

แรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของบุคคลวัยทำงาน
ในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร

The motivation for food for the health of people of working age
in Bang Khen, Bangkok.

นายปรกรณ์ยศ ลาภกาญจนา

สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Pakornyod Lapkarnjana

E-mail: pkyk2533@gmail.com

Faculty of Business Administration Program in Management, Ramkhamheng University

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของบุคคลวัยทำงานในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร 2) เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของบุคคลวัยทำงานในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ บุคคลวัยทำงานในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ 15-59 ปี จำนวน 190,828 คน โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 400 คนจากจำนวนประชากรของ TARO YAMANE มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ซึ่งเลือกกลุ่มตัวอย่างเฉพาะเจาะจง

บุคคลวัยทำงานในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยทางด้านประชากรด้าน เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือน ที่มีความแตกต่างกัน ทำให้แรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ:แรงจูงใจ;อาหารเพื่อสุขภาพ;บุคคลวัยทำงาน

ABSTRACT

The study has the following objectives: 1) to study the motivation to consume a healthy diet of people of working age in Bang Khen. 2) Study to compare the incentives to consume a healthy diet of people of working age in Bang Khen. Bangkok BY demographic factors

The population in this study is that individuals working in Bang Khen. Bangkok 190 828 people aged 15-59 years, with the sample used in this study, a total of 400 people out of a population of TARO YAMANE a level of statistical significance at the 95 percent confidence that sample. Specific

People working in the Bang Khen Bangkok Demographic factors are gender, age, occupation, education and income per month. A different the motivation to make healthy dietary. Not different

Keyword: motivation; food for the health; people of working

บทนำ

การมีสุขภาพที่สมบูรณ์และแข็งแรงยังคงเป็นที่ต้องการของคน ทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็น การออกกำลังกาย การบริโภคอาหาร รายงานสุขภาพคนไทย ปี 2557 ระบุว่า โรคอ้วนจึงเป็นสาเหตุเจ็บป่วยได้ง่ายทำให้โรคภัยต่าง ๆ ตามมา ความอ้วนสามารถทำให้เกิด โรคไม่ติดต่อเรื้อรังเข้ามาได้หลายโรคพร้อมกัน ได้แก่ ไขมันภายในเลือดมีปริมาณมาก โรคความดัน โลหิตสูง เบาหวาน อัมพาตอัมพฤกษ์ โรคหัวใจ และยังเป็นต้นเหตุของโรคมะเร็ง โดยกองทุนวิจัย มะเร็งโลกโดยคนอ้วนมีโอกาสเป็นโรคเหล่านี้มากกว่าปกติ 2-3 เท่า สาเหตุของโรคมะเร็งร้อยละ 24 เกิดมาจากความอ้วน ความอ้วนยังส่งผลต่อสมรรถนะร่างกายจะไม่แตกต่างจากผู้สูงอายุ และจะเป็นผู้สูงอายุที่ขาโค้งเมื่ออายุมากขึ้น เข่ารับ น้ำหนักตัวไม่ไหว เกิดอุบัติเหตุได้ง่าย โดยองค์การอนามัยโลก (WHO) คาดการณ์ว่า ในปี 2558 ทั่วโลก จะมีคนที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานถึง 2,300 ล้านคน ก่อให้เกิดการเสียชีวิตจากโรคเรื้อรังต่างๆ มากกว่า 2.8 ล้านคน

บุคคลวัยทำงานเป็นวัยที่มีบทบาทสำคัญต่อสถานะเศรษฐกิจของประเทศและเป็นกลไกในการขับเคลื่อนผลผลิตในทางเศรษฐกิจ อีกทั้งบุคคลวัยทำงานยังเป็นเสาหลักในการหารายได้มาจุนเจือภายในครอบครัว ดังนั้นบุคคลวัยทำงานจะต้องรักษาสุขภาพและดูแลสุขภาพอย่างต่อเนื่อง แต่ปัจจุบันกลับพบว่า ปัญหาสุขภาพของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ป่วยเป็นโรคความดันโลหิต ร้อยละ 24.4 โรคเบาหวาน ร้อยละ 9.87 และจากผลสำรวจพบว่ากลุ่มบุคคลวัยทำงานอายุน้อยกว่า 40 ปี มีแนวโน้มป่วยจากโรคไม่ติดต่อเรื้อรังมากขึ้น โดยเฉพาะผู้หญิงที่มีโอกาสป่วยเป็นโรคเบาหวานและความดันโลหิตได้มากกว่าผู้ชายถึง 2 เท่า

จากผลสำรวจพบว่าบุคคลวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ตกอยู่ในสภาวะแรงกดดันจากการแข่งขันสูง วิถีชีวิตที่เร่งรีบและต้องทำงานแข่งขันทำให้การบริโภคอาหารส่วนใหญ่บริโภคอาหารไม่เป็นเวลาและไม่สามารถ

รับประทานอาหารได้ครบทั้ง 3 มื้อ ยังไม่รวมถึงการขาดความรู้ความเข้าใจในด้านโภชนาการและทัศนคติในการบริโภคอาหาร สภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวย รวมถึงข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและเหมาะสม ส่งผมให้กลุ่มคนวัยทำงานมีสมรรถภาพในการทำงานต่ำเนื่องจากรากฐานในการบริโภคอาหารไม่ดีพอและยังเสี่ยงต่อการเกิดโรค อีกทั้งยังไม่เป็นไปตามกลไกที่ร่างกายต้องการ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของบุคคลวัยทำงานในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของบุคคลวัยทำงานในบางเขน เขต กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยประชากร

ขอบเขตของงานวิจัย

การศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของบุคคล วัยทำงานในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชากรในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร อยู่ในวัยทำงานและมีอายุตั้งแต่ 15 ปี – 59 ปี ในปี 2562 จำนวน 190,828 คน (กรมการปกครอง, 2561)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชากรในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในปี 2562 ที่อยู่ในวัยทำงานและมีอายุตั้งแต่ 15 ปี – 59 ปี พ.ศ. 2562 จำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง จากจำนวนประชากรของ Taro Yamane โดยเลือกระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือยอมรับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ซึ่งเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง เพื่อความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ตัวแปรศึกษาในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือน

ตัวแปรตาม ได้แก่ แรงจูงใจในการบริโภคอาหาร เช่น ด้านเหตุผล ด้านอารมณ์และด้านปัจจัยภายนอก

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบแรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของบุคคลวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อทราบถึงปัจจัยประชากรศาสตร์ที่มีต่อแรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของบุคคลวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อใช้เป็นข้อมูลให้ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ปรับปรุงธุรกิจ และทำให้ทราบความต้องการของผู้บริโภคอาหารในยุคปัจจุบัน

บททวนวรรณกรรม

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้แยกแรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

ด้านเหตุผล (คุณภาพ)

วัฒนา ศรีเมืองสุข (2558) กล่าวว่า การที่ผู้บริโภคจะมีการซื้อผลิตภัณฑ์ใด ๆ จะต้องมีเหตุหรือแรงจูงใจ ต้องค้นหาแรงจูงใจ ของลูกค้าและนำสิ่งเหล่านี้ในการเสนอขายและรักษาความสัมพันธ์ของลูกค้าให้เป็นระยะเวลา นานเพื่อสร้างความพอใจสูงสุดแก่ผู้ซื้อ ผู้ประกอบสามารถเพิ่มยอดขายได้ โดยเสนอสินค้าและบริการให้กับ ลูกค้า ที่มี การนำ ปัจจัยในเรื่องของแรงจูงใจเข้าไปเกี่ยวข้อง แรงจูงใจที่สำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ ที่เกี่ยวข้อง และหากผู้บริโภคเกิดแรงจูงใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น เมื่อเราเข้าใจสิ่งที่จะก่อให้เกิดแรงจูงใจของผู้บริโภค ว่าแรงจูงใจใดมีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ เราก็จะสามารถนำ ความรู้ไปปรับใช้ให้เกิดรายได้ และสามารถสร้างคุณภาพให้กับผลิตภัณฑ์และบริการของเราได้

กนกวรรณ ศรีสวัสดิ์ (2559) กล่าวว่า ลูกค้าจะซื้อสินค้าที่ได้ประโยชน์จากการใช้ ประหยัด คงทน สะดวกสบาย มีบริการหลังการขาย ใช้แล้วคุ้มค่า คงทน เช่น อาหารเพื่อสุขภาพ ผู้บริโภคที่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ที่สะอาด สารอาหารครบถ้วน ประหยัด สะดวกสบาย มีบริการจัดส่ง เป็นต้น

เสนาะ ตีเยาว์ (2553) กล่าวว่า แรงจูงใจ คือ แรงผลักดัน แรงกระตุ้น ที่เกิดจากความต้องการที่จะได้รับการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นที่องค์การจัดให้ ซึ่งก่อให้เกิดพฤติกรรมในการทำงาน ซึ่งสิ่งสนองเหล่านี้จะประกอบไปด้วยปัจจัยแห่งความต้องการพื้นฐาน ได้แก่ ความสำเร็จในการทำงาน ความเจริญเติบโตการทำงาน สุขอนามัย นโยบาย และการบริหารงานขององค์การ ค่าจ้างเงินเดือนที่ได้รับ ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน สภาพการทำงาน ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและความมั่นคงในการทำงาน

Kinicki & Williams (2008) อ้างถึงใน โศภษา อรัญวัฒน์ (2550, หน้า 197) กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง กระบวนการทางจิตวิทยาเริ่มต้นจากมนุษย์ต้องการ ซึ่งความต้องการจะเป็นผลทำให้เกิดแรงจูงใจ และแรงจูงใจ จะผลักดันให้เกิดพฤติกรรม ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวมีผลทำให้มนุษย์ได้รางวัลและผลของรางวัลทำให้มนุษย์พึงพอใจ

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับแรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพด้านเหตุผล(คุณภาพ) หมายถึง ลักษณะแรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ จะต้องมีเหตุหรือแรงจูงใจ ต้องค้นหาแรงจูงใจ ของลูกค้าและ นำสิ่งเหล่านี้ในการเสนอขายและรักษาความสัมพันธ์ของลูกค้าให้เป็นระยะเวลา นานเพื่อสร้างความพอใจสูงสุด แก่ผู้บริโภค โดยอาหารเพื่อสุขภาพจะต้องสะอาด รสชาติดี มีสารอาหารครบถ้วน ราคาเข้าถึงง่าย และ สะดวกสบายมีบริการจัดส่ง จึงจะเป็นเหตุผลที่จะทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้อ ซึ่งสิ่งสนองเหล่านี้จะประกอบไปด้วย ปัจจัยแห่งความต้องการพื้นฐาน

ด้านอารมณ์ (ความเชื่อมั่นอาหารเพื่อสุขภาพ, ความคล้อยตาม)

แมคอินทอช และโกลด์เนอร์ (McIntosh & Goeldner, 1986) แบ่งแรงจูงใจออกเป็น 4 ประเภท คือ 1) สิ่งกระตุ้นจากสุขภาพร่างกายและสภาวะจิตใจ 2) สิ่งกระตุ้นจากวัฒนธรรม 3) สิ่งกระตุ้นระหว่างบุคคล และ 4) สิ่งกระตุ้นจากสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม เช่น ชื่อเสียง การไปทำงาน ไปศึกษา หรือไปทำกิจบางอย่าง ที่เป็นการสร้างการยอมรับจากผู้อื่น

