

๒๕๕.๕๓๔๗  
ป ๕๕๓๓  
๗.๒

ทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคอาหารของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร

สารนิพนธ์  
ของ  
ปาริฉัตร ศรีหะรัญ

16 ธค 2549

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด  
กันยายน 2549  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

๓ ๘๙๕๓๓๖

ทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคอาหารของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร

บทคัดย่อ  
ของ  
ปาริฉัตร ศรีหะรัญ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด  
กันยายน 2549

ปาริฉัตร ศรีนะรัญ. (2549). *ทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคอาหารของผู้บริโภคในเขต*

*กรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม.(การตลาด). กรุงเทพฯ:*

*บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*

*อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: อาจารย์ ดร. วรางคณา อติศรประเสริฐ*

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อการศึกษา ทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้จะศึกษาข้อมูลประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส และศาสนา ทัศนคติที่มีอาหารเจ พฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ รูปแบบการดำเนินชีวิต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ที่เคยบริโภคอาหารเจ จำนวน 385 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ การทดสอบค่า ไค-สแควร์ และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์อย่างง่ายเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุ ไม่เกิน 25 ปี ระดับการศึกษา สูงสุด ระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานนักศึกษา มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท สถานภาพ โสด ศาสนาพุทธ
2. ผู้บริโภคมีทัศนคติต่ออาหารเจ ด้านความเข้าใจอยู่ในระดับปานกลาง และทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ ด้านความรู้สึกรวมอยู่ในระดับดี
3. พฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ พบว่า ประเภทอาหารเจที่เคยรับประทาน ได้แก่ ผักและผลไม้ โดยมีเหตุผลสำคัญที่สุดในการรับประทานอาหารเจคือ เพื่อเข้าร่วมเทศกาลถือศีลกินเจ บุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการรับประทานอาหารเจคือ ตัวเอง ส่วนสถานที่ในการรับประทานอาหารเจบ่อยที่สุดคือ ร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหารเจจำหน่าย ส่วนโอกาสในการรับประทานอาหารเจคือ เทศกาลกินเจ มีการบริโภคอาหารเจเป็นครั้งคราว
4. ผู้บริโภคมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจต่อสุขภาพโดยรวมอยู่ในระดับดี
5. ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส และศาสนา มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
6. ทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7. รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**ATTITUDE AND VEGETARIAN FOOD CONSUMPTION BEHAVIOR OF  
CONSUMERS IN BANGKOK METROPOLITAN AREA**

**AN ABSTRACT  
BY  
PARICHAT SRIHARUN**

**Presented in partial fulfillment of the requirements  
for the Master of Business Administration degree in Marketing  
at Srinakharinwirot University  
September 2006**

Parichat Sriharun. (2006). *Attitude and Vegetarian Food consumption Behavior of Consumers in Bangkok Metropolitan Area*. Master's Project, M.B.A. (Marketing). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University.  
Project Advisor : Dr. Warangkana Adisomprasert

The purpose of this research is to study attitude and vegetarian food consumption behavior of consumers in Bangkok metropolitan area which focused on demographics characteristics in terms of gender, age, educational level, occupation, income, marital status and religion; as well as, attitude towards vegetarian food, vegetarian food consumption behavior and lifestyle. The samples of the research are 385 vegetarian food consumers. Questionnaire is used as a tool to collect data. The statistics used for data analyzing were percentage, mean and standard deviation. The statistics used for hypothesis test are Chi-Square test and Pearson Product Moment Correlation Coefficient.

The research revealed that:

1. Most consumers are female, younger than 25 years-old, bachelor degree graduated, students, single, Buddhism and have monthly income of less than 10,000 Baht.
2. Consumers' attitude toward vegetarian food on overall cognitive aspect is at moderate level and attitude toward vegetarian food on overall affective aspect is at good level.
3. Vegetarian food consumption behavior found that type of vegetarian food which used to consume are vegetables and fruits, main reason to consume vegetarian food is for joining vegetarian food festival, the most influential person in consuming vegetarian food is oneself, the most frequently visited place for having vegetarian food is general vegetarian food restaurant, the occasion for having vegetarian food is vegetarian food festival and having vegetarian food occasionally.
4. Consumers' lifestyle on overall health interest aspect is at good level particulars found that, consumers' health interest in having vegetables and fruits was at very good level.
5. Consumers' demographic characteristic which consisted of gender, age, educational level, occupation, income, marital status and religion have affected on vegetarian food consumption behavior at the statistically significant level of 0.05

6. Attitude towards vegetarian food have correlated with vegetarian food consumption behavior at the statistically significant level of 0.05

7. Consumers' lifestyle have correlated with vegetarian food consumption behavior at the statistically significant level of 0.05

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการ  
สอบ ได้พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้วเห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....  
นางคณา อติศรประเสริฐ

(อาจารย์ ดร.วรางคณา อติศรประเสริฐ)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....  
รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์

(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

คณะกรรมการสอบ

.....  
นางคณา อติศรประเสริฐ

.....ประธาน

(อาจารย์ ดร.วรางคณา อติศรประเสริฐ)

.....  
นางคณา อติศรประเสริฐ

.....กรรมการสอบสารนิพนธ์

(อาจารย์ ดร.ชนียวงศ์ กิตติวานิชย์)

.....  
นางคณา อติศรประเสริฐ

.....กรรมการสอบสารนิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เพชรรัตน์ มีสมบัติบุญสุข)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการศึกษา  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

.....  
นางคณา อติศรประเสริฐ

.....คณบดีคณะสังคมศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติมา สังข์เกษม)

วันที่ 29 เดือน กันยายน พ.ศ. 2549

## ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์นี้สำเร็จได้ด้วยดีเป็นเพราะผู้วิจัยได้รับความกรุณาอย่างยิ่งจาก ดร.วรางคณา อติศรประเสริฐ ท่านได้เสียสละเวลาอันมีค่าเพื่อให้คำปรึกษาแนะนำในการจัดทำงานวิจัยนี้ทุกขั้นตอน ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ดร.ธัญวงศ์ กীরตวานิชย์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เพชรรัตน์ มีสมบุญพันธุ์สูง ที่กรุณาเป็นกรรมการในการสอบสารนิพนธ์ และให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องอันเป็นประโยชน์ และกรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้

สุดท้ายผู้วิจัยขอขอบพระคุณ บิดา มารดา และเพื่อน ๆ ทุกคนที่ให้อำลัใจที่ดีเยี่ยมตลอดระยะเวลาที่ศึกษาและทำงานวิจัย

ปาริฉัตร ศรีหะรัญ

## สารบัญ

| บทที่                                             | หน้า |
|---------------------------------------------------|------|
| 1 บทนำ.....                                       | 1    |
| ความมุ่งหมายของการวิจัย.....                      | 3    |
| ความสำคัญของการวิจัย.....                         | 3    |
| ขอบเขตการวิจัย.....                               | 3    |
| นิยามศัพท์เฉพาะ.....                              | 6    |
| กรอบแนวคิดในการวิจัย.....                         | 7    |
| สมมติฐานในการวิจัย.....                           | 8    |
| 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....             | 9    |
| แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ.....           | 9    |
| แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค..... | 13   |
| แนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์.....                 | 16   |
| แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต.....          | 21   |
| แนวคิดเกี่ยวกับอาหารเจ.....                       | 24   |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....                        | 26   |
| 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....                         | 31   |
| การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....              | 31   |
| การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....           | 33   |
| การเก็บรวบรวมข้อมูล.....                          | 37   |
| การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....       | 37   |
| 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....                       | 42   |
| การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....                  | 42   |
| ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....                         | 43   |
| สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....                       | 102  |

## สารบัญ (ต่อ)

| บทที่                                   | หน้า |
|-----------------------------------------|------|
| 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....   | 103  |
| ความมุ่งหมายของงานวิจัย.....            | 103  |
| วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....       | 104  |
| การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... | 105  |
| การเก็บรวบรวมข้อมูล.....                | 105  |
| การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....   | 106  |
| สรุปผลการศึกษาวิจัย.....                | 107  |
| อภิปรายผล.....                          | 115  |
| ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย.....              | 120  |
| ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป..... | 122  |
| บรรณานุกรม.....                         | 123  |
| ภาคผนวก.....                            | 126  |
| ภาคผนวก ก                               |      |
| แบบสอบถาม.....                          | 128  |
| ภาคผนวก ข                               |      |
| รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม.....    | 133  |
| ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....           | 135  |

## บัญชีตาราง

| ตาราง |                                                                                                 | หน้า |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 1     | กิจกรรม ความสนใจและความคิดเห็น<br>ที่แสดงลักษณะแบบการดำเนินชีวิต.....                           | 23   |
| 2     | รายละเอียดสถานที่ และกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจ.....                                            | 31   |
| 3     | เกณฑ์ในการแปลความหมายของคะแนนของระดับทัศนคติ.....                                               | 35   |
| 4     | เกณฑ์ในการแปลความหมายของคะแนนของระดับความคิดเห็น.....                                           | 36   |
| 5     | จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์<br>ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....                        | 43   |
| 6     | จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์<br>ของผู้ตอบแบบสอบถาม(จัดกลุ่มใหม่).....          | 46   |
| 7     | จำนวนและร้อยละของทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ<br>ด้านความเข้าใจที่มีต่ออาหารเจ.....                   | 47   |
| 8     | ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ<br>ด้านความเข้าใจที่มีต่ออาหารเจ..... | 50   |
| 9     | จำนวนและร้อยละของระดับความเข้าใจที่มีต่ออาหารเจ.....                                            | 50   |
| 10    | ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ.....                                     | 51   |
| 11    | จำนวนและค่าร้อยละประเภทอาหารเจที่เคยรับประทาน.....                                              | 52   |
| 12    | จำนวนและค่าร้อยละของเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ.....                                       | 52   |
| 13    | จำนวนและค่าร้อยละของบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ...                                   | 53   |
| 14    | จำนวนและค่าร้อยละของสถานที่ในรับประทานอาหารเจ.....                                              | 53   |
| 15    | จำนวนและค่าร้อยละของโอกาสในการรับประทานอาหารเจ.....                                             | 54   |
| 16    | จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลการบริโภคอาหารเจ.....                                                 | 54   |
| 17    | ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลพฤติกรรม<br>การบริโภคอาหารเจ.....                       | 55   |

## บัญชีตาราง (ต่อ)

| ตาราง                                                                                                                     | หน้า |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 18 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน<br>ของข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ.....                                              | 55   |
| 19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรูปแบบการดำเนินชีวิต<br>ด้านความสนใจ.....                                              | 56   |
| 20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรูปแบบการดำเนินชีวิต<br>ด้านความคิดเห็น.....                                           | 56   |
| 21 การทดสอบความแตกต่างของเพศ กับพฤติกรรมการบริโภค<br>อาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ.....                    | 57   |
| 22 การทดสอบความแตกต่างของเพศ กับพฤติกรรมการบริโภค<br>อาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ.....              | 58   |
| 23 การทดสอบความแตกต่างของเพศ กับพฤติกรรมการบริโภค<br>อาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ.....                        | 59   |
| 24 การทดสอบความแตกต่างของเพศ กับพฤติกรรมการบริโภค<br>อาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ.....                                    | 60   |
| 25 การทดสอบความแตกต่างของอายุ กับพฤติกรรมการบริโภค<br>ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ.....                           | 61   |
| 26 การทดสอบความแตกต่างของอายุ กับพฤติกรรมการบริโภค<br>อาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ.....             | 62   |
| 27 การทดสอบความแตกต่างของอายุ กับพฤติกรรมการบริโภค<br>อาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ.....                       | 63   |
| 28 การทดสอบความแตกต่างของอายุ กับพฤติกรรมการบริโภค<br>อาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ.....                                   | 65   |
| 29 การทดสอบความแตกต่างของระดับการศึกษาสูงสุด<br>กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญ<br>ในการรับประทานอาหารเจ..... | 66   |

## บัญชีตาราง (ต่อ)

| ตาราง |                                                                                                                              | หน้า |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 30    | การทดสอบความแตกต่างของระดับการศึกษาสูงสุด<br>กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพล<br>ในการรับประทานอาหารเจ..... | 67   |
| 31    | การทดสอบความแตกต่างของระดับการศึกษาสูงสุด<br>กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่<br>ในการรับประทานอาหารเจ.....           | 69   |
| 32    | การทดสอบความแตกต่างของระดับการศึกษาสูงสุด<br>กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ.....                           | 70   |
| 33    | การทดสอบความแตกต่างของอาชีพ กับพฤติกรรมการบริโภค<br>อาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ.....                        | 71   |
| 34    | การทดสอบความแตกต่างของอาชีพ กับพฤติกรรมการบริโภค<br>อาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ.....                  | 73   |
| 35    | การทดสอบความแตกต่างของอาชีพ กับพฤติกรรมการบริโภค<br>อาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ.....                            | 74   |
| 36    | การทดสอบความแตกต่างของอาชีพ กับพฤติกรรมการบริโภค<br>อาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ.....                                        | 75   |
| 37    | การทดสอบความแตกต่างของรายได้ต่อเดือน กับพฤติกรรมการ<br>บริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ..                  | 77   |
| 38    | การทดสอบความแตกต่างของรายได้ต่อเดือน กับพฤติกรรมการ<br>บริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ..            | 78   |
| 39    | การทดสอบความแตกต่างของรายได้ต่อเดือน กับพฤติกรรมการ<br>บริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ.....                   | 79   |
| 40    | การทดสอบความแตกต่างของรายได้ต่อเดือน กับพฤติกรรมการ<br>บริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ.....                               | 80   |
| 41    | การทดสอบความแตกต่างของสถานภาพสมรส กับพฤติกรรมการ<br>บริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ..                     | 81   |

## บัญชีตาราง (ต่อ)

| ตาราง |                                                                                                                                 | หน้า |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 42    | การทดสอบความแตกต่างของสถานภาพสมรส<br>กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ บุคคลที่มีอิทธิพล<br>ในการรับประทานอาหารเจ.....                | 82   |
| 43    | การทดสอบความแตกต่างของสถานภาพสมรส กับพฤติกรรม<br>การบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ.....                         | 83   |
| 44    | การทดสอบความแตกต่างของสถานภาพสมรส กับพฤติกรรม<br>การบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ.....                                     | 84   |
| 45    | การทดสอบความแตกต่างของศาสนา กับพฤติกรรมการบริโภค<br>อาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ.....                           | 85   |
| 46    | การทดสอบความแตกต่างของศาสนา กับพฤติกรรมการบริโภค<br>อาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ.....                     | 86   |
| 47    | การทดสอบความแตกต่างของศาสนา กับพฤติกรรมการบริโภค<br>อาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ.....                               | 87   |
| 48    | การทดสอบความแตกต่างของศาสนา กับพฤติกรรมการบริโภค<br>อาหารเจ ด้านโอกาสในการบริโภคอาหารเจ.....                                    | 88   |
| 49    | การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ<br>กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ<br>ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ.....  | 89   |
| 50    | การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ<br>กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านระยะเวลา<br>ในการรับประทานอาหารเจ..... | 93   |
| 51    | การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต<br>กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ<br>ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ.....    | 96   |
| 52    | การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต<br>กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านระยะเวลา<br>ในการรับประทานอาหารเจ.....   | 99   |

## บัญชีภาพประกอบ

| ภาพประกอบ                                   | หน้า |
|---------------------------------------------|------|
| 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....             | 7    |
| 2 องค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ.....           | 11   |
| 3 แผนภูมิการตัดสินใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์..... | 18   |

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ภูมิหลัง

คนส่วนใหญ่จะหันมานิยม สนใจดูแลเรื่องสุขภาพกันมากขึ้น เพราะในสังคมชีวิตที่รีบเร่ง สภาพแวดล้อมเต็มไปด้วยมลพิษ โดยเฉพาะชีวิตคนในเมือง ส่วนคนที่อยู่ต่างจังหวัดหรือตามชนบทจะมีวิถีชีวิตที่อยู่กับธรรมชาติ ร่างกาย สุขภาพกายและใจย่อมจะดีกว่าคนที่อยู่ในเมือง ดังนั้นผู้ที่อยู่ในเมืองจึงหันมาสนใจเรื่องสุขภาพมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการบริโภค การออกกำลังกาย การเล่นโยคะ สปา นวดแบบสปา (หญิงไทย, 2546: ออนไลน์)

การรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ กำลังเป็นที่นิยมอยู่มาก การกินอาหารจึงมิใช่การกินเพื่อให้อิ่มหรือเพื่อสนองความอยากเท่านั้น แต่จำเป็นต้องกินเพื่อให้ร่างกายมีสุขภาพที่ดี แข็งแรง ไม่เป็นโรค และมีจิตใจแจ่มใส อย่างที่เรียกกันว่า "อาหารเพื่อสุขภาพ" ซึ่งอาหารเพื่อสุขภาพมีหลายอย่าง หนึ่งในนั้นก็คืออาหารเจ ซึ่งกำลังได้รับความนิยมในประเทศไทย

อาหารเจ เป็นอาหารที่บริโภคในช่วงถือศีลเจ ซึ่งเป็นเทศกาลการปฏิบัติตนทั้งทางกายและใจไม่กินเนื้อสัตว์ เป็นเทศกาลในช่วงเดือน 9 ขึ้น 1-9 ค่ำของจีน ประมาณเดือนตุลาคมของทุกปี ในช่วงเทศกาลกินเจนี้ผู้ปฏิบัติตนจะต้องปฏิบัติตามนี้ งดเว้นเนื้อสัตว์ หรือทำอันตรายต่อสัตว์, งดนม เนย และน้ำมันที่มาจากสัตว์ งดอาหารรสจัด งดผัก-เครื่องเทศกลิ่นแรง เช่น ผักชี กระเทียม หัวหอม ต้นหอม กุยช่าย รัชชาศีลห้า และรักษาพรหมจรรย์ รักษาจิตใจให้บริสุทธิ์-รักษาอารมณ์ ทำบุญทำทาน และนุ่งขาวห่มขาว (เนชั่นสุดสัปดาห์, 2543: ออนไลน์)

นิตยสารใกล้หมอ (2545) ได้กล่าวไว้ว่า ได้มีการยอมรับกันโดยทั่วไปถึงคุณค่าของ "อาหารเจ" เนื่องจากการรับประทานพืชผักในปริมาณที่มากกว่าปกติ งดเว้นเนื้อสัตว์ ทำให้กระเพาะได้พักจากการย่อยเนื้อสัตว์ที่ทำประจำอยู่ และได้รับวิตามินเข้าไปเสริมสร้างซ่อมแซมร่างกายส่วนที่สึกหรอ รวมทั้งได้โปรตีนจากถั่วชนิดต่างๆ ซึ่งแตกต่างจากโปรตีนที่เราได้รับจากเนื้อสัตว์ ช่วงเวลานี้จึงถือเป็นช่วงที่ร่างกายได้พักผ่อนจากการรับสารอาหารย่อยยากจากแหล่งอาหารต่างๆ รวมทั้งยังได้รับพลังใจจากการที่ปฏิบัติตัวอยู่ในศีล ทำให้จิตใจอิ่มเอิบ เบาสบาย หลายคนคิดว่า การรับประทานแต่อาหารเจจะทำให้เกิดโรคขาดอาหาร ทั้งที่สาเหตุสำคัญของการเกิดโรคขาดอาหารนั้น มาจากการรับประทานอาหารที่ไม่ถูกต้อง ซึ่งสามารถเกิดขึ้นได้ทั้งกับผู้ที่ยอดอาหารและกินเจ ซึ่งมีนิสัยการบริโภคที่ไม่คำนึงถึงคุณค่าของสารอาหารที่ได้รับ คนที่กินเจอย่างถูกต้องก็จะได้รับอาหารที่มีคุณค่า มีคุณประโยชน์ต่อร่างกายอย่างครบถ้วนสมบูรณ์ การประกอบอาหารเจเพื่อรับประทาน จึงสามารถเลือกอาหารพวก ข้าวกล้อง (ใช้แทนข้าวขาว) โปรตีนเกษตร (แทนเนื้อสัตว์) ผักสด เห็ดหอม

ถั่ว นานาพันธุ์ เต้าหู้ แป้งหมี่กึ่ง ทดแทนและผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกันทำเป็นอาหารชนิดต่าง ๆ จะทำให้ร่างกายของเราได้รับสารอาหารถูกต้องตามหลักโภชนาการ

จะเห็นได้ว่าพฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนไทยนั้นเปลี่ยนไปให้ความสำคัญกับอาหารที่มีคุณค่า มีประโยชน์ต่อร่างกาย โดยหันมาใส่ใจสุขภาพมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับ ทักษะคิดและพฤติกรรมการบริโภคอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นแนวทางสำหรับผู้สนใจในการลงทุนเปิดธุรกิจร้านอาหารเจ ช่วยในการวางแผนประกอบธุรกิจและสามารถที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์อาหารเจให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

### ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่ออาหารเจ
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาลักษณะของประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีผล

ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ

5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารเจและพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ

6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคและพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ

### ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปเป็นข้อมูลสำหรับผู้สนใจในการลงทุนเปิดธุรกิจร้านอาหารเจ นำไปวางแผนในการผลิตอาหารเจให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค
2. เพื่อเป็นแนวทางให้แก่ผู้ประกอบการอาหารสำเร็จรูป ในการนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตอาหารเจสำเร็จรูป เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค
3. ผู้ประกอบการร้านอาหารเจ สามารถนำผลการวิจัยไปปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของทางร้าน ให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

### ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และเป็นผู้ที่เคยบริโภคอาหารเจ ซึ่งไม่ทราบจำนวนผู้ที่เคยบริโภคอาหารเจที่แน่นอน

### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และเป็นผู้ที่เคยบริโภคอาหารเจ ซึ่งไม่ทราบจำนวนผู้ที่เคยบริโภคอาหารเจที่แน่นอน ดังนั้นจึงใช้สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบค่าประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544: 74) และได้กำหนดค่าความเชื่อมั่น 95 % ความผิดพลาดที่ยอมรับได้ ไม่เกิน 5 % ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน ซึ่งมีวิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างและขั้นตอนในการสุ่มตัวอย่างดังนี้

## วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ทำการสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Random Sampling) โดยมีการกำหนดลำดับขั้น ดังนี้

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 6 กลุ่มการปกครองใหญ่ ๆ ตามการแบ่งเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) จับฉลากเลือกเขตใดเขตหนึ่งเพื่อเป็นตัวแทนของแต่ละกลุ่มการปกครอง ดังนั้นจะได้หนึ่งเขตจากหนึ่งกลุ่มการปกครอง

ขั้นที่ 3 ใช้วิธีแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขตการปกครองที่จับฉลากได้ให้มีจำนวนเท่ากัน

ขั้นที่ 4 ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

## ตัวแปรที่ศึกษา

### 1. ตัวแปรอิสระ แบ่งเป็นดังนี้

#### 1.1 ลักษณะประชากรศาสตร์

##### 1.1.1 เพศ

ชาย

หญิง

##### 1.1.2 อายุ

ไม่เกิน 25 ปี

26 – 35 ปี

36 – 45 ปี

46 ปีขึ้นไป

##### 1.1.3 ระดับการศึกษาสูงสุด

มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.

อนุปริญญา / ปวส.

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

## 1.1.4 อาชีพ

นักเรียน / นักศึกษา

ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

พนักงานบริษัทเอกชน

ประกอบธุรกิจส่วนตัว

แม่บ้าน / พ่อบ้าน

## 1.1.5 รายได้ต่อเดือน

ไม่เกิน 10,000 บาท

10,001 – 20,000 บาท

20,001 - 30,000 บาท

30,000 บาทขึ้นไป

## 1.1.6 สถานภาพสมรส

โสด

สมรส / อยู่ด้วยกัน

แยกกันอยู่ / หย่าร้าง / หม้าย

## 1.1.7 ศาสนา

ศาสนาพุทธ

ศาสนาคริสต์

1.2 ทักษะที่มีต่ออาหารเจ ได้แก่ ด้านความเข้าใจและความรู้สึก

1.3 รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคอาหารเจ ได้แก่ ความสนใจและความ  
คิดเห็น

## 2. ตัวแปรตาม ได้แก่

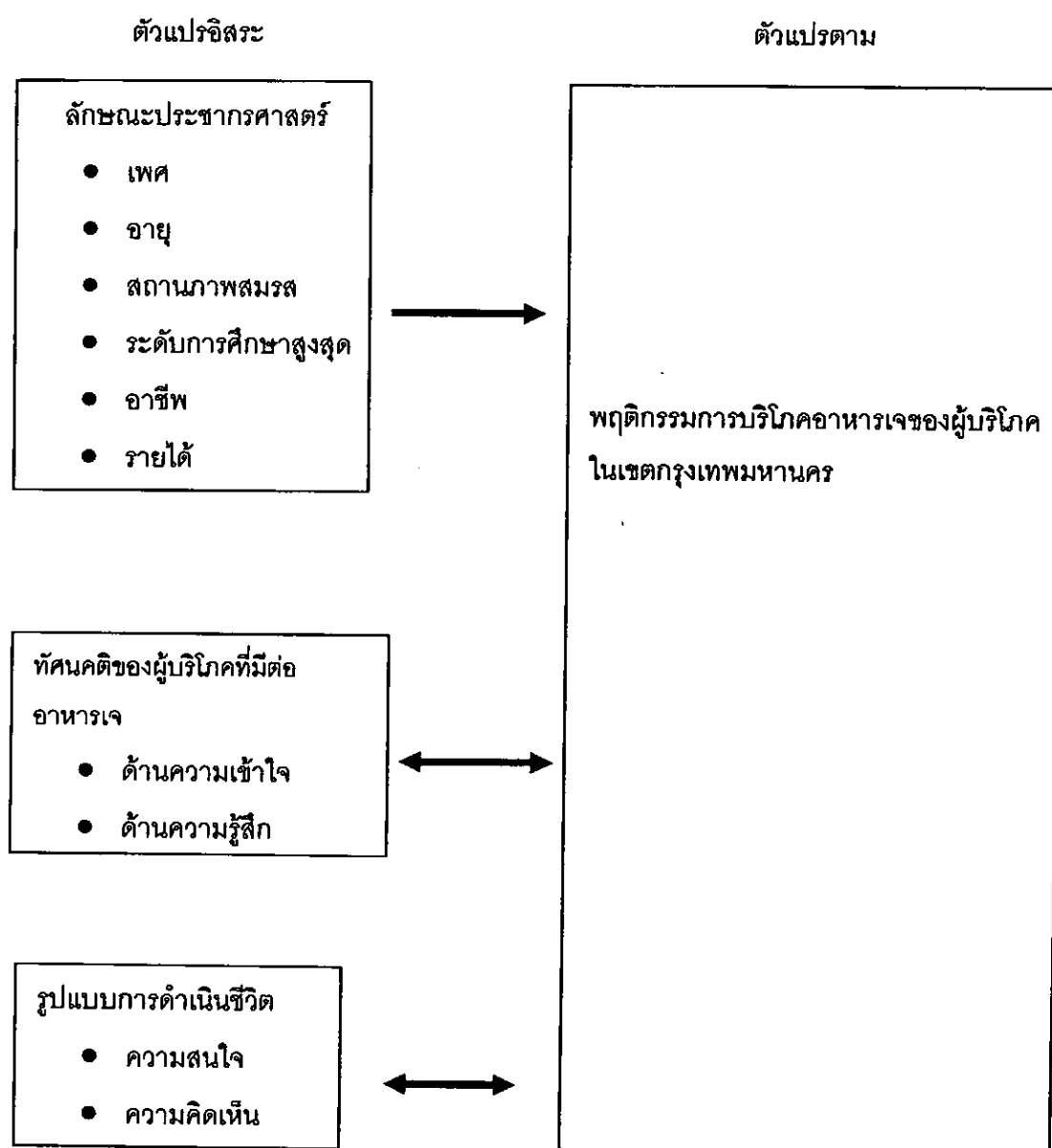
พฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารเจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

### นิยามศัพท์เฉพาะ

1. อาหารเจ เป็นอาหารที่ปรุงโดยไม่มีส่วนประกอบจากเนื้อสัตว์ และงดเว้นการปรุงผัก 5 ประเภทได้แก่ กระเทียม หัวหอม หลักเกียว กุยช่าย ใบยาสูบ ทำจากแป้งถั่วเหลือง มีรสชาติ กลิ่น สี ใกล้เคียงกับของจริง ในรูปลักษณะต่าง ๆ อาทิ เบคอน ปลาหมึกสาหร่าย ปลาเค็ม เนื้อสัน ใต้กรอก เป็ดพะโล้รวมควั่น กุนเชียง ไข่ฉัว พืชฯลฯ
2. ทศนคติที่มีต่ออาหารเจ หมายถึง ความคิดเห็นและความรู้สึกของผู้บริโภคต่อ ผลิตภัณฑ์อาหารเจ ทศนคติเป็นสิ่งที่จะนำมาซึ่งการปฏิบัติของผู้บริโภค แสดงออกมาในด้าน ความเข้าใจ และความรู้สึกต่ออาหารเจ
3. พฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ หมายถึง ปฏิกริยาหรือการกระทำที่แสดงออกของ ผู้บริโภคในเรื่องประเภทอาหารเจที่รับประทาน ระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจ เหตุผลใน การรับประทานอาหารเจ และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจรับประทานอาหารเจ
4. รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง ลักษณะรูปแบบการใช้ชีวิตของแต่ละบุคคล การ ดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่รับประทานอาหารเจ ซึ่งแสดงออกมาในรูปแบบความสนใจ และความคิดเห็น

## กรอบแนวความคิด

หัวข้อทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

### สมมติฐานในการวิจัย

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส และศาสนา มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ทักษะการมีต่ออาหารเจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
3. รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามต่อไปนี้

1. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
2. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
3. แนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ✓
4. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต
5. แนวคิดเกี่ยวกับอาหารเจ
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

##### ความหมายของทัศนคติ

ดารา ทีปะปาล (2542: 124) ให้ความหมายว่า ทัศนคติ คือ แนวทางที่เราคิด รู้สึก หรือมีท่าทีที่จะกระทำต่อบางสิ่งบางอย่างในสิ่งแวดล้อมรอบตัวเรา

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539 : 188) ให้ความหมายว่า ทัศนคติ หมายถึง ความโน้มเอียงที่จะเรียนรู้ เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Schiffman and Kanuk, 1994 : 657) หรือ การแสดงความรู้สึกภายในที่สะท้อนว่าบุคคลมีความโน้มเอียง พยายามหรือไม่พยายามต่อบางสิ่ง เนื่องจากเป็นผลของกระบวนการทางจิตวิทยา ทัศนคติไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรง แต่ต้องแสดงว่าบุคคลกล่าวถึงอะไร หรือทำอะไร

เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 41) ให้ความหมายว่า ทัศนคติ หมายถึง การประเมินความพอใจหรือไม่พอใจ ความรู้สึกและท่าทีความรู้สึกที่คนเรามีต่อความคิดเห็นหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทัศนคติเป็นสิ่งที่นำมาซึ่งการปฏิบัติของผู้บริโภค

จากการศึกษาทัศนคติ ทัศนคติอาจเกิดขึ้นจากการเรียนรู้ ความเชื่อ และแนวความคิดของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน โดยมีปัจจัยต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดทัศนคติ

##### ลักษณะของทัศนคติ

เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 106) ให้ความหมายว่า ความโน้มเอียงที่เรียนรู้เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Schiffman and Kanuk, 1994 : 657) หรือหมายถึง การแสดงความรู้สึกภายในที่สะท้อนว่าบุคคลมีความโน้มเอียง

พอใจหรือไม่พอใจต่อบางสิ่ง เนื่องจากเป็นผลของกระบวนการทางจิตวิทยา ทศนคติไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรง แต่ต้องแสดงว่าบุคคลกลัวถึงอะไร หรือทำอะไร ทศนคติจึงมีลักษณะดังนี้

ก. ทศนคติเชิงบวก (Positive attitude) ทำให้เกิด การปฏิบัติออกมาในทางบวก (Act positively)

ข. ทศนคติเชิงลบ (Negative attitude) ทำให้เกิด การปฏิบัติออกมาในทางลบ (Act negatively)

พฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากทศนคติ (เสรี วงษ์มณฑา. 2542 : 106) มีขั้นตอนดังนี้

ก. K = Knowledge เป็นการเกิดความรู้ ทราบไหมว่าสินค้าตัวนี้ขายที่ใด เมื่อเราทราบแล้ว ขั้นตอนต่อไปของพฤติกรรม คือ

ข. A = Attitude เป็นการเกิดทศนคติ เมื่อเกิดความรู้ในขั้นต่อมาจะเกิดความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ ซึ่งความรู้ (Knowledge) และทศนคติ (Attitude) จะส่งผลไปที่การกระทำ (Practice)

