทของสาธารณสุขเกาหลีเพียง 2 ชิ้นเท่านั้น (Sogari, Menozzi, Hartmann and Mora, 2019 : online) ซึ่งหากมีการศึกษาถึงปัจจัยที่จะนำไปสู่การยอมรับเพื่อบริโภคจิ้งหรีด และมีการเผยแพร่ข้อมูลอย่างแพร่หลายมากยิ่งขึ้น จะเป็นประโยชน์ทั้งในแง่ของการพัฒนาความรู้ใหม่ที่เพิ่มขึ้นในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับการบริโภคโปรตีนทางเลือกจากแมลง นอกเหนือจากประโยชน์ทางด้านธุรกิจ โดยแบบจำลองความตั้งใจในการบริโภคจิ้งหรีดในเกาหลีใต้จะมีการนำทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ของ Ajzen (1991 : 179-211) มาเป็นแนวทางการศึกษาหลัก ซึ่งจะทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร อันได้แก่ ทศนคติต่อพฤติกรรม อิทธิพลทางสังคม การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความกลัวอาหารที่มีความแปลกใหม่ และทราบว่าปัจจัยใดบ้างที่มีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจในการยอมรับการบริโภคจิ้งหรีดในสาธารณสุขเกาหลี

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบการยอมรับการบริโภคจิ้งหรีดในสาธารณสุขเกาหลี
2. เพื่อพัฒนาแบบจำลองความตั้งใจในการยอมรับการบริโภคจิ้งหรีดในสาธารณสุขเกาหลี

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยการแจกแบบสอบถาม

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ได้แก่ ผู้บริโภคชาวเกาหลีใต้ที่อาศัยอยู่ในกรุงโซล ในระหว่างเดือนมกราคมถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2564 ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากร

1.2 กลุ่มตัวอย่าง วิธีกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนคำนวณโดยใช้สูตรคอเชรัน (Cochran, 1977 : 76) กำหนดให้มีความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิด 0.05 ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่าง 385 คน จึงได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพิ่มเป็น 400 คน หลังจากนั้นทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

2. เครื่องมือการวิจัย และการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้ **ตอนที่ 1** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีคำถามจำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส และจำนวนบุตรที่ต้องเลี้ยงดู ลักษณะคำถามเป็นปลายปิดแบบนามบัญญัติ **ตอนที่ 2** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ มีคำถามจำนวน 3 ข้อ โดยมีคำถามมีลักษณะปลายปิดแบบนามบัญญัติ **ตอนที่ 3** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับประสบการณ์ในการรับประทานอาหารจากจังหวัด มีคำถามจำนวน 2 ข้อ โดยมีคำถามมีลักษณะปลายปิดแบบนามบัญญัติ **ตอนที่ 4** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคจังหวัด มีข้อคำถามจำนวน 41 ข้อ โดยคำถามใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) วัดระดับความสำคัญเป็น 5 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง การหาคุณภาพของแบบสอบถาม พบว่า ค่าความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ของการศึกษา (IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ได้ค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.60-1.00 และทำการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Tryout) จำนวน 30 ชุด พบว่า แบบสอบถามมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค รวมทั้งฉบับ เท่ากับ 0.85 ซึ่งมีค่าสูงกว่า 0.8 นั่นคือ แบบสอบถามชุดนี้มีคุณภาพดี สามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้ (Sekaran and Bougie, 2016 : 128)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้ คือ 1) ทำการแจกแบบสอบถามโดยใช้ช่องทางออนไลน์ เพื่อส่งให้กับผู้บริโภคชาวเกาหลีใต้ที่อาศัยอยู่ในกรุงโซลที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามออนไลน์ในกูเกิ้ลฟอร์ม (Google Form) แล้วสร้างคิวอาร์โค้ด (QR Code) เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างได้ทำการสแกน (Scan) เพื่อตอบแบบสอบถามออนไลน์ โดยมีคำถามคัดกรองจน

