

พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของวัยรุ่นที่ส่งผลต่อการสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดการบริโภคผลิตภัณฑ์จากนมเพื่อสุขภาพในผู้สูงอายุ

The Creative Behavior of Adolescents Influences the Motivation For Healthy Dairy Products Consumption in the Elderly.

กัญชรา รัตนบุญพร* และธีระวัฒน์ จันทิก

สาขาธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของวัยรุ่นที่ส่งผลต่อการสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดการบริโภคผลิตภัณฑ์จากนมเพื่อสุขภาพ ในผู้สูงอายุ 2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของวัยรุ่นต่อการเลือกบริโภคนมเพื่อสุขภาพของผู้สูงอายุ 3. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของวัยรุ่นที่ส่งผลต่อการสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดการบริโภคผลิตภัณฑ์จากนมเพื่อสุขภาพ ในผู้สูงอายุ ศึกษาจากลักษณะประชากรศาสตร์ เน้นการวิเคราะห์ในด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของวัยรุ่นที่ส่งผลต่อการสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดการบริโภคนมเพื่อผู้สูงอายุ กำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ สถิติพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่และร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ ค่าไค-สแควร์ ตัวแปรอิสระคือ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ และตัวแปรตามคือ แรงกระตุ้นให้เกิดการบริโภค

ผลการวิจัยพบว่าลักษณะผู้ตอบแบบคำถามแบบสอบถาม ส่วนมากเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท จากการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเชื่อตามโฆษณาที่โฆษณาได้กล่าวอ้างตามสรรพคุณ และผู้ที่แสดงในโฆษณามีสุขภาพดีด้วยนมเพื่อสุขภาพ เชื่อว่าเมื่อดื่มนมเพื่อสุขภาพแล้วจะทำให้มีสุขภาพดีขึ้นได้ และยังมีส่งเสริมให้ผู้สูงอายุที่บ้านได้เลือกดื่มนมเพื่อสุขภาพ และทางครอบครัวหันมาดูแลสุขภาพกันมากขึ้น

คำสำคัญ : นมเพื่อสุขภาพ, ผู้สูงอายุ, พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์, แรงกระตุ้น

Abstract

This research is quantitative research. Objectives 1. To study adolescent behavioral patterns that influence the stimulation of healthy dairy products consumption in the elderly. 2. To study the behavior of adolescents on healthy milk consumption. Of the elderly 3. To study demographic characteristics related to adolescent behaviors that influence the stimulation of healthy dairy products consumption among the elderly. Focusing on the creative thinking of adolescents influences the motivation to consume milk for the elderly. 400 samples were selected by using a questionnaire as a tool to collect data. Use a specific sampling method. The statistics used in the analysis were descriptive statistics, frequency and percentage. Average deviation And the statistics : used to test hypotheses are chi-square values. Creative behavior And the variable is Impulse to consume

The results showed that respondents' questionnaire Mostly female. Age between 20-30 years old. Bachelor's Degree. The average monthly income of 5,001 to 10,000 baht. The research found that respondents believe the ads that the ads claimed properties. And those shown in healthy ads with healthy milk. Believe that when healthy milk is healthy. And also encourage the elderly at home to choose healthy milk. And the family more health care.

Keywords : Healthy Milk, Elderly, Creative Behavior, Impulse

*ผู้นิพนธ์ประสานงาน

1. บทนำ

ประเทศไทยอยู่ในช่วงการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ จากข้อมูลของ United Nations World Population Ageing ระบุว่า ในปี 2560 ประชากรวัยผู้สูงอายุจะมีสัดส่วนมากที่สุด เป็นผลมาจากการลดภาวะเจริญพันธุ์อย่างรวดเร็ว และการลดลงอย่างต่อเนื่องของระดับการตายของประชากร จากข้อมูลประชากรของประเทศไทยในปี 2556 ประชากรไทยมีจำนวน 64.6 ล้านคน เป็นผู้สูงอายุมากถึง 9.6 ล้านคน โดยคำว่า “สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์” หมายถึง สังคมที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป ที่อยู่จริงในพื้นที่ต่อประชากรทุกช่วงอายุในพื้นที่เดียวกัน ในอัตราเท่ากับหรือมากกว่าร้อยละ 20 ขึ้นไป (มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย , 2556)

