MarTech Agency
Exclusive Integrated Solutions

Marketing Insights
For Business Growth

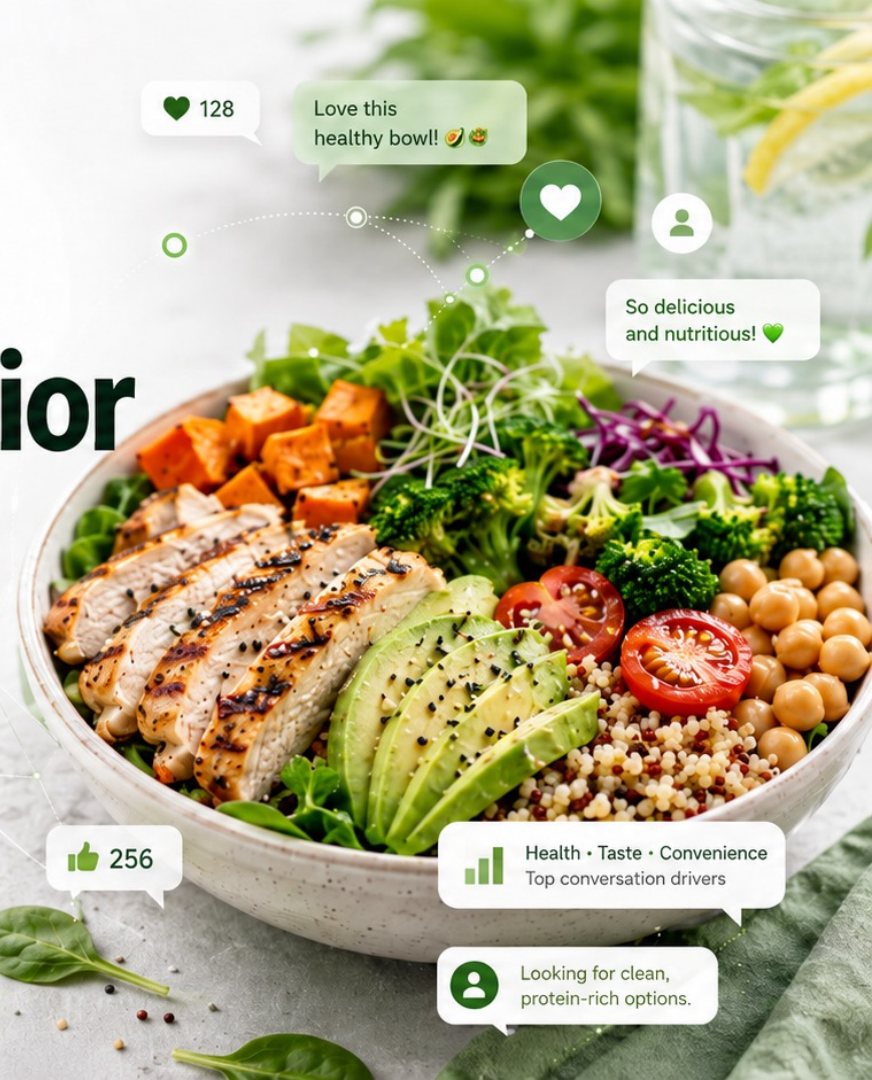
Healthy Food Consumer Behavior

พฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารสุขภาพของผู้บริโภค

What consumers really want: Delicious + Healthy + Convenient

What you'll discover

- ภาพรวม Market landscape และกระแสการพูดถึงอาหารสุขภาพของผู้บริโภค
- Key consumer insights: ผู้บริโภคต้องการอะไร และอะไรคือแรงจูงใจในการเลือก
- Drivers, barriers และ pain points ที่มีผลต่อการตัดสินใจ
- Strategic opportunities และ recommendation ที่แบรนด์นำไปใช้ต่อได้



Data Period: Feb – Sep'25

Market Snapshot & Key Consumer Truth

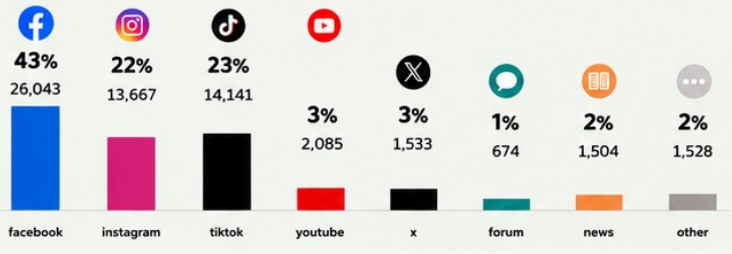
ภาพรวมการสนทนาและความจริงที่สำคัญของผู้บริโภค

