ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของพนักงาน การประปานครหลวงสำนักงานใหญ่

FACTORS AFFECTING HEALTHY FOOD CONSUMPTION OF THE EMPLOYEE AT THE METROPOLITAN WATERWORKS AUTHORITY'S HEADQUARTERS

ณัฐพพัส ภรพภัสสรณ์
สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ

Natphaphat Bhornphaphatsorn
Email: natphaphat.b@gmail.com
Faculty of Business Administration Program in Management, Ramkhamhaeng University
Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของพนักงานการประปานครหลวงสำนักงานใหญ่ โดยมีปัจจัยในหลายด้าน เช่น ด้านค่านิยมทางด้านสุขภาพ ทัศนคติที่ดีต่ออาหารเพื่อสุขภาพ ทัศนคติการรับรู้รสชาติ คุณสมบัติหรือรสชาติที่คาดหวัง ความคาดหวังเชิงบวก คุณสมบัติอาหารเพื่อสุขภาพที่ปรารถนา ความคุ้มค่า และการรับรู้ถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานในการประปานครหลวงสำนักงานใหญ่จำนวน 300 ชุด ช่วงเดือนมีนาคมถึงเมษายน ปี พ.ศ. 2563 และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการใช้สถิติแบบความถดถอยเชิงพหุคูณ โดยส่วนใหญ่พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอายุส่วนใหญ่ 26 - 30 ปี มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคเพื่อสุขภาพ 101 - 200 บาทต่อมื้อ มีความถี่ในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ที่เดือนละครั้ง มีการรับรู้ว่าอาหารเพื่อสุขภาพเป็นอาหารคลีนมากที่สุด มีการรับข่าวสารมาจากช่องทางอินเทอร์เน็ต / โซเชียลเน็ตเวิร์ก และเป็นเพศหญิงส่วนมาก จากการวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อภาพรวมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของพนักงานการประปานครหลวงสำนักงานใหญ่อย่างมีนัยทางสถิติระดับ .05 นั้นมีเพียงสองด้าน คือ ราคาอาหารเพื่อสุขภาพต่อมื้อ และความถี่ในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ

คำสำคัญ : อาหารเพื่อสุขภาพ, ค่านิยมทางด้านสุขภาพ, ทัศนคติที่ดีต่ออาหารเพื่อสุขภาพ

ABSTRACT

This research was conducted for educational purposes. The factors that influence the health food consumption of the staff of the Metropolitan Waterworks Authority Head Office, by studying the factors in many aspects such as health values, healthy attitude, taste perception attitude, preferred flavor expectations, positive outcome expectations, preferred healthy food attributes, reasonable and perceived corporate social responsibility. Between March and April 2020, the researcher distributed the three hundred questionnaires to the targeted consumers and analyzed the data by using the multiple regression for statistical analysis. Found that most respondents are single. The majority of them are employee with bachelor's degrees, aged 26 - 30, their income below or equal to 20,000 baht, their meal expenses from 101 to 200 baht per time. Besides, the frequency of eating healthy food mostly once a month, which is perceived that healthy food is healthy food. The greatest news channels come from internet and social network, almost all of them are female. From the research, it is found that the personal factors that influence the overall health food consumption of the employee at the statistical significance level of .05. There is only one factor, the frequency of healthy food consumption.

Keywords : health food, health values, healthy attitude

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

อาหารเป็นปัจจัยแรกที่ช่วยให้ร่างกายเจริญเติบโต แข็งแรง และมีส่วนสำคัญในการพัฒนาคนให้มีความสุขทั้งร่างกาย สติปัญญา อารมณ์ และสังคม หากกล่าวถึงคำว่า “อาหารเพื่อสุขภาพ” อาจมองได้หลายความหมาย โดยภาพรวมแล้วอาหารเพื่อสุขภาพเกิดจากผู้บริโภคที่ที่มุ่งเน้นเป้าหมายเพื่อการมีสุขภาพที่แข็งแรง และการมีอายุที่ยืนยาว ดังนั้นผู้บริโภคจึงจำเป็นต้องสร้างความสมดุลจากอาหารที่ได้รับประทานเข้าไป และปรารถนาการปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ รวมถึงการมีสุขจิตที่ดีอันเป็นผลต่อเนื่องอีกด้วย ในทางตรงข้ามหากมีการบริโภคไม่ถูกต้องอาจก่อให้เกิดโรคร้ายต่าง ๆ เช่น โรคหัวใจ โรคเบาหวาน โรคความดันโลหิตสูง เป็นต้น อีกทั้งได้มีการตั้งข้อสังเกตว่าในช่วงชีวิตของคนในวัยแต่ละวัยนั้นควรได้รับอาหารที่แตกต่างกันตามวัย เช่น ในวัยเด็ก เนื้อสัตว์ ไข่ และนมยังเป็นสิ่งจำเป็น อันเนื่องมาจากร่างกายมีการเจริญเติบโต ในขณะที่วัยผู้ใหญ่ควรจะหลีกเลี่ยงอาหารบางประเภท เช่น อาหารที่มีไขมันเป็นส่วนประกอบหรืออาหารหวานที่มากเกินไป เพื่อไม่ให้เกิดผลเสีย เป็นโรคภัยไข้เจ็บแก่ร่างกาย ดังนั้นการบริโภคอาหารที่ถูกหลักจะช่วยเพิ่มภูมิคุ้มกันโรคช่วยลดความเสี่ยงต่อการเกิดโรค และโรคแทรกซ้อนของผู้บริโภคได้ และมีบางส่วนยัง

มองว่าอาหารจะทำให้เป็นยาได้อย่างไร ส่งผลให้ตลาดอาหารสุขภาพเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว (พรศรี เหล่ารุจิสวัสดิ์, 2013) จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลงานวิจัยที่มีผู้วิจัยได้ทำการวิจัยกันมาในอดีต พบว่ามีงานวิจัยในสหรัฐอเมริกาเกี่ยวกับร้านอาหารเพื่อสุขภาพพบว่า ปัจจัยค่านิยมด้านสุขภาพ (Health Value) ทัศนคติที่ดีต่ออาหารเพื่อสุขภาพ (Healthy Attitude) ทัศนคติการรับรู้รสชาติ (Taste Perception Attitude) มีผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ (Behavioral Intentions) (Jun, Kang & Arendt, 2014) นอกจากนั้นนักวิจัยคณะเดิมยังศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยด้านอื่นซึ่งมีผลอิทธิพลต่อการเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพพบว่า ปัจจัยค่านิยมทางด้านสุขภาพ (Health Value) คุณสมบัติหรือรสชาติที่คาดหวัง (Preferred Flavor Expectations) ความคาดหวังเชิงบวก (Positive Outcome Expectations) มีผลอิทธิพลต่อพฤติกรรมการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ (Healthy Food Choice Intention) (Kang, Jun & Arendt, 2015) ในประเทศเกาหลีใต้พบว่าปัจจัยคุณสมบัติอาหารเพื่อสุขภาพที่ปรารถนา (Preferred Healthy Food Attributes) และความคุ้มค่า (Reasonable) นั้นมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกลับมาใช้บริการซ้ำ (Kim, Park, Kim & Ryu, 2013) นอกจากนี้ได้พบว่ายังมีงานวิจัยในสหรัฐอเมริกาพบว่าปัจจัยการรับรู้ถึงความรับผิดชอบต่อสังคม (Perceived Corporate Social Responsibility) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อด้วย (Willingness to Select) (Cranage & Lee, 2014) จากข้อมูลข้างต้นการที่ผู้วิจัยศึกษาถึง เช่น ปัจจัยด้านค่านิยมทางด้านสุขภาพ (Health Value) ปัจจัยด้านทัศนคติที่ดีต่ออาหารเพื่อสุขภาพ (Healthy Attitude) ปัจจัยด้านทัศนคติการรับรู้รสชาติ (Taste Perception Attitude) ปัจจัยด้านคุณสมบัติหรือรสชาติที่คาดหวัง (Preferred Flavor Expectations) ปัจจัยด้านความคาดหวังเชิงบวก (Positive Outcome Expectations) ปัจจัยด้านคุณสมบัติอาหารเพื่อสุขภาพที่ปรารถนา (Preferred Healthy Food Attributes) ปัจจัยด้านความคุ้มค่า (Reasonable) ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความรับผิดชอบต่อสังคม (Perceived Corporate Social Responsibility) ต่อปัจจัยด้านพฤติกรรมความตั้งใจที่จะบริโภค (Behavioral Intentions) อาหารเพื่อสุขภาพและการมีแรงผลักดันไปสู่ความตั้งใจที่มีต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของพนักงานการประปานครหลวงสำนักงานใหญ่ ซึ่งอาจทำให้ผู้ประกอบกิจการเกี่ยวกับธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพในบริเวณใกล้เคียงซึ่งร้านค้าข้าวแกงหมุนภายในการประปานครหลวงสำนักงานใหญ่ทราบถึงมุมมองความต้องการ และพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อหรือบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาด้านคุณภาพอาหาร และการบริการให้ดียิ่งขึ้นให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ พนักงานที่ทำงานอยู่ภายในการประปานครหลวงสำนักงานใหญ่ให้ได้มากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานการประปานครหลวงสำนักงานใหญ่
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของพนักงานการประปานครหลวงสำนักงานใหญ่
3. เพื่อศึกษาว่าปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานนั้น มีอิทธิพลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของพนักงานการประปานครหลวงสำนักงานใหญ่

