

## บทที่ 4

### พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ

การนำเสนอในบทนี้เป็นการรายงานผลการศึกษาพฤติกรรม ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค และแนวโน้มการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในอนาคตของผู้บริโภคที่ไม่บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ จำนวน 200 คน และผู้บริโภคที่ไม่ได้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ จำนวน 200 คน นำเสนอผลการศึกษาเป็น 4 ส่วน คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ และแนวโน้มการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในอนาคตของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

#### 4.1 ลักษณะทั่วไปของตัวอย่าง

การเก็บตัวอย่างผู้บริโภค รวมทั้งสิ้น 400 คน แบ่งเป็น ตัวอย่างที่บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ จำนวน 200 คน และตัวอย่างที่ไม่ได้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ จำนวน 200 คน พบว่า กลุ่มผู้บริโภคที่บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ เป็นเพศชายและเพศหญิงในสัดส่วนที่เท่ากัน มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และค้าขาย ไม่มีโรคประจำตัวที่ต้องเฝ้าระวัง

กลุ่มผู้บริโภคที่ไม่ได้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 30 ปี จบการศึกษาในระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และไม่มีโรคประจำตัวที่ต้องเฝ้าระวัง

ข้อมูลทั่วไปของตัวอย่างผู้บริโภคทั้งสองกลุ่ม พบว่า มีสัดส่วนเพศหญิงและเพศชายที่ใกล้เคียงกัน กลุ่มที่บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ จะเป็นกลุ่มผู้สูงอายุ โดยมีอายุเฉลี่ย 50 ปีขึ้นไป ในขณะที่กลุ่มที่ไม่บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ จะเป็นกลุ่มที่มีอายุเฉลี่ยต่ำกว่า 30 ปี และผู้ที่บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจะมีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ขณะที่ผู้ที่ไม่ได้

บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

ตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม มีข้อมูลที่สอดคล้องกันคือ ส่วนใหญ่ ไม่มีโรคประจำตัวที่ต้องเฝ้าระวัง โดยที่เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 87 และกลุ่มที่ไม่บริโภค ร้อยละ 97.5 แต่ก็มีบางส่วนที่เป็นผู้ที่มีโรคประจำตัว ทั้งกลุ่มที่บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ (ร้อยละ 13.0) และผู้ที่ไม่บริโภค (ร้อยละ 2.5) ซึ่งจะเห็นได้ว่า ผู้ที่มีโรคประจำตัว จะอยู่กลุ่มที่เลือกทานอาหารเพื่อสุขภาพ มากกว่ากลุ่มที่ไม่บริโภค และโรคประจำตัวที่ต้องเฝ้าระวัง เรื่องอาหารส่วนใหญ่ก็จะเป็นโรคหัวใจ และโรคเบาหวาน

ตารางที่ 4.1 ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจ

ข้อมูลทั่วไป	ผู้บริโภคที่บริโภค		ผู้บริโภคที่ไม่ได้บริโภค	
	อาหารเพื่อสุขภาพ		อาหารเพื่อสุขภาพ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>				
ชาย	101	50.5	79	39.5
หญิง	99	49.5	121	60.5
<b>อายุ</b>				
ต่ำกว่า 30 ปี	21	10.5	105	52.5
31 – 40 ปี	41	20.5	64	32.0
41 – 50 ปี	49	24.5	27	13.5
มากกว่า 50 ปี	89	44.5	4	2.0
<b>ระดับการศึกษา</b>				
ไม่เกินมัธยมศึกษาตอนปลาย	21	10.5	45	22.5
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	33	16.5	69	34.5
ปริญญาตรี	112	56.0	68	34.0
สูงกว่าปริญญาตรี	34	17.0	18	9.0

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	ผู้บริโภคที่บริโภค		ผู้บริโภคที่ไม่ได้บริโภค	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>				
ต่ำกว่า 10,000 บาท	54	27.0	92	46.0
10,001 – 20,000 บาท	57	28.5	68	34.0
20,001 – 30,000 บาท	56	28.0	22	11.0
30,001 – 40,000 บาท	18	9.0	8	4.0
มากกว่า 40,000 บาท	15	7.5	10	5.0
<b>อาชีพ</b>				
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	20	10.0	46	23.0
พนักงานบริษัทเอกชน	43	21.5	59	29.5
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	70	35.0	20	10.0
รับจ้างทั่วไป	56	28.0	53	26.5
นักเรียน/นักศึกษา	9	4.5	20	10.0
เกษตรกร	2	1.0	2	1.0
<b>การมีโรคประจำตัวที่ต้องระวังเรื่องอาหาร</b>				
ไม่มี	174	87.0	195	97.5
มี ได้แก่ โรคหัวใจ โรคเบาหวาน	26	13.0	5	2.5

หมายเหตุ: ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย

ที่มา: จากการสำรวจ

#### 4.2 พฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ

ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภค ของตัวอย่างที่บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ซึ่งแบ่งประเภทอาหารเพื่อสุขภาพเป็นอาหารเจ อาหารมังสวิรัต และอาหารชีวจิต ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 ราย พบว่า ตัวอย่างผู้บริโภคอาหารสุขภาพทั้ง 3 ประเภท ได้แก่ อาหารเจ อาหารมังสวิรัต และอาหารชีวจิต ส่วนใหญ่มีสัดส่วนจำนวนครั้งในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในหนึ่ง

สัปดาห์ที่ใกล้เคียงกัน คือ จำนวน 1 – 2 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยลำดับแรกคือ ผู้บริโภคอาหารชีวจิต (ร้อยละ 47.4) รองลงมาคือ ผู้บริโภคอาหารมังสวิรัต (ร้อยละ 44.6) และผู้บริโภคอาหารเจ (ร้อยละ 37.1) ตามลำดับ (ตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.2 จำนวนครั้งในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในหนึ่งสัปดาห์

จำนวนครั้งในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในหนึ่งสัปดาห์	ประเภทอาหารเพื่อสุขภาพ			รวม
	เจ	มังสวิรัต	ชีวจิต	
1 - 2 ครั้งต่อสัปดาห์	26 (37.1)	41 (44.6)	18 (47.4)	85 (42.5)
3 - 4 ต่อสัปดาห์	19 (27.1)	25 (27.2)	11 (28.9)	55 (27.5)
5 ครั้งต่อสัปดาห์ขึ้นไป	8 (11.4)	16 (17.4)	6 (15.8)	30 (15.0)
ไม่แน่นอน	17 (24.3)	10 (10.9)	3 (7.9)	30 (15.0)
รวม	70 (100.0)	92 (100.0)	38 (100.0)	200 (100.0)

หมายเหตุ: ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 200 ราย และค่าใน ( ) คือ ค่าร้อยละ  
ที่มา: จากการสำรวจ

เมื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในช่วงเวลาต่าง ๆ พบว่า ผู้บริโภคอาหารชีวจิต (ร้อยละ 47.4) และผู้บริโภคอาหารเจ (ร้อยละ 34.3) มักจะมีช่วงเวลาในการทานอาหารเพื่อสุขภาพไม่แน่นอน ในขณะที่ผู้บริโภคอาหารมังสวิรัตส่วนใหญ่นิยมบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในช่วงเวลาเมื่อเที่ยง (ร้อยละ 32.6) (ตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.3 ช่วงเวลาที่เลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ

ช่วงเวลาที่ได้รับประทาน อาหารเพื่อสุขภาพ	ประเภทอาหารเพื่อสุขภาพ			รวม
	เจ	มังสวิรัต	ชีวจิต	
มือเช้า	3 (4.3)	7 (7.6)	1 (2.6)	11 (5.5)
มือเที่ยง	13 (18.6)	30 (32.6)	10 (26.3)	53 (26.5)
มือเย็น	17 (24.3)	22 (23.9)	6 (15.8)	45 (22.5)
ทุกมือเช้า-กลางวัน-เย็น	13 (18.6)	13 (14.1)	3 (7.9)	29 (14.5)
ไม่แน่นอน	24 (34.3)	20 (21.7)	18 (47.4)	62 (31.0)
รวม	70 (100.0)	92 (100.0)	38 (100.0)	200 (100.0)

หมายเหตุ: ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 200 ราย และค่าใน ( ) คือ ค่าร้อยละ  
ที่มา: จากการสำรวจ

ในด้านค่าใช้จ่ายต่อมื้อในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพแต่ละครั้ง พบว่า ผู้บริโภคอาหารสุขภาพส่วนใหญ่มีสัดส่วนค่าใช้จ่ายต่อมื้อที่ใกล้เคียงกัน โดยผู้บริโภคอาหารชีวจิตส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพต่อมื้ออยู่ที่ราคาไม่เกิน 100 บาท (ร้อยละ 55.3) ขณะที่ ผู้บริโภคอาหารเจ และอาหารมังสวิรัตส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพต่อมื้อราคา 101 – 200 บาท ด้วยสัดส่วนร้อยละที่เท่ากัน คือ ร้อยละ 50.0 (ตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4 ค่าใช้จ่ายต่อมือในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ

ค่าใช้จ่ายต่อมือในการบริโภค อาหารเพื่อสุขภาพ	ประเภทอาหารเพื่อสุขภาพ			รวม
	เจ	มังสวิรัต	ชีวจิต	
ไม่เกิน 100 บาท	29 (41.4)	44 (47.8)	21 (55.3)	94 (47.0)
101 – 200 บาท	35 (50.0)	46 (50.0)	13 (34.2)	94 (47.0)
201 – 300 บาท	0 (.0)	2 (2.2)	4 (10.5)	6 (3.0)
มากกว่า 300 บาท	6 (8.6)	0 (.0)	0 (.0)	6 (3.0)
รวม	70 (100.0)	92 (100.0)	38 (100.0)	200 (100.0)

หมายเหตุ: ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 200 ราย และค่าใน ( ) คือ ค่าร้อยละ  
ที่มา: จากการสำรวจ

เมื่อพิจารณาถึงระยะเวลาบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจนถึงปัจจุบันของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพทั้ง 3 ประเภท มีระยะเวลาบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจนถึงปัจจุบันที่แตกต่างกัน โดยผู้บริโภคอาหารเจส่วนใหญ่ บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพมาเป็นระยะเวลา 5 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 37.1) ผู้บริโภคอาหารมังสวิรัต มีระยะเวลาบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจนถึงปัจจุบัน 3 – 4 ปี (ร้อยละ 34.8) ขณะที่ผู้บริโภคอาหารชีวจิตส่วนใหญ่ มีระยะเวลาบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจนถึงปัจจุบัน ในระยะเวลาที่น้อยที่สุด คือ บริโภคมาเป็นระยะเวลา 1 – 2 ปี และ 3 – 4 ปี ในสัดส่วนที่เท่ากันคือ ร้อยละ 31.6 (ตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5 ระยะเวลาบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจนถึงปัจจุบัน

ระยะเวลาบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ จนถึงปัจจุบัน	ประเภทอาหารเพื่อสุขภาพ			รวม
	เจ	มังสวิรัต	ชีวจิต	
ไม่เกิน 1 ปี	13 (18.6)	12 (13.0)	6 (15.8)	31 (15.5)
1 – 2 ปี	20 (28.6)	21 (22.8)	12 (31.6)	53 (26.5)
3 – 4 ปี	11 (15.7)	32 (34.8)	12 (31.6)	55 (27.5)
5 ปีขึ้นไป	26 (37.1)	27 (29.3)	8 (21.1)	61 (30.5)
รวม	70 (100.0)	92 (100.0)	38 (100.0)	200 (100.0)

หมายเหตุ: ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 200 ราย และค่าใน ( ) คือ ค่าร้อยละ  
ที่มา: จากการสำรวจ

เมื่อสำรวจสื่อที่ทำให้รู้จักอาหารเพื่อสุขภาพลำดับแรกคือ หนังสือ นิตยสาร วารสารเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 58.5 รองลงมาได้แก่ เอกสาร แผ่นพับจากสถานพยาบาล ร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 42.5 สื่อวิทยุ โทรทัศน์ ร้อยละ 37.5 ป้ายประกาศ หรือป้ายโฆษณา ร้อยละ 34.5 และเว็บไซต์ ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ ร้อยละ 23.0

เมื่อพิจารณารายละเอียดของผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพแต่ละประเภท พบว่า ผู้บริโภคอาหารเจ ส่วนใหญ่รู้จักอาหารเพื่อสุขภาพจาก หนังสือ นิตยสาร วารสารเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 48.6 รองลงมาได้แก่ รู้จักอาหารเพื่อสุขภาพจากเอกสาร แผ่นพับจากสถานพยาบาล ร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 47.1 ในส่วนผู้บริโภคอาหารมังสวิรัต รู้จักอาหารเพื่อสุขภาพจาก หนังสือ นิตยสาร วารสารเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 67.4 รองลงมาได้แก่ รู้จักอาหารเพื่อสุขภาพจากสื่อวิทยุ โทรทัศน์ ร้อยละ 40.2 และสำหรับกลุ่มผู้บริโภคอาหารชีวจิต พบว่า รู้จักอาหารเพื่อสุขภาพจาก หนังสือ นิตยสาร วารสารเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 55.3 รองลงมาได้แก่ รู้จักอาหารเพื่อสุขภาพจากเอกสาร แผ่นพับจากสถานพยาบาล ร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ และป้ายประกาศ หรือป้ายโฆษณา ด้วยสัดส่วนที่เท่ากัน คือ ร้อยละ 44.7 (ตารางที่ 4.6)

ตารางที่ 4.6 สื่อที่ทำให้รู้จักอาหารเพื่อสุขภาพ

สื่อที่ทำให้รู้จักอาหารเพื่อสุขภาพ	ประเภทอาหารเพื่อสุขภาพ			รวม
	เจ	มังสวิรัต	ชีวจิต	
หนังสือ นิตยสาร วารสารเพื่อสุขภาพ	34 (48.6)	62 (67.4)	21 (55.3)	117 (58.5)
สื่อวิทยุ โทรทัศน์	23 (32.9)	37 (40.2)	15 (39.5)	75 (37.5)
เว็บไซต์ ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ	18 (25.7)	19 (20.7)	9 (23.7)	46 (23.0)
เอกสาร แผ่นพับจากสถานพยาบาล	33 (47.1)	35 (38.0)	17 (44.7)	85 (42.5)
ร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ	22 (31.4)	30 (32.6)	17 (44.7)	69 (34.5)

หมายเหตุ: ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 200 ราย ผู้ตอบแบบสอบถามหนึ่งรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ค่าใน ( ) คือ ค่าร้อยละ

ที่มา: จากการสำรวจ

#### 4.3 ทศนคติต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านวัฒนธรรมและประเพณี ปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา การรายงานผลการศึกษาในส่วนนี้เป็นการรายงานทัศนคติการให้ความสำคัญของผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพต่อปัจจัยทั้ง 4 ดังนี้