ค. P = Practice เป็นการเกิดการกระทำ หลังจากที่เกิดความรู้และทศนคติแล้ว จะเกิดการกระทำ เช่น ไปซื้อสินค้าที่ต้องการ เป็นต้น

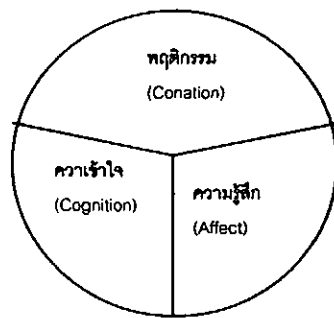
### องค์ประกอบของทศนคติ

ทศนคติมียองค์ประกอบ 3 ส่วน ดังนี้

1. ส่วนของความรู้สึก (Affective component) เป็นส่วนของทศนคติที่สะท้อนถึงความรู้สึกหรืออารมณ์ของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ว่ารู้สึกอย่างไร เป็นความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบที่เกี่ยวกับทศนคติทั้งความรู้สึกในด้านบวกและลบ องค์ประกอบเกี่ยวกับความรู้สึกชอบพอและความรู้ ความเข้าใจมีความสัมพันธ์กันเป็นอย่างมาก

2. ส่วนของความเข้าใจ (Cognitive component) เป็นส่วนประกอบของทศนคติซึ่งแสดงถึงการรู้จักและความรู้ของบุคคลหนึ่งต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นวิถีทางที่ผู้บริโภครับรู้โลกภายนอกโดยรวมแล้วทศนคดียืนนานและสลับซับซ้อนกว่าความเชื่อ เพราะประกอบด้วยความเชื่อที่อยู่รวมกันเป็นกลุ่มและผูกพันซึ่งกันและกัน

3. ส่วนพฤติกรรม (Conative component หรือ Behavioral component) เป็นส่วนของทศนคติที่สะท้อนถึงความคาดหวังของพฤติกรรม ตลอดจนการสะท้อนแนวโน้มของการปฏิบัติ โดยอิงหลักจากความเชื่อและความรู้สึกที่มีอยู่



ภาพประกอบ 2 องค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ (Tricomponent attitude model)

ที่มา : ศุภร เสรีรัตน์. (2544). พฤติกรรมผู้บริโภค. หน้า 182

### หน้าที่ของทัศนคติ (Functions of attitude)

ดารา ทีปะปาล (2542:125) ได้กล่าวว่า หน้าที่ของทัศนคติ (Functions of attitude) สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 หน้าที่ ดังนี้ (Katz and Bitta. 1993 : 425)

1. หน้าที่ในการปรับตัว (Adjustment function) ทัศนคติจะช่วยให้เราปรับตัวเข้ากับวัตถุ (สิ่งต่าง ๆ รอบตัวเรา) ที่จะช่วยให้ได้รับความพึงพอใจหรือได้รับรางวัล และจะหลีกเลี่ยงต่อวัตถุที่คิดว่าจะให้โทษ หรือเป็นสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ นั่นคือ ยึดถือแนวคิดเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองมากที่สุด และหลีกเลี่ยงสิ่งที่จะให้โทษให้เกิดขึ้นน้อยที่สุด เนื่องจากผู้บริโภคได้รับประสบการณ์ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ หรือร้านค้า ทั้งที่ได้รับความพอใจ และไม่พอใจ ดังนั้น ทัศนคติของผู้บริโภคต่อสิ่งเหล่านี้จึงมีลักษณะแปรผันขึ้นอยู่กับการประสบการณ์ที่ได้รับมา

2. หน้าที่ในการป้องกันตนเอง (Ego- defensive function) ทัศนคติจะช่วยปกป้องภาพลักษณ์แห่งตน (Ego or self-image) ต่อความขัดแย้งที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ หรืออันตรายที่เกิดขึ้นจากภายนอก ซึ่งจุดมุ่งหมายของทัศนคติในลักษณะนี้ ก็เพื่อที่จะป้องกันส่วนขาดหรือส่วนเสียของตนเอง ให้เกิดความสบายใจ

3. หน้าที่ในการแสดงออกค่านิยม (Value – expressive function) ในขณะที่ทัศนคติเพื่อป้องกันตนเอง ได้สร้างขึ้นเพื่อปกป้องภาพลักษณ์ของตนเองเพื่อปิดบังลักษณะที่แท้จริงของตนเองให้ปรากฏแทน ในทางตรงกันข้ามทัศนคติที่ทำหน้าที่ในการแสดงออกค่านิยม จะพยายามแสดงลักษณะที่แท้จริงของตนเองให้ปรากฏแทน

4. หน้าที่ในการแสดงออกถึงความรู้ (Knowledge function) บางครั้งเรียกว่า "หน้าที่ในการประเมินวัตถุ" (Object appraisal) เพราะว่าคุณคณจำเป็นจะต้องเกี่ยวข้องกับวัตถุต่าง ๆ ในสิ่งแวดล้อมรอบข้าง จึงจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจว่าวัตถุเหล่านี้เกี่ยวกับอะไร และเป็นลักษณะพื้นฐานของมนุษย์ที่จะแสวงหาความรู้ความชัดเจนเพื่อความเข้าใจ และเพื่อให้เกิด

ความสามารถในการทำนายการกระทำของตนเองและผู้อื่นได้ และเมื่อบุคคลได้ทำความเข้าใจในวัตถุที่มีปัญหาค้างหนึ่งแล้ว ก็จะพัฒนาเป็นความรู้มารวมกับประสบการณ์ที่มีอยู่เดิม และด้วยวิธีดังกล่าว จะช่วยให้สามารถเข้าใจโลกและสิ่งแวดล้อมของเราได้ง่าย เพราะความรู้ความเข้าใจอันเกิดจากประสบการณ์ที่สั่งสม จะช่วยสร้างทัศนคติในการมองโลกว่า อะไรควรรับรู้ให้ความสนใจ อะไรควรหลีกเลี่ยง เป็นต้น

### แหล่งที่มาของการเกิดทัศนคติ

ดารา ทีเปปาล (2542:127) ได้กล่าวว่า แหล่งที่มาของการเกิดทัศนคติ เกิดมาจากหลายปัจจัย ดังนี้ (Loudon and Bitta. 1993 : 427-428)

1. ประสบการณ์โดยตรงของบุคคล (Personal experience) เนื่องจากในชีวิตประจำวันของบุคคล จำเป็นจะต้องติดต่อกับสิ่งต่าง ๆ (Objects) รอบ ๆ ตัว ตลอดเวลา จึงมีการประเมินสิ่งใหม่ กระบวนการประเมินเหล่านี้ทำให้เกิดการเรียนรู้ และพัฒนาขึ้นเป็นทัศนคติที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ขึ้น

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่น ๆ อันเกิดจากตัวบุคคลนั่นเองที่มีอิทธิพลต่อการประเมินวัตถุทางการตลาดโดยตรง ที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1.1 ความต้องการ (Needs) เนื่องจากความต้องการของบุคคลนั้นไม่อยู่กับที่ตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย แต่จะเปลี่ยนแปลงไปตามเวลา จึงทำให้ทัศนคติของคนเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย วัตถุอย่างเดียวกันจะได้รับการประเมินต่างกัน ในแต่ละช่วงชีวิต นั่นคือ มีทัศนคติต่อวัตถุนั้นเหมือนกันเมื่ออายุหรือวัยเปลี่ยนไป

1.2 แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self-concept บางครั้งเรียก Self-image หรือ Self-perception) หมายถึง ผลรวมของความคิดและความรู้สึกทั้งหมดที่บุคคลมองตัวเองว่ามีลักษณะอย่างไร เคยเป็นอย่างไร และคาดหวังจะให้เป็นอย่างใดในอนาคต และเมื่อบุคคลมีแนวความคิดเกี่ยวกับตนเองอย่างไรแล้ว ก็จะมีผลสะท้อนให้บุคคลแสดงพฤติกรรมไปตามนั้นด้วย ดังนั้นเมื่อบุคคลเผชิญหน้ากับสิ่งเร้า หรือวัตถุทางการตลาดต่าง ๆ บุคคลจะไม่รับรู้ทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้ และเลือกที่จะแปลความหมายไว้ตามความคิดของตนเอง

1.3 บุคลิกภาพ (Personality) บุคลิกภาพของบุคคลเป็นปัจจัยอีกอย่างหนึ่งคู่กับแนวความคิดแห่งตน ที่มีอิทธิพลต่อการประเมินวัตถุ บุคคลที่มีบุคลิกภาพเฉพาะตัวก้าวร้าว เชื้อยชา เก็บตัว หรือเปิดเผย สิ่งดังกล่าวเหล่านี้มีผลกระทบต่อการก่อตัวเป็นทัศนคติของบุคคลนั้นทั้งสิ้น

2. การเข้าร่วมเป็นสมาชิกของกลุ่มต่าง ๆ (Group associations) คนเราทุกคนย่อมได้รับอิทธิพลไม่มากนักน้อย จากสมาชิกคนอื่น ๆ ที่ตนเองเข้าไปร่วมอยู่ด้วยเสมอ โดยเฉพาะอย่าง

ยิ่งทางด้านทัศนคติ ทัศนคติของเราที่จะมีต่อผลิตภัณฑ์ จริยธรรม สวัสดิภาพ และสถานการณ์แวดล้อมอื่น ๆ ขึ้นอยู่กับอิทธิพลของกลุ่มที่ตนเองเข้าไปเกี่ยวข้อง กลุ่มมีความเชื่อความคิดอย่างไร ก็จะจงใจให้บุคคลมีทัศนคติคล้อยตามไปด้วย กลุ่มดังกล่าวได้แก่ ครอบครัว กลุ่มเพื่อนฝูง เพื่อนร่วมงาน นับว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อพัฒนาการทางด้านทัศนคติของบุคคลโดยตรง

3. ปัจจัยอิทธิพลอื่น ๆ (Influential others) ทัศนคติของบุคคลหรือทัศนคติของผู้บริโภคสามารถก่อตัวขึ้นหรืออาจเกิดการเปลี่ยนแปลงได้จากการที่ผู้บริโภคได้เข้าไปติดต่อสัมผัสกับบุคคลที่มีอิทธิพลที่ตนเองยอมรับและศรัทธาอีกด้วย เช่น เพื่อนที่ตนเองนับถือญาติพี่น้องและผู้เชี่ยวชาญ เป็นต้น อย่างเช่นผู้นำทางความคิด (Opinion leaders) จะมีอิทธิพลอย่างมากต่อทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

ทำให้สนใจที่จะศึกษาองค์ประกอบของทัศนคติที่ประกอบด้วย ส่วนของความรู้สึกว่าผู้บริโภคมีความรู้สึกอย่างไรต่อการรับประทานอาหารเช้า ส่วนของความเข้าใจ ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอาหาร

## แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

### ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

ธงชัย สันติวงษ์ (2540 : 31) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคนั้น ในความหมายที่ถูกต้องมิใช่หมายถึง การบริโภค (Consumption) แต่หากศึกษาถึงการซื้อ (Buying) ของผู้บริโภค เน้นตัวผู้ซื้อเป็นสำคัญและที่ถูกต้องแล้วการซื้อเป็นเพียงจุดหนึ่งของกระบวนการตัดสินใจและไม่สามารถแยกออกได้จากการบริโภคสินค้า ทั้งที่กระทำโดยตัวผู้ซื้อเอง หรือการบริโภคโดยสมาชิกคนอื่น ๆ ในครอบครัว ซึ่งมีผู้ซื้อทำตัวเป็นผู้ซื้อแทนให้ การซื้อแทนนั้น ผู้ซื้อแทนจะเป็นผู้ทำงานแทนความพอใจของผู้บริโภคอีกต่อหนึ่ง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539 : 3) ได้กล่าวว่า การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาวิธีการที่แต่ละบุคคลทำการตัดสินใจจะซื้อทรัพยากร (เงิน เวลา บุคลากร และอื่น ๆ) เกี่ยวกับการบริโภคสินค้า ซึ่งนักการตลาดต้องศึกษาว่าสินค้าที่เขาจะเสนอนั้น ใครคือลูกค้า (Who?) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What?) ทำไมจึงซื้อ (Why?) ซื้ออย่างไร (How?) ซื้อเมื่อไร (When?) ซื้อที่ไหน (Where?) ซื้อและใช้บ่อยเพียงไร (How often?) รวมทั้งศึกษาว่าใครมีอิทธิพลต่อการซื้อ (Who?)

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543 : 5) ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการต่าง ๆ ของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมต่าง ๆ เหล่านั้น

จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค คือสิ่งที่ผู้บริโภคปฏิบัติวิธีการที่ผู้บริโภคทำการตัดสินใจซื้อ

## โมเดลพฤติกรรมของผู้บริโภค

เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจผู้บริโภค ในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นจะผ่านเข้ามาในความคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อ แล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) โดยมีรายละเอียด ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2539 : 110-112)

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) ทำให้บุคคลเกิดการตอบสนองหรือตัดสินใจ ประกอบด้วย สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองภายในร่างกาย (Inside stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside stimulus) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 สิ่งกระตุ้นภายใน (Inside stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกิดขึ้นจากสภาวะภายในหรือนิสัย กระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมา

1.2 สิ่งกระตุ้นภายนอก (Outside stimulus) เป็นสิ่งที่เราจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอกที่เหมาะสม เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ จนเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า (Buying motive) ซึ่งสิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ สิ่งกระตุ้นทางการตลาด และสิ่งกระตุ้นจากสภาพแวดล้อมต่าง ๆ

1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งประกอบด้วย

1.2.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม เพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการ

1.2.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้า ให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1.2.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เช่น จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึง เพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคถือว่าการกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.2.1.4 สิ่งกระตุ้นด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณา การใช้ความพยายามของพนักงานขาย

1.2.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคภายนอก ซึ่งไม่สามารถควบคุมได้ และอาจเป็นไปในทางที่จะส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคต่อการบริโภค ได้แก่

1.2.2.1 สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค

### 1.2.2.2 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological) เช่น เทคโนโลยี

ความก้าวหน้าในการผลิตอาหารแช่แข็งสำเร็จรูป

### 1.2.2.3 สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and political) เช่น

กฎหมายเพิ่มหรือลดภาษีสินค้าใดสินค้านึงจะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้ซื้อ

### 1.2.2.4 สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural) เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณี

ไทยในเทศกาลต่าง ๆ จะมีผลกระทบให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น

2. ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อเปรียบเสมือนกล่องดำ (Black box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา

2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer's decision process) ประกอบด้วยขั้นตอน ดังนี้

(1) การรับรู้ปัญหา (Problem recognition) การที่บุคคลรับรู้ถึงความต้องการภายในตนเอง ซึ่งอาจเกิดขึ้นเองหรือเกิดจากสิ่งกระตุ้นจากภายในและภายนอก

(2) การค้นหาข้อมูล (Information search) ถ้าความต้องการถูกกระตุ้นมากพอ และสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการอยู่ใกล้กับผู้บริโภค ผู้บริโภคจะดำเนินการค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องมากขึ้น

(3) การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of alternatives) เมื่อผู้บริโภคได้ข้อมูลมาแล้วจากขั้นที่สอง ผู้บริโภคจะเกิดความเข้าใจและประเมินผลทางเลือกต่างๆ

(4) การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision) จากการประเมินผลพฤติกรรมในขั้นที่สาม จะช่วยให้ผู้บริโภคกำหนดความพอใจระหว่างผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่เป็นทางเลือก ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เขาชอบมากที่สุด

(5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Postpurchase behavior) หลังจากซื้อและทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ไปแล้ว ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพอใจหรือไม่พอใจผลิตภัณฑ์ เราจะพบว่าประสบการณ์เกี่ยวกับตราสินค้ามีผลกระทบที่สำคัญต่อความชอบและความภักดีต่อตราสินค้า ถ้าตราสินค้าที่ซื้อสร้างความไม่พอใจแก่ผู้ซื้อ ผู้ซื้อจะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อตราสินค้า และอาจเลิกซื้อผลิตภัณฑ์ ถ้าผู้ซื้อมีความพึงพอใจภายหลังการซื้อสินค้าจะทำให้เกิดการซื้อซ้ำอีก

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ (Buyer's purchase decisions) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ ดังนี้

3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product choice) ตัวอย่าง การเลือกผลิตภัณฑ์อาหารเข้า ผู้บริโภคจะมีทางเลือกคือ นมสดกล่อง บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ขนมปัง เป็นต้น

3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand choice) ถ้าผู้บริโภคเลือกนมสดกล่อง จะเลือก ยี่ห้อใด เช่น โฟรโมสต์

3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer choice) ผู้บริโภคจะเลือกจากห้างสรรพสินค้าใดหรือ ร้านค้าใกล้บ้าน

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase timing) ผู้บริโภคจะเลือกเวลา เช้า กลางวัน หรือเย็น ในการซื้อนมสดกล่อง

3.5 การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase amount) ผู้บริโภคจะเลือกกว่าจะซื้อหนึ่ง กล่อง ครึ่งโหล หรือหนึ่งโหล

ศึกษาว่าใครคือผู้บริโภคอาหารเจ ประเภทอาหารเจที่รับประทาน เหตุผลที่เลือกบริโภคอาหารเจ รวมไปถึงใครที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเจ ระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจ จะนำไปสู่การปรับปรุงสินค้าให้เหมาะกับกลุ่มผู้บริโภคยิ่งขึ้น

## แนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

### ความหมายของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอแก่ตลาด เพื่อการรู้จัก การเป็นเจ้าของ การใช้ หรือการบริโภคและสามารถสนองความจำเป็นและความต้องการของตลาดได้ (Kotler and Armstrong. 1999 : 238)

ประเภทของผลิตภัณฑ์เนื่องจากการจัดประเภทตลาดเป็นตลาดผู้บริโภคและตลาดอุตสาหกรรม การจัดประเภทผลิตภัณฑ์จะถือเกณฑ์วัตถุประสงค์ในการซื้อของผู้ซื้อโดยจัดประเภทเป็น 2 กลุ่มคือ ผลิตภัณฑ์บริโภคและผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ทั้งนี้คำว่าผลิตภัณฑ์บริโภคและผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมจะรวมถึงบริการด้วย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2543 : 92)

จากการศึกษาผลิตภัณฑ์ สรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่สามารถจะตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อได้ อาจมีส่วนประกอบหลายส่วน เช่น บรรจุภัณฑ์ รูปลักษณะสินค้า เพื่อนำมาศึกษาถึงความต้องการของผู้บริโภคที่แท้จริง

### ประเภทผลิตภัณฑ์บริโภค

ผลิตภัณฑ์บริโภค (Consumer product) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์สะดวกซื้อ ผลิตภัณฑ์เลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์เจาะจงซื้อ และผลิตภัณฑ์ไม่แสวงซื้อ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์สะดวกซื้อ (Convenience product) หมายถึง สินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคต้องการซื้อบ่อยครั้ง ซื้อกะทันหันและใช้ความพยายามในการซื้อน้อย (Boone and Kurtz. 1998 : G-2) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะสำคัญคือ (1) ผู้บริโภคมีความรู้เป็นอย่างดีในผลิตภัณฑ์ที่เขาต้องการก่อนที่จะไปซื้อ (2) เป็นสินค้าที่ผู้ซื้อใช้ความพยายามในการซื้อน้อย (3) มักเป็นสินค้าที่ใช้ทดแทนกันได้ (4) โดยทั่วไปผลิตภัณฑ์สะดวกซื้อจะมีราคาต่ำและมีการซื้อบ่อยครั้ง (5) ไม่มีการเปลี่ยนแปลงจากแฟชั่น

2. ผลิตภัณฑ์เลือกซื้อ (Shopping product) หมายถึง สินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคต้องมีการเปรียบเทียบคุณสมบัติต่าง ๆ เช่น คุณภาพ ราคา สี รูปแบบ ฯลฯ จากผู้ขายหลายรายก่อนซื้อ (Boone and Kurtz. 1998 : G-9)

3. ผลิตภัณฑ์เจาะจงซื้อ (Specialty product) เป็นสินค้าหรือบริการที่มีลักษณะเป็นเอกลักษณ์ หรือดาราที่มีชื่อเสียง ซึ่งเป็นเหตุให้ผู้ซื้อเต็มใจที่จะใช้ความพยายามในการซื้อผลิตภัณฑ์นั้น (Kotler and Armstrong. 1999 : 241) ผลิตภัณฑ์เจาะจงซื้อจะเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคมีความภักดีในตราห้อยสูง ดังนั้นจึงเต็มใจที่จะใช้เวลาและความพยายามในการซื้อสินค้านั้นมาก

4. ผลิตภัณฑ์ไม่แสวงซื้อ (Unsought product) เป็นสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคอาจรู้จักหรือไม่รู้จักก็ได้ แต่ไม่เคยคิดที่จะซื้อ (Kotler and Armstrong. 1999 : 241) มีลักษณะ 2 ประการคือ (1) เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ผู้บริโภคยังไม่รู้จัก (2) ผลิตภัณฑ์ซึ่งผู้บริโภคไม่มีความต้องการ หรือไม่เห็นความจำเป็นต้องใช้ เช่น ประกันชีวิต

### องค์ประกอบผลิตภัณฑ์

องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ (Product component) หรือระดับของผลิตภัณฑ์ 5 ระดับ (Five product levels) เป็นการพิจารณาถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่นักการตลาดต้องนำมากำหนดลักษณะผลิตภัณฑ์ในการตอบสนองความต้องการของตลาด โดยสามารถแบ่งคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ออกเป็น 5 ระดับ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์หลัก (Core product) หมายถึง ประโยชน์พื้นฐานสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคจะได้รับจากการซื้อสินค้าโดยตรง

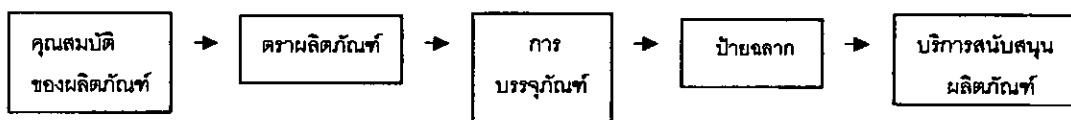
2. รูปลักษณะผลิตภัณฑ์ (Tangible product หรือ Formal product) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ผู้บริโภคสามารถสัมผัสได้หรือรับรู้ได้ ซึ่งเป็นส่วนที่เสริมผลิตภัณฑ์ให้ทำหน้าที่สมบูรณ์ขึ้นหรือเชิญชวนให้ใช้ยิ่งขึ้น

3. ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (Expected product) หมายถึง กลุ่มของคุณสมบัติและเงื่อนไขที่ผู้ซื้อคาดหวังว่าจะได้รับและใช้เป็นข้อตกลงเมื่อมีการซื้อสินค้า ในการเสนอผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังจะคำนึงถึงการเสนอความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก (Customer's satisfaction)

4. ผลิตภัณฑ์ควบ (Augmented product) หมายถึง ผลประโยชน์เพิ่มเติม หรือ บริการที่ผู้ซื้อจะได้รับควบคู่ไปกับการซื้อสินค้า ประกอบด้วย บริการก่อนและหลังการขายต่าง ๆ

5. ศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (Potential product) หมายถึง ส่วนของผลิตภัณฑ์ควบทั้งหมดที่มีการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาไปเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าในอนาคต

#### การตัดสินใจเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์



ภาพประกอบ 3 แผนภูมิการตัดสินใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

รูปการตัดสินใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แสดงถึงการตัดสินใจที่สำคัญในการพัฒนาและทำการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งจะต้องเน้นในการตัดสินใจเกี่ยวกับ คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ (Product attributes) ตราผลิตภัณฑ์ (Branding) การบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ป้ายฉลาก (Labeling) และบริการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ (Services support product) ดังนี้ (วารุณี ดันติวงศ์วานิช และคณะ 2545 : 160)

#### คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

การสร้างสินค้าหรือบริการ จะเกี่ยวข้องกับการกำหนดผลประโยชน์ที่จะนำเสนอ โดยกิจการจะติดต่อสื่อสารและส่งมอบผลประโยชน์นี้ให้แก่ผู้บริโภคผ่านทางคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ทางด้าน คุณภาพ (Quality) รูปลักษณ์ (Feature) รวมถึงรูปแบบ (Style) และการออกแบบ (Design)

#### คุณภาพของผลิตภัณฑ์

คุณภาพของผลิตภัณฑ์หมายถึง ความสามารถของผลิตภัณฑ์ในการปฏิบัติหน้าที่ เช่น บริษัทโรลล์สรอยซ์ (Rolls-Royce) เสนอคุณภาพของการปฏิบัติงานที่เหนือกว่า บริษัทเชฟโรเลต (Chevrolet) เนื่องจาก บริษัทโรลล์สรอยซ์ ผลิตรถยนต์ที่ ขับขี่ได้อย่างนุ่มนวลกว่า อายุการใช้งานที่นานกว่า ซึ่งในปัจจุบันกิจการต่างๆ จึงใช้ระบบคุณภาพซึ่งมุ่งที่ลูกค้า เป็นอาวุธทางกลยุทธ์ที่มีศักยภาพ กิจการสร้างสรรคความพึงพอใจให้ลูกค้า และสร้างคุณค่าด้วยความสอดคล้อง และคุณประโยชน์ตามความจำเป็นของลูกค้า เพื่อคุณภาพที่เหนือกว่า

### รูปลักษณะผลิตภัณฑ์

กิจการสามารถเสนอผลิตภัณฑ์ได้หลากหลายรูปแบบ ทำให้รูปลักษณะเป็นเครื่องมือในการแข่งขัน เพื่อสร้างความแตกต่างระหว่างผลิตภัณฑ์ของกิจการกับผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง การเป็นผู้ผลิตรายแรกที่แนะนำสิ่งที่จำเป็นและมีคุณค่า ด้วยรูปลักษณะใหม่จะกลายเป็นแนวทางที่มีประสิทธิผลในการแข่งขัน

### รูปแบบและการออกแบบผลิตภัณฑ์

การเพิ่มคุณค่าให้แก่ลูกค้า คือการสร้างลักษณะเด่นให้รูปแบบและการออกแบบผลิตภัณฑ์ เช่น บอส (Bose) มีชื่อเสียงในด้านการออกแบบเครื่องเสียง นับว่าการออกแบบเกี่ยวข้องกับหัวใจของผลิตภัณฑ์ก็ว่าได้ การออกแบบที่ดีทำให้ผลิตภัณฑ์มีการใช้งานที่ดีได้เท่า ๆ กับรูปแบบที่ดีของผลิตภัณฑ์ รูปแบบและการออกแบบที่ดีจะดึงดูดความสนใจ ปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ ลดต้นทุนการผลิต และทำให้ผลิตภัณฑ์มีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในตลาดเป้าหมาย

### ตราผลิตภัณฑ์

ตราผลิตภัณฑ์ (Brand) คือ ชื่อ ถ้อยคำ สัญลักษณ์ รูปแบบ หรือการผสมผสานของสิ่งดังกล่าวมา เพื่อที่จะระบุตัวสินค้าหรือบริการของผู้ขายรายหนึ่งให้มีความแตกต่างจากสินค้าและบริการของคู่แข่ง การกำหนดตราผลิตภัณฑ์ช่วยให้ผู้บริโภครู้จักตัวผลิตภัณฑ์มากขึ้น ในหลายลักษณะ ได้แก่ชื่อตราผลิตภัณฑ์ทำให้ลูกค้าสามารถระบุผลิตภัณฑ์ที่จะมีประโยชน์ต่อเขาได้ นอกจากนี้ ตราผลิตภัณฑ์ยังเป็นสิ่งที่บอกให้ลูกค้าทราบถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และมีกลยุทธ์ตราผลิตภัณฑ์ดังนี้

### กลยุทธ์ตราผลิตภัณฑ์

กิจการต่าง ๆ มีทางเลือก 4 ประการ ในการจัดการเกี่ยวกับกลยุทธ์ตราผลิตภัณฑ์ได้แก่

1. การขยายสายผลิตภัณฑ์ (Line extensions) คือการใช้ตราผลิตภัณฑ์เดิมขยายไปสู่รูปแบบ ขนาด และรสชาติของผลิตภัณฑ์ใหม่ ในประเภทผลิตภัณฑ์เดิม
2. การขยายตราผลิตภัณฑ์ (Brand extensions) คือใช้ตราผลิตภัณฑ์เดิมขยายไปสู่ผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น
3. การเพิ่มตรา (Multibrands) โดยการใช้ตราผลิตภัณฑ์ใหม่ แนะนำ ผลิตภัณฑ์เดิม
4. ตราผลิตภัณฑ์ใหม่ (New brands) คือการใช้ตราใหม่สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทใหม่

## การบรรจุภัณฑ์

การบรรจุภัณฑ์ (Packaging) หมายถึง การออกแบบและผลิตสิ่งที่บรรจุหรือห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์อาจรวมถึงบรรจุภัณฑ์ขั้นต้น เช่น หลอดบรรจุยาสีฟันคอลเกต บรรจุภัณฑ์อันดับสอง ซึ่งผู้บริโภคจะทิ้งบรรจุภัณฑ์อันดับสองไปเมื่อนำผลิตภัณฑ์มาใช้ เช่น กล่องบรรจุหลอดยาสีฟัน และบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งซึ่งจำเป็นสำหรับการเก็บ ระบุชนิด และขนส่งผลิตภัณฑ์ เช่น กล่องใส่ยาสีฟันคอลเกตจำนวน 6 หลอด ป้ายฉลาก ที่พิมพ์ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์เป็นส่วนหนึ่งของการบรรจุภัณฑ์ด้วย ในอดีต บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่บรรจุและป้องกันผลิตภัณฑ์ แต่ในปัจจุบันกิจการต่าง ๆ ใช้การบรรจุภัณฑ์เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญ เนื่องจากการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นและการจัดวางบนชั้นวางในร้านค้าปลีก จึงทำให้บรรจุภัณฑ์สร้างยอดขายได้จากการดึงดูดความสนใจและการให้คำอธิบายตัวผลิตภัณฑ์

## ป้ายฉลาก

ป้ายฉลาก หมายถึง ตั้งแต่ป้ายธรรมดา ๆ ที่ติดอยู่กับผลิตภัณฑ์ จนถึงกราฟฟิคที่ซับซ้อน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของบรรจุภัณฑ์ ป้ายฉลากทำหน้าที่หลายอย่าง ได้แก่ ระบุตราผลิตภัณฑ์ อธิบายสิ่งต่างๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ว่าผู้ผลิตคือใคร ผลิตที่ไหน น้ำหนักบรรจุ วิธีใช้ นอกจากนี้ป้ายฉลากยังใช้สำหรับส่งเสริมความดึงดูดใจของผลิตภัณฑ์ด้วย

เนื่องจากป้ายฉลากอาจทำให้ลูกค้าเข้าใจผิด หรือไม่อธิบายถึงส่วนประกอบที่สำคัญ หรือไม่มีคำเตือนที่จำเป็นเพื่อความปลอดภัย ด้วยเหตุนี้จึงมีกฎหมายบังคับการทำป้ายฉลาก ให้ระบุสิ่งจำเป็นต้องมีบนป้ายฉลากทำให้มีมาตรฐานในการบรรจุภัณฑ์

## บริการสนับสนุนผลิตภัณฑ์

บริการเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ ดังนั้นกิจการควรเสนอบริการให้ลูกค้าด้วย ซึ่งบริการนั้นอาจเป็นส่วนน้อยหรือสิ่งที่เสนอต่อตลาดทั้งหมด บริการที่สนับสนุนผลิตภัณฑ์ (Product support services) คือบริการที่เป็นส่วนควบของผลิตภัณฑ์ กิจการจำนวนมากใช้บริการสนับสนุนเป็นเครื่องมือสำคัญ ในการสร้างข้อได้เปรียบเชิงแข่งขัน

## แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

### ความหมายของรูปแบบการดำเนินชีวิต

ดารา ทิปปะปาล (2542 : 169) ให้ความหมายว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง บุคคลมีการดำรงชีวิตอยู่อย่างไร หรือหมายถึง รูปแบบการใช้ชีวิตของบุคคลอยู่ในโลก ที่แสดงออกมาในรูปของ กิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) และความคิดเห็น (Opinions) ต่าง ๆ และ

แบบการดำรงชีวิตนี้จะใช้ในความหมายครอบคลุมถึง กลุ่มบุคคลที่รวมกันอยู่ใน 3 ระดับ คือ กลุ่มปัจเจกบุคคล กลุ่มเล็กของบุคคลที่มีปฏิสัมพันธ์กัน และกลุ่มบุคคลกลุ่มใหญ่