ขอบเขตการวิจัย

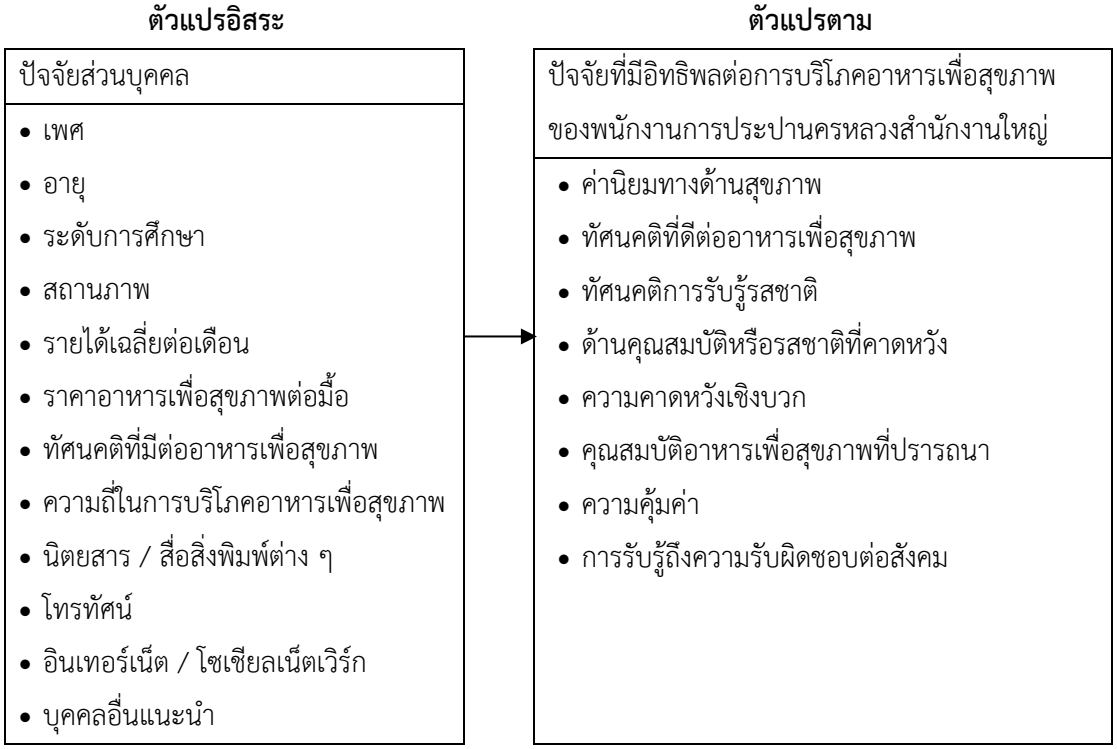
การวิจัยนี้เป็นการศึกษาในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือ พนักงานการประปานครหลวงสำนักงานใหญ่ มีขั้นตอนโดยรวมดังนี้

1. ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของพนักงานการประปานครหลวงสำนักงานใหญ่โดยอาศัยความสัมพันธ์ของตัวแปร
2. ศึกษาโดยเก็บตัวอย่างข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างการประปานครหลวงอย่างน้อยสุดจำนวน 300 ตัวอย่าง มีระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนมีนาคม ถึง เดือนเมษายนในปี พ.ศ. 2563

สมมุติฐานการวิจัย

ปัจจัยทางลักษณะประชากรศาสตร์มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของพนักงาน โดยมีสมมุติฐานหลักที่ผู้วิจัยเชื่อว่าปัจจัยอิสระนั้นมีอิทธิพลตัวแปรตาม และสมมุติฐานรอง ตัวอย่างเช่น เพศมีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพหรือไม่ อายุมีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพหรือไม่ ระดับการศึกษามีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพหรือไม่ สถานภาพมีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพหรือไม่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพหรือไม่ ราคาอาหารเพื่อสุขภาพต่อมื้อมีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพหรือไม่ ทัศนคติที่มีต่ออาหารเพื่อสุขภาพมีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพหรือไม่ และข่าวสารเรื่องอาหารเพื่อสุขภาพ เช่น ความถี่ในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ นิตยสาร / สื่อ-สิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต / โซเชียลเน็ตเวิร์ก และบุคคลอื่นแนะนำนั้น มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพหรือไม่

กรอบแนวความคิด



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถอธิบายถึงปัจจัยส่วนบุคคลในแต่ละด้าน ที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของพนักงานการประปานครหลวงสำนักงานใหญ่ ซึ่งเป็นการขยายทฤษฎีการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคเพื่อประโยชน์ทางวิชาการ
2. ผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการใช้การวางแผนที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมความตั้งใจ ให้หันมาบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคที่เป็นพนักงานกลุ่มตัวอย่างนี้ได้
3. ให้ร้านอาหารภายในสำนักงานหรือผู้ประกอบการจำหน่ายอาหารปกติ เพื่อการจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพนั้น และให้ทราบถึงปัจจัยที่จะส่งผลให้พนักงานการประปานครหลวงสำนักงานใหญ่หันมาบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งเป็นการพัฒนาอาหารกับการบริการให้ดีขึ้นและสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค
4. ให้บุคคลที่สนใจเข้ามาเปิดร้านอาหารภายในการประปานครหลวงได้ตระหนักถึงปัจจัยที่จะส่งผลให้ผู้บริโภคตั้งใจจะบริโภคอาหารที่มีส่วนช่วยเรื่องการรักษาสุขภาพ และมีข้อมูลในการประกอบการตัดสินใจในการสร้างสรรค์รายการอาหารต่าง ๆ มากขึ้น

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของพนักงานการประปานครหลวงสำนักงานใหญ่ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าจากบทความวิจัย เอกสารทางวิชาการ และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องโดยเป็นการอ้างอิงงานวิจัยของบุคคลอื่น เพื่อเป็นส่วนช่วยสนับสนุนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ค่านิยมทางด้านสุขภาพ

