

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภคใน เขตกรุงเทพมหานคร

A Study on Factory Influencing on Healthy Food Consumption Behavior of Consumers in Bangkok

ประภาภรณ์ พรพงษ์ไพศาลกุล

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร (2) ศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ (3) ศึกษาทัศนคติต่อสุขภาพที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ (4) ศึกษาแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ โดยการวิจัยในครั้งนี้กลุ่มประชากรคือกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีจำนวน 400 คนโดยใช้สูตรการคำนวณของทาโร ยามาเน่ Yamane (1967) ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เมื่อยอมให้มีค่าความคลาดเคลื่อน (e) ของการประมาณค่าเฉลี่ยเกิดขึ้นได้ในระดับร้อยละ ± 5 เครื่องมือคือแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยผ่านการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบาค (Cronbach's Alpha Analysis Test) ที่ 0.89

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท ส่วนใหญ่มีช่วงราคาที่ใช้จ่ายอาหารเพื่อสุขภาพต่อมือน้อยกว่า 100 บาท มีความถี่ในการบริโภค 2 – 3 ครั้งต่อสัปดาห์ มีแหล่งการรับรู้ข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต/โซเชียลเน็ตเวิร์ค มีคำจำกัดความว่าอาหารเพื่อสุขภาพคืออาหารมังสวิรัต

ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านทัศนคติ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก แยกเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 5 อันดับแรก ได้แก่ ท่านมีการติดตามข่าวการเกิดโรคร้ายต่าง ๆ จากการรับประทานอาหารอยู่เสมอบนอยู่ในระดับมากที่สุดรองลงมาคือ คนที่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพคือคนที่ใส่ใจดูแลรักษาสุขภาพอยู่ในระดับมาก อาหารเพื่อสุขภาพเป็นอาหารที่ใช้วัตถุดิบปราศจากสิ่งเจือปนอยู่ในระดับมาก อาหารเพื่อสุขภาพเป็นสิ่งที่ช่วยให้สุขภาพแข็งแรงขึ้นอยู่ในระดับมาก อาหารเพื่อสุขภาพสามารถทำรับประทานเองที่บ้านได้อยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ การรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพช่วยป้องกันโรคต่างๆได้อยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ

ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านแรงจูงใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก แยกเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 5 อันดับแรก ได้แก่ สื่อต่างๆ ทางโซเชียลมีเดียมีผลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ การดูแลสุขภาพเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้คุณรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ในระดับมาก คนใกล้ชิด เพื่อน หรือคนรู้จักมีผลต่อการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ในระดับมาก ราคาของอาหารเพื่อสุขภาพที่เหมาะสมกับคุณภาพมีผลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ในระดับมาก ผลลัพธ์จากการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพมีผลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ในระดับมากและข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ การทำงานของท่านมีผลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก แยกเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 5 อันดับแรก ท่านคิดว่าพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ

เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันอยู่ในระดับมากที่สุดรองลงมาคือ ท่านรู้สึกพอใจ ซึ่งชอบในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับมาก ท่านตั้งใจที่จะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพต่อไปในอนาคตอยู่ในระดับมาก ท่านเต็มใจที่จะแนะนำเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ในระดับมาก ผลลัพธ์จากการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพมีผลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ในระดับมากและข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ท่านรู้สึกว่าอาหารเพื่อสุขภาพจำเป็นต่อร่างกายอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านข้อมูลส่วนบุคคล ด้านอาชีพ และคำจำกัดความหมายที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ปัจจัยด้านทัศนคติมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ปัจจัยด้านแรงจูงใจมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ : อาหารเพื่อสุขภาพ พฤติกรรมการบริโภค สุขภาพ ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ทัศนคติ แรงจูงใจ

Abstract

The objectives of "A Study on Factory Influencing on Healthy Food Consumption Behavior of Consumers in Bangkok" are as follows: 1) to study on Healthy Food Consumption Behavior of consumers in Bangkok; 2) to study on demographic factors influencing on Healthy Food Consumption Behavior; 3) to study on good attitude towards health influencing on Healthy Food Consumption Behavior; 4) to study on motivation influencing on Healthy Food Consumption Behavior. The populations of this research were 400 samples obtained by using convenience sampling. The sample size was calculate4d by using Yamane's formula (1967) with 95% Confidence Interval and error (e) of mean estimation at $\pm 5\%$. The research tool was questionnaire created by the research that was already tested on reliability with Cronbach's Alpha Analysis Test at $0.9=85$.

The results revealed that most respondents were 31-40 years old and they graduated in Bachelor Degree. They worked as employees of private companies with income ranged from 30,001 – 40,000 baht. Most of them spent money for buying healthy food less than 100 baht per meal and frequency of healthy food consumption was 2-3 times per week. They perceived news via internet/social network and they had the definition of healthy food as vegetarian food.

The results also revealed that opinion towards attitude was in high level in overall picture. When considering on each item, it could be ranked in the first 5 ranks in descending order as follows: The item on "You always follow up news on diseases caused by eating." was in the highest level followed by the item on "Person who eats healthy food pays attention on his/her health." that was in high level, the item on "Healthy food is cooked by using ingredients with no contamination." that was in high level, the item on "Healthy food can strengthen health." that was in high level, the item on "Healthy food can be cooked at home." that was in high level, and the item on "Healthy food consumption can prevent diseases." that was in the moderate level with the lowest level of mean, respectively.

The results revealed that opinion towards motivation was in high level in overall picture. When considering on each item, it could be ranked in the first 5 ranks in descending order as follows: The item on "Social media influences on healthy food consumption." was in the highest level followed by the item on

"Health care is the important thing making you consume healthy food." that was in high level, the item on "Close people, friends, or acquaintances influenced on healthy food consumption." that was in high level, the item on "Price of healthy food influences on healthy food consumption." that was in high level, the item on "The results of healthy food consumption influence on healthy food consumption." that was in high level, and the item on "Your work influences on healthy food consumption." that was in high level with the lowest level of mean, respectively.