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2543 : 254-255) แบบของการใช้ชีวิต (Lifestyle) หมายถึง มนุษย์อยู่รวมกันเป็นกลุ่มแต่ละกลุ่มมีกฎหรือเกณฑ์ที่ทุกคนในกลุ่มพึงถือปฏิบัติ พฤติกรรมของแต่ละคนในกลุ่มจึงเป็นไปในทำนองเดียวกัน เมื่อกลุ่มสังกัดชั้นทางสังคมและวัฒนธรรม พฤติกรรมของบุคคลในวัฒนธรรมเดียวกันก็จะมีรูปแบบ เช่น บุคคลผู้เป็นสมาชิกของกลุ่มชั้นทางสังคมและวัฒนธรรมจะพัฒนาแบบแผนของการดำรงชีพหรือใช้ชีวิตตลอดจนถึงแบบแผนของการบริโภคขึ้นมาเพื่อใช้ในสังคม

จากการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต สรุปได้ว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต คือ แบบของการใช้ชีวิตที่แสดงออกของแต่ละบุคคล

แนวทางการศึกษาแบบของการใช้ชีวิต Psychographics เป็นเทคนิคที่นักวิจัยใช้เพื่อวัดแบบของการใช้ชีวิต คำที่ใช้แทนกันคือ AIO ซึ่งมีรายละเอียดและความหมายดังนี้ (อดุลย์ จาตุรงคกุล. 2543 : 261-262)

A = Activities คือ กิจกรรมซึ่งหมายถึงปฏิกิริยาที่บุคคลแสดงออก เป็นปฏิกิริยาที่บุคคลอื่น ๆ เห็น แต่อาจไม่สามารถอธิบายเหตุผลของปฏิกิริยานั้น ๆ ได้

I = Interests คือ ความสนใจในเรื่องราว เหตุการณ์หรือวัตถุ โดยมีความตั้งใจเป็นพิเศษกับสิ่งนั้น ๆ

O = Opinions คือ ความคิดเห็น เป็นไปในรูปคำตอบที่บุคคลตอบต่อสถานการณ์หรือสิ่งเร้าที่กระตุ้นเป็นคำถาม ใช้เพื่ออธิบายการแปลความหมาย การคาดคะเน และการประเมินค่า

รูปแบบการดำเนินชีวิตถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งในการแบ่งส่วนตลาด เนื่องจากนักการตลาดได้นำลักษณะทางจิตวิทยามาเป็นเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาด ซึ่งมีองค์ประกอบ 2 ด้านคือ

1. บุคลิกภาพ (Personality) คือรูปแบบของพฤติกรรมหรือนิสัยที่เป็นลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคลมีความมั่นคงและแปรเปลี่ยนได้ยาก อันเป็นผลมาจากจิตใต้สำนึกของแต่ละบุคคล (Asseal : 1990) บุคลิกภาพ เป็นปัจจัยภายในที่มีส่วนสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมของผู้บริโภค ดังนั้นการศึกษาถึงบุคลิกภาพของผู้บริโภคจะทำให้นักการตลาดสามารถเข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคได้อย่างลึกซึ้ง

2. รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) เป็นการอธิบายถึงลักษณะการใช้ชีวิตของผู้บริโภค ว่ามีการจัดสรรเวลาต่อกิจกรรมต่าง ๆ อย่างไร ให้ความสนใจเรื่องใดเป็นพิเศษ และมีความคิดเห็นเช่นไรต่อสภาพแวดล้อมทางสังคม การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต จึงเป็นเรื่องที่นักการตลาดให้ความสนใจ และให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากจะทำให้นักการตลาดสามารถเข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ดี ผลการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคจะทำให้สามารถ

เข้าใจถึงความต้องการ ความรู้สึกนึกคิด พฤติกรรมการบริโภค และการเลือกซื้อสินค้า ตลอดจน พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้บริโภคว่ามีความเหมือน หรือแตกต่างกันเช่นไร

รูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) หมายถึง รูปแบบการดำรงชีวิตในโลกมนุษย์โดย แสดงออกในรูปของ (1) กิจกรรม (Activities) (2) ความสนใจ (Interests) (3) ความคิดเห็น (Opinions) หรือ AIO<sub>s</sub>

AIO<sub>s</sub>เป็นตัวแปรด้านโครงสร้างจิตวิทยาหรือจิตวิเคราะห์ (Psychographic variables) ซึ่งมุ่งความสำคัญที่กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นของผู้บริโภค ซึ่งสามารถให้คำจำกัด ความได้ดังนี้

กิจกรรม หมายถึง การแสดงออกอย่างเด่นชัด เช่น การซื้อสินค้า หรือการคุยกับเพื่อน บ้านเกี่ยวกับบริการใหม่ ๆ ซึ่งแม้ว่าการแสดงออกเหล่านี้จะสามารถสังเกตเห็นได้ แต่ก็เป็นเรื่อง ยากที่จะวัดถึงเหตุผลของการกระทำได้โดยตรง

ความสนใจ เป็นความสนใจในบางวัตถุประสงค์ บางสถานการณ์ หรือบางเรื่อง ซึ่ง หมายถึงระดับของความตื่นตัวที่เกิดขึ้น พร้อมกับความเอาใจใส่เป็นพิเศษ หรือความเอาใจใส่ แบบต่อเนื่อง

ความคิดเห็น เป็น “คำตอบ” ของแต่ละบุคคลในการตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่เกิดขึ้น ซึ่ง เปรียบเสมือนเป็น “คำถาม” ในลักษณะของการตีความ ความคาดหวัง และการประเมินผล เช่น ความคาดหวังเหตุการณ์ในอนาคต และการประเมินผลดีและผลเสียของการเลือกที่จะกระทำสิ่งใด สิ่งหนึ่ง

ศาสตร์ที่ใช้ในการวัดและแบ่งกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค ซึ่งเป็นที่รู้จักกันดี มี VALS และ AIO

ตาราง 1 กิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) และความคิดเห็น (Opinions) ที่แสดง  
ลักษณะแบบการดำเนินชีวิต (Assael. 1998 : 432)

| กิจกรรม (Activities:A) | ความสนใจ (Interests:I) | ความคิดเห็น (Opinions:O) |
|------------------------|------------------------|--------------------------|
| การทำงาน               | ครอบครัว               | ความสัมพันธ์ส่วนตัว      |
| งานอดิเรก              | บ้าน                   | ปัญหาสังคม               |
| เหตุการณ์ทางสังคม      | งานอาชีพ               | การเมือง                 |
| วันหยุดพักผ่อน         | ชุมชน                  | ธุรกิจ                   |
| การบันเทิง             | สันตนาการ              | เศรษฐศาสตร์              |
| สมาชิกสโมสร            | แฟชั่น                 | การศึกษา                 |
| ชุมชน                  | อาหาร                  | ผลิตภัณฑ์                |
| การซื้อสินค้า          | สื่อต่าง ๆ             | อนาคต                    |
| การเล่นกีฬา            | ความสำเร็จ             | วัฒนธรรม                 |

ลักษณะด้านจิตวิทยา/รูปแบบการดำเนินชีวิต (Psychological / Lifestyle characteristics) เป็นลักษณะข้อมูลปฐมภูมิที่นักการตลาดให้ความสนใจโดยอยู่ในรูปของลักษณะบุคลิกภาพ กิจกรรม ความสนใจ ค่านิยม บุคลิกภาพจะเกี่ยวข้องกับรูปแบบทั่วไปของพฤติกรรมที่แสดงออกมาของแต่ละบุคคล ซึ่งจะแสดงออกถึงลักษณะ (Attributes) นิสัย (Traits) และลักษณะท่าทางที่ทำงานเป็นนิสัย (Mannerisms) สามารถแยกให้เห็นความแตกต่างของแต่ละบุคคล เป็นข้อสมมติที่ว่าธุรกิจควรมีกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพเพื่อเข้าถึงธุรกิจกลุ่มเป้าหมาย ถ้าเกี่ยวกับลูกค้าจะเกี่ยวกับการดำรงชีวิต ความสนใจ ความชอบ ความไว้วางใจ การวิจัยสิ่งเหล่านี้เรียกว่า การวิเคราะห์จิตวิทยา หรือจิตวิเคราะห์ เป็นเทคนิคซึ่งสำรวจวิธีการดำรงชีวิตของบุคคล สิ่งที่เขาสนใจและสิ่งที่เขาชอบตลอดจนการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิต เพราะขึ้นอยู่กับกิจกรรม AIOs (Activities : A, Interests : I and Opinions : O) ของบุคคลซึ่งประกอบด้วย ความสนใจ (Interests : I) กิจกรรม (Activities : A) ความคิดเห็น (Opinions : O) และพฤติกรรมการบริโภค (Consumption behavior) (Chrchill. 1995 : 306-330)

ซึ่งสนใจที่จะศึกษา ความสนใจ และความคิดเห็นของผู้บริโภคในการรับประทานอาหาร

## แนวคิดเกี่ยวกับอาหารเจ

คำว่า "เจ" ในภาษาจีนมีความหมายทางพุทธศาสนาฝ่ายมหายานว่า "อุโบสถ" คำว่า "กินเจ" ตามความหมายที่แท้จริงคือการรับประทานอาหารก่อนเที่ยงวัน ดังเช่นที่ชาวพุทธในประเทศไทยถือ "อุโบสถศีล" หรือ "รักษาศีล 8" จะไม่รับประทานอาหารหลังจากเที่ยงวันไปแล้ว แต่เนื่องจากการถืออุโบสถศีล ของชาวพุทธฝ่ายมหายานไม่กินเนื้อสัตว์ จึงนิยมเรียก "การไม่กินเนื้อสัตว์" ไปรวมกันคำว่า "กินเจ" ซึ่งเป็นการถือศีลไปด้วย ในปัจจุบันผู้ที่รับประทานอาหารทั้ง 3 มื้อ แต่ไม่กินเนื้อสัตว์ก็ยังคงเรียกว่า "กินเจ" ฉะนั้นความหมายก็คือ "คนกินเจ" มิใช่เพียงแต่ไม่กินเนื้อสัตว์ แต่คนที่กินเจ ยังต้องดำรงตนอยู่ในศีลธรรมอันดีงาม มีความบริสุทธิ์สะอาด งดงามทั้งกาย วาจา ใจ เป็นการถือศีลบำเพ็ญธรรมไปด้วยพร้อมกัน เช่นนี้แล้วจึงจะเรียกว่า "กินเจที่แท้จริง" ดังนั้น คำคล้องจองที่เราได้ยินอยู่เสมอ คือ "ถือศีลกินเจ" จึงนับว่ามีความหมายสมบูรณ์ครบถ้วนอยู่ในตัวเองแล้ว ตามร้านขาย "อาหารเจ" เราจะพบเห็นตัวอักษร คำนี้อ่าน "ใจ" (เจ) แปลว่า "ไม่มีของคาว" เขียนด้วยสีแดงบนพื้นสีเหลืองเสมอ ในช่วงเทศกาลกินเจเดือน 9 จะเห็นตัวอักษรนี้เขียนบนธงสีเหลือง ปักอยู่ตามแผงขายอาหารเจมองเห็นเป็นที่สะดุดตาแก่คนทั่วไป ชาวจีนถือว่าสีแดงเป็นสีแห่งสิริมงคลแก่ชีวิต สีเหลืองเป็นสีของผู้ทรงศีล ดังนั้นผู้ตั้งใจถือศีลบำเพ็ญตนให้บริสุทธิ์ ตัวอักษรนี้ย่อมเป็นเครื่องหมายเตือนสติให้ระลึกไว้เสมอว่า "การกินเจงดเว้นเนื้อสัตว์ของคาวคือการปฏิบัติธรรม รักษาศีลของความเป็นมนุษย์ เป็นการเจริญมหาเมตตาคุณธรรมโดยแท้ อันจะนำมาซึ่งความเป็นสิริมงคลแก่ตนเอง และก่อให้เกิดสันติสุขแก่ทุกชีวิตบนโลก"

อาหารเจ เป็นอาหารที่ปรุงโดยปราศจากเนื้อสัตว์รวมทั้งไม่มีส่วนประกอบอื่นใดที่นำมาจากเนื้อสัตว์ทุกประเภท ที่สำคัญอาหารเจงดเว้นการปรุงการเสพผักจุน 5 ประเภท อันได้แก่

กระเทียม (หมายรวมไปถึงหัวกระเทียมต้นกระเทียม)

หัวหอม (หมายรวมไปถึงต้นหอม ใบหอม หอมแดง หอมขาว หอมหัวใหญ่)

หลักเกียว (คือกระเทียมโทนจีน ลักษณะคล้ายหัวกระเทียม ในประเทศไทยไม่พบว่าปลูกแพร่หลาย)

กุยช่าย (ใบคล้ายใบหอม แต่แบนและเล็กกว่า)

ใบยาสูบ (บุหรี่ยาเส้น ของเสพติดมีนเมา)

ผักดังกล่าวนี้ เป็นผักที่มีรสหนัก กลิ่นเหม็นคาวรุนแรง นอกจากนี้ยังมีพิษคอยทำลายพลังธาตุทั้ง 5 ในร่างกาย เป็นมูลเหตุให้อวัยวะหลักสำคัญภายในทั้ง 5 ทำงานไม่ปกติ

### ประโยชน์ของการกินเจ

ประโยชน์ของการกินเจทุกคนไม่จำเป็นต้องมองแง่เดียวกัน การปฏิบัติในการกินเจก็ไม่จำเป็นต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ทั้งหมด เพียงแต่ยึดหลักที่เป็นหลักสำคัญในการกินเจไว้ก็เพียงพอแล้ว คือ การงดเว้นการกินเนื้อสัตว์ เลือกกินเฉพาะพืช ผัก ผลไม้ ซึ่งในส่วนนี้เกิดจากแง่มุมมองการกินเจบนปลายทางของผลประโยชน์ที่แตกต่างกัน โดยทั่วไปจะมีการมองประโยชน์ของการกินเจในมุมมองต่อไปนี้

#### ประโยชน์ของการกินเจในมุมมองของศาสนา

มุมมองของศาสนา จะมองประโยชน์ของการกินเจในแง่ของชีวิตและจิตใจ ได้แก่ บังเกิดเมตตาจิต เกิดความสงบ สุขุม เยือกเย็น อารมณ์ไม่ฉุนเฉียว ไม่หุนหันพลันแล่น ไม่โมโหง่าย ดวงธรรมญาณอันบริสุทธิ์จะปรากฏออกมาซึ่งจะช่วยเกื้อกูลส่งเสริมให้บารมีธรรมสูงขึ้นเรื่อยๆ

ทำให้มีสติมั่นคงมีสมาธิแน่น ไม่ประมาทเลินเล่อ เป็นประโยชน์ ต่อการดำเนินชีวิต และการทำงาน สามารถรอดพ้นจากภัยต่างๆ เช่น ภัยธรรมชาติ ภัยจากสัตว์ ภัยจากเคราะห์กรรม เมื่อวิญญานออกจากร่างก็จะไปสู่ภพภูมิที่ดี

หยุดการทำบาป ตัวเวรกรรมที่ผูกพัน ทำให้ไม่เกิดการอาฆาต พยาบาท ทำให้ปราศจากศัตรูทั้งมนุษย์และสัตว์ที่คิดมุ่งทำร้ายตามจองเวร

หลังจากกินเจต่อเนื่องกันเป็นระยะเวลานาน สิ่งไม่ดีจะถูกขับออกไป ความรู้สึกขุ่นมัวมืดมนจะหมดไป ความสดใสจะปรากฏขึ้นในจิตใจ ถ่ายทอดออกไปสู่ใบหน้าให้มีความสะอาดสดใส

ผู้ที่กินเจ รวมทั้งครอบครัวและบุตรหลาน และคนในปกครองจะเกิดความรุ่งเรืองในชีวิต มีเหตุให้เกิดอยู่ดีมีสุขมีอายุยืน มีแต่ความอุดมสมบูรณ์ ปราศจากการทำร้าย ฆาตกรรม ฆาตกรรม ฆาตกรรม ทำลายชีวิตซึ่งกันและกัน

ทำให้จิตสะอาดไม่ฟุ้งซ่าน จิตที่สะอาดจะทำให้มองเห็นกายอันแท้จริง สามารถสูนิพพานได้

เทวดาและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ให้ความคุ้มครองรักษา ไม่ให้สิ่งเลวร้ายหรือวิญญานชั้นต่ำเข้ามาทำร้ายผู้ที่มองประโยชน์ของการกินเจในแง่ของศาสนา จะมีการปฏิบัติที่เคร่งครัดกว่า การมองประโยชน์ของการกินเจในแง่อื่นซึ่งมักจะให้ผลที่สามารถมองเห็นได้ อย่างเกินคาดเกินความคิดคำนึงพื้นฐานของคนทั่วไป เช่น การลุยไฟ การใช้เหล็กเสียบแทงตนเองหรือฆ่าทรงต่างๆ ในเทศกาลกินเจที่จังหวัดภูเก็ต และจังหวัดตรังนั้นคือ ความเชื่ออันแรงกล้าทำให้เกิดสิ่งที่คนคิดว่าเป็นไปไม่ได้เสมอ

ประโยชน์ของการกินเจในมุมมองของแพทย์แผนปัจจุบันและแผนโบราณ

ให้พลังงาน โดยได้รับพลังงานจากฟรุกโตส ซึ่งมีในผักและผลไม้ เป็นพลังงานที่ไม่ทำร้ายร่างกาย ช่วยขจัดถ่ายของเสียออกจากร่างกาย ทำให้ไม่มีสารพิษตกค้าง เพราะกากใยในพืชผัก

ช่วยระบบการย่อยและระบบขับถ่าย ทำให้ไม่เป็นโรคเกี่ยวกับลำไส้ รวมถึงโรคที่เกิดจากระบบขับถ่ายผิดปกติต่างๆ เช่น โรคกรดไหลย้อน

หากรับประทานเป็นประจำ จะช่วยฟอกโลหิตในร่างกายให้สะอาด เซลล์ต่างๆ ในร่างกายจะเสื่อมช้าลง ทำให้ผิวพรรณผ่องใส มีอายุยืนยาว สายตาดี แหวดาสดใส ร่างกายแข็งแรง มีความต้านทานโรค มีความคล่องตัว รู้สึกเบาสบายไม่อึดอัด

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประไพศรี ไหวหล้า. (2547). ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิริติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จากผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน เป็นผู้ที่เคยมีประสบการณ์ในการบริโภคอาหารมังสวิริติ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในด้านผลิตภัณฑ์ แบ่งเป็นด้านรสชาติอาหาร และคุณค่าทางโภชนาการ ผู้บริโภคมีความคิดเห็น คือ ไม่แน่ใจ ได้แก่รสชาติที่อร่อยและถูกปาก รสชาติหลากหลาย มีคุณค่าทางโภชนาการ และประโยชน์ ครบทั้ง 5 หมู่ มีประโยชน์ในการให้พลังงาน ทำให้มีสุขภาพแข็งแรง ไม่เห็นด้วย ได้แก่ สีสันน่ารับประทาน มีความหลากหลายให้เลือก รับประทาน เป็นอาหารที่มีไขมันต่ำบริโภคแล้วทำให้สุขภาพดี เป็นเพราะว่าอาหารมังสวิริติส่วนใหญ่จะมาจากผักหรือเต้านู ทำให้สีสันไม่น่ารับประทาน รายการก็มีให้เลือกไม่มากนัก ปัจจัยด้านอื่น ๆ แบ่งเป็นรูปแบบการดำเนินชีวิต ค่านิยม และความเชื่อ ส่วนใหญ่ผู้บริโภค จะบริโภคอาหารมังสวิริติเพราะต้องการมีรูปร่างที่ดี อาหารมังสวิริติทำให้จิตใจและชีวิตได้รับความสุข อาจเป็นเพราะรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนไทยค่อนข้างเรียบง่าย เป็นอาหารเพื่อสุขภาพ เพราะคนส่วนใหญ่ในปัจจุบันเริ่มหันมาใส่ใจในสุขภาพมากยิ่งขึ้น และชอบบริโภคอาหารที่ไม่มีเนื้อสัตว์ แต่เป็นเพราะความเคยชินกับการรับประทานอาหารที่มีส่วนประกอบของเนื้อสัตว์

ผจงจิตต์ สุขมนัส. (2539). ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร กับ พฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด แบบตะวันตก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร (บทคัดย่อ) ผลการวิจัยพบว่าประชาชนส่วนใหญ่เป็นหญิง และเป็นชาย และมีวุฒิการศึกษา ระดับปริญญาตรีขึ้นไปและมีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจและ ข้าราชการ 1. ประชาชนสามารถเลือกรับรู้ข่าวสารจากการสื่อสาร ทุกประเภท อาทิเช่น สื่อเฉพาะกิจ สื่อมวลชน สื่อบุคคล และ สิ่งโน้มน้าวใจ

ประเภทต่างๆ เพื่อโน้มน้าวใจให้ประชาชนเข้า กิจกรรมร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดแบบตะวันตกประเภท นั้นๆ แตกต่างกัน 2. สื่อเฉพาะกิจ ที่สามารถโน้มน้าวใจให้ประชาชน เข้าถึงร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด แบบตะวันตกมากที่สุด คือ "โฆษณา ณ แหล่งขาย" 3. สื่อมวลชน ที่สามารถโน้มน้าวใจให้ ประชาชนเข้าถึง ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดแบบตะวันตกมากที่สุด คือ "โทรทัศน์" 4. สิ่งโน้มน้าวใจ ประเภทอื่นๆ ที่สามารถโน้มน้าวใจ ให้ประชาชนเข้าถึงร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดแบบตะวันตกมากที่สุด คือ "รสชาติอาหารติดปาก" และ "มีการตกแต่งร้านที่ดี และมีสัญญาณประจำร้านที่โดดเด่น" 5. สื่อบุคคลที่สำคัญที่สุดของกิจกรรมร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด แบบตะวันตก คือ "มีผู้บริหาร ที่มีเทคนิคใน การบริหารงานที่ดี" 6. พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด แบบตะวันตก ประชาชนส่วนใหญ่นิยมเข้า "ร้าน เอ แอนด์ ดับบลิว" บ่อยที่สุด

มนทิรา รัชตะสมบูรณ์. (2544). ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารชีว จิตของประชาชนในกรุงเทพมหานคร (บทคัดย่อ) ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการ บริโภคอาหารชีวจิตได้แก่เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว การคำนึง ถึงสุขภาพอนามัย ความรู้และโรคประจำตัว ส่วนปัจจัยที่พบว่า ไม่มีผลต่อการบริโภคอาหารชีวจิต ได้แก่ การรับรู้ข่าวสาร รายได้ครอบครัวต่อเดือน และทัศนคติของผู้บริโภคเกี่ยวกับอาหารชีวจิต จากผลการศึกษาข้างต้นแสดงให้เห็นว่า หากส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้เรื่อง การบริโภคอาหาร ชีวจิตโดยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเรื่องอาหารชีวจิต ลำดับแรกอาจจะ มีเป้าหมายที่ผู้ที่มีอายุ ตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป และประกอบอาชีพในสำนักงานก่อน เนื่องจาก เป็นผู้มีระดับการศึกษาสูง สามารถเข้าถึงข่าวสารได้เร็วกว่า เพื่อเป็นผู้เผยแพร่ ข่าวสารความรู้ต่อไป เช่นเผยแพร่แก่คนใน ครอบครัว เพื่อนๆ เป็นต้น รวมถึงข่าวสารเรื่อง สุขภาพอนามัย เพื่อให้เกิดความตระหนักเรื่องการ เอาใจใส่ดูแลสุขภาพ ซึ่งจะเป็นปัจจัย หนึ่งในที่ทำให้ประชาชนหันมาดูแลสุขภาพของตนเองเพื่อ ป้องกันการเกิดโรค เมื่อประชาชนมี สุขภาพร่างกายแข็งแรง มีความต้านทานต่อโรค บุคคลนั้นก็จะ ไม่ป่วยง่าย เป็นการประหยัด ค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมสุขภาพได้ทางหนึ่งด้วย

ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์ ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพใน กรุงเทพมหานคร (บทคัดย่อ) พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 36-40 ปี จบ การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-30,000 บาทต่อ เดือน ผู้บริโภคส่วนใหญ่บริโภคมานาน 1-2 ปี โดยมีเหตุผลในการบริโภคคือ ต้องการมีสุขภาพ แข็งแรง นิยมบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพประเภท ผัก ผลไม้ สถานที่เลือกซื้อมักซื้อจากร้านจำหน่าย อาหารเพื่อสุขภาพในห้างสรรพสินค้า ผลที่ได้รับจากการบริโภคคือ สุขภาพแข็งแรงมากขึ้น ในเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพคือ เรื่องคุณค่าทางโภชนาการ รองลงมาคือ การ

พิจารณาวันหมดอายุของอาหาร สำหรับปัญหาของผู้บริโภคคือ อาหารเพื่อสุขภาพมีราคาสูงและหาซื้อได้ยาก

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ตุลาคม 2539 สำรวจพฤติกรรมการกินเจของคนกรุงเทพฯ จากกลุ่มตัวอย่าง 568 คน โดยแยกเป็นคนที่เคยรับประทานอาหารเช้า 176 คน และคนที่ไม่เคยรับประทานอาหารเช้า 392 คน จากการสำรวจพบว่าคนกรุงเทพฯ ที่รับประทานอาหารเช้า แยกเป็นผู้ชาย 71 คน และผู้หญิง 105 คน พบว่าคนกรุงเทพฯ ที่เคยรับประทานอาหารเช้ามีเพียงร้อยละ 66.5 เท่านั้นที่ยังจะรับประทานเจ ส่วนอีกร้อยละ 29.0 จะไม่รับประทานเนื่องจากคาดว่าอาหารเจจะมีราคาสูงขึ้น ส่วนสาเหตุ ที่คนกรุงเทพฯ เลือกรับประทานอาหารเช้า เพราะเห็นประโยชน์ รองลงมา ทำตามประเพณี อยากรอง และ ต้องการงดเว้นการบริโภคเนื้อสัตว์ชั่วคราว ในการรับประทานอาหารเช้า คนกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่จะซื้อรับประทาน รองลงมาทั้งทำเองและซื้อแล้วแต่ความสะดวก และทำรับประทานเอง เพราะกลัวว่าจะไม่ถูกต้องตามประเพณี และต้องการความสะดวก ประเภทอาหารเจที่คนกรุงเทพฯ รับประทานประเภทอาหารสำเร็จรูป ประเภทอาหารกึ่งสำเร็จรูป ประเภทบรรจุกระป๋อง แล ซื้อมาปรุงเองหรือที่บ้านทำรับประทานเอง ประเภทร้านที่คนกรุงเทพฯ เลือกที่จะซื้ออาหารเช้ารับประทาน ซื้อจากร้านขายข้าวแกง ซื้อจากร้านในห้างสรรพสินค้า ซื้อจากร้านประเภทหาบเร่/แผงลอย และซื้อจากร้าน ทั่วไป ซึ่งในการเลือกร้านที่จะซื้ออาหารเจนั้นคนกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่คำนึงถึงความสะดวก คำนึงถึงความสดและใหม่ของอาหาร คำนึงถึงความอร่อย คำนึงถึงราคา และคำนึงถึงความสะดวก ลักษณะการรับประทานอาหารเช้าของคนกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่ รับประทานเฉพาะในช่วงเทศกาล รับประทานตามสะดวก และรับประทานทุกวันพระ พบว่าสาเหตุที่ไม่เคยรับประทานอาหารเช้าเนื่องจากไม่สะดวกถึงร้อยละ 55.8 รองลงมาร้อยละ 17.9 คิดว่าไม่น่าอร่อย ร้อยละ 17.6 เห็นว่าอาหารเจนั้นราคาแพงเกินสมควร ร้อยละ 1.6 ยังไม่เห็นประโยชน์ในการรับประทาน อาหารเจ ที่เหลืออีกร้อยละ 7.1 ระบุว่าไม่ชอบรับประทานผัก และ เค้านี้ คิดว่าคุณค่าทางอาหารน้อย และไม่ใช้วัฒนธรรมของไทย เนื่องจากผลการสำรวจพบว่า คนกรุงเทพฯ ที่ยังไม่เคยรับประทานอาหารเช้าร้อยละ 71.9 อยากรองทาน เนื่องจาก ได้รับคำบอกเล่าว่าการรับประทานอาหารเช้า นั้นมีผลดีต่อสุขภาพ ได้มีโอกาสทำบุญเพื่อความสบายใจ และได้ล้างพิษ จากอาหารที่รับประทานสะสมมาทั้งปี

สุริยนต์ จงสิทธิ์. (2542). ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การเปลี่ยนแปลงการบริโภคอาหาร ธรรมชาติ : เส้นทางจากชนบทสู่ความเป็นเมือง (บทคัดย่อ) เพื่อศึกษาความแตกต่างของการบริโภคอาหารธรรมชาติ และปัจจัยที่สัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลง การบริโภคอาหารธรรมชาติ จากชนบทมาสู่เขตเมือง เป็นเวลา 1-7 ปี ของประชากรวัยแรงงาน อายุ 15-35 ปี ทั้งชายและหญิง ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และศึกษาในหมู่บ้าน จ.นครพนม ผลการวิจัยพบว่า การ

บริโภคอาหารธรรมชาติในเขตเมืองลดลงจากการบริโภคในเขตชนบท สูงมาก โดยอาหารกลุ่มที่มาจากแหล่งธรรมชาติ ลดลงมากกว่ากลุ่มที่มาจากการเพาะเลี้ยง หรือ ซื้อขาย สำหรับการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการบริโภคอาหาร ธรรมชาติ พบว่า ปัจจัยทางประชากร เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลง การบริโภคอาหารในระดับต่ำ ปัจจัยทางความคิดเห็นต่ออาหารธรรมชาติทั้งในเขตเมืองและชนบท มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก และปัจจัยทางการมีอยู่ของอาหาร มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามใน ระดับต่ำ ผู้ย้ายถิ่นรับรู้ว่าการบริโภคอาหารธรรมชาติน้อยลง มีผลต่อสุขภาพคือเป็นโรคที่เกี่ยวข้อง ระบบอาหาร การศึกษาเชิงคุณภาพในเขตเมืองพบว่า ส่วนใหญ่บริโภคอาหารด้วยการซื้อ สาเหตุที่ยังบริโภค อาหารธรรมชาติอยู่คือติดใจในรสชาติ มีความคิดเห็นว่าอาหารธรรมชาติในเขตเมืองไม่สะอาด ในเขตชนบทพบว่าแหล่งอาหารธรรมชาติลดลงมาก สาเหตุจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพธรรมชาติ และถูกทำลาย ปริมาณอาหารธรรมชาติน้อยลงและไม่หลากหลาย การซื้ออาหารจากร้านค้ามีมากขึ้น ซึ่งอาจทำให้ในเขตชนบทได้รับสารอาหารไม่ครบถ้วน

อมรศรี ตันติพัฒน์ และคณะ (บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรม การบริโภคอาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นคนวัยทำงานเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30-44 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการ รายได้ประจำต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีภูมิลำเนาเดิมอยู่ในภาคกลาง มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับโภชนาการอยู่ในระดับปานกลาง ด้านพฤติกรรมการบริโภคอาหารพบว่า คนวัยทำงานส่วนมากมีความถี่ในการบริโภคอาหารนอกบ้าน ซื้ออาหารสำเร็จรูป ซื้ออาหารสดมาปรุงเอง ซื้ออาหารพร้อมปรุง ซื้ออาหารกระป๋อง และซื้อผักปลอดสารพิษ 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ และบริโภคอาหารครบทั้งสามมื้อทุกวัน โดยในวันทำงานมักซื้ออาหารจากร้านอาหารใกล้บ้านและใกล้ที่ทำงาน และในช่วงวันหยุดมักซื้อจากร้านอาหารใกล้บ้าน สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมบริโภคอาหาร พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล อันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ประจำต่อเดือน และภูมิลำเนาเดิม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมบริโภคอาหาร สำหรับสิ่งเร้าทางการตลาดพบว่า ราคา เป็นสิ่งเร้าทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมบริโภคอาหารของคนวัยทำงานมากที่สุด รองลงมา เป็นสิ่งเร้าด้านผลิตภัณฑ์ สถานที่จัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

#### การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และเป็นผู้ที่เคยบริโภคอาหารเจ ซึ่งไม่ทราบจำนวนผู้ที่เคยบริโภคอาหารเจที่แน่นอน

##### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และเป็นผู้ที่เคยบริโภคอาหารเจ ซึ่งไม่ทราบจำนวนผู้ที่เคยบริโภคอาหารเจที่แน่นอน ดังนั้นจึงใช้สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบค่าประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545: 74) และได้กำหนดค่าความเชื่อมั่น 95 % ความผิดพลาดที่ยอมรับได้ ไม่เกิน 5 % ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน ดังสูตรต่อไปนี้

$$n = \frac{Z^2}{4E^2}$$

เมื่อ

|   |     |                                                                                                        |
|---|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| n | แทน | ขนาดกลุ่มตัวอย่าง                                                                                      |
| Z | แทน | ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนด โดยมีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (ระดับนัยสำคัญ 0.05) |
| E | แทน | ระดับค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ กำหนดไว้ไม่เกิน 5% (0.05)                                          |