##### 4.3.1 ทศนคติที่มีต่อปัจจัยด้านวัฒนธรรมและประเพณี

การให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านวัฒนธรรมและประเพณี ประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับ การให้ความสำคัญบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเนื่องจากเป็นเทศกาลต่างๆ ที่สำคัญ และเกี่ยวข้องกับวันสำคัญทางพุทธศาสนา เนื่องจากข้อกำหนดทางเชื้อชาติและศาสนา ที่ไม่ต้องการเบียดเบียนสัตว์ จึงเว้นการบริโภคเนื้อสัตว์ มีความเชื่อและทัศนคติว่า การบริโภคอาหาร เพื่อสุขภาพเป็นการทำบุญไม่เบียดเบียน



สัตว์ ผลการศึกษาส่วนนี้เป็นการนำเสนอระดับของทัศนคติที่ผู้บริโภค โภคอาหารเพื่อสุขภาพแต่ละประเภทที่มีต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านวัฒนธรรมและประเพณี ดังกล่าวข้างต้น ดังนี้

เมื่อพิจารณา ระดับทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค โภคอาหารเจ 70 ราย ที่มีต่อปัจจัยด้านวัฒนธรรมและประเพณี พบว่า ผู้บริโภค โภคอาหารเจ มีทัศนคติต่อการบริโภคอาหารเจเนื่องจากไม่ต้องการเบียดเบียนสัตว์ งดเว้นการบริโภคเนื้อสัตว์ มีความเชื่อและทัศนคติว่าการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเป็นการทำบุญไม่เบียดเบียนสัตว์ อยู่ในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 4.14) นอกจากนี้มีทัศนคติว่าการบริโภคอาหารเจ เนื่องจากข้อกำหนดทางเชื้อชาติและศาสนา เป็นเทศกาลต่างๆ ที่สำคัญ และเกี่ยวข้องกับวันสำคัญทางพุทธศาสนา อยู่ในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ย 3.26 และ 3.34 ตามลำดับ) (ตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.7 ทัศนคติของผู้บริโภค โภคอาหารเจต่อปัจจัยด้านวัฒนธรรมและประเพณี

ปัจจัยด้านวัฒนธรรมและประเพณี	ระดับความสำคัญ					คะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก	ระดับความสำคัญ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
- เป็นเทศกาลต่างๆ ที่สำคัญ และเกี่ยวข้องกับวันสำคัญทางพุทธศาสนา	5 (7.1)	11 (15.7)	18 (25.7)	27 (38.6)	9 (12.9)	3.34	ปานกลาง
- ข้อกำหนดทางเชื้อชาติและศาสนา	3 (4.3)	18 (25.7)	17 (24.3)	22 (31.4)	10 (14.3)	3.26	ปานกลาง
- ไม่ต้องการเบียดเบียนสัตว์ งดเว้นการบริโภคเนื้อสัตว์ มีความเชื่อและทัศนคติว่าการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเป็นการทำบุญไม่เบียดเบียนสัตว์	-	2 (2.9)	10 (14.3)	34 (48.6)	24 (34.3)	4.14	มาก

หมายเหตุ: ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 200 ราย และค่าใน ( ) คือ ค่าร้อยละ

ที่มา: จากการสำรวจ

เมื่อพิจารณาทัศนคติต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านวัฒนธรรมและประเพณี ของผู้บริโภค โภคอาหารมังสวิรัต จำนวน 92 ราย พบว่า ปัจจัยด้านวัฒนธรรมและประเพณีในประเด็น เนื่องจากไม่ต้องการเบียดเบียนสัตว์ งดเว้นการบริโภคเนื้อสัตว์ มีความเชื่อและทัศนคติว่าการบริโภคอาหาร เพื่อสุขภาพเป็นการทำบุญไม่เบียดเบียนสัตว์ มีความสำคัญในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 4.20) ในขณะที่ให้ความสำคัญในเรื่องที่ว่า เป็นเทศกาลต่างๆ ที่สำคัญ และเกี่ยวข้องกับวันสำคัญ

ทางพุทธศาสนา ตลอดจนเป็นข้อกำหนดทางเชื้อชาติและศาสนา มีความสำคัญในระดับปานกลางต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคอาหารมังสวิรัต (คะแนนเฉลี่ย 3.34 และ 3.24 ตามลำดับ) (ตารางที่ 4.8)

ตารางที่ 4.8 ทักษะคิดของผู้บริโภคอาหารมังสวิรัตต่อปัจจัยด้านวัฒนธรรมและประเพณี

ปัจจัยด้านวัฒนธรรมและประเพณี	ระดับความสำคัญ					คะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก	ระดับความสำคัญ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
- เป็นเทศกาลต่างๆ ที่สำคัญ และเกี่ยวข้องกับวันสำคัญทางพุทธศาสนา	1 (1.1)	12 (13.0)	42 (45.7)	29 (31.5)	8 (8.7)	3.34	ปานกลาง
- ข้อกำหนดทางเชื้อชาติและศาสนา	1 (1.1)	20 (21.7)	36 (39.1)	26 (28.3)	9 (9.8)	3.24	ปานกลาง
- ไม่ต้องการเบียดเบียนสัตว์ งดเว้นการบริโภคเนื้อสัตว์ มีความเชื่อและทัศนคติว่า การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเป็นการทำบุญไม่เบียดเบียนสัตว์	-	3 (3.3)	19 (20.7)	27 (29.3)	43 (46.7)	4.20	มาก

หมายเหตุ: ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 200 ราย และค่าใน ( ) คือ ค่าร้อยละ ที่มา: จากการสำรวจ

เมื่อพิจารณาทัศนคติต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านวัฒนธรรมและประเพณีของผู้บริโภคอาหารชีวจิต จำนวน 38 ราย พบว่า ปัจจัยด้านวัฒนธรรมและประเพณีในประเด็นไม่ต้องการเบียดเบียนสัตว์ งดเว้นการบริโภคเนื้อสัตว์ ตลอดจนการที่มีความเชื่อและทัศนคติว่า การบริโภคอาหาร เพื่อสุขภาพเป็นการทำบุญไม่เบียดเบียนสัตว์ ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ (คะแนนเฉลี่ย 4.26) รองลงมาคือ เนื่องจากเป็นเทศกาลต่างๆ ที่สำคัญ และเกี่ยวข้องกับวันสำคัญทางพุทธศาสนา มีความสำคัญในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 3.53) และเนื่องจากข้อกำหนดทางเชื้อชาติและศาสนา มีความสำคัญในระดับปานกลางต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคอาหารชีวจิต (คะแนนเฉลี่ย 3.13) (ตารางที่ 4.9)

ตารางที่ 4.9 ทักษะคิของผู้บริโภครอาหารชีวจิตต่อปัจจัยด้านวัฒนธรรมและประเพณี

ปัจจัยด้านวัฒนธรรมและประเพณี	ระดับความสำคัญ					คะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก	ระดับความสำคัญ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
- เป็นเทศกาลต่างๆ ที่สำคัญ และเกี่ยวข้องกับวันสำคัญทางพุทธศาสนา	1 (2.6)	5 (13.2)	11 (28.9)	15 (39.5)	6 (15.8)	3.53	มาก
- ข้อกำหนดทางเชื้อชาติและศาสนา	1 (2.6)	9 (23.7)	14 (36.8)	12 (31.6)	2 (5.3)	3.13	ปานกลาง
- ไม่ต้องการเบียดเบียนสัตว์ งดเว้นการบริโภคเนื้อสัตว์ มีความเชื่อ และทัศนคติว่า การบริโภคอาหาร เพื่อสุขภาพเป็นการทำบุญไม่เบียดเบียนสัตว์	-	1 (2.6)	7 (18.4)	11 (28.9)	19 (50.0)	4.26	มากที่สุด

หมายเหตุ: ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 200 ราย และค่าใน ( ) คือ ค่าร้อยละ  
ที่มา: จากการสำรวจ