ในปัจจุบันผู้คนหันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น เพราะต้องการให้มีสุขภาพพลานามัยที่ดีขึ้น ไม่ว่าจะเรื่องการเงิน ที่อยู่อาศัย ต้องสะอาด ปลอดภัย ไม่มีสรรพพิษเจือปน ในเรื่องของอาหารการกิน ผู้บริโภคส่วนใหญ่หันมารับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายกันมากขึ้น และรัฐบาลมีการสนับสนุนให้ความรู้แก่ผู้บริโภคอย่างจริงจัง เพื่อไม่ให้เป็นโรคต่างๆ เช่นโรคหัวใจ โรคเบาหวาน และโรคกระดูกพรุน เป็นต้น โรคกระดูกพรุนนั้นพบมากในผู้สูงอายุ ซึ่งส่วนใหญ่เกิดจาก การเสื่อมตามอายุที่มีการสะสมอย่างค่อยเป็นค่อยไป และยาวนานของการเสียสมดุลระหว่างการสร้างและการสลายของกระดูก พบได้ทั้งในผู้หญิงและผู้ชายที่มีอายุมากกว่า 70-75 ปี มักพบกระดูกหักได้บ่อยบริเวณต้นขา ต้นแขน และสะโพก (ศูนย์วิจัยสุขภาพกรุงเทพ. “สาเหตุของโรคกระดูกพรุน , 2016) ซึ่งมีวิธีการป้องกันโดยการรับประทานอาหารให้ครบ 5 หมู่ โดยเฉพาะอาหารที่มีแคลเซียมสูง ซึ่งแหล่งแคลเซียมที่ดีที่สุดคือ นม (มูลนิธิหมอชาวบ้าน. นิตยสารหมอชาวบ้าน เล่มที่ 137. “กินอย่างไรเพื่อป้องกันโรคกระดูกพรุน” , 2016) โดยภาครัฐได้มีการส่งเสริมให้ดื่มนมที่เป็นแหล่งแคลเซียมที่สำคัญของทุกเพศทุกวัย เพื่อป้องกันการขาดแคลเซียม

ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของวัยรุ่นที่ส่งผลต่อการสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดการบริโภคผลิตภัณฑ์จากนมเพื่อสุขภาพในผู้สูงอายุ ให้ทราบถึงพฤติกรรมที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมเพื่อสุขภาพ ในผู้สูงอายุ

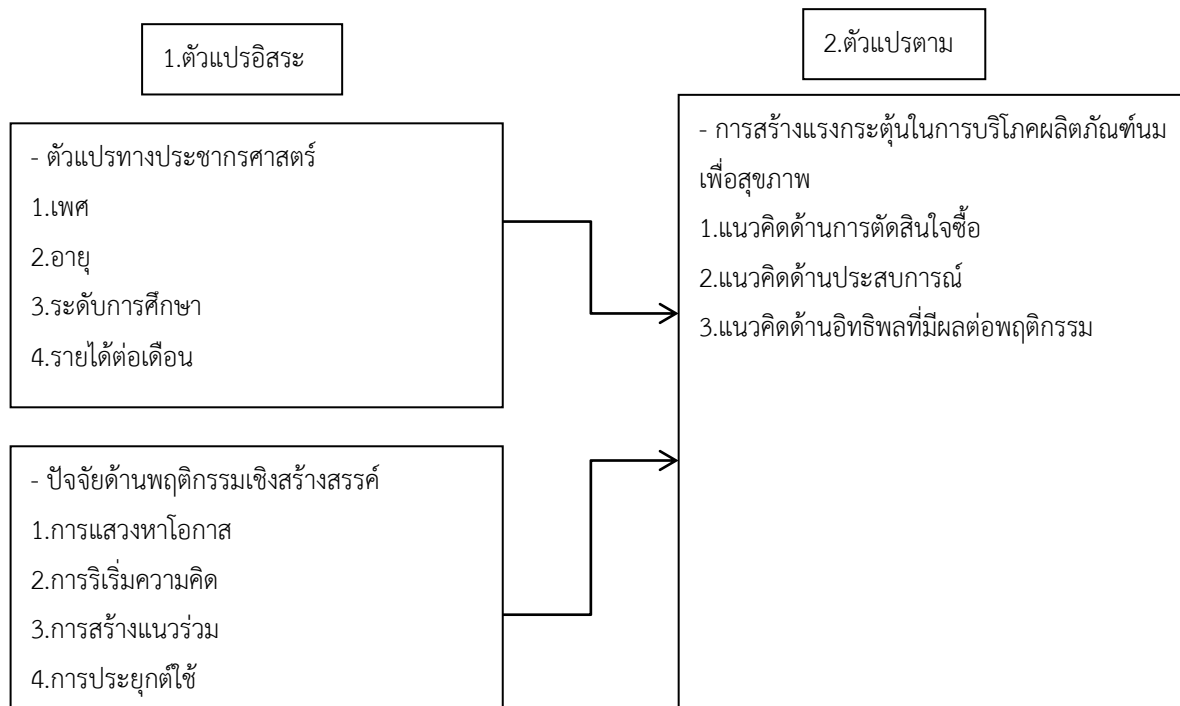
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของวัยรุ่นที่ส่งผลต่อการสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดการบริโภคผลิตภัณฑ์จากนมเพื่อสุขภาพในผู้สูงอายุ
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของวัยรุ่นต่อการเลือกบริโภคนมเพื่อสุขภาพ ของผู้สูงอายุ
3. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของวัยรุ่นที่ส่งผลต่อการสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดการบริโภคผลิตภัณฑ์จากนมเพื่อสุขภาพ ในผู้สูงอายุ