แทนค่าสูตรจะได้ดังนี้

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$

$$= 384.16 \text{ หรือประมาณ } 385 \text{ คน}$$

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนในการเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) ดังนี้

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่าง ตามการแบ่งเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร ซึ่งเขตการปกครองในกรุงเทพมหานครมีจำนวน 50 เขต แบ่งออกเป็น 6 กลุ่ม ดังนี้

ตาราง 2 แสดงรายละเอียดสถานที่ และกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจ

| กลุ่มการปกครอง    | จำนวนเขตทั้งหมด | เขตการปกครอง                                                                                                         |
|-------------------|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| กลุ่มบุรพา        | 9               | เขตดอนเมือง เขตหลักสี่ เขตสายไหม เขตบางเขน เขตจตุจักร<br>เขตลาดพร้าว เขตบึงกุ่ม เขตบางกะปิ และเขตวังทองหลาง          |
| กลุ่มเจ้าพระยา    | 9               | เขตดินแดง เขตห้วยขวาง เขตวัฒนา เขตคลองเตย<br>เขตบางนา เขตพระโขนง เขตสาทร เขตยานนาวา และเขต<br>บางคอแหลม              |
| กลุ่มศรีนครินทร์  | 8               | เขตสะพานสูง เขตมีนบุรี เขตคลองสามวา เขตหนองจอก เขต<br>ลาดกระบัง เขตประเวศ เขตสวนหลวง และเขตคันนายาว                  |
| กลุ่มรัตนโกสินทร์ | 9               | เขตบางซื่อ เขตพญาไท เขตราชเทวี เขตปทุมวัน เขตบางรัก<br>เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตสัมพันธวงศ์ เขตพระนคร และ<br>เขตดุสิต |

ตาราง 2 (ต่อ)

| กลุ่มการปกครอง   | จำนวนเขตทั้งหมด | เขตการปกครอง                                                                                  |
|------------------|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| กลุ่มกรุงธนเหนือ | 7               | เขตบางพลัด เขตตลิ่งชัน เขตบางกอกน้อย เขตบางกอกใหญ่<br>เขตภาษีเจริญ เขตหนองแขม และเขตทวีวัฒนา  |
| กลุ่มกรุงธนใต้   | 8               | เขตบางขุนเทียน เขตบางบอน เขตจอมทอง เขตราชพฤกษ์<br>เขตทุ่งครุ เขตธนบุรี เขตคลองสาน และเขตบางแค |

ที่มา : สำนักบริหารการทะเบียนกรมการปกครอง. (สิงหาคม : 2545) กระทรวงมหาดไทย

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยวิธีการจับฉลาก เลือกเขตใดเขตหนึ่งเป็นตัวแทน จากกลุ่มการปกครองทั้งหมด

ผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างโดยใช้การจับฉลากแบบไม่ใส่คืน เพื่อเลือกเขตที่เป็นตัวแทนของกลุ่มการปกครอง กลุ่มการปกครองละ 1 เขตดังนี้

|                   |                   |            |
|-------------------|-------------------|------------|
| กลุ่มบุรพา        | สุ่มจับฉลากได้เขต | เขตบางกะปิ |
| กลุ่มเจ้าพระยา    | สุ่มจับฉลากได้เขต | เขตพระโขนง |
| กลุ่มศรีนครินทร์  | สุ่มจับฉลากได้เขต | เขตสวนหลวง |
| กลุ่มรัตนโกสินทร์ | สุ่มจับฉลากได้เขต | เขตราชเทวี |
| กลุ่มกรุงธนเหนือ  | สุ่มจับฉลากได้เขต | เขตหนองแขม |
| กลุ่มกรุงธนใต้    | สุ่มจับฉลากได้เขต | เขตคลองสาน |

ขั้นที่ 3 ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยกำหนดว่าจะเก็บแบบสอบถามจากประชากร รวมทั้งสิ้น 385 คน จากเขตการปกครองทั้งหมด 6 เขต ซึ่งเป็นตัวแทนในการเก็บข้อมูล ได้แก่ เขตบางกะปิ เขตพระโขนง เขตสวนหลวง เขตราชเทวี เขตหนองแขม เขตคลองสาน ซึ่งจะทำให้การเก็บข้อมูลในจำนวนที่เท่า ๆ กัน หรือประมาณเขตการปกครองละ 64 – 65 คน

รายละเอียดกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจ (โดยให้กลุ่มการปกครองกลุ่มละ 1 เขต เป็นตัวแทนในการเก็บแบบสอบถาม) ดังนี้

|            |                    |    |    |
|------------|--------------------|----|----|
| เขตบางกะปิ | เก็บแบบสอบถามจำนวน | 64 | คน |
| เขตพระโขนง | เก็บแบบสอบถามจำนวน | 64 | คน |
| เขตสวนหลวง | เก็บแบบสอบถามจำนวน | 64 | คน |

|            |                    |            |    |
|------------|--------------------|------------|----|
| เขตราชเทวี | เก็บแบบสอบถามจำนวน | 64         | คน |
| เขตหนองแขม | เก็บแบบสอบถามจำนวน | 64         | คน |
| เขตคลองสาน | เก็บแบบสอบถามจำนวน | 65         | คน |
| รวม        |                    | <u>385</u> | คน |

ขั้นที่ 4 ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อแจกแบบสอบถามตามความสะดวก โดยผู้วิจัยจะเก็บแบบสอบถามตามสถานที่ดังนี้ สำนักงาน บริษัทต่าง ๆ ตามแหล่งชุมชน และห้างสรรพสินค้า

### การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพสมรส ศาสนา ซึ่งเป็นคำถามชนิดปลายปิด (Close-ended Questionnaire) ประกอบด้วยคำถามที่เป็น (Multiple Choices Questions) มี 6 ข้อ และคำถามมีคำตอบให้เลือกตอบ 2 ข้อ (Dichotomous Questions) จำนวน 1 ข้อ มีรายละเอียดดังนี้

|                              |                                                          |
|------------------------------|----------------------------------------------------------|
| ข้อที่ 1. เพศ                | เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ<br>(Nominal Scale) |
| ข้อที่ 2 อายุ                | เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ<br>(Ordinal Scale) |
| ข้อที่ 3 ระดับการศึกษาสูงสุด | เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ<br>(Ordinal Scale) |
| ข้อที่ 4 อาชีพ               | เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ<br>(Nominal Scale) |
| ข้อที่ 5 รายได้ต่อเดือน      | เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ<br>(Ordinal Scale) |
| ข้อที่ 6 สถานภาพสมรส         | เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ<br>(Nominal Scale) |
| ข้อที่ 7 ศาสนา               | เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ<br>(Nominal Scale) |

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ แบบสอบถามส่วนความเข้าใจที่มีต่ออาหารเจ ประกอบด้วยคำถามแบบมีคำตอบให้เลือกตอบ 2 ข้อ (Dichotomous Questions) จำนวน 15 ข้อเป็นการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) 2 ระดับแบบใช้สำหรับการวัดแบบสอบถามประเภท ความรู้ความเข้าใจที่มีต่ออาหารเจ ทักษะของคำถามด้านลักษณะในเชิงบวกและเชิงลบ โดยมีคำตอบให้เลือก 2 คำตอบคือ ใช่ และไม่ใช่ มีข้อที่ต้องการคำตอบว่า "ใช่" จำนวน 9 ข้อ ได้แก่ 1 3 5 7 9 11 13 14 และ 15 ส่วนข้อที่ต้องการคำตอบว่า "ไม่ใช่" จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ 2 4 6 8 10 12 โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนนดังนี้

ผู้ตอบมีความรู้ความเข้าใจที่มีต่ออาหารเจสามารถตอบคำถามอย่างถูกต้องให้ 1 คะแนน

ผู้ตอบไม่มีความรู้ความเข้าใจที่มีต่ออาหารเจสามารถตอบคำถามอย่างถูกต้องให้ 0 คะแนน

เมื่อรวมคะแนนและแจกแจงความถี่แล้ว จะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างแบ่งระดับ

ความรู้ความเข้าใจออกเป็น 3 ระดับ ซึ่งมีสูตรในการคำนวณดังนี้ (ลัดดาวัลย์ หวังพานิช. 2529 : 27)

$$\text{อันดับภาคขึ้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นที่ต้องการแบ่ง}}$$

$$= \frac{15 - 0}{3} = 5$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายของระดับคะแนนได้ดังนี้

| ระดับคะแนน | ระดับความเข้าใจ          |
|------------|--------------------------|
| 0 – 5      | ความเข้าใจในระดับน้อย    |
| 6 – 10     | ความเข้าใจในระดับปานกลาง |
| 11 – 15    | ความเข้าใจในระดับมาก     |

และแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ ในด้านความรู้สึก ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) เป็นระดับการวัดข้อมูลแบบอัตราภาคขึ้น (Interval Scale) จำนวน 8 ข้อ มี 5 ระดับ คือ

- 5 หมายถึง ดีมาก
- 4 หมายถึง ดี
- 3 หมายถึง ปานกลาง

2 หมายถึง ค่อนข้างไม่ดี

1 หมายถึง ไม่ดีอย่างมาก

เกณฑ์การประเมินค่าคะแนนที่ได้จากการวัดข้อมูลแบบช่วง ผู้วิจัยใช้คำนวณหาความกว้างของชั้น (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2544 : 29) ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ความกว้างของชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80\end{aligned}$$

ตาราง 3 เกณฑ์ในการแปลความหมายของคะแนน

| ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ | ระดับทัศนคติ                                    |
|--------------------|-------------------------------------------------|
| 4.21 – 5.00        | ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติดีมากต่ออาหารเจ         |
| 3.41 - 4.20        | ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติดีต่ออาหารเจ            |
| 2.61 - 3.40        | ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติปานกลางต่ออาหารเจ       |
| 1.81 - 2.60        | ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติไม่ดีต่ออาหารเจ         |
| 1.00 - 1.80        | ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติไม่ดีอย่างมากต่ออาหารเจ |

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ซึ่งมีคำถามชนิดปลายปิด (Close-ended Questionnaire) ประกอบด้วยคำถามที่เป็น (Multiple Choices Questions) มี 5 ข้อ เป็นการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) คำถามแบบมีคำตอบให้เลือกตอบ 2 ข้อ (Dichotomous Questions) จำนวน 1 ข้อ เป็นการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) และคำถามชนิดปลายเปิด (Open-ended Questions) จำนวน 2 ข้อ เป็นการวัดข้อมูลประเภทมาตราอัตราส่วน (Ratio Scale)

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ในด้านความสนใจและความคิดเห็น เป็นแบบสอบถามแบบ (Rating Scale) เป็นระดับการวัดข้อมูลแบบอัตราภาคชั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับ คือ

- 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง  
 4 หมายถึง เห็นด้วย  
 3 หมายถึง ไม่แน่ใจ  
 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย  
 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

เกณฑ์การประเมินค่าคะแนนที่ได้จากการวัดข้อมูลประเภทอันดับภาคชั้น ผู้วิจัยใช้คำนวณหาความกว้างของชั้น (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544 : 29) ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันดับภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

ตาราง 4 เกณฑ์ในการแปลความหมายของคะแนน

| ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ | ระดับความคิดเห็น                                        |
|--------------------|---------------------------------------------------------|
| 4.21 – 5.00        | ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจและความคิดเห็นต่อสุขภาพดีมาก   |
| 3.41 - 4.20        | ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจและความคิดเห็นต่อสุขภาพดี      |
| 2.61 - 3.40        | ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจและความคิดเห็นต่อสุขภาพปานกลาง |
| 1.81 - 2.60        | ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจและความคิดเห็นต่อสุขภาพน้อย    |
| 1.00 - 1.80        | ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจและความคิดเห็นต่อสุขภาพน้อยมาก |

#### ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบสอบถาม
2. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อทำการตรวจสอบและขอคำแนะนำ เพื่อนำมาปรับปรุงแบบสอบถามให้ถูกต้อง

3. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) จำนวน 30 ชุด กับผู้บริโภคที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นโดยวิธีสัมประสิทธิ์อัลฟ่า ( $\alpha$  Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ค่าความเชื่อมั่นในส่วนทัศนคติที่มีต่ออาหารเจโดยรวม มีค่าเท่ากับ .7295 และในส่วนรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม มีค่าเท่ากับ .6837 เมื่อพิจารณารายข้อ จึงได้มีตัดคำถามในส่วนความคิดเห็นออก คือ การหลีกเลี่ยงการบริโภคอาหารมัน ๆ จะทำให้สุขภาพดีขึ้น ซึ่งจะทำให้ รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็นโดยรวม มีค่า  $\alpha$  มีค่าเท่ากับ .7521

#### วิธีหาคุณภาพของแบบสอบถาม

หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า  $\alpha$  ( $\alpha$  Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546 : 449) โดยใช้สูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{k \text{ covariance / variance}}{1 + (k - 1) \text{ covariance / variance}}$$

|                   |     |                                         |
|-------------------|-----|-----------------------------------------|
| เมื่อ $\alpha$    | แทน | ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ    |
| k                 | แทน | จำนวนคำถาม                              |
| <u>covariance</u> | แทน | ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนระหว่างคำถามต่างๆ |
| <u>variance</u>   | แทน | ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม          |

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) และการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยมุ่งศึกษา ทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน
2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ ได้แก่ เอกสารเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพ อาหารเจ หนังสือทางวิชาการเพื่อหาข้อมูลทางทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ข้อมูลอาหารเจจากอินเทอร์เน็ต และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. เมื่อรวบรวมแบบสอบถามครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ และความถูกต้องของแบบสอบถาม

2. ทำการลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้ในคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package of Social Sciences) For Windows Version 11.5

3. การประมวลผลข้อมูล นำข้อมูลทีลงรหัสถูกต้องมาประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ดังนี้

3.1 นำข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สูงสุด อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพสมรส ศาสนา หาค่าความถี่ ร้อยละ

3.2 นำข้อมูลทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ความรู้ความเข้าใจที่มีต่ออาหารเจ หาค่าความถี่ ร้อยละของแต่ละข้อ หลังจากนั้นนำมาหาค่าเฉลี่ยเพื่อจัดกลุ่ม และส่วนทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ ด้านความรู้สึก หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.3 นำข้อมูลพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารเจ หาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.4 นำข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิต หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.5 ทดสอบสมมติฐานที่ 1 โดยใช้ค่าสถิติ Chi-square

3.6 ทดสอบสมมติฐานที่ 2 – 3 โดยใช้ค่าสถิติ Pearson Product Moment Correlation Coefficient

## 4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

### 4.1 สถิติพื้นฐาน

4.1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) โดยใช้สูตรดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2544: 35)

$$P = \frac{f \times 100}{n}$$

n

เมื่อ P แทน ค่าร้อยละ

f แทน ความถี่ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงให้เป็นร้อยละ

n แทน จำนวนความถี่ทั้งหมด

#### 4.1.2 ค่าเฉลี่ย (ชูศรี วงศ์รัตนะ 2544: 35)

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

|       |           |     |                      |
|-------|-----------|-----|----------------------|
| เมื่อ | $\bar{x}$ | แทน | ค่าเฉลี่ย            |
|       | $\sum x$  | แทน | ผลรวมของคะแนนทั้งหมด |
|       | $n$       | แทน | ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง |

#### 4.1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (ชูศรี วงศ์รัตนะ 2544: 65)

$$S.D = \sqrt{\frac{n \sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}}$$

|              |     |                                          |
|--------------|-----|------------------------------------------|
| เมื่อ S.D    | แทน | ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง |
| $(\sum X)^2$ | แทน | ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง           |
| $\sum X^2$   | แทน | ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง          |
| $n$          | แทน | ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง                     |

### 4.2 สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน

#### 4.2.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis) โดยการวิเคราะห์

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเชิงกลุ่มจะใช้สถิติทดสอบ Chi - Square ( $\chi^2$ - test) ใช้ในการทดสอบสำหรับข้อมูลที่อยู่ในรูปของความถี่ (Tests for Frequency Data) ของ 2 ตัวแปร เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 โดยใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546 : 296 - 297)

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

$$df = (r-1)(c-1)$$

เมื่อ  $O_{ij}$  แทน จำนวนข้อมูล (ความถี่) ที่เกิดขึ้นจริงจากข้อมูล

ตัวอย่างใน cell (i,j) และ  $i = 1, \dots, r$ ;  $j = 1, 2, \dots, c$

$r_i$  แทน ความถี่ที่เกิดขึ้นในข้อมูลตัวอย่างใน row ที่ i

$c_j$  แทน ความถี่ที่เกิดขึ้นในข้อมูลตัวอย่างใน column ที่ j

$E_{ij}$  แทน ความถี่ที่คาดว่าจะอยู่ใน cell (i,j) ถ้าตัวแปรทั้งสองเป็นอิสระต่อกัน

$$= \frac{(\text{ผลรวมของแถวตอนที่ } i) (\text{ผลรวมของแถวตั้งที่ } j)}{\text{ขนาดตัวอย่างทั้งหมด}}$$

df แทน ชั้นตัวแปรอิสระ

4.2.2 ค่า Correlation เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ โดยใช้สถิติทดสอบค่าสหสัมพันธ์อย่างง่ายของ Pearson Product Moment Correlation Coefficient เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 - 3 โดยใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544: 311)

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

| เมื่อ | r            | แทน | สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์              |
|-------|--------------|-----|-------------------------------------|
|       | $\sum X$     | แทน | ผลรวมของค่า X                       |
|       | $\sum Y$     | แทน | ผลรวมของค่า Y                       |
|       | $\sum X^2$   | แทน | ผลรวมของค่า X ยกกำลังสอง            |
|       | $\sum Y^2$   | แทน | ผลรวมของค่า Y ยกกำลังสอง            |
|       | $(\sum X)^2$ | แทน | ผลรวมของค่า X ทั้งหมดแล้วยกกำลังสอง |
|       | $(\sum Y)^2$ | แทน | ผลรวมของค่า Y ทั้งหมดแล้วยกกำลังสอง |
|       | $\sum XY$    | แทน | ผลรวมของผลคูณระหว่าง X และ Y        |
|       | n            | แทน | จำนวนของข้อมูล                      |

โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง  $-1 < r < 1$  ดังนี้

1. ค่า  $r$  เป็นลบ แสดงว่า  $X$  และ  $Y$  มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม คือ ถ้า  $X$  เพิ่มขึ้น  $Y$  จะลดลง แต่ถ้า  $X$  ลด  $Y$  จะเพิ่ม
2. ค่า  $r$  เป็นบวก แสดงว่า  $X$  และ  $Y$  มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คือ ถ้า  $X$  เพิ่มขึ้น  $Y$  จะเพิ่มขึ้นด้วย แต่ถ้า  $X$  ลด  $Y$  จะลดด้วย
3. ค่า  $r$  มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง  $X$  และ  $Y$  มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันมาก
4. ค่า  $r$  มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง  $X$  และ  $Y$  มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามและมีความสัมพันธ์กันมาก
5. ถ้าค่า  $r = 0$  แสดงว่า  $X$  และ  $Y$  ไม่มีความสัมพันธ์กัน

สำหรับเกณฑ์การแปลความหมายระดับความสัมพันธ์กำหนดดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544: 437)

| ค่าระดับความสัมพันธ์ | ระดับความสัมพันธ์                |
|----------------------|----------------------------------|
| 0.81 – 1.00          | มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก      |
| 0.61 – 0.80          | มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างสูง |
| 0.41 – 0.60          | มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง     |
| 0.21 – 0.40          | มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ |
| 0.01 – 0.20          | มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก      |

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล  
ในงานวิจัยเรื่อง ทศนคติและพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร  
ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ดังนี้

|                |     |                                                                     |
|----------------|-----|---------------------------------------------------------------------|
| n              | แทน | ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง                                                |
| $\bar{X}$      | แทน | ค่าคะแนนเฉลี่ย                                                      |
| S.D.           | แทน | ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง<br>(Standard Deviation) |
| $\chi^2$       | แทน | ค่าไคสแควร์                                                         |
| r              | แทน | สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์                                              |
| Sig.(2-tailed) | แทน | ความน่าจะเป็นสำหรับบอกล้นัยสำคัญทางสถิติ                            |
| *              | แทน | ค่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05                  |

#### การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัย  
ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ด้านความ  
เข้าใจที่มีต่ออาหารเจ และในด้านความรู้สึก

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิต

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

## ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

### ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพสมรส ศาสนา กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน โดยแจกแจงจำนวน และค่าร้อยละ ดังต่อไปนี้

ตาราง 5 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ข้อมูลประชากรศาสตร์      | จำนวน (คน) | ร้อยละ       |
|--------------------------|------------|--------------|
| <b>เพศ</b>               |            |              |
| ชาย                      | 115        | 40.5         |
| หญิง                     | 230        | 59.5         |
| <b>รวม</b>               | <b>385</b> | <b>100.0</b> |
| <b>อายุ</b>              |            |              |
| ไม่เกิน 25 ปี            | 192        | 49.9         |
| 26 – 35 ปี               | 120        | 31.1         |
| 36 – 45 ปี               | 33         | 8.6          |
| 46 ปี ขึ้นไป             | 40         | 10.4         |
| <b>รวม</b>               | <b>385</b> | <b>100.0</b> |
| <b>การศึกษาสูงสุด</b>    |            |              |
| มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. | 67         | 17.5         |
| อนุปริญญา / ปวส.         | 47         | 12.2         |
| ปริญญาตรี                | 215        | 55.8         |
| สูงกว่าปริญญาตรี         | 56         | 14.5         |
| <b>รวม</b>               | <b>385</b> | <b>100.0</b> |

ตาราง 5 (ต่อ)

| ข้อมูลประชากรศาสตร์            | จำนวน (คน) | ร้อยละ       |
|--------------------------------|------------|--------------|
| <b>อาชีพ</b>                   |            |              |
| นักเรียน / นักศึกษา            | 170        | 44.2         |
| ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 34         | 8.8          |
| พนักงานบริษัทเอกชน             | 125        | 32.4         |
| ประกอบธุรกิจส่วนตัว            | 26         | 6.8          |
| แม่บ้าน / พ่อบ้าน              | 19         | 4.9          |
| อื่น ๆ ได้แก่ พ่อค้า/แม่ค้า    | 11         | 2.9          |
| <b>รวม</b>                     | <b>385</b> | <b>100.0</b> |
| <b>รายได้ต่อเดือน</b>          |            |              |
| ไม่เกิน 10,000 บาท             | 228        | 59.2         |
| 10,001 – 20,000 บาท            | 91         | 23.6         |
| 20,001 – 30,000 บาท            | 34         | 8.8          |
| 30,001 บาทขึ้นไป               | 32         | 8.4          |
| <b>รวม</b>                     | <b>385</b> | <b>100.0</b> |
| <b>สถานภาพสมรส</b>             |            |              |
| โสด                            | 302        | 78.4         |
| สมรส / อยู่ด้วยกัน             | 57         | 14.8         |
| แยกกันอยู่ / หย่าร้าง / หม้าย  | 26         | 6.8          |
| <b>รวม</b>                     | <b>385</b> | <b>100.0</b> |
| <b>ศาสนา</b>                   |            |              |
| ศาสนาพุทธ                      | 350        | 90.9         |
| ศาสนาคริสต์                    | 35         | 9.1          |
| <b>รวม</b>                     | <b>385</b> | <b>100.0</b> |

ผลจากตาราง 5 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 385 คน โดยสามารถจำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5 และ เพศชาย จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5

อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่ อายุไม่เกิน 25 ปี จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 49.9 รองลงมาคืออายุ 26 – 35 ปี จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 31.2 อายุ 46 ปี ขึ้นไปจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.4 และ อายุ 36 – 45 ปี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 ตามลำดับ

ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 55.8 รองลงมาคือ การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 และ การศึกษาระดับอนุปริญญา / ปวส. จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 ตามลำดับ

อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่ มีอาชีพพนักงาน / นักศึกษา จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 44.2 รองลงมาคือ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 32.4 อาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 อาชีพแม่บ้าน / พ่อบ้าน จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.9 และ อาชีพอื่น ๆ เช่น พ่อค้า / แม่ค้า จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่ มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 59.2 รองลงมาคือ รายได้ 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 23.6 รายได้ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และ รายได้ 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4 ตามลำดับ

สถานภาพสมรสของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่ สถานภาพ โสด จำนวน 302 คน คิดเป็นร้อยละ 78.4 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส / อยู่ด้วยกัน จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 และสถานภาพ แยกกันอยู่ / หย่าร้าง / หม้าย จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 ตามลำดับ

ศาสนาของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่ ศาสนาพุทธ จำนวน 350 คน คิดเป็นร้อยละ 90.9 และศาสนาคริสต์ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1

เนื่องจากข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ มีความแตกต่างทางด้านจำนวน (ความถี่) ของข้อมูลอยู่มาก ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลดังกล่าวมาแบ่งชั้นจำนวน (ความถี่) ใหม่ เพื่อใช้สำหรับทดสอบสมมติฐานดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 6 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม (จัดกลุ่มใหม่)

| ข้อมูลประชากรศาสตร์                    | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|----------------------------------------|------------|--------|
| อาชีพ                                  |            |        |
| นักเรียน / นักศึกษา                    | 170        | 44.2   |
| ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ         | 34         | 8.8    |
| พนักงานบริษัทเอกชน                     | 125        | 32.4   |
| ประกอบธุรกิจส่วนตัว / พ่อบ้าน / พ่อค้า | 56         | 14.6   |
| รวม                                    | 385        | 100.0  |

ผลจากตาราง 6 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม (จัดกลุ่มใหม่) อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่ มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 44.2 รองลงมาคือ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 32.4 อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว / พ่อบ้าน / พ่อค้า จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.6 และ อาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ

การวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติที่มีต่ออาหารเจของผู้ตอบแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ เป็นคำถามแบบมีคำตอบให้ เลือกตอบ 2 ข้อ (Dichotomous Questions) จำนวน 15 ข้อ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความเข้าใจที่มีต่ออาหารเจ มีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 7 แสดงจำนวนและร้อยละของทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ ด้านความเข้าใจที่มีต่ออาหารเจ

| ความเข้าใจที่มีต่ออาหารเจ                                                                                    | ตอบถูก<br>จำนวน (คน) | ร้อยละ | ตอบผิด<br>จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|--------|----------------------|--------|
| 1. การรับประทานอาหารเจ<br>ทำให้ร่างกายได้รับโภชนาการครบ 5 หมู่                                               | 206                  | 53.5   | 179                  | 46.5   |
| 2. อาหารเจแตกต่างจากอาหารมังสวิริติ                                                                          | 241                  | 62.4   | 144                  | 37.6   |
| 3. การรับประทานอาหารเจเป็นประจำ<br>จะทำให้ปราศจากโรคภัย                                                      | 199                  | 51.7   | 186                  | 48.3   |
| 4. อาหารเจ ไม่ได้เป็นอาหารของนักบวช<br>หรือคนที่เคร่งครัดศาสนาเท่านั้น                                       | 333                  | 86.5   | 52                   | 13.5   |
| 5. การรับประทานเนื้อสัตว์ถือเป็นการทำ<br>บาป                                                                 | 103                  | 26.8   | 282                  | 73.2   |
| 6. การรับประทานหอมแดงเป็นประจำ<br>จะทำให้มีกลิ่นตัว                                                          | 306                  | 79.5   | 79                   | 20.5   |
| 7. การรับประทานอาหารเจ<br>ช่วยขับถ่ายของเสียออกจากร่างกาย                                                    | 272                  | 70.6   | 113                  | 29.4   |
| 8. โรคมะเร็งกระเพาะและลำไส้ มักไม่พบใน<br>ผู้ที่รับประทานอาหารเจ                                             | 348                  | 90.4   | 37                   | 9.6    |
| 9. การรับประทานเมล็ดธัญพืช เช่น ถั่วแดง<br>ถั่วเหลือง ฯลฯ จะได้รับสารอาหารครบทุกหมู่                         | 177                  | 46     | 208                  | 54     |
| 10. การรับประทานกระเทียม<br>ไม่ได้รักษาโรคกระเพาะอาหาร                                                       | 184                  | 47.8   | 201                  | 52.2   |
| 11. อาหารเจเป็นอาหารที่ปรุงโดยปราศจาก<br>ผัก 5 ประเภท ได้แก่ กระเทียม หัวหอม<br>หลักเกียว กุยช่าย และใบยาสูบ | 214                  | 55.6   | 171                  | 44.4   |
| 12. เทศกาลกินเจ ไม่ได้มีขึ้นในช่วงเดือน<br>สิงหาคมของทุกปี                                                   | 205                  | 53.2   | 180                  | 46.8   |

ตาราง 7 (ต่อ)

| ความเข้าใจที่มีต่ออาหารเจ                                           | ตอบถูก<br>จำนวน (คน) | ร้อยละ | ตอบผิด<br>จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---------------------------------------------------------------------|----------------------|--------|----------------------|--------|
| 13. ผู้ที่รับประทานอาหารเจ<br>ควรหลีกเลี่ยงอาหารที่มีรสจัด          | 204                  | 53     | 181                  | 47     |
| 14. หากรับประทานอาหารเจเป็นประจำ<br>จะช่วยฟอกโลหิตในร่างกายให้สะอาด | 205                  | 53.2   | 180                  | 46.8   |
| 15. ผู้ที่รับประทานอาหารเจ ควรหลีกเลี่ยง<br>การบริโภคอาหารหมักดอง   | 214                  | 55.6   | 171                  | 44.4   |

\* คำตอบที่ถูกต้องอธิบายไว้ในหน้า 33

จากตาราง 7 ความเข้าใจที่มีต่ออาหารเจของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้บริโภครส่วนใหญ่มีความเข้าใจดังนี้

ความเข้าใจเกี่ยวกับการรับประทานอาหารเจ ทำให้ร่างกายได้รับโภชนาการครบ 5 หมู่ ซึ่งมีผู้ตอบคำถามถูกต้อง จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 และมีผู้ตอบผิด จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5

ความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารเจแตกต่างจากอาหารมังสวัตติ ซึ่งมีผู้ตอบคำถามถูกต้อง จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 62.4 และมีผู้ตอบผิด จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 37.6

ความเข้าใจเกี่ยวกับการรับประทานอาหารเจเป็นประจำ จะทำให้ปราศจากโรคภัย ซึ่งมีผู้ตอบคำถามถูกต้อง จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 51.7 และมีผู้ตอบผิด จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3

ความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารเจไม่ได้เป็นอาหารของนักบวชหรือคนที่เคร่งศาสนาเท่านั้น ซึ่งมีผู้ตอบคำถามถูกต้อง จำนวน 333 คน คิดเป็นร้อยละ 86.5 และมีผู้ตอบผิด จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5

ความเข้าใจเกี่ยวกับการรับประทานเนื้อสัตว์ถือเป็นการทำบาป ซึ่งมีผู้ตอบคำถามถูกต้อง จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 และมีผู้ตอบผิด จำนวน 282 คน คิดเป็นร้อยละ 73.2

ความเข้าใจเกี่ยวกับการรับประทานหอมแดงเป็นประจำ จะทำให้มีกลิ่นตัว ซึ่งมีผู้ตอบคำถามถูกต้อง จำนวน 306 คน คิดเป็นร้อยละ 79.5 และมีผู้ตอบผิด จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5

ความเข้าใจเกี่ยวกับการรับประทานอาหารเจ ช่วยขับถ่ายของเสียออกจากร่างกาย ซึ่งมีผู้ตอบคำถามถูกต้อง จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 70.6 และมีผู้ตอบผิด จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 29.4

ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคมะเร็งกระเพาะและลำไส้ มักไม่พบในผู้ที่รับประทานอาหารเจ ซึ่งมีผู้ตอบคำถามถูกต้อง จำนวน 348 คน คิดเป็นร้อยละ 90.4 และมีผู้ตอบผิด จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.6

ความเข้าใจเกี่ยวกับการรับประทานเมล็ดธัญพืช เช่น ถั่วแดง ถั่วเหลือง ฯลฯ จะได้รับสารอาหารครบทุกหมู่ ซึ่งมีผู้ตอบคำถามถูกต้อง จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 46 และมีผู้ตอบผิด จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 54

