



ผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้านสุขภาพต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อ  
สุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา

**The Impact of Health Consciousness and Health Knowledge towards Generation  
Y's Intention to Purchase Healthy Food in Hat Yai, Songkhla.**

วริศรา บุปผากิจ

**Waritsara Bupphakit**

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

**A Minor Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Business Administration**

**Prince of Songkla University**

**2561**

**ชื่อสารนิพนธ์** ผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้านสุขภาพต่อความตั้งใจซื้ออาหาร  
เพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา

**ผู้เขียน** นางสาววิศรา บุปผากิจ

**สาขาวิชา** บริหารธุรกิจ

---

**อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์**

**คณะกรรมการสอบ**

.....  
(ดร.ปิยะนุช ปรีชานนท์)

.....ประธานกรรมการ  
(ดร.ปิยะนุช ปรีชานนท์)

..... กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรศักดิ์ จินดาบถ)

..... กรรมการ  
(ดร.สุนันทา เหมทานนท์)

.....  
(ดร.สุนันทา เหมทานนท์)

ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาบริหารธุรกิจ

ชื่อสารนิพนธ์ ผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้านสุขภาพต่อความตั้งใจซื้ออาหาร  
เพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา  
ผู้เขียน นางสาววิศรา นุปผากิจ  
สาขาวิชา บริหารธุรกิจ  
ปีการศึกษา 2560

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความใส่ใจสุขภาพ ความรู้ด้านสุขภาพ และ  
ความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา และ  
ศึกษาผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้านสุขภาพต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ  
ของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มเจน  
เนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา จำนวน 397 ตัวอย่าง เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการใช้  
แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วย ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบ  
ผลกระทบด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ส่วนใหญ่มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 23-27  
ปี และ 28-32 ปี แต่ละช่วงอายุคิดเป็นร้อยละ 25.94 เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.93 สถานภาพ  
โสด คิดเป็นร้อยละ 65.99 มีระดับการศึกษาสูงสุดคือปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 69.27 อาชีพ  
พนักงานเอกชน / ห้างร้าน คิดเป็นร้อยละ 38.54 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001 – 20,000  
บาท คิดเป็นร้อยละ 29.97 โดยกลุ่มตัวอย่างมีความใส่ใจสุขภาพในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.19 มี  
ความรู้ด้านสุขภาพในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.91 และมีความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพในระดับมาก  
คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.16 นอกจากนี้จากผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ พบว่า ความใส่ใจสุขภาพ  
(Beta = 0.43) และความรู้ด้านสุขภาพ (Beta = 0.27) สามารถร่วมกันพยากรณ์เป็นปัจจัยที่มี  
ผลกระทบต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัด  
สงขลา ได้ร้อยละ 29 ( $R^2 = 0.29$ ) ซึ่งผู้ที่มีความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้านสุขภาพมากก็จะมี  
ความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพมากเช่นกัน ดังนั้นผู้ประกอบการเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพจะต้อง  
นำเสนอและกระตุ้นผู้บริโภคให้ใส่ใจและมีความรู้ด้านสุขภาพมากขึ้นเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทาง  
การตลาดในอนาคต

<b>Minor Thesis Title</b>	The Impact of Health Consciousness and Health Knowledge towards Generation Y's Intention to Purchase Healthy Food in Hat Yai, Songkhla.
<b>Author</b>	Miss Waritsara Bupphakit
<b>Major Program</b>	Business Administration
<b>Academic Year</b>	2017

### **ABSTRACT**

The objectives of this research are to study the health consciousness, health knowledge, intention to purchase healthy food of generation Y in Hat Yai, Songkhla as well as the impact of health consciousness and health knowledge towards generation Y's intention to purchase healthy food in Hat Yai, Songkhla. The samples of this study are 397 of Generation Y in Hat Yai, Songkhla. Data was collected by questionnaires and was analyzed by frequency, percentage, mode, average and standard deviations. The Influence was analyzed based on multiple regression analysis at statistical significance level of 0.05.

The result the research shows that most of the sample are people at the average age of 23-27 and 28-32 years old (25.94 percent for each age range), female (56.93 percent), people with single status (65.99 percent), people holding a bachelor's degree (69.27 percent), private sector workers (38.54 percent) and monthly income earners at the average of 10,001-20,000 Baht (29.27 percent). From the sample, there is a high level of health consciousness (mean 4.19) and a high level of health knowledge (mean 3.91) as well as a high level of the intention to purchase healthy food (mean 4.16). Furthermore according to the multiple regression analysis, the health consciousness (Beta = 0.43) altogether with health knowledge (Beta = 0.27) can be predicted to be Generation Y's intention to purchase healthy food factor in Hat Yai, Songkhla at 29 percent ( $R^2 = 0.29$ ) showing that the value of health consciousness and health knowledge positively influences the Generation Y's Intention to Purchase Healthy Food in Hat Yai, Songkhla. Therefore, healthy food entrepreneurs shall present and stimulate the customers to have more health consciousness and knowledge in order to get more market share in the future.

## กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำสารนิพนธ์เล่มนี้ สำเร็จลุล่วงได้เป็นอย่างดีอันเนื่องด้วยการได้รับความกรุณาให้คำแนะนำ คำปรึกษา ตรวจสอบข้อบกพร่องและเสนอแนะแนวทางแก้ไข จนส่งผลให้การจัดทำสารนิพนธ์เล่มนี้มีความสมบูรณ์ทั้งในส่วนของเนื้อหา รูปแบบ และการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ จากบุคคลดังต่อไปนี้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์และประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์ ดร.ปิยะนุช ปริษานนท์ ผู้ให้ความกรุณาในการให้คำแนะนำ ปรึกษาและเสนอแนวคิดที่เป็นประโยชน์ ตลอดจนการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความใส่ใจเป็นอย่างดียิ่ง

กรรมการสอบสารนิพนธ์ ดร.สุนันทา เหมทานนท์ ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาในการอ่านและให้คำแนะนำเกี่ยวกับการแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ เพื่อให้เนื้อหาของสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้วเสร็จอย่างสมบูรณ์

กรรมการสอบสารนิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรศักดิ์ จินดาบถ ผู้เสียสละเวลาตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินการจนแล้วเสร็จ ทั้งยังเป็นผู้ชี้แนะแนวทางการวิจัย ให้คำปรึกษา แนะนำการตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องซึ่งผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาเป็นอย่างยิ่ง

คณาจารย์ ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และอาจารย์พิเศษทุกๆ ท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ต่างๆ อย่างเต็มความสามารถให้กับผู้วิจัย รวมถึงทีมงานหลักสูตรทุกท่านที่อำนวยความสะดวกและเป็นผู้ดำเนินการอันเป็นส่วนหนึ่งให้สารนิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณบิดา มารดา ญาติพี่น้อง เพื่อนสนิทมิตรสหายและนักศึกษาปริญญาโทบริหารธุรกิจทุกๆ ท่านที่คอยให้การสนับสนุน ช่วยเหลือและเป็นกำลังใจที่ดี รวมทั้งเจ้าของหนังสือ รายงานทางวิชาการ วิทยานิพนธ์และสารนิพนธ์ที่ผู้วิจัยใช้อย่างอิง เพื่อเป็นแนวทางในการจัดทำสารนิพนธ์ให้มีความถูกต้องและทำให้อ้างอิงมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจศึกษาสืบไป

วิศรา นุปผากิจ

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	(3)
ABSTRACT.....	(4)
กิตติกรรมประกาศ.....	(5)
สารบัญ.....	(6)
รายการตาราง.....	(8)
รายการภาพประกอบ.....	(10)
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
1.4 ขอบเขตงานวิจัย.....	4
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความใส่ใจสุขภาพ.....	5
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ด้านสุขภาพ.....	9
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อ.....	12
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพ.....	14
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับเงินเนอเรนซ์นวย.....	17
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	21
2.7 กรอบแนวคิด.....	24
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	25
3.1 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง วิธีการสุ่มตัวอย่าง.....	25
3.2 รูปแบบการวิจัย.....	27
3.3 เครื่องมือในการวิจัย.....	27
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	31
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	32

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	34
4.1 สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	34
4.2 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	35
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	36
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	55
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	56
5.2 อภิปรายผล.....	59
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	62
บรรณานุกรม.....	64
ภาคผนวก.....	69
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	70
ประวัติผู้เขียน.....	75



## รายการตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	แสดงรายการอาหารเพื่อสุขภาพและอาหารบริโภคนิยม	15
3.1	แสดงผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability Statistics) ของแบบสอบถาม	31
4.1	แสดงความถี่และร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	36
4.2	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความใส่ใจสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา	39
4.3	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความรู้ด้านสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา	40
4.4	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา	42
4.5	แสดงผลการเปรียบเทียบความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา จำแนกตามช่วงอายุ	43
4.6	แสดงผลการเปรียบเทียบความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา จำแนกตามเพศ	44
4.7	แสดงผลการเปรียบเทียบความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา จำแนกตามสถานภาพ	45
4.8	แสดงผลการเปรียบเทียบความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	46

## รายการตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.9	แสดงผลการเปรียบเทียบความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเงิน เนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลาจำแนกตามอาชีพ	47
4.10	แสดงผลการเปรียบเทียบความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเงิน เนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา จำแนกตามอาชีพ เปรียบเทียบเป็นรายคู่	48
4.11	แสดงผลการเปรียบเทียบความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเงิน เนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลาจำแนกตามรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	49
4.12	แสดงที่มีผลกระทบต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเงิน เนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา	50
4.13	แสดงผลการวิเคราะห์ผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้าน สุขภาพต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเงินเนอเรชั่นวาย ในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิง พหุ (Multiple Regression Analysis)	51
4.14	แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเงินเนอ เรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา	51

## รายการภาพประกอบ

ภาพที่		หน้า
1	แผนภูมิแสดงกระบวนการเกิดความใส่ใจสุขภาพ	8
2	กรอบแนวคิดการวิจัย	24

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา กลุ่มผู้บริโภคทั่วไปมีความใส่ใจและดูแลสุขภาพเพิ่มมากขึ้น อันมีสาเหตุมาจากกระแสการใส่ใจสุขภาพและความต้องการมีรูปร่างที่ดีของผู้บริโภคโดยมุ่งหวังให้อาหารมาสร้างสมดุลให้ร่างกายและช่วยลดความเสี่ยงจากการเป็นโรคต่าง ๆ โดยจากการสำรวจของ Euromonitor พบว่ามูลค่าตลาดอาหารเพื่อสุขภาพทั่วโลกมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ในปี 2560 แนวโน้มเติบโตเฉลี่ยปีละ 7% มูลค่าตลาดประมาณ 1 ล้านล้านเหรียญหรือประมาณร้อยละ 15 ของมูลค่าอาหารและเครื่องดื่มทั้งหมด ประเทศที่บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก ส่วนใหญ่เป็นประเทศที่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง เช่น สหรัฐอเมริกา เยอรมนี ฝรั่งเศส และจีน (หน่วยงาน Euromonitor International, 2559)

กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ซึ่งเป็นรุ่นของคนหนุ่มสาวที่เกิดระหว่างปี ค.ศ.1980-ค.ศ.2000 มีลักษณะเด่นคือความสามารถในการปรับตัวและการใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน ตลอดจนมีการให้ความสำคัญในด้านคุณค่า ประสบการณ์ชีวิต แรงจูงใจ และการปรับตัวของพฤติกรรม การซื้อ (Lee & Kotler, 2016) จะเห็นได้ว่ากลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) เป็นพนักงานรุ่นล่าสุด และเป็นคนกลุ่มใหญ่ในตลาดแรงงานที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ (พนิดา, 2559) ซึ่งปัจจุบันกลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) มีประมาณหนึ่งในสามของประชากรโลก สำหรับประเทศไทย จากจำนวนประชากรทั้งหมด 65.9 ล้านคน มีกลุ่มเจนเนอเรชันวายเป็นจำนวนมากที่สุดเช่นกัน โดยมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 34 เช่นเดียวกับอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลาซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีจำนวนประชากรอาศัยอยู่มาก ด้วยเป็นเมืองศูนย์กลางทางธุรกิจการค้าและการบริการของภาคใต้ มีกลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) อาศัยอยู่ในสัดส่วนที่มากที่สุด โดยมีจำนวนมากถึง 43,140 คน (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง, 2561)

การสำรวจของ ETDA พบว่ากลุ่มเจนเนอเรชั่นวายของไทยมีความใส่ใจสุขภาพน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายชาติตะวันตก ซึ่งเจนเนอเรชั่นวายชาติตะวันตกมีพฤติกรรมการทานอาหารแบบรักสุขภาพ แต่เจนเนอเรชั่นวายไทยกลับไม่มีการรักษาสุขภาพมากนัก โดยพฤติกรรมของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายไทยซึ่งเป็นกลุ่มคนที่เกิดมาในยุคเปลี่ยนผ่านสู่เทคโนโลยี มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) มากเป็นอันดับหนึ่ง แต่กลับมีพฤติกรรมการดูแลสุขภาพน้อยที่สุด คนกลุ่มนี้มีการใช้จ่ายด้านอาหารสูงสุดถึงร้อยละ 77 ของรายจ่าย โดยนิยมรับประทานอาหารนอกบ้านหรืออาหารสำเร็จรูปมากขึ้น มีพฤติกรรมทางกายที่น้อย มีอัตราการดื่มแอลกอฮอล์ สูบบุหรี่ และไม่เห็นความสำคัญของการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ นอกจากนี้ยังมีการวิจัยจาก Economic Intelligence Center (EIC) ที่แสดงให้เห็นว่า เจนเนอเรชั่นวายไทยมีการใส่ใจสุขภาพน้อยมาก ขณะที่เจนเนอเรชั่น เอ็กซ์ (Generation X) และ เจนเนอเรชั่น บี (Generation B) ของไทยนั้นมีการใส่ใจสุขภาพที่มากกว่า (สถาบันวิจัยประชากรและสังคมมหาวิทยาลัยมหิดล, 2560) ซึ่งการใส่ใจสุขภาพนี้ส่งผลในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการดูแลสุขภาพเชิงป้องกันอันเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างเสริมสุขภาพที่ดี ช่วยให้อายุยืน ลดภาวะการเกิดโรคภัยไข้เจ็บ (Jayanti & Burns, 1998) กล่าวคือหากเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) มีการใส่ใจสุขภาพ ดูแลสุขภาพเชิงป้องกันจะทำให้มีร่างกายแข็งแรง สุขภาพดีขึ้น ลดความสูญเสียในค่าใช้จ่ายด้านพยาบาล นับได้ว่าก่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง บุคคลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนภาครัฐบาล

นอกจากความใส่ใจสุขภาพแล้ว ความรู้ด้านสุขภาพก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ส่งผลในเชิงบวก ต่อการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน โดยมีงานวิจัยกล่าวว่าความรู้ด้านสุขภาพมีอิทธิพลต่อการเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพและการรับประทานอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ (Johnson & Johnson, 1985) ในขณะที่ Boechner, Kohn & Rockwell (1990) พบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างความรู้ด้านสุขภาพกับพฤติกรรมการกินอาหารที่ดีขึ้น โดยทั่วไปเชื่อกันว่าความรู้ช่วยในการค้นหาข้อมูลและผู้บริโภคที่มีความรู้ความเข้าใจจะได้รับและเก็บรักษาข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อเทียบกับคนที่มีรู้น้อย (Jayanti & Burns, 1998) ซึ่งประเทศไทยเองก็เล็งเห็นความสำคัญของความรู้ด้านสุขภาพ โดยกระทรวงสาธารณสุขได้จัดทำคลังความรู้สุขภาพเพื่อถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนหลากหลายช่องทาง ทั้งสิ่งพิมพ์ หนังสือ สื่อโทรทัศน์ ตลอดจนเว็บไซต์ ซึ่งในการจัดทำเว็บไซต์นั้น กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุขจัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์หลักในการเป็นศูนย์กลางในการเผยแพร่ข้อมูลความรู้ด้านสุขภาพที่เชื่อถือได้และเป็นข้อมูลที่จำเป็นสำหรับประชาชน

จากผู้เชี่ยวชาญด้านการแพทย์และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง อันจะทำให้ประชาชนคนไทยมีความรู้ด้านสุขภาพที่ถูกต้อง เชื่อถือได้ ทันสถานการณ์ ได้รับความสะดวก และง่ายในการเข้าถึงข้อมูลสุขภาพที่จำเป็น (กระทรวงสาธารณสุข, 2561) ทั้งนี้จึงเป็นที่น่าสนใจว่ากลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ซึ่งมีลักษณะเด่นด้านความสามารถในการใช้เทคโนโลยีและเครือข่ายสังคมออนไลน์จะใช้ความสามารถด้านนี้ในการค้นคว้าและทำความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้ด้านสุขภาพมากน้อยเพียงใด

จากการเติบโตของตลาดอาหารเพื่อสุขภาพทั่วโลกที่สูงขึ้นและความใส่ใจในสุขภาพของเจนเนอเรชั่นวายไทยที่ต่ำลง ตลอดจนประเด็นเกี่ยวกับความรู้ด้านสุขภาพของเจนเนอเรชั่นวายไทยซึ่งเป็นกลุ่มประชากรที่มีสัดส่วนมากที่สุดในปัจจุบัน อันจะส่งอิทธิพลต่อการเติบโตของตลาดอาหารเพื่อสุขภาพในประเทศไทย จึงเป็นที่มาของการศึกษาผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้านสุขภาพที่มีต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา เพื่อเป็นข้อมูลในการนำไปสู่การวางแผน ปรับปรุง พัฒนาตลาดสินค้าอาหารเพื่อสุขภาพ รวมไปถึงเป็นแนวทางให้หน่วยงานสุขภาพของภาครัฐวางแผนส่งเสริมสุขภาพแก่เจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) และเจนเนอเรชั่นอื่น ๆ ในประเทศไทยต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความใส่ใจสุขภาพ ความรู้ด้านสุขภาพและความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้านสุขภาพต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

## 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพสามารถนำข้อมูลที่ได้จากผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างกลยุทธ์และปรับปรุงการตลาดให้สอดคล้องกับผู้บริโภคมากที่สุด