สมมติฐานการวิจัย

1. ศึกษาพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของวัยรุ่นที่ไม่ส่งผลต่อการสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดการบริโภคผลิตภัณฑ์จากนมเพื่อสุขภาพในผู้สูงอายุ
2. ศึกษาพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของวัยรุ่นที่ส่งผลต่อการสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดการบริโภคผลิตภัณฑ์จากนมเพื่อสุขภาพในผู้สูงอายุ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในงานวิจัย

2. ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของวัยรุ่นที่ส่งผลต่อการสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดการบริโภคผลิตภัณฑ์จากนมเพื่อสุขภาพในผู้สูงอายุ ได้ผ่านการทบทวนวรรณกรรมแนวคิดทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเอกสารต่างๆ
2. ขอบเขตด้านประชากร คือกลุ่มวัยรุ่นทั่วไปที่สนใจในเรื่องผลิตภัณฑ์นมเพื่อสุขภาพ ในผู้สูงอายุ จำนวน 400 คน
3. ขอบเขตด้านเวลา ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เวลาในการเก็บข้อมูล 3 เดือน คือ มกราคม – เมษายน 2560 โดยใช้แบบสอบถามปลายปิด

3. วิธีดำเนินการวิจัย

1. ศึกษา ค้นคว้า รวบรวมเอกสารที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของวัยรุ่นที่ส่งผลต่อการสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดการบริโภคผลิตภัณฑ์จากนมเพื่อสุขภาพในผู้สูงอายุ เพื่อนำข้อมูลมาเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย
2. สร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการศึกษาวิจัย แบบสอบถาม 1 ชุด ได้แบ่งออกเป็นสามส่วน คือ ส่วนที่ 1 ศึกษาข้อมูลทางลักษณะประชากรศาสตร์ คือ อายุ เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ ส่วนที่ 2 ศึกษาพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อการสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดการบริโภคผลิตภัณฑ์จากนมเพื่อสุขภาพในผู้สูงอายุ ส่วนที่ 3 ศึกษาการสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดการบริโภคผลิตภัณฑ์จากนมเพื่อสุขภาพในผู้สูงอายุ
 ในส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดการให้ค่าน้ำหนักคะแนนเลือกดังนี้
 คะแนน 1 หมายถึง มีความสำคัญน้อยที่สุด
 คะแนน 2 หมายถึง มีความสำคัญน้อย
 คะแนน 3 หมายถึง มีความสำคัญปานกลาง
 คะแนน 4 หมายถึง มีความสำคัญมาก
 คะแนน 5 หมายถึง มีความสำคัญมากที่สุด

โดยผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมาย ค่าเฉลี่ยน้ำหนักคำตอบดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด,2553)

อันตรรกาคชั้น = คะแนนสูงสุด - คะแนนต่ำสุด

$$\text{จำนวนชั้น} = \frac{5-1}{5} \\ = 0.8$$

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 - 1.80 คือ น้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.81 - 2.61 คือ น้อย

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.62 - 3.42 คือ ปานกลาง

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.43 - 4.23 คือ มาก

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.24 - 5.00 คือ มากที่สุด

การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือ กลุ่มวัยรุ่น จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ตามจำนวนดังกล่าว โดยแจกแบบสอบถามในช่วง เดือนมกราคม ถึง เดือนเมษายน 2560 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคั้งนี้คือกลุ่มวัยรุ่น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร การกำหนดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Non population) โดยมีค่าระดับความเชื่อมั่นไว้ที่ 95 % และค่าความคลาดเคลื่อนยอมรับได้ 0.05 (กัลยา วาณิชย์บัญชา , 2548:28)

$$\text{สูตร } n = \frac{z^2}{4e^2}$$

เมื่อ n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

Z = ค่าปกติมาตรฐานที่ได้จากตารางแจกแจงแบบปกติมาตรฐาน ขึ้นอยู่กับระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้คือ 95 % นั้นคือความคลาดเคลื่อน (α) = 0.05 หรือ $1-\alpha/2 = 0.975$ เปิดตารางค่า z ได้ 1.96

E = ระดับของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ 5% หรือ 0.05

แทนค่าในสูตรคั้งนี้

$$N = \frac{(1.96)^2}{(4)(0.05)^2} \\ \approx 384.16 \text{ หรือเท่ากับ } 385 \text{ คน}$$

คั้งนั้นจำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน และสำรองความผิดพลาดของแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ไว้ที่ 4 % ของกลุ่มตัวอย่าง ได้เท่ากับ 15 คน รวมขนาดของกลุ่มตัวอย่างคั้งหมด 400 คน โดยมีการกำหนดค่าความเชื่อมั่นไว้ที่ 95 % โดยในจำนวนตัวอย่าง 400 คนนี้มีการสุ่มแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์งานวิจัยโดยนำแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของคำถามแล้วนำมาคำนวณผลทางสถิติผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปที่ใช้วิเคราะห์ผลทางสถิติคั้งนี้

- 1.แบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม สถิติที่ใช้คือ ความถี่และค่าร้อยละ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ,2548)
- 2.แบบสอบถามตอนที่ 3 และตอนที่ 4 สถิติที่ใช้คือ ค่าคะแนนเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (ชูศรี วงศ์รัตน์,2541)
- 3.การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของสองกลุ่มประชากร (T-test) การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยมากกว่าสองกลุ่ม

ประชากร (One way Anova)

3. ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างการศึกษาคั้งนี้จำนวน 400 คน จำแนกตัวแปรได้คั้งนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าความถี่และร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	152	38.0
หญิง	248	62.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 1 แสดงจำนวนตัวอย่างจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า พฤติกรรมการกระตุ้นให้ผู้สูงอายุเลือกบริโภคนมเพื่อสุขภาพส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 248 คน คือเป็นร้อยละ 62.0 และเพศชาย จำนวน 152 คน คือเป็นร้อยละ 38.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
อายุน้อยกว่า 20 ปี	82	20.5
21-30 ปี	316	79.0
30 ปีขึ้นไป	2	5.0
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 2 แสดงจำนวนตัวอย่างจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุ 21-30 ปีจำนวน 316 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 79.0 รองลงมาคือ อายุน้อยกว่า 20 ปี จำนวน 82 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 20.5 ผู้มีอายุ 30 ปีขึ้นไป จำนวน 2 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงค่าความถี่และร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