ผลการเปรียบเทียบทัศนคติของผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านวัฒนธรรมและประเพณี แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคอาหารเจ และมังสวิรัตินี้ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดที่บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ เพราะไม่ต้องการเบียดเบียนสัตว์ งดเว้นการบริโภคเนื้อสัตว์ มีความเชื่อและทัศนคติว่า การบริโภคอาหาร เพื่อสุขภาพเป็นการทำบุญไม่เบียดเบียนสัตว์ ขณะที่ผู้บริโภคอาหารชีวจิตให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด เหตุผลที่ว่าเนื่องจากข้อกำหนดทางเชื้อชาติและศาสนาผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพทุกประเภทให้ความสำคัญในระดับน้อยสำหรับเหตุที่ว่า เนื่องจากเป็นเทศกาลต่างๆ ที่สำคัญ และเกี่ยวข้องกับวันสำคัญทางพุทธศาสนา ผู้บริโภคอาหารเจ และชีวจิตให้ความสำคัญในระดับน้อย หากแต่ผู้บริโภคอาหารมังสวิรัตินี้ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (ตารางที่ 4.10)

ตารางที่ 4.10 การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพต่อปัจจัยด้านวัฒนธรรมและประเพณี

ปัจจัยด้านวัฒนธรรมและประเพณี	การให้ความสำคัญของผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ			คะแนนเฉลี่ยระดับ
	เจ	มัธยวิติ	ชิวจิต	ความสำคัญ
- เป็นเทศกาลต่างๆ ที่สำคัญ และเกี่ยวข้องกับวันสำคัญทางพุทธศาสนา	น้อย (3.34)	ปานกลาง (3.34)	มาก (3.53)	ปานกลาง (3.38)
- ข้อกำหนดทางเชื้อชาติและศาสนา	น้อย (3.26)	น้อย (3.24)	น้อย (3.13)	ปานกลาง 3.23)
- ไม่ต้องการเบียดเบียนสัตว์ งดเว้นการบริโภคเนื้อสัตว์ มีความเชื่อและทัศนคติว่า การบริโภคอาหาร เพื่อสุขภาพเป็นการทำบุญไม่เบียดเบียนสัตว์	มาก (4.14)	มาก (4.20)	มากที่สุด (4.26)	มาก (4.19)

หมายเหตุ: ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 200 ราย และค่าใน ( ) คือ คะแนนความสำคัญที่มา: จากการสำรวจ

#### 4.3.2 ทัศนคติที่มีต่อปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านสังคมและเศรษฐกิจ ประกอบด้วยเพื่อนแนะนำและชักชวนให้รับประทาน ที่ทำงานแนะนำและชักชวนให้รับประทาน แพทย์ พยาบาล หรือนักโภชนาการ แนะนำและชักชวนให้รับประทานญาติและคนในครอบครัว แนะนำและชักชวนให้รับประทาน เนื่องจากอาหารเพื่อสุขภาพ มีราคาสูงกว่าอาหารทั่วไป จึงต้องการที่จะประหยัดค่าใช้จ่ายในครอบครัว เนื่องจากตนเองเป็นสมาชิกของกลุ่มผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ อาหารเพื่อสุขภาพ เป็นอาหารที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน เป็นอาหารที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้รักสุขภาพ และเนื่องจากอาหารเพื่อสุขภาพ มีราคาสูงกว่าอาหารทั่วไป จึงต้องการที่จะประหยัดค่าใช้จ่ายในครอบครัว ผลการศึกษาส่วนนี้เป็นการรายงานทัศนคติของผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพแต่ละประเภทที่มีต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านสังคมและเศรษฐกิจ ดังกล่าวข้างต้นดังนี้

เมื่อพิจารณาระดับทัศนคติที่มีต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านสังคมและเศรษฐกิจของผู้บริโภคอาหารเจ จำนวน 70 ราย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภคอาหารเจ ในลำดับแรกคือ เนื่องจากเป็นอาหารที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้รักสุขภาพ แพทย์ พยาบาลหรือนักโภชนาการ แนะนำและชักชวนให้รับประทาน มีความสำคัญในระดับมาก

(คะแนนเฉลี่ย 3.81 และ 3.70 ตามลำดับ) นอกจากนี้ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพด้านสังคมและเศรษฐกิจ ในประเด็น อาหารเพื่อสุขภาพ เป็นอาหารที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบันเนื่องจากอาหารเพื่อสุขภาพ มีราคาสูงกว่าอาหารทั่วไป จึงต้องการที่จะประหยัดค่าใช้จ่ายในครอบครัว ญาติและคนในครอบครัว แนะนำและชักชวนให้รับประทาน เนื่องจากตนเองเป็นสมาชิกของกลุ่มผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อนแนะนำและชักชวนให้รับประทาน และที่ทำงานแนะนำและชักชวนให้รับประทาน (คะแนนเฉลี่ย 3.36, 3.33, 3.30, 3.26, 3.20 และ 2.80 ตามลำดับ) มีความสำคัญปานกลางต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคอาหารเจ (ตารางที่ 4.11)

ตารางที่ 4.11 ทศนคติของผู้บริโภคอาหารเจต่อปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ

ปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ	ระดับความสำคัญ					คะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก	ระดับความสำคัญ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
- เพื่อนแนะนำและชักชวนให้รับประทาน	3 (4.3)	21 (30.0)	18 (25.7)	15 (21.4)	13 (18.6)	3.20	ปานกลาง
- ที่ทำงานแนะนำและชักชวนให้รับประทาน	13 (18.6)	14 (20.0)	23 (32.9)	14 (20.0)	6 (8.6)	2.80	ปานกลาง
- แพทย์ พยาบาลหรือนักโภชนาการแนะนำและชักชวนให้รับประทาน	1 (1.4)	4 (5.7)	28 (40.0)	19 (27.1)	18 (25.7)	3.70	มาก
- ญาติและคนในครอบครัว แนะนำและชักชวนให้รับประทาน	2 (2.9)	16 (22.9)	23 (32.9)	17 (24.3)	12 (17.1)	3.30	ปานกลาง
- อาหารเพื่อสุขภาพ มีราคาสูงกว่าอาหารทั่วไป จึงต้องการที่จะประหยัดค่าใช้จ่ายในครอบครัว	1 (1.4)	16 (22.9)	28 (40.0)	9 (12.9)	16 (22.9)	3.33	ปานกลาง
- ตนเองเป็นสมาชิกของกลุ่มผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ	2 (2.9)	14 (20.0)	22 (31.4)	28 (40.0)	4 (5.7)	3.26	ปานกลาง
- อาหารเพื่อสุขภาพ เป็นอาหารที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน	5 (7.1)	11 (15.7)	19 (27.1)	24 (34.3)	11 (15.7)	3.36	ปานกลาง
- เป็นอาหารที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้รักสุขภาพ	2 (2.9)	4 (5.7)	14 (20.0)	35 (50.0)	15 (21.4)	3.81	มาก

หมายเหตุ: ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 200 ราย และค่าใน ( ) คือ ค่าร้อยละ