2. หน่วยงานด้านสุขภาพจากภาครัฐรวมไปถึงองค์กรอื่น ๆ สามารถนำข้อมูลที่ได้จากผลการวิจัยไปปรับใช้เป็นแนวทางในการกระตุ้นให้กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลาบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้น

#### 1.4 ขอบเขตงานวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา: ในการวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเรื่องผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพและระดับความรู้เกี่ยวกับสุขภาพต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา

2. ขอบเขตด้านพื้นที่: พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ อำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา

3. ขอบเขตด้านเวลา: ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ 2 เดือน ตั้งแต่เดือนเมษายนถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ.2561

#### 1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **ความใส่ใจสุขภาพ (Health Consciousness)** หมายถึง ระดับการให้ความสำคัญด้านสุขภาพในการดำเนินชีวิตประจำวัน โดยมีวิถีชีวิตแบบดูแลสุขภาพ (Jayanti & Burns, 1998)

2. **ความรู้ด้านสุขภาพ (Health Knowledge)** หมายถึง ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมดูแลสุขภาพเชิงป้องกันอันเกิดจากกระบวนการเรียนรู้ของแต่ละบุคคล (Jayanti & Burns, 1998)

3. **ความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention)** หมายถึง ความมุ่งมั่นของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งแสดงถึงการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ เป็นตัวเลือกแรก (Zeithaml, Berry & Parasuraman, 1990)

4. **เจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y)** หมายถึง กลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี ค.ศ.1980-ค.ศ.2000 ซึ่งปัจจุบันมีอายุระหว่าง 18-38 ปี มีลักษณะเด่นคือมีความสามารถในการปรับตัวและการใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน ตลอดจนมีพฤติกรรมให้ความสำคัญในด้านคุณค่า ประสบการณ์ชีวิต แรงจูงใจ และสามารถปรับพฤติกรรมซื้อทั่วไป (Lee & Kotler, 2016)

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเรื่องผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้านสุขภาพต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชันวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา โดยแบ่งหัวข้อตามลำดับดังนี้

2.1. แนวคิดเกี่ยวกับความใส่ใจสุขภาพ (Health Consciousness)

2.2. แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ด้านสุขภาพ (Health Knowledge)

2.3. แนวคิดและเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention)

2.4. แนวคิดเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพ (Healthy Food)

2.5. แนวคิดเกี่ยวกับเจนเนอเรชันวาย (Generation Y)

2.6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.7. กรอบแนวคิด

#### 2.1. แนวคิดเกี่ยวกับความใส่ใจสุขภาพ (Health Consciousness)

แม้ปัจจุบันทั่วโลกจะมีกระแสดันตัวกับความใส่ใจสุขภาพที่สูงขึ้น รวมทั้งประเทศไทยเอง อันแสดงได้จากมูลค่าการลงทุนในธุรกิจด้านสุขภาพที่เพิ่มสูงขึ้นเนื่องจากสังคมกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ และคนวัยอื่น ๆ ก็หันมาใส่ใจสุขภาพมากยิ่งขึ้น (กระทรวงพาณิชย์, 2561) แต่กลับพบว่ากลุ่มเจนเนอเรชันวายซึ่งเป็นกลุ่มคนวัยแรงงานกลุ่มใหญ่ที่สุดในประเทศไทย มีการใส่ใจสุขภาพลดต่ำลงอย่างน่าเป็นห่วง (สถาบันวิจัยประชากรและสังคมมหาวิทยาลัยมหิดล, 2560) ทั้งนี้การรักษาสภาพของมนุษย์มีค่าใช้จ่ายจำนวนมาก จำเป็นจะต้องมีการดูแลสุขภาพของตนตั้งแต่เริ่มแรก เพื่อป้องกันปัญหาสุขภาพ



ที่จะตามมาในภายหลัง ซึ่งความใส่ใจสุขภาพ (Health Consciousness) จะทำให้เกิดพฤติกรรมการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน (Preventive Health Care Behavior) (Jayanti & Burns, 1998) ทางผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาถึงระดับความใส่ใจสุขภาพของเจนเนอเรชันวายอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา โดยทำการทบทวนวรรณกรรมในส่วนของแนวคิดเกี่ยวกับความใส่ใจสุขภาพ (Health Consciousness) ซึ่งประกอบไปด้วย นิยามความหมายของความใส่ใจสุขภาพ ระดับของความใส่ใจสุขภาพ องค์ประกอบที่มีผลต่อระดับของความใส่ใจสุขภาพ และกระบวนการการเกิดความใส่ใจสุขภาพ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### 2.1.1. นิยามความหมายของความใส่ใจสุขภาพ

Becker, Maiman, Kirscht, Haefner & Drachman (1977) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การใส่ใจสุขภาพ คือการประเมินระดับความพร้อมของพฤติกรรมสุขภาพ นอกจากนี้ยังเป็นการเปลี่ยนแปลงความกังวลเกี่ยวกับสุขภาพไปสู่พฤติกรรมปรับเปลี่ยนการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ โดยคำนึงถึงผลลัพธ์ที่ดีต่อร่างกาย

Jayanti & Burns (1998) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความใส่ใจสุขภาพคือระดับการให้ความสำคัญด้านสุขภาพในการดำเนินชีวิตประจำวัน โดยมีวิถีชีวิตแบบดูแลสุขภาพ

Ling-Yu & Shang-Hui (2013) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ผู้บริโภคที่มีความใส่ใจเรื่องสุขภาพคือ คนที่มีความต้องการที่จะมีสุขภาพที่ดีควบคู่ไปกับมีพฤติกรรมทางกายที่ดี เช่น การเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพและอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย

ทานตะวัน ดันติทวีวัฒนา (2557) กล่าวว่า การใส่ใจเรื่องสุขภาพเป็นผลมาจากมุมมองเรื่องสุขภาพเฉพาะตัวบุคคลที่ส่งผลต่อความตระหนักด้านสุขภาพ

จึงกล่าวได้ว่า ความใส่ใจสุขภาพ (Health Consciousness) คือ ระดับของการให้ความสำคัญ และทำให้เกิดความตระหนักอันทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการดูแลสุขภาพของแต่ละบุคคล

### 2.1.2. ระดับของความใส่ใจสุขภาพ

กุชงค์ ตั้งนรกุล (2559) มีการแบ่งส่วนของตลาดโดยแบ่งออกได้ตามระดับความใส่ใจสุขภาพ (Health Consciousness) ซึ่งสามารถสังเกตได้จากการจับจ่ายใช้สอยบริการเพื่อสุขภาพต่าง ๆ โดยสามารถแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มที่มีการใส่ใจสุขภาพสูง: เป็นกลุ่มที่มีกำลังทรัพย์ในการใช้จ่ายบริการเพื่อสุขภาพ โดยคนกลุ่มนี้มีศักยภาพและความเต็มใจเป็นอย่างมากสำหรับการซื้อบริการเพื่อสุขภาพในทุกรูปแบบ

2. กลุ่มที่ใส่ใจสุขภาพสูงแต่อาจจะไม่มีเงินทองมากมายสำหรับการใช้จ่ายในด้านสุขภาพอย่างเต็มที่: เป็นกลุ่มที่มีความต้องการที่จะดูแลสุขภาพในราคาที่ประหยัด คนกลุ่มนี้มีความต้องการที่จะได้บริการทางสุขภาพใหม่ ๆ แต่ก็ต้องเผชิญกับค่าบริการสุขภาพที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

3. กลุ่มคนที่มีกำลังทรัพย์เพียงพอในการดูแลสุขภาพแต่ยังไม่ค่อยใส่ใจสุขภาพของตนเองมากนัก: เป็นกลุ่มที่มักมีความเชื่อมั่นในตัวเองสูงว่าสามารถดูแลตนเองได้ ไม่เคยประสบกับปัญหาด้านสุขภาพ จึงไม่มีความสนใจด้านสุขภาพ หากต้องการเจาะตลาดคนกลุ่มนี้จะต้องกระตุ้นให้เห็นถึงความสำคัญของสุขภาพ สร้างความตระหนักในสุขภาพ และเน้นการให้บริการของการป้องกันมากกว่ารักษา

4. กลุ่มที่ไม่มีกำลังทรัพย์และไม่ใส่ใจในสุขภาพ: เป็นกลุ่มที่ต้องการการบริการแบบรักษามาตรฐานพื้นฐาน และเน้นไปที่การประหยัดค่าใช้จ่ายในการซื้อบริการสุขภาพเป็นหลัก

### 2.1.3. องค์ประกอบที่มีผลต่อระดับของความใส่ใจสุขภาพ

ภิญญาภรณ์ เพ็ญภินันท์ (2554) กล่าวว่า ความใส่ใจสุขภาพเกิดจากทัศนคติที่มีต่อสิ่งเร้า อันได้แก่ บุคคล สถานการณ์กลุ่มสังคม และสิ่งต่าง ๆ ที่โน้มน้าวหรือที่จะตอบสนองในทางบวกหรือทางลบ เป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ โดยองค์ประกอบสำคัญที่ก่อให้เกิดความใส่ใจมีอยู่ด้วยกัน 3 ประการดังนี้

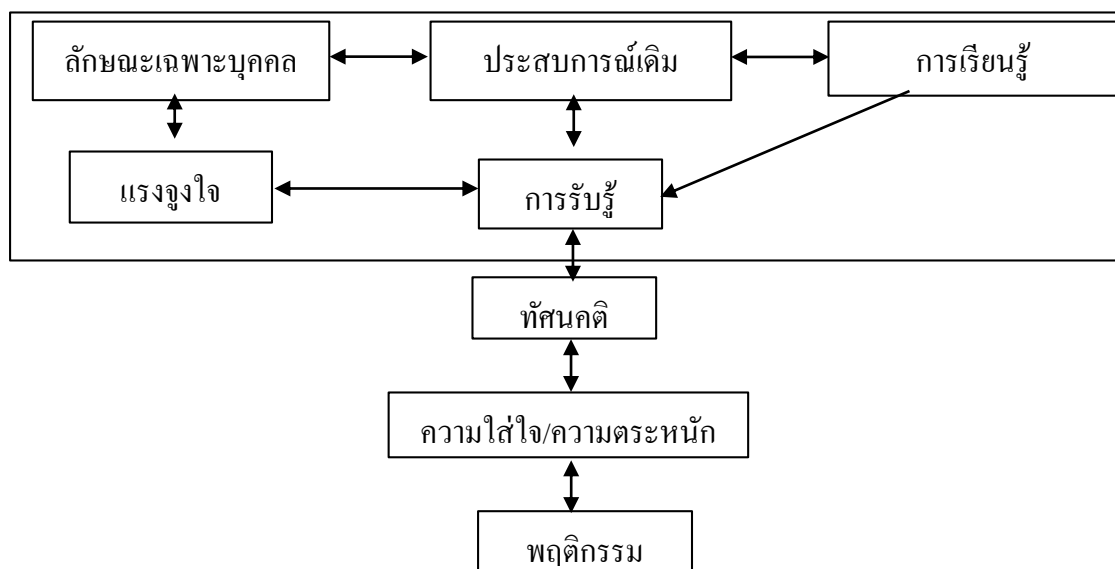
1. ความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Component) หมายถึง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาหรือข้อเท็จจริง โดยจะเริ่มจากระดับที่ง่ายสุดและพัฒนาให้มากขึ้นตามลำดับ

2. อารมณ์ความรู้สึก (Affective Component) ซึ่งเป็นลักษณะอย่างหนึ่งทางอารมณ์ของบุคคลแต่ละบุคคล เป็นความรู้สึกด้านค่านิยม ทัศนคติ ความตระหนัก การตัดสินใจ ความชอบหรือไม่ชอบ เป็นองค์ประกอบในการที่จะประเมินสิ่งเร้าต่าง ๆ

3. พฤติกรรม (Behavior Component) เป็นผลมาจากความคิดที่เกิดขึ้น เป็นการแสดงออกทางกายด้วยวาจาท่าทางและมีการแสดงความรู้สึกในรูปแบบของพฤติกรรมส่วนบุคคลให้แสดงออกมาในรูปแบบพฤติกรรมต่อสิ่งเร้า ซึ่งสามารถสังเกตการกระทำได้โดยง่าย

#### 2.1.4. กระบวนการเกิดความรู้สึกสุขภาพ

Eagle, Kollat & Backwell (1968:34-35) กล่าวถึงกระบวนการเกิดความรู้สึกสุขภาพว่าเกิดจากการที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งยอมรับหรือมีการรับรู้ว่าคุณภาพเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ หรือมีค่านิยมทางสุขภาพอย่างใดอย่างหนึ่ง เมื่อมีทัศนคติและค่านิยมก็จะนำไปสู่การทำให้ปฏิบัติหรือพฤติกรรมทางด้านสุขภาพที่แตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นผลมาจากลักษณะท่าทางหรืออุปนิสัย (Personality Characteristic) อันสืบเนื่องมาจากความต้องการหรือสิ่งจูงใจ ตั้งแต่ความต้องการทางด้านร่างกายจนรวมถึงความต้องการทางด้านจิตใจร่วมกับข้อมูลที่เก็บสะสมไว้หรือประสบการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีต (Stored Information and Past Experience) ที่ผ่านมาหรือเกิดจากการที่บุคคลได้เรียนรู้เรื่องราวต่าง ๆ ที่ผ่านเข้ามาในชีวิต ไม่ว่าจะเข้ามาในรูปแบบข่าวสารหรือการรับรู้ข้อมูล หรือการกระทำด้วยตนเอง หรือมีประสบการณ์ด้วยตนเองนำมาเก็บรวบรวมไว้เป็นความรู้เพื่อใช้ในการพิจารณาแยกแยะและปฏิบัติต่อตัวกระตุ้นต่าง ๆ มาผสมรวมเข้าด้วยกัน ซึ่งสามารถเขียนเป็นแผนภูมิได้ ดังนี้



ภาพที่ 1 แผนภูมิแสดงกระบวนการเกิดความรู้สึกสุขภาพ

ที่มา: Eagle, Kollat & Backwell, 1968

## 2.2. แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ด้านสุขภาพ (Health Knowledge)

ความรู้ด้านสุขภาพเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ส่งผลในเชิงบวกต่อการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน โดยทั่วไปเชื่อกันว่า ความรู้ช่วยในการค้นหาข้อมูลและผู้บริโภคที่มีความรู้ความเข้าใจจะได้รับและเก็บรักษาข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อเทียบกับคนที่มีควมรู้่น้อยทั้งในแง่ของความรู้ทั่วไปและความรู้เกี่ยวกับสุขภาพ (Jayanti & Burns, 1998) ซึ่งประเทศไทยเองก็เล็งเห็นความสำคัญของความรู้ด้านสุขภาพเช่นกัน ภาครัฐบาลต้องการให้ประชาชนคนไทยมีความรู้ด้านสุขภาพที่ถูกต้อง เชื่อถือได้ ทันสถานการณ์ (กระทรวงสาธารณสุข, 2561) ทางผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาถึงความรู้ด้านสุขภาพของเจนเนอเรชันวาย อำเภอลาดบัวหลวง จังหวัดสงขลา และได้ทำการทบทวนวรรณกรรมในส่วนของแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ด้านสุขภาพ (Health Knowledge) ซึ่งประกอบไปด้วย นิยามความหมายของความรู้ด้านสุขภาพ การประเมินระดับความรู้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรู้ และความรู้ด้านสุขภาพกับการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

### 2.2.1. นิยามความหมายของความรู้ด้านสุขภาพ

Bloom (1988) ได้ให้ความหมายของ ความรู้ ว่า เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการระลึกถึงสิ่งเฉพาะเรื่องหรือเรื่องทั่ว ๆ ไประลึกได้ด้วยวิธีการ กระบวนการ หรือสถานการณ์ต่าง ๆ โดยเน้นความจำ ทั้งนี้ บุคคลส่วนมากจะรับรู้เบื้องต้นผ่านประสบการณ์แล้วจัดระบบเป็น โครงสร้างของความรู้ผสมผสานระหว่างความจำกับสภาพจิตวิทยา ความรู้จึงเป็นความจำที่เลือกสรรให้สอดคล้องกับสภาพจิตใจของตน ซึ่งความรู้ทำให้ผู้เรียนได้รู้ถึงความสามารถในการจำ และรำลึกถึงเหตุการณ์ และประสบการณ์ที่เคยพบมาแล้ว

Patrick Meredith (1966) กล่าวว่า ความรู้ (Knowledge) จำเป็นต้องมีองค์ประกอบ 2 อย่างด้วยกัน คือ ความเข้าใจ (Understanding) และการคงอยู่ (Retaining) เนื่องจากความรู้เป็นการที่เราสามารถจำได้ในบางสิ่งบางอย่างที่เราเข้าใจมันแล้ว

World Health Organization (WHO) ได้ให้ความหมายของสุขภาพไว้ว่าหมายถึง สภาวะแห่งความสมบูรณ์ของร่างกาย และจิตใจ รวมทั้งการดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข เชื่อมโยงกันเป็นองค์รวมอย่างสมดุล

Jayanti & Burns (1998) กล่าวว่า ความรู้ด้านสุขภาพ (Health Knowledge) หมายถึง ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม การดูแลสุขภาพเชิงป้องกันอันเกิดจากกระบวนการเรียนรู้ของแต่ละบุคคล

จึงกล่าวได้ว่าความรู้ด้านสุขภาพ (Health Knowledge) คือ ข้อมูลเกี่ยวกับสภาวะสมบูรณ์ของร่างกายและจิตใจที่เกิดจากกระบวนการเรียนรู้ของแต่ละบุคคลก่อนเป็นความเข้าใจและคงอยู่นำไปสู่พฤติกรรมดูแลสุขภาพ