การศึกษา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	54	13.5
ปริญญาตรี	299	74.8
สูงกว่าปริญญาตรี	47	11.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 3 แสดงจำนวนตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 299 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 74.8 รองลงมาเป็นระดับต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 54 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 13.5 และระดับสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 47 คนคิดเป็นร้อยละ 11.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงค่าความถี่และร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	83	20.8
2,001 – 10,000 บาท	216	54.0
10,000 – 15,000 บาท	41	10.3
มากกว่า 15,000 บาท	60	15.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4 แสดงจำนวนตัวอย่างจำแนกตามรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่มีระดับรายได้ที่ 2,001 – 10,000 บาท จำนวน 216 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมา ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นจำนวน 83 คนคิดเป็นร้อยละ 20.8 มากกว่า 15,000 บาทเป็นจำนวน 60 คนคิดเป็นร้อยละ 15.0 และ 10,000 – 15,000 บาท คิดเป็นจำนวน 41 คนคิดเป็นร้อยละ 10.3 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของคุณค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์			
การแสวงหาโอกาส	Mean	S.D	ระดับความสำคัญ
ได้ทราบถึงโครงการส่งเสริมการบริโภคนมเพื่อสุขภาพในผู้สูงอายุ	2.98	1.249	มีความสำคัญปานกลาง
ได้ทราบถึงสรรพคุณของนมเพื่อสุขภาพ	3.86	0.940	มีความสำคัญมาก
รวม	3.42	0.838	มีความสำคัญปานกลาง
การริเริ่มความคิด			
นำเรื่องการบริโภคนมเพื่อสุขภาพไปปรึกษากับครอบครัว	3.11	1.302	มีความสำคัญปานกลาง
เข้าร่วมโครงการที่ภาครัฐจัดเกี่ยวกับการส่งเสริมการบริโภคนมเพื่อสุขภาพ	3.03	1.267	มีความสำคัญปานกลาง
รวม	3.07	1.224	มีความสำคัญปานกลาง
การสร้างแนวร่วม			
ได้ชักชวนให้คนรอบข้างหันมาให้ผู้สูงอายุบริโภคนมเพื่อสุขภาพ	3.28	1.045	มีความสำคัญปานกลาง
เผยแพร่สรรพคุณต่างๆของนมเพื่อสุขภาพ ในอินเทอร์เน็ต	2.91	1.045	มีความสำคัญปานกลาง
รวม	3.09	1.022	มีความสำคัญปานกลาง
การประยุกต์ใช้			
นำความรู้เกี่ยวกับนมเพื่อสุขภาพไปประยุกต์ใช้กับผู้สูงอายุ	2.84	1.211	มีความสำคัญปานกลาง
มีการนำผลิตภัณฑ์นมเพื่อสุขภาพให้ผู้สูงอายุในครอบครัวบริโภค	3.16	1.008	มีความสำคัญปานกลาง
รวม	3.16	1.008	มีความสำคัญปานกลาง

จากตารางการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของคุณค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจะเห็นว่าปัจจัยด้านการแสวงหาโอกาสโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 3.42 ,S.D. = 0.838) รองลงมาเป็น ปัจจัยด้านการริเริ่มความคิด ปัจจัยด้านการประยุกต์ใช้ และปัจจัยด้านการสร้างแนวร่วมตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์เชิงอนุมาน การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ย T-test และ One way anova และการทดสอบสัมพันธ์
 ตารางที่ 1 ทดสอบสมมติฐาน t-test วิเคราะห์ภาพรวมโดยจำแนกตามเพศ

การสร้างแรงกระตุ้นในการบริโภค ผลิตภัณฑ์นมเพื่อสุขภาพ	เพศ	
	t	sig
ด้านการตัดสินใจซื้อ	-4.831	0.000
ด้านประสบการณ์	-1.950	0.052
ด้านอิทธิพลที่มีผลต่อพฤติกรรม	-8.742	0.000

จากตารางที่ 1 การสร้างแรงกระตุ้นในการบริโภคผลิตภัณฑ์นมเพื่อสุขภาพเมื่อจำแนกตามเพศพบว่าการพฤติกรรมและแรงกระตุ้นที่ไม่ต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 2 สมมติฐาน F-test วิเคราะห์ภาพรวมโดยจำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา และรายได้