ความเข้าใจเกี่ยวกับการรับประทานกระเทียม ไม่ได้รักษาโรคกระเพาะอาหาร ซึ่งมีผู้ตอบคำถามถูกต้อง จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 47.7 และมีผู้ตอบผิด จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3

ความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารเจเป็นอาหารที่ปรุงโดยปราศจากผัก 5 ประเภท ได้แก่ กระเทียม หัวหอม หลักเกียว กุยช่าย และใบยาสูบ ซึ่งมีผู้ตอบคำถามถูกต้อง จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 55.6 และมีผู้ตอบผิด จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 44.4

ความเข้าใจเกี่ยวกับเทศกาลกินเจ ไม่ได้มีขึ้นในช่วงเดือนสิงหาคมของทุกปี ซึ่งมีผู้ตอบคำถามถูกต้อง จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 53.2 และมีผู้ตอบผิด จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8

ความเข้าใจเกี่ยวกับผู้ที่รับประทานอาหารเจ ควรหลีกเลี่ยงอาหารที่มีรสจัด ซึ่งมีผู้ตอบคำถามถูกต้อง จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 53 และมีผู้ตอบผิด จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 47

ความเข้าใจเกี่ยวกับหากรับประทานอาหารเจเป็นประจำ จะช่วยฟอกโลหิตในร่างกายให้สะอาด ซึ่งมีผู้ตอบคำถามถูกต้อง จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 53.2 และมีผู้ตอบผิด จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8

ความเข้าใจเกี่ยวกับผู้ที่รับประทานอาหารเจ ควรหลีกเลี่ยงการบริโภคอาหารหมักดอง ซึ่งมีผู้ตอบคำถามถูกต้อง จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 55.6 และมีผู้ตอบผิด จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 44.4

ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ ด้านความเข้าใจที่มีต่ออาหารเจ

| ความเข้าใจที่มีต่ออาหารเจ | Minimum | Maximum | $\bar{X}$ | S.D. |
|---------------------------|---------|---------|-----------|------|
| ความเข้าใจที่มีต่ออาหารเจ | 3.0     | 14.0    | 8.78      | 2.21 |

ตาราง 8 แสดงข้อมูลทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ ด้านความเข้าใจที่มีต่ออาหารเจ พบว่า ผลรวมของความเข้าใจที่มีต่ออาหารเจ จำนวน 15 ข้อ มีผู้ตอบคำถามถูกน้อยที่สุด 3 ข้อ ตอบคำถามถูกมากที่สุด 14 ข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยตอบถูกประมาณ 9 ข้อ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 2 ข้อ

ตาราง 9 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับความเข้าใจที่มีต่ออาหารเจ

| ระดับความเข้าใจ                         | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-----------------------------------------|------------|--------|
| ความเข้าใจในระดับน้อย (0 - 5 คะแนน)     | 17         | 4.5    |
| ความเข้าใจในระดับปานกลาง (6 - 10 คะแนน) | 277        | 71.9   |
| ความเข้าใจในระดับมาก (11 - 15 คะแนน)    | 91         | 23.6   |
| รวม                                     | 385        | 100    |

จากตาราง 9 ผู้วิจัยได้รวบรวมคะแนนความเข้าใจที่มีต่ออาหารเจของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 15 ข้อ พบว่าโดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคมักมีความเข้าใจในระดับปานกลาง จำนวน 277 คน คิดเป็นร้อยละ 71.9 รองลงมาคือ ความเข้าใจในระดับมาก จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 23.6 และ ความเข้าใจในระดับน้อย จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติที่มีต่ออาหารเจของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความรู้สึก มีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ

| ทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ                       | $\bar{X}$ | S.D. | ระดับทัศนคติ |
|----------------------------------------------|-----------|------|--------------|
| การพัฒนารูปแบบของอาหารเจ                     | 3.85      | .940 | ดี           |
| ความอึดท้อง จากการรับประทานอาหารเจ           | 3.45      | .932 | ดี           |
| ระบบขับถ่าย จากการบริโภคอาหารเจ              | 3.92      | .954 | ดี           |
| ความมีสมาธิ จากการรับประทานอาหารเจ           | 3.15      | .924 | ปานกลาง      |
| ร่างกายแข็งแรง จากการบริโภคอาหารเจ           | 3.42      | .938 | ดี           |
| ความสบายใจ จากการบริโภคอาหารเจ               | 3.76      | .934 | ดี           |
| ประโยชน์ต่อผิวพรรณ จากการรับประทานอาหารเจ    | 3.69      | .910 | ดี           |
| ประโยชน์ในด้านรูปร่าง จากการรับประทานอาหารเจ | 3.59      | .959 | ดี           |
| รวมทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ                    | 3.60      | 5.20 | ดี           |

จากตาราง 10 แสดงข้อมูลทัศนคติที่มีต่ออาหารเจด้านความรู้สึก พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีผลรวมทัศนคติในระดับดีต่ออาหารเจ โดยมีค่าเฉลี่ยรวม เท่ากับ 3.60

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติต่ออาหารเจในระดับดี ได้แก่ ระบบขับถ่าย จากการบริโภคอาหารเจ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.92 การพัฒนารูปแบบของอาหารเจ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.85 ความสบายใจจากการบริโภคอาหารเจ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.76 ประโยชน์ต่อผิวพรรณ จากการรับประทานอาหารเจ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.69 ประโยชน์ในด้านรูปร่างจากการรับประทานอาหารเจ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.59 ความอึดท้องจากการรับประทานอาหารเจ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.45 ร่างกายแข็งแรง จากการบริโภคอาหารเจ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.42 ตามลำดับ

ส่วนความมีสมาธิจากการรับประทานอาหารเจ ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติอยู่ในระดับปานกลางต่ออาหารเจ ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.15 ตามลำดับ

### ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ

การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านประเภทอาหารเจที่เคยรับประทาน เหตุผลในการรับประทานอาหารเจ บุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ สถานที่ในการรับประทานอาหารเจ โอกาสในการรับประทานอาหารเจ ความถี่ในการรับประทานอาหารเจ โดยแจกแจงหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตาราง 11 แสดงจำนวน (ค่าความถี่) และค่าร้อยละ ประเภทอาหารเจที่เคยรับประทาน  
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

| ประเภทอาหารเจที่เคยรับประทาน                       | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|----------------------------------------------------|------------|--------|
| โปรตีนเกษตร หรือโปรตีนถั่วเหลือง                   | 308        | 80.0   |
| ผัก / ผลไม้                                        | 336        | 87.3   |
| ข้าวกล้อง / ข้าวซ้อมมือ / ข้าวขาว                  | 273        | 70.9   |
| เต้าหู้                                            | 305        | 79.2   |
| เมล็ดธัญพืช เช่น เมล็ดดอกทานตะวัน / ถั่วเหลือง ฯลฯ | 205        | 53.2   |
| เห็ด                                               | 299        | 77.7   |
| อื่น ๆ เช่น หมี่กึ่ง                               | 2          | 0.5    |

จากตาราง 11 แสดงข้อมูลประเภทอาหารเจที่เคยรับประทานของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าประเภทอาหารเจที่เคยรับประทานมากที่สุด คือ ผัก / ผลไม้ จำนวน 336 คน คิดเป็นร้อยละ 87.3 รองลงมาคือ โปรตีนเกษตร หรือโปรตีนถั่วเหลือง จำนวน 308 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 เต้าหู้ จำนวน 305 คน คิดเป็นร้อยละ 79.2 เห็ด จำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 77.7 ข้าวกล้อง / ข้าวซ้อมมือ / ข้าวขาว จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 70.9 เมล็ดธัญพืช เช่น เมล็ดดอกทานตะวัน / ถั่วเหลือง ฯลฯ จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 53.2 และ อื่น ๆ เช่น หมี่กึ่ง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตาราง 12 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ

| เหตุผลสำคัญที่สุดในการรับประทานอาหารเจ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|----------------------------------------|------------|--------|
| เพื่อเข้าร่วมเทศกาลถือศีลกินเจ         | 168        | 43.6   |
| เพื่อสุขภาพที่แข็งแรง                  | 123        | 31.9   |
| บริโภคตามคนในครอบครัวหรือเพื่อน        | 65         | 16.9   |
| อื่น ๆ เช่น เพื่อความสบายใจ อยากรลอง   | 29         | 7.6    |
| รวม                                    | 385        | 100.0  |

จากตาราง 12 แสดงเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเช้าของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าเหตุผลสำคัญที่สุดในการรับประทานอาหารเช้า คือ เพื่อเข้าร่วมเทศกาลถือศีลกินเจ จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 43.6 รองลงมาคือ เพื่อสุขภาพที่แข็งแรง จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 31.9 บริโภคตามคนในครอบครัวหรือเพื่อน จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.9 และเหตุผลอื่น ๆ เช่น เพื่อความสบายใจ อร่ากอลง จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 ตามลำดับ

ตาราง 13 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเช้า

| บุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการรับประทานอาหารเช้า | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---------------------------------------------------|------------|--------|
| ตัวเอง                                            | 200        | 51.9   |
| ครอบครัว / ญาติ                                   | 141        | 36.6   |
| เพื่อนสนิท                                        | 31         | 8.1    |
| เพื่อนร่วมงาน                                     | 13         | 3.4    |
| รวม                                               | 385        | 100.0  |

จากตาราง 13 แสดงบุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการรับประทานอาหารเช้าของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าบุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการรับประทานอาหารเช้า คือ ตัวเอง จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 51.9 รองลงมาคือ ครอบครัว / ญาติ จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 36.6 เพื่อนสนิท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 และ เพื่อนร่วมงาน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4 ตามลำดับ

ตาราง 14 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของสถานที่ในรับประทานอาหารเช้า

| สถานที่ในการรับประทานอาหารเช้าบ่อยที่สุด | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------------------------------------------|------------|--------|
| ทำทานเองที่บ้าน                          | 107        | 27.8   |
| ร้านขายเฉพาะอาหารเช้า                    | 127        | 33.0   |
| ร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหารเช้าจำหน่าย     | 139        | 36.1   |
| อื่น ๆ เช่น โรงเจ                        | 12         | 3.1    |
| รวม                                      | 385        | 100.0  |

จากตาราง 14 แสดงข้อมูลสถานที่ในรับประทานอาหารเช้าของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าสถานที่รับประทานอาหารเช้าบ่อยที่สุด คือ ร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหารเช้าจำหน่าย จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 36.1 รองลงมาคือ ภัตตาคารเฉพาะอาหารเช้า จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 ทำทานเองที่บ้าน จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 และ อื่น ๆ เช่น โรงเจ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1 ตามลำดับ

ตาราง 15 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของโอกาสในการรับประทานอาหารเช้า (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

| โอกาสในการรับประทานอาหารเช้า | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------------------------------|------------|--------|
| เทศกาลกินเจ                  | 362        | 94.0   |
| วันสำคัญทางศาสนา             | 20         | 5.2    |
| วันเกิด                      | 18         | 4.7    |
| อื่น ๆ เช่น วันพระ           | 16         | 4.1    |

จากตาราง 15 แสดงข้อมูลโอกาสในการรับประทานอาหารเช้าของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าโอกาสในการรับประทานอาหารเช้าส่วนใหญ่ คือ เทศกาลกินเจ จำนวน 362 คน คิดเป็นร้อยละ 94.0 รองลงมาคือ วันสำคัญทางศาสนา จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 วันเกิด จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 และ อื่น ๆ เช่น วันพระ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1 ตามลำดับ

ตาราง 16 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลการบริโภคอาหารเช้า

| การบริโภคอาหารเช้า | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--------------------|------------|--------|
| เป็นประจำ          | 12         | 3.1    |
| เป็นครั้งคราว      | 373        | 96.9   |
| รวม                | 385        | 100.0  |

จากตาราง 16 แสดงข้อมูลการบริโภคอาหารเจของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ บริโภคอาหารเจเป็นครั้งคราว จำนวน 373 คน คิดเป็นร้อยละ 96.9 และบริโภคอาหารเจเป็นประจำ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1

ตาราง 17 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ

| พฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ      | Minimum | Maximum | $\bar{X}$ | S.D. |
|-------------------------------|---------|---------|-----------|------|
| จำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ | 1.0     | 15.0    | 4.83      | 3.34 |

ตาราง 17 แสดงข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม 373 คน นิยมรับประทานอาหารเจ ต่ำสุด คือ 1 วัน และสูงสุด คือ 15 วัน ซึ่งผู้บริโภครับประทานอาหารเจ โดยเฉลี่ยประมาณ 5 วัน

ตาราง 18 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ

| พฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ           | Minimum | Maximum | $\bar{X}$ | S.D. |
|------------------------------------|---------|---------|-----------|------|
| ระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจ (ปี) | 1.00    | 30.00   | 4.29      | 3.46 |

ตาราง 18 แสดงข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม 385 คน นิยมรับประทานอาหารเจ ต่ำสุด คือ 1 ปี และสูงสุด คือ 30 ปี ซึ่งระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจ โดยเฉลี่ยประมาณ 4 ปี

#### ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิต

การวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ ด้านความสนใจและความคิดเห็น มีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 19 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ

| ความสนใจ                                 | $\bar{X}$ | S.D. | ระดับความคิดเห็น |
|------------------------------------------|-----------|------|------------------|
| สนใจจะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ             | 4.04      | .927 | ดี               |
| สนใจจะลองทานอาหารในรูปแบบใหม่ ๆ          | 3.92      | .728 | ดี               |
| สนใจจะรับประทานผักและผลไม้               | 4.41      | .589 | ดีมาก            |
| สนใจจะรับประทานอาหารที่ไม่มีเนื้อสัตว์   | 3.29      | .969 | ปานกลาง          |
| ผลรวมของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ | 3.91      | 1.97 | ดี               |

จากตาราง 19 แสดงข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ พบว่าโดยรวมผู้ตอบแบบสอบถาม มีความสนใจต่อสุขภาพในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.91 ซึ่งเมื่อพิจารณารายข้อจะเห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจต่อสุขภาพในระดับดีมาก คือ ความสนใจจะรับประทานผักและผลไม้ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.41 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจต่อสุขภาพในระดับดี คือ สนใจจะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.04 และสนใจจะลองทานอาหารในรูปแบบใหม่ ๆ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.92 และผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจต่อสุขภาพในระดับปานกลาง คือ สนใจจะรับประทานอาหารที่ไม่มีเนื้อสัตว์ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.29 ตามลำดับ

ตาราง 20 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น

| ความคิดเห็น                                       | $\bar{X}$ | S.D. | ระดับความคิดเห็น |
|---------------------------------------------------|-----------|------|------------------|
| ออกกำลังกายเป็นประจำ จะทำให้สุขภาพแข็งแรง         | 4.68      | .571 | ดีมาก            |
| ออกกำลังกายสม่ำเสมอ ช่วยให้ห่างไกลโรคภัย          | 4.61      | .615 | ดีมาก            |
| การรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ ทำให้ห่างไกลโรคภัย | 4.57      | .608 | ดีมาก            |
| ผลรวมของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น      | 4.62      | 1.60 | ดีมาก            |

จากตาราง 20 แสดงข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น พบว่าโดยรวมและรายข้อ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อสุขภาพในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.62 ซึ่งเมื่อพิจารณารายข้อจะเห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อสุขภาพในระดับดีมาก คือ การออกกำลังกายเป็นประจำ จะทำให้สุขภาพแข็งแรง มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.68 การออกกำลังกาย

กายสม่ำเสมอ ช่วยให้ห่างไกลโรคร้าย มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.61 และการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ ทำให้ห่างไกลโรคร้าย มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.57 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส และศาสนา มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

### 1.1 เพศมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ

1.1.1 เพศมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

$H_0$  : เพศไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ

$H_1$  : เพศมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ

ตาราง 21 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของเพศ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ

| เพศ  | เหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ |                        |                       |        | รวม |
|------|----------------------------------|------------------------|-----------------------|--------|-----|
|      | เข้าร่วม<br>เทศกาลกินเจ          | เพื่อสุขภาพ<br>แข็งแรง | บริโภคตาม<br>ครอบครัว | อื่น ๆ |     |
| ชาย  | 64                               | 53                     | 30                    | 8      | 155 |
| หญิง | 104                              | 70                     | 35                    | 21     | 230 |
| รวม  | 168                              | 124                    | 65                    | 29     | 385 |

$$\chi^2 = 3.612$$

$$\text{Sig. (2-tailed)} = .306$$

จากตาราง 21 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของเพศ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 3.612 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .306 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า เพศไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานเจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

1.1.2 เพศมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

$H_0$  : เพศไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ

$H_1$  : เพศมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ

ตาราง 22 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของเพศ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ

| เพศ  | บุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ |                   |            |                   | รวม |
|------|----------------------------------------|-------------------|------------|-------------------|-----|
|      | ตัวท่านเอง                             | ครอบครัว/<br>ญาติ | เพื่อนสนิท | เพื่อน<br>ร่วมงาน |     |
| ชาย  | 80                                     | 51                | 16         | 8                 | 155 |
| หญิง | 120                                    | 90                | 15         | 5                 | 230 |
| รวม  | 200                                    | 141               | 31         | 13                | 385 |

$\chi^2 = 5.095$

Sig.(2-tailed) = .165

จากตาราง 22 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของเพศ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 5.095 และค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .165 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า เพศไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานเจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

1.1.3 เพศมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

$H_0$  : เพศไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ

$H_1$  : เพศมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ

ตาราง 23 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของเพศ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ  
ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเช้า

| เพศ  | สถานที่ในการรับประทานอาหารเช้า |                         |                                 |        | รวม |
|------|--------------------------------|-------------------------|---------------------------------|--------|-----|
|      | ทำทานที่บ้าน                   | ร้านขายเฉพาะ<br>อาหารเจ | ร้านอาหารทั่วไป<br>ที่มีอาหารเจ | อื่น ๆ |     |
| ชาย  | 47                             | 50                      | 46                              | 12     | 155 |
| หญิง | 60                             | 77                      | 93                              | 0      | 230 |
| รวม  | 107                            | 127                     | 139                             | 12     | 385 |

$$\chi^2 = 21.414^*$$

$$\text{Sig. (2-tailed)} = .000$$

จากตาราง 23 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของเพศ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเช้า พบว่าค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 21.414 และค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่าเพศต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเช้า ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

กล่าวคือ เพศชาย มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเช้าส่วนใหญ่คือ ร้านขายเฉพาะอาหารเจ จำนวน 50 คน รองลงมา ทำทานเองที่บ้าน จำนวน 47 คน ร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหารเจจำหน่าย จำนวน 46 คน และสถานที่อื่น ๆ เช่น โรงเจ จำนวน 12 คน ตามลำดับ

เพศหญิง มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเช้าส่วนใหญ่คือ ที่ร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหารเจจำหน่าย จำนวน 93 คน รองลงมา ร้านขายเฉพาะอาหารเจ จำนวน 77 คน และทำทานเองที่บ้าน จำนวน 60 คน ตามลำดับ

1.1.4 เพศมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

$H_0$  : เพศไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ

$H_1$  : เพศมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ

ตาราง 24 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของเพศ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ  
ด้านการบริโภคอาหารเจ

| เพศ  | การบริโภคอาหารเจ |               | รวม |
|------|------------------|---------------|-----|
|      | เป็นประจำ        | เป็นครั้งคราว |     |
| ชาย  | 7                | 148           | 155 |
| หญิง | 5                | 225           | 230 |
| รวม  | 12               | 373           | 385 |

$$\chi^2 = 1.682$$

$$\text{Sig. (2-tailed)} = .195$$

จากตาราง 24 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของเพศ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ พบว่าค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 1.682 และค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .195 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า เพศไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

## 1.2 อายุมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ

1.2.1 อายุมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

$H_0$  : อายุไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ

$H_1$  : อายุมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ

ตาราง 25 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของอายุ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ  
ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ

| อายุ          | เหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ |                        |                       |        | รวม |
|---------------|----------------------------------|------------------------|-----------------------|--------|-----|
|               | เข้าร่วม<br>เทศกาลกินเจ          | เพื่อสุขภาพ<br>แข็งแรง | บริโภคตาม<br>ครอบครัว | อื่น ๆ |     |
| ไม่เกิน 25 ปี | 78                               | 63                     | 44                    | 7      | 192 |
| 26-35 ปี      | 54                               | 43                     | 18                    | 5      | 120 |
| 36-45 ปี      | 12                               | 16                     | 2                     | 3      | 33  |
| 46 ปีขึ้นไป   | 24                               | 1                      | 1                     | 14     | 40  |
| รวม           | 168                              | 123                    | 65                    | 29     | 385 |

$$\chi^2 = 75.008^*$$

$$\text{Sig. (2-tailed)} = .000$$

จากตาราง 25 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของอายุ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ พบว่าค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 75.008 และค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า อายุต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

กล่าวคือ อายุ ไม่เกิน 25 ปี มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ เพื่อเข้าร่วมเทศกาลถือศีลกินเจ จำนวน 78 คน รองลงมา เพื่อสุขภาพที่แข็งแรง จำนวน 63 คน บริโภคตามคนในครอบครัวหรือเพื่อน จำนวน 44 คน และเหตุผลอื่น ๆ เช่น เพื่อความสบายใจ อยากลองทาน จำนวน 7 คน ตามลำดับ

อายุ 26-35 ปี มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ เพื่อเข้าร่วมเทศกาลถือศีลกินเจ จำนวน 54 คน รองลงมา เพื่อสุขภาพที่แข็งแรง จำนวน 43 คน บริโภคตามคนในครอบครัวหรือเพื่อน จำนวน 18 คน และเหตุผลอื่น ๆ เช่น เพื่อความสบายใจ อยากลองทาน จำนวน 5 คน ตามลำดับ

อายุ 36-45 ปี มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่ เพื่อสุขภาพที่แข็งแรง จำนวน 16 คน รองลงมาคือ เพื่อเข้าร่วมเทศกาลถือศีลกินเจ จำนวน 12 คน เหตุผลอื่น ๆ เช่น เพื่อความสบายใจ อยากลองทาน จำนวน 3 คน และบริโภคตามคนในครอบครัวหรือเพื่อน จำนวน 2 คน ตามลำดับ

อายุ 46 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทาน อาหารเจส่วนใหญ่คือ เพื่อเข้าร่วมเทศกาลถือศีลกินเจ จำนวน 24 คน รองลงมาคือ เหตุผลอื่น ๆ เช่น เพื่อความสบายใจ อยากลองทาน จำนวน 14 คน เพื่อสุขภาพที่แข็งแรง จำนวน 1 คน และ บริโภคตามคนในครอบครัวหรือเพื่อน จำนวน 1 คน ตามลำดับ

1.2.2 อายุมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการ รับประทานอาหารเจ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

$H_0$  : อายุไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการ รับประทานอาหารเจ

$H_1$  : อายุมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการ รับประทานอาหารเจ

ตาราง 26 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของอายุ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ

| อายุ          | บุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ |                |            |               | รวม |
|---------------|----------------------------------------|----------------|------------|---------------|-----|
|               | ตัวท่านเอง                             | ครอบครัว /ญาติ | เพื่อนสนิท | เพื่อนร่วมงาน |     |
| ไม่เกิน 25 ปี | 81                                     | 83             | 22         | 6             | 192 |
| 26-35 ปี      | 71                                     | 41             | 3          | 5             | 120 |
| 36-45 ปี      | 17                                     | 14             | 0          | 2             | 33  |
| 46 ปีขึ้นไป   | 31                                     | 4              | 6          | 0             | 40  |
| รวม           | 200                                    | 141            | 31         | 13            | 385 |

$\chi^2 = 36.534^*$

Sig.(2-tailed) = .000

จากตาราง 26 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของอายุ กับ พฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ พบว่าค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 36.534 และค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธ สมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่าอายุต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการ บริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

กล่าวคือ อายุ ไม่เกิน 25 ปี มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ บุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ ครอบครัว/ญาติ จำนวน 83 คน รองลงมาคือ ตัวเอง จำนวน 81 คน เพื่อนสนิท จำนวน 22 คน และเพื่อนร่วมงาน จำนวน 6 คน ตามลำดับ

อายุ 26-35 ปี มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ ตัวเอง จำนวน 71 คน รองลงมาคือ ครอบครัว/ญาติ จำนวน 41 คน เพื่อนร่วมงาน จำนวน 5 คน และเพื่อนสนิท จำนวน 3 คน ตามลำดับ

อายุ 36-45 ปี มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ ตัวเอง จำนวน 17 คน รองลงมาคือ ครอบครัว/ญาติ จำนวน 14 คน และเพื่อนร่วมงาน จำนวน 2 คน ตามลำดับ

อายุ 46 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ บุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ ตัวเอง จำนวน 31 คน รองลงมาคือ เพื่อนสนิท จำนวน 6 คน และครอบครัว/ญาติ จำนวน 4 คน ตามลำดับ

1.2.3 อายุมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

$H_0$  : อายุไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ

$H_1$  : อายุมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ

ตาราง 27 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของอายุ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ

| อายุ          | สถานที่ในการรับประทานอาหารเจ |                         |                                 |        | รวม |
|---------------|------------------------------|-------------------------|---------------------------------|--------|-----|
|               | ทำทานที่บ้าน                 | ร้านขายเฉพาะ<br>อาหารเจ | ร้านอาหารทั่วไป<br>ที่มีอาหารเจ | อื่น ๆ |     |
| ไม่เกิน 25 ปี | 66                           | 51                      | 75                              | 0      | 192 |
| 26-35 ปี      | 25                           | 44                      | 50                              | 1      | 120 |

ตาราง 27 (ต่อ)

| อายุ        | สถานที่ในการรับประทานอาหารเช้า |                           |                                   |        | รวม |
|-------------|--------------------------------|---------------------------|-----------------------------------|--------|-----|
|             | ทำทานที่บ้าน                   | ร้านขายเฉพาะ<br>อาหารเช้า | ร้านอาหารทั่วไป<br>ที่มีอาหารเช้า | อื่น ๆ |     |
| 36-45 ปี    | 12                             | 11                        | 10                                | 0      | 33  |
| 46 ปีขึ้นไป | 4                              | 21                        | 4                                 | 11     | 40  |
| รวม         | 107                            | 127                       | 139                               | 12     | 385 |

$$\chi^2 = 112.697^*$$

$$\text{Sig. (2-tailed)} = .000$$

จากตาราง 27 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของอายุ กับ พฤติกรรมการบริโภคอาหารเช้า ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเช้า พบว่าค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 112.697 และค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่าอายุต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเช้า ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเช้า ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

กล่าวคือ อายุ ไม่เกิน 25 ปี มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเช้า ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเช้าส่วนใหญ่คือ ร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหารเช้าจำหน่าย จำนวน 75 คน รองลงมาคือ ทำทานเองที่บ้าน จำนวน 66 คน และร้านขายเฉพาะอาหารเช้า จำนวน 51 คน ตามลำดับ

อายุ 26-35 ปี มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเช้า ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเช้าส่วนใหญ่คือ ร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหารเช้าจำหน่าย จำนวน 50 คน รองลงมาคือ ร้านขายเฉพาะอาหารเช้า จำนวน 44 คน ทำทานเองที่บ้าน จำนวน 25 คน และสถานที่อื่น ๆ เช่น โรงเจ จำนวน 1 คน ตามลำดับ

อายุ 36 – 45 ปี มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเช้า ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเช้าส่วนใหญ่คือ ทำทานเองที่บ้าน จำนวน 12 คน รองลงมาคือ ร้านขายเฉพาะอาหารเช้า จำนวน 11 คน และร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหารเช้าจำหน่าย จำนวน 10 คน ตามลำดับ

อายุ 46 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเช้า ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเช้าส่วนใหญ่คือ ร้านขายเฉพาะอาหารเช้า จำนวน 21 คน รองลงมาคือ สถานที่อื่น ๆ เช่น โรงเจ จำนวน 11 คน ทำทานเองที่บ้าน จำนวน 4 คน และ ร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหารเช้าจำหน่าย จำนวน 4 คน ตามลำดับ

1.2.4 อายุมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

$H_0$  : อายุไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ

$H_1$  : อายุมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ

ตาราง 28 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของอายุ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ

| อายุ          | การบริโภคอาหารเจ |               | รวม |
|---------------|------------------|---------------|-----|
|               | เป็นประจำ        | เป็นครั้งคราว |     |
| ไม่เกิน 25 ปี | 8                | 184           | 192 |
| 26-35 ปี      | 2                | 118           | 120 |
| 36-45 ปี      | 0                | 33            | 33  |
| 46 ปีขึ้นไป   | 2                | 38            | 40  |
| รวม           | 12               | 373           | 385 |

$\chi^2 = 3.068$

Sig.(2-tailed) = .381

จากตาราง 28 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของอายุ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ พบว่าค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 3.068 และค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .381 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า อายุไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

### 1.3 ระดับการศึกษาสูงสุดมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ

1.3.1 ระดับการศึกษาสูงสุดมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

$H_0$  : ระดับการศึกษาสูงสุดไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลในการรับประทานอาหารเจ

$H_1$  : ระดับการศึกษาสูงสุดมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลในการรับประทานอาหารเจ

ตาราง 29 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของระดับการศึกษาสูงสุด กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ

| ระดับการศึกษาสูงสุด         | เหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ |                       |                   |        | รวม |
|-----------------------------|----------------------------------|-----------------------|-------------------|--------|-----|
|                             | เข้าร่วมเทศกาลกินเจ              | เพื่อสุขภาพที่แข็งแรง | บริโภคตามครอบครัว | อื่น ๆ |     |
| มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. | 32                               | 15                    | 6                 | 14     | 67  |
| อนุปริญญา / ปวส.            | 16                               | 21                    | 8                 | 2      | 47  |
| ปริญญาตรี                   | 105                              | 60                    | 40                | 10     | 215 |
| สูงกว่าปริญญาตรี            | 15                               | 27                    | 11                | 3      | 56  |
| รวม                         | 168                              | 123                   | 65                | 29     | 385 |

$$\chi^2 = 38.668^*$$

$$\text{Sig. (2-tailed)} = .000$$

จากตาราง 29 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของระดับการศึกษาสูงสุด กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ พบว่าค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 38.668 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่าระดับการศึกษาสูงสุดมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลในการรับประทานอาหารเจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

กล่าวคือ การศึกษาระดับ มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ เพื่อเข้าร่วมเทศกาลถือศีลกินเจ จำนวน 32 คน รองลงมาคือ เพื่อสุขภาพที่แข็งแรง จำนวน 15 คน เหตุผลอื่น ๆ เช่น เพื่อความสบายใจ อยากลองทาน จำนวน 14 คน และบริโภคตามคนในครอบครัวหรือเพื่อน จำนวน 6 คน ตามลำดับ

การศึกษาระดับ อนุปริญญา/ปวส. มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ เพื่อสุขภาพที่แข็งแรง จำนวน 21 คน รองลงมาคือ เพื่อเข้าร่วมเทศกาลถือศีลกินเจ จำนวน 16 คน บริโภคตามคนในครอบครัวหรือเพื่อน จำนวน 8 คน และเหตุผลอื่น ๆ เช่น เพื่อความสบายใจ อยากลองทาน จำนวน 2 คน ตามลำดับ

การศึกษาระดับ ปริญญาตรี มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ เพื่อเข้าร่วมเทศกาลถือศีลกินเจ จำนวน 150 คน รองลงมาคือ เพื่อสุขภาพที่แข็งแรง จำนวน 60 คน บริโภคตามคนในครอบครัวหรือเพื่อน จำนวน 40 คน และเหตุผลอื่น ๆ เช่น เพื่อความสบายใจ อยากลองทาน จำนวน 10 คน ตามลำดับ

การศึกษาระดับ สูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ เพื่อสุขภาพที่แข็งแรง จำนวน 27 คน รองลงมาคือ เพื่อเข้าร่วมเทศกาลถือศีลกินเจ จำนวน 15 คน บริโภคตามคนในครอบครัวหรือเพื่อน จำนวน 11 คน และเหตุผลอื่น ๆ เช่น เพื่อความสบายใจ อยากลองทาน จำนวน 3 คน ตามลำดับ

1.3.2 ระดับการศึกษาสูงสุดมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

$H_0$  : ระดับการศึกษาสูงสุดไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ

$H_1$  : ระดับการศึกษาสูงสุดมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ

ตาราง 30 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของระดับการศึกษาสูงสุด กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ

| ระดับการศึกษาสูงสุด            | บุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ |                   |            |                   | รวม |
|--------------------------------|----------------------------------------|-------------------|------------|-------------------|-----|
|                                | ตัวท่านเอง                             | ครอบครัว<br>/ญาติ | เพื่อนสนิท | เพื่อน<br>ร่วมงาน |     |
| มัธยมศึกษาตอนปลาย<br>หรือ ปวช. | 41                                     | 20                | 2          | 4                 | 67  |
| อนุปริญญา / ปวส.               | 20                                     | 15                | 9          | 3                 | 47  |
| ปริญญาตรี                      | 114                                    | 77                | 18         | 6                 | 215 |
| สูงกว่าปริญญาตรี               | 25                                     | 29                | 2          | 0                 | 56  |
| รวม                            | 200                                    | 141               | 31         | 13                | 385 |

$$\chi^2 = 22.652^*$$

$$\text{Sig. (2-tailed)} = .007$$

จากตาราง 30 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของระดับการศึกษาสูงสุด กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ พบว่าค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 22.652 และค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .007 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่าระดับการศึกษาสูงสุดมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจด้านเหตุผลในการรับประทานอาหารเจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

กล่าวคือ การศึกษาระดับ มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ ตัวเอง จำนวน 41 คน รองลงมาคือ ครอบครัว/ญาติ จำนวน 20 คน เพื่อนร่วมงาน จำนวน 4 คน และเพื่อนสนิท จำนวน 2 คน ตามลำดับ

การศึกษาระดับ อนุปริญญาตรี/ปวส. มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ ตัวเอง จำนวน 20 คน รองลงมาคือ ครอบครัว/ญาติ จำนวน 15 คน เพื่อนสนิท จำนวน 9 คน และเพื่อนร่วมงาน จำนวน 3 คน ตามลำดับ

การศึกษาระดับ ปริญญาตรี มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ ตัวเอง จำนวน 114 คน รองลงมาคือ ครอบครัว/ญาติ จำนวน 77 คน เพื่อนสนิท จำนวน 18 คน และเพื่อนร่วมงาน จำนวน 6 คน ตามลำดับ

การศึกษาระดับ สูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ ครอบครัว/ญาติ จำนวน 29 คน รองลงมา ตัวเอง จำนวน 25 คน และเพื่อนสนิท จำนวน 2 คน ตามลำดับ

1.3.3 ระดับการศึกษาสูงสุดมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

$H_0$  : ระดับการศึกษาสูงสุดไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ

$H_1$  : ระดับการศึกษาสูงสุดมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ

ตาราง 31 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของระดับการศึกษาสูงสุด กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ

| ระดับการศึกษา<br>สูงสุด | สถานที่ในการรับประทานอาหารเจ |                         |                                 |        | รวม |
|-------------------------|------------------------------|-------------------------|---------------------------------|--------|-----|
|                         | ทำทานที่บ้าน                 | ร้านขายเฉพาะ<br>อาหารเจ | ร้านอาหารทั่วไป<br>ที่มีอาหารเจ | อื่น ๆ |     |
| มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.  | 17                           | 27                      | 16                              | 7      | 67  |
| อนุปริญญา/ ปวส.         | 15                           | 17                      | 15                              | 0      | 47  |
| ปริญญาตรี               | 53                           | 63                      | 94                              | 5      | 215 |
| สูงกว่าปริญญาตรี        | 22                           | 20                      | 14                              | 0      | 56  |
| รวม                     | 107                          | 127                     | 139                             | 12     | 385 |

$\chi^2 = 29.658^*$

Sig.(2-tailed) = .001

จากตาราง 31 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของระดับการศึกษาสูงสุด กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ พบว่าค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 29.658 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่าระดับการศึกษาสูงสุดมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลในการรับประทานอาหารเจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

กล่าวคือ การศึกษาระดับ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ ร้านขายเฉพาะอาหารเจ จำนวน 27 คน รองลงมาคือ ทำทานเองที่บ้าน จำนวน 17 คน ร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหารเจจำหน่าย จำนวน 16 คน และสถานที่อื่น ๆ เช่น โรงเจ จำนวน 7 คน ตามลำดับ

การศึกษาระดับ อนุปริญญาตรี มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ ร้านขายเฉพาะอาหารเจ จำนวน 17 คน รองลงมาคือ ทำทานเองที่บ้าน จำนวน 15 คน ร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหารเจจำหน่าย จำนวน 15 คน และสถานที่อื่น ๆ เช่น โรงเจ จำนวน 7 คน ตามลำดับ

การศึกษาระดับ ปริญญาตรี มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่ ร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหารเจจำหน่าย จำนวน 94 คน รองลงมาคือร้านขายเฉพาะอาหารเจ จำนวน 63 คน ทำทานเองที่บ้าน จำนวน 53 คน และสถานที่อื่น ๆ เช่น โรงเจ จำนวน 5 คน ตามลำดับ

การศึกษาระดับ สูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่ ทำทานเองที่บ้าน จำนวน 22 คน รองลงมาคือ ร้านขายเฉพาะอาหารเจ จำนวน 20 คน และร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหารเจจำหน่าย จำนวน 14 คน ตามลำดับ

1.3.4 ระดับการศึกษาสูงสุดมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

$H_0$  : ระดับการศึกษาสูงสุดไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ

$H_1$  : ระดับการศึกษาสูงสุดมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ

ตาราง 32 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของระดับการศึกษาสูงสุด กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ

| ระดับการศึกษาสูงสุด      | การบริโภคอาหารเจ |               |     |
|--------------------------|------------------|---------------|-----|
|                          | เป็นประจำ        | เป็นครั้งคราว | รวม |
| มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. | 1                | 66            | 67  |
| อนุปริญญา/ ปวส.          | 1                | 46            | 47  |
| ปริญญาตรี                | 9                | 206           | 215 |
| สูงกว่าปริญญาตรี         | 1                | 55            | 56  |
| รวม                      | 12               | 373           | 385 |

$$\chi^2 = 1.880$$

$$\text{Sig. (2-tailed)} = .598$$

จากตาราง 32 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของระดับการศึกษาสูงสุด กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ พบว่าค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 1.880 และค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .598 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน

หลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุดไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

#### 1.4 อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ

1.4.1 อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

$H_0$  : อาชีพไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ

$H_1$  : อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ

ตาราง 33 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของอาชีพ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ

| อาชีพ                                      | เหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ |                        |                       |                                 | รวม |
|--------------------------------------------|----------------------------------|------------------------|-----------------------|---------------------------------|-----|
|                                            | เข้าร่วม<br>เทศกาลกินเจ          | เพื่อสุขภาพ<br>แข็งแรง | บริโภคตาม<br>ครอบครัว | อื่น ๆ เช่น เพื่อ<br>ความสบายใจ |     |
| นักเรียน / นักศึกษา                        | 62                               | 59                     | 41                    | 8                               | 170 |
| ข้าราชการ/<br>พนักงานรัฐวิสาหกิจ           | 10                               | 21                     | 1                     | 2                               | 34  |
| พนักงานบริษัทเอกชน                         | 70                               | 29                     | 21                    | 5                               | 125 |
| ธุรกิจส่วนตัว / พ่อบ้าน<br>พ่อค้า / แม่ค้า | 26                               | 14                     | 2                     | 14                              | 56  |
| รวม                                        | 168                              | 123                    | 65                    | 29                              | 385 |

$$\chi^2 = 63.506^*$$

$$\text{Sig. (2-tailed)} = .000$$

จากตาราง 33 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของอาชีพ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ พบว่าค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 63.506 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

กล่าวคือ อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ เพื่อเข้าร่วมเทศกาลถือศีลกินเจ จำนวน 62 คน รองลงมาคือ เพื่อสุขภาพที่แข็งแรง จำนวน 59 คน บริโภคตามคนในครอบครัวหรือเพื่อน จำนวน 41 คน และเหตุผลอื่น ๆ เช่น เพื่อความสบายใจ อยากลองทาน จำนวน 8 คน ตามลำดับ

อาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ เพื่อสุขภาพที่แข็งแรง จำนวน 21 คน รองลงมาคือ เพื่อเข้าร่วมเทศกาลถือศีลกินเจ จำนวน 10 คน เหตุผลอื่น ๆ เช่น เพื่อความสบายใจ อยากลองทาน จำนวน 2 คน และบริโภคตามคนในครอบครัวหรือเพื่อน จำนวน 1 คน ตามลำดับ

อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ เพื่อเข้าร่วมเทศกาลถือศีลกินเจ จำนวน 70 คน รองลงมาคือ เพื่อสุขภาพที่แข็งแรง จำนวน 29 คน บริโภคตามคนในครอบครัวหรือเพื่อน จำนวน 21 คน และเหตุผลอื่น ๆ เช่น เพื่อความสบายใจ อยากลองทาน จำนวน 5 คน ตามลำดับ

อาชีพ ประกอบธุรกิจส่วนตัว พ่อบ้าน/แม่บ้าน และพ่อค้า/แม่ค้า มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ เข้าร่วมเทศกาลถือศีลกินเจ จำนวน 26 คน รองลงมาคือ เพื่อสุขภาพที่แข็งแรง จำนวน 14 คน และบริโภคตามคนในครอบครัว จำนวน 2 คน ตามลำดับ

1.4.2 อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

$H_0$  : อาชีพไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ

$H_1$  : อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ

ตาราง 34 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของอาชีพ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ  
ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ

| อาชีพ                                  | บุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ |                   |            |                   | รวม |
|----------------------------------------|----------------------------------------|-------------------|------------|-------------------|-----|
|                                        | ตัวท่านเอง                             | ครอบครัว<br>/ญาติ | เพื่อนสนิท | เพื่อน<br>ร่วมงาน |     |
| นักเรียน /นักศึกษา                     | 67                                     | 79                | 18         | 6                 | 170 |
| ข้าราชการ /<br>พนักงานรัฐวิสาหกิจ      | 27                                     | 5                 | 2          | 0                 | 34  |
| พนักงานเอกชน                           | 75                                     | 37                | 6          | 7                 | 125 |
| ธุรกิจส่วนตัว/พ่อบ้าน<br>พ่อค้า/แม่ค้า | 31                                     | 20                | 5          | 0                 | 56  |
| รวม                                    | 200                                    | 141               | 31         | 13                | 385 |

$\chi^2$  30.555\* Sig.(2-tailed) .000

จากตาราง 34 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของอาชีพ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ พบว่าค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 30.555 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

กล่าวคือ อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ ครอบครัว/ญาติ จำนวน 79 คน รองลงมาคือ ตัวเอง จำนวน 67 คน เพื่อนสนิท จำนวน 18 คน และเพื่อนร่วมงาน จำนวน 6 คน ตามลำดับ

อาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ ตัวเอง จำนวน 27 คน รองลงมาคือ ครอบครัว/ญาติ จำนวน 5 คน และเพื่อนสนิท จำนวน 2 คน ตามลำดับ

อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ ตัวเอง จำนวน 75 คน รองลงมาคือ ครอบครัว/ญาติ จำนวน 37 คน เพื่อนร่วมงาน จำนวน 7 คน และเพื่อนสนิท จำนวน 6 คน ตามลำดับ

อาชีพ ประกอบธุรกิจส่วนตัว พ่อบ้าน/แม่บ้าน และพ่อค้า/แม่ค้า มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ ตัวเอง จำนวน 31 คน รองลงมาคือ ครอบครัว/ญาติ จำนวน 20 คน และเพื่อนสนิท จำนวน 5 คน ตามลำดับ

1.4.3 อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

$H_0$  : อาชีพไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ

$H_1$  : อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ

ตาราง 35 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของอาชีพ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ

| อาชีพ                          | สถานที่ในการรับประทานอาหารเจ |                     |                             |                  | รวม |
|--------------------------------|------------------------------|---------------------|-----------------------------|------------------|-----|
|                                | ทำทานที่บ้าน                 | ร้านขายเฉพาะอาหารเจ | ร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหารเจ | อื่นๆ เช่น โรงเจ |     |
| นักเรียน/นักศึกษา              | 64                           | 47                  | 59                          | 0                | 170 |
| ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 4                            | 18                  | 12                          | 0                | 34  |
| พนักงานเอกชน                   | 26                           | 39                  | 59                          | 1                | 125 |
| ธุรกิจส่วนตัว/พ่อบ้าน/พ่อค้า   | 13                           | 23                  | 9                           | 11               | 56  |
| รวม                            | 107                          | 127                 | 139                         | 12               | 385 |

$$\chi^2 = 86.673^* \quad \text{Sig. (2-tailed)} = .000$$

จากตาราง 35 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของอาชีพ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ พบว่าค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 86.673 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ

ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่าอาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

กล่าวคือ อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ ทำทานเองที่บ้าน จำนวน 64 คน รองลงมาคือ ร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหารเจจำหน่าย จำนวน 59 คน และร้านขายเฉพาะอาหารเจ จำนวน 47 คน ตามลำดับ

อาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ ร้านขายเฉพาะอาหารเจ จำนวน 18 คน รองลงมาคือ ร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหารเจจำหน่าย จำนวน 12 คน และทำทานเองที่บ้าน จำนวน 4 คน ตามลำดับ

อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ ร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหารเจจำหน่าย จำนวน 59 คน รองลงมาคือ ร้านขายเฉพาะอาหารเจ จำนวน 39 คน ทำทานเองที่บ้าน จำนวน 26 คน และสถานที่อื่น ๆ เช่น โรงเจ จำนวน 1 คน ตามลำดับ

อาชีพ ประกอบธุรกิจส่วนตัว พ่อบ้าน/แม่บ้าน และพ่อค้า/แม่ค้า มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ ร้านขายเฉพาะอาหารเจ จำนวน 23 คน รองลงมาคือ ทำทานเองที่บ้าน จำนวน 13 คน สถานที่อื่น ๆ เช่น โรงเจ จำนวน 11 คน และร้านขายอาหารทั่วไปที่มีอาหารเจจำหน่าย จำนวน 9 คน ตามลำดับ

1.4.4 อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

$H_0$  : อาชีพไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านการบริโภคอาหารเจ

$H_1$  : อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ

ตาราง 36 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของอาชีพ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ

| อาชีพ              | การบริโภคอาหารเจ |               | รวม |
|--------------------|------------------|---------------|-----|
|                    | เป็นประจำ        | เป็นครั้งคราว |     |
| นักเรียน /นักศึกษา | 6                | 164           | 170 |
| ข้าราชการ /        | 0                | 34            | 34  |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ |                  |               |     |

ตาราง 36 (ต่อ)

| อาชีพ                        | การบริโภคอาหารเจ |               | รวม |
|------------------------------|------------------|---------------|-----|
|                              | เป็นประจำ        | เป็นครั้งคราว |     |
| พนักงานเอกชน                 | 3                | 122           | 125 |
| ธุรกิจส่วนตัว/พ่อบ้าน/พ่อค้า | 3                | 53            | 56  |
| รวม                          | 12               | 373           | 385 |

$$\chi^2 = 2.333$$

$$\text{Sig. (2-tailed)} = .506$$

จากตาราง 36 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของอาชีพ กับ พฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ พบว่าค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 2.333 และค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .506 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธ สมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า อาชีพไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านการบริโภคอาหารเจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

### 1.5 รายได้ต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ

1.5.1 รายได้ต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

$H_0$  : รายได้ต่อเดือนไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านเหตุผลในการรับประทานอาหารเจ

$H_1$  : รายได้ต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลในการรับประทานอาหารเจ

ตาราง 37 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของรายได้ต่อเดือน กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ

| รายได้ต่อเดือน    | เหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ |                    |                       |        | รวม |
|-------------------|----------------------------------|--------------------|-----------------------|--------|-----|
|                   | เข้าร่วมเทศกาลกินเจ              | เพื่อสุขภาพแข็งแรง | บริโภคตามคนในครอบครัว | อื่น ๆ |     |
| ไม่เกิน 10,000 บ. | 91                               | 74                 | 42                    | 21     | 228 |
| 10,001-20,000 บ.  | 45                               | 29                 | 13                    | 4      | 91  |
| 20,001-30,000 บ.  | 17                               | 9                  | 7                     | 1      | 34  |
| 30,001 บาทขึ้นไป  | 15                               | 11                 | 3                     | 3      | 32  |
| รวม               | 168                              | 123                | 65                    | 29     | 385 |

$$\chi^2 = 7.384$$

$$\text{Sig. (2-tailed)} = .597$$

จากตาราง 37 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างรายได้ต่อเดือน กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ พบว่าค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 7.384 และค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .597 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่ารายได้ต่อเดือนไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านเหตุผลในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

1.5.2 รายได้ต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

$H_0$  : รายได้ต่อเดือนไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ

$H_1$  : รายได้ต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ

ตาราง 38 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของรายได้ต่อเดือน กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ

| รายได้            | บุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ |                    |            |                   | รวม |
|-------------------|----------------------------------------|--------------------|------------|-------------------|-----|
|                   | ตัวท่านเอง                             | ครอบครัว<br>/ ญาติ | เพื่อนสนิท | เพื่อน<br>ร่วมงาน |     |
| ไม่เกิน 10,000 บ. | 117                                    | 75                 | 29         | 7                 | 228 |
| 10,001-20,000 บ.  | 48                                     | 41                 | 1          | 1                 | 91  |
| 20,001-30,000 บ.  | 23                                     | 8                  | 0          | 3                 | 34  |
| 30,001 บาทขึ้นไป  | 12                                     | 17                 | 1          | 2                 | 32  |
| รวม               | 200                                    | 141                | 31         | 12                | 385 |

$$\chi^2 = 30.097^*$$

$$\text{Sig. (2-tailed)} = .000$$

จากตาราง 38 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของรายได้ต่อเดือน กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ พบว่าค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 30.097 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า รายได้ต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

กล่าวคือ รายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท และรายได้ 10,001-20,000 บาท มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ ตัวเอง จำนวน 117 คน และจำนวน 48 คน รองลงมาคือ ครอบครัว/ญาติ จำนวน 75 คน และจำนวน 41 คน เพื่อนสนิท จำนวน 29 คน และจำนวน 1 คน และเพื่อนร่วมงาน จำนวน 7 คน จำนวน 1 คน ตามลำดับ

รายได้ 20,001-30,000 บาท มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ ตัวเอง จำนวน 23 คน รองลงมาคือ ครอบครัว/ญาติ จำนวน 8 คน และเพื่อนร่วมงาน จำนวน 3 คน ตามลำดับ

รายได้ 30,001 บาทขึ้นไป มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ ครอบครัว/ญาติ จำนวน 17 คน รองลงมาคือ ตัวเอง จำนวน 12 คน เพื่อนร่วมงาน จำนวน 2 คน และเพื่อนสนิท จำนวน 1 จำนวน ตามลำดับ

1.5.3 รายได้ต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

$H_0$  : รายได้ต่อเดือนไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร เจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ

$H_1$  : รายได้ต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ

ตาราง 39 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของรายได้ต่อเดือน กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ

| รายได้ต่อเดือน    | สถานที่ในการรับประทานอาหารเจ |                     |                             |       | รวม |
|-------------------|------------------------------|---------------------|-----------------------------|-------|-----|
|                   | ทำทานที่บ้าน                 | ร้านขายเฉพาะอาหารเจ | ร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหารเจ | อื่นๆ |     |
| ไม่เกิน 10,000 บ. | 64                           | 80                  | 73                          | 11    | 228 |
| 10,001-20,000 บ.  | 21                           | 31                  | 38                          | 1     | 91  |
| 20,001-30,000 บ.  | 8                            | 8                   | 18                          | 0     | 34  |
| 30,001 บาทขึ้นไป  | 14                           | 8                   | 10                          | 0     | 32  |
| รวม               | 107                          | 127                 | 139                         | 12    | 385 |

$$\chi^2 = 15.885$$

$$\text{Sig. (2-tailed)} = .069$$

จากตาราง 39 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของรายได้ต่อเดือน กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ พบว่าค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 15.885 และค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .069 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่ารายได้ต่อเดือนไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร เจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

1.5.4 รายได้ต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

$H_0$  : รายได้ต่อเดือนไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ

$H_1$  : รายได้ต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ

ตาราง 40 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของรายได้ต่อเดือน กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ

| รายได้ต่อเดือน    | การบริโภคอาหารเจ |               | รวม |
|-------------------|------------------|---------------|-----|
|                   | เป็นประจำ        | เป็นครั้งคราว |     |
| ไม่เกิน 10,000 บ. | 8                | 220           | 228 |
| 10,001-20,000 บ.  | 2                | 89            | 91  |
| 20,001-30,000 บ.  | 1                | 33            | 34  |
| 30,001 บาทขึ้นไป  | 1                | 31            | 31  |
| รวม               | 12               | 373           | 385 |

$\chi^2 = .374$

Sig.(2-tailed) = .946

จากตาราง 40 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของรายได้ต่อเดือน กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ พบว่าค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ .374 และค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .946 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า รายได้ต่อเดือนไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

## 1.6 สถานภาพสมรสมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ

1.6.1 สถานภาพสมรสมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

$H_0$  : สถานภาพสมรสไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลในการรับประทานอาหารเจ

$H_1$  : สถานภาพสมรสมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลในการรับประทานอาหารเจ

ตาราง 41 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของสถานภาพสมรส กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ

| สถานภาพสมรส                   | เหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ |                    |                   |        | รวม |
|-------------------------------|----------------------------------|--------------------|-------------------|--------|-----|
|                               | เข้าร่วมเทศกาลกินเจ              | เพื่อสุขภาพแข็งแรง | บริโภคตามครอบครัว | อื่น ๆ |     |
| โสด                           | 129                              | 102                | 59                | 12     | 302 |
| สมรส/อยู่ด้วยกัน              | 26                               | 20                 | 6                 | 5      | 57  |
| แยกกันอยู่/<br>หย่าร้าง/หม้าย | 13                               | 1                  | 0                 | 12     | 26  |
| รวม                           | 168                              | 123                | 65                | 29     | 385 |

$$\chi^2 = 70.963^*$$

$$\text{Sig. (2-tailed)} = .000$$

จากตาราง 41 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของสถานภาพสมรส กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ พบว่าค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 70.963 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า สถานภาพสมรส มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลในการรับประทานอาหารเจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

กล่าวคือสถานภาพ โสด มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ เพื่อเข้าร่วมเทศกาลถือศีลกินเจ จำนวน 129 คน รองลงมาคือ เพื่อสุขภาพที่แข็งแรง จำนวน 102 คน บริโภคตามคนในครอบครัวหรือเพื่อน จำนวน 59 คน และเหตุผลอื่น ๆ เช่น เพื่อความสบายใจ อยากลองทาน จำนวน 12 คน ตามลำดับ

สถานภาพ สมรส/อยู่ด้วยกัน มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ เพื่อเข้าร่วมเทศกาลถือศีลกินเจ จำนวน 26 คน รองลงมาคือ เพื่อสุขภาพที่แข็งแรง จำนวน 20 คน บริโภคตามคนในครอบครัวหรือเพื่อน จำนวน 6 คน และเหตุผลอื่น ๆ เช่น เพื่อความสบายใจ อยากลองทาน จำนวน 5 คน ตามลำดับ

สถานภาพ แยกกันอยู่/หย่าร้าง/หม้าย มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ เพื่อเข้าร่วมเทศกาลถือศีลกินเจ จำนวน 13 คน รองลงมาคือ เพื่อสุขภาพที่แข็งแรง จำนวน 20 คน บริโภคตามคนในครอบครัวหรือเพื่อน

จำนวน 6 คน และเหตุผลอื่น ๆ เช่น เพื่อความสบายใจ อยากลองทาน จำนวน 5 คน ตามลำดับ

1.6.2 สถานภาพสมรสมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

$H_0$  : สถานภาพสมรสไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ

$H_1$  : สถานภาพสมรสมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ

ตาราง 42 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของสถานภาพสมรส กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ บุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ

| สถานภาพสมรส                   | บุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ |                  |            |               | รวม |
|-------------------------------|----------------------------------------|------------------|------------|---------------|-----|
|                               | ตัวท่านเอง                             | ครอบครัวหรือญาติ | เพื่อนสนิท | เพื่อนร่วมงาน |     |
| โสด                           | 149                                    | 118              | 25         | 10            | 302 |
| สมรส/อยู่ด้วยกัน              | 32                                     | 23               | 0          | 2             | 57  |
| แยกกันอยู่/<br>หย่าร้าง/หม้าย | 19                                     | 0                | 6          | 1             | 26  |
| รวม                           | 200                                    | 141              | 31         | 12            | 385 |

$$\chi^2 = 24.979^*$$

$$\text{Sig. (2-tailed)} = .000$$

จากตาราง 42 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของสถานภาพสมรส กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ บุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ

พบว่าค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 24.979 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า สถานภาพสมรสมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ บุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

กล่าวคือ สถานภาพ โสด มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ ตัวเอง จำนวน 149 คน รองลงมาคือ ครอบครัวหรือญาติ จำนวน 118 คน เพื่อนสนิท จำนวน 25 คน และเพื่อนร่วมงาน จำนวน 10 คน ตามลำดับ

สถานภาพ สมรส/อยู่ด้วยกัน มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ ตัวเอง จำนวน 32 คน รองลงมาคือ ครอบครัว/ญาติ จำนวน 23 คน และเพื่อนร่วมงาน จำนวน 2 คน ตามลำดับ

สถานภาพ แยกกันอยู่/หย่าร้าง/หม้าย มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ ตัวเอง จำนวน 19 คน รองลงมาคือ เพื่อนสนิท จำนวน 6 คน และเพื่อนร่วมงาน จำนวน 1 คน ตามลำดับ

1.6.3 สถานภาพสมรสมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

$H_0$  : สถานภาพสมรสไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ

$H_1$  : สถานภาพสมรสมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ

ตาราง 43 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของสถานภาพสมรส กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ

| สถานภาพสมรส                   | สถานที่ในการรับประทานอาหารเจ |                |                        |        | รวม |
|-------------------------------|------------------------------|----------------|------------------------|--------|-----|
|                               | ทำทานที่บ้าน                 | ร้านอาหารเฉพาะ | ร้านทั่วไปที่มีอาหารเจ | อื่น ๆ |     |
| โสด                           | 84                           | 92             | 125                    | 1      | 302 |
| สมรส/อยู่ด้วยกัน              | 23                           | 16             | 12                     | 6      | 57  |
| แยกกันอยู่/<br>หย่าร้าง/หม้าย | 0                            | 19             | 2                      | 5      | 26  |
| รวม                           | 107                          | 127            | 139                    | 12     | 385 |

$$\chi^2 = 75.076^*$$

$$\text{Sig. (2-tailed)} = .000$$

จากตาราง 4 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของสถานภาพสมรส กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ พบว่าค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 75.076 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า สถานภาพสมรส

มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลในการรับประทานอาหารเจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

กล่าวคือ สถานภาพ โสด มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ ร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหารเจจำหน่าย จำนวน 125 คน รองลงมาคือ ร้านขายเฉพาะอาหารเจ จำนวน 92 คน ทำทานเองที่บ้าน จำนวน 84 คน สถานที่อื่น ๆ เช่น โรงเจ จำนวน 1 คน ตามลำดับ

สถานภาพ สมรส/อยู่ด้วยกัน มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ ทำทานเองที่บ้าน จำนวน 23 คน รองลงมาคือ ร้านขายเฉพาะอาหารเจ จำนวน 16 คน ร้านขายอาหารทั่วไปที่มีอาหารเจจำหน่าย จำนวน 12 คน และสถานที่อื่น ๆ เช่น โรงเจ จำนวน 6 คน ตามลำดับ

สถานภาพ แยกกันอยู่/หย่าร้าง/หม้าย มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ ร้านขายเฉพาะอาหารเจ จำนวน 19 คน รองลงมาคือ สถานที่อื่น ๆ เช่น โรงเจ จำนวน 5 คน และร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหารเจจำหน่าย จำนวน 2 คน ตามลำดับ

1.6.4 สถานภาพสมรสมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

$H_0$  : สถานภาพสมรสไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ

$H_1$  : สถานภาพสมรสมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ

ตาราง 44 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของสถานภาพสมรส กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ

| สถานภาพสมรส               | การบริโภคอาหารเจ |               | รวม |
|---------------------------|------------------|---------------|-----|
|                           | เป็นประจำ        | เป็นครั้งคราว |     |
| โสด                       | 9                | 293           | 302 |
| สมรส/อยู่ด้วยกัน          | 3                | 54            | 57  |
| แยกกันอยู่/หย่าร้าง/หม้าย | 0                | 26            | 26  |
| รวม                       | 12               | 373           | 385 |

$$\chi^2 = 1.725$$

$$\text{Sig. (2-tailed)} = .422$$

จากตาราง 44 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของสถานภาพสมรส กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ พบว่าค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 1.725 และค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .422 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า สถานภาพสมรสไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

### 1.7 ศาสนามีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ

1.7.1 ศาสนามีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

$H_0$  : ศาสนาไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลในการรับประทานอาหารเจ

$H_1$  : ศาสนามีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลในการรับประทานอาหารเจ

ตาราง 45 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของศาสนา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ

| ศาสนา       | เหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ |                        |                       |        | รวม |
|-------------|----------------------------------|------------------------|-----------------------|--------|-----|
|             | เข้าร่วม<br>เทศกาลกินเจ          | เพื่อสุขภาพ<br>แข็งแรง | บริโภคตาม<br>ครอบครัว | อื่น ๆ |     |
| ศาสนาพุทธ   | 159                              | 109                    | 65                    | 17     | 350 |
| ศาสนาคริสต์ | 9                                | 14                     | 0                     | 12     | 35  |
| รวม         | 168                              | 123                    | 65                    | 29     | 385 |

$$\chi^2 = 46.689^*$$

$$\text{Sig. (2-tailed)} = .000$$

จากตาราง 45 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของศาสนา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ พบว่า ค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 46.689 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ศาสนามีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลในการรับประทานอาหารเจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

กล่าวคือ ศาสนาพุทธ มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ เพื่อเข้าร่วมเทศกาลถือศีลกินเจ จำนวน 159 คน รองลงมาคือ เพื่อสุขภาพที่แข็งแรง จำนวน 109 คน บริโภคตามคนในครอบครัวหรือเพื่อน จำนวน 65 คน และเหตุผลอื่น ๆ เช่น เพื่อความสบายใจ อยากลองทาน จำนวน 17 คนตามลำดับ

ศาสนาคริสต์ มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ เพื่อสุขภาพที่แข็งแรง จำนวน 14 คน รองลงมาคือ เหตุผลอื่น ๆ เช่น เพื่อความสบายใจ อยากลองทาน จำนวน 12 คน และเพื่อเข้าร่วมเทศกาลถือศีลกินเจ จำนวน 9 คนตามลำดับ

1.7.2 ศาสนามีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

$H_0$  : ศาสนาไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ

$H_1$  : ศาสนามีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ

ตาราง 46 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของศาสนา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ

| ศาสนา       | บุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ |                   |            |                   | รวม |
|-------------|----------------------------------------|-------------------|------------|-------------------|-----|
|             | ตัวท่านเอง                             | ครอบครัว/<br>ญาติ | เพื่อนสนิท | เพื่อน<br>ร่วมงาน |     |
| ศาสนาพุทธ   | 169                                    | 137               | 31         | 12                | 350 |
| ศาสนาคริสต์ | 31                                     | 4                 | 0          | 0                 | 35  |
| รวม         | 200                                    | 141               | 31         | 13                | 385 |

$$\chi^2 = 21.014^*$$

$$\text{Sig. (2-tailed)} = .000$$

จากตาราง 46 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของของศาสนา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ พบว่าค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 21.014 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธ

สมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ศาสนามีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

กล่าวคือ ศาสนาพุทธ มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ ตัวเอง จำนวน 169 คน รองลงมาคือ ครอบครัว/ญาติ

จำนวน 137 คน เพื่อนสนิท จำนวน 31 คน และเพื่อนร่วมงาน จำนวน 12 คน ตามลำดับ

ศาสนาคริสต์ มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ ตัวเอง จำนวน 31 คน รองลงมาคือ ครอบครัว/ญาติ จำนวน 4 คน

1.7.3 ศาสนามีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

$H_0$  : ศาสนาไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ

$H_1$  : ศาสนามีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ

ตาราง 47 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของศาสนา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ

| ศาสนา       | สถานที่ในการรับประทานอาหารเจ |                |                             |       | รวม |
|-------------|------------------------------|----------------|-----------------------------|-------|-----|
|             | ทำงานที่บ้าน                 | ร้านอาหารเฉพาะ | ร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหารเจ | อื่นๆ |     |
| ศาสนาพุทธ   | 103                          | 100            | 135                         | 12    | 350 |
| ศาสนาคริสต์ | 4                            | 27             | 4                           | 0     | 35  |
| รวม         | 107                          | 127            | 139                         | 12    | 385 |

$\chi^2 = 34.158^*$

Sig.(2-tailed) = .000

จากตาราง 47 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของของศาสนา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ พบว่าค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 34.158 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ศาสนามีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