### 2.2.2. การประเมินระดับความรู้

Bloom (1988) แยกการประเมินระดับความรู้ไว้ 6 ระดับ ดังนี้

1. ระดับที่ระลึกได้ (Recall) เป็นระดับที่มีความสามารถในการดึงข้อมูลออกมาจากความจำได้
2. ระดับที่รวบรวมสาระสำคัญได้ (Comprehensive) เป็นระดับที่สามารถทำบางสิ่งบางอย่างได้มากกว่าการจำเนื้อหาที่ได้รับ สามารถเขียนข้อความด้วยถ้อยคำของตนเอง สามารถแสดงให้เห็นได้ด้วยภาพ ให้ความหมายแปลความ และเปรียบเทียบความคิดอื่น ๆ หรือคาดคะเนผลที่จะเกิดขึ้นต่อไปได้
3. ระดับของการนำไปใช้ (Application) เป็นระดับที่สามารถนำเอาข้อเท็จจริง และความคิดเห็นที่เป็นนามธรรมไปปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม
4. ระดับของการวิเคราะห์ (Analysis) เป็นระดับที่สามารถให้ความคิดในรูปของการนำความคิดมาแยกส่วน เป็นประเภท หรือการนำข้อมูลมาประกอบกันเพื่อปฏิบัติของตนเอง
5. ระดับของการสังเคราะห์ (Analysis) เป็นระดับที่สามารถนำเอาข้อมูล แนวความคิดมาประกอบกันแล้วนำไปสู่การสร้างสรรค์ในสิ่งต่างจากเดิม
6. ระดับการประเมิน (Evaluation) เป็นระดับที่มีความสามารถในการใช้ข้อมูลเพื่อตั้งเกณฑ์การรวบรวมผล และวัดข้อมูลตามมาตรฐาน เพื่อให้ตั้งข้อตัดสินถึงระดับของประสิทธิผลของกิจกรรมแต่ละอย่างได้

### 2.2.3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรู้

ในแต่ละบุคคลต่างมีความรู้ความเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ มากน้อยไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับสภาพความพร้อมในแต่ละสถานการณ์ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อความรู้ความเข้าใจ แสงจันทร์ โสภากาล (2550) ได้อธิบายเกี่ยวกับผลสัมฤทธิ์ในการเรียนรู้ที่มีความสอดคล้องกัน กล่าวคือพบว่าผลสัมฤทธิ์ในการเรียนรู้มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบ 2 ประการ คือ องค์ประกอบทางด้านสติปัญญาและองค์ประกอบด้านที่ไม่ใช่สติปัญญา ซึ่งองค์ประกอบที่ไม่ใช่สติปัญญา ได้แก่ องค์ประกอบทางด้านเศรษฐกิจ สังคม ครอบครัว และการจงใจ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นซึ่งมีความสัมพันธ์กับความรู้ แบ่งเป็น 2 ปัจจัย ดังนี้

#### 2.2.3.1. ปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งประกอบด้วย

1. ระดับการศึกษา การศึกษามีอิทธิพลต่อการแสดงออกเพราะจะทำให้บุคคลมีความรู้และมีความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ อย่างมีเหตุและมีผล
2. ความเชื่อ หมายถึง ความรู้สึกริเริ่มกิดของบุคคลในการยอมรับต่อสิ่งต่าง ๆ ซึ่งอาจแตกต่างกัน
3. สถานภาพทางสังคม หมายถึง สิทธิและหน้าที่ที่มีต่อผู้อื่นและสังคม
4. ประสบการณ์ เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจและส่งผลต่อความคิดเห็น

#### 2.2.3.2. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งประกอบด้วย

1. ครอบครัว หมายถึง การสะสมความรู้โดยตรงหรือทางอ้อม จากระเบียบ วิธีปฏิบัติ กฎเกณฑ์ และค่านิยมต่าง ๆ ที่กลุ่มคนในครอบครัวได้กำหนดไว้เป็นระเบียบของวามประพฤติและความสัมพันธ์ของสมาชิกในครอบครัวนั้น
2. กลุ่มและสมาคมที่เกี่ยวข้อง มีอิทธิพลต่อบุคคลอย่างมาก เพราะเมื่อบุคคลอยู่ในกลุ่มหรือสังคมใดต้องยอมรับ และปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของกลุ่มและสังคมนั้น
3. สื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ซึ่งมีอิทธิพลอย่างมากต่อการเรียนรู้ และการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นของบุคคล

#### 2.2.4. ความรู้ด้านสุขภาพกับการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน

จากการศึกษาของ Jayanti & Burns (1998) นำไปสู่ข้อสรุปที่ว่า ความรู้ด้านสุขภาพส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน ทั้งในการเลือกรับประทานอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ การรับประทานอาหารที่มีคุณภาพ ทั้งยังมีข้อสังเกตว่า ความรู้นั้นช่วยในการค้นหาข้อมูล หากผู้บริโภคมีความรู้ด้านสุขภาพ เข้าใจและจดจำได้ จะนำสู่พฤติกรรมตอบสนองต่อสุขภาพและมีประสิทธิภาพในการดำเนินวิถีชีวิตแบบดูแลสุขภาพสูงขึ้น

#### 2.3. แนวคิดเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention)

ทางผู้วิจัยต้องการศึกษาถึงความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของเจนเนอเรชันวายอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา จึงได้ทำการทบทวนวรรณกรรมในส่วนของแนวคิดความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) ซึ่งประกอบไปด้วย นิยามความหมายของความตั้งใจซื้อ และปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจซื้อ ซึ่งมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

##### 2.3.1. นิยามความหมายของความตั้งใจซื้อ

Golnaz, Zainalabidin, Mad & Phuah (2011) กล่าวว่าความตั้งใจซื้อ (Purchase intention) หมายถึง การแสดงความรู้ความเข้าใจในการเตรียมพร้อมของบุคคลในการปฏิบัติพฤติกรรมตามที่กำหนด

Zeithami, Berry, & Parasuraman (1990) กล่าวว่าความตั้งใจซื้อ (Purchase intention) หมายถึง การแสดงถึงการเลือกใช้บริการใดบริการหนึ่งเป็นตัวเลือกแรก ซึ่งสามารถสะท้อนถึงพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคได้ โดยความตั้งใจซื้อเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับจิตใจที่บ่งบอกถึงแผนการของผู้บริโภคที่จะซื้อสินค้าในตราสินค้าใดสินค้าหนึ่ง ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ทั้งนี้ความตั้งใจซื้อเกิดขึ้นมาจากทัศนคติที่มีต่อตราสินค้าของผู้บริโภคและความมั่นใจของผู้บริโภคในการประเมินตราสินค้าที่ผ่าน

จึงกล่าวได้ว่า ความตั้งใจซื้อ (Purchase intention) คือการแสดงถึงการเลือกใช้บริการใดบริการหนึ่ง หรือ ซื้อสินค้าใดสินค้าหนึ่งเป็นอย่างแรก อันเป็นพฤติกรรมที่บุคคลนั้นกำหนดด้วยกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับจิตใจ

### 2.3.2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจซื้อ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจซื้อ (Zeithami, Berry, & Parasuraman, 1990) ได้แก่

1. เพศ เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีการกำหนดเป็นบรรทัดฐานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจซื้อ โดยเฉพาะเพศชายและเพศหญิงที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่มสังคมที่มีระบบที่กำหนดแตกต่างกันไป จะส่งผลสะท้อนออกมาจากพฤติกรรมการตั้งใจจะบริโภค เพราะจะเป็นรูปแบบที่สามารถตัดสินใจได้จากเพศชายและหญิงว่ามีพฤติกรรมการตั้งใจจะบริโภคแตกต่างกันในด้านไหน อย่างไรก็ตาม ชายและหญิงนั้น ต่างก็มีคุณลักษณะที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะระดับของความพึงพอใจส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงไม่ใช่สิ่งที่น่าแปลกที่พฤติกรรมการตั้งใจซื้อ จะแตกต่างกันไปด้วย

2. อาชีพ เป็นสิ่งที่จะช่วยสะท้อนให้เห็นถึง ทักษะคติ ทัศนคติ และรูปแบบของการใช้ชีวิตของแต่ละบุคคลรูปแบบการบริโภคของแต่ละบุคคลนั้น จะมีอิทธิพลมาจากกลุ่มอาชีพประการหนึ่งด้วย เพราะกลุ่มอาชีพที่มีความแตกต่างกัน โดยเฉพาะนั้น จะมีพฤติกรรมการตั้งใจซื้อ สูงกว่าในสิ่งที่เป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตนเองนั้นสนใจเป็นพิเศษ

3. ระดับการศึกษา เป็นสิ่งที่สะท้อนและครอบคลุมไปถึงประสบการณ์การศึกษาและการเรียนรู้ทักษะต่าง ๆ ที่เฉพาะเจาะจงอีกด้วย โดยสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะเป็นสิ่งที่ลึกซึ้งหรือไม่อย่างไรนั้น จำเป็นต้องศึกษาเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ และการตัดสินใจในเชิงบวกและเชิงลบประกอบกันด้วย ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า ระดับการศึกษา เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการที่บุคคลจะมีพฤติกรรมการตั้งใจซื้อแตกต่างกัน เนื่องจากประสบการณ์และการเรียนรู้ทักษะต่าง ๆ นั้นแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคลนั่นเอง

4. รายได้ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อกระบวนการตั้งใจซื้อและพฤติกรรมความตั้งใจซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ เพราะว่ามีผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีด้านพฤติกรรมความตั้งใจซื้อที่แตกต่างกันอีกทั้งยังนำปัจจัยด้านรายได้ดังกล่าวนี้ไปอธิบายหรือกำหนดความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละช่วงระดับรายได้ได้อีกด้วยเพราะรายได้นั้นจะเป็นตัวกำหนดระดับของสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อได้หรือมีความตั้งใจที่จะซื้อได้นั่นเอง เพราะรายได้ถือเป็นสิ่งหนึ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจโดยตรงของผู้บริโภค

จากการศึกษาแนวคิดของความตั้งใจซื้อ จะเห็นได้ว่าความตั้งใจซื้อสามารถสะท้อนถึงพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคได้ โดยมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องทั้งปัจจัยด้าน อายุ เพศ และอื่น ๆ ที่เป็นปัจจัย



คุณลักษณะส่วนบุคคลนั้น รวมไปถึงองค์ประกอบของทัศนคติและสถานการณ์เชิงสังคม ที่เป็นตัวร่วมกำหนดความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมในการซื้อ

## 2.4. แนวคิดเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพ (Healthy Food)

ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมในส่วนของแนวคิดเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพ (Healthy Food) ซึ่งประกอบไปด้วย นิยามความหมายของอาหารเพื่อสุขภาพ แนวคิดการบริโภคอาหาร หลักการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ และความสำคัญของการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### 2.4.1. นิยามความหมายของอาหารเพื่อสุขภาพ

นำพร อินสิน (2555) กล่าวว่า อาหาร หมายถึง สิ่งใด ๆ ที่มนุษย์รับเข้าสู่ร่างกายแล้วเกิดประโยชน์คือช่วยให้ร่างกายเจริญเติบโตซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอของร่างกาย และช่วยให้การทำงานของอวัยวะต่าง ๆ เป็นไปด้วยดี

องค์การอนามัยโลก (WHO) กล่าวว่า อาหารเพื่อสุขภาพ หมายถึง สิ่งที่เรารับประทานแล้วก่อให้เกิดประโยชน์ต่อร่างกาย นอกเหนือจากสารอาหารหลักที่จำเป็นต่อร่างกาย และยังมีส่วนที่ช่วยลดอัตราเสี่ยงต่อโรคร้ายต่าง ๆ

นภาพร ทักษุณทร (2551) กล่าวว่า อาหารเพื่อสุขภาพ หมายถึง อาหารที่เรบริโภค เพื่อการมีสุขภาพกายและใจที่ดีและอายุยืนยาว ซึ่งอาหารเป็นหนึ่งในปัจจัย 4 ที่มนุษย์ไม่สามารถขาดได้มนุษย์ต้องการอาหารเพื่อบริโภคเพื่อที่จะได้นำพลังงานและแร่ธาตุต่าง ๆ มาดำรงชีวิตต่อไป หากเรารับประทานอาหารในสัดส่วนที่ไม่เหมาะสมอาจก่อให้เกิดผลเสียแก่ร่างกาย ในแต่ละวัยของมนุษย์ต้องการสัดส่วนอาหารที่แตกต่างกัน ไป เช่นในวัยเด็ก นมและเนื้อสัตว์ เป็นส่วนที่จำเป็นต่อการเจริญเติบโตของร่างกาย

2.4.2. แนวคิดการบริโภคอาหาร (Food Consumption) สสส. (2560) ได้แตกประเด็นของรายการอาหาร โดยกล่าวถึงแนวคิดของการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพและสินค้าบริโภคนิยมดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2.1 รายการอาหารเพื่อสุขภาพ และอาหารบริโภคนิยม

รายการอาหารเพื่อสุขภาพ	รายการอาหารบริโภคนิยม
1.ผักปลอดสารพิษ	1.อาหารฟาสต์ฟู้ด เช่น ไก่ทอดKFC
2.อาหารมังสวิรัติ หรืออาหารเจ	2.อาหารต่างประเทศ
3.อาหารเสริมวิตามิน	3.ไอศกรีม
4.ผลิตภัณฑ์นมที่มีแคลเซียม	4.ขนมขบเคี้ยว
5.ผลิตภัณฑ์โสมเกาหลี เห็ดหลินจือ	5.เครื่องดื่มประเภทต่าง ๆ
6.เครื่องดื่มน้ำแร่	6.เครื่องดื่มแอลกอฮอล์
7.เครื่องดื่มน้ำผลไม้	7.อาหารดั่งๆที่มีชื่อเสียง
8.ผลิตภัณฑ์ตุ๋นยาจีน	
9.ประเภทยารักษาโรคอาหารเสริมวิตามิน	

ที่มา: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2560

นักวิชาการได้กล่าวถึงความหมายของอาหารทั้ง 2 ประเภท โดย ศิริวรรณ (2551)ให้ความหมายว่า อาหารเพื่อสุขภาพ คือ สิ่งที่เรารับประทานเข้าไปแล้วทำให้เกิดประโยชน์ต่อร่างกายในด้านต่าง ๆ ไม่ทำให้เกิดโทษ เช่น เนื้อสัตว์ ไข่ แป้ง ผัก ผลไม้ นม เป็นต้น ส่วน ฉันทนา (2541) ได้ให้ความหมายการบริโภคนิยมว่าเป็นการบริโภคที่ตอบสนองความต้องการเพียงแค่ครั้งคราว ตามความต้องการจากสภาวะการณ์แต่ละบุคคล แต่ระดับรายได้ก่อให้เกิดผลกระทบทั้งกับตนเองและผู้อื่นการรับประทานอาหารบริโภคนิยมที่ไม่มีคุณภาพ ร่วมกับการไม่ออกกำลังกายจะเป็นบ่อเกิดโรคเรื้อรัง

### 2.4.3. หลักการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ (health-consciousness food consumption principle)

นำพร อินสิน (2555) ได้พูดถึงแนวความคิดการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ จัดเป็นวิธีการส่งเสริมสุขภาพทางกายของบุคคลอย่างหนึ่ง การส่งเสริมสุขภาพทางกายด้วยการใช้อาหารนั้นจำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงประเภท ชนิด และองค์ประกอบทางเคมีที่อยู่ในสารอาหารนั้นว่ามีความครบถ้วนตามที่ร่างกายต้องการหรือไม่ นอกจากนี้ยังจำเป็นต้องกำหนดสัดส่วน ปริมาณ และความหลากหลายของอาหารให้เหมาะสมสำหรับบุคคลแต่ละคนด้วย โดยคำนึงถึงปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ประโยชน์ของอาหารในร่างกาย คือ

1. คุณค่าทางโภชนาการของอาหาร อาหารจะเกิดประโยชน์แก่ร่างกายเต็มที่ต้องเป็นอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูงหรือเรียกว่า อาหารสมส่วน (Balanced Diet) หมายถึง อาหารที่มีสารอาหารที่ร่างกายต้องการครบทุกชนิด และมีปริมาณพอเพียงกับความต้องการของร่างกายดังนั้นการรับประทานอาหารทุกมื้อ ควรประกอบด้วย อาหารหลักครบ 5 หมู่ ผ่านการประกอบอาหารที่สแกนสารอาหารต่าง ๆ ที่มีอยู่ในอาหารนั้น ไว้ให้มากที่สุด

2. การสุขาภิบาลอาหาร การควบคุมอาหารและปัจจัยที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ การผลิตอาหารดิบจนถึงการได้อาหารที่พร้อมจะรับประทาน โดยคำนึงถึงความสะอาด ความปลอดภัย ปลอดภัย เป็นปัจจัยสำคัญที่จะป้องกัน โรคที่มีอาหารเป็นสื่อ และทำให้อาหารมีประโยชน์ต่อร่างกายเต็มที่

3. ความตั้งใจผู้บริโภค การปรุงแต่งอาหารเพื่อให้อาหารมี รุปรส กลิ่น สี เนื้อสัมผัส ที่กระตุ้นความอยากรับประทาน หรือจัดบรรยากาศในการรับประทานที่เหมาะสม ไม่ให้เกิดโทษ ภัย จะทำให้เกิดความพึงพอใจ ในการรับประทานอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ และถูกหลักสุขาภิบาลอาหาร ทำให้อาหารได้ถูกนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ จึงควรเลือกใช้วิธีการดึงดูดใจในการบริโภคที่ปลอดภัย เช่น ใช้ศิลปะ และเทคนิคในการปรุงและการจัดแต่งอาหาร ใช้สิ่งปรุงแต่งที่ได้จากธรรมชาติ หากใช้สารเคมี ต้องเป็นสารเคมีที่ปลอดภัยในการบริโภค พยายามใช้ให้น้อย และปฏิบัติตามข้อแนะนำเพื่อความปลอดภัย

4. สุขปฏิบัติเกี่ยวกับการรับประทานอาหาร การปฏิบัติตนที่ถูกต้องเหมาะสมทั้งก่อน ระหว่าง และหลังการรับประทานอาหาร ทำให้ร่างกายได้รับสารอาหาร และนำไปใช้ประโยชน์ ได้เต็มที่ และไม่ก่อให้เกิดปัญหาสุขภาพตามมา

#### 2.4.4. ความสำคัญของการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ

อาหารถือว่าเป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้บริโภคต้องได้รับตลอดชีวิต การบริโภคอาหารที่ถูกตามหลักการ และเหมาะสมจะเป็นผลทำให้ผู้บริโภคมีสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดี ซึ่งอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ (นำพร อินสิน, 2555) คือ