ที่มา: จากการสำรวจ

เมื่อพิจารณาทัศนคติที่มีต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านสังคม และเศรษฐกิจของผู้บริโภคอาหารมังสวิรัต จำนวน 92 ราย พบว่า ประเด็นที่ผู้บริโภคอาหารมังสวิรัตให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ เนื่องจากเป็นอาหารที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้รักสุขภาพ มีความสำคัญในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 3.78) รองลงมาคือ ผู้บริโภคอาหารมังสวิรัต ให้ความสำคัญกับการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ เนื่องจากเป็นอาหารที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบันญาติและคนในครอบครัวแนะนำและชักชวนให้รับประทาน แพทย์ พยาบาลหรือนักโภชนาการ แนะนำและชักชวนให้รับประทาน ตนเองเป็นสมาชิกของกลุ่มผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ อาหารเพื่อสุขภาพ มีราคาถูกมากกว่าอาหารทั่วไป จึงต้องการที่จะประหยัดค่าใช้จ่ายในครอบครัว เพื่อนแนะนำและชักชวนให้รับประทาน และมีความสำคัญปานกลางต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคอาหารมังสวิรัต (คะแนนเฉลี่ย 3.28, 3.23, 3.10, 3.08, 3.07 และ 2.92 ตามลำดับ) ในขณะที่การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเนื่องจากที่ทำงานแนะนำและชักชวนให้รับประทาน มีความสำคัญน้อย (คะแนนเฉลี่ย 2.53) ต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคอาหารมังสวิรัต (ตารางที่ 4.12)

ตารางที่ 4.12 ทัศนคติของผู้บริโภคอาหารมังสวิรัตต่อปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ

ปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ	ระดับความสำคัญ					คะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก	ระดับความสำคัญ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
- เพื่อนแนะนำและชักชวนให้รับประทาน	5 (5.4)	33 (35.9)	28 (30.4)	16 (17.4)	10 (10.9)	2.92	ปานกลาง
- ที่ทำงานแนะนำและชักชวนให้รับประทาน	10 (10.9)	41 (44.6)	29 (31.5)	6 (6.5)	6 (6.5)	2.53	น้อย
- แพทย์ พยาบาลหรือนักโภชนาการแนะนำและชักชวนให้รับประทาน	-	25 (27.2)	40 (43.5)	20 (21.7)	7 (7.6)	3.10	ปานกลาง
- ญาติและคนในครอบครัว แนะนำและชักชวนให้รับประทาน	1 (1.1)	17 (18.5)	38 (41.3)	32 (34.8)	4 (4.3)	3.23	ปานกลาง
- อาหารเพื่อสุขภาพ มีราคาถูกมากกว่าอาหารทั่วไป จึงต้องการที่จะประหยัดค่าใช้จ่ายในครอบครัว	-	22 (23.9)	45 (48.9)	22 (23.9)	3 (3.3)	3.07	ปานกลาง
- ตนเองเป็นสมาชิกของกลุ่มผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ	-	24 (26.1)	39 (42.4)	27 (29.3)	2 (2.2)	3.08	ปานกลาง

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

ปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ	ระดับความสำคัญ				มาก ที่สุด	คะแนน เฉลี่ยถ่วง น้ำหนัก	ระดับ ความสำคัญ
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก			
- อาหารเพื่อสุขภาพ เป็นอาหารที่ กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน	2 (2.2)	16 (17.4)	35 (38.0)	32 (34.8)	7 (7.6)	3.28	ปานกลาง
- เป็นอาหารที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้ รักสุขภาพ	-	3 (3.3)	33 (35.9)	37 (40.2)	19 (20.7)	3.78	มาก

หมายเหตุ: ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 200 ราย และค่าใน ( ) คือ ค่าร้อยละ  
ที่มา: จากการสำรวจ

สำหรับผลการศึกษาทัศนคติที่มีต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านสังคมและเศรษฐกิจของผู้บริโภคอาหารชีวจิต จำนวน 38 ราย พบว่า ในประเด็นการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเนื่องจากเป็นอาหารที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้รักสุขภาพ (คะแนนเฉลี่ย 4.00) เป็นประเด็นเดียวที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับที่มาก ลำดับต่อมา ผู้บริโภคอาหารชีวจิต ให้ความสำคัญในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ เนื่องจากเป็นอาหารที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน เนื่องจากอาหารเพื่อสุขภาพ มีราคาถูกมากกว่าอาหารทั่วไป จึงต้องการที่จะประหยัดค่าใช้จ่ายในครอบครัว เนื่องจากตนเองเป็นสมาชิกของกลุ่มผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ แพทย์ พยาบาลหรือนักโภชนาการ แนะนำและชักชวนให้รับประทาน ญาติและคนในครอบครัว แนะนำและชักชวนให้รับประทาน เพื่อนแนะนำและชักชวนให้รับประทาน มีความสำคัญปานกลางต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคอาหารชีวจิต (คะแนนเฉลี่ย 3.34, 3.16, 3.13, 3.11, 3.11 และ 3.00 ตามลำดับ) ขณะที่การให้ความสำคัญในเรื่อง ที่ทำงานแนะนำและชักชวนให้รับประทาน มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคอาหารมังสวิรัต (คะแนนเฉลี่ย 2.50) (ตารางที่ 4.13)

ตารางที่ 4.13 ทักษะของผู้บริโภคอาหารชีวิตต่อปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ

ปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ	ระดับความสำคัญ					คะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก	ระดับความสำคัญ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
- เพื่อนแนะนำและชักชวนให้รับประทาน	4 (10.5)	10 (26.3)	10 (26.3)	10 (26.3)	4 (10.5)	3.00	ปานกลาง
- ที่ทำงานแนะนำและชักชวนให้รับประทาน	7 (18.4)	12 (31.6)	13 (34.2)	5 (13.2)	1 (2.6)	2.50	น้อย
- แพทย์ พยาบาลหรือนักโภชนาการแนะนำและชักชวนให้รับประทาน	2 (5.3)	6 (15.8)	19 (50.0)	8 (21.1)	3 (7.9)	3.11	ปานกลาง
-ญาติและคนในครอบครัวแนะนำและชักชวนให้รับประทาน	3 (7.9)	8 (21.1)	10 (26.3)	16 (42.1)	1 (2.6)	3.11	ปานกลาง
- อาหารเพื่อสุขภาพ มีราคาถูกมากกว่าอาหารทั่วไป จึงต้องการที่จะประหยัดค่าใช้จ่ายในครอบครัว	2 (5.3)	5 (13.2)	19 (50.0)	9 (23.7)	3 (7.9)	3.16	ปานกลาง
- ตนเองเป็นสมาชิกของกลุ่มผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ	2 (5.3)	8 (21.1)	11 (28.9)	17 (44.7)	-	3.13	ปานกลาง
- อาหารเพื่อสุขภาพ เป็นอาหารที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน	-	7 (18.4)	14 (36.8)	14 (36.8)	3 (7.9)	3.34	ปานกลาง
- เป็นอาหารที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้รักสุขภาพ	-	-	6 (15.8)	26 (68.4)	6 (15.8)	4.00	มาก

หมายเหตุ: ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 200 ราย และค่าใน ( ) คือ ค่าร้อยละ

ที่มา: จากการสำรวจ

ผลการเปรียบเทียบทัศนคติของผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านสังคมและเศรษฐกิจ ซึ่งให้เห็นว่า ผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพทุกประเภทให้ความสำคัญในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 3.84) กับการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเพราะเป็นอาหารที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้รักสุขภาพ เนื่องจากในปัจจุบันหน่วยงาน/องค์กร ด้านการส่งเสริมสุขภาพมีการให้ข้อมูลและประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่ผู้บริโภคให้ทราบถึงคุณประโยชน์ของการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภคที่รักสุขภาพ เพราะกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้ จะให้ความสำคัญกับการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ เพราะต้องการดูแล รักษาสุขภาพของตนเอง นอกจากนี้ ผู้บริโภคอาหารเองให้ความสำคัญในระดับมากกับคำแนะนำจากแพทย์ พยาบาลหรือนักโภชนาการ ที่