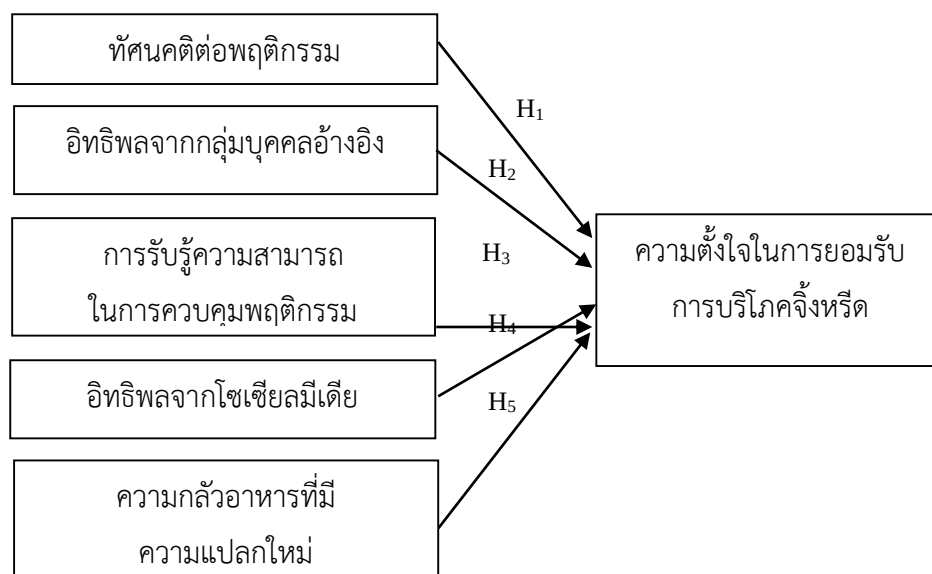
ครบจำนวน 400 คน และ 2) ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความถูกต้อง และครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูล แล้วนำข้อมูลแบบสอบถามไปทำการวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว นำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัย (Statistical Packages of the Social Science: SPSS) เวอร์ชัน 26.0 ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยมีสถิติที่ใช้ คือ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างเพื่อทดสอบสมมติฐานในการวิจัย โดยนำเสนอในรูปตารางประกอบคำบรรยาย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัย เรื่อง แบบจำลองความตั้งใจในการบริโภคจิ้งหรีดในเกาหลีใต้ จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ Ajzen (1991 : 179-211) ตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ประกอบด้วย ความเชื่อเกี่ยวกับทัศนคติต่อพฤติกรรม ความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง และความเชื่อเกี่ยวกับความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม Reilly (2018 : 9-10) ได้กล่าวถึงความกลัวอาหารที่มีความแปลกใหม่ (Food Neophobia) เป็นความไม่เต็มใจ ความกลัว ที่จะรับประทานอาหารหรือสิ่งที่สามารถรับประทานได้ที่ไม่คุ้นเคย ไม่รู้จัก หรือมีความแปลกใหม่ จากการตลาด 4.0 ของ Kotler, Kartajaya and Setiawan (2017 : 22-23) มาใช้สร้างข้อคำถามในตัวแปรอิทธิพลทางสังคมและอิทธิพลจากโซเชียลมีเดียร่วมด้วย ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ดังแผนภาพประกอบที่ 1



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย สามารถสรุป ผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาองค์ประกอบการยอมรับการบริโภคจิ้งหรีดในสาธารณรัฐเกาหลี พบว่า

1.1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 52.00 โดยมีอายุอยู่ระหว่าง 15-25 ปี ร้อยละ 45.25 รองมาเป็นอายุ 26-35 ปี ร้อยละ 33.00 อาชีพพนักงาน/นักศึกษา ร้อยละ 49.75 รองลงมา คือ อาชีพพนักงานเอกชน ร้อยละ 27.75 ซึ่งมีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน 1,600,000-1,999,999 วอน ร้อยละ 32.50 รองมาเป็นรายได้ 2,000,000-2,399,999 วอน ร้อยละ 29.00 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 62.25 รองลงมา คือ แต่งงาน ร้อยละ 37.25 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีบุตรที่ต้องเลี้ยงดู ร้อยละ 76.00

1.2 พฤติกรรมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่องทางการใช้โซเชียลมีเดียมากที่สุด ได้แก่ เว็บไซต์แบ่งปันรูปภาพและวิดีโอ เช่น Youtube ร้อยละ 92.00 รองลงมา คือ ไมโครบล็อกกิ้ง เช่น Twitter ร้อยละ 71.75 โดยส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่ใช้โซเชียลมีเดียต่อวัน จำนวน 1-3 ชั่วโมง ร้อยละ 68.50 รองลงมาเป็น 4-6 ชั่วโมง ร้อยละ 30.00 สำหรับความรู้สึกถึงความจำเป็นต้องพึ่งพาโซเชียลมีเดีย พบว่า ส่วนใหญ่มีการใช้งานอยู่เป็นประจำ แต่ไม่ใช่ตลอดเวลาทั้งวัน ร้อยละ 60.75 รองลงมา คือ ไม่สามารถขาดโซเชียลมีเดียได้ ร้อยละ 36.50

1.3 ประสบการณ์ในการรับประทานอาหาร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยมีประสบการณ์รับประทานจิ้งหรีดมาก่อน ร้อยละ 97.25 และรสชาติของจิ้งหรีดส่งผลต่อความตั้งใจในการรับประทานจิ้งหรีด ร้อยละ 95.75

1.4 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการพัฒนาแบบจำลองความตั้งใจในการยอมรับการบริโภคจิ้งหรีดในเกาหลีใต้ พบว่า ค่า KMO มีค่าเท่ากับ 0.955 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.6 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวแปรทั้ง 41 ตัวแปร เหมาะสมแก่การนำมาใช้วิเคราะห์องค์ประกอบ และผลการตรวจสอบข้อมูลโดยใช้ Bartlett's Test of Sphericity พบว่า ค่า Approx. Chi-Square โดยประมาณมีค่าเท่ากับ 14660.095 และมีค่า Sig = 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ใช้ในการทดสอบที่ระดับ 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวแปรทั้ง 41 ตัวแปร มีความสัมพันธ์ระหว่างกัน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่า KMO Test และค่า Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test	
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	0.955
Bartlett's Test of Sphericity Approx. Chi-Square	14660.095
df	820
Sig.	0.000