1. ทำให้ร่างกายเจริญเติบโตและซ่อมแซมร่างกาย
2. ให้พลังงานซึ่งจำเป็นต่อการทำงานขออวัยวะภายในและสามารถทำกิจกรรมในชีวิตประจำวัน
3. ช่วยควบคุมปฏิกิริยาเคมีต่าง ๆ ในร่างกาย และการทำงานของอวัยวะทุกส่วน
4. ช่วยป้องกันและต้านทาน โรคให้แก่ร่างกาย

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพ สรุปได้ว่า การรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ นั้น จัดเป็นแนวทางหนึ่งในการดูแลสุขภาพทางกาย ซึ่งหากเรารู้คุณค่าของอาหารแต่ละชนิดที่เรา รับประทาน และสามารถรับประทานอาหารตามหลัก ได้อย่างเหมาะสมกับเพศ วัย และปริมาณพลังงานที่ เราควรได้รับในแต่ละวันแล้ว ก็จะสามารถป้องกันการเกิดโรคร้ายไข้เจ็บต่าง ๆ ได้อีกด้วย

#### 2.5. แนวคิดเกี่ยวกับเจนเนอเรชันวาย (Generation Y)

การจัดกลุ่มคนรุ่นต่าง ๆ ตามเกณฑ์ช่วงอายุหรือที่เรียกกันว่า เจนเนอเรชัน (Generation) นั้น มีความคิดริเริ่มมาจากแนวคิดของชาวตะวันตก ซึ่งมีวัตถุประสงค์คือต้องการเข้าใจในทัศนคติ แรงจูงใจ และคุณลักษณะของประชากรในแต่ละยุคสมัย ปัจจุบันมีการนำแนวคิดนี้ไปใช้ศึกษาวิเคราะห์ความแตกต่างด้านความคิด พฤติกรรมในการใช้ชีวิต การบริโภค และการทำงาน และนำผลการศึกษาดังกล่าว มาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการหลายแขนงเพื่อให้การบริหารจัดการกลุ่มคนตามช่วงอายุเกิด ประสิทธิภาพสูงสุด (พนิดา, 2559) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมในส่วนของแนวคิดเกี่ยวกับ

เจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ซึ่งประกอบไปด้วย ประวัติความเป็นมาของทฤษฎีการตลาดและการแบ่งเจนเนอเรชั่น ลักษณะสำคัญของคนกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย และสถานการณ์กลุ่มของเจนเนอเรชั่นวายในปัจจุบันซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### 2.5.1. ประวัติความเป็นมาของทฤษฎีการตลาดและการแบ่งเจนเนอเรชั่น

Kotler (2000) ได้กล่าวถึงประวัติความเป็นมาของทฤษฎีการตลาดและการแบ่งเจนเนอเรชั่น โดยย้อนหลังไปสมัยสงครามโลกครั้งที่สอง ซึ่งเป็นยุคที่มีสงคราม ก่อให้เกิดความขาดแคลนสินค้าต่าง ๆ ของประชาชน ได้มาจนถึงยุคการตลาดในปัจจุบัน โดย ในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 อาวุธที่มีอำนาจภาพที่สุด ณ เวลานั้น นอกเหนือจากอาวุธสงคราม นิวเคลียร์ ปืน ระเบิดต่าง ๆ ยังมีสิ่งหนึ่งซึ่งทรงพลังที่สุด คือ การโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) ของผู้นำทั้งสองฝ่าย คือ ฮิตเลอร์ และ วินสตัน เชอร์ชิล ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ ในการจูงใจ โน้มน้าวประชาชน จนก่อให้เกิดผลประโยชน์สำคัญทางการทหารและการเมือง ซึ่งเป็นรากฐานของการสื่อสารการตลาดทางธุรกิจในปัจจุบัน เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เป็นต้น หากแต่เปลี่ยนจากการแข่งขันทางสงครามเป็นทางธุรกิจแทน นอกจากนั้นประชาชนที่ผ่านช่วงเวลาดังกล่าวจนถึงปัจจุบันก่อให้เกิดการแบ่งช่วงอายุด้วย ค่านิยมทางวัฒนธรรม ที่แตกต่างกันในแต่ละช่วงอายุ เช่น Baby Boomer , Generation X , Generation Y เป็นต้น ดังนั้นกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ซึ่งเป็นคนที่เกิดระหว่างปี ค.ศ.1977-1994 มีอายุระหว่าง 24-41ปีในปัจจุบัน จึงอยู่ในยุคของการตลาด มีกระบวนการวางแผนบริหารแนวความคิดเกี่ยวกับการตั้งราคา การส่งเสริมการตลาด การจัดจำหน่ายสินค้าและบริการหรือความคิด เพื่อสร้างให้เกิดการแลกเปลี่ยน เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของบุคคล (Kotler, 2000) ทั้งนี้ ในปัจจุบัน Kotler ได้มีการกำหนดช่วงอายุของเจนเนอเรชั่นวายใหม่ เป็นกลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี ค.ศ.1980-ค.ศ.2000 ซึ่งปัจจุบันมีอายุระหว่าง 18-38ปี (Lee & Kotler, 2016)

### 2.5.2. ลักษณะสำคัญของคนกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย

Lee & Kotler (2016) กล่าวว่า เจนเนอเรชั่นวาย คือกลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี ค.ศ.1980-ค.ศ.2000 ซึ่งปัจจุบันมีอายุระหว่าง 18-38 ปี มีลักษณะเด่นคือมีความสามารถในการปรับตัวและการใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน ตลอดจนมีพฤติกรรมทำให้ความสำคัญในด้านคุณค่า ประสบการณ์ชีวิต แรงจูงใจ และสามารถปรับพฤติกรรมการซื้อทั่วไป

Robbins (1996) ได้อธิบายว่ากลุ่ม เจนเนอเรชั่นวาย คือกลุ่มที่มีวุฒิภาวะหรือความเป็นผู้ใหญ่ (Maturity) น้อยกว่า เบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomers) และ เจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ (Generation X) เนื่องจากผู้ปกครองของกลุ่ม เจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) นี้ ส่วนใหญ่มักนิยมให้บุตรหลานทำกิจกรรมอยู่ในบ้านเพราะเกรงกลัวภัยอันตรายต่าง ๆ ในสังคม คนกลุ่มนี้มีความคาดหวังสูง เชื่อมมั่นในตนเอง และมั่นใจในความสามารถที่จะประสบความสำเร็จ ไม่เคยหยุดหางานในอุดมคติ และมองหาสิ่งสำคัญในงานอยู่เสมอ มีความรอบรู้เทคโนโลยี แสวงหาความสำเร็จด้านการเงิน ชอบทำงานเป็นทีมแต่พึ่งพาตนเองได้สูงเช่นกัน

Kane (2010) กล่าวว่า กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายมีคุณลักษณะที่โดดเด่น โดยมีแนวคิด รูปแบบการใช้ชีวิตและการทำงานที่แตกต่างไปจากกลุ่มอื่น สรุปคือ

1. ช่วงการเติบโต กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย เติบโตมาในยุคที่มีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ มีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และเทคโนโลยีดิจิทัล ตลอดจนการสื่อสารโทรคมนาคมที่คล่องตัวรวดเร็ว เป็นยุคแห่งข้อมูลข่าวสารไร้ขอบเขต ที่เรียกว่ายุคโลกาภิวัตน์ แต่ในขณะเดียวกันคนกลุ่มนี้อยู่ในช่วงความผันผวนทางเศรษฐกิจ และวงจรเทคโนโลยีหมุนเวียนที่สั้นและรวดเร็ว ได้รับการดูแลจากครอบครัวเป็นอย่างดี พร้อมสนับสนุนให้ลูกมีการศึกษาที่ดีและมีความสามารถที่หลากหลาย

2. คุณลักษณะทั่วไป กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย เป็นตัวของตัวเองสูง มีความมั่นใจ กล้าตัดสินใจ ชอบอะไรที่ทำหาย มีความสามารถหลายด้าน ต้องการทราบเหตุผลว่า “ทำไม” ต้องทำเช่นนั้น เนื่องจากได้รับการสนับสนุนจากครอบครัวในการทำสิ่งที่ชอบ ขณะเดียวกันต้องการให้คนอื่นเห็นว่าตนเองเป็นคนสำคัญ ต้องการให้คนอื่นเข้าใจทั้งความคิดและความรู้สึก ชอบความรวดเร็ว มีความอดทนต่ำ ไม่ชอบอยู่ในกรอบหรือกฎกติกา มีแนวทางการคิดแบบนอกกรอบ มีความเป็นสากลเนื่องจากกระแสโลกาภิวัตน์ ต้องการความทันสมัย ดิจิทัลและติดอุปกรณ์ดิจิทัล ใช้เทคโนโลยีได้อย่างคล่องแคล่ว มีความรู้สึกที่เทคโนโลยีเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต ทำให้ชีวิตง่ายขึ้น

3. ลักษณะการทำงาน กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ให้ความสำคัญกับผลสำเร็จมากกว่าการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์หรือวิธีการอย่างเคร่งครัดส่งผลให้ในการทำงานมีความอดทนต่ำ ไม่ชอบการรอคอย อยากได้ผลตอบแทนสูงแบบก้าวกระโดด มีความจงรักภักดีต่อองค์กรต่ำ ไม่ให้

ความสำคัญกับระบบอาวุโส กล้าเสี่ยง กล้าตัดสินใจ ชอบแสดงความคิดเห็น และต้องการการยอมรับจากกลุ่มและหัวหน้า สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่แตกต่างได้ดี (Diversity) เช่น ความเป็นสากล ชอบทำงานโดยใช้เทคโนโลยีและมีความคล่องแคล่ว ทำให้กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า หรือมีความคิดสร้างสรรค์ เพราะจะทราบว่า จะค้นหาข้อมูลได้จากที่ใดเวลาใด และทำได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนั้นยังมีความสามารถทำงานหลายๆ อย่างได้ในเวลาเดียวกัน

4. ลักษณะงานที่พึงพอใจ กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ชอบการทำงานแบบยืดหยุ่นเน้นความสำเร็จที่ผลงาน ต้องการงานที่ได้ผลตอบแทนสูงแบบก้าวกระโดดในระยะสั้นๆ สามารถแสดงความคิดเห็นหรือแสดงออกถึงความเป็นตัวของตัวเองได้ ยอมรับหัวหน้าหรือผู้นำที่มีความสามารถ มีความยุติธรรม ไม่สนใจความอาวุโสของผู้นำ

### 2.5.3. สถานการณ์กลุ่มของเจนเนอเรชั่นวายในปัจจุบัน

Glass (2007) กล่าวว่า เจนเนอเรชั่นวาย เริ่มได้รับความสนใจจากมุมมองทางการตลาด ซึ่งปัจจุบันเจนเนอเรชั่นวายได้เติบโตและกลายเป็นกลุ่มเป้าหมายใหม่ทางการตลาดที่แตกต่างจากเดิม เนื่องจากมีเพศหญิงมากขึ้น มีการศึกษาที่สูงขึ้น จึงทำให้ผู้หญิงสามารถหารายได้จนอาจเทียบเท่าผู้ชาย ส่งผลให้ครอบครัวมีกำลังซื้อมากขึ้น นอกจากนั้น กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายได้รับอิทธิพลจากเทคโนโลยีที่ทันสมัย การเข้าถึงคอมพิวเตอร์ตั้งแต่สมัยประถม เรียนรู้วิธีการหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

สำหรับประเทศไทย การเข้าสู่ตลาดแรงงานปี 2560 32% เป็นกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายมากกว่าคนในเจนเนอเรชั่นอื่น ๆ นับได้ว่าเจนเนอเรชั่นวาย เป็นกลุ่มประชากรสำคัญในตลาดแรงงานปัจจุบัน และในปี 2564 คนกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายจะเข้าสู่ตลาดแรงงานเพิ่มขึ้น โดยมีสัดส่วนสูงถึง 40% และมีอัตราเพิ่มขึ้นสูงกว่ากลุ่มประชากรเจนเนอเรชั่นซี (Generation Z) ที่มาทีหลังอยู่ดี นับเป็นประเด็นสำคัญที่ทุกภาคส่วนจะต้องปรับตัวและใช้โอกาสจากคุณลักษณะเด่นของคนกลุ่มนี้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด (TerraBKK, 2560)

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย จะเห็นได้ว่ากลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย มีความโดดเด่นอย่างยิ่งในทักษะการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ผ่านอุปกรณ์ไอทีอย่างคอมพิวเตอร์พกพา โทรศัพท์มือถือ สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์แท็บเล็ต และอุปกรณ์สารสนเทศอื่น ๆ ทำให้เกิดพฤติกรรมสังคมแบบ

ใหม่บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต หรือสังคมโซเชียลเน็ตเวิร์ค มากกว่าที่จะติดต่อพบหน้ากันโดยตรง เกิดสังคมแบบกัมหน้ำ และมีความสัมพันธ์แบบหลวม ๆ ชอบการเรียนรู้ผ่านคลิปวิดีโอสั้น ๆ ที่มีข้อมูลและให้ความรู้ลึกได้กระชับ สามารถทำกิจกรรมหลายอย่างในเวลาเดียวกันอีกด้วย เช่น การนั่งทำงานพร้อมคู่มือทักซ์และพูดคุยกับเพื่อนผ่านโซเชียลเน็ตเวิร์ค ในการทำงานกลุ่ม เงินเนอเรชั่นวายมีความมั่นใจในตนเองสูง ทะเยอทะยาน มุ่งแสวงหาความสำเร็จ เปลี่ยนงานบ่อย ไม่จงรักภักดีต่อองค์กร รวมถึงไม่จงรักภักดีต่อแบรนด์สินค้าต่าง ๆ ซึ่งกลุ่มเงินเนอเรชั่นวายเป็นกลุ่มประชากรสำคัญในตลาดแรงงานปัจจุบันและมีกำลังซื้อ กลุ่มเงินเนอเรชั่นวายจึงเป็นที่น่าจับตามองในทุกภาคส่วน โดยเฉพาะภาคการตลาด

## 2.6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.6.1. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความใส่ใจสุขภาพ

Salleh, Ali, Harun, Jalil & Shaharudin (2010) ได้ทำการศึกษาอิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการบริโภคอาหารอเนกนิคของเงินเนอเรชั่นวายเชื้อสายจีนในประเทศมาเลเซีย พบว่า การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ด้านอาหาร ผู้บริโภคจะคำนึงถึงผลกระทบของอาหารที่มีต่อสุขภาพ หรือเรียกได้ว่า ผู้บริโภคมีความใส่ใจสุขภาพ โดยค้นพบว่าผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร โดยเฉพาะอาหารประเภทอเนกนิคส์นั้น การคำนึงถึงสุขภาพเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจซื้อสินค้า นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับความรู้คุณประโยชน์ของสินค้าอาหารด้วย นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของภุชงค์ ตั้งนรกุล (2558) ซึ่งการศึกษาผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของประชากรในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า ความใส่ใจสุขภาพส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร กล่าวคือ หากผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีความใส่ใจสุขภาพที่เปลี่ยนแปลงไป จะส่งผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของเมธินี ทุกข์จาก (2559) ซึ่งศึกษาเรื่องการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การใส่ใจสุขภาพ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความโปร่งใสด้านราคา และทัศนคติต่อการซื้อที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเวย์โปรตีน ของผู้บริโภคเงินเนอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานคร พบว่า ความใส่ใจสุขภาพเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเวย์โปรตีนของผู้บริโภคเงินเนอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานครเนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้บริโภคยุคใหม่มีความสนใจในการรักษาสุขภาพ มีความคิดเห็นว่าผลิตภัณฑ์อาหารเวย์โปรตีนมีคุณค่าทางโภชนาการส่งผลต่อสุขภาพที่ดีทำให้มีรูปร่างสมส่วนและ



ระบบในร่างกายแข็งแรงในระยะยาว ทั้งนี้พบงานวิจัยของกัญชริญา พรหมแก้ว (2559) สวนทางกับงานวิจัยอื่นๆ ซึ่งได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความใส่ใจสุขภาพกับทัศนคติต่อการดื่มกาแฟ ความสัมพันธ์ระหว่างความใส่ใจสุขภาพและการรับรู้คุณประโยชน์ของการดื่มกาแฟ และความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณประโยชน์และทัศนคติต่อการดื่มกาแฟ ของผู้บริโภคกาแฟชาวพัทลุง พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างความใส่ใจสุขภาพกับการรับรู้คุณประโยชน์ของการดื่มกาแฟไม่มีความสัมพันธ์กัน เมื่อผู้บริโภคกาแฟมีความใส่ใจสุขภาพที่เปลี่ยนแปลงไป จะไม่ส่งผลต่อการรับรู้คุณประโยชน์ของการดื่มกาแฟ

## 2.6.2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความรู้ด้านสุขภาพ

สุวรรณา เขียงขุนทด และคณะ (2556) ได้ทำการศึกษาความรู้และพฤติกรรมการบริโภคอาหารของประชาชนในเขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ มีคะแนนความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารอยู่ในระดับปานกลาง โดยพบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารและเจตคติต่อการบริโภคอาหาร ส่วนอิทธิพลจากการสื่อสารมวลชนเกี่ยวกับการบริโภคนั้นไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณวิมล เมฆวิมล (2553) ซึ่งได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของประชาชนในพื้นที่ฝึกปฏิบัติงานของ นักศึกษาศาขาวิชาการแพทย์แผนไทยประยุกต์ คณะวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา พบว่าปัจจัยนำที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพ ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ เจตคติต่อการดูแลสุขภาพ และการรับรู้ประโยชน์ของการดูแลสุขภาพ โดย ความรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ ซึ่งเป็นความสามารถในการอธิบายหรือเข้าใจเนื้อหาความรู้ การนำไปใช้และพิสูจน์แล้วเป็นความจริงซึ่งเป็นความรู้ทางพฤติกรรมสุขภาพส่วนบุคคล โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพอยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนั้นหทัยกาญจน์ โสตรติ (2550) ได้มีการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม พบว่า นักศึกษามีความรู้ในการบริโภคอาหารอยู่ในระดับพอใช้ ซึ่งความรู้เกี่ยวกับอาหารที่เป็นปัจจัยเสี่ยงต่อการเกิดโรคอยู่ในระดับที่ต้องปรับปรุง ส่วนพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพโดยรวมมีพฤติกรรม อยู่ในระดับพอใช้ ซึ่งพบพฤติกรรมที่ดึกของนักศึกษาเช่น การดื่มนมเป็นประจำทุกวัน การล้างผักผลไม้ก่อนรับประทาน การรับประทานอาหารให้ตรงเวลา ส่วนพฤติกรรมที่นักศึกษาต้องปรับปรุง คือเรื่องเกี่ยวกับ