The results revealed that opinion towards Healthy Food Consumption Behavior was in high level in overall picture. When considering on each item, it could be ranked in the first 5 ranks in descending order as follows: The item on "You think that healthy food consumption is a part of daily life." was in the highest level followed by the item on "You are satisfied with and admire healthy food consumption." that was in high level, the item on "You are going to consume healthy food continuously in the future." that was in high level, the item on "You are glad to suggest other persons on healthy food." that was in high level, the item on "The results of healthy food consumption influence on healthy food consumption." that was in high level, and the item on "You feel that healthy food is necessary for your body." that was in moderate level with the lowest level of mean, respectively.

Keywords: healthy food, consumption behavior, health, demographic factors, attitude, motivation

บทนำ

"อาหาร" เป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์ ซึ่งนับเป็นหนึ่งในปัจจัย 4 ในชีวิต อาหารมีความสำคัญต่อสิ่งมีชีวิตทุกชนิด และความต้องการอาหารของสิ่งมีชีวิตต่างก็มีความแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับกลุ่มของสิ่งมีชีวิตนั้นๆ สำหรับมนุษย์นั้นไม่สามารถปฏิเสธได้ว่า อาหารมีความสำคัญในการเสริมสร้างร่างกายและสติปัญญา ตลอดจนสุขภาพจิตใจของมนุษย์ อาหารจึงเป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์กับชีวิตของมนุษย์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าผู้บริโภคนั้นเลือกสรรอาหารที่เหมาะสมกับความต้องการของร่างกายได้มากน้อยเพียงใด เพื่อให้อาหารที่เราเลือกบริโภคเข้าสู่ร่างกายนั้นสร้างประโยชน์ให้กับร่างกาย และมีสุขภาพที่แข็งแรง สมบูรณ์ เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

ปัจจุบันการมีสุขภาพที่แข็งแรง สมบูรณ์เป็นความต้องการของคนทั่วโลก มนุษย์สรรหาวิธีที่จะสามารถทำให้ตนเองมีสุขภาพที่ดี ปราศจากโรคภัย รวมไปถึงการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของตนเองเพื่อตอบสนองความต้องการต่างๆ โดยวิธีการนั้นคือ การออกกำลังกาย การเลือกกินอาหารที่ดีต่อสุขภาพ การหาวิธีการดำเนินชีวิตอย่างถูกต้อง ซึ่งการบริโภคอาหารที่เป็นประโยชน์นั้นเป็นปัจจัยหลักในการที่มนุษย์จะสามารถสร้างสุขภาพที่ดีได้ในระยะยาว มนุษย์จึงหันมาสนใจ ใส่ใจกับการบริโภคอาหารที่ดีกันมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง อาหารที่เรารับประทานกันนั้นมีทั้งคุณประโยชน์และโทษต่อร่างกาย โดยจะขึ้นอยู่กับวิธีการทำ วัตถุดิบ เครื่องปรุง และปริมาณที่บริโภค เมื่อคนยุคใหม่หันมาใส่ใจสุขภาพกันมากขึ้น จึงเกิดการค้นคว้าหาข้อมูลเพื่อที่จะนำสิ่งที่มีประโยชน์เข้าสู่ร่างกายและทำให้ตัวเองห่างไกลจากโรคภัยไข้เจ็บ บางคนอาจมุ่งเน้นเลือกบริโภคอาหารจากธรรมชาติที่ผ่านการแปรรูปน้อยที่สุด เพื่อคงไว้ซึ่งองค์ประกอบทางธรรมชาติของอาหารนั้น ๆ ให้มากที่สุด แต่พฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารนั้นก็เป็นที่ยากถ้าจะปรับเปลี่ยนได้ในทันทีทันใด โดยหลักความจริงนั้นอาหารเชื่อว่าดีหรือไม่ดีไปทั้งหมด ขึ้นอยู่กับการเลือกบริโภค

ถ้าจะกล่าวถึงคำว่า "อาหารสุขภาพ" นั้นอาจมองได้หลายความหมาย ซึ่งสามารถมองในแบบตลาดเฉพาะต่อกลุ่มลูกค้าเฉพาะเจาะจงก็ได้เช่นกัน แต่โดยภาพรวมแล้วอาหารเพื่อสุขภาพเกิดจากผู้บริโภคที่มุ่งเน้นเป้าหมายเพื่อการมีสุขภาพที่ดีและการมีอายุที่ยืนยาว ดังนั้นผู้บริโภคจึงต้องการรักษาความสมดุลของอาหารที่รับประทานเข้าไปและ