องค์ประกอบเชิงยืนยันของการพัฒนาแบบจำลองความตั้งใจในการยอมรับการบริโภคจิ้งหรีดในเกาหลีใต้ ประกอบด้วย ทศนคติที่มีต่อพฤติกรรม (Attitude toward the Behavior: ATB) อิทธิพลจากกลุ่มบุคคลอ้างอิง (Personal Influence: PIN) อิทธิพลจากโซเชียลมีเดีย (Social Media Influence: SMI) การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBC) ความกลัวอาหารที่มีความแปลกใหม่ (Food Neophobia: FNP) และความตั้งใจในการยอมรับการบริโภคจิ้งหรีด (Intention to Accept Cricket Consumption: ICC) ซึ่งสามารถอธิบายองค์ประกอบของแบบจำลองความตั้งใจในการยอมรับการบริโภคจิ้งหรีดในเกาหลีใต้ ได้ร้อยละ 69.76 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 องค์ประกอบเชิงยืนยันของแบบจำลองความตั้งใจในการยอมรับการบริโภคจิ้งหรีดในเกาหลีใต้

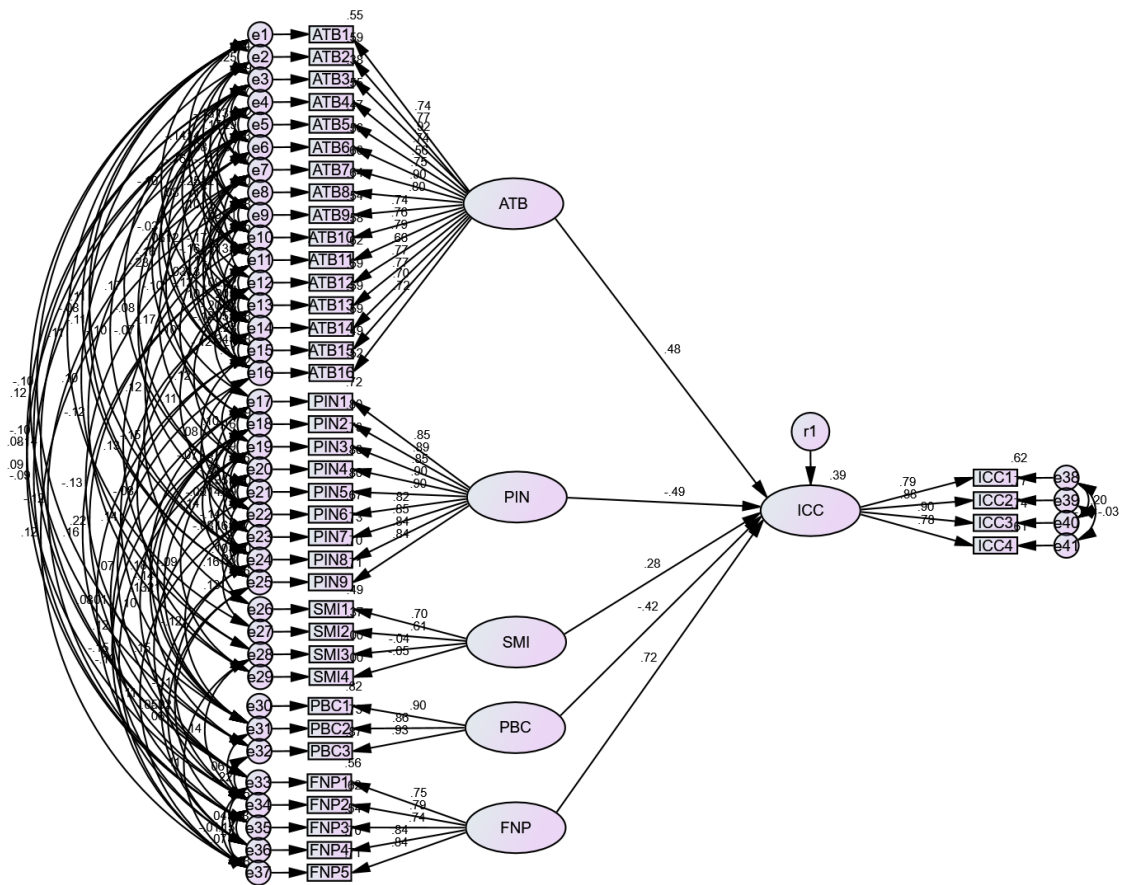
องค์ประกอบ	Factor Loading Score
องค์ประกอบที่ 1 ทศนคติที่มีต่อพฤติกรรม	
ฉันคิดว่าการรับประทานจิ้งหรีดนั้นดีต่อสุขภาพของฉัน	0.774
การรับประทานจิ้งหรีดมีความเข้ากันกับสถานการณ์ปัจจุบันของฉัน	0.763
สำหรับฉัน การรับประทานจิ้งหรีดเป็นแนวคิดที่ดี	0.750
ฉันคิดว่าการรับประทานจิ้งหรีดนั้นให้ประโยชน์กับฉันมากกว่าการรับประทานแมลงชนิดอื่น	0.745
สำหรับฉัน การรับประทานจิ้งหรีดน่าจะถูกใจฉัน	0.584
ฉันชอบแนวความคิดการรับประทานจิ้งหรีด	0.734
ฉันเชื่อว่าการหาจิ้งหรีดเพื่อรับประทานสามารถทำได้ง่าย	0.743
การรับประทานจิ้งหรีดเข้ากันได้ดีกับวิถีชีวิตของฉัน	0.734
การรับประทานจิ้งหรีดมีความเข้ากันกับสิ่งที่ฉันชอบรับประทานอยู่แล้ว	0.733
โดยรวมแล้ว ฉันคิดว่าการรับประทานจิ้งหรีดจะให้ประโยชน์กับฉัน	0.720
การรับประทานจิ้งหรีดมีความสอดคล้องกับการทำงานของฉัน	0.717
ฉันเชื่อว่าการรับประทานจิ้งหรีดเป็นเรื่องง่ายสำหรับฉัน	0.712
โดยรวมแล้ว ฉันเชื่อว่าการรับประทานจิ้งหรีดเป็นเรื่องที่ง่าย	0.709
สำหรับฉัน การรับประทานจิ้งหรีดเป็นแนวคิดที่ฉลาด	0.704
ฉันเชื่อว่าการรับประทานจิ้งหรีดเป็นเรื่องที่เข้าใจได้ง่าย	0.651
การรับประทานจิ้งหรีดจะทำให้ฉันบริหารเวลาของตนเองได้ดีมากขึ้น	0.621
องค์ประกอบที่ 2 อิทธิพลจากกลุ่มบุคคลอ้างอิง	
ฉันจะรับประทานจิ้งหรีด หากเพื่อนร่วมงานของฉันคิดว่าเป็นสิ่งที่ดี	0.861