สุขวิทยาส่วนบุคคล วิธีการรับประทานอาหารและการเลือกรับประทานอาหาร ได้แก่ รับประทานอาหาร โดยไม่ใช้ช้อนกลาง ดื่มน้ำอืดลม และรับประทานอาหาร โดยไม่คำนึงถึงการได้รับสารอาหารครบ 5 หมู่

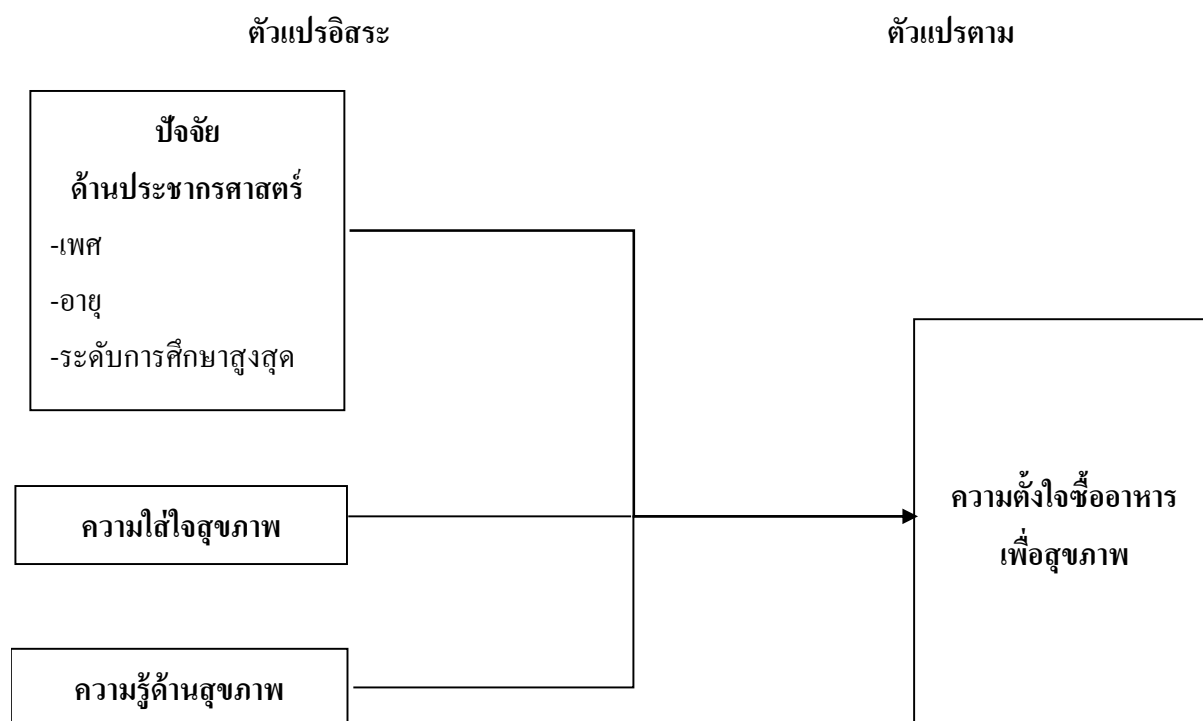
### 2.6.3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ

ณัฐธินัน พรหมมา (2558) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยแรกของผู้บริโภคส่วนใหญ่ถึงเป็นอันดับแรก คือ การเลือกอาหารเพื่อสุขภาพเพื่อประโยชน์ด้านสุขภาพ และผู้บริโภคคิดว่าสาเหตุที่ทำให้ผู้คนทั่วไปไม่ค่อยให้ความสำคัญกับอาหารเพื่อสุขภาพ คือ ราคาที่สูงกว่าอาหารทั่วไป ทั้งนี้ผู้บริโภคที่ซื้ออาหารเพื่อสุขภาพมักมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 3,000 บาท ซึ่งงานวิจัยนี้สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านทัศนคติ การรับรู้ความสามารถ การควบคุมพฤติกรรม และปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ และยังพบอีกว่าปัจจัยด้านการรับรู้ความยุ่งยากและความกังวลสุขภาพก็มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพเช่นกัน นอกจากนี้ Burton., et al. (2015) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ของประชากรและความตั้งใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่ดีต่อสุขภาพ พบว่าการให้ความสำคัญเรื่องโภชนาการ ข้อมูลประชากร การรับรู้ที่ควบคุมถึงเรื่องสุขภาพ อิทธิพลการรับรู้ต่อระบบอาหาร ล้วนเกี่ยวข้องกับอิทธิพลในการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพที่มีไขมันต่ำ ซึ่งความใส่ใจในโภชนาการและอิทธิพลการรับรู้เกี่ยวกับอาหาร มีแนวโน้มที่จะเพิ่มการซื้ออาหารไขมันต่ำ และลดความต้องการซื้ออาหารที่มีแคลอรีสูง สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพรรณ ป้อมสุข (2554) ที่ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพและปัจจัยที่สัมพันธ์กันในกลุ่มประชาชนวัยทำงานในชุมชนเมืองและชุมชนชนบท อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรีพบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มตัวอย่างคือ ปัจจัยนำด้านชีวสังคม ได้แก่ เพศ และอายุ ปัจจัยนำด้านจิตวิทยา ได้แก่ความรู้ ทัศนคติ ปัจจัยเอื้ออำนวยด้านการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ และปัจจัยเสริมด้านแรงสนับสนุนจากบุคคลนั้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ และงานของพลอยไพลิน คำแก้ว (2557) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงวัยทำงานมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ น้อยกว่า 100 บาทต่อครั้ง และมีความถี่ในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ 2-3 ครั้งต่ออาทิตย์ มีการรับรู้ว่าอาหารเพื่อสุขภาพคือ อาหารคลีนโดยใช้อินเทอร์เน็ต/โซเชียลเน็ตเวิร์ค เป็นช่องทางการรับรู้ข่าวสารเรื่องอาหารเพื่อสุขภาพ นอกจากนี้ยังพบว่ามีเพียงปัจจัยด้าน

ค่านิยมทางด้านสุขภาพ ด้านทัศนคติต่อรสชาติ ด้านความคาดหวังเรื่องความชื่นชอบ และด้านการรับรู้เกี่ยวกับอาหารสุขภาพที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในกรุงเทพมหานคร

## 2.7. กรอบแนวคิด

การศึกษาเรื่อง “ผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้านสุขภาพต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา” ได้กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 2 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วยการศึกษาในเรื่องผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้านสุขภาพต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชันวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา สามารถแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

- 3.1. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง
- 3.2. รูปแบบวิธีการวิจัย
- 3.3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

#### 3.1. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง

##### 1. ประชากร

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ กลุ่มเจนเนอเรชันวายในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี ค.ศ.1980-ค.ศ.2000 ปัจจุบันมีอายุระหว่าง 18-38 ปี (Lee & Kotler, 2016) ปัจจุบันมีจำนวนทั้งสิ้น 41,543 คน (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง, 2560)

## 2. กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากทราบจำนวนประชากรกลุ่มเจนเนอร์ชันวาย ซึ่งมีอายุตั้งแต่ 18-38 ปี ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ปัจจุบันมีจำนวน 41,543 คน จึงสามารถกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรอ้างอิง ทาโร ยามาเน (Yamane T, 1967:398 อ้างถึงในชนากานต์ บุญนุช, 2554) ตามสูตรดังนี้

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

เมื่อ

n หมายถึง จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

N หมายถึง จำนวนประชากร

e หมายถึง ค่าความคลาดเคลื่อนสูงสุดที่ยอมรับได้ โดยกำหนดค่าที่ 5%

แทนค่าในสูตร จะได้

$$n = \frac{43,140}{1+43,140(0.05)^2}$$

$$n = 396.185 \quad \text{หรือ} \quad 397 \text{ ราย}$$

## 3. วิธีการสุ่มตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่างการศึกษาในครั้งนี้เนื่องจากรู้จำนวนประชากรที่แน่นอนจึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยสุ่มแจกแบบสอบถามในกลุ่มประชากรเจนเนอร์ชันวายที่มีอายุระหว่าง 18-38 ปี ตามแหล่งสถานศึกษาและสถานประกอบการต่าง ๆ ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

### 3.2. รูปแบบวิธีการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) รูปแบบวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ศึกษาผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้านสุขภาพต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา ซึ่งต้องทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการรวบรวมเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง แล้วจึงนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากแบบสอบถามไปวิเคราะห์และสรุปผล

### 3.3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษานี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นมาจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

เป็นการสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม อันเป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นคำถามแบบปลายปิด (close-ended Question) มีคำตอบหลายตัวเลือก (multiple choices) ได้แก่ เพศ ช่วงอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา สูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

**ส่วนที่ 2** ข้อมูลเกี่ยวกับความใส่ใจสุขภาพของเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เป็นการสอบถามเกี่ยวกับความใส่ใจสุขภาพของเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ประยุกต์ใช้คำถามด้วย 5 Points Likert-Scale ของ Jayanti & Burns (1998) และ Michaelidou & Hassan (2008) โดยให้กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนระดับความคิดเห็นตามคำถามที่กำหนดให้

คะแนนของระดับความใส่ใจสุขภาพ

5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

4 หมายถึง เห็นด้วย

3 หมายถึง เลขๆ

2 หมายถึง "ไม่เห็นด้วย

1 หมายถึง "ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การแปลความหมายคะแนน ผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้คะแนนสูงแสดงว่ามีระดับความใส่ใจ สุขภาพสูงกว่าผู้ตอบที่มีคะแนนรวมจากแบบวัดต่ำกว่า

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้ว จะใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการพิจารณาความถี่แปลผล คะแนน โดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยของความใส่ใจสุขภาพ กำหนดไว้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มีระดับความใส่ใจสุขภาพมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มีระดับความใส่ใจสุขภาพมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง มีระดับความใส่ใจสุขภาพปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง มีระดับความใส่ใจสุขภาพน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง มีระดับความใส่ใจสุขภาพน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ด้านสุขภาพของเจนเนอร์ชนวัยในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัด สงขลา เป็นการสอบถามเกี่ยวกับความรู้ด้านสุขภาพของเจนเนอร์ชนวัยในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัด สงขลา ประยุกต์ใช้คำถามด้วย 5 Points Likert-Scale ของ Jayanti & Burns (1998) โดยให้กลุ่มตัวอย่างให้ คะแนนระดับความคิดเห็นตามคำถามที่กำหนดให้

### คะแนนของความรู้ด้านสุขภาพ

5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

4 หมายถึง เห็นด้วย

3 หมายถึง เฉยๆ

2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การแปลความหมายคะแนน ผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้คะแนนสูงแสดงว่ามีระดับความรู้ด้านสุขภาพสูงกว่าผู้ตอบที่มีคะแนนรวมจากแบบวัดต่ำกว่า

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้ว จะใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการพิจารณาความถี่แปลผลคะแนน โดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยของความรู้เกี่ยวกับสุขภาพ กำหนดไว้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มีระดับความรู้ด้านสุขภาพมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มีระดับความรู้ด้านสุขภาพมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง มีระดับความรู้ด้านสุขภาพปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง มีระดับความรู้ด้านสุขภาพน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง มีระดับความรู้ด้านสุขภาพน้อยที่สุด



ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของเจนเนอร์ชันวายในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เป็นการสอบถามเกี่ยวกับความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของเจนเนอร์ชันวายในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ประยุกต์ใช้คำถามด้วย 5 Points Likert-Scale ของ Rasa, et al., (2010) โดยให้กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนระดับความคิดเห็นตามคำถามที่กำหนดให้

คะแนนระดับความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ

5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

4 หมายถึง เห็นด้วย

3 หมายถึง เฉยๆ

2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การแปลความหมายคะแนน ผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้คะแนนสูงแสดงว่ามีระดับความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพสูงกว่าผู้ตอบที่มีคะแนนรวมจากแบบวัดต่ำกว่า

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้ว จะใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการพิจารณาความถี่แปลผลคะแนน โดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยของความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพกำหนดไว้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มีระดับความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มีระดับความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง มีระดับความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง มีระดับความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง มีระดับความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพน้อยที่สุด

### การทดสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยมีการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ ดังนี้

1. การสร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยประยุกต์จากแบบสอบถามที่มีความน่าเชื่อถือ ภายใต้คำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

2. นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา ไปทำการทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มที่มีลักษณะเหมือนกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน กล่าวคือ เป็นคนที่มีอายุระหว่าง 18-38 ปี (Generation Y)

3. วิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยนำแบบสอบถามที่ได้มาใช้ในการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในแต่ละตอน จากการคำนวณได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) มากกว่า 0.70 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อถือตามหลักสถิติ (ภุชงค์ ตั้งนรกุล, 2559) โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability Statistics) ของแบบสอบถาม

รายละเอียดแบบสอบถาม	จำนวนคำถาม	Cronbach's Alpha
1. ความใส่ใจสุขภาพ	7	0.79
2. ความรู้ด้านสุขภาพ	5	0.85
3. ความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ	5	0.85

### 3.4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ และได้ปรับปรุง แก้ไข และตรวจสอบแล้วเสร็จไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างเจนเนอเรชันวายจำนวน 397 ราย เนื่องจากการวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามแบบให้ผู้ตอบกรอกเอง เพื่อความถูกต้องของข้อมูล จึงมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ผู้วิจัยแนะนำตนเองพร้อมอธิบายวัตถุประสงค์และความสำคัญของการวิจัยให้กลุ่มตัวอย่างทราบ
2. ผู้วิจัยกั้นกรอกกลุ่มตัวอย่างด้วยคำถามเกี่ยวกับอายุและหากผ่านการกั้นกรอกว่าเป็นกลุ่มตัวอย่างเจนเนอเรชันวาย(Generation Y) ตามที่ต้องการ จึงจะมอบแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างตอบด้วยตนเอง
3. ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามคืนและตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ในกรณีที่ตอบแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยจะทำการยืนยันคำตอบจากกลุ่มตัวอย่างอีกครั้ง

### 3.5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ตอน คือการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น และการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบคำถามการวิจัย โดยมีแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลและวิธีการทางสถิติ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการบรรยายเพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่างและลักษณะของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

- 1.1 ตัวแปรด้านข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ สถานภาพ เป็นต้นเป็นการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างด้วยสถิติบรรยาย ได้แก่ ค่าความถี่และร้อยละเพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

1.2 ตัวแปรด้านระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น ข้อมูลความใส่ใจ สุขภาพ ความรู้ด้านสุขภาพ เป็นต้น เป็นการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างด้วย ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อให้ทราบถึงลักษณะความสัมพันธ์เบื้องต้นก่อนการ วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบคำถามการวิจัย

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบคำถามวิจัยตามวัตถุประสงค์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยการใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษา ผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้านสุขภาพต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่ม เจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา โดยมีตัวแปรอิสระ ได้แก่ ความใส่ใจด้านสุขภาพ และความรู้ด้านสุขภาพของเจนเนอเรชั่นวาย ขณะที่ตัวแปรตามคือ ความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของ เจนเนอเรชั่นวาย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ ข้อมูล

ซึ่งสามารถแทนค่าในสมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ได้ดังนี้

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_k X_k + \mu$$

โดยที่

$$Y = \text{ตัวแปรตาม}$$

$$X_{1-k} = \text{ตัวแปรอิสระหรือตัวแปรควบคุม ตัวที่ 1 - k}$$

$$\alpha = \text{ค่าคงที่ (Constant) เป็นค่าที่เป็นจุดตัดกับแกน Y}$$

$$\beta = \text{สัมประสิทธิ์ความถดถอยของตัวแปรอิสระแต่ละตัว}$$

$$\mu = \text{ค่าความคลาดเคลื่อน}$$

จากการศึกษาผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้านสุขภาพ ที่มีต่อความตั้งใจซื้อ อาหารเพื่อสุขภาพของเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา แทนค่าใน สมการถดถอยเชิงพหุ ได้ดังนี้

$$\text{ความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ} = \alpha + \beta_1(\text{ความใส่ใจสุขภาพ}) + \beta_2(\text{ความรู้ด้านสุขภาพ}) + \mu$$

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้านสุขภาพต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างเจนเนอเรชั่นวาย ในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา จำนวน 397 ชุด และได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

- 4.1. สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
- 4.2. การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
- 4.3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 4.1. สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล ผู้วิจัยกำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean)
S.D.	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติทดสอบ t-test
F	แทน	ค่าสถิติทดสอบ F-test
Beta	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย
$R^2$	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์

$R^2_{adj}$	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ที่ปรับค่าแล้ว
Sig.	แทน	นัยสำคัญทางสถิติ (Significant)
*	แทน	มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

#### 4.2. การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้สถิติแจกแจงความถี่ (Frequency) นำเสนอในรูปแบบค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความใส่ใจสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา โดยนำเสนอในรูปแบบค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ด้านสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา โดยนำเสนอในรูปแบบค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา โดยนำเสนอในรูปแบบค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตอนที่ 5 วิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน โดยใช้สถิติ t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตอนที่ 6 วิเคราะห์ผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้านสุขภาพต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชันวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) แบบ Enter Method

#### 4.3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

##### ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 397 ชุด โดยใช้สถิติ คือ ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงความถี่และร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

		(n = 397)	
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	ความถี่	ร้อยละ	
1. ช่วงอายุ	ระหว่าง 23 - 27 ปี	103	25.94
	ระหว่าง 28 - 32 ปี	103	25.94
	ระหว่าง 33 - 38 ปี	96	24.61
	ระหว่าง 18 - 22 ปี	95	23.51
2. เพศ	หญิง	226	57.67
	ชาย	171	42.33
3. สถานภาพ	โสด	262	65.59
	สมรส / อยู่ด้วยกัน	129	32.92
	หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่	6	1.49
4. ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี	275	69.31
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	74	18.56
	ปริญญาโท	46	11.63
	สูงกว่าปริญญาโท	2	0.50

ตารางที่ 4.1 แสดงความถี่และร้อยละข้อมูลส่วนบุคคล (ต่อ)

		(n = 397)	
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม		ความถี่	ร้อยละ
5. อาชีพ			
	พนักงานเอกชน / ห้างร้าน	153	38.54
	นักเรียน / นักศึกษา	114	28.72
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	70	17.63
	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	51	12.85
	แม่บ้าน / พ่อบ้าน	6	1.51
	อื่นๆ	3	0.76
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	10,001 – 20,000 บาท	119	29.97
	ไม่เกิน 10,000 บาท	103	25.94
	20,001 – 30,000 บาท	102	25.69
	30,001 – 40,000 บาท	37	9.32
	มากกว่า 40,000 บาท	36	9.07
<b>รวม</b>		<b>397</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลความถี่และร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มเงินเนอเรชั่นวัยในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา ซึ่งจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 397 คน สามารถจำแนกข้อมูลส่วนบุคคลได้ดังนี้

1. ช่วงอายุ กลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มเงินเนอเรชั่นวัยซึ่งมีอายุ 18-38 ปี จากที่ได้ทำการศึกษาในครั้งนีพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 23-27 ปี และ 28-32 ปี จำนวนกลุ่มละ 103 คนคิดเป็นร้อยละ 25.94 และช่วงอายุที่น้อยที่สุดคือระหว่าง 18-22 ปี จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.51

2. เพศ กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการศึกษาในครั้งนี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.93 และที่เหลือเป็นเพศชาย จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 43.07



3. สถานภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการศึกษา ส่วนใหญ่อยู่ในสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 65.99 รองลงมาอยู่ในสถานภาพสมรส / อยู่ด้วยกัน คิดเป็นร้อยละ 32.49 และน้อยที่สุด คือ สถานภาพหม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 1.51

4. ระดับการศึกษาสูงสุด กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการศึกษา ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 69.27 รองลงมาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 18.64 และน้อยที่สุด คือ ระดับสูงกว่าปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 0.50

5. อาชีพ กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการศึกษา ส่วนใหญ่มีอาชีพคือพนักงานเอกชน / ห้างร้าน คิดเป็นร้อยละ 38.54 รองลงมาคืออาชีพนักเรียน / นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 28.72 และน้อยที่สุดคืออาชีพอื่นๆ ได้แก่ เกษตรกร ทนายความ และองค์กรไม่แสวงหากำไร คิดเป็นร้อยละ 0.75

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการศึกษา ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.97 รองลงมามีรายได้ในช่วงไม่เกิน 10,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 25.94 และน้อยที่สุด คือ มีรายได้ในช่วงมากกว่า 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.07

## ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความใส่ใจสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

สำหรับข้อมูลเรื่องความใส่ใจสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจและรวบรวมข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถาม เกี่ยวกับระดับความคิดเห็น ซึ่งมีจำนวนคำถามทั้งหมด 7 ข้อ โดยผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกแสดงความคิดเห็นได้เพียงคำตอบเดียวที่ตรงกับความคิดเห็นของแต่ละบุคคลมากที่สุด แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความใส่ใจสุขภาพของกลุ่มเงินออเรชั่นวาย  
ในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา

(n = 397)			
ประเด็นเรื่องความใส่ใจสุขภาพ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความใส่ใจสุขภาพ
1. ท่านมีความกังวลเกี่ยวกับสารเคมีที่ปนเปื้อนอยู่ในอาหารของท่าน เช่น สารบอแรกซ์ ยาฆ่าแมลง สารฟอกขาว วัตถุกันเสีย เป็นต้น	4.48	0.56	มากที่สุด
2. ท่านมีความกังวลเกี่ยวกับคุณภาพของน้ำที่ท่านดื่ม	4.32	0.68	มากที่สุด
3. ท่านตื่นตัวกับความเปลี่ยนแปลงของสุขภาพตนเอง	4.23	0.71	มากที่สุด
4. ท่านให้ความสนใจเกี่ยวกับข้อมูลด้านสุขภาพของตัวเอง	4.21	0.71	มากที่สุด
5. ท่านมักจะอ่านส่วนผสมที่ปรากฏอยู่บนฉลากอาหาร	4.16	0.80	มาก
6. ท่านมีความกังวลเกี่ยวกับสุขภาพของตนเองตลอดเวลา	3.98	0.71	มาก
7. ใน 3 ปีที่ผ่านมา ท่านอ่านบทความเกี่ยวกับสุขภาพมากขึ้น	3.96	0.77	มาก
<b>เฉลี่ย</b>	<b>4.19</b>	<b>0.71</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความใส่ใจสุขภาพของกลุ่มเงินออเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา โดยภาพรวมแล้วกลุ่มเงินออเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา มีความใส่ใจสุขภาพในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.19 เมื่อทำการจำแนกในแต่ละข้อแล้ว พบว่า กลุ่มเงินออเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา มีความกังวลเกี่ยวกับสารเคมีที่ปนเปื้อนอยู่ในอาหารมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.48 รองลงมา คือ กลุ่มเงินออเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา มีความกังวลเกี่ยวกับคุณภาพของน้ำดื่ม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.32 และใน 3 ปีที่ผ่านมา กลุ่มเงินออเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลาที่อ่านบทความเกี่ยวกับสุขภาพมากขึ้น คิดเป็นค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ 3.96

### ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ด้านสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชันวายในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

สำหรับข้อมูลเรื่องความรู้ด้านสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชันวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา ซึ่งได้ทำการสำรวจและรวบรวมข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็น ซึ่งมีจำนวนคำถามทั้งหมด 5 ข้อ โดยผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกแสดงความคิดเห็นได้เพียงคำตอบเดียวที่ตรงกับความคิดเห็นของแต่ละบุคคลมากที่สุด แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 4.3

**ตารางที่ 4.3** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความรู้ด้านสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชันวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา

(n = 397)			
ประเด็นเรื่องความรู้ด้านสุขภาพ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความรู้ด้านสุขภาพ
1. ท่านมีความคุ้นเคยกับการป้องกันปัญหาอาหารเจ็บป่วยเล็กน้อยซึ่งมีอาการแบบชั่วคราว เช่น ไข้หวัด การติดเชื้อไวรัส เป็นต้น	4.08	0.70	มาก
2. ท่านเป็นผู้มีความรู้เกี่ยวกับวิธีการดูแลสุขภาพขั้นพื้นฐานเมื่อเทียบกับคนทั่วไป	4.07	0.71	มาก
3. ท่านมีความคุ้นเคยกับการป้องกันปัญหาอาการเจ็บป่วยเล็กน้อยแบบเรื้อรัง เช่น โรคภูมิแพ้ โรคผิวหนัง เป็นต้น	3.97	0.80	มาก
4. ท่านมีความคุ้นเคยกับการป้องกันปัญหาอาการเจ็บป่วยที่รุนแรงและมีอาการชั่วคราว เช่น โรคไข้หวัดใหญ่ โรคหัด เป็นต้น	3.75	0.92	มาก
5. ท่านมีความคุ้นเคยกับการป้องกันปัญหาอาการเจ็บป่วยที่รุนแรงแบบเรื้อรัง เช่น โรคความดันโลหิตสูง โรคเบาหวาน เป็นต้น	3.69	0.98	มาก
<b>เฉลี่ย</b>	<b>3.91</b>	<b>0.82</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความรู้ด้านสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา โดยภาพรวมแล้วกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา มีความรู้ด้านสุขภาพในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.91 เมื่อทำการจำแนกในแต่ละข้อแล้ว พบว่า กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา มีความคุ้นเคยกับการป้องกันปัญหาอาหารเจ็บป่วยเล็กน้อยซึ่งมีอาการแบบชั่วคราว เช่น ไข้หวัด การติดเชื้อไวรัส เป็นต้น คิดเป็นค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.08 รองลงมา คือ กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา มีความรู้เกี่ยวกับวิธีการดูแลสุขภาพขั้นพื้นฐานเมื่อเทียบกับคนทั่วไป คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.07 และกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา มีความคุ้นเคยกับการป้องกันปัญหาอาการเจ็บป่วยที่รุนแรงแบบเรื้อรัง เช่น โรคความดันโลหิตสูง โรคเบาหวาน เป็นต้น คิดเป็นค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ 3.69

#### **ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา**

สำหรับข้อมูลเกี่ยวกับความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา ซึ่งได้ทำการสำรวจและรวบรวมข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็น ซึ่งมีจำนวนคำถามทั้งหมด 5 ข้อ โดยผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกแสดงความคิดเห็นได้เพียงคำตอบเดียวที่ตรงกับความคิดเห็นของแต่ละบุคคลมากที่สุด ดังแสดงรายละเอียดดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา

(n = 397)			
ประเด็นเรื่องความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ
1. ท่านจะซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ด้วยเหตุผลว่าเป็นอาหารที่มีคุณภาพ	4.34	0.71	มากที่สุด
2. ถ้ามีอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ในร้านที่ท่านสามารถเดินทางไปซื้อได้ ท่านจะซื้อแน่นอน	4.31	0.69	มากที่สุด
3. ในอนาคตท่านจะเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพต่อไป	4.32	0.74	มากที่สุด
4. ท่านจะคำนึงถึงการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพเป็นอย่างแรกในการเลือกซื้ออาหาร	4.04	0.81	มาก
5. ท่านจะซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ถึงแม้ว่าจะมีราคาแพง	3.80	0.94	มาก
<b>เฉลี่ย</b>	<b>4.16</b>	<b>0.78</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา โดยภาพรวมแล้วกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา มีความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.16 เมื่อทำการจำแนกในแต่ละข้อแล้ว พบว่า กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลาจะซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ด้วยเหตุผลว่าเป็นอาหารที่มีคุณภาพ คิดเป็นค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.34 รองลงมา คือ กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลาจะเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพต่อไปในอนาคต คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.32 และกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลาจะซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ถึงแม้ว่าจะมีราคาแพง คิดเป็นค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ 3.80

ตอนที่ 5 วิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชันวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ คือ สถิติ t-test หรือการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (1-Way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 4.5 – 4.10

ตารางที่ 4.5 แสดงผลการเปรียบเทียบความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชันวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา จำแนกตามช่วงอายุ

(n = 397)

		ช่วงอายุ				F	Sig.
		18 – 22 ปี	23 – 27 ปี	28 – 32 ปี	33 – 38 ปี		
	n	95	103	103	96		
ความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ	$\bar{X}$	3.92	4.02	4.20	4.54	2.39	0.93
	S.D.	0.60	0.61	0.55	0.51		

\*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.6 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชันวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลาและช่วงอายุ โดยจำแนกช่วงอายุของเจนเนอเรชันวายซึ่งมีอายุระหว่าง 18-38 ปี ออกเป็น 4 ช่วง ได้แก่ระหว่าง 18-22 ปี 23-27ปี 28-32 ปีและ 33-38ปี พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบ F-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่ากลุ่มเจนเนอเรชันวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลาที่มีอายุต่างกันมีความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.6 แสดงผลการเปรียบเทียบความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา จำแนกตามเพศ

		เพศ		t	Sig.
		ชาย	หญิง		
ความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ	n	171	226		
	$\bar{X}$	4.13	4.19	3.44	0.32
	S.D.	0.69	0.55		

\*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.6 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลาและเพศ โดยจำแนกออกเป็นเพศหญิงและเพศชายแล้ว พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบ t-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่ากลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา ที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมการดูแลสุขภาพเชิงป้องกันที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.7 แสดงผลการเปรียบเทียบความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลาจำแนกตามสถานภาพ

(n = 397)

		สถานภาพ			F	Sig.
		โสด	สมรส / อยู่ ด้วยกัน	หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่		
ความตั้งใจซื้ออาหาร เพื่อสุขภาพ	n	262	129	6		
	$\bar{X}$	4.04	4.40	4.30	3.0	0.08
	S.D.	0.62	0.52	0.58		

\*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.7 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลาและสถานภาพ โดยจำแนกสถานภาพออกเป็น สถานะ โสด, สมรส / อยู่ด้วยกัน และหม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบ F-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% มีค่า Sig. มากกว่ากว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่ากลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลาที่มีสถานภาพต่างกันมีความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพที่ไม่แตกต่างกัน



ตารางที่ 4.8 แสดงผลการเปรียบเทียบความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลาจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

(n = 397)

		ระดับการศึกษาสูงสุด				F	Sig.
		ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	สูงกว่าปริญญาโท		
ความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ	n	74	275	46	2		
	$\bar{X}$	3.94	4.20	4.30	3.80	2.22	0.11
	S.D.	0.61	0.59	0.69	0.28		

\*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.8 เมื่อเปรียบเทียบความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลาและระดับการศึกษาสูงสุด โดยจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด ออกเป็นต่ำกว่าระดับปริญญาตรี, ปริญญาตรี, ปริญญาโท และสูงกว่าปริญญาโท พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบ F-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่ากลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลาที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกันมีความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.9 แสดงผลการเปรียบเทียบความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลาจำแนกตามอาชีพ

(n = 397)

		อาชีพ						F	Sig.
		ข้าราชการ / พนักงาน	พนักงานเอกชน / ห้าง	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	แม่บ้าน / พ่อบ้าน	นักเรียน / นักศึกษา	อื่นๆ		
ความตั้งใจซื้อ	n	51	153	70	6	114	3		
อาหารเพื่อ	$\bar{X}$	4.09	4.26	4.39	4.17	3.95	3.80	4.68	0.01
สุขภาพ	S.D	0.57	0.67	0.66	0.69	0.65	0.65		

\*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.9 เมื่อเปรียบเทียบความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา กับอาชีพ โดยจำแนกอาชีพออกเป็น ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ, พนักงานเอกชน / ห้างร้าน, ประกอบธุรกิจส่วนตัว, แม่บ้าน / พ่อบ้าน, นักเรียน / นักศึกษา, เกษตรกร, ทนายความ และองค์กรไม่แสวงหากำไร พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบ F-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่ากลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลาที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงมีการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ Scheffe ได้แสดงผลดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 แสดงผลการเปรียบเทียบความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา จำแนกตามอาชีพเปรียบเทียบเป็นรายคู่

(n = 397)

อาชีพ	$\bar{X}$	ความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ					
		ข้าราชการ	พนักงานเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	แม่บ้าน / พ่อบ้าน	นักเรียน / นักศึกษา	อื่นๆ
		4.09	4.26	4.39	4.17	3.95	3.80
ข้าราชการ	4.09		-0.16	-0.30	-0.77	0.14	0.29
พนักงานเอกชน	4.26			-0.13	0.09	0.31*	0.45
ธุรกิจส่วนตัว	4.39				0.22	0.44*	0.59
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	4.17					0.22	0.37
นักเรียน/นักศึกษา	3.95						0.15
อื่นๆ	3.80						

\*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.10 แสดงผลการเปรียบเทียบความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา จำแนกตามอาชีพ โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ตามวิธีของ Scheffe พบว่าอาชีพ ระหว่างพนักงานเอกชนกับนักเรียน / นักศึกษาและระหว่างประกอบธุรกิจส่วนตัวกับนักเรียน / นักศึกษา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.11 แสดงผลการเปรียบเทียบความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลาจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

(n = 397)

		รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					F	Sig.
		ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	21,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท		
ความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ	n	103	119	102	37	36	1.17	0.322
	$\bar{X}$	3.94	4.14	4.29	4.32	4.36		
	S.D.	0.62	0.57	0.65	0.53	0.47		

\*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.11 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยจำแนกรายได้เฉลี่ยต่อเดือนออกเป็น ไม่เกิน 10,000 บาท 10,001 – 20,000 บาท 20,001 – 30,000 บาท 30,001 – 40,000 บาท และ มากกว่า 40,000 บาท พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบ F-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่ากลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพที่ไม่แตกต่างกัน

## ตอนที่ 6 วิเคราะห์ผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้านสุขภาพต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา

การวิเคราะห์ผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้านสุขภาพต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา ใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธีการ Enter Method กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05 แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 4.12 – 4.14

ตารางที่ 4.12 แสดงที่มีผลกระทบต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา

(n = 397)

ตัวแปร	ความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ	ความใส่ใจสุขภาพ	ความรู้ด้านสุขภาพ
ความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ	1.00		
ความใส่ใจสุขภาพ	0.48**	1.00	
ความรู้ด้านสุขภาพ	0.46**	0.52**	1.00

\*\* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01, \* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.12 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ พบว่าความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้านสุขภาพมีความสัมพันธ์กันในทิศทางบวกกับความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพมากที่สุดคือ ความใส่ใจสุขภาพ เนื่องจากมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มากที่สุด คือ 0.48 รองลงมา คือ ความรู้ด้านสุขภาพ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.46

ตารางที่ 4.13 แสดงผลการวิเคราะห์ผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้านสุขภาพต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ANOVA<sup>a</sup>

Source of Variance	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	42.40	2	21.20	78.46	0.00 <sup>b</sup>
Residual	106.44	394	0.27		
Total	148.84	386			

b. Predictors: ความรู้ด้านสุขภาพ, ความใส่ใจสุขภาพ

\*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์พบว่าความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้านสุขภาพมีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ โดยมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสามารถสร้างสมการเชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) สามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุได้ดังนี้