ส่งเสริมหรือชักชวนให้รับประทาน ส่วนผู้บริโภคอาหารเจ และมังสวิรัตินี้ให้ความสำคัญในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 3.84) กับเนื่องจากอาหารเพื่อสุขภาพ มีราคาถูกมากกว่าอาหารทั่วไป จึงต้องการที่จะประหยัดค่าใช้จ่ายในครอบครัวนอกจากนี้เหตุผลที่ว่า เพื่อนแนะนำและชักชวนให้รับประทาน ญาติและคนในครอบครัว แนะนำและชักชวนให้รับประทาน เนื่องจากตนเองเป็นสมาชิกของกลุ่มผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ และอาหารเพื่อสุขภาพ เป็นอาหารที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน ผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพให้ความสำคัญในระดับปานกลาง(คะแนนเฉลี่ย 3.32, 3.31, 3.23, 3.17, 3.15 3.04 และ 2.62 ตามลำดับ) (ตารางที่ 4.14)

ตารางที่ 4.14 การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพต่อปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ

ปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ	ผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ			คะแนนเฉลี่ย ระดับ ความสำคัญ
	เจ	มังสวิรัติน	ชีวจิต	
- เพื่อนแนะนำและชักชวนให้รับประทาน	ปานกลาง (3.20)	ปานกลาง (2.92)	ปานกลาง (3.00)	ปานกลาง (3.04)
- ที่ทำงานแนะนำและชักชวนให้รับประทาน	ปานกลาง (2.80)	น้อย (2.53)	น้อย (2.50)	ปานกลาง (2.62)
- แพทย์ พยาบาลหรือนักโภชนาการ แนะนำและชักชวนให้รับประทาน	มาก (3.70)	ปานกลาง (3.10)	ปานกลาง (3.11)	ปานกลาง (3.31)
- ญาติและคนในครอบครัว แนะนำและชักชวนให้รับประทาน	ปานกลาง (3.30)	ปานกลาง (3.23)	ปานกลาง (3.11)	ปานกลาง (3.23)
- อาหารเพื่อสุขภาพ มีราคาถูกกว่าอาหารทั่วไป จึงต้องการที่จะประหยัดค่าใช้จ่ายในครอบครัว	ปานกลาง (3.33)	ปานกลาง (3.07)	ปานกลาง (3.16)	ปานกลาง (3.17)
- ตนเองเป็นสมาชิกของกลุ่มผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ	ปานกลาง (3.26)	ปานกลาง (3.08)	ปานกลาง (3.13)	ปานกลาง (3.15)
- อาหารเพื่อสุขภาพ เป็นอาหารที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน	ปานกลาง (3.36)	ปานกลาง (3.28)	ปานกลาง (3.34)	ปานกลาง (3.32)
- เป็นอาหารที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้รักสุขภาพ	มาก (3.81)	มาก (3.78)	มาก (4.00)	มาก (3.84)

หมายเหตุ: ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 200 ราย และค่าใน ( ) คือ ค่าระดับความสำคัญ

ที่มา: จากการสำรวจ

### 4.3.3 ทักษะที่มีต่อปัจจัยด้านส่วนบุคคล

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านส่วนบุคคล ประกอบด้วย เป็นความชอบส่วนบุคคลในอาหารเพื่อสุขภาพ และเป็นผู้รักสุขภาพอยู่แล้ว เป็นคนที่ชอบรับประทานผักและผลไม้ เพื่อต้องการรักษาหรือบรรเทาอาการของโรคที่เป็นอยู่ และอายุที่มากขึ้น จึงต้องหันมาบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพรายงานในส่วนนี้เป็นการรายงานทักษะของผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพแต่ละประเภทที่มีต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านส่วนบุคคล ดังกล่าวข้างต้นดังนี้

เมื่อพิจารณาทักษะของผู้บริโภคอาหารเจตต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างจำนวน 70 ราย พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากทุกประเด็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านส่วนบุคคล ลำดับแรกได้แก่ เป็นคนที่ชอบรับประทานผักและผลไม้ รองลงมาคือ เป็นความชอบส่วนบุคคลในอาหารเพื่อสุขภาพ และเป็นผู้รักสุขภาพอยู่แล้ว จึงบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ อายุที่มากขึ้น จึงต้องหันมาบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ และเพื่อต้องการรักษาหรือบรรเทาอาการของโรคที่เป็นอยู่ (คะแนนเฉลี่ย 3.93, 3.91, 3.91 และ 3.46 ตามลำดับ) (ตารางที่ 4.15)

ตารางที่ 4.15 ทักษะของผู้บริโภคอาหารเจตต่อปัจจัยด้านส่วนบุคคล

ปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ	ระดับความสำคัญ				คะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก	ระดับความสำคัญ	
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก			
- เป็นความชอบส่วนบุคคลในอาหารเพื่อสุขภาพ และเป็นผู้รักสุขภาพอยู่แล้ว จึงบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ	-	6 (8.6)	15 (21.4)	28 (40.0)	21 (30.0)	3.91	มาก
- เป็นคนที่ชอบรับประทานผักและผลไม้	-	4 (5.7)	18 (25.7)	27 (38.6)	21 (30.0)	3.93	มาก
- เพื่อต้องการรักษาหรือบรรเทาอาการของโรคที่เป็นอยู่	3 (4.3)	9 (12.9)	22 (31.4)	25 (35.7)	11 (15.7)	3.46	มาก
- อายุที่มากขึ้น จึงต้องหันมาบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ	-	2 (2.9)	18 (25.7)	34 (48.6)	16 (22.9)	3.91	มาก

หมายเหตุ: ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 200 ราย และค่าใน ( ) คือ ค่าร้อยละ  
ที่มา: จากการสำรวจ

สำหรับทัศนคติของผู้บริโภคอาหารมังสวิรัตต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างจำนวน 92 ราย พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากทุกประเด็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านส่วนบุคคล ลำดับแรกได้แก่ เป็นคนที่ชอบรับประทานผักและผลไม้ รองลงมาคือ อายุที่มากขึ้น จึงต้องหันมาบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ เป็นความชอบส่วนบุคคลในอาหารเพื่อสุขภาพ และเป็นผู้รักสุขภาพอยู่แล้ว จึงบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ และเพื่อต้องการรักษาหรือบรรเทาอาการของโรคที่เป็นอยู่ (คะแนนเฉลี่ย 3.95, 3.85, 3.80 และ 3.65 ตามลำดับ) (ตารางที่ 4.16)

ตารางที่ 4.16 ทัศนคติของผู้บริโภคอาหารมังสวิรัตต่อปัจจัยด้านส่วนบุคคล

ปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ	ระดับความสำคัญ				คะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก	ระดับความสำคัญ	
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก			
- เป็นความชอบส่วนบุคคลในอาหารเพื่อสุขภาพ และเป็นผู้รักสุขภาพอยู่แล้ว จึงบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ	-	4 (4.3)	29 (31.5)	40 (43.5)	19 (20.7)	3.80	มาก
- เป็นคนที่ชอบรับประทานผักและผลไม้	-	2 (2.2)	28 (30.4)	35 (38.0)	27 (29.3)	3.95	มาก
- เพื่อต้องการรักษาหรือบรรเทาอาการของโรคที่เป็นอยู่	1 (1.1)	10 (10.9)	26 (28.3)	35 (38.0)	20 (21.7)	3.68	มาก
- อายุที่มากขึ้น จึงต้องหันมาบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ	1 (1.1)	5 (5.4)	24 (26.1)	39 (42.4)	23 (25.0)	3.85	มาก

หมายเหตุ: ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 200 ราย และค่าใน ( ) คือ ค่าร้อยละที่มา: จากการสำรวจ

เมื่อพิจารณาทัศนคติของผู้บริโภคอาหารมีชีวิตต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างจำนวน 38 ราย พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากทุกประเด็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านส่วนบุคคล ลำดับแรกได้แก่ เป็นคนที่ชอบรับประทานผักและผลไม้ รองลงมาคือ เป็นความชอบส่วนบุคคลในอาหารเพื่อสุขภาพ และเป็นผู้รักสุขภาพอยู่แล้ว จึงบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ อายุที่มากขึ้น จึงต้องหันมาบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ และเพื่อต้องการรักษาหรือบรรเทาอาการของโรคที่เป็นอยู่ (คะแนนเฉลี่ย 4.18, 4.11, 3.97, 3.76 ตามลำดับ) (ตารางที่ 4.17)

ตารางที่ 4.17 ทักษะของผู้บริโภคร้านอาหารชีวิตต่อปัจจัยด้านส่วนบุคคล

ปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ	ระดับความสำคัญ				คะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก	ระดับความสำคัญ	
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก			
- เป็นความชอบส่วนบุคคลในอาหารเพื่อสุขภาพ และเป็นผู้รักสุขภาพอยู่แล้ว จึงบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ	-	1 (2.6)	3 (7.9)	25 (65.8)	9 (23.7)	4.11	มาก
- เป็นคนที่ชอบรับประทานผักและผลไม้	-	2 (5.3)	2 (5.3)	21 (55.3)	13 (34.2)	4.18	มาก
- เพื่อต้องการรักษาหรือบรรเทาอาการของโรคที่เป็นอยู่	2 (5.3)	2 (5.3)	5 (13.2)	23 (60.5)	6 (15.8)	3.76	มาก
- อายุที่มากขึ้น จึงต้องหันมาบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ	2 (5.3)	0 (.0)	7 (18.4)	17 (44.7)	12 (31.6)	3.97	มาก

หมายเหตุ: ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 200 ราย และค่าใน ( ) คือ ค่าร้อยละ

ที่มา: จากการสำรวจ

ผลการเปรียบเทียบทักษะของผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านส่วนบุคคล พบว่า ผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพทุกประเภท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านส่วนบุคคลในระดับมากที่สุด ประเด็น โดยลำดับแรกให้ความสำคัญกับเป็นคนที่ชอบรับประทานผักและผลไม้ รองลงมาคือเป็นความชอบส่วนบุคคลในอาหารเพื่อสุขภาพ และเป็นผู้รักสุขภาพอยู่แล้ว จึงบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ อายุที่มากขึ้น จึงต้องหันมาบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ และเพื่อต้องการรักษาหรือบรรเทาอาการของโรคที่เป็นอยู่ (ตารางที่ 4.18)

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.18 การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพต่อปัจจัยด้านส่วนบุคคล

ปัจจัยด้านส่วนบุคคล	ผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ			คะแนนเฉลี่ย
	เจ	มังสวิรัต	ชีวจิต	ระดับ ความสำคัญ
- เป็นความชอบส่วนบุคคลในอาหารเพื่อสุขภาพ และเป็นผู้รักสุขภาพอยู่แล้ว จึงบริโภคอาหารเพื่อ สุขภาพ	มาก (3.91)	มาก (3.80)	มาก (4.11)	มาก (3.90)
- เป็นคนที่ชอบรับประทานผักและผลไม้	มาก (3.93)	มาก (3.95)	มาก (4.18)	มาก (3.98)
- เพื่อต้องการรักษาหรือบรรเทาอาการของโรคที่ เป็นอยู่	มาก (3.46)	มาก (3.68)	มาก (3.76)	มาก (3.62)
- อายุที่มากขึ้น จึงต้องหันมาบริโภคอาหารเพื่อ สุขภาพ	มาก (3.91)	มาก (3.85)	มาก (3.97)	มาก (3.90)

หมายเหตุ: ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 200 ราย และค่าใน ( ) คือ ค่าระดับความสำคัญ  
ที่มา: จากการสำรวจ

#### 4.3.4 ทัศนคติที่มีต่อปัจจัยด้านปัจจัยด้านจิตวิทยา

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านจิตวิทยา ประกอบด้วย มีความเชื่อและทัศนคติว่า การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ จะดีต่อสุขภาพ และเป็นประโยชน์ต่อร่างกาย ช่วยป้องกันโรคต่างๆ ได้ มีความเชื่ออาหารเพื่อสุขภาพมีสารอาหารครบถ้วนเช่นเดียวกับอาหารทั่วไป ได้ศึกษาและเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพจากสื่อต่างๆ มีความเชื่อและทัศนคติว่า การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ สามารถช่วยลดน้ำหนัก และทำให้รูปร่างดีขึ้นได้ รายงานในส่วนนี้เป็นการรายงานทัศนคติที่ผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพแต่ละประเภทมีต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านจิตวิทยา ดังกล่าวข้างต้นดังนี้

เมื่อพิจารณาทัศนคติของผู้บริโภคอาหารเจต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านจิตวิทยา กลุ่มตัวอย่างจำนวน 70 ราย พบว่า ทุกประเด็นมีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารในระดับมาก ลำดับแรกคือ มีความเชื่อและทัศนคติว่า การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ สามารถช่วยลดน้ำหนัก และทำให้รูปร่างดีขึ้นได้ รองลงมาคือ มีความเชื่อและทัศนคติว่า การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ จะดีต่อสุขภาพ และเป็นประโยชน์ต่อร่างกาย ช่วยป้องกันโรคต่างๆ ได้ มีความเชื่ออาหารเพื่อ

สุขภาพมีสารอาหารครบถ้วนเช่นเดียวกับอาหารทั่วไป และได้ศึกษาและเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพจากสื่อต่างๆ (คะแนนเฉลี่ย 3.91, 3.84, 3.69 และ 3.60 ตามลำดับ) (ตารางที่ 4.19)

ตารางที่ 4.19 ทศนคติของผู้บริโภครอาหารเจต่อปัจจัยด้านจิตวิทยา

ปัจจัยด้านจิตวิทยา	ระดับความสำคัญ				คะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก	ระดับความสำคัญ	
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก			
- มีความเชื่อและทัศนคติว่า การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ จะดีต่อสุขภาพ และเป็นประโยชน์ต่อร่างกาย ช่วยป้องกันโรคต่างๆ ได้	-	4 (5.7)	22 (31.4)	25 (35.7)	19 (27.1)	3.84	มาก
- มีความเชื่ออาหารเพื่อสุขภาพมีสารอาหารครบถ้วนเช่นเดียวกับอาหารทั่วไป	2 (2.9)	6 (8.6)	22 (31.4)	22 (31.4)	18 (25.7)	3.69	มาก
- ได้ศึกษาและเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพจากสื่อต่างๆ	-	12 (17.1)	21 (30.0)	20 (28.6)	17 (24.3)	3.60	มาก
- มีความเชื่อและทัศนคติว่า การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ สามารถช่วยลดน้ำหนัก และทำให้รูปร่างดีขึ้นได้	-	-	24 (34.3)	28 (40.0)	18 (25.7)	3.91	มาก

หมายเหตุ: ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 200 ราย และค่าใน ( ) คือ ค่าร้อยละ  
ที่มา: จากการสำรวจ