องค์ประกอบ	Factor Loading Score
บุคคลที่สำคัญต่อฉันคิดว่าฉันควรรับประทานจึงหรีด	0.845
ฉันจะรับประทานจึงหรีด หากเพื่อนของฉันคิดว่าเป็นสิ่งที่ดี	0.830
โดยปกติแล้ว ฉันมักจะอยากทำในสิ่งที่เพื่อนร่วมงานของฉันคิดว่าฉันควรจะทำ	0.820
บุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของฉันคิดว่าฉันควรรับประทานจึงหรีด	0.806
โดยปกติแล้ว ฉันมักจะอยากทำในสิ่งที่ครอบครัวของฉันคิดว่าฉันควรจะทำ	0.790
เป็นเรื่องสำคัญที่บุคคลที่สำคัญต่อฉันจะให้การยอมรับในการบริโภคจึงหรีด	0.761
ฉันจะรับประทานจึงหรีด หากครอบครัวของฉันคิดว่าเป็นสิ่งที่ดี	0.761
โดยปกติแล้ว ฉันมักจะอยากทำในสิ่งที่เพื่อนของฉันคิดว่าฉันควรจะทำ	0.743
องค์ประกอบที่ 3 อิทธิพลจากโซเชียลมีเดีย	
โดยปกติแล้ว ฉันมักจะอยากทำในสิ่งที่ผู้ติดตามในโซเชียลมีเดียของฉันคิดว่าฉันควรจะทำ	0.482
ฉันจะรับประทานจึงหรีด หากแฟนในโซเชียลมีเดียของฉันคิดว่าเป็นสิ่งที่ดี	0.463
ฉันจะรับประทานจึงหรีด หากผู้ติดตามในโซเชียลมีเดียของฉันคิดว่าเป็นสิ่งที่ดี	0.392
โดยปกติแล้ว ฉันมักจะอยากทำในสิ่งที่แฟนในโซเชียลมีเดียของฉันคิดว่าฉันควรจะทำ	0.372
องค์ประกอบที่ 4 การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม	
ฉันมีทรัพยากร ความรู้ และความสามารถในการรับประทานจึงหรีด	0.819
การรับประทานจึงหรีดอยู่ในการควบคุมของฉัน	0.811
ฉันสามารถรับประทานจึงหรีดได้	0.765
องค์ประกอบที่ 5 ความกลัวอาหารที่มีความแปลกใหม่	
ฉันมักจะเลือกอาหารที่ฉันจะรับประทาน	0.827
ฉันกลัวที่จะลองรับประทานอาหารที่ฉันไม่เคยรับประทานมาก่อน	0.816
หากฉันไม่รู้ว่ามีอะไรอยู่ในอาหาร ฉันจะไม่ลองรับประทานอาหารนั้น	0.782
ฉันไม่เชื่อใจอาหารที่มีความแปลกใหม่	0.703
อาหารต้องฉันทดลองแปลกเกินกว่าที่จะรับประทานได้	0.685
องค์ประกอบที่ 6 ความตั้งใจในการยอมรับการบริโภคจึงหรีด	
ฉันต้องการที่จะรับประทานจึงหรีดแทนแมลงชนิดอื่น ๆ	0.844
ฉันอยากเป็นหนึ่งในคนกลุ่มแรกที่รับประทานจึงหรีด	0.837
ฉันตั้งใจจะเป็นคนแรกๆ ที่รับประทานจึงหรีด	0.807
โดยรวมแล้ว ฉันมีความตั้งใจที่จะรับประทานจึงหรีด	0.803

2. การพัฒนาแบบจำลองความตั้งใจในการยอมรับการบริโภคจิ้งหรีดในสาธารณรัฐเกาหลี พบว่าจากการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างของความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของแบบจำลองความตั้งใจในการบริโภคจิ้งหรีดในเกาหลีใต้ ตามสมมติฐาน ด้วยวิธีการ Maximum Likelihood พบว่า ค่าสถิติที่สำคัญยังไม่ผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับโมเดล (Model Modification) โดยพิจารณาจากคำแนะนำในการปรับพารามิเตอร์ในโมเดลด้วยค่าดัชนีปรับโมเดล (Model Modification Indices: MI) สรุปได้ว่า โมเดลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสมกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังตารางที่ 3 และแผนภาพประกอบที่ 2

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล

ดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์	ก่อนปรับโมเดล		หลังปรับโมเดล	
		ค่าดัชนีที่วัดได้	ผลการพิจารณา	ค่าดัชนีที่วัดได้	ผลการพิจารณา
χ^2 / df	< 2.00	5.167	ไม่ผ่านเกณฑ์	1.028	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.90	0.776	ไม่ผ่านเกณฑ์	0.999	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ 0.90	0.638	ไม่ผ่านเกณฑ์	0.933	ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥ 0.90	0.597	ไม่ผ่านเกณฑ์	0.903	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.05	0.102	ไม่ผ่านเกณฑ์	0.005	ผ่านเกณฑ์
RMR	< 0.05	0.350	ไม่ผ่านเกณฑ์	0.045	ผ่านเกณฑ์



แผนภาพประกอบที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล (หลังปรับโมเดล)

จากภาพที่ 2 เมื่อพิจารณาค่าดัชนีความกลมกลืนของโมเดล พบว่า โมเดล สอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนทั้ง 6 ดัชนีที่ผ่านเกณฑ์ การยอมรับ คือ ค่าดัชนี $\chi^2 = 609.333$, $df = 593$, $p\text{-value} = 0.312$, $\chi^2 / df = 1.028$, $CFI = 0.999$, $GFI = 0.933$, $AGFI = 0.903$, $RMSEA = 0.005$ และ $RMR = 0.045$ ดังนั้นสรุปได้ว่า โมเดลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสม กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งสรุปการทดสอบสมมติฐานการศึกษาของการพัฒนาแบบจำลองความตั้งใจในการบริโภคจังหวัดในเกาหลีใต้ ดังนี้

1) ทศนคติที่มีต่อพฤติกรรม (ATB) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการยอมรับการบริโภคจังหวัด (ICC) ในเกาหลีใต้ มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.48 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการศึกษาที่ตั้งไว้

2) อิทธิพลจากกลุ่มบุคคลอ้างอิง (PIN) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อ ความตั้งใจในการยอมรับการ บริโภคจิ้งหรีด (ICC) ในเกาหลีใต้ มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.49 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการศึกษาที่ตั้งไว้

3) อิทธิพลจากโซเชียลมีเดีย (SMI) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการยอมรับการ บริโภคจิ้งหรีด (ICC) ในเกาหลีใต้ มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.28 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการศึกษาที่ตั้งไว้

4) การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (PBC) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจ ในการยอมรับการบริโภคจิ้งหรีด (ICC) ในเกาหลีใต้ มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.42 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการศึกษาที่ตั้งไว้

5) ความกลัวอาหารที่มีความแปลกใหม่ (FNP) มีอิทธิพลทางตรงเชิงลบต่อความตั้งใจในการ ยอมรับการบริโภคจิ้งหรีด (ICC) ในเกาหลีใต้ มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.72 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการศึกษาที่ตั้งไว้

จากการพัฒนาแบบจำลองความตั้งใจในการยอมรับการบริโภคจิ้งหรีดในเกาหลีใต้สรุปได้ว่า ผลการ วิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ของตัวแปรในเชิงเหตุและผล พบว่า ด้านทัศนคติต่อพฤติกรรม (ATB) อิทธิพล จากกลุ่มบุคคลอ้างอิง (PIN) และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (PBC) มีอิทธิพลทางตรง เชิงบวกต่อความตั้งใจในการยอมรับการบริโภคจิ้งหรีดในเกาหลีใต้ (ICC) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ด้านอิทธิพลจากโซเชียลมีเดีย (SMI) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการยอมรับการบริโภค จิ้งหรีดในเกาหลีใต้ (ICC) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านความกลัวอาหารที่มีความแปลก ใหม่ (FNP) มีอิทธิพลทางตรงเชิงลบต่อความตั้งใจในการยอมรับการบริโภคจิ้งหรีดในเกาหลีใต้ อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อภิปรายผลการวิจัย

1. องค์ประกอบเชิงยืนยันของการพัฒนาแบบจำลองความตั้งใจในการยอมรับการบริโภคจิ้งหรีดใน เกาหลีใต้ ประกอบด้วย ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม อิทธิพลจากกลุ่มบุคคลอ้างอิง อิทธิพลจากโซเชียลมีเดีย การ รับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ความกลัวอาหารที่มีความแปลกใหม่ และความตั้งใจในการยอมรับ การบริโภคจิ้งหรีด สอดคล้องกับงานวิจัย วันวิสาข์ มงคล และบุษกรณ ลีเจียรระ (2564 : 208-222) ที่พบว่า องค์ประกอบของการยอมรับโปรตีนจิ้งหรีดของผู้บริโภคในออสเตรเลีย พบว่าองค์ประกอบ ได้แก่ ด้านทัศนคติ ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ด้านความกลัวอาหารจาก แมลง และด้านความตั้งใจยอมรับโปรตีนจิ้งหรีดของผู้บริโภค