ตารางที่ 4.14 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา

ตัวแปร	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	1.34	0.24		5.65*	0.00
ความใส่ใจสุขภาพ	0.43	0.07	0.33	6.56*	0.00
ความรู้ด้านสุขภาพ	0.27	0.05	0.28	5.69*	0.00

**R = 0.53, R<sup>2</sup> = 0.29, R<sup>2</sup><sub>adj</sub> = 0.28, SEE = 0.52**

\*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.14 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่

จังหวัดสงขลา พบว่า ความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้านสุขภาพสามารถร่วมกันพยากรณ์เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชันวายในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ได้ร้อยละ 29 ( $R^2 = 0.29$ ) ซึ่งเมื่อนำตัวแปรทั้ง 2 ที่สามารถพยากรณ์ความสัมพันธ์ของผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้านสุขภาพต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชันวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา ซึ่งถ้าค่า  $R^2$  ที่ใกล้ 1 หมายความว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามมาก แต่ถ้าหาก  $R^2$  เข้าใกล้ศูนย์ หมายความว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามน้อย

สามารถเขียนสมการแสดงได้ ดังนี้

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

เมื่อกำหนดค่าตัวแปร ดังนี้

Y	แทน	ความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชันวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา
a	แทน	ค่าคงที่
b	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระแต่ละตัว
$X_1$	แทน	ความใส่ใจสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชันวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา
$X_2$	แทน	ความรู้ด้านสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชันวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา

ได้สมการความถดถอยในรูปคะแนนดิบ ดังนี้

$$Y = 1.34 + 0.43X_1 + 0.27X_2$$

และได้สมการในรูปคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

$$Z = 0.33X_1 + 0.28X_2$$

จากสมการอธิบายได้ว่า ความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้านสุขภาพมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชันวายในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 มีค่า Sig. of t เท่ากับ 0.00 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกกับความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชันวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา เนื่องจากมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (B) เป็นบวก มีค่าเท่ากับ 0.43 และ 0.27 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐาน (Beta) ของความใส่ใจสุขภาพเท่ากับ 0.33 มากกว่าค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐาน (Beta) ของความรู้ด้านสุขภาพ เท่ากับ 0.28 แสดงว่าความใส่ใจสุขภาพมีผลกระทบต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชันวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา มากกว่าความรู้ด้านสุขภาพ

#### ตอนที่ 7 วิเคราะห์ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ปัจจุบันกระแสสุขภาพกำลังมาแรง รวมถึงความสนใจเรื่องอาหารเสริม ศูนย์ความสวยความงาม จึงควรศึกษาเรื่องนี้เพิ่มเติม
2. ควรเพิ่มประเภทของอาหารในแต่ละเพศและช่วงอายุ เพื่อความละเอียดในการเก็บข้อมูล เนื่องจากแต่ละเพศแต่ละช่วงอายุมีความจำเป็นในเรื่องของสารอาหารไม่เท่ากัน
3. ปัจจุบันอาหาร สิ่งแวดล้อม เวชภัณฑ์ด้านสุขภาพ มีผลอย่างมากในการใช้ชีวิตในปัจจุบัน จึงอยากให้ทำการวิจัยเพื่อส่งผลให้ตลาดสินค้าสุขภาพในหาดใหญ่ร่วมมือร่วมใจ ดูแลคุณภาพอาหาร วัตถุดิบ ส่วนผสมให้ดีและปลอดภัยมากขึ้น แม้ด้านราคาอาจจะเกี่ยวข้องแต่เชื่อว่าถ้าปลอดภัย และส่งผลต่อสุขภาพร่างกายให้ผู้บริโภคเองในทางที่ดี คนทั่วไปย่อมจะต้องการซื้อ
4. คนยุคใหม่ ใส่ใจสุขภาพมากขึ้น ทั้งอาหารเสริม และอาหารหลัก จึงควรมีงานวิจัยศึกษาข้อมูลเพื่อส่งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการป้องกัน และเข้มงวดให้มากขึ้น ทั้งเรื่อง มูลค่า ราคา ของสินค้าจำพวกสุขภาพนั้นราคาแพง ทำให้มีจิวาชีพใช้เป็นช่องทางหลอกลวงขายสินค้าสุขภาพราคาถูก อีกทั้งเพราะราคาแพงประชาชนที่เป็นฐานหลักของประเทศที่ไม่ได้มีฐานะร่ำรวยจึงเข้าไม่ถึงสินค้าประเภทนี้ยาก ทำให้ก็ยังสุขภาพแย่ เป็นโรค เจ็บป่วย และภาครัฐก็ยังคงต้องเสียบมาอุ้มชูคนกลุ่มนี้เหมือนเดิม จึงเสนอทางแก้คือ ภาครัฐควรเข้ามากำหนดควบคุม จัดการกลไกราคาอาหารเสริม หรืออาหารเพื่อสุขภาพให้อยู่ในสัดส่วนที่พอเหมาะ เพื่ออนาคตระยะยาวของประเทศ และเข้มงวดควบคู่กันกับมีจิวาชีพที่ใช้ช่องทางเหล่านี้หากิน
5. ปัจจุบัน health trend ในประเทศไทยค่อนข้างกว้างขวางแต่เข้าถึงยากในด้านการหาอาหารที่ส่งเสริมสุขภาพในราคาที่สมเหตุสมผล ด้วยอาหารเพื่อสุขภาพหาทานยากและราคาสูงเกินไป จึงควรเน้นการวิจัยในปัญหาส่วนนี้ด้วย



จากข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นความคิดเห็นแบบคำถามปลายเปิดพบว่า มีบางส่วนที่มีความแตกต่างจากคำถามปลายปิด เช่น ในเรื่องของความยินดีจ่าย ในคำถามปลายปิด ผู้บริโภคจะยังซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ถึงแม้ว่ามีราคาแพง แต่ในคำถามปลายเปิด ผู้บริโภคไม่ต้องการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ หากมีราคาแพง ทั้งนี้ความแตกต่างดังกล่าวอาจมาจากความคิดเห็นของผู้บริโภคเจนเนอเรชันวายอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลาเพียงส่วนน้อยเท่านั้น ส่วนในคำถามปลายปิดมีการนำระดับความเห็นของกลุ่มตัวอย่างมาเฉลี่ยกันถึง 397 คน

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความใส่ใจสุขภาพ ความรู้ด้านสุขภาพและความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และศึกษาผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้านสุขภาพต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 397 ตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบของแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) สุ่มแจกแบบสอบถามในกลุ่มประชากรเจนเนอเรชั่นวายที่มีอายุระหว่าง 18-38 ปี ตามแหล่งสถานศึกษาและสถานประกอบการต่าง ๆ ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ทั้งนี้แบบสอบถามได้ถูกสร้างขึ้นจากแนวความคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกได้เป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบไปด้วยคำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามให้ตรงกับกลุ่มตัวอย่างที่ได้ตั้งไว้และคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปอื่นๆ ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความใส่ใจสุขภาพของเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ด้านสุขภาพของเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และส่วนที่ 4 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งมีรายละเอียดผลการวิจัย ดังนี้

#### 5.1. สรุปผลการวิจัย

#### 5.2. อภิปรายผล

#### 5.3. ข้อเสนอแนะ

## 5.1. สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้านสุขภาพ ต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชันวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา จำแนกผลการศึกษาย่อยออกเป็นด้านต่างๆ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

### 1. ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

2. ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ว่า เพื่อศึกษาความใส่ใจสุขภาพ ความรู้ด้านสุขภาพและความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชันวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา

3. เพื่อศึกษาผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้านสุขภาพต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชันวายในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

### 1. ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเจนเนอเรชันวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลาที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ จากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 397 คน ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 23-32ปีและ 28-32 ปี จำนวนกลุ่มละ 103 คนคิดเป็นร้อยละ 25.94, เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.93, สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 65.99, ระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 69.27, อาชีพคือพนักงานเอกชน / ห้างร้าน คิดเป็นร้อยละ 38.54 และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 29.97

2. ผลของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามกับความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชันวายในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 ช่วงอายุที่แตกต่างกัน มีระดับความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพโดยภาพรวมแล้วไม่ต่างกัน

2.2 เพศที่แตกต่างกัน มีระดับความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพโดยภาพรวมแล้วไม่ต่างกัน

2.3 สถานภาพที่แตกต่างกัน มีระดับความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพโดยภาพรวมแล้วไม่ต่างกัน

2.4 ระดับการศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกัน มีระดับความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ โดยภาพรวมแล้วไม่ต่างกัน

2.5 อาชีพที่แตกต่างกัน มีระดับความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ โดยภาพรวมแล้ว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยอาชีพระหว่างพนักงานเอกชนกับนักเรียน / นักศึกษา และ อาชีพระหว่างประกอบธุรกิจส่วนตัวกับนักเรียน / นักศึกษา มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งอาชีพพนักงานเอกชนและประกอบธุรกิจส่วนตัวนั้นมีความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพที่สูงกว่า

2.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีระดับความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ โดยภาพรวมแล้วไม่ต่างกัน

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลในด้านอาชีพมีความสัมพันธ์กับระดับความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ส่วนด้านช่วงอายุ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา สูงสุด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลาที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

## 1.2 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ว่า เพื่อศึกษาความใส่ใจสุขภาพ ความรู้ด้านสุขภาพ และ ความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

1. ระดับความใส่ใจสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา โดยภาพรวมแล้วกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา มีความใส่ใจสุขภาพในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.19 โดยกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา มีความกังวลเกี่ยวกับสารเคมีที่ปนเปื้อนอยู่ในอาหารมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.48 รองลงมา คือ กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา มีความกังวลเกี่ยวกับคุณภาพของน้ำดื่ม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.32 และใน 3 ปีที่ผ่านมา กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลาที่อ่านบทความเกี่ยวกับสุขภาพมากขึ้น คิดเป็นค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ 3.05

2. ระดับความรู้ด้านสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา โดยภาพรวมแล้วกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา มีความรู้ด้านสุขภาพในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.91 เมื่อทำการจำแนกในแต่ละข้อแล้ว พบว่า กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา มีความคุ้นเคยกับการป้องกันปัญหาอาหารเจ็บป่วยเล็กน้อยซึ่งมีอาการแบบ

ชั่วคราว เช่น ไข้หวัด การติดเชื้อไวรัส เป็นต้น คิดเป็นค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.08 รองลงมา คือ กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลามีความรู้เกี่ยวกับวิธีการดูแลสุขภาพขั้นพื้นฐานเมื่อเทียบกับคนทั่วไป คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.07 และกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลามีความคุ้นเคยกับการป้องกันปัญหาอาการเจ็บป่วยที่รุนแรงแบบเรื้อรัง เช่น โรคความดันโลหิตสูง โรคเบาหวาน เป็นต้น คิดเป็นค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ 3.6

3. ระดับความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลาโดยภาพรวมแล้วกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา มีความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.16 เมื่อทำการจำแนกในแต่ละข้อแล้ว พบว่า กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลาจะซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ด้วยเหตุผลว่าเป็นอาหารที่มีคุณภาพ คิดเป็นค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.34 รองลงมา คือ กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลาจะเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพต่อไปในอนาคต คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.32 และกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลาจะซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ถึงแม้ว่าจะมีราคาแพง คิดเป็นค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ 3.80

### 1.3 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ว่า เพื่อศึกษาผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้านสุขภาพต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ผลการวิเคราะห์ผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้านสุขภาพต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) โดยวิธี Enter ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้านสุขภาพมีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ โดยมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งตัวแปรความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้านสุขภาพสามารถรวมกันพยากรณ์เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา ได้ร้อยละ 29 ( $R^2 = 0.29$ ) ส่วนอีกร้อยละ 71 ที่เหลือเกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่นๆ ที่ไม่ได้นำมาพิจารณา นอกจากนั้นยังมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกกับความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา เนื่องจากมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (B) เป็นบวก มีค่าเท่ากับ 0.43 และ 0.27 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ไรก็ตามค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพมากที่สุด คือ ความใส่ใจสุขภาพ เนื่องจากมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มากที่สุด คือ 0.48 รองลงมา คือ ความรู้ด้านสุขภาพ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.46

## 2. อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้านสุขภาพต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา สามารถแบ่งการอภิปรายผลในด้านต่างๆ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

2.1 อภิปรายผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ว่า เพื่อศึกษาความใส่ใจสุขภาพ ความรู้ด้านสุขภาพและความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

2.2 อภิปรายผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ว่า เพื่อศึกษาผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้านสุขภาพต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

2.1 อภิปรายผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ว่า เพื่อศึกษาความใส่ใจสุขภาพ ความรู้ด้านสุขภาพและความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา

### 2.1.1. ความใส่ใจสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา

จากการศึกษาวิจัย พบว่า กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา มีระดับความใส่ใจสุขภาพในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.19 โดยกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา มีความใส่ใจสุขภาพเกี่ยวกับผลกระทบด้านสุขภาพจากการเลือกอาหาร ไม่ว่าจะเป็นความกังวลเกี่ยวกับสารเคมีที่ปนเปื้อนอยู่ในอาหาร เช่น สารบอแรกซ์ ยาฆ่าแมลง สารฟอสฟอรัส วัตถุกันเสีย, ความกังวลเกี่ยวกับคุณภาพของน้ำดื่ม, การอ่านส่วนผสมบนฉลากอาหาร เป็นต้น ซึ่งความใส่ใจสุขภาพของผู้บริโภคในระดับมาก จะเป็นสิ่งที่แสดงถึงคุณภาพชีวิตของผู้บริโภค สอดคล้องกับ Kraft & Goodell (1993) ซึ่งกล่าวว่า การแสดงพฤติกรรมเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพอย่างชัดเจน แสดงให้เห็นถึงแรงจูงใจเกี่ยวกับสุขภาพ ผู้บริโภคที่ไม่ใส่ใจในสุขภาพของตนเองจะแสดงพฤติกรรมที่ตรงกันข้าม เช่น ไม่อ่านฉลากก่อนซื้อ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของหฤทัย บุญศิริ (2556) ที่ได้ศึกษาถึงความตระหนักเรื่องสุขภาพของเจนเนอเรชั่นวาย ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ที่มีความตระหนักในเรื่องสุขภาพอยู่ในระดับมาก นำไปสู่พฤติกรรมดูแลสุขภาพเชิง

ป้องกันและควมใส่ใจสุขภาพในระดับมากเช่นกัน ทั้งนี้ที่ผลการศึกษามีความใกล้เคียงสอดคล้องกันอาจเนื่องมาจากสาเหตุว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำการวิจัยอยู่ในจังหวัดเดียวกันคือจังหวัดสงขลา

### 2.1.2. ความรู้ด้านสุขภาพของของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา

จากการศึกษาวิจัย พบว่า กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลามีความรู้ด้านสุขภาพในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.91 โดยกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลามีความรู้ด้านสุขภาพเกี่ยวกับวิธีการดูแลสุขภาพในเชิงป้องกัน ไม่ว่าจะเป็นการป้องกันปัญหาอาการเจ็บป่วยเล็กน้อยซึ่งมีอาการแบบชั่วคราว เช่น ไข้หวัด การติดเชื้อไวรัส, การป้องกันปัญหาอาการเจ็บป่วยเล็กน้อยแบบเรื้อรัง เช่น ภูมิแพ้ โรคผิวหนัง, การป้องกันปัญหาอาการเจ็บป่วยรุนแรงแบบมีอาการชั่วคราว เช่น โรคไข้หวัดใหญ่ โรคหัด ไปจนถึงการป้องกันปัญหาอาการเจ็บป่วยที่รุนแรงแบบเรื้อรัง เช่น โรคความดันโลหิตสูง โรคเบาหวาน เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ นวรัตน์ จิร โสภิน(2549) ซึ่งกล่าวว่า ความรู้ด้านสุขภาพเกี่ยวกับพฤติกรรมดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน เป็นข้อมูลที่จะทำให้บุคคลมีความเข้าใจในเหตุการณ์ต่างๆเกี่ยวกับสุขภาพได้อย่างถูกต้อง และเป็นการแนะนำให้บุคคลทราบว่าควรที่กระทำหรือไม่ควรกระทำอย่างไรเพื่อให้มีสุขภาพที่สมบูรณ์แข็งแรง และงานวิจัยของจันทร์จิรา คำสุข(2549) ซึ่งศึกษาเรื่องการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารด้านผิวพรรณในห้างสรรพสินค้า จังหวัดเชียงใหม่ กล่าวว่า ผู้มีความรู้ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสุขภาพมากจะมีการพิจารณาพิจารณาอาหารที่สามารถป้องกันปัญหาเกี่ยวกับสุขภาพได้ดี เช่นวิตามินต่างๆ

### 2.1.3. ความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา

จากการศึกษาวิจัย พบว่า กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลามีความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.16 โดยกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลามีความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพด้วยเหตุผลว่าเป็นอาหารที่มีคุณภาพมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 4.34 แสดงให้เห็นถึงแผนการของผู้บริโภคที่จะซื้ออาหารเพื่อสุขภาพในอนาคตได้ในระดับมาก สามารถอธิบายโดยใช้ทฤษฎีกระทำตามแผนได้ว่า ความตั้งใจซื้อมาจากความเชื่อว่าผลการกระทำจากการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเป็นสิ่งที่ดี ถ้าบุคคลมีความเชื่อว่าถ้าทำพฤติกรรมนั้นแล้วจะได้ผลในทางบวก ก็จะมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติต่อพฤติกรรมนั้น ในทางตรงกันข้ามหากมีความเชื่อว่า ถ้าทำพฤติกรรมนั้นแล้วจะได้ผลในทางลบก็จะมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อพฤติกรรมนั้น (Attitude toward the behavior) และเมื่อมีทัศนคติทางบวกก็จะเกิด

เจตนาหรือตั้งใจ (Intention) ที่จะแสดงพฤติกรรมนั้น (Ajzen, 1991) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยพร ชุ่มมงคลและคณะ (2559) ซึ่งวิจัยเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคเจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ เจเนอเรชันเอกซ์ และเจเนอเรชันวาย ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร กล่าวว่า เจเนอเรชันวายมีจุดประสงค์ในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงสุขภาพ โดยมีแนวโน้มที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพิ่มขึ้นอีกในอนาคต โดยให้ความสำคัญกับคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าในระดับมากที่สุด