สุพานี สฤกษ์วานิช (2552, หน้า 156) กล่าวว่าแรงจูงใจในการทำงานเป็นสิ่งที่มีความสำคัญขององค์กร สร้างสรรค์และพัฒนางานและองค์การ ตลอดจนคงอยู่กับองค์การอย่างยาวนาน แต่ถ้าคนขาดแรงจูงใจในการทำงาน คนคนนั้นก็จะมีเฉื่อยชา ขาดความตั้งใจ ขาดความใส่ใจในการทำงาน สักแต่ทำงานออกมา ให้เสร็จพันๆ ตัวไป ผลงานที่ออกมาจึงมักมีคุณภาพต่ำ หรือสร้างความเสียหายให้เกิดขึ้นแก่องค์การมากเพราะแรงจูงใจทำให้เกิดการกระทำคือ พนักงานมีความอยากที่จะทำงาน มีความตั้งใจตั้งใจในการทำงาน พุ่มเท และใช้ความพยายามในการทำงานให้มีคุณภาพมากขึ้น ดำรงตนเป็นสมาชิกที่ดี

สุรศักดิ์ วณิชวัฒนากุล (2553) ได้กล่าวถึง ความสำคัญของแรงจูงใจในการทำงาน คือ ความพยายาม ทำให้บุคคลมีความมานะ อดทน บากบั่น คิดหาวิธีการนำความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ของตนมาใช้ให้เป็นประโยชน์มากที่สุด ไม่ทอดทิ้งหรือละความพยายามง่ายๆ แม้งานจะมีอุปสรรคขัดขวาง และเมื่องานได้รับผลสำเร็จด้วยดี ก็มักคิดหาวิธีการปรับปรุงพัฒนาให้ดีขึ้นเรื่อยๆ

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับแรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพด้านอารมณ์ (ความเชื่อมั่นอาหารเพื่อสุขภาพ, ความคล้อยตาม) หมายถึง ลักษณะแรงจูงใจอันเกิดจากความต้องการของผู้บริโภคที่จะเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพแล้วเป็นที่ยอมรับ มีสุขภาพร่างกายแข็งแรงได้รับความชื่นชม เป็นที่ยอมรับของบุคคลส่วนใหญ่ ดังนั้น ถ้าต้องการให้ผู้บริโภคชื่นชอบในผลิตภัณฑ์จึงจำเป็นต้องใช้ปัจจัยนี้เพื่อจูงใจในการคล้อยตาม

ด้านปัจจัยภายนอก (ค่านิยม, สังคม, เศรษฐกิจ)

สุรศักดิ์ วณิชวัฒนากุล (2553) ได้กล่าวถึง ความสำคัญของแรงจูงใจในการทำงาน ดังนี้

1. พลังงาน เป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญต่อการกระทำ หรือพฤติกรรมของมนุษย์ ในการทำงานใดๆ ถ้าบุคคลมีแรงจูงใจในการทำงานสูง ย่อมทำให้ขยัน

2. การเปลี่ยนแปลง รูปแบบการทำงานหรือวิธีทำงานในบางครั้ง ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเป็นเครื่องหมายของความเจริญก้าวหน้าของบุคคล แสดงให้เห็นว่าบุคคลกำลังแสวงหาการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ให้ชีวิตบุคคลที่มีแรงจูงใจในการทำงานสูง เมื่อตื่นรน เพื่อจะบรรลุวัตถุประสงค์ใดๆ หากไม่สำเร็จบุคคลก็มักพยายามค้นหาสิ่งผิดพลาดและพยายามแก้ไขให้ดีขึ้นในทุกวิถีทาง ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการทำงานในที่สุด ทำให้ค้นพบแนวทางที่เหมาะสมซึ่งอาจจะต่างไปจากแนวเดิม

3. บุคคลที่มีแรงจูงใจในการทำงานจะเป็นบุคคลที่มุ่งมั่นทำงานให้เกิดความเจริญก้าวหน้าและการมุ่งมั่นทำงานที่ตนรับผิดชอบให้เจริญก้าวหน้า จัดว่าบุคคลผู้นั้นมีจรรยาบรรณในการทำงาน ผู้มีจรรยาบรรณในการ

ทำงาน จะเป็นบุคคลที่มีความรับผิดชอบ มั่นคงในหน้าที่ มีวินัยในการทำงาน ซึ่งลักษณะดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความสมบูรณ์ ผู้มีลักษณะดังกล่าวนี้ มักไม่มีเวลาเหลือพอที่จะคิดและทำในสิ่งที่ไม่ดี

David I. McClland (1940) ได้ทำการทดลองโดยใช้แบบทดสอบการรับรู้ของบุคคล เพื่อวัดความต้องการของมนุษย์ โดยแบบทดสอบ (Thematic Apperception Test: TAT) เป็นเทคนิคการนำเสนอภาพต่างๆ แล้วให้บุคคลเขียนเรื่องราวเกี่ยวกับสิ่งที่เขาเห็น จากการศึกษาวิจัยของแมคคลีแลนดี้ได้สรุป คุณลักษณะของคนที่มีแรงจูงใจฝาสัมฤทธิ์สูงมีความต้องการ 3 ประการที่ได้จากแบบทดสอบ TAT ซึ่งเขาเชื่อว่าเป็นสิ่งสำคัญในการที่เข้าใจถึงพฤติกรรมของบุคคลได้คือ

1) ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ ซึ่งหมายถึง ความต้องการที่จะทำงานให้ประสบความสำเร็จ ทำงานให้ดีกว่าคนอื่น ทำงานได้ยอดเยี่ยม หรือทำงานกับคนเก่ง สามารถบรรลุเป้าหมายที่ค่อนข้างยาก สามารถแก้ไขปัญหาที่ซับซ้อน และสามารถพัฒนาวิธีการที่ดีขึ้นในการทำงาน คนที่มีความต้องการประเภทนี้สูงมักชอบทำงานคนเดียวหรือทำงานกับคนเก่งและชอบงานที่ได้รับผิดชอบ จึงชอบที่จะกำหนดเป้าหมายงานของตนเองให้เป็นเป้าหมายที่ยากและท้าทายแต่ไม่ยากจนเกินไป ซึ่งทำให้การทำงานบรรลุเป้าหมายนั้นต้องไปขึ้นอยู่กับโชคชะตามากกว่าความสามารถและบุคคลต้องการข้อมูลย้อนกลับที่เชื่อถือได้และทันต่อเวลาเพื่อจะได้ทราบว่าตนเองทำงานได้ผลเป็นอย่างไร

2) ความต้องการในอำนาจ จะครอบคลุมถึงความต้องการที่สามารถมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมและทัศนคติของคนอื่นได้ สามารถควบคุมคนและงานได้ มีตำแหน่งและอำนาจหน้าที่เหนือคนอื่นสามารถเอาชนะฝ่ายตรงข้ามได้ความต้องการในอำนาจนี้อาจแบ่งได้เป็น 2 แบบ คือ

2.1) ความต้องการในอำนาจเพื่อตนเอง จะใช้อำนาจเพื่อควบคุมและใช้ประโยชน์จากคนอื่นเพื่อผลประโยชน์ของตนเอง

2.2) ความต้องการอำนาจเพื่อสังคม จะใช้อำนาจเชิงสร้างสรรค์ เพื่อผลประโยชน์ขององค์กร หรือส่วนรวมเป็นสำคัญ

3) ความต้องการที่จะมีความสัมพันธ์กับคนอื่น เป็นความต้องการที่จะมีเพื่อน มีกลุ่มเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม เป็นที่ชื่นชอบของเพื่อน สามารถทำงานร่วมกับคนอื่นๆ ที่เป็นมิตรและมีความร่วมมือที่ดี มีสัมพันธ์ภาพที่ดีและหลีกเลี่ยงความขัดแย้ง มีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคมที่น่าพอใจ

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับแรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพด้านปัจจัยภายนอก (ค่านิยม, สังคม, เศรษฐกิจ) หมายถึง ลักษณะแรงจูงใจที่เกิดจากการนำกิจกรรมมากระตุ้นให้บุคคลอื่นทำในสิ่งที่ตนเองต้องการหรือการให้สิ่งเร้าที่ทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ และเชื่อว่าการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพแล้วจะทำให้ร่างกายแข็งแรง และเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมทางสังคมแลวิถีของบุคคลในสังคมในการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพมาบริโภค

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุภัค ภักดิ์ดี (2556) ได้ทำการวิจัยเรื่องแรงจูงใจในการบริโภคข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภคในวัยทำงานในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ผลการศึกษานั้นพบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ และจำนวนสมาชิกมีผลต่อแรงจูงใจในการบริโภคข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภคในวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน พฤติกรรมผู้บริโภคที่แตกต่างกัน เช่น เหตุผลในการเลือกซื้อ ความถี่ในการซื้อ เจาะจงยี่ห้อ แหล่งที่ซื้อ อิทธิพลในการเลือกซื้อ และระยะเวลาที่เริ่มบริโภค มีผลต่อแรงจูงใจในการปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ประโยชน์ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และตราสินค้า ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อแรงจูงใจในการบริโภคข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภคในวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน และปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ประโยชน์ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และตราสินค้า ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อแรงจูงใจในการบริโภคข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภคในวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางด้านสถิติที่ระดับ 0.05

จากงานวิจัยดังกล่าวข้างต้นจึงสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ และจำนวนสมาชิกมีผลต่อแรงจูงใจในการบริโภคข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภคในวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงได้นำข้อมูลมาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาว่าผลที่ได้รับเป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือไม่ และจะสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างไรในการใช้ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อแรงจูงใจให้มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด

อรรถสิทธิ์ สกลคณาพงษ์ และ ณกมล จันทร์สม (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีช่วงอายุ 20- 29 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีสถานภาพโสด มีสถานะเป็นนักศึกษาและมีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาทและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์ ทางด้านราคา และทางด้านส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ 3 ปัจจัย ได้แก่ 1) ทางด้านผลิตภัณฑ์ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงวัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหารและวิธีในการประกอบอาหารเพื่อให้เกิดประโยชน์ได้จริงและผลดีต่อผู้บริโภค 2) ด้านราคาการกำหนดราคาของอาหารคลีนผู้ประกอบการควรกำหนดราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพเพราะจะเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีนได้ 3) ด้านส่งเสริมการตลาดผู้ประกอบการควรคำนึงถึงการสร้างกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการตลาดของตนอย่างสม่ำเสมอเพื่อที่จะทำให้แข่งขันกับคู่แข่งได้และเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคอีกด้วย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือหลักที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า ทบทวนแนวคิดทฤษฎี และผลการวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างเป็นกรอบแนวคิดที่เป็นแนวทางในการพัฒนาแบบสอบถาม เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีวิจัยเชิงสำรวจเป็นคำถามปลายเปิด โดยผู้วิจัยมีคำตอบให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกตอบ โดยแบ่งแบบสอบถามปลายเปิดเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ และด้านรายได้ต่อเดือน มีจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจเรื่อง แรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของบุคคลวัยทำงานในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านเหตุผล ด้านอารมณ์ และด้านปัจจัยภายนอก มีจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด 3 ส่วน ประกอบไปด้วยคำถามในลักษณะประเมินค่าความพึงพอใจ 5 ระดับค่า (Rating Scale) ของ Likert (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2546, หน้า 12) โดยมีการกำหนดระดับความสำคัญ 5 ระดับ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของบุคคลวัยทำงาน ในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร” โดยมีวัตถุประสงค์แรกคือเพื่อศึกษาแรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของบุคคลวัยทำงานในเขตบางเขน กรุงเทพมหานครและประการที่สอง เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของบุคคลวัยทำงานในเขตบางเขนกรุงเทพมหานคร โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Experimental Design) เป็นการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดกระทำหรือควบคุมตัวแปรใด ๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบวิจัยตัดขวาง (Cross sectional Study) คือ เป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) ในการวิเคราะห์ตัวแปรปัจจัยด้านประชากร ประกอบด้วย ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ และด้านรายได้