2. จากการพัฒนาแบบจำลองความตั้งใจในการยอมรับการบริโภคจิ้งหรีดในเกาหลีใต้ พบว่า ด้านทัศนคติต่อพฤติกรรม อิทธิพลจากกลุ่มบุคคลอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

ด้านอิทธิพลจากโซเชียลมีเดีย มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการยอมรับการบริโภคจิ้งหรีดในเกาหลีใต้ ส่วนด้านความกลัวอาหารที่มีความแปลกใหม่ มีอิทธิพลทางตรงเชิงลบต่อความตั้งใจในการยอมรับการบริโภคจิ้งหรีดในเกาหลีใต้ มีประเด็นที่สำคัญ และประเด็นที่น่าสนใจ ที่ผู้วิจัยนำมาอภิปรายผลดังนี้

ด้านทัศนคติต่อพฤติกรรม มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการยอมรับการบริโภคจิ้งหรีดในเกาหลีใต้ อาจเนื่องมาจากแนวความคิดการรับประทานจิ้งหรีดทดแทนโปรตีนจากเนื้อสัตว์ได้รับการยอมรับมากขึ้น จึงทำให้เกิดทัศนคติว่าการรับประทานจิ้งหรีดเป็นแนวคิดที่ดี และฉลาด ซึ่งปัจจุบันได้มีการแปรรูปจิ้งหรีดเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ หรือเป็นส่วนประกอบของสินค้าประเภทอาหาร เช่น ขนม โปรตีนจิ้งหรีด เบเกอรี่ เครื่องดื่ม เป็นต้น จึงทำให้การรับประทานจิ้งหรีดเป็นเรื่องง่ายขึ้น และคิดว่าการรับประทานจิ้งหรีดนั้นให้ประโยชน์แก่ร่างกาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Brekelmans (2016 : 29) พบว่า ทัศนคติมีผลกระทบต่อความตั้งใจที่จะกินเบอร์เกอร์แมลงของคนในเนเธอร์แลนด์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pambo et al. (2018 : 885-898) พบว่า ทัศนคติที่ดีมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความตั้งใจของผู้บริโภคในการบริโภคอาหารจากแมลงที่กินได้ในประเทศเคนยา และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วันวิสาข์ มงคล และบุษกรณ ธิ์เจียวะระ (2564 : 208-222) ที่พบว่า ด้านทัศนคติของผู้บริโภคมีผลต่อความตั้งใจยอมรับโปรตีนจิ้งหรีดของผู้บริโภค

ด้านอิทธิพลจากกลุ่มบุคคลอ้างอิง มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการยอมรับการบริโภคจิ้งหรีดในเกาหลีใต้ บุคคลอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการยอมรับการบริโภคจิ้งหรีดนั้น ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน เพื่อนร่วมงาน ซึ่งเป็นบุคคลสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นและการยอมรับในการบริโภคจิ้งหรีด อาจเนื่องมาจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุอยู่ระหว่าง 15-25 ปี และมีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ซึ่งอยู่ในช่วงวัยที่ต้องการได้รับการยอมรับจากบุคคลที่อยู่รอบตัว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pambo et al. (2018 : 885-898) พบว่า ปฏิสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัว เพื่อนฝูง และเพื่อนร่วมงาน มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความตั้งใจของผู้บริโภคในการบริโภคอาหารจากแมลงที่กินได้ในประเทศเคนยา และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Liu et al. (2020 : 10) ที่พบว่า ยอมรับการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารจากแมลงเพราะเพื่อนและครอบครัวได้แนะนำแหล่งอาหารที่ปลอดภัยให้

ด้านอิทธิพลจากโซเชียลมีเดีย อิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการยอมรับการบริโภคจิ้งหรีดในเกาหลีใต้ (อาจเนื่องมาจากปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันที่ใช้ในการสื่อสารไปยังกลุ่มต่าง ๆ และทำให้ค้นหาข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเจนเอเรชันวาย (Gen Y) ที่เติบโตมาพร้อมกับอินเทอร์เน็ตจึงต้องการได้รับการยอมรับผ่านในโซเชียลมีเดียหรือผู้ติดตามในโซเชียลมีเดีย ดังนั้น อิทธิพลจากโซเชียลมีเดีย มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการยอมรับการบริโภคจิ้งหรีด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Legendre and Baker (2021 : 1-23) พบว่า ผู้มีชื่อเสียงหรือคนดังในสื่อสังคมออนไลน์มีผลทำให้แฟนคลับหรือผู้ติดตามในสื่อสังคมออนไลน์เลือกการบริโภคแมลงที่กินได้

ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการยอมรับการบริโภคจิ้งหรีดในเกาหลีใต้ อาจจะเป็นเพราะเมื่อผู้บริโภคเกิดการรับรู้ว่าการรับประทานจิ้งหรีดอยู่ในการควบคุมของตนเอง โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีทรัพยากร ความรู้ และความสามารถในการรับประทานจิ้งหรีด สามารถที่จะเลือกกินหรือไม่กินด้วยตนเองได้ จึงทำให้มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการยอมรับการบริโภคจิ้งหรีดในเกาหลีใต้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Brekelmans (2016 : 29) พบว่า ความตั้งใจที่จะกินเบอร์เกอร์แมลงของคนในเนเธอร์แลนด์นั้นส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลจากการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pambo et al. (2018 : 885-898) พบว่า การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความตั้งใจของผู้บริโภคในการบริโภคอาหารจากแมลงที่กินได้ในประเทศเคนยา และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lucchese-Cheung et al. (2020 : 297-316) พบว่า การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจที่จะกินแมลงที่กินได้ในบราซิล และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Liu et al. (2020 : 10) พบว่า การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการบริโภคแมลง

ด้านความกลัวอาหารที่มีความแปลกใหม่ มีอิทธิพลทางตรงเชิงลบต่อความตั้งใจในการยอมรับการบริโภคจิ้งหรีดในเกาหลีใต้ อาจเป็นเพราะการที่ผู้บริโภคมีความกลัวอาหาร ไม่เชื่อใจอาหารที่มีความแปลกใหม่ รู้สึกว่าอาหารต้องอันตรายเกินไปกว่าที่จะรับประทานได้ กลัวที่จะลองรับประทานอาหารที่ไม่เคยรับประทานมาก่อน และมักจะเลือกอาหารที่เคยรับประทาน ทำให้ส่งผลเชิงลบต่อความตั้งใจในการยอมรับการบริโภคจิ้งหรีดในเกาหลีใต้ นั่นคือ ยิ่งผู้บริโภคมีความกลัวอาหารแปลกใหม่มากย่อมไม่ยอมรับการบริโภคจิ้งหรีด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lacey (2016 : online) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจในการทดลองใช้แป้งที่ทำมาจากจิ้งหรีดคือ ความกลัวที่จะลองอาหารชนิดใหม่ๆ และสอดคล้องกับ Chang et al. (2019 : 1606) ที่พบว่า การกลัวที่จะลองอาหารชนิดใหม่ๆ มีความสัมพันธ์เชิงลบต่อความตั้งใจซื้ออาหารที่ทำมาจากแมลงอย่างมีนัยสำคัญ รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sogari et al. (2018 : 68-76) ที่พบว่า ความกลัวอาหารที่มีความแปลกใหม่มีความสัมพันธ์เชิงลบกับความเต็มใจที่จะรับประทานอาหารที่ทำมาจากแมลง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wilkinson et al. (2018 : online) พบว่า การรับประทานแมลงจะไม่ได้มีการยอมรับจากผู้บริโภคที่กลัวหรือไม่เต็มใจที่จะลองรับประทานอาหารที่แปลกใหม่

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับนำผลการศึกษาไปใช้

จากการพัฒนาแบบจำลองความตั้งใจในการยอมรับการบริโภคจิ้งหรีดในเกาหลีใต้ พบว่า ด้านทัศนคติต่อพฤติกรรม อิทธิพลจากกลุ่มบุคคลอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และด้านอิทธิพลจากโซเซียลมีเดีย มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการยอมรับการบริโภคจิ้งหรีดในเกาหลีใต้ ในส่วนของด้านความกลัวอาหารที่มีความแปลกใหม่ มีอิทธิพลทางตรงเชิงลบต่อความตั้งใจในการยอมรับการบริโภคจิ้งหรีดในเกาหลีใต้ นำผลการศึกษามาเสนอแนะเพื่อนำไปสู่การสร้างการยอมรับการบริโภคจิ้งหรีดได้ดังนี้

1. ด้านทัศนคติต่อพฤติกรรม ควรมีการสร้างการรับรู้ และทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคจิ้งหรีด ด้วยการสื่อสาร การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับจิ้งหรีดและการบริโภคจิ้งหรีด เพื่อให้ผู้บริโภคในเกาหลีใต้เกิดทัศนคติว่าการรับประทานจิ้งหรีดเป็นแนวคิดที่ดี และเป็นแนวคิดที่ฉลาด การรับประทานจิ้งหรีดเป็นเรื่องที่ง่ายและการหาจิ้งหรีดเพื่อรับประทานสามารถทำได้ง่าย การรับประทานจิ้งหรีดนั้นให้ประโยชน์ ดีต่อสุขภาพของผู้บริโภค จนให้การยอมรับการบริโภคจิ้งหรีด และเกิดเป็นพฤติกรรมการบริโภคจิ้งหรีดต่อไป

2. ด้านอิทธิพลจากกลุ่มบุคคลอ้างอิง ควรสนับสนุนและส่งเสริมให้มีกิจกรรม รวมทั้งมีการแนะนำและชักชวนเกี่ยวกับการบริโภคจิ้งหรีดผ่านครอบครัว เพื่อน และเพื่อนร่วมงาน เพื่อสร้างการยอมรับการบริโภคจิ้งหรีดร่วมกัน

3. ด้านอิทธิพลจากโซเซียลมีเดีย ควรจัดกิจกรรมเกี่ยวกับข้อมูลจิ้งหรีด ผลิตภัณฑ์จากจิ้งหรีด การชักชวนแนะนำ เพื่อสร้างการยอมรับการบริโภคจิ้งหรีด ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ การแชร์ข้อความโดยผู้มีชื่อเสียงในสื่อสังคมออนไลน์ จะนำไปสู่ความตั้งใจในการยอมรับการบริโภคจิ้งหรีดของผู้บริโภคในเกาหลีใต้ได้

4. ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ควรมีการสื่อสารเพื่อให้ความรู้ แก่ผู้บริโภคถึงทางเลือกในการเลือกรับประทานผลิตภัณฑ์จากจิ้งหรีด ซึ่งอาจมีการแปรรูปเป็นส่วนผสมของอาหารเกาหลี เพื่อให้ผู้บริโภคชาวเกาหลีรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมรับประทานผลิตภัณฑ์จากจิ้งหรีดด้วยตัวเองได้ อันจะนำไปสู่การยอมรับการบริโภคจิ้งหรีดของผู้บริโภคในเกาหลีใต้ได้

5. ด้านความกลัวอาหารที่มีความแปลกใหม่ ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และแปรรูปผลิตภัณฑ์จากจิ้งหรีด อยู่เป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์อาหารที่บริโภคในชีวิตประจำวันของคนเกาหลีใต้ เพื่อลดความรู้สึกลัวอาหารแปลกใหม่ที่ไม่เคยรับประทานมาก่อน ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคกล้าที่จะลองรับประทาน และยอมรับการบริโภคจิ้งหรีดได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับแนวทางการสร้างการยอมรับการบริโภคจิ้งหรีดของผู้บริโภคในเกาหลีใต้
2. ควรมีการนำองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ที่ได้จาก 6 องค์ประกอบ 41 ตัวบ่งชี้ ที่ได้จากการพัฒนาแบบจำลองความตั้งใจในการยอมรับการบริโภคจิ้งหรีดในเกาหลีใต้ในครั้งนี้ ไปวิจัยเพิ่มเติมเพื่อเป็นการขยายแนวคิดเกี่ยวกับการบริโภคจิ้งหรีดในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- วันวิสาข์ มงคล และบุษกรณ์ ธีเจียรระ (2564). องค์ประกอบของการยอมรับโปรตีนจิ้งหรีดในออสเตรเลีย. *วารสารพัฒนาการเรียนรู้สมัยใหม่*. 6 (2), 208-222.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 50, 179-211.
- Brekemans, A. (2016). *Determinants of Insect Consumption and an Investigation of its Place among other Alternative Protein Sources in the Netherlands*. Master of Science Thesis in Applied Communication Science. Department of Social Sciences: Wageningen University.
- Chang, H.P., Ma, C.C. and Chen, H.S. (2019). Climate Change and Consumer's Attitude toward Insect Food. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 16, 1606.
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques*. 3rd ed. New York: John Wiley & Sons.
- Han, R., Shin, T.J., Kim, J., Choi, Y. and Kim, Y. (2017). *An overview of the South Korean edible insect food industry: challenges and future pricing/promotion strategies*. Retrieved November 10, 2021, from <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1748-5967.12230>
- Kohl, A. (2016). *Business Potential of Insect Food Studying the attitudes towards edible insects among young adults*. Retrieved June 17, 2019, from https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/115146/Kohl_Alexander.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Koreaboo. (2558). 11 อาหารท้องถิ่นของคนเกาหลีที่คุณอาจไม่กล้ากิน. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 24 มิถุนายน 2564. แหล่งที่มา: <https://www.daradaily.com/news/47535/read>
- Kotler, P., Kartajaya, H. and Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0 : Moving from Traditional to Digital*. New York: John Wiley & Sons.
- Lacey, R. (2016). *CRICKETS AS FOOD: The perceptions of and barriers to entomophagy and the potential for widespread incorporation of cricket flour in American diets*. Retrieved June 17, 2021, from https://sites.lsa.umich.edu/sustainablefoodsystems2/wpcontent/uploads/sites/546/2016/05/Rachael-Lacey_Thesis.pdf
- Legendre, T.S. and Baker, M. (2021). Legitimizing Edible Insects for Human Consumption: The Impacts of Trust, Risk-Benefit, and Purchase Activism. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 20 (1), 1-23.
- Liu, A.J., Li, J. and Gómez, M.I. (2020). Factors Influencing Consumption of Edible Insects for Chinese Consumers. *Insects*, 11, 10. doi:10.3390/insects11010010

- Lucchese-Cheunga, T., De Aguiar, L.K., Silva, R.F.F. and Pereiraa, M.W. (2020). Determinants of the Intention to Consume Edible Insects in Brazil. *Journal of Food Products Marketing*, 26 (4), 297-316.
- Pambo, K.O., Mbeche, R.M., Okello, J.J., Mose, G.N., and Kinyuru, J.N. (2018). Intentions to consume foods from edible insects and the prospects for transforming the ubiquitous biomass into food. *Agriculture and Human Values*, 35, 885-898.
- Reilly, S. (2018). *Food Neophobia: Behavioral and Biological Influences* (Woodhead Publishing Series in Food Science, Technology and Nutrition). Cambridge: Woodhead Publishing.
- Sekaran, U. & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business*. 7th ed. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Sogari, G., Menozzi, D. and Mora, C. (2018). The food neophobia scale and young adults' intention to eat insect products. *International Journal of Consumer Studies*, 43, 68-76.
- Wilkinson, K., Muhlhausler, B., Motley, C., Crump, A., Bray, H. and Ankeny, R. (2018) *Australian Consumers' Awareness and Acceptance of Insects as Food*. Retrieved July 14, 2021, from <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6023301/>
- .