



จากผลการศึกษากลุ่มผู้เข้าร่วมอบรมชีวิตจิต พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ศาสนา ภาวะสุขภาพ และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ในการบริโภคอาหารชีวิตจิต การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญซึ่งมีความสัมพันธ์กับทัศนคติ เหนือกว่าส่วนบุคคล ความตั้งใจ และพฤติกรรมการบริโภคอาหารชีวิตจิต นอกจากนี้รายได้มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับอาหารชีวิตจิตในระดับต่ำในทางลบ ในส่วนของความรู้ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ แต่ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในระดับปานกลาง เหนือกว่าส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในระดับปานกลางค่อนข้างสูง และความตั้งใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเกี่ยวกับอาหารชีวิตจิตในระดับปานกลาง

ในส่วนของผู้ที่อยู่ภายใต้สิ่งแวดล้อมเดียวกัน (คนในครอบครัวผู้เข้าร่วมอบรมชีวิตจิต) พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลทั้งหมดไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ แต่ความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในระดับปานกลาง ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในระดับปานกลางค่อนข้างสูง เหนือกว่าส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์ความตั้งใจในระดับปานกลางค่อนข้างสูง และความตั้งใจมีความสัมพันธ์กันกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารชีวิตจิตในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ

ผลการศึกษาทั้งสองกลุ่มตัวอย่างสามารถสรุปได้ว่า เส้นใยทางสังคมวัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการบริโภคอาหารชีวิตจิตมากกว่าความรู้ในเรื่องการบริโภคอาหารชีวิตจิต โดยพบว่าในกลุ่มตัวอย่างผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับอาหารชีวิตจิตแต่ไม่บริโภค อาจเกิดจากรสชาติไม่ถูกปาก หรือในบ้านไม่มีผู้บริโภคอาหารชีวิตจิต และการขาดเครือข่ายทางสังคมกับกลุ่มผู้ที่บริโภคอาหารชีวิตจิต ที่ทำให้เกิดแรงจูงใจอันนำไปสู่การบริโภคอาหารชีวิตจิต ในส่วนของผู้ที่ไม่มีความรู้เกี่ยวกับอาหารชีวิตจิตแต่มีการบริโภคนั้น อาจเกิดจากการอยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีผู้บริโภคอาหารชีวิตจิต และการได้รับข้อมูลข่าวสารในเชิงชักชวนซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อทัศนคติ เหนือกว่าส่วนบุคคล ความตั้งใจให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมาสนใจบริโภคอาหารชีวิตจิต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

**Independent Study Title**                      Socio-cultural and Environmental Conditions Determining Cheewajit Consumption Behavior

**Author**    Navatad Muanglue

**Degree**    Master of Arts (Man and Environment Management)

**Independent Study Advisory Committee**

Lect. Dr. Supaporn Nakbunlung              Chairperson

Asst. Prof. Putchong Kuntolbutra              Member

Asst. Prof. Dr. Uraivan Tankimyong              Member

### ABSTRACT

This study has two objectives. First is to identify the personal attributes having some bearing on the knowledge, attitude, personal criteria, intention and behavior involving Cheewajit consumption. Second is to analyse socio-cultural and environmental conditions leading to different Cheewajit consumption behavior.

Samples under study are 70 persons who used to attend Cheewajit course and 90 persons who live in the same environment or households as the first group of samples.

The questionnaire consists of two parts. One pertains to personal factors and the other is the inquiry about knowledge, attitude, the personal criteria, intention and behavior involving Cheewajit consumption.

ลิขสิทธิ์ © by Chiang Mai University  
All rights reserved

With respect to the Cheewajit course attendants, the correlation studies showed that personal factors such as sex, age, marital status, education, occupation, religion, health status and information had no relationship with knowledge on Cheewajit consumption. The information learned in particular had important bearing on the attitude, the personal criteria, intention, and Cheewajit consumption behavior. Income was found to be slightly negatively correlated with knowledge on Cheewajit consumption. Knowledge had no association with attitude toward Cheewajit consumption. Meanwhile, attitude was moderately correlated with the person's intention. Personal criteria had a moderately high correlation with intention while intention was moderately associated with Cheewajit consumption behavior.

On the part of people who shared the same living environment with those who attended Cheewajit course, it was found that all of their personal attributes were not correlated with knowledge on Cheewajit consumption. However, knowledge had a modest relationship with attitude. Meanwhile, both attitude and personal criteria had moderately high correlation with intention on Cheewajit consumption. Intention, nevertheless was correlated with Cheewajit consumption behavior at moderately low extent.

The results of the studies on two sampled groups led to the conclusion that the socio-cultural conditions had more influence on Cheewajit consumption behavior than the knowledge concerning Cheewajit food. It was found that some among the samples who had knowledge about Cheewajit food denied to consume the food probably due to the taste preference, or because there were no Cheewajit food consumers in their families. They also lacked social interactions with the group of Cheewajit food consumers who might inspire them to consume the Cheewajit food. For the consumers who had no knowledge about Cheewajit food but consumed it might do so because they shared the same living environment with those Cheewajit food consumers. As a result, they were encouraged to adjust their attitude, personal criteria, intention, behavior and became interested in consuming Cheewajit food.