THE CONVERSATION IS REAL & GROWING

61K
Total Social Voices
จำนวนการพูดถึงรวม
(1 FEB – 30 SEP'25)

6.6M
Total Engagements
ยอดการมีส่วนร่วมรวม

WHERE THE CONVERSATION HAPPENS



KEY CONSUMER TRUTH

ผู้บริโภคยุคใหม่ไม่ได้ต้องการอาหารสุขภาพที่ต้องฝืนกิน
แต่ต้องการอาหารที่



" อร่อย + ดีต่อสุขภาพ + สะดวก "
คือปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกและรับประทานอาหารสุขภาพอย่างต่อเนื่อง



KEY TAKEAWAY

คอนเทนต์และผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ครบ 3 มิติ จะเป็นกุญแจสำคัญในการขยายฐานผู้บริโภค และสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน

TASTE MATTERS
รสชาติคือประตูบานแรกที่ทำให้ผู้บริโภคเปิดใจ

HEALTH FIRST
ผู้บริโภคใส่ใจสุขภาพมากขึ้น และเลือกสิ่งที่ดีต่อร่างกาย

LIFE NEEDS CONVENIENCE
ความสะดวกคือปัจจัยที่ทำให้การกินสุขภาพเกิดขึ้นจริงในชีวิตประจำวัน

© 2026 Innovation of Experience Co., Ltd. All rights reserved.

Source: Thailand Social Listening | **Data Period:** Feb – Sep'25

What Drives & Blocks Adoption

เจาะลึกแรงจูงใจที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกอาหารสุขภาพ และอุปสรรคที่ยังขวางการตัดสินใจ



WHAT DRIVES ADOPTION: แรงจูงใจที่ทำให้เลือก

POSITIVE MENTIONS

10,368 VOICES (17%)

ผู้บริโภคพูดถึงอาหารสุขภาพในเชิงบวก เพราะ...

1	**คลีน / เฮลธ์ตี้ / สดสะอาด** Keywords: เฮลธ์ตี้, คลีน, สะอาด, สด เมนูคลีนและวัตถุดิบที่สดสะอาด ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์รักสุขภาพ	4,635 Mentions
2	**รสชาติอร่อย / ถูกใจ** Keywords: อร่อย, รสชาติถูกใจ, อร่อยมาก, อร่อยสุดๆ, ฟิน อาหารสุขภาพไม่จืดชืด แต่ “อร่อย” และ “กินแล้วฟิน”	2,765 Mentions
3	**สะดวก / ทำง่าย** Keywords: ง่าย, สดชื่น, สะดวก เมนูสุขภาพที่ทำง่าย หาทานสะดวก เหมาะกับชีวิตที่เร่งรีบ	1,568 Mentions
4	**ดีต่อสุขภาพ / มีประโยชน์** Keywords: มีประโยชน์, สุขภาพดี, ดีต่อสุขภาพ, ประโยชน์ ช่วยดูแลสุขภาพ และได้รับประโยชน์ครบถ้วน	1,400 Mentions

VS

WHAT BLOCKS ADOPTION: อุปสรรคที่ยังขวางการตัดสินใจ

NEGATIVE MENTIONS

3,706 VOICES (6%)

ผู้บริโภคยังมีอุปสรรคในการเลือกหรือรับประทานอาหารสุขภาพ

1	**ทำยาก / ไม่สะดวก** Keywords: ยาก, ไม่สะดวก, เสียเวลา ทำนาน ใช้เวลาเยอะ ไม่สะดวกกับชีวิตประจำวัน	2,313 Mentions
2	**น่าเบื่อ / จำเจ / ไม่ชอบ** Keywords: น่าเบื่อ, ไม่ชอบ, ไม่ดี, แย่ เมนูซ้ำๆ จืดชืด ไม่น่าสนใจ ไม่ตรงกับรสนิยม	473 Mentions
3	**ราคาแพง / ไม่คุ้มค่า** Keywords: แพง, ไม่คุ้ม ราคาสูงเมื่อเทียบกับอาหารทั่วไป รู้สึกไม่คุ้ม	463 Mentions
4	**รสชาติไม่อร่อย / จืด / เลี่ยน** Keywords: ไม่อร่อย, จืด, เลี่ยน, รสชาติแย่ ยังมี perception ว่าอาหารสุขภาพไม่อร่อย จืดชืด	377 Mentions
5	**ไม่สด / ไม่สะอาด** Keywords: ไม่สด, ไม่สะอาด, เหม็น กังวลเรื่องความสดใหม่และมาตรฐานความสะอาด	80 Mentions



KEY TAKEAWAY ผู้บริโภคไม่ได้ปฏิเสธอาหารสุขภาพ เพราะไม่เชื่อเรื่องสุขภาพ แต่เพราะ**อุปสรรคในการ “ทำให้มันเกิดขึ้นในชีวิตจริง”**

อร่อย ไม่จำเจ ★ คุ้มค่า ★ สะดวก ทำง่าย ★ สด สะอาด เชื่อถือได้ | คือหัวใจสำคัญในการขยายการยอมรับอาหารสุขภาพ

© 2026 Innovation of Experience Co., Ltd. All rights reserved.

Source: Thailand Social Listening | **Data Period:** Feb – Sep’25

Strategic Opportunity & Recommendation

โอกาสทางธุรกิจและแนวทางการสื่อสาร เพื่อขยายการยอมรับอาหารสุขภาพในวงกว้าง

1 Product Opportunity

ทำให้อาหารสุขภาพ “ง่ายและไม่น่าเบื่อ”

สะดวก พร้อมรับประทาน
เมนูพร้อมทาน/ พร้อมอุ่น
ช่วยประหยัดเวลาในการเตรียมอาหาร

อร่อย ได้รสชาติจริง
พัฒนาเมนูให้อร่อยถูกปาก
ไม่จืดชืด น่าเบื่อ

เพิ่มความหลากหลาย
เมนูคลีน, โปรตีนสูง, แคลอรีต่ำ,
เมนูควบคุมน้ำหนัก

คุ้มค่า คุ้มราคา
ราคาสมเหตุสมผล เข้าถึงง่าย

มั่นใจในความสะอาดและสดใหม่
สื่อสารคุณภาพวัตถุดิบและมาตรฐาน
อย่างโปร่งใส



2 Communication Opportunity

เปลี่ยนภาพจำจาก “ฝืนกิน” เป็น “อร่อยและดีต่อร่างกาย”

Key Messages ที่ควรใช้

อร่อยแบบไม่รู้สึกผิด
Enjoy the taste, feel the good

สุขภาพดี เริ่มจากมื้อที่กินง่าย
Make healthy eating simple

คลีนได้ ไม่จืดชืด
Clean food, never boring

ดีต่อสุขภาพ แต่ยังถูกปาก
Good for you, great for your taste



> วางอาหารสุขภาพในฐานะ “Solution สำหรับชีวิตประจำวัน”
> ไม่ใช้แค่ “สินค้าเพื่อสุขภาพ”

3 Content Opportunity

ตอบทุกคำถาม สร้างความรู้ สู่การตัดสินใจซื้อ

ผู้บริโภคยังมีคำถามและต้องการข้อมูล (Enquiry 2,682 Voices)

How to choose
เลือกอาหารสุขภาพยังไง ให้เหมาะกับตัวเอง
- แนวทางการกินที่ถูกต้อง
- เลือกวัตถุดิบยังไงให้ดี



Easy menu ideas
เมนูสุขภาพทำง่าย ไม่จำเบื่อ
- สูตรเด็ด ทำตามได้จริง
- ไอเดียเมนูใหม่ๆ ไม่จำเจ



Value proof
คุ้มค่าอย่างไร
- เปรียบเทียบราคาและคุณค่า
- คุ้มกว่าทำเอง/กินทั่วไป



Where to buy
ซื้อที่ไหน สะดวก แค่ไหน
- ช่องทางซื้อที่เข้าถึงง่าย
- ราคา โปรโมชันเบ็ดเสร็จ
- จุดจำหน่ายใกล้ตัว



Strategic Recommendation

สร้างการเติบโตให้กับอาหารสุขภาพ ด้วยการผสาน “อร่อย + ดีต่อสุขภาพ + สะดวก + คุ้มค่า”
พัฒนาโปรดักต์และคอนเทนต์ที่ตอบ Pain Point และคำถามของผู้บริโภค
อย่างตรงจุด เพื่อเปลี่ยนความสนใจให้เป็นการทดลองซื้อ
และสร้างการยอมรับในระยะยาว

- ขยายฐานผู้บริโภคได้กว้างขึ้น
- เพิ่มความถี่ในการบริโภค
- สร้างความผูกพันกับแบรนด์
- เพิ่มโอกาสในการซื้อซ้ำ

© 2026 Innovation of Experience Co., Ltd. All rights reserved.

INNOVATION OF EXPERIENCE

MarTech Agency for Integrated Solution

Orathai Koonkuntod (Aomelette)

M 097-446-3599 | E orathai@iex.co.th

thank you



© 2026 Innovation of Experience Co., Ltd. All rights reserved.
Reproduction in whole or in part without the permission of the copyright holder is strictly prohibited.