

ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงาน  
ในเขตบางกะปิกรุงเทพมหานคร

Psychological Factors Influenced the Decision to Purchase Healthy Food of Working  
Age Population in Bang Kapi District, Bangkok

ช่อผกา ปลืมาศ

สาขาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Chorpaga Peemas

Email : [6514154078@rumail.ru.ac.th](mailto:6514154078@rumail.ru.ac.th)

Master of Business Administration Finance, Ramkhamhaeng University

---

### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสำรวจลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิกรุงเทพมหานคร 4) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิกรุงเทพมหานคร 5) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการเรียนรู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 6) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิกรุงเทพมหานคร 7) เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือคนวัยทำงานในเขตบางกะปิกรุงเทพมหานครที่เลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามจาก Google Form เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ T-Test แบบความแปรปรวนร่วม (One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คนวัยทำงานที่ซื้ออาหารเพื่อสุขภาพในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 20-30 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่า คนวัยทำงานในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานครที่มีอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน ทำให้การตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพโดยภาพรวม

ต่างกัน และปัจจัยทางจิตวิทยา ได้แก่ ด้านการจูงใจ ด้านการรับรู้ ด้านการเรียนรู้ และด้านทัศนคติ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิกรุงเทพมหานคร

**คำสำคัญ:** อาหารเพื่อสุขภาพ การตัดสินใจ ปัจจัยจิตวิทยา

## ABSTRACT

This research study aimed 1) to explore the demographic characteristics of consumers who decide to purchase healthy food of working age population in Bang Kapi District, Bangkok. 2) to study the personal factor influenced the decision to purchase healthy food of working age population in Bang Kapi District, Bangkok. 3) to study the motivation factor influenced the decision to purchase healthy food of working age population in Bang Kapi District, Bangkok. 4) to study the perception factor influenced the decision to purchase healthy food of working age population in Bang Kapi District, Bangkok. 5) to study the learning factor influenced the decision to purchase healthy food of working age population in Bang Kapi District, Bangkok. 6) to study the attitude factor influenced the decision to purchase healthy food of working age population in Bang Kapi District, Bangkok. 7) to study the level of decision to purchase healthy food of working age population in Bang Kapi District, Bangkok.

Samples of this study were specified to 400 persons who were working age population in Bang Kapi District, Bangkok. They were asked by questionnaires from Google Form as a tool to collect data. Statistic used in data analysis was conducted by frequencies, percentages, means and standard deviation which hypothesis test by T-test statistic as One-way ANOVA, when the difference were found, they were compared by pairs which used LSD and Multiple Regression Analysis.

The results were showed that majority of working age population who make a decision to purchase healthy food in Bang Kapi district, Bangkok were males, ages between 20-30 years old, single, holding Bachelor's degree and working as private company employees, whose monthly income was at the amount of up to 50,00 baht. In addition, the study results also found that working age population in Bang Kapi District, Bangkok who has ages, relationship, education level, occupational and income differently, it made the overall decision to purchase healthy food also different and the psychological factors such as motivation, perception, learning and attitude influenced the decision to purchase healthy food of working age population in Bang Kapi district, Bangkok.

**Keyword:** Healthy Food, Decision, Psychological Factors

## บทนำ

ในปัจจุบันความนิยมในการทานอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคมีความแตกต่างกันมากขึ้น ผู้บริโภคมีการเลือกทานอาหารที่หลากหลายและตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะบุคคลมากขึ้น ความแตกต่างนี้สร้างความซับซ้อนให้กับผู้ประกอบการร้านอาหารในการวางกลยุทธ์การแบ่งตลาด (Segmentation) โดยจำเป็นต้องศึกษาและพิจารณาปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เพิ่มเติมด้วย เพื่อให้สามารถปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับกระแสความนิยมที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งผู้ประกอบการต้องศึกษาและเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อสร้างจุดแตกต่างและเพิ่มความน่าสนใจให้กับผู้บริโภค โดยเน้นการสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าและการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อแบรนด์ โดยใช้ปัจจัยหลักด้านจิตวิทยาที่เข้าใจความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ดี

จากการศึกษาปัจจัยข้างต้นนี้ ผู้วิจัยมีความสนใจในเรื่อง การตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ซึ่งศึกษาโดยใช้ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยด้านจิตวิทยา เพื่อให้ทราบเหตุผลการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงาน เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการที่มีความสนใจในธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร
5. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการเรียนรู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร
6. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร
7. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร

## ขอบเขตของงาน

ในการวิจัยครั้งนี้ได้รวบรวมข้อมูลและกำหนดขอบเขตของประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามจาก Google Form ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วยตัวแปร ดังนี้

ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้และปัจจัยทางจิตวิทยา ประกอบด้วย การงู้งใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ทศนคติ

ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมหลังการซื้อ

ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษาวิจัย ตั้งแต่เดือน พฤษภาคม 2567 ถึง กรกฎาคม 2567

## ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการอาหารเพื่อสุขภาพได้ทราบถึงผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ว่ามีประชากรซื้ออาหารเพื่อสุขภาพด้วยเหตุผลใดเป็นหลัก
2. เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายการพัฒนาอาหารเพื่อสุขภาพให้มีความหลากหลาย ให้สอดคล้องกับความต้องการของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการสร้างความได้เปรียบกับคู่แข่งชั้นในการทำตลาดอาหารเพื่อสุขภาพในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร

## สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร
2. ปัจจัยด้านการงู้งใจที่มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร
3. ปัจจัยด้านการรับรู้ที่มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร
4. ปัจจัยด้านการเรียนรู้ที่มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร
5. ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร

## ทบทวนวรรณกรรม

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจูงใจ

จากการศึกษาผลงานวิจัยต่าง ๆ สามารถสรุปความหมายของ แรงจูงใจ หมายถึง กระบวนการที่ผู้บริโภค ถูกกระตุ้นจากปัจจัยภายใน เช่น ความต้องการให้สุขภาพร่างกายที่แข็งแรง และสิ่งจูงใจภายนอก เช่น ความพึงพอใจที่ได้รับชมจากบุคคลอื่น ๆ ในเรื่องผิวพรรณอ่อนวัยและมีรูปร่างที่ดี เป็นต้น โดยจูงใจให้ผู้บริโภคแสดง พฤติกรรมในการอยากซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการเหล่านั้นเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่ ผู้บริโภคต้องการและส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจตามมา

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้

จากการศึกษาผลงานวิจัยต่าง ๆ สามารถสรุปความหมายของ การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่ผู้บริโภคใช้ ในการตัดสินใจกับสิ่งที่เข้ามาผ่านกระบวนการของร่างกายหรือประสาทสัมผัสทั้ง 5 หลังจากนั้นจะมีการตีความหมายตามความคิด ความเข้าใจของผู้บริโภคผ่านกระบวนการของแต่ละบุคคล การให้ความหมายอาศัย ประสบการณ์ ทักษะคตินส่วนบุคคล ซึ่งจะทำให้ความหมายที่ผู้บริโภคได้รับรู้นั้นผ่านการตีความที่แตกต่างกันออกไป

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเรียนรู้

จากการศึกษาผลงานวิจัยต่าง ๆ สามารถสรุปความหมายของ การเรียนรู้ หมายถึง การเรียนรู้สามารถ เกิดขึ้นได้ทั้ง 2 ทาง ได้แก่ 1.การเรียนรู้ทางตรง คือ เกิดจากประสบการณ์โดยตรงของผู้บริโภคที่ได้ทานอาหารเพื่อ สุขภาพและได้รับรู้ผลรับด้วยตนเอง กรณีนี้เรียกว่า การเรียนรู้จากพฤติกรรม 2.การเรียนรู้ทางอ้อม คือ ผู้บริโภค ไม่ได้ทานอาหารเพื่อสุขภาพด้วยตนเองแต่อาจจะเกิดจากการสังเกตการณ์จากผู้อื่นแทน เช่น อินฟลูเอนเซอร์รีวิว ผลรับจากการทานอาหารเพื่อสุขภาพแล้วได้ผลรับที่ดี กรณีนี้เรียกว่า การเรียนรู้จากการคิดอย่างมีเหตุผล ซึ่ง ทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

จากการศึกษาผลงานวิจัยต่าง ๆ สามารถสรุปความหมายของ ทัศนคติ หมายถึง ทัศนคติเป็นความสัมพันธ์ ที่มีคาบเกี่ยวกันระหว่างความรู้สึก ความเชื่อ หรือการรับรู้ข่าวสาร เมื่อผู้บริโภคได้มีการรับข่าวสารที่เกี่ยวกับ อาหารเพื่อสุขภาพ จะก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องนั้น ๆ และการเกิดความรู้ความเข้าใจนี้มีผลทำให้เกิด ทัศนคติต่อการเลือกทานอาหารเพื่อสุขภาพที่แตกต่างกันออกไป เนื่องมาจากผู้บริโภคแต่ละคนมีความเข้าใจ มี ความรู้สึกหรือมีแนวความคิดที่แตกต่างกัน ดังนั้นทัศนคติอาจจะเป็นไปได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ซึ่งทั้ง 2 ทัศนคตินี้ มีผลต่อการแสดงพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ

จากการศึกษาผลงานวิจัยต่างๆ สามารถสรุปความหมายของ กระบวนการตัดสินใจ หมายถึง การตัดสินใจ ของผู้บริโภคเป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ กระบวนการนี้เป็นส่วนสำคัญของการตลาดและ การจัดการธุรกิจ เนื่องจากช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมและแรงจูงใจของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อ

1. การรับรู้ปัญหา คือ การตระหนักถึงความต้องการแก้ไข ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการตัดสินใจซื้อ
2. การแสวงหาข้อมูล คือ การค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการหรือแก้ปัญหาได้ ข้อมูลสามารถมาจากแหล่งภายใน (ประสบการณ์ส่วนตัว) หรือแหล่งภายนอก (การค้นหาข้อมูลออนไลน์, คำแนะนำจากเพื่อน)
3. การประเมินทางเลือก คือ เป็นการเปรียบเทียบตัวเลือกต่างๆ ที่มีอยู่ เช่น เปรียบเทียบราคา คุณสมบัติ และประโยชน์ของผลิตภัณฑ์
4. การตัดสินใจซื้อ คือ การเลือกซื้อสินค้าที่ได้ประเมินไว้ก่อนหน้า โดยพิจารณาถึงความคุ้มค่าที่สุด
5. พฤติกรรมหลังการซื้อ คือ การประเมินผลหลังการซื้อเป็นการตรวจสอบว่าการตัดสินใจซื้อครั้งนี้ตรงตามความคาดหวังหรือไม่ และเป็นการตัดสินใจว่าจะซื้อซ้ำหรือแนะนำให้ผู้อื่นหรือไม่

### ข้อมูลอาหารเพื่อสุขภาพ

จากการศึกษาผลงานวิจัยต่าง ๆ สามารถสรุปความหมายของ อาหารเพื่อสุขภาพ หมายถึง อาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูงและเป็นประโยชน์ต่อร่างกาย เช่น ผักสด ผลไม้ และธัญพืช ซึ่งช่วยเสริมสร้างสุขภาพที่ดี และป้องกันโรคเรื้อรัง การเลือกอาหารที่ดีต่อสุขภาพควรคำนึงถึงความหลากหลายและความสมดุลในการบริโภค

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจาก Google Form (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัย นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติ SPSS ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ คนวัยทำงานในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานครที่ซื้ออาหารสุขภาพ ทั้งนี้เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้สูตรการคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของ W.G. Cochran (1953) โดยผู้วิจัยต้องการกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 หรือ 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมจำนวน 400 คน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) โดยทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ T-Test แบบความแปรปรวนร่วม (One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ Least Significant Difference (LSD) และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

### สรุปผลของการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่ซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 20-30 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้บริโภคที่ซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าผู้บริโภคมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยเรียงตามลำดับด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดดังนี้ ด้านทัศนคติ ด้านการเรียนรู้ ด้านการรับรู้ และด้านการจูงใจ

3. ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าผู้บริโภคมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยเรียงตามลำดับด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดดังนี้ ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านการประเมินทางเลือก ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ และด้านการแสวงหาข้อมูล

4. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงาน ในเขตบางกะปิกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้

4.1 คนวัยทำงานในเขตบางกะปิกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกัน ทำให้การตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพโดยภาพรวม ไม่ต่างกัน

4.2 คนวัยทำงานในเขตบางกะปิกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน ทำให้การตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพโดยภาพรวม ต่างกัน

5. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปการวิจัยได้ว่า ปัจจัยด้านจิตวิทยา ประกอบด้วย ด้านการจูงใจ ด้านการรับรู้ ด้านการเรียนรู้ และด้านทัศนคติของผู้บริโภค มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิกรุงเทพมหานคร

## อภิปรายผล

ผลการวิจัยสามารถสรุปผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

1.1 คนวัยทำงานในเขตบางกะปิกรุงเทพมหานครที่มีเพศต่างกันทำให้การตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ โดยภาพรวมไม่ต่างกันแสดงว่าเพศไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิกรุงเทพมหานคร ในปัจจุบันนี้ผู้บริโภคให้ความสนใจในการดูแลสุขภาพร่างกายมากยิ่งขึ้น จึงทำให้ทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความสนใจดูแลสุขภาพในการเลือกทานอาหารเพื่อสุขภาพที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิราภา ยงลือ (2562) ได้ศึกษา กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยพบว่า คนวัยทำงานในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครที่มีเพศต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ โดยรวมไม่ต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กุลณภัช บุญทวีและสายพิณ ปั่นทอง (2565) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดย

พบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

1.2 คนวัยทำงานในเขตบางกะปิกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน ทำให้การตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ โดยภาพรวมต่างกัน แสดงว่าอายุมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร เนื่องจากความต้องการเกี่ยวกับสุขภาพสามารถเปลี่ยนแปลงไปตามช่วงอายุที่แตกต่างกัน ตั้งแต่อายุเยาว์จนถึงวัยชรา ความแตกต่างในอายุสามารถส่งผลกระทบต่อทัศนคติและการเลือกอาหารเพื่อสุขภาพของบุคคลได้ เช่น วัยกลางคนเป็นช่วงที่ผู้คนเริ่มตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาสุขภาพเพื่อป้องกันโรคเรื้อรังและปัญหาสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับอายุ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กุลณภัชกร บุญทวีและสายพิณ ปั่นทอง (2565) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคแตกต่างกัน

1.3 คนวัยทำงานในเขตบางกะปิกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพครอบครัวต่างกัน ทำให้การตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพโดยภาพรวมต่างกัน แสดงว่าสถานภาพครอบครัวมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิกรุงเทพมหานคร โครงสร้างครอบครัวที่แตกต่างกันมีผลกระทบต่อความต้องการและความสามารถในการเลือกซื้ออาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ เช่น ครอบครัวที่มีบุตรมีความต้องการที่หลากหลายเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพมักจะเน้นที่โภชนาการของบุตรและความสะดวกในการเตรียมอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กุลณภัชกร บุญทวีและสายพิณ ปั่นทอง (2565) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพครอบครัวที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคแตกต่างกัน

1.4 คนวัยทำงานในเขตบางกะปิกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้การตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพโดยภาพรวมต่างกัน แสดงว่าระดับการศึกษามีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิกรุงเทพมหานคร ระดับการศึกษามักมีความสัมพันธ์กับความรู้ด้านโภชนาการ ทักษะในการตัดสินใจซื้ออาหารที่ดีต่อสุขภาพ เช่น ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงมักมีความรู้ลึกเกี่ยวกับโภชนาการส่งผลกระทบต่อตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิราภา ยังลือ (2562) ได้ศึกษา กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยพบว่า คนวัยทำงานในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพโดยรวมต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กุลณภัชกร บุญทวีและสายพิณ ปั่นทอง (2565) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคแตกต่างกัน

1.5 คนวัยทำงานในเขตบางกะปิกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกันทำให้การตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ โดยภาพรวมต่างกัน แสดงว่าอาชีพมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบาง

กะปิกกรุงเทพมหานคร อาชีพที่แตกต่างกันมีลักษณะการทำงาน รายได้ เวลา และความรู้ทางด้านสุขภาพที่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กุลณภัชร์ บุญทวีและสายพิณ บั่นทอง (2565) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคแตกต่างกัน

1.6 คนวัยทำงานในเขตบางกะปิกกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่างกันทำให้การตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ โดยภาพรวมต่างกัน แสดงว่ารายได้มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิกกรุงเทพมหานคร รายได้ที่แตกต่างกันมีความสามารถในการเลือกคุณภาพของอาหาร พฤติกรรมในการบริโภคได้อย่างมาก เช่น บุคคลที่มีรายได้สูงมักมีความสามารถในการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพที่มีคุณภาพสูงและราคาแพงได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กุลณภัชร์ บุญทวีและสายพิณ บั่นทอง (2565) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคแตกต่างกัน

2. ผลการศึกษาปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิกกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

2.1 ปัจจัยจิตวิทยาด้านการจูงใจ มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิกกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับแรงจูงใจในเรื่องความเข้าใจในประโยชน์ของอาหารเพื่อสุขภาพเช่น การเสริมสร้างภูมิคุ้มกัน ลดความเสี่ยงจากโรคซึ่งจะเลือกซื้ออาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูงและการที่ผู้บริโภครู้สึกดีในการเลือกทานอาหารที่มีประโยชน์จะทำให้พวกเขาตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพได้ง่ายขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิราภา ยังลือ (2562) ได้ศึกษา กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ปัจจัยทางจิตวิทยา ด้านแรงจูงใจ มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

2.2 ปัจจัยจิตวิทยา ด้านการรับรู้มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิกกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด มีความเห็นว่าการรับรู้ที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกรู้สึกคุณค่าประโยชน์และประสบการณ์ส่วนบุคคลมีผลต่อการกำหนดพฤติกรรมการบริโภค เช่น การที่ผู้บริโภคเชื่อว่าอาหารที่เขาซื้อที่มีคุณภาพสูงและดีต่อสุขภาพจะเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจเลือกซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิราภา ยังลือ (2562) ได้ศึกษา กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ปัจจัยทางจิตวิทยาด้านการรับรู้มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เพ็ญนภา กมลასน์มรกต และพีรภาว์ ทวีสุข (2562) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคีนของผู้บริโภค กรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยทางจิตวิทยาด้านการรับรู้มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคีนของผู้บริโภค

2.3 ปัจจัยจิตวิทยาด้านการเรียนรู้มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด มีความเห็นว่าการเรียนรู้เกี่ยวกับข้อมูลโภชนาการประโยชน์ของอาหารเพื่อสุขภาพและแนวทางการเลือกซื้ออาหารที่ดีต่อสุขภาพมีผลกระทบอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อเพราะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เพ็ญญา กมลาสน์มรกต และพีรภาว ทวีสุข (2562) ศึกษาวิจัยเรื่อง อิทธิพลของปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ปัจจัยทางจิตวิทยาการเรียนรู้ มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

2.4 ปัจจัยจิตวิทยา ด้านทัศนคติมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด มีความเห็นว่าการที่ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีสามารถช่วยตัดสินใจเลือกซื้ออาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูงเพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกันโรคภัยได้ดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัมพุก พวงไม้ (2560) ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนในกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ปัจจัยจิตวิทยาด้านทัศนคติมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนในกรุงเทพมหานคร อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิราภา ยังลือ (2562) ศึกษา กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ปัจจัยทางจิตวิทยาด้านทัศนคติมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เพ็ญญา กมลาสน์มรกต และพีรภาว ทวีสุข (2562) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ปัจจัยทางจิตวิทยาด้านทัศนคติ มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

3. ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด

3.1 คนวัยทำงานในเขตบางกะปิกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ด้านการแสวงหาข้อมูลในระดับมากที่สุด โดยส่วนใหญ่ศึกษาข้อมูลคุณค่าทางโภชนาการของอาหารเพื่อสุขภาพด้วยตนเอง เพื่อนำข้อมูลมาประกอบการพิจารณาทางเลือกก่อนการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งผู้บริโภคสามารถหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต นิตยสาร สอดคล้องกับแนวคิดของ Walters 1987, (อ้างถึงใน ศุภร เสรีรัตน์, 2550, น.49) ที่ได้กล่าวไว้ว่า เมื่อเกิดความสนใจข้อมูลแล้ว ผู้บริโภคจะค้นคว้าหาความรู้เพื่อหาทางเลือกในการแก้ปัญหาความต้องการนั้น โดยสามารถหาข้อมูลได้จาก การสอบถาม การแสดงสินค้า ณ จุดขาย การโฆษณา การค้นหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต การทดลองใช้ด้วยตนเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณรัตน์ ชันจินา (2559) กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมการใช้แหล่งข้อมูลทางออนไลน์ ด้านประเภทของข้อมูลที่ค้นหาวัตถุประสงค์ในการค้นหาข้อมูล และความถี่ในการสืบค้น (ต่อสัปดาห์) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนผ่าน

ทางออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ซึ่งวัตถุประสงค์ในการค้นหาข้อมูลจากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับความรู้การบริโภคอาหารคลีน เพราะในปัจจุบันอาหารคลีนกำลังเป็นกระแสนิยมของคนรักสุขภาพ

3.2 คนวัยทำงานในเขตบางกะปิกรุงเทพมหานคร ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ด้านการประเมินทางเลือกในระดับมากที่สุด โดยส่วนใหญ่ศึกษาข้อมูลการเลือกทานอาหารที่ดีที่สุดขึ้นอยู่กับความต้องการและสถานการณ์ของแต่ละบุคคล ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะพิจารณาถึงปัจจัยทั้งด้านราคา คุณภาพ และประโยชน์ เพื่อให้ได้ทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการดูแลสุขภาพของตนเองและครอบครัว สอดคล้องกับแนวคิดของ Walters 1987, (อ้างถึงใน ศุภร เสรีรัตน์, 2550, น.49) ที่ได้กล่าวไว้ว่า การนำทางเลือก จากการแสวงหาข้อมูลมาได้จากขั้นตอนก่อนหน้านั้น เพื่อนำมาวิเคราะห์ ประเมิน ซึ่งพิจารณาจากคุณสมบัติของ สินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการได้ดีที่สุดแก่ผู้บริโภค และสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ , ปริญู ลักษิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์ (2546, น.219) ได้กล่าวไว้ว่า จากการหาข้อมูลเรียบร้อยแล้วต้องนำมาพิจารณาเลือกสินค้าผ่านคุณสมบัติ เช่น รูปทรง บรรจุภัณฑ์ โดยมีการประเมินความสำคัญของคุณสมบัติสินค้าคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและความน่าเชื่อถือของแบรนด์สินค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรรณรัตน์ ชันจินา (2559) กล่าวไว้ว่า ปัจจัยในการเลือกซื้อของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าแต่ละอย่าง รวมทั้งการซื้ออาหารคลีน ผู้บริโภคจะมีการศึกษาถึงคุณสมบัติของสินค้า ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า ราคาของสินค้า ดังนั้นผู้บริโภคแต่ละคนจึงมีการกำหนดราคาของสินค้าให้เหมาะสมกับงบประมาณที่ตนมีอยู่

3.3 คนวัยทำงานในเขตบางกะปิกรุงเทพมหานคร ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้ออาหาร เพื่อสุขภาพ ด้านการตัดสินใจซื้อในระดับมากที่สุด โดยส่วนใหญ่ศึกษาข้อมูลการเลือกทานอาหารเพื่อสุขภาพเป็นการตัดสินใจที่มุ่งหวังผลลัพธ์ที่ดีต่อสุขภาพในระยะยาว โดยเชื่อว่าการลงทุนในอาหารที่มีคุณภาพสูงช่วยให้ร่างกายรักษาสมดุลได้ดีและเสริมสร้างภูมิคุ้มกันที่แข็งแรง ถือว่าเป็นการลงทุนที่คุ้มค่ามากๆ สอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญู ลักษิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์ (2546, น.219) กล่าวไว้ว่า การตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคหลังจากประเมินผลต่างๆ ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าที่ตรงตามความต้องการของตนเองมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณิชภัทร วัฒนถาวร (2558) กล่าวไว้ว่า ผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้ออาหารคลีนฟู้ดเพราะคิดว่าอาหารคลีนฟู้ดไม่ทำให้อ้วน เมื่อทานประจำจะส่งผลดีต่อสุขภาพเนื่องจากอาหารคลีนฟู้ดมีประโยชน์ โภชนาการครบถ้วนตามที่ต้องการเพื่อให้มีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง สิ่งเหล่านี้เป็นส่วนช่วยการตัดสินใจเลือกซื้อ

3.4 คนวัยทำงานในเขตบางกะปิกรุงเทพมหานคร ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อในระดับมากที่สุด โดยส่วนใหญ่ตัดสินใจกลับมาทานอาหารเพื่อสุขภาพซ้ำ เป็นผลมาจากความพึงพอใจในผลลัพธ์ที่ได้ โดยเฉพาะในด้านการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันโรค การปรับสัดส่วนร่างกายให้ดีขึ้น ผลลัพธ์ที่เห็นได้ชัดเจนทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่มั่นใจในทางเลือกและรู้สึกว่าการกลับมาทานอาหารเพื่อสุขภาพซ้ำเป็นการตัดสินใจที่ถูกต้องและคุ้มค่าในการดูแลสุขภาพของตนเอง สอดคล้องกับแนวคิดของ Walters 1987,

(อ้างถึงใน ศุภร เสรีรัตน์, 2550, น.49) กล่าวไว้ว่า หลังจากที่ผู้บริโภคได้นำสินค้าไปใช้เรียบร้อยแล้ว ผลที่ได้รับสามารถเกิดได้ทั้งสองทาง ทางเลือกที่หนึ่งคือผู้บริโภครู้สึกพึงพอใจในสินค้าจะทำให้เกิดการกลับมาซื้อซ้ำได้ ทางเลือกที่สองคือผู้บริโภคไม่พึงพอใจในสินค้าส่งผลทำให้ผู้บริโภคมีการบอกต่อถึงความไม่พึงพอใจนั้นแก่บุคคลอื่น และสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญญา ลักขิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์ (2546, น.219) กล่าวไว้ว่า ความรู้สึกของผู้บริโภคว่าพอใจหรือไม่พอใจในสิ่งที่ตนเองได้ซื้อมาและได้ใช้สินค้าไปแล้วความพึงพอใจของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับคุณสมบัติได้ตรงตามความต้องการหรือไม่ หากผู้บริโภคพึงพอใจก็จะมี การซื้อสินค้าซ้ำ แต่หากผู้บริโภคไม่พึงพอใจก็ จะไม่มีการซื้อสินค้าซ้ำและอาจมีการบอกต่อ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐพงษ์ ชุมภู (2560) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพจะมีพฤติกรรมการบอกต่อเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มากกว่าผู้ที่ไม่ได้ซื้อ ซึ่งผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพจะมีพฤติกรรมในแสดงความคิดเห็นและบอกต่อเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพให้ผู้อื่นได้รับรู้ถึงความรู้สึกต่อผลิตภัณฑ์สุขภาพ

### ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้

จากผลการวิจัยครั้งนี้มีข้อเสนอแนะในการวิจัย เพื่อใช้ให้เป็นประโยชน์และเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ ดังต่อไปนี้

#### ปัจจัยส่วนบุคคล

1. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า คนวัยทำงานในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกัน ทำให้การตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพโดยภาพรวมไม่ต่างกัน ดังนั้นผู้ประกอบการ ร้านค้าจึงไม่มีความจำเป็นต้องเน้นความสนใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านเพศของผู้บริโภค เพราะเนื่องจากเพศหญิงและชายต่างนิยมหันมาดูแลสุขภาพ เพื่อต้องการมีคุณภาพชีวิตที่ดีในอนาคต ดังนั้นการออกแบบอาหารเพื่อสุขภาพจึงไม่จำเป็นต้องให้ความสำคัญทางด้านเพศเป็นหลัก

2. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า คนวัยทำงานในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกันทำให้การตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพโดยภาพรวมต่างกัน เพราะในปัจจุบันผู้บริโภคหันมาดูแลสุขภาพมากยิ่งขึ้นไม่ได้จำกัดอายุ ดังนั้นผู้ประกอบการร้านค้าจึงควรนำเสนออาหารเพื่อสุขภาพให้ตรงกับความ ต้องการของผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มอายุ เช่น กลุ่มคนทำงาน (อายุ 30-40ปี) มีความต้องการอาหารที่ช่วยให้สุขภาพดี เพิ่มพลังงานในการทำงาน กลยุทธ์ในการนำเสนอคืออาหารที่มีประโยชน์หลากหลาย เช่น เมนูที่มีส่วนผสมของโปรตีนสูง ไม่มีน้ำตาลหรือไขมันทรานส์และใช้วัตถุดิบสดใหม่

3. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพครอบครัว จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า คนวัยทำงานในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ที่มีสถานภาพครอบครัวต่างกัน ทำให้การตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพโดยภาพรวม ต่างกัน เพราะความต้องการในลักษณะการใช้ชีวิตที่แตกต่างกันในแต่ละสถานภาพครอบครัว ดังนั้นผู้ประกอบการ ร้านค้าจึงควรนำเสนออาหารเพื่อสุขภาพให้ตรงกับความ ต้องการของผู้บริโภคในแต่ละกลุ่ม เช่น ผู้บริโภคที่สมรสแล้ว มี

ความต้องการอาหารที่สามารถจัดเตรียมสำหรับทุกคนในครอบครัว ส่วนใหญ่คำนึงถึงคุณค่าทางโภชนาการ ความคุ้มค่าในราคา กลยุทธ์ในการนำเสนอคือเซ็ทอาหาร แพ็คเก็จมือสุขภาพ สำหรับครอบครัว 4 คน

4. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า คนวัยทำงานในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้การตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพโดยภาพรวมต่างกัน เพราะความรู้ ความเข้าใจ มุมมองเกี่ยวกับสุขภาพและโภชนาการ ดังนั้นการทำความเข้าใจจะช่วยให้ผู้ประกอบการร้านสามารถออกแบบอาหารเพื่อสุขภาพที่ตอบโจทย์กลุ่มผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ผู้บริโภคปริญญาตรี มีความรู้ด้านโภชนาการและสุขภาพมากกว่า มีความต้องการอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพเป็นทางเลือกที่ดีที่สุด สำหรับการดูแลสุขภาพ กลยุทธ์ในการนำเสนอคืออาหารที่มีสารต้านอนุมูลอิสระสูง สลัดที่มีโปรตีนสูง และให้ข้อมูลที่ละเอียดเกี่ยวกับส่วนผสมและประโยชน์

5. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า คนวัยทำงานในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกันทำให้การตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพโดยภาพรวมต่างกัน เนื่องจากลักษณะงานสิ่งแวดล้อมในการทำงาน ความคาดหวังของอาชีพที่แตกต่างกัน จะช่วยให้ผู้ประกอบการร้านออกแบบอาหารเพื่อสุขภาพที่ตอบโจทย์กลุ่มผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น พนักงานบริษัทเอกชน มีลักษณะการทำงานที่ต้องเผชิญกับความเครียดความกดดันจากเป้าหมายการทำงาน ทำให้ต้องมีการทำงานล่วงเวลา ผู้บริโภคกลุ่มนี้มีความต้องการอาหารที่ช่วยให้รู้สึกผ่อนคลายสะดวกรวดเร็วสำหรับมือกลางวันหรือมือเย็น เช่น อาหารที่ให้พลังงานช่วยบรรเทาความเครียด ผู้บริโภคจะมองหาร้านอาหารที่ตั้งอยู่ใกล้สำนักงาน มีบริการจัดส่ง มีเมนูหลากหลาย กลยุทธ์ในการนำเสนอคือเมนูที่ให้พลังงานสูง สลัดที่มีโปรตีนสูง ข้าวกล้อง ขนมปังโฮลวีทที่ให้คุณค่าทางโภชนาการ ให้พลังงานสำหรับวันทำงานที่ยาวนานและมีบริการเดลิเวอรี่ที่รวดเร็วส่งซื้อง่ายผ่านแอปพลิเคชัน

6. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า คนวัยทำงานในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่างกัน ทำให้การตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพโดยภาพรวมต่างกัน เพราะผู้บริโภคมีความหลากหลายตามระดับรายได้ โดยความสามารถในการใช้จ่ายมีผลต่อการเลือกซื้ออย่างมาก ดังนั้นจึงมีความจำเป็นต้องเน้นความสนใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านรายได้ เช่น ผู้บริโภคที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป ยินดีที่จะจ่ายค่าอาหารมากขึ้นเพื่อทานอาหารที่ดีต่อสุขภาพมีคุณภาพสูง ส่วนใหญ่มีความต้องการอาหารที่มีคุณภาพสูง มีส่วนผสมจากแหล่งที่มีคุณภาพ มีข้อมูลโภชนาการที่ชัดเจน มีบริการพิเศษหรือเมนูที่เป็นเอกลักษณ์ กลยุทธ์ในการนำเสนอ คือเมนูอาหารที่เน้นส่วนผสมจากธรรมชาติ วัตถุดิบที่พรีเมียม มีข้อมูลโภชนาการที่ละเอียด ด้านการบริการที่เอาใจใส่หรือการจัดเตรียมอาหารที่ดีเยี่ยม ด้านการตลาดและโปรโมชั่นการสร้างความสัมพันธ์พิเศษกับลูกค้าประจำใช้กลยุทธ์ที่เน้นคุณภาพและความพิเศษ เช่น การเสนอเมนูพิเศษที่มีเฉพาะในช่วงเวลา

### ปัจจัยทางจิตวิทยา

1. ด้านการจูงใจจากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยทางจิตวิทยาด้านการจูงใจมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิกรุงเทพมหานคร ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญอย่างมาก โดยเริ่ม

จากการสร้างสิ่งจูงใจในรสชาติของอาหารที่มีรสชาติอร่อยและถูกปากผู้บริโภค ซึ่งจะช่วยกระตุ้น ผู้บริโภคให้เกิดความต้องการบริโภค ทั้งยังจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการมีสุขภาพที่ดีและมีอายุยืนยาว การจูงใจนี้เกิดจากการที่ผู้บริโภคมีเป้าหมายอยากเพิ่มภูมิคุ้มกันโรคและลดความเสี่ยงต่อการเกิดโรค โดยเลือกเน้นทานอาหารครบ 5 หมู่ หลีกเลียงอาหารประเภทไขมัน รสเค็มรสหวานมากเกินไป งดหรือลดเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ทั้งนี้มีการกำหนดสัดส่วนของการทานอาหารที่มีความเหมาะสมต่อร่างกาย เพื่อช่วยให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมการบริโภคอาหารตามความต้องการของร่างกายซึ่งจะไม่ทำให้เกิดผลเสียต่อสุขภาพ รวมทั้งคนในครอบครัวก็มีส่วนช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคคล้อยตามความต้องการทานอาหารเพื่อสุขภาพ