Tudoran, Baumert, Ivanov และ Vitanov (2009) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับค่านิยมทางสุขภาพไว้ว่าเป็นระดับที่ประชาชนเห็นคุณค่าของสุขภาพของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับ Tromp-van Meerveld และ McDonnell (2007) ก็ได้กล่าวไว้เช่นเดียวกันว่า เป็นสิ่งที่บุคคลจะตระหนักรู้เกี่ยวกับสุขภาพที่แตกต่างกันไปของแต่ละบุคคล กล่าวโดยสรุป ปัจจัยด้านค่านิยมทางด้านสุขภาพประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ การเลือกรับประทานอาหารที่ดีมีผลต่อสุขภาพของผู้บริโภค การมีสุขภาพที่ดีเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้บริโภค ความตระหนักเกี่ยวกับสุขภาพของผู้บริโภค การตระหนักใส่ใจต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค และความกังวลที่เกี่ยวกับผลกระทบต่อสุขภาพจากการรับประทานอาหาร (Jun, 2014)

2. ทัศนคติที่ดีต่ออาหารเพื่อสุขภาพ

Jun (2014) กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติต่อสุขภาพที่ดี ประกอบไปด้วย การเชื่อว่าตนเองนั้นมีการบริโภคที่มีไขมันต่ำหรือมีแคลอรีต่ำ โดยเฉพาะการบริโภคอาหารตามร้านอาหารที่ต้องใช้ทัศนคติที่มีต่อสุขภาพ เพื่อเป็นการเลือกรับประทานอาหารที่ส่งผลดีและไม่ดีต่อสุขภาพของตนเอง ทั้งนี้ได้แบ่งแบบประเมินค่าออกเป็นมาตรวัด 5 ระดับ โดยมีคะแนนเริ่มจาก 1 ถึง 5 คะแนน ประกอบด้วย น้อยที่สุด น้อย

ปานกลาง มาก และมากที่สุด โดยที่ทัศนคตินี้จะทำให้บุคคลนั้นมีความสนใจสุขภาพมากยิ่งขึ้น ย่อมก่อให้เกิดจากการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาพที่ถูกต้องจากทั้งในปัจจุบันและจากประสบการณ์ในอดีต

3. ทัศนคติการรับรู้รสชาติ

Wu, Chien, Lee และ Chau (2007) กล่าวว่า รสชาติของอาหารนั้นถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารของผู้บริโภคสอดคล้องกับ ผู้บริโภคนั้นไม่คำนึงถึงรายจ่ายที่จะต้องจ่ายไปสำหรับรสชาติอาหารที่ถูกปากนั้น ๆ รวมถึงความสัมพันธ์เกี่ยวกับสัญชาตญาณของผู้บริโภคอีกประการหนึ่งด้วย ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าบทบาทของรสชาติอาหารนั้นเป็นสิ่งที่ต้องใส่ใจในการพัฒนา และปรับปรุงให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภคอย่างลึกซึ้งอีกด้วย

4. คุณสมบัติหรือรสชาติที่คาดหวัง

สำหรับความคาดหวังเกี่ยวกับความชื่นชอบของผู้บริโภค สามารถอธิบายได้จากปัจจัย 3 ด้าน ได้แก่ ความคาดหวังต่อราคา คาดหวังต่อคุณภาพ และความคาดหวังต่อความคุ้มค่า ซึ่งได้มีนักวิชาการได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวังเรื่องความชื่นชอบไว้ดังนี้ และ Finn (1921) กล่าวว่า ความคาดหวังนั้นเป็นการประเมินความนึกคิด ความชื่นชอบ จิตสำนึก การรับรู้ โดยใช้ความคาดหวังมาเป็นแนวทางการกำหนดพฤติกรรมต่อสินค้าที่คาดหวังในทิศทางที่ตนเองชื่นชอบ

อาจกล่าวได้โดยสรุปได้ว่า ความคาดหวังเรื่องความชื่นชอบนั้น จะประกอบไปด้วยความคาดหวังต่อราคา คือ ด้านค่าใช้จ่ายที่ตนเองจ่าย โดยคาดหวังจากสินค้าหรือบริการนั้นจะสามารถตอบสนองความชื่นชอบของตนเองได้อย่างคุ้มค่ากับราคาที่ตนจ่ายไป และความคาดหวังต่อความคุ้มค่า คือ ความรู้สึกของผู้บริโภคที่คาดหวังในด้านความคุ้มค่าต่อสินค้า จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการส่วนบุคคลได้

5. ความคาดหวังเชิงบวก

Levy และ Myers (2004) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมสุขภาพเชิงป้องกันนั้น มีอิทธิพลมาจากการรับรู้ด้วยตนเองของผู้บริโภคที่มีต่อการดูแลร่างกายที่เสื่อมถอยของตนเอง และตระหนักว่าการดูแลสุขภาพนั้นจะส่งผลดีต่อการป้องกันไม่ให้สุขภาพทรุดโทรมลงไปตามกาลเวลา ซึ่งการคาดหวังเชิงบวกเป็นความคาดหวังที่คาดการณ์ต่อสิ่งที่จะเกิดขึ้น เมื่อตนเองเลือกรับประทานอาหารหรือปฏิบัติ ทางพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารที่ถูกต้อง ซึ่งจากการทดลองกับผู้เข้าร่วมการ 14 ทดลอง พบว่าผู้ใหญ่อายุ 50 – 80 ปี นั้นจะเป็นกลุ่มบุคคลที่มีความคาดหวังเชิงบวกต่อการดูแลสุขภาพตนเองมากขึ้นกว่ากลุ่มช่วงอายุอื่น ๆ จากผลการวิจัยได้มีการค้นพบอีกว่าผู้สูงอายุเหล่านั้นจะมีพฤติกรรมการดูแลรักษาสุขภาพเชิงบวกมากกว่ากลุ่มบุคคลที่มีความคาดหวังเชิงลบที่ได้มีการดูแลสุขภาพตนเอง จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นอาจกล่าวได้ว่าความคาดหวังเชิงบวกมีความสัมพันธ์โดยตรงต่อทัศนคติของผู้บริโภคแต่ละบุคคล เพราะว่าก่อนและหลังการปฏิบัติผู้บริโภคมีความคาดหวังเชิงบวกที่จะได้รับผลการปฏิบัติที่ดีขึ้นต่อการทุ่มเทแรงกายแรงใจ และปฏิบัติตนตามหลักการสุขภาพภาวะ เช่น ควบคุมการรับประทานอาหาร

6. คุณสมบัติอาหารเพื่อสุขภาพที่ปรารถนา

ความแตกต่างด้านการรับรู้เกี่ยวกับสุขภาพที่แตกต่างกัน เป็นสิ่งหนึ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจจะบริโภค เนื่องเพราะจากการรับรู้สุขภาพที่แตกต่างกันของผู้บริโภคนั้น จะส่งผลต่ออิทธิพลของการตัดสินใจ

เลือกบริโภคอาหาร โดยเฉพาะการบริโภคอาหารที่จะทำให้มีสุขภาพที่ดีหรือไม่ดีนั้น ย่อมส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพโดยตรง หรืออีกทั้งการรับรู้เกี่ยวกับคุณค่าของอาหารเพื่อสุขภาพ นั้นจะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรม จากการวิจัยพบว่าผู้บริโภคที่มีการรับรู้เกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพ (Borgmeier & Westenhoefer, 2009) อาจกล่าวได้ว่าผู้บริโภคที่รับรู้เกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพนั้นสามารถเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการเลือกบริโภคอาหารในท้ายที่สุด เพราะการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพนั้นการรับรู้เกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพนั้น ๆ ว่ามีค่าทางโภชนาการที่เป็นประโยชน์หรือไม่เป็นประโยชน์ ซึ่งจะส่งผลต่อการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ

7. ความคุ้มค่า

การรับรู้ด้านความคุ้มค่าได้รับความสนใจจากนักวิจัยหลายคน จึงมีการวิจัยการรับรู้ด้านความคุ้มค่า ซึ่งได้มีนักวิจัยบางท่านได้กล่าวว่าการรับรู้ด้านความคุ้มค่าสามารถแบ่งเป็นสองมิติที่สำคัญ คือ ผลประโยชน์ที่ได้รับ และการเสียสละที่บุคคลเหล่านั้น สามารถทำได้จริง อย่างเหมาะสม เช่น เงินที่จ่าย เวลาที่ใช้ไป และความสะดวกสบายที่จะได้รับ (Cronin, Brady, Brand, Hightower & Shemwell, 1997 และ Oh, 2003) สินค้าหรือบริการใด ๆ ก็ตามซึ่งจะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้นั้นอาจไม่มีคุณค่าเลย ถ้าผู้บริโภคนั้นไม่มีความสามารถในการซื้อ ดังนั้นรายได้ของผู้บริโภคจึงเป็นสิ่งสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภค (Roger A. Kerin & Steven W. Hartley, 2004)

8. การรับรู้ถึงความรับผิดชอบต่อสังคม

ความมีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร หมายถึง สิ่งที่ลูกค้ารับรู้และเชื่อในองค์กรจากผลของการมีปฏิสัมพันธ์กับองค์กรในช่วงที่ผ่านมานั้น อันเป็นผลจากความประทับใจในผลิตภัณฑ์และตราที่องค์กรผลิตออกมา โดยรวมถึงการประมาณถึงความคงเส้นคงวาในคุณสมบัติของสินค้า Banyte Brazioniene และ Gadeikiene (2015) ที่ระบุไว้ว่าความรับผิดชอบขององค์กร ซึ่งสิ่งที่จะถูกแสดงออกมาจากการมีวิสัยทัศน์ในการบริหารจัดการของผู้บริหารองค์กร โดยเฉพาะการมีการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการ อย่างต่อเนื่องโดยนั้นประสิทธิภาพการประกอบการ และลดผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสังคมให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จีรภัทร พลอยขาว (2553) ทำการวิจัยเกี่ยวกับนักเรียนหญิงที่มีภาวะโภชนาการเกิน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนหญิงที่มีภาวะโภชนาการเกินที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 - 3 โรงเรียนสตรีภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2552 จำนวน 113 คน โดยการสุ่มแบบเชิงช่วงชั้น และเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามความรู้ในการบริโภคอาหาร พฤติกรรมการบริโภคอาหาร และอิทธิพลต่าง ๆ ที่มีผลกระทบผลการวิจัย ได้แก่ ประการแรกนักเรียนหญิงที่มีภาวะโภชนาการเกินส่วนใหญ่ร้อยละ 70.8 มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารอยู่ในระดับที่ดี รองลงมามีพฤติกรรมอยู่ในระดับดีมากร้อยละ 17.7 พฤติกรรมอยู่ในระดับที่ต้องปรับปรุงร้อยละ 10.6 และพฤติกรรมอยู่ในระดับที่ต้องปรับปรุงอย่างเร่งด่วน ร้อยละ 0.9 ตามลำดับประการที่สองพฤติกรรมการบริโภคอาหารตามตัวแปรต่างๆ ได้พบว่าอาชีพของบิดากับอิทธิพลทางสังคมและวัฒนธรรม มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียนหญิงที่มีภาวะโภชนาการเกิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนความรู้ในการบริโภค

อาหาร รายได้ของนักเรียน การศึกษาของบิดามารดา อาชีพของบิดามารดา รายได้ของครอบครัวนั้น ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียนหญิงที่มีภาวะโภชนาการเกิน และประการสุดท้าย อิทธิพลของการสื่อสารและสารสนเทศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียนหญิงที่มีภาวะโภชนาการเกิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

วิธีดำเนินการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Approach) โดยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) ซึ่งในการวิจัยนี้เป็นแบบไม่ทดลอง (Non - Experimental Design) โดยมีใช้แบบ-สอบถามแบบออนไลน์ (Online Questionnaire) เต็มรูปแบบเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ประชากรที่ทำการวิจัย

การประปานครหลวงมีจำนวนพนักงานทุกประเภททั้งหมด 5,378 คน (อ้างอิงปีงบประมาณ 2562) โดยมีพนักงานที่ทำงานในสำนักงานใหญ่ประมาณ 984 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sample) คือ การเลือกแจกแบบสอบถามเฉพาะกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการแจกแบบสอบถามออนไลน์ เฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่สามารถกรอกแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ได้ เนื่องจากเป็นวิธีที่ทำให้ได้ตัวอย่างเป็นจำนวนมากในระยะเวลาจำกัด ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเก็บข้อมูล และช่วยเพิ่มคุณภาพของความถูกต้องในข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้หลักการคำนวณ และกำหนดค่าของความเชื่อมั่นที่ระดับ 95% โดยระดับค่าของความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้คิดเป็น 5% (0.05) ด้วยวิธีการคำนวณโดยใช้สูตรของ Yamane

แทนค่าในสูตร $$n = \frac{984}{1+984(0.05)^2} = 284.68 \approx 285 \text{ คน}$$

จากการแทนค่าในสูตร ทำให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างประมาณ 285 คน ดังนั้นเพื่อให้ได้ค่าสถิติที่ดีผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามเป็นจำนวน 300 ชุด เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยการวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามนี้ โดยได้ถูกสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบบสอบถามถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

<u>ส่วนที่ 1</u> ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน 9 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ราคาอาหารเพื่อสุขภาพต่อมื้อ ทัศนคติที่มีต่ออาหารเพื่อสุขภาพ ความถี่ในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ และข่าวสารเรื่องอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended Response Question)

<u>ส่วนที่ 2</u> ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของพนักงานการประปานครหลวงสำนักงานใหญ่ ได้แก่ ค่านิยมทางด้านสุขภาพ ทัศนคติต่อสุขภาพที่ดี ทัศนคติการรับรู้รสชาติ คุณสมบัติหรือรสชาติที่คาดหวัง ความคาดหวังเชิงบวก คุณสมบัติอาหารเพื่อสุขภาพที่ปรารถนา ความคุ้มค่า และการรับรู้ถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Response Question) โดยมีระดับวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น 5 ระดับโดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้ มากที่สุด (5) มาก (4) ปานกลาง (3) น้อย (2) และน้อยที่สุด (1) ซึ่งใช้เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยโดยวิธีการหาค่าพิสัยและอันตรภาคชั้น แล้วจึงนำผลต่างที่ได้มากำหนดเกณฑ์การวัดระดับค่าเฉลี่ย ซึ่งผู้วิจัยกำหนดสูตรดังนี้

จากสูตร: ช่วงคะแนน (I) = (ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด - ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด) / จำนวนชั้น

$$I = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

จะได้ช่วงคะแนนเฉลี่ยและระดับความเห็น ดังนี้ มากที่สุด (4.21 - 5.00) มาก (3.41 - 4.20) ปานกลาง (2.61 - 3.40) น้อย (1.81 - 2.60) และน้อยที่สุด (1.00 - 1.80)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มพนักงานที่ทำงานในการประปานครหลวงสำนักงานใหญ่
2. ช่องทางในการแจกแบบสอบถาม ได้แก่ ภายในสำนักงาน และโซเชียลมีเดีย
3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ใช้แบบสอบถามในเรื่องที่ผู้วิจัยต้องสื่อสารต่อกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเป้าหมาย
4. ช่วงเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ ช่วงเย็น 17.00 – 18.00 น. เป็นเวลา 1 เดือน

การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)
   วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ราคาอาหารเพื่อสุขภาพต่อมื้อ ทัศนคติที่มีต่ออาหารเพื่อสุขภาพ ความถี่ในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ และข่าวสารอาหารเพื่อสุขภาพโดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)
   วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของพนักงานการประปานครหลวงสำนักงานใหญ่ด้วยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยการพิจารณาจากด้านต่างๆ ได้แก่ ค่านิยมทางด้านสุขภาพ ทัศนคติต่อสุขภาพที่ดี ทัศนคติการรับรู้รสชาติ คุณสมบัติหรือรสชาติที่คาดหวัง ความคาดหวังเชิงบวก คุณสมบัติอาหารเพื่อสุขภาพที่ปรารถนา ความคุ้มค่าและการรับรู้ถึงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีการใช้สถิติวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) วิเคราะห์ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ย่อมมีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของพนักงาน

สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัยด้านปัจจัยส่วนบุคคล

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสด ร้อยละ 75.70 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 68.33 มีอายุส่วนใหญ่ 26 - 30 ปี ร้อยละ 33.7 มีรายได้ช่วง 20,001 - 30,000 บาท ร้อยละ 35.33 มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคเพื่อสุขภาพ 101 - 200 บาทต่อครั้ง ร้อยละ 40.33 มีความถี่ในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ที่เดือนละครั้ง ร้อยละ 37.00 มีการรับรู้อาหารเพื่อสุขภาพเป็นอาหารคลีน ร้อยละ 72.333 มีการรับข่าวสารส่วนใหญ่มาจากช่องทาง อินเทอร์เน็ต / โซเชียลเน็ตเวิร์ก ร้อยละ 53.02 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 68.3

สรุปผลการวิจัยด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของพนักงานการประปานครหลวงสำนักงานใหญ่

ปัจจัยโดยภาพรวมที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ อันดับแรก ด้านคุณสมบัติอาหารเพื่อสุขภาพที่ปรารถนาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.30 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.537 อันดับสอง ด้านทัศนคติที่ดีต่ออาหารเพื่อสุขภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.13 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.575 อันดับสาม ด้านค่านิยมทางด้านสุขภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.10 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.590 อันดับสี่ ด้านการรับรู้ถึงความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.95 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.579 อันดับห้า ด้านความคาดหวังเชิงบวกโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.92 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.691 อันดับหก ด้านความคุ้มค่าโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.89 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.609 อันดับเจ็ด ด้านคุณสมบัติหรือรสชาติที่คาดหวังโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.48 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.762 และอันดับสุดท้าย ด้านทัศนคติการรับรู้รสชาติโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.45 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.720 ซึ่งจากข้อมูลปัจจัยอิทธิพลทั้งแปดด้านที่ได้กล่าวมานั้น อาจสรุปโดยภาพรวมได้ว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของพนักงานกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.91 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.513

สรุปผลการทดสอบสมมุติฐาน

ผลการวิจัยปัจจัยทางลักษณะประชากรศาสตร์ ปัจจัยส่วนบุคคล หรืออาจเรียกว่าตัวแปรอิสระ ที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มตัวอย่าง โดยผลการวิจัยตามสมมุติฐานสามารถสรุปเชิงภาพรวม พบว่ามีเพียง ผลจากการทดสอบสมมุติฐานมีเพียงสมมุติฐาน 2 ข้อเท่านั้นที่สามารถยอมรับได้นั้นคือ ตัวแปรอิสระด้านราคาอาหารเพื่อสุขภาพต่อมื้อ และความถี่ในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากสมมุติฐานในข้อที่ 6 และ 8 ซึ่งสามารถพยากรณ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มตัวอย่างได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนตัวแปรอิสระอื่น ๆ ไม่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งทำให้ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ หรือตัวแปรอิสระทั้ง 2 ด้านนี้ สามารถอธิบายอิทธิพลต่อปัจจัยการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มตัวอย่าง (r = 0.4336) ได้ร้อย

ละ 43.36 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 56.64 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำมาศึกษา และมีค่าความคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์ (e) เท่ากับ ±0.0272 ซึ่งสามารถนำมาสร้างเป็นรูปแบบของสมการเส้นตรงของการถดถอยได้ ดังนี้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มตัวอย่าง = 3.91151 - 0.04056 (ตัวแปรอิสระด้านราคาอาหารเพื่อสุขภาพต่อมื้อ) - 0.21155 (ตัวแปรอิสระด้านความถี่ในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ) ซึ่งอาจเขียนให้อยู่ในรูปสมการเชิงคณิตศาสตร์มากขึ้นได้ ดังนี้ ตัวอย่าง Y = a + bX โดยมี Y (ตัวแปรตาม) X (ตัวแปรต้น) b (ความชันของเส้นตรง หรือ Slope) และ a (ค่าคงที่ หรือ Constant) เป็นค่าที่ตัดหรือจุดตัดกับแกน Y แต่หากเป็นรูปแบบสมการเส้นตรงของการถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน จะสามารถเขียนให้อยู่ในรูปแบบสมการดังข้างต้นได้ ดังนี้ $Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2$ โดยที่ Y = ตัวแปรตาม, X_1 = ตัวแปรอิสระด้านราคาอาหารเพื่อสุขภาพต่อมื้อ, X_2 = ตัวแปรอิสระด้านความถี่ในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ, b_1 = ค่าความชันของ X_1, b_2 = ค่าความชันของ X_2, b_0 = ค่าคงที่ หรือ จุดตัดแกน Y เมื่อแทนค่าจะเป็น $Y = 3.91151 - 0.04056\ X_1 - 0.21155\ X_2$ จากสมการเส้นตรงของการถดถอยข้างต้นจะเห็นได้ว่าถ้าหากปัจจัยส่วนบุคคลด้านราคาอาหารเพื่อสุขภาพต่อมื้อเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ในขณะที่ตัวแปรอิสระด้านอื่น ๆ คงที่ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มตัวอย่างจะลดลง 0.04056 หน่วย ถ้าหากปัจจัยส่วนบุคคลด้านความถี่ในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ในขณะที่ตัวแปรอิสระด้านอื่น ๆ คงที่ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มตัวอย่างจะลดลง 0.21155 หน่วย จะเห็นได้ว่าค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยหรือสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ของตัวแปรอิสระทั้ง 2 ตัว นั้นมีค่าน้อยกว่า 0 แสดงว่าตัวแปรอิสระทั้ง 2 ตัวและตัวแปรตาม มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยปัจจัยส่วนบุคคลที่มีมีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของพนักงานการประปานครหลวงสำนักงานใหญ่พบว่ามีเพียง 2 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ราคาอาหารเพื่อสุขภาพต่อมื้อ และความถี่ในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเท่านั้น ที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มตัวอย่าง โดยมีนัยทางสถิติระดับ .05 โดยมีรายละเอียดที่น่าสนใจ ดังนี้

1. ค่านิยมทางด้านสุขภาพ

นอกจากนี้ยังมีทฤษฎีแนวคิดของ Tudoran, Baumert, Ivanov & Vitanov (2009) และ Tromp-van Meerveld & McDonnell (2007) กล่าวว่า ผู้มีค่านิยมทางสุขภาพสูงจะมีการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพดีกว่าผู้มีค่านิยมทางสุขภาพต่ำ แม้ว่าแนวคิดนี้อาจไม่สอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ที่ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท และมีความถี่ในการบริโภคอาหารเดือนละหนึ่งครั้ง แต่สิ่งน่าสังเกตจากประสบการณ์ตรงของผู้วิจัยพบว่าโดยพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างที่มีอุปสรรคในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพกลุ่มนี้ ยังคงมีพื้นฐานในการบริโภคอาหารสุขภาพอยู่บ้าง และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ ในช่วงระหว่าง 26 - 30 ปี คิดเป็น 33.70 เท่านั้น ซึ่งเป็นธรรมดาในเรื่องของรายได้เมื่อเปรียบเทียบอายุงานที่ไม่มากนัก แต่ถ้ามีอายุการทำงานที่มากขึ้นย่อมมีรายได้ที่สูงขึ้นด้วยเช่นกัน นั้นหมายความว่า เมื่อกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ได้กล่าวถึงนี้มีอายุการทำงานและฐานเงินเดือนเพียงพอกับการดูแลสุขภาพ ทฤษฎีแนวคิดดังกล่าวนี้จะมี

ความเชื่อถือแต่ต้องอาศัยเวลาของอายุงานที่เพิ่มขึ้นของกลุ่มตัวอย่างที่จะมีฐานรายได้จากเงินเดือนที่จะช่วยให้บรรลุจุดมุ่งหมายในการบริโภคอาหารสุขภาพที่ดีขึ้น มีความถี่การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเพิ่มขึ้น

2. ทัศนคติที่ดีต่ออาหารเพื่อสุขภาพ

Jun (2014) กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติต่อสุขภาพที่ดี โดยเฉพาะการเลือกรายการเมนูที่ดีต่อสุขภาพหรือไขมันต่ำจะสามารถช่วยพัฒนา และปรับปรุงฟื้นฟูสุขภาพของร่างกายได้ ซึ่งความถี่ในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพนั้นอาจเป็นสิ่งที่บ่งชี้ถึงปัจจัยที่กล่าวมาว่า หากผู้บริโภคสามารถปรับปรับปรุงทัศนคติและเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ย่อมส่งผลให้มีสุขภาพที่ดีตามมา ความถี่ในการบริโภคอาหารก็ย่อมสูงขึ้นด้วย และราคาอาหารเพื่อสุขภาพนั้นมีความเหมาะสมไม่แพงจนเกินไป สอดคล้องกับทฤษฎีแนวคิดของ Roger A. Kerin & Steven W. Hartley (2004) กล่าวว่า สินค้าหรือบริการใด ๆ ก็ตามซึ่งจะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้นั้นอาจไม่มีคุณค่าเลย ถ้าผู้บริโภคนั้นไม่มีความสามารถในการซื้อ

3. ทัศนคติการรับรู้รสชาติ

ทฤษฎีแนวคิดของ Wu, Chien, Lee และ Chau (2007) ได้กล่าวไว้ว่า รสชาติของอาหารนั้นถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารของผู้บริโภค โดยไม่ได้คำนึงถึงรายจ่ายที่จะต้องจ่ายไปสำหรับรสชาติอาหารที่ถูกปากนั้น และ Jun (2014) ได้สรุปว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติที่มีต่อรสชาตินั้น เริ่มจากการที่ผู้บริโภคจะต้องเพลิดเพลินในรสชาติของอาหารเสียก่อน และจากประสบการณ์ตรงของผู้วิจัยพบว่ามนุษย์ส่วนใหญ่บนโลกต่างมีความต้องการรับประทานอาหารที่มีรสชาติอร่อย จนทำให้พวกเขาเหล่านั้นอาจไม่ได้คำนึงถึงราคาของอาหารในมื้อนั้น ๆ ที่ต้องจ่ายไป แต่ถ้าร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพในบริเวณใกล้เคียงกับการประปานครหลวงสำนักงานใหญ่ มีการปรับปรุงรสชาติอาหารให้มีรสชาติดีขึ้นเหมาะกับกลุ่มตัวอย่าง ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลด้านความถี่ในการบริโภคอาหารอาจมีแนวโน้มพัฒนาไปในทิศทางที่ดีขึ้นได้ รวมไปถึงความเหมาะในด้านของราคาอาหารเพื่อสุขภาพที่จะเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้ความถี่ในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพดังกล่าวนั้นมีแนวโน้มที่ดีขึ้นอีกด้วย สอดคล้องกับทฤษฎีแนวคิดของ Roger A. Kerin & Steven W. Hartley (2004) ที่กล่าวว่า ผู้บริโภคต้องมีความสามารถในการซื้อสินค้านั้นด้วย และราคาอาหารเพื่อสุขภาพจะต้องมีความเหมาะสมกับผู้บริโภคในกลุ่มตัวอย่างที่กล่าวมานั้น

4. คุณสมบัติหรือรสชาติที่คาดหวัง

ทฤษฎีแนวคิดของ Finn (1921) กล่าวว่า ความคาดหวังนั้นเป็นการประเมินความนึกคิด ความชื่นชอบ จิตสำนึก และการรับรู้ โดยใช้ความคาดหวังมาเป็นแนวทางการกำหนดพฤติกรรมต่อสินค้าหรือบริการที่คาดหวังในทิศทางที่ตนเองชื่นชอบหรือต้องการ จากประสบการณ์ตรงของผู้วิจัยพบว่าเมื่อกลุ่มอย่างชื่นชอบในอาหารประเภทใดประเภทหนึ่งแล้วจะมีการซื้อซ้ำเพื่อบริโภคบ่อย ๆ หรืออาจกล่าวได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านความถี่ในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพที่มีนัยสำคัญทางสถิตินั้น จะเป็นตัวชี้วัดความคาดหวังของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่างนั้นว่ามีมากน้อยเพียงใด ซึ่งยังสอดคล้องกับทฤษฎีแนวคิดของ Roger A. Kerin & Steven W. Hartley (2004) ที่กล่าวว่า ผู้บริโภคต้องมีความสามารถในการซื้อสินค้านั้นด้วย และราคาอาหารเพื่อสุขภาพจะต้องมีความเหมาะสมกับผู้บริโภคในกลุ่มตัวอย่างที่กล่าวมานั้น และสิ่งชี้วัดคุณสมบัติ

หรือรสชาติที่คาดหวังของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่างว่ามีอิทธิพลมากน้อยเพียงใด คือ ความถี่ในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ และราคาอาหารเพื่อสุขภาพต่อมื้อที่มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05 จากศึกษาครั้งนี้

5. ความคาดหวังเชิงบวก

ทฤษฎีแนวคิดของ Sarkisian, Portocarrero, Sterner & Chodosh (2005) ที่ระบุว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่จะออกกำลังกายและเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ เนื่องจากมีความคาดหวังเชิงบวกต่อการปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอต่อพฤติกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ โดยอายุที่เพิ่มมากขึ้น ย่อมมีความคาดหวังเชิงบวกในสุขภาพด้านร่างกายต่อการเลือกรับประทานอาหารและออกกำลังกายสูงมากขึ้นตามไปด้วย จากประสบการณ์ตรงของผู้วิจัยพบว่า ความถี่ในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพอาจจะเป็นตัวชี้วัดว่ากลุ่มตัวอย่างว่า น่าจะเป็นกลุ่มคนที่มีการออกกำลังกายอย่างต่อเนื่อง และการดูแลสุขภาพควบคู่นั้นมีความจำเป็นที่จะต้องบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพที่เพิ่มขึ้น เพื่อดูแลร่างกายพวกเขาเหล่านั้นไม่ให้เจ็บป่วยได้ง่าย ซึ่งความถี่ในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเป็นตัวชี้ให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มที่จะออกกำลังกายด้วยจึงมีการบริโภคอาหารเหมือนกับทฤษฎีแนวดังกล่าวมาข้างต้น จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นอาจกล่าวได้ว่า ความคาดหวังเชิงบวกมีความสัมพันธ์โดยตรงต่อทัศนคติของผู้บริโภคแต่ละบุคคล โดยเฉพาะพฤติกรรมในการปฏิบัติต่อการเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพหรือปฏิบัติตนตามตามหลักสุขภาวะที่ดี ย่อมเป็นสิ่งที่มีความเกี่ยวข้องกับความคาดหวังเชิงบวก ในมุมมองของผู้วิจัยจากประสบการณ์ในที่ทำงานของกลุ่มตัวอย่างพบว่า หลังจากกลุ่มตัวอย่างหรือพนักงานดังกล่าวนั้นได้ทราบว่าผลการตรวจร่างกายที่ไม่น่าพึงพอใจ อาจมีปัญหาเรื่องสุขภาพ หรือโภชนาการเกิน ส่วนใหญ่จะมีการตื่นตัวในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพให้ดีขึ้น เพราะว่าผู้บริโภคมีความคาดหวังเชิงบวกที่จะได้รับผลการปฏิบัติที่ดีขึ้นต่อการทุ่มเทแรงกายแรงใจ และปฏิบัติตนตามหลักการสุขภาพภาวะ เช่น ควบคุมการรับประทานอาหาร ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านราคาเพื่อสุขภาพนั้นอาจจะมีแนวโน้มปรับเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากความถี่ในที่เพิ่มขึ้นเพราะมีความคาดหวังในสุขภาพที่ดีขึ้น หรือ มีความจำเป็นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องหาอาหารเพื่อสุขภาพสามารถบำรุงรักษาสุขมาบริโภคแม้ว่าจะมีราคาที่สูง เพราะมีแรงจูงสำคัญที่ไม่ต้องการเจ็บป่วย หรือไม่ต้องการให้อาการบาดเจ็บที่เผชิญอยู่นั้นส่งผลกระทบที่รุนแรงมากขึ้น เป็นต้น

6. คุณสมบัติอาหารเพื่อสุขภาพที่ปรารถนา

ทฤษฎีแนวคิดของ Borgmeier & Westenhoefer (2009) กล่าวว่า ความแตกต่างด้านการรับรู้เกี่ยวกับสุขภาพที่แตกต่างกัน เป็นสิ่งหนึ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจจะบริโภค เนื่องเพราะจากการรับรู้สุขภาพที่แตกต่างกันของผู้บริโภคนั้น จะส่งผลต่ออิทธิพลของการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหาร โดยเฉพาะคุณค่าของอาหารเพื่อสุขภาพนั้น ถ้าหากอาหารนั้นไม่ก่อให้เกิดคุณค่าใด ๆ ย่อมมีแนวโน้มที่ผู้บริโภคสามารถตระหนักว่าไม่ควรตัดสินใจบริโภค จากประสบการณ์โดยตรงของผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างหรือพนักงานแต่ละคนต่างมีความในเรื่องสุขภาพที่แตกต่างกัน และการรับรู้คุณประโยชน์ของอาหารเพื่อสุขภาพที่ไม่เท่ากัน ซึ่งความถี่ในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพนั้น อาจเป็นตัวชี้วัดว่าคุณสมบัติอาหารสุขภาพดังกล่าวนั้นมีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารมากน้อยเพียงใดโดยเฉพาะความเข้าใจและได้รับรู้เกี่ยวกับโภชนาการของอาหารนั้นอย่างถูกต้อง โดยที่ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่นั้นจะให้ความสนใจต่อฉลากของอาหารที่จะต้อง

รับประทานอย่างมาก หากย้อนกลับไปที่ปัจจัยเรื่องของราคาอาหารเพื่อสุขภาพ จากประสบการณ์ของผู้วิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างหรือพนักงานส่วนใหญ่ค่อนข้างให้ความเชื่อถือในแบรนด์สินค้าอาหารที่มีเชื่อเสียง มีความยอมรับในวงกว้าง มีผลการวิจัยทางการแพทย์รับรอง หรือมีราคาที่สูง เพราะจะสร้างความน่าเชื่อถือว่าสินค้าอาหารเพื่อสุขภาพนั้นมีประโยชน์ต่อร่างกายจริง ๆ แต่ทว่าการรับรู้เกี่ยวกับคุณค่าของสารอาหารที่จะบริโภคนั้นจะเรียงลำดับและตัดสินใจบริโภคหรือไม่บริโภคอาหารนั้น ๆ แม้ว่ามีคุณค่าแตกต่างกันเพียงเล็กน้อย แต่ก็ถึงเป็นส่วนหนึ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจด้วยเช่นกัน และส่งผลต่อการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพโดยตรง ซึ่งมีความสอดคล้องกับปัจจัยส่วนบุคคลทั้งสองอย่างที่กล่าวมาดังข้างต้น

7. ความคุ้มค่า

ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ในด้านราคาอาหารเพื่อสุขภาพต่อมื้อ นั้นมีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งด้านราคาอาหารเพื่อสุขภาพต่อมื้อและกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พบว่ามีค่าใช้จ่ายในการบริโภคเพื่อสุขภาพ 101 - 200 บาท โดยจากประสบการณ์ตรงของผู้วิจัยพบว่าเป็นราคาอาหารที่ค่อนข้างสูง แม้ว่าอาหารนั้นจะเป็นอาหารเพื่อสุขภาพก็ตาม และรายได้ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างมีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท ซึ่งในความเป็นจริงนั้นรายได้ของฐานเงินเดือนดังกล่าวมานั้น ถ้าหากกลุ่มตัวอย่างจะต้องบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพทุกวันทุกมื้อก็จะมีค่าใช้จ่ายที่สูงมาก และอาจจะทำให้รายได้ดังกล่าวข้างต้นนั้นไม่เพียงพอต่อรายจ่าย ถ้าหากนำมาเปรียบเทียบกับสมการเส้นตรงของการถดถอยดังกล่าวข้างต้น $Y = 3.91151 - 0.04056\ X_1 - 0.21155\ X_2$ ได้พบว่าค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ ได้แก่ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ($b_1 = -0.04056$) และด้านความถี่ในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ($b_2 = -0.21155$) มีค่าน้อยกว่า 0 แสดงว่าตัวแปรอิสระทั้ง 2 ตัว และตัวแปรตามมีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงกันข้าม ซึ่งมีความสอดคล้องกับชีวิตจริงของกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มตัวอย่าง โดยสมการถดถอยดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ และผลศึกษาและสมการถดถอยที่กล่าวมานั้นมีความสอดคล้องกับทฤษฎีแนวคิดของ Roger A. Kerin & Steven W. Hartley (2004) กล่าวว่า สินค้าหรือบริการใด ๆ ก็ตามซึ่งจะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้นั้นอาจไม่มีคุณค่าเลย ถ้าผู้บริโภคนั้นไม่มีความสามารถในการซื้อ ดังนั้นรายได้ของกลุ่มตัวอย่างจึงเป็นสิ่งสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ และความถี่ในการบริโภคอาหารก็เป็นสิ่งสะท้อนให้เห็นถึงอุปสรรคในการบริโภคอาหาร ก็คือราคาที่สูงอันเป็นสาเหตุให้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สามารถบริโภคอาหารได้เพียง เดือนละครั้ง นับว่าเป็นความถี่ในการบริโภคอาหารที่ค่อนข้างต่ำ จากผลการวิจัยครั้งนี้

8. การรับรู้ถึงความรับผิดชอบต่อสังคม

ทฤษฎีแนวคิดของ Banyte Brazioniene และ Gadeikiene (2015) ที่ระบุไว้ว่าความรับผิดชอบขององค์กร ซึ่งสิ่งที่จะถูกแสดงออกมาจากการมีวิสัยทัศน์ในการบริหารจัดการของผู้บริหารองค์กร โดยเฉพาะการมีการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง จากประสบการณ์ของผู้วิจัยพบว่าร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่จัดจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพดังกล่าวนั้นยังขาดความสร้างสรรค์ในเมนูอาหารดังกล่าว ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างหรือพนักงานดังกล่าวนั้นต่างเบื่อหน่ายการบริโภคอาหารแบบเดิม ๆ ซ้ำไปมา ถึงแม้ว่าจะมีประโยชน์ต่อร่างกายมากเพียงใดก็ตาม และจากอุปสรรคที่กล่าวมานั้นย่อมส่งผลให้ความถี่ในการบริโภค

อาหารสุขภาพลดลง นอกจากนี้จากทฤษฎีดังกล่าวนั้นความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ในรูปแบบของสิ่งที่ลูกค้ารับรู้และเชื่อในองค์กรจากผลของการมีปฏิสัมพันธ์กับองค์กรในช่วงที่ผ่านมานั้น อันเป็นผลจากความประทับใจในผลิตภัณฑ์ โดยรวมถึงการประมาณถึงความคงเส้นคงวาในคุณสมบัติของสินค้าและบริการว่าจะไม่เปลี่ยนแปลงไปในทางที่เลวลง ในจุดนี้ผู้วิจัยมีความเห็นว่าความใส่ใจในลูกค้าโดยให้ความช่วยเรื่องในด้านการสร้างสรรค์ในด้านการออกแบบราคา หรือจัดโปรโมชั่นให้สินค้าอาหารเพื่อสุขภาพดังข้างต้นนั้นมีความหลากหลาย น่าสนใจ ให้ผู้บริโภคหรือกลุ่มตัวอย่างรู้สึกได้ถึงว่า พวกเขาได้รับการเอาใจใส่จากร้านค้าอาหารเพื่อสุขภาพจากเดิมที่ดีอยู่แล้วดีมากขึ้น เมื่อมองในปัจจัยที่ใกล้ตัวที่สุด คือ ราคาของอาหารเพื่อสุขภาพควรได้รับการจัดการอย่างสร้างสรรค์ และคุ้มค่าต่อผู้บริโภคมากที่สุด ซึ่งจะเป็นสิ่งที่ทำให้ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพนั้นมีแนวโน้มที่ดีหรือเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งนี้

1. เพราะว่าผลจากศึกษาวิจัยนั้นพบว่าความถี่ในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ที่เดือนละครั้งเป็นส่วนมาก ซึ่งเป็นสถิติที่น้อยและสื่อให้เห็นว่าพนักงานยังไม่ได้ให้ความสำคัญในการดูแลสุขภาพ ด้านการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพได้ไม่ดีพอพนักงานที่ทำงานในการประปานครหลวงสำนักงานใหญ่ควรให้ความสำคัญและปรับพฤติกรรมการบริโภคให้มีการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้น

2. เนื่องจากอาหารสุขภาพมักมีต้นทุนที่อาจสูงกว่าการจัดเตรียมอาหารทั่วไป จึงทำให้ร้านอาหารในการประปานครหลวงสำนักงานใหญ่อาจไม่ได้ให้ความสำคัญมากนัก จึงทำให้อาหารมีราคาแพง ถ้าสามารถแก้ไขด้วยการลดราคาอาหารเพื่อสุขภาพลงย่อมส่งผลให้อิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของพนักงานการประปานครหลวงสำนักงานใหญ่สูงขึ้น

3. การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเพียงส่วนหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างที่ทำงานในการประปานครหลวงสำนักงานใหญ่ที่มีความแตกต่างในลักษณะประชากรศาสตร์ และกลุ่มพนักงานที่ทำแบบสอบถามมีความตั้งใจในการทำแบบสอบถาม ซึ่งในส่วนลึกแล้วพนักงานต้องการปรับปรุงการบริโภคอาหารให้ดีขึ้นด้วยอาหารเพื่อสุขภาพ แต่อาจจะมีอุปสรรคที่คล้ายหรือแตกต่างออกกันไป ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้อาจเป็นจุดเริ่มต้นในการมีส่วนช่วยให้พนักงานหลาย ๆ ท่าน และร้านอาหารในการประปานครหลวงสำนักงานใหญ่ได้ตระหนักถึงข้อเท็จจริงในด้านต่าง ๆ ต่อความสำคัญของอาหารเพื่อสุขภาพทั้งในแง่ของการปรับปรุงการบริโภค และการพัฒนาในการทำอาหารเพื่อสุขภาพที่ยั่งยืนต่อไปในอนาคต

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น พฤติกรรมการบริโภคอาหารของพนักงาน รายการอาหารที่เป็นที่นิยมระหว่างร้านอาหาร และพนักงานที่เป็นลูกค้าในการประปานครหลวงสำนักงานใหญ่หรือปัจจัยอื่นที่เป็นประโยชน์ต่อความถูกต้อง และน่าเชื่อถือในการปรับปรุงงานวิจัยนี้ให้ดียิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารควบคู่พฤติกรรมการออกกำลังกายของพนักงาน หรือรวมถึงข้อมูลที่จะเป็นประโยชน์ในด้านอื่น เพื่อเป็นแนวทางการให้ความรู้แก่พนักงาน อันมีส่วนช่วยในการเสริมสร้างสุขภาพที่แข็งแรงโดยอาศัยความรู้ทางด้านอาหารเพื่อสุขภาพ และการทำประชาสัมพันธ์ให้ความรู้พนักงานที่ทำงานในการประปานครหลวงสำนักงานใหญ่

เอกสารอ้างอิง

การประปานครหลวง. (2562). ประวัติขององค์กร และข้อมูลพนักงาน จาก https://www.mwa.co.th/ewt_news.php?nid=15531&filename=index https://www.mwa.co.th/mobile/download/Annual_Report_2562.pdf

จีรภัทร พลอยขาว. (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียนหญิงที่มีภาวะ-โภชนาการเกิน โรงเรียนสตรีภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต.กรุงเทพมหานคร : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

เบญจมาศ คำดา. (2552). ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของครูโรงเรียนมัธยมศึกษาในจังหวัดนนทบุรี.กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

สุนิสา อรรถกฤษณ์. (2553). พฤติกรรมการบริโภคอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการต่ำของนักเรียนวัยรุ่นใน-เขตเมือง. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยมหิดล.

สุชาดา มะโนทัย. (2539). การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารเช้าของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์มหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Fenko, A., Leufkens, J. M., & Van Hoof, J. J. (2015). New product, familiar taste: Effects of slogans on cognitive and affective responses to an unknown food product among food neophobics and neophilics. Food Quality and Preference, 39, 268-276.

Finn, D. (1921). How to visit a museum. New York: Harry N. Abrams.

Jun, J. (2014). A study on market segmentation of sales promotion in the family restaurant-focused on sales promotion of strategic alliances benefits. Korean Journal of Food and Cookery Science, 25(5), 531-544.

Roger A. Kerin & Steven W. Hartley (2004). Translate by Dr. Niwet Thamma (2552). Marketing the core. Boston: McGraw-Hill. 39-40.

Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. Journal of Retailing, 77(2), 203-220.

Norman, A. W. (1995). Structure-function relationships in the vitamin D endocrine system. Endocrine reviews, 16(2), 200-257.

Tromp-van Meerveld, H. J., & McDonnell, J. J. (2007). Rainfall threshold for hillslope outflow: An emergent property of flow pathway connectivity. Hydrology and Earth System Sciences Discussions, 11(2), 1047-1063.

Weikert, J. (2011). Re-defining ‘good business’ in the Face of Asian drivers of global change (China and the global corporate social responsibility discussion).