## 2.2 อภิปรายผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ว่า เพื่อศึกษาผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้านสุขภาพต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจเนอเรชันวายในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

จากการศึกษาผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้านสุขภาพต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจเนอเรชันวายในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาด้วยวิธีการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) โดยวิธี Enter ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้สมการความถดถอยในรูปคะแนนดิบ ดังนี้

$$Y = 1.34 + 0.43X_1 + 0.27X_2$$

จากสมการ ความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้านสุขภาพส่งผลกระทบต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจเนอเรชันวายในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาในทิศทางเชิงบวก กล่าวคือ ผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพและความตั้งใจซื้อ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ หากกลุ่มเจเนอเรชันวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา มีความใส่ใจและมีความรู้ด้านสุขภาพมากขึ้น จะทำให้กลุ่มเจเนอเรชันวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา มีความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้นตามไปด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jayanti & Burns (1998) ที่กล่าวว่าความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้านสุขภาพต่างมีผลทางด้านบวกกับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน นอกจากนี้ยังตรงกับงานวิจัยของฉัฐวุฒิ เลิศวัฒนเกษม (2558) ซึ่งพบว่า ความใส่ใจสุขภาพและความรู้เป็นส่วนหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ



### 3. ข้อเสนอแนะ

#### 3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ สามารถนำข้อมูลที่ได้จากผลการวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้านสุขภาพต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างกลยุทธ์และปรับปรุงการตลาดสร้างจุดขายให้สอดคล้องกับผู้บริโภคมากที่สุด มอบความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพแก่ผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้น เช่น ร้านอาหารเพื่อสุขภาพอาจมีการเขียนความรู้เกี่ยวกับคุณประโยชน์จากอาหารเพื่อสุขภาพลงไปในแต่ละเมนู ผู้ประกอบการผู้ผลิตอาหารเพื่อสุขภาพมีการเขียนคุณประโยชน์ของอาหารเพื่อสุขภาพไว้ที่บรรจุภัณฑ์แต่ละกล่องก็ย่อมส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพที่มากขึ้น รวมไปถึงการโฆษณาที่แฝงการกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความใส่ใจสุขภาพมากขึ้นก็ย่อมส่งผลให้เกิดความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพที่มากขึ้นเช่นกัน

2. หน่วยงานด้านสุขภาพของภาครัฐรวมไปถึงองค์กรอื่น ๆ สามารถนำข้อมูลที่ได้จากผลการวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้านสุขภาพต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาไปปรับใช้เป็นแนวทางในการกระตุ้นให้กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลาบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้นเพื่อการมีสุขภาพที่ดี ลดต้นทุนในการจ่ายค่ารักษาพยาบาล เช่น จัดรณรงค์กระตุ้นให้ประชาชนตื่นตัวกับการใส่ใจสุขภาพตนเอง การให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพแก่ชุมชนอย่างทั่วถึง เป็นต้น

#### 3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ได้ศึกษาวิจัยตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพเพียง 2 ตัวแปรคือ ความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้านสุขภาพ ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาเพิ่มเติมในด้านตัวแปรอื่นๆ ที่จะส่งผลกระทบต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ เช่น ด้านแรงจูงใจ ด้านอิทธิพลของทัศนคติ เป็นต้น

2. สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ได้ศึกษาวิจัยตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ไม่ได้เน้นในการศึกษาส่วนประสมทางการตลาด ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาส่วนประสมด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพเพิ่มเติม เช่น ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา

รายการส่งเสริมการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อให้การนำไปใช้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ถูกต้องแม่นยำยิ่งขึ้น

3. สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ได้ศึกษาวิจัยเฉพาะกลุ่มตัวอย่างเจนเนอเรชันวายในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาวิจัยในพื้นที่อื่นๆ หรือ เปลี่ยนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นเจนเนอเรชันอื่น ๆ เพิ่มเติม

### บรรณานุกรม

- กัญชรธิญา พรหมแก้ว. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างการใส่ใจสุขภาพ การรับรู้คุณภาพ ประโยชน์และทัศนคติต่อการดื่มกาแฟของผู้บริโภคชาวพัทลุง. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 1-55.
- กระทรวงพาณิชย์. (2561). สถานการณ์เศรษฐกิจไทยจากกระแสความใส่ใจสุขภาพ. เรียกใช้เมื่อ 22 ธันวาคม 2560 จาก <http://www.moc.go.th/index.php/home.html>
- กระทรวงสาธารณสุข. (2561). การเรียนรู้เพื่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารสำหรับวัยทำงาน. เอกสารความรู้ด้านสุขภาพกระทรวงสาธารณสุข.
- จันทร์จิรา คำสุข. (2549). การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารด้านผิวพรรณของวัยรุ่น ในห้างสรรพสินค้า จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (อาชีวศึกษา). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ฉันทนา บรรพศิริ โชติ. (2541). ความขัดแย้งในสังคมไทย : ช่องว่างของการรับรู้และความเข้าใจ. กรุงเทพฯ : โครงการปริญญาโทสำหรับนักบริหาร สาขาบริหารรัฐกิจคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชนากานต์ บุญนุช. (2554). ขนาดกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยเชิงปริมาณ. เอกสารชุมชนนักปฏิบัติ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล. กรุงเทพมหานคร: โรงพยาบาลศิริราช.
- ณัชญ์ชนัน พรหมมา. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การศึกษาเฉพาะบุคคล บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณัฐวุฒิ เลิศวัฒน์เกษม. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ทานตะวัน ดันติทวีวัฒนา. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร. เอกสารการประชุมทางวิชาการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

นภาพร ทัพสุนทร. (2551). การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพใน ศูนย์การค้าฟิวเจอร์พาร์ค สาขารังสิต. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, กรุงเทพฯ.

นวรรตน์ จิรโสภิน. (2549). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการดูแลสุขภาพตนเองของวัยรุ่นที่เป็น นักศึกษาสายอาชีวศึกษา : กรณีศึกษาจังหวัดปราจีนบุรี. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา พัฒนามนุษย์และสังคม (สหสาขาวิชา) บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นำพร อินสิน. (2555). อาหารเพื่อสุขภาพ. วารสาร โภชนบำบัด มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพมหานคร.33-45

ปิยพร ชุ่มมงคลและคณะ. (2559). พฤติกรรมผู้บริโภคเจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ เจเนอเรชันเอกซ์ และเจเนอเรชันวายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร. วารสาร บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ปีที่ 2 ฉบับที่ 3 (กรกฎาคม – กันยายน 2559), 492-497

ภิญญาภรณ์ เพ็ญภินันท์. (2554). การเปิดรับรู้ข่าวสาร ความรู้ ความตระหนักรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชากรในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู/จังหวัด สมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 31-35.

ภูงศค์ ตั้งนรกุล. (2559). ผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ของประชากรในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขา บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 25-43.

พนิดา ไชยแก้ว. (2559). อิทธิพลภาวะผู้นำของ Generation Y ต่อความสำเร็จทางธุรกิจ กรณีศึกษา ผู้ประกอบการกลุ่ม Generation Yในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เมธินี ทุกข์จาก. (2559). การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การใส่ใจสุขภาพ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความโปร่งใสด้านราคาและทักษะคิดต่อการซื้อที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเวย์ โปรตีนของผู้บริโภคเจเนอเรชันวาย (Generation Y) ในกรุงเทพมหานคร. การศึกษา เฉพาะบุคคลหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วรรณวิมล เมฆวิมล. (2553). พฤติกรรมดูแลสุขภาพของประชาชนในพื้นที่ฝึกปฏิบัติงานของ นักศึกษา สาขาวิชาการแพทย์แผนไทยประยุกต์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2551). การบริหารการตลาดยุคใหม่ ฉบับปรับปรุง. กรุงเทพมหานคร: บริษัท  
ธรรมสารจำกัด.
- สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล. (2560). การสำรวจพฤติกรรมของกลุ่มเจนเนอ  
เรชั่นวาย. เรียกใช้เมื่อ 22 ธันวาคม 2560 จาก <http://www.ipsr.mahidol.ac.th/ipsrbeta/th/Index.aspx>.
- สุวรรณา เขียงขุนทดและคณะ. (2556). ความรู้และพฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนเกษียณอายุ.  
รายงานการวิจัยภายใต้แผนงานวิจัยเพื่อพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์เพื่อสุขภาพ. สำนักงาน  
กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.
- แสงจันทร์ โสภากาล. (2550). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจของบุคลากรเกี่ยวกับ  
องค์การบริหารส่วนตำบล. รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2560). คลังความรู้สุขภาพออนไลน์ แลรายการ  
อาหารเพื่อสุขภาพ และอาหารบริโภคนิยม. เรียกใช้เมื่อ 26 ธันวาคม 2560 จาก  
<http://www.thaihealth.or.th>.
- สำนักงานบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง. (2560). จำนวนประชากรอำเภอหาดใหญ่ จังหวัด  
สงขลา. เรียกใช้เมื่อ 25 ธันวาคม 2560 จาก [http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat\\_age.php](http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age.php).
- หทัยกาญจน์ โสตรดี. (2550). พฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏ  
นครปฐม. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- หฤทัย บุญศิริ. (2556). ความตระหนักเรื่องสุขภาพของเจนเนอเรชั่นวาย ในอำเภอเมือง จังหวัด  
สงขลา. ปริญญาธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- หน่วยงานEuromonitor International. (2559). มูลค่าตลาดอาหารเพื่อสุขภาพทั่วโลก. เรียกใช้เมื่อ  
20 ธันวาคม 2560 จาก <https://blog.euromonitor.com/2017/02/key-health-wellness-trends-2017.html>.
- Ajzen, I. and M. Fishein. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*.  
Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall Inc.
- Becker, Maiman, Kirscht, Haefner & Drachman. (1977). *The Health Belief Model and Prediction  
of Dietary Compliance: A Field Experiment*. Journal of Health and Social Behavior  
Vol. 18, No. 4 (Dec., 1977), pp. 348-366

- Bloom, B.S. (1988). *Taxonomy of Education Objective. The Classification of Education Goals, Handbook I: Cognitive Domain*. New York: David Mckay Company.
- Burton, Rachel & Jonathan. (2015). *Living together with age-related macular degeneration : An interpretative phenomenological analysis of sense-making within a dyadic relationship*. Journal of Health Psychology.
- Eagle, Kollat & Backwell. (1968). *Consumer behavior*. New York, Holt, Rinehart, and Winston 1996. 58-73.
- Golnaz, Zainalabidin, Mad & Phuah. (2011). *Effect of perceptual differences on consumer purchase intention of natural functional food*. , Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies. 153-173.
- Shaharudin. (2010). *Mediating Effects of Intention On The Factors Affecting Organic Food Products Consumption Among Chinese Generation Y In Malaysia*. Faculty of Social Science, Tunku Abdul Rahman University College Kampar.
- Jayanti, R.K. & Burns, A.C. (1998). *The Antecedents of Preventive Health Care Behavior: An Empirical Study*. Journal of the Academy of Marketing Science, 26 (1), 6-15.
- Johnson & Johnson. (1985). *Effects of cooperative, competitive, and individualistic goal structures on computer-assisted instruction*. Journal of Educational Psychology, 77, 668–677.
- Kane Michael. (2010). *Validity and fairness*. Research Article.  
<http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0265532209349467>
- Kotler, P. (2000). *Marketing management: Analyzing consumer marketing and Buyer behavior (The Millennium)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kraft, F.B., and Goodell, P.W. (1993). *Identifying the health Conscious Consumer*. Journal of Health Care Marketing, 13 (3), 18-25
- Lee & Kotler. (2016). *The Characterization of the Millennials and Their Buying Behavior*. International Journal of Marketing Studies.

- Ling- Yu & Shang- Hui. (2013). *A Study On The Relationship Amidst Health Consciousness, Ecological Affect, And Purchase Intention Of Green Production*. International Journal of Organizational Innovation, 5, 124-137
- Michaelidou. (2008). *The Role of Health Consciousness, Food Safety Concern and Ethical Identity on Attitudes and Intentions towards Organic Food*. Institute for Social Marketing . University of Birmingham.
- Patrick Meredith. ( 1966). *Instruments of Communication: An Essay on Scientific Writing*. University of Leed.
- Robbins. (1996). *Organizational Behaviour*.12nd. edition. Upper Saddle River: New Jersey
- World Health Organization. (2560). *Healthy diet*. Publication details. 25 December 2560.from [http://www.who.int/nutrition/publications/nutrientrequirements/healthydiet\\_factsheet/en/](http://www.who.int/nutrition/publications/nutrientrequirements/healthydiet_factsheet/en/).
- Zeithaml, Berry & Parasuraman. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. Journal of Marketing, 41-50.

ภาคผนวก  
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย





## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้านสุขภาพต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ  
ของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

**คำชี้แจง** แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของ ความใส่ใจสุขภาพและความรู้ด้านสุขภาพต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเจนเนอเรชั่น วายในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งข้อมูลที่ได้จะใช้เพื่อเป็นประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น ผู้วิจัยขอขอบคุณท่านสำหรับการให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

**ส่วนที่ 1** แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

**ส่วนที่ 2** แบบสอบถามเกี่ยวกับความใส่ใจสุขภาพของเจนเนอเรชั่นวาย

**ส่วนที่ 3** แบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้ด้านสุขภาพของเจนเนอเรชั่นวาย

**ส่วนที่ 4** แบบสอบถามเกี่ยวกับความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของเจนเนอเรชั่นวาย



ส่วนที่ 2 : แบบสอบถามเกี่ยวกับความใส่ใจสุขภาพของเงินออเรชั่นวาย

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับทัศนคติของท่านมากที่สุด

ความใส่ใจสุขภาพ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง 5	เห็นด้วย 4	เฉยๆ 3	ไม่เห็น ด้วย 2	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง 1
1. ท่านมีความกังวลเกี่ยวกับสารเคมี ที่ปนเปื้อนอยู่ในอาหารของท่าน เช่น สารบอแรกซ์ ยาฆ่าแมลง สารฟอก ขาว วัตถุกันเสีย เป็นต้น					
2. ท่านมีความกังวลเกี่ยวกับคุณภาพ ของน้ำที่ท่านดื่ม					
3. ท่านมักจะอ่านส่วนผสมที่ปรากฏ อยู่บนฉลากอาหาร					
4. ใน 3 ปีที่ผ่านมาท่านอ่านบทความ เกี่ยวกับสุขภาพมากขึ้น					
5. ท่านให้ความสนใจเกี่ยวกับข้อมูล ด้านสุขภาพของตัวเอง					
6. ท่านมีความกังวลเกี่ยวกับสุขภาพ ของตนเองตลอดเวลา					
7. ท่านตื่นตัวกับความเปลี่ยนแปลง ของสุขภาพตนเอง					

### ส่วนที่ 3 : แบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้ด้านสุขภาพของเจ้าหน้าที่

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับทัศนคติของท่านมากที่สุด

ความรู้ด้านสุขภาพ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง 5	เห็นด้วย 4	เฉยๆ 3	ไม่เห็น ด้วย 2	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง 1
1. ท่านเป็นผู้มีความรู้เกี่ยวกับวิธีการดูแลสุขภาพขั้นพื้นฐานเมื่อเทียบกับคนทั่วไป					
2. ท่านมีความคุ้นเคยกับการป้องกันปัญหาอาการเจ็บป่วยเล็กน้อยซึ่งมีอาการแบบชั่วคราว เช่น ไข้หวัด การติดเชื้อไวรัส เป็นต้น					
3. ท่านมีความคุ้นเคยกับการป้องกันปัญหาอาการเจ็บป่วยเล็กน้อยแบบเรื้อรัง เช่น โรคภูมิแพ้ โรคผิวหนัง เป็นต้น					
4. ท่านมีความคุ้นเคยกับการป้องกันปัญหาอาการเจ็บป่วยที่รุนแรงและมีอาการชั่วคราว เช่น โรคไข้หวัดใหญ่ โรคหัด เป็นต้น					
5. ท่านมีความคุ้นเคยกับการป้องกันปัญหาอาการเจ็บป่วยที่รุนแรงแบบเรื้อรัง เช่น โรคความดันโลหิตสูง โรคเบาหวาน เป็นต้น					

#### ส่วนที่ 4 : แบบสอบถามเกี่ยวกับความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของเจนเนอร์ชั๊นวาย

**คำชี้แจง** กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับทัศนคติของท่านมากที่สุด

(อาหารเพื่อสุขภาพ หมายถึง อาหารที่เรabri โภคเพื่อการมีสุขภาพกายและใจที่ดีและอายุยืนยาว เช่นผักปลอดสารพิษ, อาหารมังสวิรัคหรืออาหารเจ, อาหารเสริมวิตามิน, น้ำแร่, น้ำผลไม้ เป็นต้น )

ความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง 5	เห็นด้วย 4	เฉยๆ 3	ไม่เห็น ด้วย 2	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง 1
1. ถ้ามีอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ในร้าน ที่ท่านสามารถเดินทางไปซื้อได้ ท่านจะซื้อแน่นอน					
2. ท่านจะซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ด้วยเหตุผลว่าเป็นอาหารที่มีคุณภาพ					
3. ท่านจะซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ถึงแม้ว่าจะมีราคาแพง					
4. ท่านจะคำนึงถึงการซื้ออาหารเพื่อ สุขภาพเป็นอย่างแรกในการเลือกซื้อ อาหาร					
5. ในอนาคตท่านจะเลือกซื้ออาหาร เพื่อสุขภาพต่อไป					

ข้อเสนอแนะ (เพิ่มเติม)

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล นางสาววิศรา นุปพากิจ

รหัสประจำตัวนักศึกษา 5910521053

### วุฒิการศึกษา

วุฒิ	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
เศรษฐศาสตร์บัณฑิต	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2557

### ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน

ตำแหน่ง เจ้าของกิจการ

สถานที่ทำงาน อาณาจักรรถยนต์มือสองนายหัวแหลม