2. ด้านการรับรู้ จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยทางจิตวิทยา ด้านการรับรู้ มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิกรุงเทพมหานคร ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญอย่างมาก โดยเริ่มจากการสร้างการรับรู้ที่แท้จริงต่อคุณค่าอาหารเพื่อสุขภาพด้านโภชนาการ พิจารณาจากการเลือกทานอาหารในสัดส่วนและปริมาณที่มากเกินไป การทานอาหารที่ไม่ดีต่อสุขภาพในปริมาณมากเกินไปอาจนำไปสู่ปัญหาสุขภาพที่หลากหลาย เช่น การรับรู้ถึงผลของการทานอาหารรสเค็มจัดหรือรสหวานจัดมีผลต่อการเกิดความดัน โรคไต โรคเบาหวาน การรับรู้ว่าเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์จะทำอันตรายต่อตับ ซึ่งทั้งหมดเกิดจากพฤติกรรมการทานอาหารที่เกิดจากการรับรู้ถึงคุณประโยชน์และโทษของการเลือกทานอาหารมีผลต่อความเสี่ยงการเกิดโรคต่าง ๆ ได้

3. ด้านการเรียนรู้ จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยทางจิตวิทยาการเรียนรู้ มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิกรุงเทพมหานคร ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญอย่างมาก โดยเริ่มจากการสร้างพฤติกรรมการเรียนรู้ในการบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพในระยะยาว หากผู้บริโภคเลือกทานอาหารที่ดีและมีประโยชน์หลีกเลียงอาหารทำลายสุขภาพ ก็จะช่วยให้ผู้บริโภคมีสุขภาพที่ดีห่างไกลจากโรคได้ เช่น การทานอาหารหลากหลายสับเปลี่ยนเพื่อให้ได้สารอาหารครบ 5 หมู่ การทานอาหารที่มีการปรุงสุกสะอาดและปลอดภัย ซึ่งถ้าผู้บริโภคมีพฤติกรรมการเรียนรู้เหล่านี้จะส่งผลดีต่อร่างกายของตนเอง

4. ด้านทัศนคติ จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยทางจิตวิทยาทัศนคติ มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิกรุงเทพมหานคร ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญอย่างมากโดยเริ่มจากการสร้างความเชื่อหรือความรู้สึกลึกซึ้งว่าการเลือกทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายสามารถช่วยป้องกันโรคหรือรักษาโรคได้ การนำวัตถุดิบที่มีความสดสะอาดและปลอดภัยมาปรุงอาหารส่งผลดีต่อสุขภาพ การทานในแต่ละครั้งควรพิจารณาปริมาณแคลอรีที่เพียงพอต่อร่างกาย ช่วยควบคุมน้ำหนักสัดส่วน

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางกะปิกรุงเทพมหานคร เพิ่มขึ้น เช่น ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยทางด้านพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อจะได้นำข้อมูลที่ได้มานำมาปรับใช้ในการพัฒนาเมนูอาหารเพื่อสุขภาพให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

2. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้บริโภควัยทำงาน ในเขตบางกะปิกรุงเทพมหานคร เพียงเท่านั้น ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างให้กว้างและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น เช่น การขยายขอบเขตพื้นที่ในการวิจัยในพื้นที่ปริมณฑล ต่างจังหวัดและภูมิภาค เพื่อให้ทราบความคิดเห็นที่หลากหลายของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ

## เอกสารอ้างอิง

- กรุงเทพธุรกิจ. (2565). “สารอาหาร” จำเป็นสำหรับคนวัยทำงานแต่ละวันควรกินอะไร. จาก <https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/food/1037503>
- กุลณภัช บุญทวี และสายพิณ ปั่นทอง. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 36(4), 86.
- จิราภา ยังลือ. (2562). *กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระ)*. กรุงเทพฯ: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ณัฐพงษ์ ชุมภู. (2560). *พฤติกรรม的开รับข่าวสารและการบอกต่อเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ*. (วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต). ปทุมธานี: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณัฐภัทร วัฒนถาวร. (2558). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดของประชากรใน กรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระ)*. กรุงเทพฯ: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เพ็ญญา กมลาสน์มรกต และพีรภาว ทวีสุข. (2562). *อิทธิพลของปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร (สารนิพนธ์)*. กรุงเทพฯ: คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.
- วรรณรัตน์ ชันจินา. (2559). *พฤติกรรมการใช้แหล่งข้อมูลทางออนไลน์ และพฤติกรรมเลือกซื้อสินค้าทางออนไลน์ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระ)*. กรุงเทพฯ: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์ และ ศุภร เสรีรัตน์. (2546). *การบริหารตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศุภร เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: เอ.อาร์ บีซีเนส.
- องค์การบริหารส่วนจังหวัดลำปาง. (2566). *อาหารเพื่อสุขภาพ*. <https://shorturl.at/zLmSd>
- อัมพช พวงไม้. (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนในกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระ)*. ปทุมธานี: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- C. Glenn Walters. (1987). *Consumer Behavior. Theory and Practice 3rd.*