การสร้างแรงกระตุ้นในการบริโภคผลิตภัณฑ์นมเพื่อสุขภาพ	อายุ		ระดับการศึกษา		รายได้	
	F	Sig	F	Sig	F	sig
ด้านการตัดสินใจซื้อ	0.568	0.567	47.060	0.000	12.379	0.000
ด้านประสบการณ์	8.653	0.000	4.567	0.10	7.312	0.000
ด้านอิทธิพลที่มีผลต่อพฤติกรรม	8.32	0.000	166.457	0.000	42.843	0.000

จากตารางที่ 2 การสร้างแรงกระตุ้นในการบริโภคผลิตภัณฑ์นมเพื่อสุขภาพเมื่อจำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา และรายได้พบว่าการพฤติกรรมและแรงกระตุ้นที่ต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 3 ทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของวัยรุ่นที่ส่งผลต่อการสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดการบริโภคผลิตภัณฑ์จากนมเพื่อสุขภาพในผู้สูงอายุ (chi-square)

พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์	สถิติ	การสร้างแรงกระตุ้น		
		ด้านการตัดสินใจซื้อ	ด้านประสบการณ์	ด้านอิทธิพลที่มีผลต่อพฤติกรรม
การแสวงหาโอกาส	Pearson Chi-Aquare	614.361 ^a	528.131 ^a	614.259 ^a
	Sig	0.000	0.000	0.000
	การยอมรับสมมติฐาน	H ₁	H ₁	H ₁
การริเริ่มความคิด	Pearson Chi-Aquare	643.189 ^a	463.623 ^a	1002.499 ^a
	Sig	0.000	0.000	0.000
	การยอมรับสมมติฐาน	H ₁	H ₁	H ₁

การสร้างแนวร่วม	Pearson	421.655 ^a	359.831 ^a	540.907 ^a
	Chi-Aquare			
	Sig	0.000	0.000	0.000
	การยอมรับ สมมติฐาน	H_1	H_1	H_1
การประยุกต์ใช้	Pearson	419.157 ^a	276.003 ^a	553.774 ^a
	Chi-Aquare			
	Sig	0.000	0.000	0.000
	การยอมรับ สมมติฐาน	H_1	H_1	H_1

จากตารางที่ 3 พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของวัยรุ่นที่ส่งผลต่อการสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดการบริโภคผลิตภัณฑ์จากนมเพื่อสุขภาพในผู้สูงอายุ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

4.อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอยู่ในช่วงอายุ 20-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท

ผลการวิเคราะห์พบว่าพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของวัยรุ่นได้แก่ การแสวงหาโอกาส การริเริ่มความคิด การสร้างแนวร่วม การประยุกต์ใช้ มีอิทธิพลต่อการกระตุ้นให้เกิดการบริโภคนมเพื่อสุขภาพ นั้นมีการรับรู้ถึงสรรพคุณของนมเพื่อสุขภาพจำนวนมากและมีการริเริ่มที่จะให้ผู้สูงอายุบริโภคนมเพื่อสุขภาพ ประยุกต์ใช้ในครอบครัว นำความรู้ที่ได้จากการหาข้อมูลไปเผยแพร่ให้กับผู้สูงอายุท่านอื่นๆ และเริ่มมีการชักชวนเพื่อนเพื่อนๆ คนรู้จักให้ผู้สูงอายุเลือกบริโภคนมเพื่อสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรสุรีย์ สีทอง ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลืองยูเอชทีในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า วัยรุ่นส่วนใหญ่หันมาดูแลสุขภาพด้วยการดื่มนมโฮมเคลเซียม เพราะเป็นประโยชน์ต่อร่างกาย

ผลการวิเคราะห์พบว่าการสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดการบริโภคนมเพื่อสุขภาพในผู้สูงอายุ ได้แก่ ด้านการตัดสินใจ ด้านประสบการณ์ ด้านอิทธิพลที่มีผลต่อพฤติกรรม นั้นพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเชื่อตามโฆษณาที่โฆษณาได้กล่าวอ้างตามสรรพคุณ และผู้ที่แสดงในโฆษณามีสุขภาพดีด้วยนมเพื่อสุขภาพ เชื่อว่าเมื่อดื่มนมเพื่อสุขภาพแล้วจะทำให้มีสุขภาพดีขึ้นได้ และยังมีส่งเสริมให้ผู้สูงอายุที่บ้านได้เลือกดื่มนมเพื่อสุขภาพ และทางครอบครัวหันมาดูแลสุขภาพกันมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรววิพิมพ์ ฉวีสุข, อยุทธ์ อังศุรวโรไล และ ณัชชา เพชรตากุล ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์นมเคลเซียมสูงของบุรุษในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคที่มีความถี่ในการซื้อมากกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ จะให้ความสำคัญเรื่อง บรรจุภัณฑ์ ที่แสดงให้เห็นถึงสรรพคุณ เช่น การออกแบบให้กล่องสลิมให้ได้ทราบว่ามีแล้วไม่อ้วน

5.ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ในด้านต่างๆดังนี้

- 1.ผลักดันให้มีโครงการเผยแพร่ความรู้เรื่องนมเพื่อสุขภาพแก่ผู้สูงอายุ
- 2.มีการโฆษณาสรรพคุณของนมเพื่อสุขภาพแก่ผู้สูงอายุที่ละเอียดมากขึ้น

6. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ให้ศึกษาปัจจัยด้านความพึงพอใจในการบริโภคนมเพื่อสุขภาพ ในผู้สูงอายุ ของการสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดการบริโภคผลิตภัณฑ์จากนมเพื่อสุขภาพในผู้สูงอายุ งานวิจัยจะชี้ให้เห็นถึง ผู้สูงอายุเมื่อดื่มนมเพื่อสุขภาพแล้ว มีผลตอบกลับมาเช่นไร เป็นไปตามที่คาดหวัง สมควรที่จะบริโภคต่อเนื่องหรือเผยแพร่หรือไม่

7. เอกสารอ้างอิง

- (1) กัลยา วานิชย์บัญชา ,(2545). การวิเคราะห์สถิติ: สำหรับการบริหารและการวิจัย. กรุงเทพฯ โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์.
- (2) กัลยา วานิชย์บัญชา ,(2546). การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 6 กรุงเทพฯ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- (3) พรพรรณ บัวทอง ,(2557). สถานการณ์ในการทำงานและลักษณะทางจิตที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานของนักวิจัยอย่างสร้างสรรค์ของนักวิจัยในมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มรัตนโกสินทร์
- (4) พรสุรีย์ สีทอง ,(2546) ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมบริการโภชนาการแล้วเหลืออยู่เอชทีในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- (5) ภาวิณี กาญจนานา ,(2554). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ. สำนักพิมพ์ท้อป
- (6) มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย ,(2556). <https://fopdev.or.th/สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์/>
- (7) มูลนิธิหมอชาวบ้าน. นิตยสารหมอชาวบ้าน เล่มที่ 137. “กินอย่างไรเพื่อป้องกันโรคกระดูกพรุน” ,(2016)
- (8) รวิพิมพ์ ฉวีสุข, อยุธยา อังศุรวีไล และ ณัชชา เพชรตากุล ,(ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์). พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์นมแคลเซียมสูงของบุรุษในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- (9) ศูนย์วิจัยสุขภาพกรุงเทพ. “สาเหตุของโรคกระดูกพรุน ,(2016). <https://medthai.com/โรคกระดูกพรุน/>
- (10) ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ,(2548). การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพฯ. เอสเอ็มเซอร์คิทเพรส
- (11) BRYNNE CHANDLER. (2015) How Much Milk Should You Drink at the Age of 50 and Also Over 50? <http://www.livestrong.com/article/555217-how-much-milk-should-you-drink-at-the-age-of-50-and-also-over-50/>
- (12) Dukat ,(ไม่ปรากฏปีที่เขียน). Milk products are essential for elderly people <http://www.dukat.hr/en/magazine/healthy-diet/milk-products-are-essential-for-elderly-people>
- (13) Lisa Capretto ,(2010) The Health Benefits of Milk <http://www.oprah.com/food/the-health-benefits-of-milk>
- (14) United Nations. New York. (2015) World Population Ageing. http://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/ageing/WPA2015_Report.pdf
- (15) World Health Organization ,(ไม่ปรากฏปีที่เขียน). <http://wisdom.unu.edu/en/ageing-societies/>