กล่าวคือ ศาสนาพุทธ มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ ร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหารเจจำหน่าย จำนวน 135 คน รองลงมาคือ ทำทานเองที่บ้าน จำนวน 103 คน ร้านขายเฉพาะอาหารเจ จำนวน 100 คน และสถานที่อื่น ๆ เช่น โรงเจ จำนวน 12 คน ตามลำดับ

ศาสนาคริสต์ มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ ร้านขายเฉพาะอาหารเจ จำนวน 27 คน รองลงมาคือ ทำทานเองที่บ้าน จำนวน 4 คน และร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหารเจจำหน่าย จำนวน 4 คน ตามลำดับ

1.7.4 ศาสนามีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

$H_0$  : ศาสนาไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ

$H_1$  : ศาสนามีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ

ตาราง 48 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของศาสนา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านโอกาสในการบริโภคอาหารเจ

| ศาสนา       | โอกาสในการบริโภคอาหารเจ |               | รวม |
|-------------|-------------------------|---------------|-----|
|             | เป็นประจำ               | เป็นครั้งคราว |     |
| ศาสนาพุทธ   | 12                      | 338           | 350 |
| ศาสนาคริสต์ | 0                       | 35            | 35  |
| รวม         | 12                      | 373           | 385 |

$$\chi^2 = 1.239$$

$$\text{Sig. (2-tailed)} = .266$$

จากตาราง 48 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของศาสนา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านโอกาสในการบริโภคอาหารเจ พบว่าค่า  $\chi^2$  มีค่าเท่ากับ 1.239 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .266 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ศาสนาไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

สมมติฐานข้อที่ 2 ทศนคติที่มีต่ออาหารเจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

$H_0$  : ทศนคติที่มีต่ออาหารเจ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

$H_1$  : ทศนคติที่มีต่ออาหารเจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

สำหรับสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร จะใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน ( Pearson Product Moment Correlation Coefficient ) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) เมื่อ ค่า Sig.(2-tailed) มีค่าน้อยกว่า .05

ตาราง 49 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ

| ทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ                    | จำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ |       |                |                                  |
|-------------------------------------------|-------------------------------|-------|----------------|----------------------------------|
|                                           | n                             | r     | Sig.(2-tailed) | ระดับความสัมพันธ์                |
| การพัฒนารูปแบบของอาหารเจ                  | 373                           | .347* | .000           | มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ |
| ความอึดท้อง จากการรับประทานอาหารเจ        | 373                           | .282* | .000           | มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ |
| ระบบขับถ่าย จากการบริโภคอาหารเจ           | 373                           | .266* | .000           | มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ |
| ความมีสมาธิ จากการรับประทานอาหารเจ        | 373                           | .196* | .000           | มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก      |
| ร่างกายแข็งแรง จากการบริโภคอาหารเจ        | 373                           | .167* | .001           | มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก      |
| ความสบายใจ จากการบริโภคอาหารเจ            | 373                           | .318* | .000           | มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ |
| ประโยชน์ต่อผิวพรรณ จากการรับประทานอาหารเจ | 373                           | .204* | .000           | มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก      |

ตาราง 49 (ต่อ)

| ทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ                       | จำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ |       |                | ระดับความสัมพันธ์                |
|----------------------------------------------|-------------------------------|-------|----------------|----------------------------------|
|                                              | n                             | r     | Sig.(2-tailed) |                                  |
| ประโยชน์ในด้านรูปร่าง จากการรับประทานอาหารเจ | 373                           | .212* | .000           | มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ |
| ผลรวมทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ                  | 373                           | .322* | .000           | มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ |

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 49 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความสัมพันธ์ทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ โดยการใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายเพียร์สัน ( Pearson Product Moment Correlation Coefficient ) พบว่า

ความสัมพันธ์ระหว่าง ผลรวมทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผลรวมทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( r ) มีค่าเท่ากับ .322 แสดงว่า ตัวแปรสองตัวมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคมีทัศนคติที่มีต่ออาหารเจโดยรวมดีขึ้น จะทำให้มีจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจเพิ่มขึ้น

ความสัมพันธ์ระหว่าง ทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ ด้านการพัฒนารูปแบบของอาหารเจ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ ด้านการพัฒนารูปแบบของเจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( r ) มีค่าเท่ากับ .347 แสดงว่า ตัวแปรสองตัวมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคมีทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ ด้านการพัฒนารูปแบบของอาหารเจดีขึ้น จะทำให้มีจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจเพิ่มขึ้น

ความสัมพันธ์ระหว่าง ทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ ด้านความอึดท้องจากการรับประทานอาหารเจ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติ

ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ ด้านความมีสมาธิจากการรับประทานอาหารเจ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่าทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ ด้านความมีสมาธิจากการรับประทานอาหารเจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ .196 แสดงว่า ตัวแปรสองตัวมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคมีทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ ด้านความมีสมาธิจากการรับประทานอาหารเจดีขึ้น จะทำให้มีจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจเพิ่มขึ้น

ความสัมพันธ์ระหว่าง ทักษะชีวิตที่มีต่ออาหารเจ ด้านร่างกายแข็งแรงจากการบริโภคอาหารเจ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ พบว่าค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ทักษะชีวิตที่มีต่ออาหารเจ ด้านร่างกายแข็งแรงจากการบริโภคอาหารเจ มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (  $r$  ) มีค่าเท่ากับ .167 แสดงว่า ตัวแปรสองตัวมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคมีทักษะชีวิตที่มีต่ออาหารเจ ด้านร่างกายแข็งแรงจากการบริโภคอาหารเจดีขึ้น จะทำให้มีจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจเพิ่มขึ้น

ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ ด้านความสบายใจจากการบริโภคอาหารเจ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ ด้านความสบายใจจากการบริโภคอาหารเจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ .318 แสดงว่า ตัวแปรสองตัวมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคมีทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ ด้านความสบายใจจากการบริโภคอาหารเจดีขึ้น จะทำให้มีจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจเพิ่มขึ้น

ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ ด้านประโยชน์ต่อผิวพรรณจากการรับประทานอาหารเจ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ ด้านประโยชน์ต่อผิวพรรณจากการรับประทานอาหารเจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ .204 แสดงว่า ตัวแปรสองตัวมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคมีทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ ด้านประโยชน์ต่อผิวพรรณจากการรับประทานอาหารเจดีขึ้น จะทำให้มีจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจเพิ่มขึ้น

ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ ด้านประโยชน์ในด้านรูปร่างจากการรับประทานอาหารเจ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ ด้านประโยชน์ในด้านรูปร่างจากการรับประทานอาหารเจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ .212 แสดงว่า ตัวแปรสองตัวมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคมีทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ ด้านประโยชน์ในด้านรูปร่างจากการรับประทานอาหารเจดีขึ้น จะทำให้มีจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจเพิ่มขึ้น

ตาราง 50 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจ

| ทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ                       | ระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจ |       |                | ระดับความสัมพันธ์ |
|----------------------------------------------|-------------------------------|-------|----------------|-------------------|
|                                              | n                             | r     | Sig.(2-tailed) |                   |
| การพัฒนารูปแบบของอาหารเจ                     | 385                           | .056  | .271           | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| ความอึดท้อง จากการรับประทานอาหารเจ           | 385                           | .054  | .292           | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| ระบบขับถ่าย จากการบริโภคอาหารเจ              | 385                           | .034  | .510           | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| ความมีสมาธิ จากการรับประทานอาหารเจ           | 385                           | .019  | .716           | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| ร่างกายแข็งแรง จากการบริโภคอาหารเจ           | 385                           | .030  | .554           | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| ความสบายใจ จากการบริโภคอาหารเจ               | 385                           | .038  | .454           | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| ประโยชน์ต่อผิวพรรณ จากการรับประทานอาหารเจ    | 385                           | -.040 | .433           | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| ประโยชน์ในด้านรูปร่าง จากการรับประทานอาหารเจ | 385                           | -.018 | .728           | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| ผลรวมทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ                  | 385                           | .034  | .504           | ไม่มีความสัมพันธ์ |

จากตาราง 50 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความสัมพันธ์ทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจด้านระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจ พบว่า

ความสัมพันธ์ระหว่างผลรวมทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ พบว่ามีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .504 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผลรวมทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ ด้านการพัฒนารูปแบบของอาหารเจ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจ พบว่ามีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .271 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ ด้านการพัฒนารูปแบบของอาหารเจ ไม่มีความสัมพันธ์กับ

ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ ด้านความสบายใจจากการบริโภคอาหาร  
เจ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจ พบว่ามีค่า Sig.  
(2-tailed) เท่ากับ .454 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง  
( $H_1$ ) หมายความว่า ทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ ด้านความสบายใจจากการบริโภคอาหารเจ ไม่มี

ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ ด้านประโยชน์ต่อผิวพรรณจากการรับประทานอาหารเจ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจ พบว่ามีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .433 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ ด้านประโยชน์ต่อผิวพรรณจากการรับประทานอาหารเจ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ ด้านประโยชน์ในด้านรูปร่างจากการรับประทานอาหารเจ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจ พบว่ามีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .728 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ ด้านประโยชน์ในด้านรูปร่างจากการรับประทานอาหารเจ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

**สมมติฐานข้อที่ 3** รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

$H_0$  : รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

$H_1$  : รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

สำหรับสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร จะใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน ( Pearson Product Moment Correlation Coefficient ) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) เมื่อ ค่า Sig.(2-tailed) มีค่าน้อยกว่า .05

ตาราง 51 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ

| รูปแบบการดำเนินชีวิต                                | จำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ |       |                | ระดับความสัมพันธ์                |
|-----------------------------------------------------|-------------------------------|-------|----------------|----------------------------------|
|                                                     | n                             | r     | Sig.(2-tailed) |                                  |
| ความสนใจ                                            |                               |       |                |                                  |
| สนใจจะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ                        | 373                           | .285* | .000           | มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ |
| สนใจจะลองทานอาหารในรูปแบบใหม่ ๆ                     | 373                           | .051  | .328           | ไม่มีความสัมพันธ์                |
| สนใจจะรับประทานผักและผลไม้                          | 373                           | .135* | .009           | มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก      |
| สนใจจะรับประทานอาหารที่ไม่มีเนื้อสัตว์              | 373                           | .308* | .000           | มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ |
| ผลรวมรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ               | 373                           | .314* | .000           | มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ |
| ความคิดเห็น                                         |                               |       |                |                                  |
| การออกกำลังกายเป็นประจำจะทำให้สุขภาพแข็งแรง         | 373                           | -.022 | .676           | ไม่มีความสัมพันธ์                |
| ออกกำลังกายสม่ำเสมอ ช่วยให้ห่างไกลจากโรคภัย         | 373                           | .101  | .051           | ไม่มีความสัมพันธ์                |
| การรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ทำให้ห่างไกลจากโรคภัย | 373                           | .052  | .316           | ไม่มีความสัมพันธ์                |
| ผลรวมรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น            | 373                           | .100  | .054           | ไม่มีความสัมพันธ์                |

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 51 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความสัมพันธ์ของรูปแบบการดำเนินชีวิต กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ โดย

การใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายเพียร์สัน ( Pearson Product Moment Correlation Coefficient ) พบว่า

ความสัมพันธ์ระหว่างผลรวมรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ พบว่ามีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผลรวมรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ .314 แสดงว่า ตัวแปรสองตัวมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคมีความสนใจต่อสุขภาพโดยรวมดีขึ้น จะมีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจเพิ่มขึ้น

ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจจะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ พบว่ามีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจจะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ .285 แสดงว่า ตัวแปรสองตัวมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคมีความสนใจต่อสุขภาพ ด้านความสนใจจะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพดีขึ้น จะมีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจเพิ่มขึ้น

ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจจะลองทานอาหารในรูปแบบใหม่ ๆ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ พบว่ามีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .328 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจจะลองทานอาหารในรูปแบบใหม่ ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจจะรับประทานผักและผลไม้ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ พบว่ามีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .009 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจจะรับประทานผักและผลไม้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ .285 แสดงว่า ตัวแปรสองตัวมีความสัมพันธ์ไปใน

ทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคมีความสนใจต่อสุขภาพ ด้านความสนใจจะรับประทานผักและผลไม้ดีขึ้น จะมีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจเพิ่มขึ้น

ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจจะรับประทานอาหารที่ไม่เนื้อสัตว์ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ พบว่ามีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจจะรับประทานที่ไม่เนื้อสัตว์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ .308 แสดงว่า ตัวแปรสองตัวมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคมีความสนใจต่อสุขภาพ ด้านความสนใจจะรับประทานอาหารที่ไม่เนื้อสัตว์ดีขึ้น จะมีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจเพิ่มขึ้น

ความสัมพันธ์ระหว่างผลรวมรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ พบว่ามีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .054 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง( $H_1$ ) หมายความว่า ผลรวมรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านการออกกำลังกายเป็นประจำ จะทำให้สุขภาพแข็งแรง กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ พบว่ามีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .676 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง( $H_1$ ) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านการออกกำลังกายเป็นประจำ จะทำให้สุขภาพแข็งแรง ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านออกกำลังกายสม่ำเสมอ ช่วยให้ห่างไกลจากโรคภัย กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ พบว่ามีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .051 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านออกกำลังกายสม่ำเสมอ ช่วยให้ห่างไกลโรคภัย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ ทำให้ห่างไกลจากโรคภัย กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทาน

อาหารเจ พบว่ามีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .316 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_a$ ) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านการรับประทานอาหาร ที่มีประโยชน์ ทำให้ห่างไกลจากโรคภัย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

ตาราง 52 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจ

| รูปแบบการดำเนินชีวิต                                | ระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจ |       |                |                             |
|-----------------------------------------------------|-------------------------------|-------|----------------|-----------------------------|
|                                                     | n                             | r     | Sig.(2-tailed) | ระดับความสัมพันธ์           |
| <b>ความสนใจ</b>                                     |                               |       |                |                             |
| สนใจจะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ                        | 385                           | .136* | .008           | มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก |
| สนใจจะลองทานอาหารในรูปแบบใหม่ ๆ                     | 385                           | .006  | .911           | ไม่มีความสัมพันธ์           |
| สนใจจะรับประทานผักและผลไม้                          | 385                           | .034  | .510           | ไม่มีความสัมพันธ์           |
| สนใจจะรับประทานอาหารที่ไม่มีเนื้อสัตว์              | 385                           | .035  | .495           | ไม่มีความสัมพันธ์           |
| ผลรวมรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ               | 385                           | .086  | .093           | ไม่มีความสัมพันธ์           |
| <b>ความคิดเห็น</b>                                  |                               |       |                |                             |
| การออกกำลังกายเป็นประจำจะทำให้สุขภาพแข็งแรง         | 385                           | .080  | .118           | ไม่มีความสัมพันธ์           |
| ออกกำลังกายสม่ำเสมอ ช่วยให้ห่างไกลจากโรคภัย         | 385                           | .052  | .306           | ไม่มีความสัมพันธ์           |
| การรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ทำให้ห่างไกลจากโรคภัย | 385                           | -.024 | .644           | ไม่มีความสัมพันธ์           |
| ผลรวมรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น            | 385                           | .041  | .419           | ไม่มีความสัมพันธ์           |

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 52 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความสัมพันธ์ของรูปแบบการดำเนินชีวิต กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจ พบว่า

ความสัมพันธ์ระหว่างผลรวมรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจ พบว่ามีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .093 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผลรวมรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจจะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจ พบว่ามีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .008 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจจะรับประทานผักและผลไม้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ .136 แสดงว่า ตัวแปรสองตัวมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคมีความสนใจต่อสุขภาพ ด้านความสนใจจะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพดีขึ้น จะมีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารเจ ด้านระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจเพิ่มขึ้น

ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจจะลองทานอาหารในรูปแบบใหม่ ๆ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจ พบว่ามีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .911 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจจะลองทานอาหารในรูปแบบใหม่ ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจจะรับประทานผักและผลไม้ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจ พบว่ามีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .510 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจจะรับประทานผักและผลไม้ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจจะรับประทานอาหารที่ไม่เนื้อสัตว์ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจ พบว่ามีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .495 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติ

ฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจจะรับประทานอาหารที่ไม่มีเนื้อสัตว์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างผลรวมรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจ พบว่ามีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .419 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผลรวมรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านการออกกำลังกายเป็นประจำ จะทำให้สุขภาพแข็งแรง กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจ พบว่ามีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .118 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านการออกกำลังกายเป็นประจำ จะทำให้สุขภาพแข็งแรง ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านการออกกำลังกายสม่ำเสมอ ช่วยให้ห่างไกลจากโรคภัย กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจ พบว่ามีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .306 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านการออกกำลังกายสม่ำเสมอ ช่วยให้ห่างไกลจากโรคภัย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ ทำให้ห่างไกลจากโรคภัย กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจ พบว่ามีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .644 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ ทำให้ห่างไกลจากโรคภัย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

## ตาราง 53 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

| ข้อที่                                                                                                                                                                                 | สมมติฐาน                                                                                    | สรุปผลการทดสอบ      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|
| <b>สมมติฐานข้อที่ 1</b> ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส และศาสนา มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร |                                                                                             |                     |
| 1.1                                                                                                                                                                                    | เพศมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ                                                          | สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 1.2                                                                                                                                                                                    | อายุมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ                                                         | สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 1.3                                                                                                                                                                                    | ระดับการศึกษาสูงสุดมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ                                          | สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 1.4                                                                                                                                                                                    | อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ                                                        | สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 1.5                                                                                                                                                                                    | รายได้ต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ<br>สถานภาพสมรสมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ | สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 1.6                                                                                                                                                                                    | ศาสนามีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ                                                        | สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| <b>สมมติฐานข้อที่ 2</b> ทศนคติที่มีต่ออาหารเจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร                                                                  |                                                                                             |                     |
| <b>สมมติฐานข้อที่ 3</b> รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร                                                       |                                                                                             |                     |
|                                                                                                                                                                                        |                                                                                             | สอดคล้องกับสมมติฐาน |

## บทที่ 5

### สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบการอาหารเจ ผู้ประกอบการอาหารสำเร็จรูป สามารถนำข้อมูลไปประกอบการวางแผนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค

#### ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่ออาหารเจ
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาลักษณะของประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีผลต่อ

พฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ

5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารเจและพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ

6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคและพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ

#### สมมติฐานในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานไว้ดังนี้

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส และศาสนา มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ทัศนคติที่มีต่ออาหารเจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
3. รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

## วิธีการดำเนินงานวิจัย

### การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

#### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และเป็นผู้ที่เคยบริโภคอาหารเจ ซึ่งไม่ทราบจำนวนผู้ที่เคยบริโภคอาหารเจที่แน่นอน

#### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และเป็นผู้ที่เคยบริโภคอาหารเจ ซึ่งไม่ทราบจำนวนผู้ที่เคยบริโภคอาหารเจที่แน่นอน ดังนั้นจึงใช้สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบค่าประชากร (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2545: 74) และได้กำหนดค่าความเชื่อมั่น 95 % ความผิดพลาดที่ยอมรับได้ ไม่เกิน 5 % ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน

#### การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนในการเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) ดังนี้

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่าง ตามการแบ่งเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวน 50 เขต แบ่งออกเป็น 6 กลุ่ม

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยวิธีการจับฉลากเลือกเขตใดเขตหนึ่งเป็นตัวแทน จากกลุ่มการปกครองทั้งหมด

ขั้นที่ 3 ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยกำหนดว่าจะเก็บแบบสอบถามจากประชากร รวมทั้งสิ้น 385 คน จากเขตการปกครองทั้งหมด 6 เขต ซึ่งเป็นตัวแทนในการเก็บข้อมูล ได้แก่ เขตบางกะปิ เขตพระโขนง เขตสวนหลวง เขตราชเทวี เขตหนองแขม เขตคลองสาน ซึ่งจะทำการเก็บข้อมูลในจำนวนที่เท่า ๆ กัน หรือประมาณเขตการปกครองละ 64 – 65 คน

ขั้นที่ 4 ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อแจกแบบสอบถามตามความสะดวก โดยผู้วิจัยจะเก็บแบบสอบถามตามสถานที่ดังนี้ สำนักงาน บริษัทต่าง ๆ ตามแหล่งชุมชน และห้างสรรพสินค้า

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ลักษณะของเครื่องมือ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยลักษณะเนื้อหาของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สูงสุด อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพสมรส ศาสนา มีคำถามจำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้ แบบสอบถามส่วนความเข้าใจที่มีต่ออาหารเจ ประกอบด้วยคำถามแบบมีคำตอบให้เลือกตอบ 2 ข้อ (Dichotomous Questions) จำนวน 15 ข้อ

แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ ในด้านความรู้สึก ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 8 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ เป็นคำถามแบบมีคำตอบให้เลือกตอบ 2 ข้อ (Dichotomous Questions) จำนวน 1 ข้อ คำถามที่เป็น (Multiple Choices Questions) มี 5 ข้อ และคำถามชนิดปลายเปิด (Open-ended Questions) จำนวน 2 ข้อ

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ในด้านความสนใจและความคิดเห็น เป็นแบบสอบถามแบบ (Rating Scale)

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) และการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยมุ่งศึกษา ทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามด้วยแบบสอบถามในช่วงเดือนกรกฎาคม 2549

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ ได้แก่ เอกสารเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพ อาหารเจ หนังสือทางวิชาการเพื่อหาข้อมูลทางทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ข้อมูลอาหารเจจากอินเทอร์เน็ต และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ได้ค่าความเชื่อมั่น จากวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ( $\alpha$  Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach)

ในส่วนที่ 2 คือ ทศนคติที่มีต่ออาหารเจ และส่วนที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิต ดังนี้

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ค่าความเชื่อมั่นในส่วนทศนคติที่มีต่ออาหารเจโดยรวม มีค่าเท่ากับ .7295 และในส่วนรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม มีค่าเท่ากับ .6837 เมื่อพิจารณารายข้อ จึงได้มีตัดคำถามในส่วนความคิดเห็นออก คือ การหลีกเลี่ยงการบริโภคอาหารมัน ๆ จะทำให้สุขภาพดีขึ้น ซึ่งจะทำให้ รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็นโดยรวม มีค่า  $\alpha$  มีค่าเท่ากับ .7521

ซึ่งเมื่อเก็บแบบสอบถามรวบรวมได้ครบจำนวน 385 คน นำมาทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ แล้วจึงลงรหัสเพื่อประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์

2. ทำการลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้ในคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package of Social Sciences) For Windows Version 11.5

### 3. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยการวิเคราะห์จำนวน (ความถี่) ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส และศาสนา มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ สถิติ Chi-square

สมมติฐานข้อที่ 2 ทศนคติที่มีต่ออาหารเจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์คือ Pearson Product Moment Correlation Coefficient

สมมติฐานข้อที่ 3 รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์คือ Pearson Product Moment Correlation Coefficient

## สรุปผลการศึกษาวิจัย

ผลจากการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลได้ดังนี้

### ข้อมูลประชากรศาสตร์

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 385 คน ส่วนใหญ่ เป็น เพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุส่วนใหญ่อยู่ที่ ไม่เกิน 25 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดส่วนใหญ่คือปริญญาตรี มีอาชีพส่วนใหญ่คือ นักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่คือ ไม่เกิน 10,000 บาท มีสถานภาพสมรสส่วนใหญ่คือ โสด มีศาสนาส่วนใหญ่คือ ศาสนาพุทธ

### ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ ด้านความเข้าใจ ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีความเข้าใจอยู่ในระดับปานกลางมากที่สุด รองลงมาจะมีความเข้าใจในระดับมาก และความเข้าใจในระดับน้อย

ผลรวมของผลรวมของความเข้าใจที่มีต่ออาหารเจ จำนวน 15 ข้อ มีผู้ตอบคำถามถูกน้อยที่สุด 3 ข้อ ตอบคำถามถูกมากที่สุด 14 ข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยตอบถูกประมาณ 9 ข้อ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 2 ข้อ

ในส่วนทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ ด้านความรู้สึก พบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติที่มีต่ออาหารเจโดยรวมในระดับดี ส่วนรายข้อ ด้านระบบขับเคลื่อนจากการบริโภคอาหารเจ การพัฒนารูปแบบของอาหารเจ ความสบายใจจากการบริโภคอาหารเจ ด้านประโยชน์ต่อผิวพรรณจากการรับประทานอาหารเจ ประโยชน์ในด้านรูปร่างจากการรับประทานอาหารเจ ความอึดท้องจากการรับประทานอาหารเจ และร่างกายแข็งแรง จากการบริโภคอาหารเจ ผู้บริโภคมีทัศนคติในระดับดี

ส่วนความมีสมาธิจากการรับประทานอาหารเจ ผู้บริโภคมีทัศนคติในระดับปานกลาง

### ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ

ผลจากการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 385 คน ประเภทอาหารเจที่เคยรับประทานมากที่สุด คือ ผัก/ผลไม้ โดยมีเหตุผลสำคัญที่สุดในการรับประทานอาหารเจ คือ เพื่อเข้าร่วมเทศกาลอาหารเจ ซึ่งบุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการรับประทานอาหารเจ คือ ตัวเอง ส่วนสถานที่รับประทานอาหารเจบ่อยที่สุด คือ ร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหารเจจำหน่าย โอกาสในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่ คือ เทศกาลกิจเจ

โดยส่วนใหญ่มีการบริโภคอาหารเจเป็นครั้งคราว ซึ่งผู้บริโภครับประทานอาหารเจ โดยเฉลี่ยประมาณ 5 วัน มีระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจ โดยเฉลี่ยประมาณ 4 ปี

### ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

ผลจากการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีความสนใจต่อสุขภาพโดยรวมในระดับดี

เมื่อดูรายข้อ พบว่า ความสนใจจะรับประทานผักและผลไม้ ผู้บริโภคมีความสนใจต่อสุขภาพในระดับดีมาก ความสนใจจะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ความสนใจจะลองทานอาหารในรูปแบบใหม่ ๆ ผู้บริโภคมีความสนใจต่อสุขภาพในระดับดี

ส่วนความสนใจจะรับประทานอาหารที่ไม่มีเนื้อสัตว์ ผู้บริโภคนั้นมีความสนใจต่อสุขภาพในระดับปานกลาง

ส่วนด้านความคิดเห็น ผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อสุขภาพโดยรวมในระดับดีมาก เมื่อดูรายข้อ พบว่า การออกกำลังกายเป็นประจำ จะทำให้สุขภาพแข็งแรง การออกกำลังกายสม่ำเสมอ ช่วยให้ห่างไกลโรคภัย และการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ ทำให้ห่างไกลจากโรคภัย ผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อสุขภาพในระดับดีมาก

### การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส และศาสนา มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

#### 1.1 เพศมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ

1.1.1 เพศมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ Chi-square เพื่อเป็นการทดสอบความแตกต่างของเพศ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจ

พบว่า เพศไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานเจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

1.1.2 เพศมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ Chi-square เพื่อเป็นการทดสอบความแตกต่างของเพศ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ







1.5.2 รายได้ต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ Chi-square เพื่อเป็นการทดสอบความแตกต่างของรายได้ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ

พบว่า ว่า รายได้ต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

1.5.3 รายได้ต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ Chi-square เพื่อเป็นการทดสอบความแตกต่างของรายได้ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ

พบว่า รายได้ต่อเดือนไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเช้า ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

1.5.4 รายได้ต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ Chi-square เพื่อเป็นการทดสอบความแตกต่างของรายได้ กับ พฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ

พบว่า รายได้ต่อเดือนไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านการบริโภคอาหาร  
ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

### 1.6 สถานภาพสมรสมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ

1.6.1 สถานภาพสมรสมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลในกา  
รับประทานอาหารเจ สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ Chi-square เพื่อเป็นการทดสอบความ  
แตกต่างของสถานภาพสมรส กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลในการรับประทาน  
อาหารเจ

พบว่า สถานภาพสมรส มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

1.6.2 สถานภาพสมรสมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ Chi-square เพื่อเป็นการทดสอบความแตกต่างของสถานภาพสมรส กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ

พบว่า สถานภาพสมรสมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

1.6.3 สถานภาพสมรสมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ Chi-square เพื่อเป็นการทดสอบความแตกต่างของสถานภาพสมรส กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ

พบว่า สถานภาพสมรสมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

1.6.4 สถานภาพสมรรมมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ Chi-square เพื่อเป็นการทดสอบความแตกต่างของสถานภาพสมรรม กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ

พบว่า สถานภาพสมรสไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

### 1.7 ศาสนามีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ

1.7.1 ศาสนามีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการ  
รับประทานอาหารเจ สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ Chi-square เพื่อเป็นการทดสอบความ  
แตกต่างของศาสนา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลในการรับประทานอาหารเจ

พบว่า ศาสนามีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลในการรับประทาน  
อาหารเจ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

1.7.2 ศาสนามีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ Chi-square เพื่อเป็นการทดสอบความแตกต่างของศาสนา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ

พบว่า ศาสนามีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

1.7.3 ศาสนามีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทาน  
อาหารเจ สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ Chi-square เพื่อเป็นการทดสอบความแตกต่างของ  
ศาสนา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ

พบว่า ศาสนามีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทาน  
อาหารเจ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

1.7.4 ศาสนามีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ Chi-square เพื่อเป็นการทดสอบความแตกต่างของศาสนา กับ พฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ

พบว่า ศาสนาไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านการบริโภคอาหารเจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

**สมมติฐานข้อที่ 2** ทศนคติที่มีต่ออาหารเจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน ( Pearson Product Moment Correlation Coefficient ) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ

เมื่อพิจารณา ผลรวมทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

ส่วน ผลรวมทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

**สมมติฐานข้อที่ 3** รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ

เมื่อพิจารณา ผลรวมรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ

เมื่อพิจารณารายชื่อรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจจะลองทานอาหารในรูปแบบใหม่ ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

ส่วนด้านผลรวมรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

## อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2539) จากการสำรวจพบว่า คนกรุงเทพฯ ที่รับประทานอาหารเจ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อาจเนื่องจากเพศหญิงมีการใส่ใจเรื่องสุขภาพมากกว่าเพศชาย

2. การวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ

ทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ ด้านความเข้าใจที่มีต่ออาหารเจ พบว่าส่วนใหญ่ ผู้บริโภคมีความเข้าใจ อยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับแนวคิดทัศนคติ ส่วนของความเข้าใจ (Cognitive component) เป็นส่วนประกอบของทัศนคติซึ่งแสดงถึงการรู้จักและความรู้ของบุคคลหนึ่งต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นวิถีทางที่ผู้บริโภครับรู้โลกภายนอก โดยรวมแล้วทัศนคติยืนนานและสลับซับซ้อนกว่าความเชื่อ เพราะประกอบด้วยความเชื่อที่อยู่รวมกันเป็นกลุ่มและผูกพันซึ่งกันและกัน (เสรี วงษ์มณฑา 2542 : 106) กล่าวคือ ผู้บริโภคมีความเข้าใจต่ออาหารเจในระดับปานกลาง อาจเป็นเพราะการไม่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับอาหารเจที่ถูกต้อง จึงทำให้ไม่ทราบถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการบริโภคอาหารเจ และส่วนหนึ่งอาจเป็นความเข้าใจที่มาจากการเรียนรู้ การรับรู้ จากคนในสังคม ซึ่งก่อให้เกิดความเข้าใจที่ไม่ถูกต้องต่ออาหารเจ

ทัศนคติที่มีต่ออาหารเจด้านความรู้สึก พบว่าผู้บริโภคมีทัศนคติต่ออาหารเจโดยรวมในระดับดี สอดคล้องกับโมเดลพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer's decision process) ในส่วนของพฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Postpurchase behavior) หลังจากซื้อและทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ไปแล้ว ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพอใจหรือไม่พอใจผลิตภัณฑ์ เราจะพบว่าประสบการณ์เกี่ยวกับตราสินค้ามีผลกระทบต่อความชอบและความภักดีต่อตราสินค้า ถ้าตราสินค้าที่ซื้อสร้างความไม่พอใจแก่ผู้ซื้อ ผู้ซื้อจะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อตราสินค้า และอาจเลิกซื้อผลิตภัณฑ์ ถ้าผู้ซื้อมีความพึงพอใจภายหลังการซื้อสินค้าจะทำให้เกิดการซื้อซ้ำอีก (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2539 : 110-112) เพราะผู้บริโภคใส่ใจสุขภาพมากขึ้น เริ่มหันมาบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้นเช่นกัน

เมื่อพิจารณารายชื่อ ผู้บริโภคมีทัศนคติต่ออาหารเจในระดับดี ได้แก่ ด้านประโยชน์ต่อผิวพรรณ จากการรับประทานอาหารเจ และ ด้านประโยชน์ในด้านรูปร่างจากการรับประทานอาหารเจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประไพศรี ไหวนล้ำ (2547: บทคัดย่อ) ที่พบว่า ส่วนใหญ่ ผู้บริโภค จะบริโภคอาหารมังสวิรัตเพราะต้องการมีรูปร่างที่ดี ได้กล่าวว่ารับประทานผักและผลไม้ ที่มีวิตามินและเกลือแร่สูง ช่วยบำรุงผิวพรรณให้สวยและไม่ทำให้รูปร่างอ้วน

3. การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคอาหารของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม พบว่าประเภทอาหารที่ผู้บริโภคเคยรับประทานส่วนใหญ่คือ ผักและผลไม้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์ (2544) ที่พบว่า ผู้บริโภคนิยมบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพประเภท ผัก ผลไม้ เพราะอาหารจำพวกผักและผลไม้ มีวิตามินและเกลือแร่สูง ทั้งยังให้กากใยอาหารอีกด้วย

ด้านเหตุผลสำคัญที่สุดในการรับประทานอาหารเช้า คือ เพื่อเข้าร่วมเทศกาลถือศีลกินเจ และโอกาสในการรับประทานอาหารเช้าส่วนใหญ่ คือ เทศกาลกินเจ สอดคล้องกับแนวคิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) คือ สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural) เช่น เทศกาลต่าง ๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2539 : 110-112) อาจจะเป็นเพราะ การที่คนเติบโตในสังคมนั้น ย่อมถูกหล่อหลอมโดยวัฒนธรรม มีวิถีชีวิตและการประพฤติปฏิบัติตามที่ได้รับการสั่งสอน หรือตามที่เราได้เห็น เช่น จากพ่อแม่ เพื่อน ตลอดจนค่านิยมของสังคม

ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการรับประทานอาหารเช้า คือ ตัวเอง สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self-concept หรือ Self-image) หมายถึง ผลรวมของความคิดและความรู้สึกทั้งหมดที่บุคคลมองตัวเองว่ามีลักษณะอย่างไร และเมื่อบุคคลมีแนวความคิดเกี่ยวกับตนเองอย่างไรแล้ว ก็จะมีผลสะท้อนให้บุคคลแสดงพฤติกรรมไปตามนั้นด้วย (Loudon and Della Bitta. 1993 : 427-428) แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคมีการตัดสินใจด้วยตนเอง และหันมาให้ความสำคัญกับการดูแลเอาใจใส่สุขภาพของตนเองมากขึ้น

ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเช้าบ่อยที่สุด คือ ร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหารเช้าจำหน่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2539) พบว่า ในการรับประทานอาหารเช้า คนกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่จะซื้อรับประทาน เนื่องจากความสะดวกสบายในการรับประทานอาหารเช้า และยังเชื่อถือว่า อาหารที่ซื้อจากร้านขายอาหารเจนั้น มีการปรุงอย่างถูกต้องตามหลักอาหารเจ

4. การวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้บริโภคมีความสนใจต่อสุขภาพโดยรวมในระดับดี โดยผู้บริโภคมีความสนใจต่อสุขภาพในระดับดีมาก คือ ความสนใจจะรับประทานผักและผลไม้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประไพศรี ไหวหกล้า (2547: บทคัดย่อ) ที่พบว่า ผู้บริโภคชอบรับประทานผักและผลไม้ ที่กล่าวไว้ว่า คนส่วนใหญ่ในปัจจุบันเริ่มหันมาใส่ใจในเรื่องสุขภาพ

ความสนใจต่อสุขภาพในระดับดี คือ สนใจจะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประไพศรี ไหวหกล้า (2547: บทคัดย่อ) ที่พบว่า ผู้บริโภคให้ความสนใจในด้านสุขภาพและโภชนาการมากขึ้น ทำให้มีการดูแลสุขภาพเป็นอย่างดี

ส่วนความสนใจต่อสุขภาพในระดับปานกลาง คือ สนใจจะรับประทานอาหารที่ไม่มีเนื้อสัตว์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประไพศรี ไหวหล้า (2547: บทคัดย่อ) ที่พบว่า ผู้บริโภคไม่เห็นด้วย กับการชอบรับประทานอาหารที่ไม่มีเนื้อสัตว์ ที่กล่าวไว้ว่า อาหารส่วนใหญ่ที่มีขายหรือประกอบขึ้นมาในปัจจุบัน มีส่วนประกอบของเนื้อสัตว์ ทำให้คนส่วนใหญ่มีความเคยชิน กับการบริโภคอาหารที่มีเนื้อสัตว์อยู่

ส่วนรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น พบว่าผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อสุขภาพ โดยรวมในระดับดีมาก โดยผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อสุขภาพในระดับดีมาก คือ การออกกำลังกายเป็นประจำ จะทำให้สุขภาพแข็งแรง การออกกำลังกายสม่ำเสมอ ช่วยให้ห่างไกลโรคร้าย และการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ ทำให้ห่างไกลโรคร้าย สอดคล้องกับแนวคิดรูปแบบการดำเนินชีวิต คำจำกัดความ ความคิดเห็นไว้ว่า ความคิดเห็น เป็น “คำตอบ” ของแต่ละบุคคลใน การตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่เกิดขึ้น ซึ่งเปรียบเสมือนเป็น “คำถาม” ในลักษณะของการตีความ ความ คาดหวัง และการประเมินผล เช่นความคาดหวังเหตุการณ์ในอนาคต และการประเมินผลดีและ ผลเสียของการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Engel, Blackweel and Miniard : 1995) แสดงให้ เห็นว่าผู้บริโภคมีการดูแลสุขภาพเป็นอย่างดี ให้ความสำคัญต่อการออกกำลังกาย เพื่อให้ ร่างกายมีสุขภาพแข็งแรง

5. ผลการวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ ระดับ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส และศาสนา มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ของ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

เพศ มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ

จากผลการวิจัยดังกล่าว เพศ มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการ รับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ ร้านขายเฉพาะอาหารเจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยศูนย์วิจัย กลีกรไทย (2539) พบว่าในการรับประทานอาหารเจ คนกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่จะซื้อรับประทาน เนื่องจากความสะดวกสบายในการรับประทานอาหารเจ และยังเชื่อถือว่า อาหารเจที่ซื้อจากร้าน ขายอาหารเจนั้น มีการปรุงอย่างถูกต้องตามหลักอาหารเจ

อายุ มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทาน อาหารเจ

จากผลการวิจัยดังกล่าว อายุ มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านเหตุผลสำคัญ ในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ เพื่อเข้าร่วมเทศกาลถือศีลกินเจ สอดคล้องกับแนวคิดสิ่ง กระตุ้น (Stimulus) คือ สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural) เช่น เทศกาลต่าง ๆ จะมีผลกระตุ้นให้ ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2539 : 110-112)

อาจจะเป็นเพราะ การที่คนเติบโตในสังคมนั้น ย่อมถูกหล่อหลอมโดยวัฒนธรรม มีวิถีชีวิตและการประพฤติปฏิบัติตามที่ได้รับการสั่งสอน หรือตามที่เราได้เห็น เช่น จากพ่อแม่ เพื่อน ตลอดจนค่านิยมของสังคม

อายุ มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจ

จากผลการวิจัยดังกล่าว อายุ มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ ตัวเอง สอดคล้องกับ แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self-concept หรือ Self-image) หมายถึง ผลรวมของความคิดและความรู้สึกทั้งหมดที่บุคคลมองตัวเองว่ามีลักษณะอย่างไร และเมื่อบุคคลมีแนวความคิดเกี่ยวกับตนเองอย่างไรแล้ว ก็จะมีผลสะท้อนให้บุคคลแสดงพฤติกรรมไปตามนั้นด้วย (Loudon and Della Bitta. 1993 : 427-428) แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคมีการตัดสินใจด้วยตนเอง และหันมาให้ความสำคัญกับการดูแลเอาใจใส่สุขภาพของตนเองมากขึ้น

อายุ มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจ

จากผลการวิจัยดังกล่าว อายุ มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ ร้านทั่วไปที่มีอาหารจำหน่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2539) พบว่า ในการรับประทานอาหารเจ คนกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่จะซื้อรับประทาน เนื่องจากความสะดวกสบายในการรับประทานอาหารเจ และยังเชื่อถือได้ว่า อาหารเจที่ซื้อจากร้านขายอาหารเจนั้น มีการปรุงอย่างถูกต้องตามหลักอาหารเจ

6. ผลการวิเคราะห์ทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ

จากผลการวิจัยดังกล่าว ทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ ด้านการพัฒนารูปแบบของอาหารเจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ ในระดับค่อนข้างต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับกับโมเดลพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer's decision process) ในส่วนของพฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Postpurchase behavior) หลังจากซื้อและทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ไปแล้ว ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพอใจหรือไม่พอใจผลิตภัณฑ์ เราจะพบว่าประสบการณ์เกี่ยวกับตราสินค้ามีผลกระทบที่สำคัญต่อความชอบและความภักดีต่อตราสินค้า ถ้าตราสินค้าที่ซื้อสร้างความไม่พอใจแก่ผู้ซื้อ ผู้ซื้อจะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อตราสินค้า และอาจเลิกซื้อผลิตภัณฑ์ ถ้าผู้ซื้อมีความพึงพอใจภายหลังการซื้อสินค้าจะทำให้เกิดการซื้อซ้ำอีก (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ.

2539 : 110-112) จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญต่อการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ และมีการบริโภคอาหารเพิ่มขึ้น

ด้านร่างกายแข็งแรงจากการบริโภคอาหารเจ และประโยชน์ต่อผิวพรรณจากการรับประทานอาหารเจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ ในระดับค่อนข้างต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับแนวคิดหน้าที่ของทัศนคติ (Functions of attitude) คือ หน้าที่ในการปรับตัว (Adjustment function) ทัศนคติจะช่วยให้เราปรับตัวเข้าหาวัตถุ (สิ่งต่าง ๆ รอบตัวเรา) ที่จะช่วยให้ได้รับความพึงพอใจหรือได้รับรางวัล และจะหลีกเลี่ยงต่อวัตถุที่คิดว่าจะให้โทษ หรือเป็นสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ นั่นคือ ยึดถือแนวคิดเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองมากที่สุด และหลีกเลี่ยงสิ่งที่จะให้โทษให้เกิดขึ้นน้อยที่สุด เนื่องจากผู้บริโภคได้รับประสบการณ์ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ หรือร้านค้า ทั้งที่ได้รับความพอใจและไม่พอใจ ดังนั้น ทัศนคติของผู้บริโภคต่อสิ่งเหล่านี้จึงมีลักษณะแปรผันขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ได้รับมา (Katz, quoted in London and Della Bitta. 1993 : 425) ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพใส่ใจสุขภาพของตนเอง โดยการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์

ทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจ

จากผลการวิจัยดังกล่าว ทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านระยะเวลาในการรับประทานอาหารเจ สอดคล้องกับแนวคิดแหล่งที่มาของการเกิดทัศนคติ ได้กล่าวว่า แหล่งที่มาของการเกิดทัศนคติ ส่วนหนึ่งเกิดมาจาก ความต้องการ (Needs) เนื่องจากความต้องการของบุคคลนั้นไม่อยู่กับที่ตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย จะเปลี่ยนแปลงไปตามเวลา จึงทำให้ทัศนคติของคนเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย วัตถุอย่างเดียวกันจะได้รับการประเมินต่างกัน ในแต่ละช่วงชีวิต นั่นคือ มีทัศนคติต่อวัตถุนั้นเหมือนกันเมื่ออายุหรือวัยเปลี่ยนไป (London and Della Bitta. 1993 : 427-428)

7. ผลการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารเจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค ด้านความสนใจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ

จากผลการวิจัยดังกล่าว รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจจะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ และสนใจจะรับประทานอาหารผักและผลไม้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารเจ ด้านจำนวนวันในการรับประทานอาหารเจ ในระดับค่อนข้างต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับแนวคิดรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) เป็นการอธิบายถึงลักษณะการใช้ชีวิตของผู้บริโภคว่า มีให้ความสนใจเรื่องใดเป็นพิเศษ และมีความคิดเห็นเช่นไรต่อสภาพแวดล้อม

ทางสังคม การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต จึงเป็นเรื่องที่นักการตลาดให้ความสนใจ และให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากจะทำให้ นักการตลาดสามารถเข้าใจถึงความต้องการ ความรู้สึกนึกคิด พฤติกรรมการบริโภค และการเลือกซื้อสินค้า ตลอดจนพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ของผู้บริโภคที่มีความเหมือน หรือแตกต่างกันเช่นไร (อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2543 : 261-262) เพราะพื้นฐานของสังคมไทยส่วนใหญ่เป็นสังคมเกษตรกรรม ซึ่งอุดมสมบูรณ์ด้วยพืชผักและผลไม้ จึงหารับประทานได้ตลอดทั้งปี

### ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากผลการวิจัย ทศนคติและพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. จากผลการวิจัยในส่วนของข้อมูลประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิง อายุ ไม่เกิน 25 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรี มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท สถานภาพ โสด ส่วนใหญ่ศาสนาพุทธ ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารเจ และผู้ประกอบการอาหารสำเร็จรูป ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเจให้มีคุณภาพ และใส่ใจในเรื่องรสชาติ รวมทั้งคุณค่าทางโภชนาการ ควรมีการกำหนดกลยุทธ์ในด้านราคาด้วย เพราะเนื่องจากกลุ่มเป้าหมายมีรายได้ไม่สูงมากนัก ดังนั้นเพื่อเป็นการจูงใจให้ผู้บริโภคหันมาสนใจบริโภคอาหารเจมากขึ้น ผู้ประกอบการร้านอาหารควรมีการตั้งราคาอาหารเจให้อยู่ในระดับที่ ผู้บริโภคสามารถหารับประทานได้ ยังจะเป็นผลให้เกิดการเพิ่มความถี่ในการรับประทานอาหารเจของผู้บริโภคมากขึ้นอีกด้วย

2. จากผลวิจัยในส่วนของทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ ด้านความเข้าใจ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ มีความรู้ความเข้าใจต่ออาหารเจในระดับปานกลาง ซึ่งรายชื่อที่ผู้บริโภคไม่มีความเข้าใจมี ดังนี้ อาหารเจแตกต่างจากอาหารมังสวิรัต อาหารเจไม่ได้เป็นอาหารของนักบวชหรือคนที่เคร่งศาสนาเท่านั้น การรับประทานหอมแดงเป็นประจำจะทำให้มีกลิ่นตัว โรคมะเร็งกระเพาะและลำไส้ใหญ่มักไม่พบในผู้ที่รับประทานอาหารเจ การรับประทานกระเทียมไม่ได้รักษาโรคกระเพาะอาหาร ดังนั้นผู้ประกอบการ ควรมีการเผยแพร่ข้อมูลในด้านประโยชน์ของอาหารเจ การรับประทานอาหารเจที่ปรุงอย่างถูกต้อง และการรับประทานอาหารเจนั้นไม่จำเป็นต้องรับประทานเฉพาะผู้ที่เคร่งศาสนาหรือเพื่อเข้าร่วมเทศกาลกินเจเท่านั้น แต่สามารถรับประทานอาหารเจได้ในทุก ๆ วัน เพราะเป็นอาหารที่มีประโยชน์ ซึ่งสามารถช่วยจูงใจให้ผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารเจมากขึ้น

3. จากผลวิจัยในส่วนของการพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ นิยมรับประทานผักและผลไม้ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจสำเร็จรูป ควรใช้วัตถุดิบในการประกอบอาหารที่มาจากผักและผลไม้ให้มากขึ้น และใส่ใจในเรื่องรสชาติของอาหารเจ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคตามที่ผู้บริโภคต้องการ

ในด้านเหตุผลสำคัญในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ เพื่อเข้าร่วมเทศกาลถือศีลกินเจ ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเจ ควรมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคควรทราบ ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหารที่มีอาหารเจจำหน่าย และการปรุงอาหารเจที่ถูกต้องตามหลักของอาหารเจ เมนูอาหารเจที่มีจัดจำหน่าย ฯลฯ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคเข้าร่วมเทศกาลกินเจให้มากยิ่งขึ้น และการรับประทานอาหารเจไม่จำเป็นที่จะต้องทานอาหารเจในช่วงเทศกาลกินเจเท่านั้น แต่ยังสามารถรับประทานอาหารเจได้อย่างสม่ำเสมอ เพราะเป็นอาหารที่มีประโยชน์ และถ้ามีการปรุงอาหารโดยใช้วัตถุดิบที่มีคุณค่าทางโภชนาการก็จะทำให้ร่างกายได้รับสารอาหารครบทั้งห้าหมู่

ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ ตัวเอง เนื่องจากคนส่วนใหญ่มีการหาข้อมูลข่าวสารด้วยตัวเองมากขึ้น และมีการตัดสินใจซื้อสินค้าด้วยตัวเองมากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการให้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น นิตยสาร และอินเทอร์เน็ต ฯลฯ ซึ่งเป็นช่องทางที่สามารถส่งข้อมูลไปยังผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ

ด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเจส่วนใหญ่คือ ร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหารเจจำหน่าย ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเจ ควรมีการปรุงอาหารอย่างถูกหลักอาหารเจ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคว่าได้บริโภคอาหารเจอย่างถูกต้อง และทำให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจสูงสุด

4. จากผลวิจัยในส่วนของการรูปแบบการดำเนินชีวิต พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความสนใจในเรื่องการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ ดังนั้นผู้ประกอบการอาหารเจ ควรที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเจให้มีคุณภาพ และใส่ใจในเรื่องคุณค่าทางโภชนาการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค อาจมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจและประโยชน์ของอาหารเจ ให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบ เพื่อจูงใจให้คนหันมาบริโภคอาหารเจมากขึ้น

## ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป ทางผู้วิจัยมีความเห็นว่าควรทำการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเจ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเจของผู้ประกอบการ ให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น
2. ทำการศึกษาช่องทางการจัดจำหน่าย อาหารเจควรมีช่องทางการจัดจำหน่ายอย่างไร เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทั่วถึง และยังเป็นการเพิ่มความถี่ในการรับประทานอาหารเจ ช่วยเพิ่มยอดขายให้ผู้ประกอบการอีกด้วย
3. ควรศึกษาถึงหัวข้ออื่น ๆ นอกเหนือจากทัศนคติ เช่น ความพึงพอใจในการรับประทานอาหารเจของผู้บริโภค เพื่อให้ทราบข้อมูลหรือรายละเอียดในด้านอื่น ๆ เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้สนใจในการลงทุนเปิดธุรกิจร้านอาหารเจ นำไปวางแผนในการผลิตอาหารเจต่อไป

บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์. (2544). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ธุรกิจ. กรุงเทพฯ: ซี เค แอนด์ เอส โฟโต้สตูดิโอ.
- . (2544). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติเพื่อการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- . (2545). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและการวิจัย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ข้อมูลอาหารเจ. (2549). ข้อมูลอาหารเจ. สืบค้นเมื่อ 12 มกราคม 2549, จาก <http://www.geocities.com/NapaValley/Vineyard/3577/indexj.htm>
- เจละ เลิกเพื่อชีวิต. (2549). เจละ เลิกเพื่อชีวิต. สืบค้นเมื่อ 4 มกราคม 2549, จาก [http://www.elib-online.com/doctors46/food\\_vegetarian001.html](http://www.elib-online.com/doctors46/food_vegetarian001.html)
- ชูศรี วงศ์รัตน. (2544). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: เทพเนรมิตการพิมพ์
- ดารา ทีปะปาล. (2542). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- ศุภร เสรีรัตน์. (2544). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ด้านสุทธาการพิมพ์.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2540). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ธวัชชัย งามสันติวงศ์. (2545). หลักการและวิธีการใช้คอมพิวเตอร์ในงานสถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: เซ็นจูรี
- ประไพศรี ไหวหล้า. (2547). แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารมังสวิรัติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ผจญจิตต์ สุขมนัส. (2539). การเปิดรับข่าวสารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดแบบตะวันตกของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (นิเทศศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. ถ่ายเอกสาร.
- มนทิวา รัชตะสมบูรณ์. (2544). ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารชีวจิตของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (วิทยาศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.
- เยาวพา สุวัทธิ. (2549). <อาหารสุขภาพ>. สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2548, จาก <http://www.gpo.or.th/rdi/html/food.html>

- ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์. (2544, กันยายน - ธันวาคม). พฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในกรุงเทพมหานคร. *เกษตรพระจอมเกล้า*. 19(3): 23 – 26.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคนอื่นๆ. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539). *พฤติกรรมผู้บริโภคฉบับสมบูรณ์*. กรุงเทพฯ: วิสิทธิ์พัฒนา.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สุริยนต์ จงลีพันธ์. (2542). *การเปลี่ยนแปลงการบริโภคอาหารธรรมชาติ : เส้นทางจากชนบทสู่ความเป็นเมือง*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (สังคมศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.
- หวัง ชื้อ ไข่, เรียบเรียง. (2544). *เสริมมงคลชีวิตด้วยการกินเจ*. กรุงเทพฯ: แวฬพลัส อินเตอร์เนชั่นแนล.
- อาหารเจ. (2544). *อาหารเจ*. สืบค้นเมื่อ 12 มกราคม 2549, จาก <http://www.banfun.com/culture/je01.html>
- อาหารเจ : ประเพณีความเชื่อ อาหารเพื่อสุขภาพ. (2539). *อาหารเจ : ประเพณีความเชื่ออาหารเพื่อสุขภาพ*. สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2548, จาก <http://rdd.mcot.net/np/45/10/05/39.htm>
- อาหารธรรมชาติ. (2548). *อาหารธรรมชาติ*. สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2548, จาก <http://www.geocities.com/NapaValley/Vineyard/3577/start.htm>
- อาหารมังสวิรัติกับอาหารเจ ต่างกันอย่างไร. (2548). *อาหารมังสวิรัติกับอาหารเจ ต่างกันอย่างไร*. สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2548, จาก [http://www.elib-online.com/doctors/food\\_vegetarian1.html](http://www.elib-online.com/doctors/food_vegetarian1.html)
- อาหารเจและอาหารมังสวิรัติก. (2543). *อาหารเจและอาหารมังสวิรัติก*. สืบค้นเมื่อ 12 มกราคม 2549, จาก <http://www.geocities.com/Tokyo/Harbor/2093/>
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: มหาลัยธรรมศาสตร์.
- อมรรัตน์ เจริญชัย. (2546). *มารู้จักอาหารเพื่อสุขภาพ (Healthy Food) กันเถอะ*. หญิงไทย. ปีที่ 28(ฉบับที่ 662): สืบค้นเมื่อ 20 มกราคม 2549, จาก <http://www.yingthai-mag.com>
- อมรศรี ดันติพัฒน์. (2543, มกราคม - เมษายน). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร*. *เกษตรพระจอมเกล้า*. ปีที่ 18(ฉบับที่ 1): 51 – 59.
- Philip Kotler ; and Gary Armstrong. (2545). *หลักการตลาด*. แปลโดย วารุณี ดันติวงศ์ วาณิช. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

## แบบสอบถาม

เรื่องทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง ( ) ให้ตรงตามความเป็นจริงมากที่สุด

## 1. เพศ

( ) ชาย

( ) หญิง

## 2. อายุ

( ) ไม่เกิน 25 ปี

( ) 26 – 35 ปี

( ) 36 – 45 ปี

( ) 46 ปีขึ้นไป

## 3. ระดับการศึกษาสูงสุด

( ) มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.

( ) อนุปริญญา / ปวส.

( ) ปริญญาตรี

( ) สูงกว่าปริญญาตรี

## 4. อาชีพ

( ) นักเรียน / นักศึกษา

( ) ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

( ) พนักงานบริษัทเอกชน

( ) ประกอบธุรกิจส่วนตัว

( ) แม่บ้าน / พ่อบ้าน

( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

## 5. รายได้ต่อเดือน

( ) ไม่เกิน 10,000 บาท

( ) 10,001 – 20,000 บาท

( ) 20,001 – 30,000 บาท

( ) 30,001 บาทขึ้นไป

## 6. สถานภาพสมรส

( ) โสด

( ) สมรส / อยู่ด้วยกัน

( ) แยกกันอยู่ / หย่าร้าง / หม้าย

## 7. ศาสนา

( ) ศาสนาพุทธ

( ) ศาสนาคริสต์

( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง ( ) ให้ตรงตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

| ความเข้าใจที่มีต่ออาหารเจ                                                                            | ใช่ | ไม่ใช่ |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|--------|
| 1. การรับประทานอาหารเจ ทำให้ร่างกายได้รับโภชนาการครบ 5 หมู่                                          |     |        |
| 2. อาหารเจไม่แตกต่างจากอาหารมังสวิริติ                                                               |     |        |
| 3. การรับประทานอาหารเจเป็นประจำ จะทำให้ปราศจากโรคภัย                                                 |     |        |
| 4. อาหารเจ เป็นอาหารของนักบวชหรือคนที่เคร่งศาสนาเท่านั้น                                             |     |        |
| 5. การรับประทานเนื้อสัตว์ถือเป็นการทำบาป                                                             |     |        |
| 6. การรับประทานหอมแดงเป็นประจำ จะช่วยให้ไม่มีกลิ่นตัว                                                |     |        |
| 7. การรับประทานอาหารเจ ช่วยขับถ่ายของเสียออกจากร่างกาย                                               |     |        |
| 8. โรคมะเร็งในกระเพาะและลำไส้มักพบในผู้ที่รับประทานอาหารเจ                                           |     |        |
| 9. การรับประทานเมล็ดธัญพืช เช่น ถั่วแดง ถั่วเหลือง ฯลฯ จะได้รับสารอาหารครบทุกหมู่                    |     |        |
| 10. การรับประทานกระเทียม จะช่วยรักษาโรคกระเพาะอาหาร                                                  |     |        |
| 11. อาหารเจเป็นอาหารที่ปรุงโดยปราศจากผัก 5 ประเภท ได้แก่ กระเทียม หัวหอม หลักเกียว กุย่าย และใบยาสูบ |     |        |
| 12. เทศกาลกินเจมีขึ้นในช่วงเดือนสิงหาคมของทุกปี                                                      |     |        |
| 13. ผู้ที่รับประทานอาหารเจ ควรหลีกเลี่ยงอาหารที่มีรสจัด                                              |     |        |
| 14. หากรับประทานอาหารเจเป็นประจำ จะช่วยฟอกโลหิตในร่างกายให้สะอาด                                     |     |        |
| 15. ผู้ที่รับประทานอาหารเจ ควรหลีกเลี่ยงการบริโภคอาหารหมักดอง                                        |     |        |

| ทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ                | ระดับทัศนคติ |    |         |               |               |
|---------------------------------------|--------------|----|---------|---------------|---------------|
|                                       | ดีมาก        | ดี | ปานกลาง | ค่อนข้างไม่ดี | ไม่ดีอย่างมาก |
|                                       | 5            | 4  | 3       | 2             | 1             |
| 1. การพัฒนารูปแบบของอาหารเจ           |              |    |         |               |               |
| 2. ความอึดท้อง จากการรับประทานอาหารเจ |              |    |         |               |               |
| 3. ระบบขับถ่าย จากการบริโภคอาหารเจ    |              |    |         |               |               |
| 4. ความมีสมาธิ จากการรับประทานอาหารเจ |              |    |         |               |               |
| 5. ร่างกายแข็งแรง จากการบริโภคอาหารเจ |              |    |         |               |               |

| ทัศนคติที่มีต่ออาหารเจ                              | ระดับทัศนคติ |         |              |                    |                    |
|-----------------------------------------------------|--------------|---------|--------------|--------------------|--------------------|
|                                                     | ดีมาก<br>5   | ดี<br>4 | ปานกลาง<br>3 | ค่อนข้างไม่ดี<br>2 | ไม่ดีอย่างมาก<br>1 |
| 6. ความสบายใจ จากการบริโภคอาหารเจ                   |              |         |              |                    |                    |
| 7. ประโยชน์ต่อผิวพรรณ<br>จากการรับประทานอาหารเจ     |              |         |              |                    |                    |
| 8. ประโยชน์ในด้านรูปร่าง จากการรับประทาน<br>อาหารเจ |              |         |              |                    |                    |

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารเจ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง ( ) ให้ตรงตามความเป็นจริงมากที่สุด

1. ประเภทอาหารเจที่ท่านเคยรับประทาน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) โปรตีนเกษตร หรือโปรตีนถั่วเหลือง ( ) ผัก / ผลไม้  
 ( ) ข้าวกล้อง / ข้าวซ้อมมือ / ข้าวขาว ( ) เต้าหู้  
 ( ) เมล็ดธัญพืช เช่น เมล็ดดอกทานตะวัน / ถั่วเหลือง ฯลฯ ( ) เห็ด  
 ( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

2. เหตุผลสำคัญที่สุดที่ท่านเลือกรับประทานอาหารเจ

- ( ) เพื่อเข้าร่วมเทศกาลถือศีลกินเจ ( ) เพื่อสุขภาพที่แข็งแรง  
 ( ) บริโภคตามคนในครอบครัวหรือเพื่อน ( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

3. บุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการรับประทานอาหารเจ

- ( ) ตัวท่านเอง ( ) ครอบครัว /ญาติ  
 ( ) เพื่อนสนิท ( ) เพื่อนร่วมงาน  
 ( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

4. ส่วนใหญ่ท่านจะรับประทานอาหารเจที่ใดบ่อยที่สุด

- ( ) ทำทานเองที่บ้าน ( ) ร้านขายเฉพาะอาหารเจ  
 ( ) ร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหารเจจำหน่าย ( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

## 5. โอกาสในการรับประทานอาหารเจ

( ) เทศกาลกินเจ

( ) วันสำคัญทางศาสนา

( ) วันเกิด

( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

6. โดยปกติท่านบริโภคอาหารเจ ( ) เป็นประจำ (ข้ามไปตอบข้อ 8) ( ) เป็นครั้งคราว

7. ท่านนิยมรับประทานอาหารเจครั้งละกี่วัน \_\_\_\_\_ วัน

8. ท่านรับประทานอาหารเจมาเป็นระยะเวลา \_\_\_\_\_ ปี \_\_\_\_\_ เดือน

## ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง ( ) ให้ตรงตามความเป็นจริงมากที่สุด

| รูปแบบการดำเนินชีวิต                                     | เห็นด้วย<br>อย่างยิ่ง<br>5 | เห็นด้วย<br>4 | ไม่แน่ใจ<br>3 | ไม่เห็น<br>ด้วย<br>2 | ไม่เห็นด้วย<br>อย่างยิ่ง<br>1 |
|----------------------------------------------------------|----------------------------|---------------|---------------|----------------------|-------------------------------|
| <b>ความสนใจ</b>                                          |                            |               |               |                      |                               |
| 1. ท่านสนใจจะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ                      |                            |               |               |                      |                               |
| 2. ท่านสนใจจะลองทานอาหารในรูปแบบใหม่ ๆ                   |                            |               |               |                      |                               |
| 3. ท่านสนใจจะรับประทานผักและผลไม้                        |                            |               |               |                      |                               |
| 4. ท่านสนใจจะรับประทานอาหารที่ไม่มีเนื้อสัตว์            |                            |               |               |                      |                               |
| <b>ความคิดเห็น</b>                                       |                            |               |               |                      |                               |
| 5. ท่านคิดว่าการออกกำลังกายเป็นประจำจะทำให้สุขภาพแข็งแรง |                            |               |               |                      |                               |
| 6. ท่านคิดว่าออกกำลังกายสม่ำเสมอช่วยให้ห่างไกลจากโรคภัย  |                            |               |               |                      |                               |
| 7. การรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ทำให้ห่างไกลจากโรคภัย   |                            |               |               |                      |                               |

ภาคผนวก ข

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

## รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

อาจารย์ ดร. ธนัยวงศ์ กิรติวานิชย์

อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ  
คณะสังคมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เพชรรัตน์ มีสมบุญพันธุ์

อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ  
คณะสังคมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

## ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

|                     |                                                           |
|---------------------|-----------------------------------------------------------|
| ชื่อผู้ทำวิจัย      | นางสาวปาริฉัตร ศรีหะรัญ                                   |
| วันเดือนปีเกิด      | 22 กันยายน 2525                                           |
| สถานที่เกิด         | นครศรีธรรมราช                                             |
| สถานที่อยู่ปัจจุบัน | 309/4 ม.12 ต.ร่อนพิบูลย์ อ.ร่อนพิบูลย์<br>จ.นครศรีธรรมราช |
| ประวัติการศึกษา     |                                                           |

|           |                                                                             |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------------|
| พ.ศ. 2546 | ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง วิทยาลัยอาชีวศึกษา<br>นครศรีธรรมราช             |
| พ.ศ. 2548 | บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (บธ.ม.)<br>มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ    |
| พ.ศ. 2549 | บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (บธ.ม.)<br>มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |