

การสื่อสารและกระบวนการยอมรับของผู้บริโภคอาหารตามหลักคีโตเจนิค

Communication and Adoption Process of Keto Food Consumers

Received: March 20, 2021
Revised: March 25, 2021
Accepted: March 25, 2021

เสาวลักษณ์ เจริญสิทธิพันธ์¹ และณัฐชуда วิจิตรจามรี²
Saowalak Jaroensittipun, and Natchuda Wijitjammaree
(saowalak.jar@ku.ac.th, fhumsyw@ku.ac.th)

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการสื่อสาร และกระบวนการยอมรับของผู้บริโภคอาหารตามหลักคีโตเจนิค มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาประเด็นการสื่อสารของกลุ่มผู้บริโภคอาหารตามหลักคีโตเจนิคของสมาชิกกลุ่มเฟซบุ๊ก ThaiKeto Friends และเพื่อศึกษากระบวนการยอมรับการทานอาหารของกลุ่มผู้บริโภคอาหารตามหลักคีโตเจนิคของสมาชิกกลุ่ม เฟซบุ๊ก ThaiKeto Friends โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเอกสาร (Document analysis) ประเด็นการสื่อสารผ่านกลุ่มเฟซบุ๊ก ThaiKeto Friends และ การสัมภาษณ์เชิงลึกในกลุ่มบุคคลที่ได้เป็นสมาชิกภายในกลุ่ม ThaiKeto Friends จำนวน 10 คน

ผลการศึกษา พบว่า การสื่อสารภายในกลุ่มเฟซบุ๊ก ThaiKeto Friends มีการสื่อสาร 2 ประเด็น ได้แก่ การปรึกษาและสอบถามข้อสงสัยเกี่ยวกับแนวทางการทานอาหารคีโตเจนิค และการแบ่งปันประสบการณ์ส่วนตัวในการทานอาหารคีโตเจนิค ส่วนกระบวนการยอมรับการทานอาหารคีโตเจนิค แบ่งเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1) ขั้นการรับรู้ พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์รับรู้เรื่องการทานอาหารตามหลักคีโตเจนิคจากสื่อ Facebook มากที่สุด 2) ขั้นความสนใจ ผู้ให้สัมภาษณ์มีความสนใจจากการได้รับข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการรับประทานอาหารคีโตเจนิคเพิ่มมากขึ้น จากกลุ่ม ThaiKeto Friends 3) ขั้นการประเมิน ผู้ให้สัมภาษณ์ได้มีการประเมินจากความสำเร็จของผู้ได้รับประทานอาหารประเภทคีโตเจนิค และแอดมินเพจ โดยเห็นว่า การทานคีโตเจนิคมีประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ความง่ายต่อการ

¹ สาขานิเทศศาสตร์และสารสนเทศ ภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

² ภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

รับประทาน การทดลองได้ การสังเกตผลได้ และนำไปปรับให้เข้ากันได้ในชีวิตประจำวันของการรับประทานคีโตเจนิคอีกด้วย 4) ขั้นตอนการนำไปปฏิบัติ ผู้ให้สัมภาษณ์คนมีความพึงพอใจในการปฏิบัติตนในการรับประทานอาหารประเภทคีโตเจนิค เนื่องจากเห็นผลในการลดน้ำหนักอย่างรวดเร็ว และไม่เคร่งเครียดกับการลดน้ำหนักเหมือนกับวิธีอื่น ๆ และ 5) ขั้นตอนการยืนยัน ผู้ให้สัมภาษณ์ยังรับประทานอาหารประเภทคีโตเจนิค อย่างต่อเนื่อง เพราะมีความพอใจต่อผลลัพธ์ที่ได้รับนั้นก็คือ สุขภาพร่างกายแข็งแรง มีน้ำหนักที่ลดลง และ มีการแบ่งปันข้อมูลการทานคีโตเจนิคให้แก่บุคคลอื่นต่อไปอีกด้วย

คำสำคัญ: กระบวนการยอมรับ, การสื่อสาร, อาหารคีโตเจนิค

Abstract

This research aims to study communication and ketogenic adoption process among consumers in Facebook group. Research methods used in this study consist of document analysis methodology that explores and define the influences that Communication Methods have on their decision to follow the ketogenic diet, along with structured in-depth interviews with 10 individuals who are members of the ThaiKeto Friends Facebook group.

Analysis of the concept will be divided into two parts: 1) consultation behavior on the principles of ketogenic diet in the group 2) the sharing of personal experiences in practicing the ketogenic diet among group members. The results of the study can be summarized in 5 parts which is: 1) awareness stage : most participants are aware of ketogenic diet practices and getting valuable information by visiting the ThaiKeto Facebook page 2) interest stage: the results showed that interviewees were more interested in obtaining more information about personal experience with the ketogenic diet from ThaiKeto Friends., which in turn makes them even more interested in the topic 3) evaluation stage: it was discovered that the interviewees considered the

success of the ketogenic diet based on the personal experience of other members. As evaluated from the administrator of the Facebook page, this consideration is based on the ease of taking the diet and the ability to try the diet beforehand leading to adaption of the diet to be compatible with their daily life. 4) implementation stage: due to rapid weight loss results and the not-so-stressful nature of the ketogenic diet method in losing weight (unlike other methods) and 5) adoption stage: found that interviewees were very happy with the results of the diet, with benefits such as a healthier life, weight loss, and the sharing of experiences which are beneficial for others.

Keywords: Adoption Process, Communication, Keto Food

บทนำ

จากรายงานสุขภาพคนไทยตั้งแต่ปีพุทธศักราช 2555 ถึง 2560 พบว่า สาเหตุการเสียชีวิตอันดับหนึ่ง 1 ของคนไทยคือโรคความดันโลหิตสูง รองลงมาคือโรคโลหิตจางเบาหวาน ไตวาย และอาการท้องร่วง รวมไปถึงกระเพาะและลำไส้อักเสบ ซึ่งสันนิษฐานว่าเกิดจากการติดเชื้อ จะเห็นได้ว่าการเสียชีวิตมากจากปัญหาสุขภาพที่เกิดจากการบริโภคและการใช้ชีวิตประจำวันทั้งสิ้น (กองยุทธศาสตร์และแผนงานสำนักงานเขตสุขภาพที่ 1-13 กระทรวงสาธารณสุข, 25 ตุลาคม 2563) ซึ่งการแก้ปัญหาเหล่านั้น คือ การรักษาด้วยแพทย์แผนปัจจุบันและแผนโบราณซึ่งเป็นการแก้ปัญหาที่ปลายทาง อย่างไรก็ตาม มีกลุ่มคนจำนวนมากที่ตระหนักถึงการเริ่มป้องกันการเสื่อมโทรมของสุขภาพผ่านกิจกรรมที่ส่งผลดีต่อสุขภาพ และสามารถปฏิบัติได้ในชีวิตประจำวัน เช่น การเสพสื่อที่ส่งผลให้จิตใจเบิกบาน และช่วยลดความตึงเครียด การออกกำลังกายที่เหมาะสมกับช่วงวัยและสุขภาพ หรือการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์

กระแสการรับประทานอาหารตามหลักคีโตเจนิค (Ketogenic diet) นับว่าเป็นรูปแบบการรับประทานอาหารที่ทำให้สุขภาพดีขึ้น และช่วยลดน้ำหนักได้ การบริโภคอาหารตามหลักคีโตเจนิคเป็นรูปแบบการรับประทานอาหารที่มีไขมันสูง คาร์โบไฮเดรตต่ำ

และมีปริมาณโปรตีนเพียงพอต่อการเจริญเติบโต รวมทั้งรักษาสภาพการทำงานตามปกติของร่างกายตามวัย อย่างไรก็ตาม การรับประทานอาหารตามหลักคีโตเจนิค ทำให้ร่างกายมีกระบวนการเผาผลาญพลังงานคล้ายกับสภาวะอดอาหาร เมื่อร่างกายถูกจำกัดการรับประทานอาหารประเภทข้าว แป้ง และน้ำตาล ระดับน้ำตาลในเลือดจึงต่ำ ตับอ่อนจะตอบสนองโดยการลดการหลั่งอินซูลิน และเพิ่มการหลั่งกลูคากอน (Glucagon) กระตุ้นการสลายไกลโคเจนที่สะสมในตับและกล้ามเนื้อเพื่อมาใช้เป็นพลังงานในช่วงต้นของการเริ่มรับประทานอาหารตามหลักคีโตเจนิค ก่อนที่ร่างกายจะเปลี่ยนมาสลายไขมันไกลโคเจนซึ่งเป็นสารกลุ่มคาร์โบไฮเดรตเชิงซ้อนชนิดหนึ่งด้วยคุณประโยชน์ของการรับประทานอาหารตามหลักคีโตเจนิค (Pobpad, 25 ตุลาคม 2563) ส่งผลให้มีผู้รับประทานอาหารตามหลักคีโตเจนิคจำนวนมาก และจากการรับประทานอาหารที่แตกต่างกับการรับประทานอาหารทั่วไปนั่นเอง จึงส่งผลให้การรับประทานอาหารของกลุ่มผู้บริโภคอาหาร ตามหลักคีโตเจนิคมีความแตกต่างกับผู้รับประทานอาหารทั่วไป โดยเฉพาะในประเด็นการสื่อสาร

สื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทอย่างมากในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทานอาหารคีโตเจนิค มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารการรับประทานอาหารแบบคีโตเจนิคผ่านการใช้กลุ่มเฟซบุ๊กชื่อ ThaiKeto Friends เป็นสังคมแห่งการแบ่งปันสูตรอาหาร ความรู้ และกำลังใจเป็นกรณีตัวอย่างที่มีความน่าสนใจ ทั้งนี้ การสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์มีความแตกต่างไปจากการสื่อสารแบบดั้งเดิมกล่าวคือผู้ส่งสาร และผู้รับสาร ในการสื่อสารรูปแบบใหม่สามารถที่จะโต้ตอบ สนทนา แสดงความคิดเห็น วิพากษ์วิจารณ์แบ่งปันข้อมูลตลอดจนการสร้าง และเผยแพร่ข้อมูลใหม่สู่สาธารณชนได้ด้วยตนเองแบบทันทีเวลา (Real Time) (ณัฐฐา นนททอง, 2551)

การทานอาหารคีโตเจนิคเป็นนวัตกรรม (Innovation) ด้านแนวปฏิบัติในการทานอาหาร ดังที่ Rogers and Shoemaker (1968, อ้างถึงใน เอกลักษณ์ ธนเจริญพิศาล, 2554) ได้นิยามไว้ว่า นวัตกรรม หมายถึง สิ่งของ แนวความคิด แนวปฏิบัติที่สมาชิกในระบบสังคมรับรู้ถึงความรู้ใหม่ การแพร่กระจายให้สมาชิกในสังคมยอมรับนวัตกรรม ต้องอาศัยความรู้ การกระตุ้นความสนใจผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งนี้ กระบวนการยอมรับนวัตกรรมประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ ขั้นของการรับรู้ (Awareness stage) ขั้นของความสนใจ (Interest stage) ขั้นของการประเมินผล (Evaluation stage) ขั้นของการปฏิบัติการ

(Implementation stage) และขั้นตอนการยอมรับ (Adoption stage) การสร้างการยอมรับในพฤติกรรมทานอาหารคีโตซึ่งเป็นนวัตกรรมในการทานอาหารต้องอาศัยการสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ และการยอมรับทานอาหารคีโตก็เป็นไปตามขั้นตอนต่าง ๆ ในกระบวนการยอมรับนวัตกรรม

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาการสื่อสารผ่านกลุ่ม ThaiKeto Friends และการยอมรับทานอาหารคีโตตามแนวคิดกระบวนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมในด้านการทานอาหาร เพื่อหน่วยงานธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิต และให้บริการอาหารตามหลักคีโตเจนิค สามารถนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้เพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์ และการบริการให้เข้ากับวิถีชีวิต และการสื่อสารของกลุ่มผู้บริโภคอาหารตามหลักคีโตเจนิค และมีความเหมาะสมกับผู้บริโภคอาหารตามหลักคีโตเจนิค

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาประเด็นการสื่อสารของกลุ่มผู้บริโภคอาหารตามหลักคีโตเจนิคของสมาชิกกลุ่มเฟซบุ๊ก ThaiKeto Friends
2. เพื่อศึกษากระบวนการยอมรับทานอาหารของกลุ่มผู้บริโภคอาหารตามหลักคีโตเจนิคของสมาชิกกลุ่มเฟซบุ๊ก ThaiKeto Friends

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเอกสาร (Document analysis) ประเด็นการสื่อสารผ่านกลุ่มเฟซบุ๊ก ThaiKeto Friends และ การสัมภาษณ์เชิงลึกในกลุ่มบุคคลที่ได้เป็นสมาชิกภายในกลุ่ม ThaiKeto Friends จำนวน 10 คน แหล่งข้อมูลในการศึกษามีดังนี้ เอกสาร ได้แก่ เนื้อหา/ข้อมูลที่สมาชิกมีการสื่อสาร แลกเปลี่ยนภายในเฟซบุ๊กกลุ่ม ThaiKeto Friends อาทิเช่น การโพสต์ข้อมูลเพื่อเล่าเรื่องราว หรือกระบวนการในการทานอาหารคีโตเจนิค หรือการสอบถามข้อมูลการทานอาหารคีโตเจนิค และการเล่าประสบการณ์ในการทานอาหารคีโตเจนิคถึงผลลัพธ์จากการทานอาหารคีโต ฯลฯ โดยวิเคราะห์ข้อมูลจากแนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม ผ่านเฟซบุ๊กกลุ่ม ThaiKeto Friends

แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล ผู้วิจัยกำหนดแหล่งข้อมูลในการวิจัยเป็นผู้บริโภคอาหารตามหลักคีโตเจนิค ภายในกลุ่มเฟซบุ๊ก ThaiKeto Friends ซึ่งรับประทานอาหารประเภทคีโตเจนิคมาแล้วอย่างน้อย 6 เดือน จำนวน 10 คน

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถจำแนกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การสื่อสารภายในกลุ่มเฟซบุ๊ก ThaiKeto Friends

จากการวิจัยเอกสาร (Document analysis) การสื่อสารภายในกลุ่มเฟซบุ๊ก ThaiKeto Friends พบว่า ในกลุ่ม ThaiKeto Friends ที่มีจำนวนสมาชิกอยู่จำนวนมากมีการสื่อสารในประเด็น ดังนี้

1) การปรึกษาหารือเกี่ยวกับแนวทางการทานอาหารคีโตเจนิค พบว่า มีวัตถุประสงค์เพื่อสอบถามข้อสงสัยที่เกี่ยวกับการรับประทานอาหารคีโตเจนิคเป็นหลักซึ่งแอดมิน ThaiKeto Friends จะนำข้อมูลต่าง ๆ ให้สมาชิกที่เข้ากลุ่มได้ทำการศึกษาข้อมูลการรับประทานอาหารประเภทคีโต แต่การทานคีโตก็จะมีข้อมูลความรู้อีกมากมายที่ทำให้สมาชิกทั้งที่เป็นสมาชิกใหม่ หรือสมาชิกที่ติดตามเพจมานานแล้วเกิดความสงสัยจนเกิดการตั้งโพสต์ถามข้อมูลในเพจอยู่เสมอ ซึ่งหมายถึงทิศทางการสื่อสารสองทางเป็นหลัก กล่าวคือ การสื่อสารระหว่างผู้โพสต์ต่อผู้อ่าน และการสื่อสารระหว่างผู้แสดงความคิดเห็นต่อผู้โพสต์

2) การแบ่งปันประสบการณ์ส่วนตัวในการทานอาหารคีโตเจนิค พบว่า ประเด็นการแบ่งปันประสบการณ์ส่วนตัวในการทานอาหารคีโตเจนิค โดยการแบ่งปันประสบการณ์นั้น ผู้วิจัยพบว่า สมาชิกที่ได้มาแบ่งปันประสบการณ์มักจะติดตามอยู่ในกลุ่มมาเป็นเวลานาน และผ่านขั้นตอนกระบวนการยอมรับการทานคีโตเจนิค ทั้ง 5 ขั้นตอนแล้ว ในการสื่อสารที่มีการแบ่งปันประสบการณ์นั้น สามารถจำแนกหัวข้อ ดังนี้

2.1) การแบ่งปันประสบการณ์ในการทานคีโตเจนิคที่ประสบความสำเร็จจะเป็นสมาชิกที่ทานอาหารคีโตเจนิคมาเป็นระยะเวลาจนประสบความสำเร็จ ทั้งในเรื่องของสุขภาพดีและการลดน้ำหนัก จึงทำให้มีความต้องการแบ่งปันความสำเร็จโดยการสื่อสารผ่านกลุ่มเฟซบุ๊ก ThaiKeto Friends และมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลผ่านการแสดงความคิดเห็นได้โพสต์ของตัวผู้โพสต์เอง และผู้ที่เป็นสมาชิกภายในกลุ่ม

2.2) การแบ่งปันเมนูอาหารประเภทคีโตเจนิคทั้งอาหารประเภทคาวและประเภทอาหารหวาน ส่วนใหญ่จะเป็นสมาชิกที่มีการโพสต์บ่อยครั้ง และมีความสามารถในการจัดตารางเวลาในการทำอาหารหรือขนมคีโตเจนิคในแต่ละวัน โดยมีการแบ่งปันสูตรผ่านการสื่อสารในกลุ่มเฟซบุ๊ก ThaiKeto Friends และมีการพูดคุยกับสมาชิกในกลุ่มผ่านการแสดงความคิดเห็นได้โพสต์ของโพสต์หลัก

2.3) การแบ่งปันข้อมูลการทานคีโตเจนิคทั่วไป จะเป็นสมาชิกที่ทานอาหารคีโตเจนิคมาเป็นระยะเวลานาน โดยส่วนใหญ่จะเป็นสมาชิกที่มีการโพสต์บ่อยครั้ง ในเรื่องของการแบ่งปันสูตรอาหารลงในกลุ่มเฟซบุ๊กจนเกิดการสื่อสารกับสมาชิกท่านอื่น ๆ ภายในกลุ่มผ่านการแสดงความคิดเห็นได้โพสต์ของตัวผู้โพสต์

ส่วนที่ 2 กระบวนการยอมรับการทานอาหารตามหลักคีโตเจนิค

ผลจากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคร พบว่า กระบวนการยอมรับการทานอาหารคีโตเจนิคสามารถแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ตามขั้นตอนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม ดังนี้

1) ขั้นการรับรู้ พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์มีการรับรู้เรื่องการทานอาหารตามหลักคีโตเจนิคจากแหล่งข้อมูล Facebook มากที่สุด นอกจากนี้ การรับรู้เกี่ยวกับอาหารคีโตเจนิคครั้งแรก พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์รู้สึกประหลาดใจ และมีความรู้สึกสนใจในการรับประทานอาหารคีโตเจนิค จึงหาข้อมูลในขั้นเริ่มต้น เนื่องจากเคยมีประสบการณ์ลดน้ำหนักที่ไม่ประสบความสำเร็จในวิธีต่าง ๆ ที่เคยปฏิบัติมา จึงมีความสนใจที่จะรับรู้เกี่ยวกับการทานคีโตเจนิคเป็นอย่างมาก โดยวิธีนี้สามารถทานไขมันได้ ในปริมาณที่มากกว่าการทานอาหารแบบปกติ และสามารถทานของหวานประเภทเบเกอรี่ หรือประเภทอื่น ๆ ได้ โดยใช้วัตถุดิบที่ปราศจากน้ำตาลและแป้ง อย่างไรก็ตาม การทานคีโตเจนิคจะต้องหลีกเลี่ยงอาหารจำพวกคาร์โบไฮเดรต อาทิเช่น ข้าว แป้งสาลี ผลไม้ที่มีปริมาณคาร์โบไฮเดรตสูง เป็นต้น สังเกตได้ว่าผู้ให้สัมภาษณ์มีความรู้สึกชอบอาหารแบบคีโตเจนิค หรืออาหารที่มีไขมันสูง

2) ขั้นความสนใจ พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์มีความสนใจจากการได้รับข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการรับประทานอาหารคีโตเจนิคเพิ่มมากขึ้นจากกลุ่ม ThaiKeto Friends เป็นหลัก โดยมักจะศึกษาข้อมูลจากข้อมูลที่มีสมาชิกในกลุ่มมาอัปเดตข้อมูล หรือมาให้แบ่งปันเมนูอาหารคาวและหวานบ่อยครั้ง ซึ่งบางครั้งการได้ข้อมูลเพิ่มเติมก็จะมาจากการอ่านคอมเมนต์ และจากโพสต์ต่าง ๆ รวมไปถึงการสื่อสารร่วมกับสมาชิกในกลุ่มเพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ในการรับประทานอาหารคีโตเจนิค และมูลเหตุจูงใจที่ทำให้มีความสนใจในการทานคีโตเจนิค คือ การดูแลสุขภาพและการลดน้ำหนักเป็นหลัก

3) ขึ้นการประเมิน พบว่า จากเก็บข้อมูลสัมภาษณ์และวิเคราะห์ชั้นของการประเมิน ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การประเมินในการรับประทานอาหารคีโตเจนิคแตกต่างกัน ดังนี้ ประเมินจากความสำเร็จของสมาชิกในกลุ่มที่ได้นำข้อมูลมาเสนอถึงการรับประทานอาหารประเภทคีโตเจนิคก่อนและหลังที่ประสบความสำเร็จ ประเมินจากบุคคลใกล้ชิด (ครอบครัว หรือเพื่อน) ที่ประสบความสำเร็จในการรับประทานอาหารคีโตเจนิค ประเมินจากแอดมินเพจ (คุณไอซ์ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านอาหารคีโตเจนิค) ซึ่งผู้วิจัย พบว่า กลุ่ม ThaiKeto Friends มีจุดเริ่มต้นจาก ภญ.อิชยา อยู่เกษ หรือ คุณไอซ์ (ผู้เชี่ยวชาญวิถีคีโตเจนิค) และประเมินจากความล้มเหลวในการลดน้ำหนักของตนเองในอดีต แล้วมาพบเจอวิธีการลดน้ำหนักในรูปแบบการรับประทานอาหารคีโตเจนิค นอกจากนี้ ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์เพิ่มเติมได้ว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ยังมีการประเมินจากการรับประทานอาหารประเภทคีโตเจนิค ซึ่งมีลักษณะดังนี้

3.1) การสังเกตผลในการทานอาหารคีโตเจนิคได้ พบว่า มีการสังเกตผลลัพธ์ที่ประสบความสำเร็จจากบุคคลรอบข้างที่ได้รับประทานอาหารประเภทคีโตเจนิค ไม่ว่าจะเพื่อนร่วมงาน หรือคนในครอบครัว จนเกิดความสนใจในการนำไปปฏิบัติตนตามผู้ที่ประสบความสำเร็จ และเมื่อได้ปฏิบัติตนตามคนอื่น ๆ ในการทานคีโตเจนิคแล้ว ก็จะมีการสังเกตตนเองหลังจากการทานคีโตเจนิคว่าตนเองนั้นได้รับผลดีต่อสุขภาพร่างกายและน้ำหนักที่ลดลง จนทำให้ผู้สัมภาษณ์มีการนำพาตนเองไปสู่ขั้นตอนการปฏิบัติตัวในการทานคีโตเจนิคต่อไป ด้วยความคุ่นชินในการใช้ชีวิตในการทานคีโตเจนิค

3.2) การทดลองได้ พบว่า หลังจากที่ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านได้ทราบข้อมูลการรับประทานอาหารคีโตเจนิคจนเกิดความสนใจในการหันมาดูแลสุขภาพและลดน้ำหนักด้วยวิธีคีโตเจนิคแล้ว ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านได้มีริเริ่มการทดลองการรับประทานอาหารคีโตเจนิคก่อนที่จะหันมาใช้ชีวิตในรูปแบบการทานคีโตเจนิคอย่างจริงจัง และเมื่อได้เริ่มการทดลองก็ได้รับผลลัพธ์ที่ประสบความสำเร็จผู้ให้สัมภาษณ์จึงยึดถือและนำไปสู่ขั้นตอนปฏิบัติตนในการทานคีโตเจนิคอย่างจริงจัง

3.3) ประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ได้เห็นถึงประโยชน์การรับประทานอาหารคีโตเจนิคในด้านการเปรียบเทียบของตนเอง จากการประเมินผลในอดีตที่มีการดูแลสุขภาพร่างกายหรือลดน้ำหนักด้วยวิธีอื่น ๆ นอกจากนี้ สามารถทานอาหารประเภทไขมันและสามารถทานอาหารที่มีรสชาติ เปรี้ยว เค็มได้ตามปกติ เพียงแต่ไม่สามารถ

ทานอาหารที่มีรสชาติหวานที่มาจากส่วนผสมของน้ำตาลได้ สำหรับการทานคีโตเจนิคสามารถเลือกวัตถุดิบที่เป็นสารทดแทนความหวานในการนำมาปรุงอาหารคาวและอาหารหวานได้

3.4) ความเข้ากันได้ของการรับประทานอาหารคีโตเจนิคกับการใช้ชีวิตประจำวัน การปรับกิจวัตรประจำวันให้เข้ากับการรับประทานคีโตเจนิคโดยง่าย พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์จะมีการปรับกิจวัตรประจำวันให้เข้ากับวิธีการทานคีโตเจนิค โดยที่ไม่มีความลำบากในการใช้ชีวิต เช่น รับประทานอาหารประเภทไขมันได้ตามปกติโดยหลีกเลี่ยงวัตถุดิบที่มีส่วนผสมของผงชูรสและน้ำตาล และรับประทานของหวานได้ แต่จะต้องเป็นของหวานที่ปราศจากแป้งและน้ำตาล โดยปัจจุบันวัตถุดิบที่นำมาทำอาหารคีโตเจนิค หรือของหวานเหล่านี้สามารถหาซื้อได้ง่าย

3.5) ความง่ายในการรับประทานอาหารคีโตเจนิค พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์มักจะมีเวลารว่างในการทำอาหารคีโตเจนิค หรือสามารถที่จะจัดตารางเวลาในการทำอาหารคีโตเจนิคทานเองได้ โดยกรรมวิธีการปรุงนั้นก็จะศึกษาข้อมูลว่าวัตถุดิบใดที่ทานได้และวัตถุดิบใดที่ทานไม่ได้ ในส่วนเครื่องปรุง จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงจากวิธีการทานเดิมบ้างเล็กน้อย นอกจากนี้ มีการหาเมนูจากกลุ่มเฟซบุ๊กหรือบุคคลรอบข้างที่ได้ทำอาหารคีโตเจนิคทานเหมือนกัน เสมือนเป็นการแลกเปลี่ยนเมนูอาหาร การทานคีโตเจนิคนั้นจึงถือได้ว่ามีความง่ายต่อการปฏิบัติตนในการทำเมนูอาหารคีโตเจนิคทานเอง

4) ขั้นตอนการนำไปปฏิบัติ พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์มีความพึงพอใจในการปฏิบัติตนในการรับประทานอาหารประเภทคีโตเจนิค เพราะเห็นผลอย่างรวดเร็ว และไม่เคร่งเครียดกับการลดน้ำหนักเหมือนกับวิธีอื่น ๆ ที่จะต้องมีการห้ามอาหารประเภทไขมันและของหวาน หรือหากการเริ่มต้นการรับประทานอาหารประเภทนี้จะมีความยุ่งยากอยู่บ้างในบางบุคคล แต่เพื่อผลลัพธ์ที่ดี ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านก็เลือกที่จะทานคีโตเจนิค ในทางด้านการปฏิบัติตนนั้นก็จะมี 2 รูปแบบ ที่มีการนำไปปฏิบัติแบบไม่มีความยุ่งยากต่อการรับประทานอาหารประเภทคีโตเจนิค เนื่องจากเป็นคนทำอาหารทานเองอยู่แล้วเป็นประจำจึงไม่มีความยุ่งยาก อีกทั้งมีความสามารถในการหาซื้อวัตถุดิบในการทำเมนูอาหารคีโตเจนิคทานเองได้ และรูปแบบที่มีความยุ่งยากอยู่บ้างในการรับประทานอาหารประเภทคีโตเจนิค จะต้องปรับตัวเล็กน้อยในการหาซื้อวัตถุดิบในการทำอาหารประเภทคีโตเจนิค

หรือหากมีความยุ่งยากก็จะหาวิธีการทำให้ตนเองได้รับประทานอาหารประเภทนี้ง่ายขึ้น เช่น การสั่งอาหารประเภทคีโตเจนิค มารับประทาน หรือในกรณีที่จะต้องไปรับประทาน อาหารนอกบ้านหรือไปรับประทานอาหารกับคนรอบข้างที่ไม่ได้มีการรับประทานอาหาร ประเภทคีโตเจนิคอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ก็จะมีการสั่งเมนูที่อยู่ในขอบเขตการทานอาหารคี โตเจนิค

5) ขั้นตอนการยืนยัน พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนยังมีความยืนยันต่อการ รับประทานอาหารประเภทคีโตเจนิค เพราะพึงพอใจต่อผลลัพธ์ที่ได้ นั่นก็คือ สุขภาพ ร่างกายแข็งแรง มีน้ำหนักที่ลดลง ผิวพรรณดูดีขึ้น มีความมั่นใจในตนเอง และหลังจากการ รับประทานอาหารประเภทคีโตเจนิคแล้ว ก็ได้มีการแชร์ข้อมูลการรับประทานอาหาร ประเภทคีโตเจนิคให้กับผู้คนรอบข้างทุกคน และยังมีการชักชวนเพื่อนท่านอื่น ๆ ที่ไม่ได้ เป็นสมาชิกในกลุ่ม ThaiKeto Friends เข้าร่วมกลุ่มอีกด้วย และผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า ผู้ให้ สัมภาษณ์เป็นผู้ยอมรับการทานคีโตจะจัดอยู่ในรูปแบบผู้ยอมรับเร็ว เหตุเพราะว่า ผู้ให้ สัมภาษณ์มีการยอมรับข้อมูลและการปฏิบัติตามที่แอดมินกลุ่ม ThaiKeto Friends แนะนำโดยก่อนที่จะผ่านการยอมรับนั้นสมาชิกทุกท่านจะต้องเข้าไปอ่านข้อมูลเพื่อศึกษา หาความรู้ในการปฏิบัติตัวจากข้อมูลที่แอดมินได้จัดทำไว้ให้ก่อนที่จะเริ่มปฏิบัติ โดยผู้ให้ สัมภาษณ์ให้คำตอบเหมือนกันหมดว่า ข้อมูลที่แอดมินได้ทำไว้นั้น มีครบถ้วนและน่าเชื่อถือ ต่อการปฏิบัติตามคำแนะนำ ซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นว่าผู้ให้สัมภาษณ์มีการพิจารณา ความเสี่ยงอย่างถี่ถ้วนก่อนที่จะปฏิบัติตามอยู่เดิมทุนแล้ว

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยสามารถสรุปและอภิปรายผลออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ด้านการสื่อสารภายในกลุ่มเฟซบุ๊ก ThaiKeto Friends

จากผลการวิจัย พบว่า การสื่อสารภายในเฟซบุ๊กกลุ่ม ThaiKeto Friends (กลุ่ม ส่วนตัว) จะมีการสื่อสารรูปแบบสื่อสารสองทาง Two Way Communication โดย ประเด็นการสื่อสารนั้น แบ่งออกเป็น 2 ประเด็นหลัก คือ การสื่อสารประเด็นด้านการ สอบถามข้อมูลการทานอาหารคีโตเจนิคภายในกลุ่ม หากสมาชิกคนไหนมีคำถาม ข้อสงสัย

ที่อยากทราบข้อมูลเกี่ยวกับการทานคีโตเจนิคก็สามารถโพสต์ถามสมาชิกภายในกลุ่ม ThaiKeto Friends ได้ และประเด็นการแบ่งปันประสบการณ์ในการทานคีโตเจนิคภายในกลุ่มที่สะท้อนให้เห็นถึงในการสร้างตัวตนด้วยการเผยแพร่เรื่องราวของตนเองในรูปแบบการแบ่งปันประสบการณ์ในการทานคีโตเจนิค ประกอบไปด้วย การแบ่งปันการทำเมนูอาหารคีโตเจนิคทั้งประเภทคาวและหวาน และยังมี การแบ่งปันประสบการณ์การทานคีโตเจนิคที่ประสบความสำเร็จอีกด้วย จากผลการวิจัยด้านการสื่อสารภายในเฟซบุ๊กกลุ่ม ThaiKeto Friends มีความสอดคล้องกับแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของ ระวิแก้ว สุกใส และชัยรัตน์ จุสาลอ (2556) ที่พบว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ให้บริการตามเว็บไซต์สามารถแบ่งขอบเขตตามวัตถุประสงค์ของการเข้าใช้งาน มีเป้าหมายในการใช้งานไปในทางเดียวกัน มีการแบ่งประเภทของเครือข่ายสังคมออนไลน์ออกตามวัตถุประสงค์ของการเข้าใช้งาน และมีประเภทการสื่อสารที่มีความสอดคล้องทางด้านสร้างและประกาศตัวตน โดยผู้เข้าใช้งานได้มีพื้นที่ในการสร้างตัวตนขึ้นมาบนเว็บไซต์และสามารถที่จะเผยแพร่เรื่องราวของตนในลักษณะของการเผยแพร่เป็นรูปภาพ วิดีโอ การเขียนข้อความลงในบล็อก รวมถึงสามารถแสดงผลงาน แบ่งปันข้อมูลต่าง ๆ ให้แก่ผู้อื่นอีกด้วย

ด้านกระบวนการยอมรับการทานอาหารตามหลักคีโตเจนิค

ผลวิจัยด้านกระบวนการยอมรับการทานคีโตเจนิคของผู้บริโภค พบว่า การยอมรับการทานอาหารคีโตเจนิค ประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน โดยในขั้นแรก คือ ขั้นการรับรู้ ผู้ให้สัมภาษณ์มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊กมากที่สุด สอดคล้องกับการให้ข้อมูลของ ณิชฐษา หน่อทอง (2551) กล่าวว่า การสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้ถูกจัดเป็นรูปแบบการสื่อสารรูปแบบใหม่ที่มีความทันสมัย และมีบทบาทความสำคัญต่อสังคมเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากการมีความแตกต่างไปจากการสื่อสารแบบดั้งเดิม ในการสื่อสารสามารถที่จะโต้ตอบ สนทนา แสดงความคิดเห็น วิพากษ์วิจารณ์ แบ่งปันข้อมูลตลอดจนการสร้าง และเผยแพร่ข้อมูลใหม่สู่สาธารณชนได้ด้วยตนเองแบบทันที (Real Time) สามารถเข้าถึงได้ในทุกสถานที่ และทุกช่วงเวลา นอกจากนั้นยังมียังมีค่าใช้จ่ายที่น้อยในการเข้าถึง ส่งผลให้การสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง และพบว่า การรับรู้ของช่วงแรกที่ทราบถึงวิธีการทานคีโตเจนิค ผู้ให้

สัมภาษณ์มีความประหลาดใจและสนใจในอาหารคีโตเจนิคอย่างมาก สอดคล้องกับ Roger and Shoemaker (1968, อ้างถึงใน เอกลักษณ์ ธนเจริญพิศาล, 2554) ที่อธิบายว่า คุณสมบัติของนวัตกรรมที่ส่งเสริมให้คนยอมรับในขั้นการรับรู้ จะนำไปสู่การรับรู้ที่สามารถมองเห็นประโยชน์ที่ตามมาได้อย่างเด่นชัด ซึ่งสามารถกระตุ้นให้เกิดความสนใจง่ายกว่า การรับรู้ในเรื่องทั่วไป

ขั้นที่สอง คือ ขั้นความสนใจ ผลการวิจัย พบว่า ความสนใจเกี่ยวกับการรับประทานอาหารคีโตเจนิคเพิ่มมากขึ้นจากการได้เข้ากลุ่ม ThaiKeto Friends เนื่องจากในกลุ่ม ThaiKeto friend นั้น จะมีเนื้อหาและข้อมูลที่มีความง่ายต่อการทำความเข้าใจ และพบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนมีจุดมุ่งหมายไปแนวทางเดียวกัน นั่นคือการสนใจที่อยากจะมีสุขภาพร่างกายที่ดี มีน้ำหนักตัวที่ลดลง และมีมุมมองว่าการทำงาน คีโตเจนิคนั้นมีความเหมาะสมต่อการดำเนินชีวิต ผลการวิจัย พบว่า มีความสอดคล้องกับ Roger and Shoemaker (1968, อ้างถึงใน เอกลักษณ์ ธนเจริญพิศาล, 2554) อธิบายว่า ขั้นของความสนใจ (Interest Stage) เป็นขั้นที่ผู้ที่จะรับสิ่งใหม่หรือกลุ่มเป้าหมายนั้นได้สนใจในรายละเอียดของแนวทางหรือนวัตกรรมแล้วและมีทัศนคติว่าสิ่งใหม่นี้จะเป็นประโยชน์ต่อตนเองหรือเป็นประโยชน์ที่ตนเองสามารถนำมาใช้ได้จึงเข้าไปศึกษาหาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งข้อมูลและฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแนวทางหรือนวัตกรรมดังกล่าว นอกจากนั้นยังประกอบด้วยปัจจัยภายนอกเช่นระบบการสื่อสารมวลชนที่ตีรวมไปถึงการเปิดเสรีของสื่อเพื่อให้เกิดการกระตุ้นการแสวงหาความรู้ได้อีกด้วย

ขั้นที่สาม คือ ขั้นการประเมิน ผลการวิจัย พบว่า ในการเลือกการรับประทานคีโตเจนิคอย่างมั่นใจโดยจะประเมินจากความสำเร็จของสมาชิกในกลุ่ม ThaiKeto friend ที่ได้ใช้ข้อมูลมาแนะนำเสนอถึงการรับประทานอาหารประเภทคีโตเจนิคก่อนและหลังที่ประสบความสำเร็จ อีกทั้งมีการประเมินจากบุคคลใกล้ชิด (ครอบครัวหรือเพื่อน) ที่ประสบความสำเร็จ ในการรับประทานอาหารคีโตเจนิค อีกทั้งผู้ให้สัมภาษณ์ยังมีการประเมินความเชื่อถือจากแอดมินเพจที่มีความเชี่ยวชาญในการให้ข้อมูลการทำงานคีโตเจนิคอีกด้วย และยังพบว่าขั้นตอนการประเมินผลมีความสอดคล้องกับคุณสมบัติของนวัตกรรม ซึ่งสอดคล้องกับ Roger and Shoemaker (1968, อ้างถึงใน เอกลักษณ์ ธนเจริญพิศาล, 2554) ที่กล่าวว่า การประเมินผลเป็นขั้นของการตัดสินใจในการประเมินแนวทางหรือนวัตกรรมใหม่ ถึง

คุณประโยชน์ด้วยเหตุและผลจากองค์ความรู้ที่สั่งสมมาจาก 2 ขั้นตอนก่อนหน้า ดังนั้น ในขั้นตอนนี้จะเป็นขั้นตอนในระดับของความคิดว่าแนวทางหรือนวัตกรรมใหม่นั้นมีคุณค่าหรือมีประโยชน์ จะส่งผลไปอยู่ในขั้นต่อไปคือขั้นของการนำไปปฏิบัติ จนกระทั่งตนเองมั่นใจและกลับมาอยู่ในขั้นตอนนี้อีกครั้งหนึ่ง

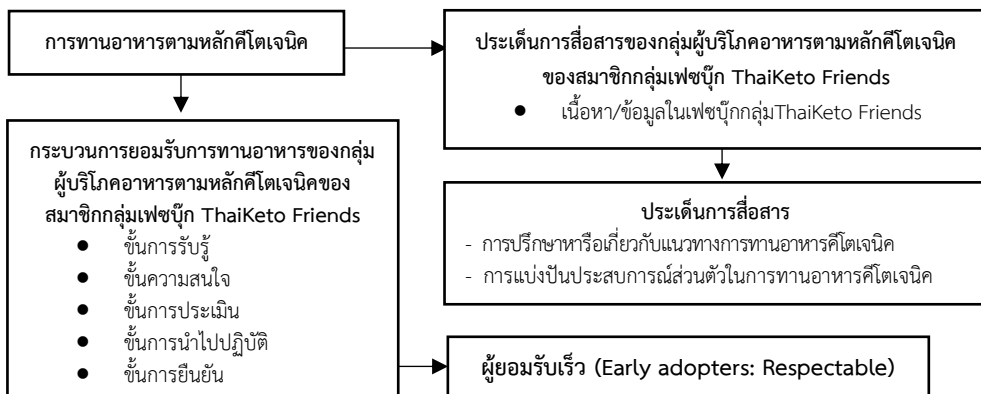
ขั้นที่สี่ คือ ขั้นการนำไปปฏิบัติ ผลการวิจัยพบว่า หลังจากที่ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ปฏิบัติตน ในการทำงานอาหารคีโตเจนิค มีความพึงพอใจในผลลัพธ์ของการทานอาหารประเภทคีโตเจนิค เนื่องจากเห็นผลจากน้ำหนักตัวที่ลดลงอย่างรวดเร็ว แต่ในรูปแบบการปฏิบัติแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบที่ปฏิบัติตนในการทำงานคีโตเจนิคโดยปราศจากความยุ่งยากต่อการรับประทานอาหารประเภทคีโตเจนิค เนื่องจากเป็นคนทำอาหารทานเองอยู่แล้วเป็นประจำหรือ มีความสะดวกต่อการหาแหล่งอาหารคีโตเจนิคทานได้ อีกหนึ่งรูปแบบการปฏิบัติตน ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้สัมภาษณ์ถึงความยุ่งยาก อยู่บ้างในการทำงานคีโตเจนิค แต่ยังพอใจในการเลือกที่จะทานคีโตเจนิคเพื่อผลลัพธ์ที่พึงพอใจ จากผลวิจัยดังกล่าว พบว่า มีความสอดคล้องกับทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม ซึ่ง เสถียร เขยประทับ (2536) อธิบายว่า ความยุ่งยากหรือความสลับซับซ้อน หมายถึง สิ่งที่บุคคลมีความรู้สึกว่านวัตกรรมนั้นเป็นสิ่งที่ยากแก่การที่จะนำไปใช้ ซึ่งจำเป็นต้องใช้เวลาสักระยะหนึ่งจึงจะเกิดการยอมรับนวัตกรรมนั้น

ขั้นที่ห้า คือ ขั้นการยืนยัน ผลการวิจัย พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนยังมีความยืนยันต่อการรับประทานอาหารประเภทคีโตเจนิค และยังพบว่า พฤติกรรมการยอมรับแนวทางการทานคีโตเจนิคของผู้ให้สัมภาษณ์นั้นจะจัดอยู่ในรูปแบบผู้ยอมรับเร็ว เหตุเพราะว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ได้มีการยอมรับข้อมูลในการปฏิบัติตนตามจากที่ได้รับข้อมูลจากแอดมินกลุ่ม ThaiKeto Friends แนะนำ โดยก่อนที่จะผ่านการยอมรับนั้นสมาชิกทุกท่านจะต้องเข้าไปอ่านข้อมูลเพื่อศึกษาหาความรู้ในการปฏิบัติจากข้อมูลที่แอดมินได้จัดทำไว้ให้ก่อนที่จะเริ่มปฏิบัติ โดยสมาชิกที่ให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์นั้น ให้สัมภาษณ์เหมือนกันหมดว่า ข้อมูลที่แอดมินได้ทำไว้ให้ นั้น มีการครบถ้วนและน่าเชื่อถือต่อการปฏิบัติตนตามคำแนะนำ สะท้อนให้เห็นว่า ผู้ให้สัมภาษณ์มีการพิจารณาความเสี่ยงอย่างถี่ถ้วนก่อนที่จะปฏิบัติตนอยู่เต็มทุนแล้ว จากผลวิจัยข้างต้น พบว่า มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Rogers and Shoemaker (1968, อ้างถึงใน เอกลักษณ์ ธนเจริญพิศาล, 2554) กล่าวว่า นวัตกรรมจากค่านิยมและลักษณะส่วนตัวของบุคคลของผู้ยอมรับเร็ว คือ กลุ่มบุคคลที่ยอมรับแนวทาง

หรือนวัตกรรมได้อย่างรวดเร็วแต่ไม่รวดเร็วเท่ากลุ่มผู้นำการยอมรับ เนื่องจากมีการพิจารณาความเสี่ยงอย่างถี่ถ้วนเสียก่อน นอกจากนี้ยังมีการแสวงหาความรู้เพิ่มเติมมากกว่ากลุ่มแรก ส่งผลให้กลุ่มผู้ยอมรับเร็วเป็นกลุ่มที่มีมักจะประสบความสำเร็จมากกว่ากลุ่มผู้นำการยอมรับ เนื่องจากมีการลดความเสี่ยงลงและมีการแสวงหาความรู้เพิ่มเติมก่อนที่จะยอมรับแนวทางหรือว่านวัตกรรม โดยกลุ่มบุคคลดังกล่าวส่วนมากเป็นบุคคลที่มีการศึกษาอยู่ในระดับกลางถึงระดับสูง และมักจะแสดงความคิดเห็นหรือมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสังคมอย่างสม่ำเสมอ

องค์ความรู้จากการวิจัย

องค์ความรู้จากการวิจัยที่ได้ตั้งรายละเอียดในแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 องค์ความรู้จากการวิจัย

จากภาพที่ 1 ข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า ด้านประเด็นการสื่อสาร โดยทำการสังเคราะห์ข้อมูลจากเนื้อหา/ข้อมูลในเฟซบุ๊กกลุ่ม ThaiKeto Friends แบ่งออกเป็น 2 ประเด็น คือ การปรึกษาหารือเกี่ยวกับแนวทางการทานอาหารคีโตเจนิคและการแบ่งปันประสบการณ์ส่วนตัวในการทานอาหารคีโตเจนิคและด้านกระบวนการยอมรับการทานอาหารตามหลักคีโตเจนิค กล่าวได้ว่า การทานอาหารตามหลักคีโตเจนิคเป็นนวัตกรรมใหม่ที่ทำให้ผู้บริโภคมีกระบวนการยอมรับการทานอาหารคีโตเจนิคออกเป็น 5 ขั้นตอน คือ 1) ขั้นรับรู้ 2) ขั้นความสนใจ 3) ขั้นการประเมิน 4) ขั้นการนำไปปฏิบัติ และ 5) ขั้นการยืนยัน จนทำให้ผู้บริโภคไปสู่การเป็นผู้ยอมรับเร็ว (Early adopters: Respectable)

เนื่องจากการยอมรับข้อมูลและการปฏิบัติตัวตามที่แอดมินกลุ่ม ThaiKeto Friends แนะนำ ดังนั้น เนื้อหาในเฟซบุ๊กกลุ่ม ThaiKeto Friends ควรมีการบูรณาการข้อมูลให้รอบด้าน และเป็นประโยชน์ต่อสมาชิกในกลุ่มมากที่สุด เพื่อให้สมาชิกกลุ่มเกิดการยอมรับนวัตกรรมอาหารคีโตอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. แอดมินเพจ ThaiKeto Friends ควรจัดวาระประเด็นคำถามที่มีการถามข้อมูลมากที่สุดของแต่ละเดือน และทำสรุปตอบข้อสงสัยออกมาเป็นข้อมูลรูปแบบ Q & A ไว้ให้สมาชิกกลุ่มสามารถค้นหาข้อมูลเบื้องต้นและทำการเชื่อมโยงข้อมูลไปยังไฟล์เอกสารที่เกี่ยวข้องกับประเด็นนั้น ๆ ได้ง่าย

2. แอดมินเพจ ThaiKeto Friends ควรทำการเก็บข้อมูลเชิงสถิติการแบ่งปันประสบการณ์ส่วนตัวในการทานอาหารคีโตเจนิคว่า การแบ่งปันรูปแบบใดที่ได้รับความนิยมจากสมาชิกกลุ่มมากที่สุด เพื่อเป็นการศึกษาและพัฒนาการสื่อสารเกี่ยวกับการทานคีโตเจนิคที่ได้รับความนิยมสูงสุด สามารถนำข้อมูลมาปรับใช้ในการดำเนินชีวิตที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมบริโภคอาหารตามหลักคีโตเจนิค

3. ผู้ที่ต้องการเผยแพร่นวัตกรรมความรู้ ควรเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารแบบ 2 ทาง เพื่อส่งเสริมการแบ่งปันประสบการณ์และข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ รวมถึงควรสื่อสารให้เห็นผลลัพธ์ของนวัตกรรมผ่านบุคคลที่ 3 ซึ่งจะมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมของบุคคล

รายการอ้างอิง

กองยุทธศาสตร์และแผนงานสำนักงานเขตสุขภาพที่ 1-13 กระทรวงสาธารณสุข. (2561).

รายงานสุขภาพคนไทย ปี 2561. สืบค้น 25 ตุลาคม 2563, จาก <https://www.thaihealth.or.th/Books/543/รายงานสุขภาพคนไทย+ปี+2561.html>

thaihealth.or.th/Books/543/รายงานสุขภาพคนไทย+ปี+2561.html

ณัฐฐา หน่อทอง. (2551). การสื่อสารการตลาดแบบไวรัลของตราสินค้าดีแทค (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี. ลพบุรี.

- ระวิแก้ว สุกใส และชัยรัตน์ จุสปาโล. (2556). เครือข่ายสังคมออนไลน์ : กรณี เฟซบุ๊ก (Facebook) กับการพัฒนาผู้เรียน. *วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์*, 5(4 ฉบับพิเศษ), 195 – 205.
- เสถียร เขยประทับ. (2536). *สื่อมวลชนกับการพัฒนาประเทศ*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เอกลักษณ์ ธนเจริญพิศาล. (2554). *ความตระหนักและการยอมรับการนำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO 14001) มาใช้ในองค์กรภาครัฐ: ศึกษากรณีสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศาสตรบัณฑิต)*. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. กรุงเทพมหานคร.
- Pobpad. (2563). *Keto Diet เทรนด์อาหารลดคาร์บเพื่อลดหุ่น*. สืบค้น 25 ตุลาคม 2563, จาก <https://www.pobpad.com/keto-diet-เทรนด์อาหารลดคาร์บเพื่อ>