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการวิเคราะห์ตัวแปรด้านแรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของบุคคลวัยทำงานในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

2.1 เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของบุคคลวัยทำงานในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยด้านประชากร ด้านเพศ จะใช้สถิติ t-test ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.2 เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของบุคคลวัยทำงานในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยด้านประชากร ได้แก่ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ และด้านรายได้ จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD

สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของบุคคลวัยทำงานในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลจากการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ แรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของบุคคลวัยทำงานในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า แรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของบุคคลวัยทำงานในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญระดับมาก ด้านเหตุผล (คุณภาพอาหารเพื่อสุขภาพ) และด้านอารมณ์ (ความเชื่อมั่นอาหารเพื่อสุขภาพ, ความคล้อยตาม) ให้ความสำคัญระดับปานกลางในด้านปัจจัยภายนอก (ค่านิยม, สังคม, เศรษฐกิจ)

2. ผลการเปรียบเทียบ แรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของบุคคลวัยทำงานในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยด้านประชากร

2.1 บุคคลวัยทำงานในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ที่มีเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน ทำให้แรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของบุคคลวัยทำงานในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ไม่ต่างกัน

อภิปรายผล

ผลการวิจัยแรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของบุคคลวัยทำงานในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยทำการสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาแรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของบุคคลวัยทำงานในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1.1 ด้านเหตุผล (คุณภาพ) ของบุคคลวัยทำงานในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า โดยส่วนใหญ่บุคคลวัยทำงานในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร มีการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพเพราะมีประโยชน์ทางโภชนาการสูง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ วัฒนา ศรีเมืองสุข (2558) กล่าวว่า การที่ผู้บริโภคจะมีการซื้อผลิตภัณฑ์ใด ๆ จะต้องมีเหตุหรือแรงจูงใจ ต้องค้นหาแรงจูงใจ ของลูกค้าและนำสิ่งเหล่านี้ในการเสนอขายและรักษาความสัมพันธ์ของลูกค้าให้เป็นระยะเวลานานเพื่อสร้างความพอใจสูงสุดแก่ผู้ซื้อ ผู้ประกอบสามารถเพิ่มยอดขายได้ โดยเสนอสินค้าและบริการให้กับลูกค้า ที่มีการนำ ปัจจัยในเรื่องของแรงจูงใจเข้าไปเกี่ยวข้อง แรงจูงใจที่สำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้อง และหากผู้บริโภคเกิดแรงจูงใจ

ในการซื้อผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น เมื่อเราเข้าใจสิ่งที่จะก่อให้เกิดแรงจูงใจของผู้บริโภค ว่าแรงจูงใจใดมีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ เราก็จะสามารถนำความรู้ไปปรับใช้ให้เกิดรายได้ และสามารถสร้างคุณภาพให้กับผลิตภัณฑ์และบริการของเราได้ และสอดคล้องกับแนวคิดของ กนกวรรณ ศรีสวัสดิ์ (2559) กล่าวว่า ลูกค้าน่าจะซื้อสินค้าที่ได้ประโยชน์จากการใช้ ประหยัด คงทน สะดวกสบาย มีบริการหลังการขาย ใช้แล้วคุ้มค่า คงทน เช่น อาหารเพื่อสุขภาพ ผู้บริโภคที่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่สะอาด สารอาหารครบถ้วน ประหยัด สะดวกสบาย มีบริการจัดส่ง เป็นต้น รวมถึงสอดคล้องกับแนวความคิดของ เสนาะ ตีเยาว์ (2553) กล่าวว่า แรงจูงใจ คือ แรงผลักดัน แรงกระตุ้น ที่เกิดจากความต้องการที่จะได้รับการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นที่องค์การจัดให้ ซึ่งก่อให้เกิดพฤติกรรมในการทำงาน ซึ่งสิ่งสนองเหล่านี้จะประกอบไปด้วยปัจจัยแห่งความต้องการพื้นฐาน ได้แก่ ความสำเร็จในการทำงาน ความเจริญเติบโตการทำงาน สุขอนามัย นโยบาย และการบริหารงานขององค์การ ค่าจ้างเงินเดือนที่ได้รับ ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน สภาพการทำงาน ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและความมั่นคงในการทำงาน

1.2 ด้านอารมณ์ (ความเชื่อมั่นอาหารสุขภาพ, ความคล้อยตาม) ของบุคคลวัยทำงานในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า โดยส่วนใหญ่บุคคลวัยทำงานในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร มีความเชื่อมั่นว่าถ้ารับประทานอาหารเพื่อสุขภาพเป็นประจำ จะทำให้ท่านมีรูปร่างที่ดี กว่าบุคคลที่รับประทานอาหารทั่วไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ วัฒนา ศรีเมืองสุข (2558) กล่าวว่า แรงจูงใจที่ผู้บริโภคใช้พิจารณาในการซื้อ อาจเกิดจากความเชื่อและความสามารถของตัวแทนขาย ชื่อเสียงของผู้ขาย รวมทั้งความสัมพันธ์ส่วนตัว และสอดคล้องกับแนวคิดของ ศจีพร ลิ้มเสรี (2554) กล่าวว่า แรงจูงใจในการเลือกบริโภค การต้องการให้ผู้บริโภคคล้อยตามนั้น จะต้องหากลุ่มเป้าหมายที่มีความสนใจร่วมกันหรือชอบสิ่งที่คล้ายกัน ซึ่งจะช่วยให้แรงจูงใจบรรลุเป้าหมายได้ง่ายยิ่งขึ้น รวมถึงสอดคล้องกับแนวความคิดของ กนกวรรณ ศรีสวัสดิ์ (2559) กล่าวว่า ลูกค้าน่าจะซื้อเพราะความรู้สึก ความพอใจ ความภาคภูมิใจ ความสวย ความหอม ความอร่อย ความบันเทิง เช่น ช็อคโกแลตเคลือบ , ดูหนัง , ซื้อเสื้อผ้า เพราะชอบแบบ ซื้อเครื่องประดับ ชื่อน้ำหอมเพราะชอบกลิ่น เป็นต้น ดังนั้นผู้บริโภคจะมีแรงจูงใจในการเลือกซื้อสินค้า ก็ต่อเมื่อผู้บริโภครู้สึกพึงพอใจ รูปลักษณ์ภายนอกน่ารับประทาน มีกลิ่นหอม

1.3 ด้านปัจจัยภายนอก (ค่านิยม, สังคม, เศรษฐกิจ) ของบุคคลวัยทำงานในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า โดยส่วนใหญ่บุคคลวัยทำงานในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร มีการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพเพราะการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่เชื่อถือได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ กนกวรรณ ศรีสวัสดิ์ (2559) กล่าวว่า ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการเลือกซื้อ เช่น วัฒนธรรม สังคม กลุ่มอ้างอิง และครอบครัว โดยแรงจูงใจอาจจะเกิดจากการกระตุ้นของส่วนประสมทางการตลาดได้อีกทางหนึ่งด้วย และสอดคล้องกับแนวคิดของ ศจีพร ลิ้มเสรี (2554) กล่าวว่า มนุษย์จะเกิดแรงจูงใจในการเลือกบริโภค ก็ต่อเมื่อความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่กระทำ เพื่อนำมาใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อของตนเอง ดังนั้นสิ่งที่คนส่วนใหญ่ปฏิบัติที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของบุคคลอื่นๆด้วยเช่นกัน และสอดคล้องกับแนวคิดของ สุรศักดิ์ วัฒนชัยวัฒนากุล (2553) ได้กล่าวถึง ความสำคัญของแรงจูงใจในการทำงาน ดังนี้ 1.พลังงาน เป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญต่อการกระทำ หรือพฤติกรรมของมนุษย์ ในการทำงานใดๆ ถ้าบุคคลมีแรงจูงใจในการทำงานสูง ย่อมทำให้ขยัน 2. การเปลี่ยนแปลง รูปแบบการทำงานหรือวิธีทำงานในบางครั้ง ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเป็นเครื่องหมายของความเจริญก้าวหน้าของบุคคล แสดงให้เห็นว่าบุคคลกำลังแสวงหาการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆให้ชีวิตบุคคลที่มีแรงจูงใจในการทำงานสูง เมื่อตื่นนอน เพื่อจะบรรลุวัตถุประสงค์ใดๆ หากไม่สำเร็จบุคคลก็มักพยายามค้นหาสิ่งผิดพลาดและพยายามแก้ไขให้ดีขึ้นในทุกวิถีทาง ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการทำงานในที่สุด ทำให้ค้นพบแนวทางที่เหมาะสมซึ่งอาจจะต่างไปจากแนวเดิม 3.บุคคลที่มีแรงจูงใจในการทำงานจะเป็นบุคคลที่มุ่งมั่น

ทำงานให้เกิดความเจริญก้าวหน้าและการมุ่งมั่นทำงานที่ต้นรับผิดชอบให้เจริญก้าวหน้า จัดว่าบุคคลผู้นั้นมี จรรยาบรรณในการทำงาน ผู้มีจรรยาบรรณในการทำงาน จะเป็นบุคคลที่มีความรับผิดชอบ มั่นคงในหน้าที่ มี วินัยในการทำงาน ซึ่งลักษณะดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความสมบูรณ์ ผู้มีลักษณะดังกล่าวนี้ มักไม่มีเวลาเหลือ พอที่จะคิดและทำในสิ่งที่ไม่ดี รวมถึงสอดคล้องกับแนวความคิดของ ประทวน บุญรักษา (2555) ได้กล่าวว่า กลุ่ม เชิงความคิดและกระบวนการ (Cognitive Process Theories) เป็นทฤษฎีที่ศึกษา วิเคราะห์บรรยายและอธิบาย กระบวนการที่บุคคลจะแปลงความคิดและความต้องการให้เกิดเป็นพฤติกรรม และการกระทำขึ้นมา เช่น ทฤษฎี การประเมินความคิด (Cognitive Evaluation Theory) ทฤษฎีนี้มองว่า พฤติกรรมที่จะได้รับรางวัลภายในแต่ ่ได้รับรางวัลภายนอก จะทำให้แรงจูงใจลดลง รางวัลภายนอก คือ การให้รางวัลบุคคล เช่น ค่าตอบแทน การ เลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง เป็นต้น รางวัลภายใน คือ รางวัลที่เกิดขึ้นจากความรู้สึกนึกคิดของตนเอง เช่น ความยินดี และความปลื้มปิติในความสำเร็จ ความก้าวหน้าการเติบโตในการงาน เนื่องจากได้ทำงานที่ยากและท้าทายให้ ประสบความสำเร็จ เป็นต้น

2. ผลการศึกษาแรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของบุคคลวัยทำงานในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามประชากร ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านอาชีพ ด้านระดับการศึกษา และด้านรายได้ ต่อเดือน สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 บุคคลวัยทำงานในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยด้านประชากร ด้านเพศ ต่างกัน ทำให้แรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ โดยรวมไม่ต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าไม่มีด้าน ไหนที่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิง ต่างมีความต้องการในการบริโภคอาหารเพื่อ สุขภาพเพราะคนวัยทำงานหันมาเลือกบริโภคอาหารสุขภาพ ทดแทนการออกกำลังกายและ บริโภคเพราะเพื่อน ร่วมงานชักชวน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภักดิ์ ภักดีโต (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจในการ บริโภคข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภคในวัยทำงานในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล” พบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ แตกต่างกันในเรื่องเพศ มีผลต่อแรงจูงใจในการบริโภคข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภคในวัยทำงานในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรถสิทธิ์ สกลคณาพงษ์ และ ณก มล จันทรสม (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีน ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล” พบว่าปัจจัยทางด้านเพศ ส่งผลต่อการปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดในการตัดสินใจซื้ออาหารคลีน และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐภัทร วัฒนถาวร (2558) ได้ ทำการศึกษางานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดของประชากรในกรุงเทพมหานคร จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศ ที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดผลต่อการตัดสินใจ บริโภคอาหารคลีนฟู้ดของประชากรในกรุงเทพมหานคร

2.2 บุคคลวัยทำงานในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ ต่างกัน ทำให้แรงจูงใจในการ บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ โดยรวมไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า บุคคลวัยทำงานอยู่ในช่วงวัยที่นิยมหันมา ดูแลสุขภาพร่างกาย โดยการเลือกรับบริโภคอาหารที่เน้นเพื่อสุขภาพ เนื่องจากบุคคลวัยทำงานไม่มีเวลาในการ ออกกำลังกาย ในชีวิตประจำวัน อาหารเพื่อสุขภาพจึงเป็นอีกหนทางเลือกของบุคคลวัยทำงาน ซึ่งไม่สอดคล้อง กับงานวิจัยของ จันทกานต์ รติชน (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ อาหารเพื่อสุขภาพสปาฟู้ดส์ของผู้บริโภค” จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพสปาฟู้ดส์ของผู้บริโภค อีกทั้งไม่สอดคล้องกับงานวิจัย ปิยะพร มิตรภานนท์ และ นवलฉวี แสงชัย (2558) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อ

อาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองกาฬสินธุ์” พบว่าปัจจัยทางด้านอายุ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองกาฬสินธุ์

2.3 บุคคลวัยทำงานในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพ ต่างกัน ทำให้แรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ โดยรวมไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า การเลือกรับบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ไม่จำเป็นจะต้องขึ้นอยู่กับอาชีพในการบริโภค ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐภัทร วัฒนถาวร (2558) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดของประชากรในกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางด้านอาชีพที่มีความแตกต่างกัน ต่อเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดของประชากรในกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกันและงานวิจัยของ สุภัค ภักดีโต (2556) ทำการศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจในการบริโภคข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภคในวัยทำงานในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล” ผลจากการศึกษาด้านอาชีพพบว่า อาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ แรงจูงใจในการบริโภคข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภคในวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2.4 บุคคลวัยทำงานในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้แรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพโดยรวมไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ระดับการศึกษาไม่ใช่สิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดแรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ เนื่องจากเทคโนโลยีในยุคปัจจุบัน ที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันสามารถเข้าถึงข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ตที่เหมือนกันได้ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรถสิทธิ์ สกลคณาพงษ์ และ ณกมล จันทร์สม (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล” พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคต่างกัน และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐภัทร วัฒนถาวร (2558) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดของประชากรในกรุงเทพมหานคร” พบว่าระดับการศึกษาส่งผลให้การวิจัยนั้นเกิดข้อแตกต่างกัน

2.5 บุคคลวัยทำงานในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้แรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพโดยรวมไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า รายได้ต่อเดือน ไม่ได้เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลทำให้เกิดแรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ เนื่องจากสภาพทางเศรษฐกิจในยุคปัจจุบัน อาหารเพื่อสุขภาพ มีราคาและปริมาณที่ไม่แตกต่างกับอาหารทั่วไป ดังนั้นจึงเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ทำให้เกิดความ ต้องการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะพร มิตรภานนท์ และ นवलฉวี แสงชัย (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองกาฬสินธุ์ พบว่า ปัจจัยทางด้านรายได้ที่แตกต่างกันของลักษณะประชากร ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมและปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทกานต์ รติชน (2557) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพสปาฟู้ดส์ของผู้บริโภค ผลการศึกษาพบว่า รายได้ต่อเดือนส่งผลให้เกิดอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพสปาฟู้ดส์ของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ซึ่งยังไม่ครอบคลุมถึงผู้บริโภคที่อยู่ในภูมิภาค จากผลการศึกษางานวิจัย มีข้อเสนอแนะในการวิจัยเพื่อนำไปใช้ประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการหรือผู้ที่จะเริ่มประกอบกิจการเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพ

1. จากการศึกษาวิจัย เรื่อง “แรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของบุคคลวัยทำงานในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร” จะแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านเพศ ด้านอายุ ด้านอาชีพ ด้านระดับการศึกษาและด้านรายได้ต่อเดือน ต่างกันทำให้แรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร โดยรวมไม่ต่างกัน ดังนั้นผู้ประกอบการอาหารเพื่อสุขภาพไม่ต้องทำการเปลี่ยนแปลง หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ใดๆ ตาม เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือน ให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจต่อไปก็สามารถสร้างผลกำไรให้กับบริษัทได้ตามปกติ

2. ผลจากการศึกษาวิจัยเรื่อง “แรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของบุคคลวัยทำงานในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร” แสดงให้เห็นว่า ด้านเหตุผล (คุณภาพ) มีผลค่าเฉลี่ยมากที่สุด ทำให้เกิดแรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ผู้ประกอบกิจการหรือผู้ที่จะเริ่มที่ให้ความสนใจอาหารเพื่อสุขภาพ ควรมุ่งเน้นความสำคัญทางด้านเหตุผล (คุณภาพ) ในการเลือกรับบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ อาทิ ผู้ประกอบกิจการ ควรให้ความสำคัญในด้านประโยชน์ทางโภชนาการ รวมถึงพัฒนาและคิดค้นสูตรอาหารที่แปลกใหม่ อีกทั้งยังต้องคำนึงว่าอาหารเพื่อสุขภาพนั้นสามารถสร้างภูมิคุ้มกันจากโรคร้ายต่างๆ ได้หรือไม่ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้เกิดการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ซึ่งยังไม่ครอบคลุมถึงผู้บริโภคที่อยู่ในภูมิภาค ดังนั้นการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาในส่วนของภูมิภาคด้วยเพื่อให้ได้รับข้อมูลที่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาตัวแปรอื่นๆ ที่อาจจะส่งผลต่อแรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ดังนั้น ควรขยายขอบเขตด้านประชากรให้ครอบคลุม อาทิ เจาะกลุ่มเป้าหมายลงไปยังส่วนภูมิภาคที่มีพื้นที่แตกต่างกัน เพื่อให้เห็นความแตกต่างนอกเหนือจากทางด้าน ความคิด เหตุผลในการเลือกรับ เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ครอบคลุม

เอกสารอ้างอิง

จันทกานต์ รติชน (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพสปาฟู้ดส์ของผู้บริโภค.

กรุงเทพฯ : วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: วิพรีนธ์ (1991).

ณัฐภัทร วัฒนถาวร (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดของประชากรในกรุงเทพมหานคร. การศึกษาค้นคว้าอิสระ. กรุงเทพฯ

ฟ้าแผ้ว รุ่งหิรัญ. (2548). พฤติกรรมการตัดสินใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของประชากรในเขตบางซื่อ. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ปิยะพร มิตรภานนท์ และ นวลฉวี แสงชัย (2558). ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองกาฬสินธุ์. กาฬสินธุ์ : วารสารวิจัย

ภาวิณี กาญจนานภา. (2559). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร

ลัดดาวัลย์ โชคถาวร และ ดร.ขวัญกมล ดอนขาว (2560). อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยทัศนคติที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในจังหวัดนครราชสีมา. ขอนแก่น :

วารสารวิจัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น (ฉบับบัณฑิตศึกษา) สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ปี ที่ 5
ฉบับที่ 1: มกราคม-เมษายน 2560

วิรัช สงวนวงศ์วาน. (2546). การจัดการและพฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

แสวง รัตนมงคลมาศ. (2542). การระดมมวลชนและการมีส่วนร่วมของมวลชนการจัดตั้งองค์การ การนำและการ
ตัดสินใจทางสังคม. เอกสารประกอบการสอน คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2550. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ บริษัท ธีระฟิล์ม และ ไซเท็กซ์ จำกัด.

ศิริพร จันทศรี. (2550). การศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนเอกชน สังกัด

สำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน ที่มีระดับการรับรู้

ความสามารถของตนแตกต่างกัน. ปรินญาณิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, สาขาการวิจัยและสถิติ
ทางการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สุธารัตน์ พิมลรัตนกานต์. (2557). เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น

สุภัค ภักดิ์โต. (2556). เรื่องแรงจูงใจในการบริโภคข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภคในวัยทำงานในเขตกรุงเทพฯ และ
ปริมณฑล. การศึกษาค้นคว้าอิสระ. กรุงเทพฯ: วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการ
บริหารธุรกิจ ปีที่ 3 ฉบับที่ 1

วศิน สันทรณ์. (2557). ลักษณะทางประชากร พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และปัจจัยทางการตลาด ที่มีผลต่อการ
ซื้ออะไหล่ประดับรถยนต์ในสินค้าประเภทหลอดไฟหน้ารถยนต์. การค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตรมหา
บัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

อัจฉรา นพวิญญูวงศ์. 2550. ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ และการให้
ความสำคัญต่อการส่งเสริมการขายเสื้อเชิ้ตบุรุษมีตราสินค้าในตลาดบน. การศึกษาอิสระปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

อรรถสิทธิ์ สกลคณาพงษ์ และ ณกมล จันทร์สม (2559). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ
ซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล. การศึกษาค้นคว้าอิสระ. กรุงเทพฯ

Kotler, P. & Keller, K. L. (2006). Marketing management (12thed.). New York: Pearson International.

Hanna, N., & Wozniak, R. (2001). Consumer behavior: An applied approach. New Jersey:
Prentice Hall

Schiffman, L., & Wisenblit, J. (2015). Consumer Behavior. New York City: Pearson Education
Limited.