ปรารถนาที่จะไม่มีโรคภัยไข้เจ็บ รวมทั้งการส่งผลต่อเนื่องไปยังการมีสุขภาพจิตที่ดีอีกด้วย ผู้บริโภคจึงเริ่มนำเรื่องการบริโภคอาหารและสุขภาพ มาเชื่อมโยงกัน เช่น ผู้บริโภคบางคนมองว่า หากบริโภคอาหารที่ดีจะมีผลดีต่อสุขภาพกายและใจของผู้บริโภคนั้น ในทางตรงข้ามหากมีการบริโภคไม่ถูกต้อง อาจก่อให้เกิดโรคร้ายต่างๆ ได้เช่น เบาหวาน ความดันโลหิตสูง โรคหัวใจ โรคอัมพาต เป็นต้น อีกทั้งมีการมองว่าวัยแต่ละวัยควรได้รับ อาหารที่แตกต่างกันตามวัย เช่นในวัยเด็ก เนื้อสัตว์ ไข่และนม ยังเป็นสิ่งจำเป็นเนื่องจากร่างกายมีการเจริญเติบโต ในขณะที่วัยผู้ใหญ่ควรจะหลีกเลี่ยงอาหารบางประเภท เช่น อาหารที่มีไขมันเป็น ส่วนประกอบหรืออาหารหวานที่มากเกินไป เพื่อไม่ให้เกิดผลเสียเป็นโรคภัยไข้เจ็บแก่ร่างกาย ดังนั้น การบริโภคอาหารที่ถูกหลัก จะช่วยเพิ่มภูมิคุ้มกันโรค ช่วยลดความเสี่ยงต่อการเกิดโรค และโรคแทรกซ้อนของผู้บริโภคได้และมีบางส่วนยังมองว่า อาหารจะทำให้อาหารเป็นยาได้อย่างไร ส่งผลให้ตลาดอาหารสุขภาพเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว (Laurujisawat, 2013)

อาหารหลักในยุคปัจจุบันเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อชีวิตของประชากร มนุษย์จำเป็นต้องรู้จักเลือกรับประทานทำให้ร่างกายแข็งแรงสมบูรณ์แต่เนื่องจากความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจทำให้ประชากรในยุคปัจจุบันมีเวลาจำกัด เร่งรีบ และไม่มีเวลาออกกำลังกาย จึงหันมาบริโภคอาหารคลีนแทนการบริโภคอาหารที่ส่งผลเสียต่อร่างกาย อาหารคลีนเป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มการเติบโตค่อนข้างดี ความต้องการทางตลาดก็เพิ่มมากขึ้น ทำให้หลักในการเลือกอาหารก็เพิ่มมากขึ้นด้วย จึงเป็นการนำส่วนประสมทางการตลาดเข้ามาจัดการธุรกิจ ดังนั้นผู้บริโภคควรปรับเปลี่ยนการบริโภคอาหารจากเดิมมาบริโภคคลีน ควรให้ข้อมูลความรู้แก่ผู้บริโภคและทราบถึงส่วนประสมทางการตลาด คือทราบถึงช่องทางการจัดจำหน่าย การเข้าถึงในการซื้อผลิตภัณฑ์หรือสินค้าได้สะดวก การทราบถึงวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ราคาเหมาะสม และการจัดโปรโมชั่นสำหรับชักจูงผู้บริโภคให้หันมาบริโภคอาหารคลีน ตลอดจนนำไปสู่การตัดสินใจบริโภคอาหารคลีน

สำหรับกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นเมืองหลวงของประเทศไทย ธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพก็มีการแข่งขันกันสูงมากและยิ่งปัจจุบันมีเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อได้สะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ประกอบกับการใช้ชีวิตของคนในเมือง ทำให้ไม่มีเวลามากนักในการออกกำลังกาย คนส่วนใหญ่จึงหันมาดูแลสุขภาพโดยการเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ จึงทำให้แนวโน้มในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของประเทศไทยที่เป็นความสำคัญหลักคือ ความสวยงามในการมีผิวพรรณ และมีรูปร่างที่ดีและยังคงมีความสำคัญอย่างต่อเนื่อง แต่ผู้บริโภคก็มักจะมีพฤติกรรมที่ตรงข้ามมักจะบริโภคอาหารที่ไม่ได้ส่งผลดีต่อสุขภาพหรือตามใจปาก วัตถุดิบผลิตภัณฑ์ของอาหารเพื่อสุขภาพ จึงต้องมีรสชาติที่ดี ไม่จืด ต้องไม่ทำลายสุขภาพ มีประโยชน์ที่ดีต่อผิวพรรณ และช่วยให้รูปร่างดีจะเป็น วัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคมุ่งสนใจมากขึ้นอยู่เสมอ

จากข้อมูลดังกล่าวการลดความเสี่ยงจากโรค ก็เป็นอีกทางเลือกของกลุ่มผู้บริโภคที่จะทำให้มีสุขภาพที่ดีขึ้นซึ่งสัมพันธ์กับในปัจจุบันที่ผู้บริโภคหันมาดูแลสุขภาพของตนเองมากขึ้น โดยมีการให้ทัศนคติที่ดีต่อผู้บริโภคให้ทราบถึงประโยชน์ของการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ รวมถึงการสนองความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดประโยชน์มากที่สุดในส่วนของการจัดจำหน่ายโดยมีการขยายช่องทางการจัดจำหน่าย การให้โปรโมชั่น ความคุ้มค่า หรือความเหมาะสมด้านราคาของตัวผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อเป็นการขยายกลุ่มผู้บริโภคและปัจจุบันอาหารเพื่อสุขภาพก็มีการพัฒนา โดยการเพิ่มเมนูอาหารและมีรสชาติที่ผู้บริโภคชอบ เพื่อสนองให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด และยังมีการผลิตอาหารเพื่อสุขภาพเพิ่มขึ้นจากเดิม เป็นการตอบสนองผู้บริโภค ความทันสมัย ความสะดวกสบาย ซึ่งเหมาะแก่สังคมไทยในปัจจุบันเป็นทางเลือกใหม่และตอบสนองรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค ที่ไม่มีเวลาดูแลสุขภาพตนเองแบบธรรมชาติ การใช้จ่ายบริโภคเพื่อแลกกับสุขภาพที่ดีด้วยอาหารส่งผลให้การตัดสินใจบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเกิดขึ้นอย่างมาก

วัตถุประสงค์การวิจัย

การศึกษานี้มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีการกำหนดวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ
3. เพื่อศึกษาทัศนคติต่อสุขภาพที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ
4. เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ
2. ปัจจัยด้านทัศนคติมีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ
3. ปัจจัยด้านแรงจูงใจมีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการศึกษานี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ สำหรับการศึกษาครั้งนี้เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งมีรายละเอียดเกี่ยวกับการสร้างแบบสอบถามดังต่อไปนี้

1. ทบทวนวัตถุประสงค์ และตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา
2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสาร งานวิจัย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
3. ทำการสร้างแบบสอบถามเพื่อถามเกี่ยวกับความคิดเห็นในประเด็นต่อไปนี้ คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจ และข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ.
4. นำแบบสอบถามที่ได้ทำการสร้างขึ้นและนำไปเสนอให้กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบเนื้อหาและเสนอแนะปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์
5. ทำการปรับปรุงแก้ไขและได้เสนอผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเนื้อหาอีกครั้ง
6. ทำการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะให้ถูกต้อง
7. นำแบบสอบถามไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน เพื่อหาความเชื่อมั่นและนำผลที่ได้เข้าปรึกษากับอาจารย์
8. ได้ทำการปรับปรุงแก้ไขเพื่อความสมบูรณ์ และได้นำไปเสนออาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาอีกครั้งก่อนที่จะแจกแบบสอบถามจริง 400 ชุด

การตรวจสอบเนื้อหาใจความสำคัญ ผู้วิจัยทำการนำเสนอแบบสอบถามที่สร้างขึ้นกับอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบความถูกต้องอย่างครบถ้วน และความสอดคล้องสัมพันธ์กับเนื้อหาแบบสอบถามที่ตรงกับเรื่องที่ได้ทำการศึกษาสืบค้น การตรวจสอบความเชื่อมั่น ผู้วิจัยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ ครอนแบ็ช อัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3.1 ตารางความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม

ตัวแปร	จำนวนข้อ	ค่าความเชื่อมั่น
ด้านข้อมูลส่วนบุคคล	9	0.96
ด้านทัศนคติ	25	0.79
ด้านแรงจูงใจ	15	0.89
ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค	7	0.91
รวม	56	0.89

การตรวจสอบความเชื่อมั่นได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแต่ละประเด็น และค่าความเชื่อมั่นรวม 0.89 สำหรับแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจะมีการผ่านการตรวจสอบเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิเรียบร้อยแล้ว จึงสรุปได้ว่าแบบสอบถามที่ได้มาจากการสร้างขึ้น สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้

องค์ประกอบของแบบสอบถาม

ผู้ทำวิจัยได้ออกแบบสอบถามซึ่งประกอบด้วย 4 ส่วนพร้อมกับวิธีการตอบคำถามดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ช่วงราคาที่คุณมักใช้จ่ายเมื่อรับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพต่อมื้อ ความถี่ในการรับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพ ท่านรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพจากแหล่งใดบ้าง และเมื่อนึกถึงคำว่า “อาหารเพื่อสุขภาพ” ท่านนึกถึงข้อใดเป็นอันดับแรก ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายเปิด

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านทัศนคติ ซึ่งเป็นลักษณะของคำถามปลายเปิด ประกอบด้วยคำถามย่อยที่แบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยมาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) และให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่คะแนนมากที่สุดคือ 5 และคะแนนน้อยที่สุดคือ 1

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านแรงจูงใจ ซึ่งเป็นลักษณะของคำถามปลายเปิดประกอบด้วยคำถามย่อยที่แบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยมาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) และให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่คะแนนมากที่สุดคือ 5 และคะแนนน้อยที่สุดคือ 1

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งเป็นลักษณะของคำถามปลายเปิดประกอบด้วยคำถามย่อยที่แบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยมาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) และให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่คะแนนมากที่สุดคือ 5 และคะแนนน้อยที่สุดคือ 1

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอนต่อไปนี้ คือ

1. ผู้วิจัยอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับเนื้อหาภายในแบบสอบถามและวิธีการตอบแก่ตัวแทนและทีมงาน
2. ผู้วิจัยหรือตัวแทนและทีมงาน เข้าไปในสถานที่ต่างๆ ที่ต้องการศึกษาตามที่ระบุข้างต้น
3. ผู้วิจัยหรือตัวแทนและทีมงาน ได้แจกแบบสอบถามให้กลุ่มเป้าหมายและรอจนกระทั่งผู้ตอบแบบสอบถามตอบแบบสอบถามครบถ้วน ซึ่งในระหว่างนั้นหากผู้ตอบมีข้อสงสัยเกี่ยวกับคำถาม ผู้วิจัยหรือทีมงานจะตอบข้อสงสัยนั้น

การแปลผลข้อมูล

ผู้ทำวิจัยได้กำหนดค่าอันตรภาคชั้น สำหรับการแปลผลข้อมูลโดยคำนวณค่าอันตรภาคชั้นเพื่อช่วงชั้น ด้วยการใช้สูตรคำนวณและคำอธิบายสำหรับแต่ละช่วงชั้นดังต่อไปนี้ (พินิตา สุขุมจริยพงศ์, 2556)

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} = 0.805 \end{aligned}$$

ช่วงชั้นของค่าคะแนน

- 1.00 - 1.80
- 1.81 - 2.60
- 2.61 - 3.40
- 3.41 - 4.20
- 4.21 - 5.00

คำอธิบายสำหรับการแปลผล

- ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด
- ระดับความคิดเห็นน้อย
- ระดับความคิดเห็นปานกลาง
- ระดับความคิดเห็นมาก
- ระดับความคิดเห็นมากที่สุด

การวิเคราะห์มาตรวัดข้อมูล

ในขั้นตอนนี้เป็นการวิเคราะห์มาตรวัดของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรทั้งหมดเพื่อกำหนดค่าสถิติที่เหมาะสมสำหรับประมวลผล การตีความ และการสรุปผลการทดสอบสมมุติฐานและผลการศึกษางานวิจัย การวิเคราะห์มาตรวัดของข้อมูลซึ่งแบ่งเป็นข้อมูลดังนี้ (มัลลิกา บุนนาค, 2548)

ตารางที่ 3.2 ตารางแสดงการวิเคราะห์มาตรวัดของข้อมูล

ข้อมูลของแต่ละตัวแปร	ประเภทของมาตรวัด	ลักษณะของการวัด
1. ข้อมูลทางประชากรศาสตร์		
เพศ	นามบัญญัติ	1. หญิง 2. ชาย
อายุ	จัดอันดับ	1. 20 – 30 ปี 2. 31 – 40 ปี 3. 41 – 50 ปี 4. 51 – 60 ปี
ระดับการศึกษา	นามบัญญัติ	1. ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี 2. ปริญญาตรี 3. ปริญญาโท 4. ปริญญาโทขึ้นไป
อาชีพ	นามบัญญัติ	1. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ 2. พนักงานบริษัทเอกชน 3. ธุรกิจส่วนตัว 4. นักเรียน/นักศึกษา 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ข้อมูลของแต่ละตัวแปร	ประเภทของมาตรวัด	ลักษณะของการวัด
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จัดอันดับ	<ol style="list-style-type: none"> ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท 15,001 – 30,000 บาท 30,001 – 40,000 บาท 40,001 – 50,000 บาท มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป
ช่วงราคาที่คุณมักใช้จ่ายเมื่อรับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพต่อมื้อ	จัดอันดับ	<ol style="list-style-type: none"> น้อยกว่า 100 บาท 101 – 200 บาท 201 – 300 บาท มากกว่า 301 บาทขึ้นไป
ความถี่ในการรับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพ	นามบัญญัติ	<ol style="list-style-type: none"> ทุกวัน 2 – 3 ครั้งต่อสัปดาห์ สัปดาห์ละครั้ง เดือนละครั้ง
ท่านรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพจากแหล่งใดบ้าง	นามบัญญัติ	<ol style="list-style-type: none"> อินเทอร์เน็ต/โซเชียลเน็ตเวิร์ค โทรทัศน์ บุคคลอื่นแนะนำ นิตยสารหรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ
เมื่อนึกถึงคำว่า "อาหารเพื่อสุขภาพ" ท่านนึกถึงข้อใดเป็นอันดับแรก	นามบัญญัติ	<ol style="list-style-type: none"> อาหารคลีน อาหารไขมันต่ำ อาหารเจ อาหารมังสวิรัต
2. ปัจจัยด้านทัศนคติ	อันตรภาคชั้น	<ol style="list-style-type: none"> ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด ระดับความคิดเห็นน้อย ระดับความคิดเห็นปานกลาง ระดับความคิดเห็นมาก ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
3. ปัจจัยด้านแรงจูงใจ	อันตรภาคชั้น	<ol style="list-style-type: none"> ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด ระดับความคิดเห็นน้อย ระดับความคิดเห็นปานกลาง ระดับความคิดเห็นมาก ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
4. พฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ	อันตรภาคชั้น	<ol style="list-style-type: none"> ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด ระดับความคิดเห็นน้อย ระดับความคิดเห็นปานกลาง ระดับความคิดเห็นมาก ระดับความคิดเห็นมากที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

ผู้ทำวิจัยได้กำหนดค่าสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล อธิบายตัวแปรของการศึกษารังนี้ไว้ดังนี้ คือ

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สำหรับการอธิบายผลการศึกษาในเรื่อง ต่อไปนี้คือ

ตัวแปรด้านคุณสมบัติของตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ช่วงราคาที่คุณมักใช้จ่ายเมื่อรับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพต่อมื้อ ความถี่ในการรับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพ ท่านรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพจากแหล่งใดบ้าง และเมื่อนึกถึงคำว่า “อาหารเพื่อสุขภาพ” ท่านนึกถึงข้อใดเป็นอันดับแรก ซึ่งเป็นข้อมูลที่ใช้มาตรวจวัดนามบัญญัติและจัดอันดับ เนื่องจากไม่สามารถวัดเป็นมูลค่าได้ และผู้วิจัยต้องการบรรยายเพื่อให้ทราบถึงจำนวนตัวอย่างจำแนกตามคุณสมบัติเท่านั้น ดังนั้น สถิติที่เหมาะสม คือ ค่าความถี่ (จำนวน) และค่าร้อยละ

ตัวแปรระดับความคิดเห็น ได้แก่ ปัจจัยด้านทัศนคติ ปัจจัยด้านแรงจูงใจ และพฤติกรรมในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ เป็นข้อมูลที่ใช้มาตรวจวัดอันดับ เนื่องจากผู้ทำการศึกษาได้กำหนดค่าการให้คะแนนในแต่ละระดับ และต้องการทราบจำนวนประชากรตัวอย่าง และค่าเฉลี่ยคะแนนของแต่ละระดับความคิดเห็น สถิติที่ใช้จึงได้แก่ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. สถิติเชิงอ้างอิง (Inferential Statistics)

ผู้ทำวิจัยได้ใช้สถิติเชิงอ้างอิงสำหรับการอธิบายผลการศึกษารังนี้ไว้ดังนี้ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ในลักษณะของการส่งผลกระทบระหว่างตัวแปรอิสระหลายตัว ได้แก่ ปัจจัยด้านทัศนคติ ปัจจัยด้านแรงจูงใจ และพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งใช้มาตรวจวัดอันดับและเพื่อทดสอบถึงความแตกต่างที่ตัวแปรอิสระดังกล่าวแต่ละตัวแปรตาม ดังนั้นจึงใช้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regressions)

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีผลสรุปการศึกษา ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท ส่วนใหญ่มีช่วงราคาที่ใช้จ่ายค่าอาหารเช้าเพื่อสุขภาพต่อมือน้อยกว่า 100 บาท มีความถี่ในการบริโภค 2 – 3 ครั้งต่อสัปดาห์ มีแหล่งการรับรู้ข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต/โซเชียลเน็ตเวิร์ค มีค่าจำกัดความว่าอาหารมังสวิรัต จำนวน 105 คน

2. ปัจจัยด้านทัศนคติ ผลการศึกษา พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านทัศนคติ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก แยกเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 5 อันดับแรก ได้แก่ ท่านมีการติดตามข่าวสารการเกิดโรคภัยต่างๆ จากการรับประทานอาหารเช้าอยู่เสมออยู่ในระดับมากที่สุดรองลงมาคือ คนที่รับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพคือคนที่ใส่ใจดูแลสุขภาพอยู่ในระดับมาก อาหารเพื่อสุขภาพเป็นอาหารที่ใช้วัตถุดิบปราศจากสิ่งเจือปนอยู่ในระดับมาก อาหารเพื่อสุขภาพเป็นสิ่งที่ช่วยให้สุขภาพแข็งแรงขึ้นอยู่ในระดับมาก อาหารเพื่อสุขภาพสามารถทำรับประทานเองที่บ้านได้อยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ การรับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพช่วยป้องกันโรคต่างๆได้อยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ

3. ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ผลการศึกษา พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านแรงจูงใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก แยกเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 5 อันดับแรก ได้แก่ สื่อต่างๆ ทางโซเชียลมีเดียมีผลต่อการบริโภคอาหารเช้าเพื่อสุขภาพอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ การดูแลสุขภาพเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้คุณรับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพอยู่ในระดับมาก คนใกล้ชิดตัว เพื่อน หรือคนรู้จักมีผลต่อการรับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพอยู่ในระดับ

มาก ราคาของอาหารเพื่อสุขภาพที่เหมาะสมกับคุณภาพมีผลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ในระดับมาก ผลลัพธ์จากการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพมีผลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ในระดับมากและข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ การทำงานของท่านมีผลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

4. พฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ผลการศึกษา พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก แยกเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 5 อันดับแรก ท่านคิดว่าการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันอยู่ในระดับมากที่สุดรองลงมาคือ ท่านรู้สึกพอใจ ชื่นชอบในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ในระดับมาก ท่านตั้งใจที่จะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพต่อไปในอนาคตอยู่ในระดับมาก ท่านเต็มใจที่จะแนะนำเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ในระดับมาก ผลลัพธ์จากการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพมีผลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ในระดับมากและข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ท่านรู้สึกว่าการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจำเป็นต่อร่างกายอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

5. ผลการทดสอบสมมติฐาน ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านข้อมูลส่วนบุคคล ด้านอาชีพและค่าจำกัดความหมายที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ปัจจัยด้านทัศนคติมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ปัจจัยด้านแรงจูงใจมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

อภิปรายผลการศึกษาวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท มีช่วงราคาที่ใช้จ่ายต่อมื้อน้อยกว่า 100 บาท มีความถี่ในการบริโภค 2 – 3 ครั้งต่อสัปดาห์ มีแหล่งการรับรู้ข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต/โซเชียลเน็ตเวิร์ค มีค่าจำกัดความว่าอาหารมังสวิรัต ตามลำดับ เนื่องจากผู้บริโภคในกลุ่มตัวอย่างนั้นเป็นผู้ที่มีช่วงอายุวัยกลางคน และเป็นผู้ที่กำลังทรัพย์ที่สามารถซื้ออาหารเพื่อสุขภาพได้ อีกทั้งยังได้รับคำแนะนำมาจากสื่ออินเทอร์เน็ต/โซเชียลเน็ตเวิร์คที่สามารถแพร่กระจายข่าวเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพได้อย่างรวดเร็วอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพันธ์ อมรประเสริฐชัย (2554) ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ประเภทบั้งย่างสุกี้ และชาบูชาบูของผู้บริโภคในพื้นที่ฝั่งธนบุรีกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้บริโภคตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงช่วงอายุ 25-34 ปี โสด จบการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป มีอาชีพรับราชการหรือพนักงานบริษัทเอกชน และงานวิจัยของ พลอยไพลิน คำแก้ว (2559) ศึกษา ปัจจัยที่อิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 26-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษา ปริญญาตรีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ รับจ้าง รายได้ประมาณ 20,001–30,000 บาท โดยมีค่าใช้จ่าย ในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ น้อยกว่า 100 บาทต่อครั้ง และมีความถี่ในการรับประทาน อาหารเพื่อสุขภาพคือ 2-3 ครั้งต่ออาทิตย์มีการรับรู้ข่าวสารว่าอาหารเพื่อสุขภาพคือ อาหารคลีนมากที่สุด และอินเทอร์เน็ต/ โซเชียลเน็ตเวิร์คเป็นช่องทางการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพ

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านทัศนคติ พบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก แยกเป็นรายข้อพบว่า ท่านมีการติดตามข่าวสารการเกิดโรคร้ายต่าง ๆ จากการรับประทานอาหารอยู่เสมออยู่ในระดับมากที่สุด และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ การรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพช่วยป้องกันโรคต่าง ๆ ได้อยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ เนื่องจาก ผู้บริโภคมีความตระหนักถึงปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลต่อสุขภาพจึงมีการติดตามข่าวสารต่าง ๆ อยู่เสมอ แต่ผู้บริโภคยังมีความรู้ที่ไม่เพียงพอจึงรู้สึกว่า การบริโภคอาหารสุขภาพนั้นจะทำให้ป้องกันโรคต่าง ๆ ได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณิชฎภัทร วัฒนถาวร (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับ ความสำคัญมาก ปัจจัยรูปแบบการ

ดำเนินชีวิตโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพรรณ ป้อมสุข (2554) ทำการศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ และปัจจัยที่สัมพันธ์กันในกลุ่มประชาชนวัยทำงานในชุมชนเมืองและชุมชนชนบท อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี พบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของประชาชนวัยทำงานในชุมชนเมืองและชุมชนชนบท อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรีอยู่ในระดับมาก

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านแรงจูงใจ พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก แยกเป็นรายข้อพบว่า สื่อต่างๆ ทางโซเชียลมีเดียมีผลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ในระดับมากที่สุด และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ การทำงานของท่านมีผลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ในระดับมากตามลำดับ เนื่องจากในสังคมปัจจุบันเป็นสังคมในยุคอินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะทำอะไรอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทในทุกๆด้าน เช่นเดียวกับผลการวิจัยที่ว่าสื่อต่างๆ ทางโซเชียลมีเดียมีผลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพรรณ ป้อมสุข (2554) ทำการศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ และปัจจัยที่สัมพันธ์กันในกลุ่มประชาชนวัยทำงานในชุมชนเมืองและชุมชนชนบท อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของประชาชนวัยทำงานในชุมชนเมืองและชุมชนชนบท อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรีอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พลอยไพลิน คำแก้ว (2559) ศึกษา ปัจจัยที่อิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่าอินเทอร์เน็ต/ โซเชียลเน็ตเวิร์คเป็นช่องทางการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพมากที่สุด

4. การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ สามารถสรุปผลตามภาพรวมในแต่ละปัจจัยได้ดังนี้

4.1 เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เนื่องจาก ผู้หญิงกับผู้ชายนั้นต้องการในการดูแลตนเองและรักสุขภาพเหมือนกัน จึงไม่จำเป็นว่าเพศใดจะมีการบริโภคอาหารสุขภาพที่มากกว่ากัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพันธ์ อมรประเสริฐชัย (2554) ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มี อิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ประเภทบั้งย่างสุกและชาบูชาบูของผู้บริโภคในพื้นที่ฝั่งธนบุรีกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ประเภทบั้งย่างสุกและชาบูชาบูของผู้บริโภคในพื้นที่ฝั่งธนบุรีกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

4.2 อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เนื่องจากอายุเป็นปัจจัยที่มีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรมการแสดงออก แต่ทัศนคติต่อการบริโภคนั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับอายุเพียงอย่างเดียว แต่อาจเกี่ยวเนื่องกันในหลายๆปัจจัยไม่ว่าใครก็อยากจะมีสุขภาพที่ดีด้วยกันทั้งนั้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปราโมทย์ มิตรชู (2555) ศึกษาเรื่อง เจตคติเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ของพนักงานบริษัทเอกชน ในอาคารเสริมมิตร เขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้าน อายุที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของพนักงาน บริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร และงานวิจัยของ ศิริพันธ์ อมรประเสริฐชัย (2554) ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มี อิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ประเภทบั้งย่างสุกและชาบูชาบูของผู้บริโภคในพื้นที่ฝั่งธนบุรีกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วย อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ประเภทบั้งย่างสุกและชาบูชาบูของผู้บริโภคในพื้นที่ฝั่งธนบุรีกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

4.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เนื่องจาก การดูแลสุขภาพนั้นเป็นสิ่งที่ทุกตระหนกและรับรู้ได้ด้วยประสบการณ์หรือการบอกเล่าต่างๆ ไม่ว่าจะมีการศึกษาระดับใดก็ล้วนแล้วแต่สามารถบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพได้เช่นเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับ

งานวิจัยของ ศิริพันธ์ อมรประเสริฐชัย (2554) ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มี อิทธิพลต่อ พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ประเภทบั้งย่างสุกและชาบูชาบูของผู้บริโภคใน พื้นที่ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วย ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ประเภทบั้งย่างสุกและชาบูชาบูของผู้บริโภคใน พื้นที่ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธิติมา พัดลม (2555) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการ ตัดสินใจซื้ออาหารคินฟู๊ดส์ ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้าน ประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย ระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารคินฟู๊ดส์ผ่านสื่อ อิเล็กทรอนิกส์ในเขต กรุงเทพมหานครที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.4 อาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ 0.05 เนื่องจากแต่ละอาชีพนั้นมีความเสี่ยงต่อการรับสารสารเคมีหรือการบริโภคอาหารที่แตกต่างกัน รวมทั้ง รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน จึงส่งผลให้ผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ ธิติมา พัดลม (2555) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารคินฟู๊ดส์ ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในเขต กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีอาชีพที่ต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ อาหารคินฟู๊ดส์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในเขต กรุงเทพมหานครที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ งานวิจัยของ ปราโมทย์ มิตรชู (2555) ศึกษาเรื่อง เจตคติเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภค อาหารเพื่อสุขภาพ ของพนักงานบริษัทเอกชน ในอาคารเสริมมิตร เขตกรุงเทพมหานคร พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันผล ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของพนักงาน บริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทาง สถิติ 0.05

4.5 รายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ 0.05 เนื่องจากอาหารสุขภาพนั้นส่วนใหญ่เป็นผักผลไม้ และสามารถปลูกเองได้หรือหาซื้อได้ในราคาถูก อีกทั้ง ยังมีแบบสำเร็จรูปที่มีหลากหลายราคา จึงทำให้พฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้อง กับงานวิจัยของ ปราโมทย์ มิตรชู (2555) ศึกษาเรื่อง เจตคติเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภค อาหารเพื่อสุขภาพ ของพนักงานบริษัทเอกชน ในอาคารเสริมมิตร เขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน รายได้ ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของพนักงาน บริษัทเอกชนในเขต กรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพันธ์ อมรประเสริฐชัย (2554) ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดบริการที่มี อิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ประเภทบั้งย่างสุกและชาบูชาบูของผู้บริโภค ใน พื้นที่ฝั่งธนบุรีกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์รายได้ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรร มการให้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ประเภทบั้งย่างสุกและชาบูชาบูของผู้บริโภคใน พื้นที่ฝั่งธนบุรีกรุงเทพมหานครไม่ แตกต่างกัน

4.6 ช่วงราคาที่ใช้จ่ายต่อมื้อที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เนื่องจากอาหารสุขภาพนั้นมีราคาที่หลากหลายตามแต่วัตถุดิบที่เลือกใช้ จึงทำให้ ผู้บริโภคสามารถเลือกบริโภคได้เหมือนกัน และราคาที่ไม่แตกต่างกันมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พลอยไพลิน คำแก้ว (2559) ศึกษา ปัจจัยที่อิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร พบว่า ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร

4.7 ความถี่ในการบริโภคที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพไม่แตกต่างกัน อย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เนื่องจาก ผู้บริโภคที่เลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพส่วนใหญ่จะทำเป็นประจำจนเป็นนิสัย และความเคยชินอยู่แล้วดังนั้น ความถี่ในการบริโภคนั้นจึงไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ พลอยไพลิน คำแก้ว (2559) ศึกษา ปัจจัยที่อิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะบริโภคอาหาร

เพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ความถี่ในการบริโภคต่อสัปดาห์ ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

4.8 การรับรู้ผ่านสื่อที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เนื่องจากข่าวสารเกี่ยวกับอาหารสุขภาพนั้นมียุ่อย่างแพร่หลายไม่ว่าจะเป็นทางอินเทอร์เน็ต หนังสือนิตยสาร หรือรายการโทรทัศน์ต่างก็ได้นำเสนอข้อมูลที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทร วัฒนถาวร (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนของผู้บริโภคของประชากรในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า การรู้จักอาหารคลีนจากแหล่งใดที่ต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนของผู้บริโภคของประชากรในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.0

4.9 คำจำกัดความหมายที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เนื่องจากผู้บริโภคแต่ละคนก็มีทัศนคติและความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพในมุมมองที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทร วัฒนถาวร (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนของผู้บริโภคของประชากรในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ความหมายของอาหารคลีนในมุมมองของผู้บริโภคที่ต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนของผู้บริโภคของประชากรในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านทัศนคติมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ พบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เนื่องจาก ผู้บริโภคนั้นมีความรู้สึกที่อาหารเพื่อสุขภาพมีคุณค่าทางโภชนาการ ไม่ใช่สารปรุงแต่งที่เป็นอันตรายต่อร่างกาย อีกทั้งอาหารเพื่อสุขภาพเป็นสิ่งที่ช่วยให้สุขภาพแข็งแรงขึ้น จึงส่งผลให้มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พลอย ไพลิน คำแก้ว (2559) ศึกษา ปัจจัยที่อิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านค่านิยมทางด้านสุขภาพด้านทัศนคติต่อรสชาติด้านความคาดหวังเรื่องความชื่นชอบและด้านการรับรู้เกี่ยวกับอาหารสุขภาพมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการตัดสินใจที่จะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านแรงจูงใจมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เนื่องจาก ผู้บริโภคนั้นรับรู้ถึงผลลัพธ์ที่ได้จากการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ ทั้งการดูแลสุขภาพเป็นสิ่งสำคัญ ละยังพบว่าความหลากหลายของอาหารเพื่อสุขภาพมีมากสามารถเลือกได้ตามความต้องการหรือที่เหมาะสมกับร่างกายของตน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพรรณ ป้อมสุข (2554) ทำการศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ และปัจจัยที่สัมพันธ์กันในกลุ่มประชาชนวัยทำงานในชุมชนเมืองและชุมชนชนบท อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี พบว่า ปัจจัยนำด้านจิตวิทยา ได้แก่ความรู้ ($r = .250$) แรงจูงใจ ($r = .327$) มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษานี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากความกรุณาและความช่วยเหลือเป็นอย่างสูงจากอาจารย์ที่ปรึกษา รศ.ลดาวัลย์ ยมจินดา ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าในการให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ และตรวจแก้ไขความบกพร่อง พร้อมทั้งอธิบายให้ผู้จัดทำวิจัยได้เข้าใจในรายละเอียดได้เป็นอย่างดี ผู้จัดทำวิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย และขอขอบคุณอาจารย์ทุกท่านในภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่ได้อบรมสั่งสอนประสิทธิประสาทวิชาความรู้ที่เป็นประโยชน์ให้แก่ผู้จัดทำวิจัย

ผู้จัดทำวิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และครอบครัว ที่ได้ดูแลเอาใจใส่ และเป็นกำลังใจในด้านการศึกษาเล่าเรียน จนทำให้ผู้จัดทำวิจัยสามารถจัดทำวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม รวมถึงผู้ช่วยเหลือทุกท่าน ที่ได้กรุณาให้ความร่วมมือที่เป็นประโยชน์ในการทำวิจัยครั้งนี้ และข้อมูลที่ได้จากการทำวิจัยในครั้งนี้ ผู้จัดทำวิจัยขอให้ผู้ที่สนใจทุกท่านนำวิจัยฉบับนี้ไปใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาองค์กรที่เกี่ยวข้องต่อไป

ผู้จัดทำวิจัย

นางสาว ประภาภรณ์ พรพงษ์ไพศาลกุล