เมื่อพิจารณาทัศนคติของผู้บริโภคอาหารมังสวิรัตต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านจิตวิทยา กลุ่มตัวอย่างจำนวน 92 ราย พบว่า ผู้บริโภคอาหารมังสวิรัตให้ความสำคัญต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในลำดับแรก เนื่องจากมีความเชื่อและทัศนคติว่า การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ สามารถช่วยลดน้ำหนัก และทำให้รูปร่างดีขึ้นได้ รองลงมาคือ มีความเชื่ออาหารเพื่อสุขภาพมีสารอาหารครบถ้วนเช่นเดียวกับอาหารทั่วไป และมีความเชื่อและทัศนคติว่า การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ จะดีต่อสุขภาพ และเป็นประโยชน์ต่อร่างกาย ช่วยป้องกันโรคต่างๆ ได้ อยู่ในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.66, 3.55 และ 3.53 ตามลำดับ) ในขณะที่การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ เนื่องจากการได้ศึกษาและเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพจากสื่อต่างๆ มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในระดับปานกลางเท่านั้น (คะแนนเฉลี่ย 3.34) (ตารางที่ 4.20)

ตารางที่ 4.20 ทักษะของผู้บริโภคอาหารมังสวิรัตต่อปัจจัยด้านจิตวิทยา

ปัจจัยด้านจิตวิทยา	ระดับความสำคัญ				คะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก	ระดับความสำคัญ	
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มากที่สุด			
- มีความเชื่อและทัศนคติว่า การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ จะดีต่อสุขภาพ และเป็นประโยชน์ต่อร่างกาย ช่วยป้องกันโรคต่างๆ ได้	-	9 (9.8)	36 (39.1)	36 (39.1)	11 (12.0)	3.53	มาก
- มีความเชื่ออาหารเพื่อสุขภาพมีสารอาหารครบถ้วนเช่นเดียวกับอาหารทั่วไป	-	9 (9.8)	33 (35.9)	40 (43.5)	10 (10.9)	3.55	มาก
- ได้ศึกษาและเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพจากสื่อต่างๆ	-	12 (13.0)	43 (46.7)	31 (33.7)	6 (6.5)	3.34	ปานกลาง
- มีความเชื่อและทัศนคติว่า การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ สามารถช่วยลดน้ำหนัก และทำให้รูปร่างดีขึ้นได้	-	4 (4.3)	34 (37.0)	43 (46.7)	11 (12.0)	3.66	มาก

หมายเหตุ: ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 200 ราย และค่าใน ( ) คือ ค่าร้อยละ  
ที่มา: จากการสำรวจ

เมื่อพิจารณาทัศนคติของผู้บริโภคอาหารมีชีวิตต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านจิตวิทยา กลุ่มตัวอย่างจำนวน 38 ราย พบว่า ทุกประเด็นมีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารในระดับมาก ลำดับแรกคือ มีความเชื่ออาหารเพื่อสุขภาพมีสารอาหารครบถ้วนเช่นเดียวกับอาหารทั่วไป รองลงมาได้แก่ การได้ศึกษาและเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพจากสื่อต่างๆ มีความเชื่อและทัศนคติว่า การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ สามารถช่วยลดน้ำหนัก และทำให้รูปร่างดีขึ้นได้ มีความเชื่อและทัศนคติว่า การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ จะดีต่อสุขภาพ และเป็นประโยชน์ต่อร่างกาย ช่วยป้องกันโรคต่างๆ ได้ (คะแนนเฉลี่ย 3.74, 3.63, 3.63 และ 3.55 ตามลำดับ) (ตารางที่ 4.21)

ตารางที่ 4.21 ทักษะของผู้บริโภคอาหารชีวิตต่อปัจจัยด้านจิตวิทยา

ปัจจัยด้านจิตวิทยา	ระดับความสำคัญ				คะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก	ระดับความสำคัญ	
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก			
- มีความเชื่อและทัศนคติว่า การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ จะดีต่อสุขภาพ และเป็นประโยชน์ต่อร่างกาย ช่วยป้องกันโรคต่างๆ ได้	-	3 (7.9)	15 (39.5)	16 (42.1)	4 (10.5)	3.55	มาก
- มีความเชื่ออาหารเพื่อสุขภาพมีสารอาหารครบถ้วนเช่นเดียวกับอาหารทั่วไป	-	2 (5.3)	12 (31.6)	18 (47.4)	6 (15.8)	3.74	มาก
- ได้ศึกษาและเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพจากสื่อต่างๆ	-	2 (5.3)	13 (34.2)	20 (52.6)	3 (7.9)	3.63	มาก
- มีความเชื่อและทัศนคติว่า การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ สามารถช่วยลดน้ำหนัก และทำให้รูปร่างดีขึ้นได้	-	3 (7.9)	11 (28.9)	21 (55.3)	3 (7.9)	3.63	มาก

หมายเหตุ: ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 200 ราย และค่าใน ( ) คือ ค่าร้อยละ  
ที่มา: จากการสำรวจ

ผลการเปรียบเทียบทัศนคติของผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านจิตวิทยา พบว่า การได้ศึกษาและเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพจากสื่อต่างๆ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคอาหารมังสวิรัตินระดับปานกลางเท่านั้น ขณะเดียวกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคอาหารเจและชีวิตในภาพรวมแล้วมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในระดับมาก นอกจากนี้ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านจิตวิทยาที่เหลือมีอิทธิพลในระดับมากต่อผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพทุกประเภท (ตารางที่ 4.22)



ตารางที่ 4.22 การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพต่อปัจจัยด้านจิตวิทยา

ปัจจัยด้านจิตวิทยา	ผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ			คะแนนเฉลี่ย
	เจ	มังสวิรัต	ชีวจิต	ระดับ ความสำคัญ
- มีความเชื่อและทัศนคติว่า การบริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จะดีต่อสุขภาพ และเป็นประโยชน์ต่อร่างกาย ช่วยป้องกันโรคต่างๆ ได้	มาก (3.84)	มาก (3.53)	มาก (3.55)	มาก (3.65)
- มีความเชื่ออาหารเพื่อสุขภาพมีสารอาหารครบถ้วนเช่นเดียวกับอาหารทั่วไป	มาก (3.69)	มาก (3.55)	มาก (3.74)	มาก (3.64)
- ได้ศึกษาและเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพจากสื่อต่างๆ	มาก (3.60)	ปานกลาง (3.34)	มาก (3.63)	มาก (3.48)
- มีความเชื่อและทัศนคติว่า การบริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ สามารถช่วยลดน้ำหนัก และทำให้รูปร่างดีขึ้นได้	มาก (3.91)	มาก (3.66)	มาก (3.63)	มาก (3.75)

หมายเหตุ: ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 200 ราย และค่าใน ( ) คือ ค่าคะแนนความสำคัญ  
ที่มา: จากการสำรวจ

#### 4.4 แนวโน้มการบริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพในอนาคตของผู้บริโภค

การนำเสนอข้อมูลแนวโน้มการบริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพในอนาคต ผู้วิจัยได้สอบถามตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพอยู่แล้ว และผู้ที่ไม่บริโภค ซึ่งได้ผลการศึกษาดังนี้

##### 4.4.1 แนวโน้มการบริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพในอนาคตของผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ

ผลสำรวจจากการขอให้ผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพทำเครื่องหมายลงบนเส้นแนวโน้มการบริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพตั้งแต่ระดับ 0 – 10 โดย ระดับ 0 หมายถึง จะไม่บริโภคต่อไปแน่นอน และระดับต่อไปตั้งแต่ 1 – 10 เป็นแนวโน้มที่จะบริโภคต่อไปจนถึงจะบริโภคต่อไปในระดับที่ 10 ซึ่งพบว่า ผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพทุกรายมีแนวโน้มที่จะบริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพต่อไป โดยส่วนใหญ่ร้อยละ 25.0 จะบริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพต่อไปแน่นอน ซึ่งเป็นจำนวนที่มากที่สุด ถึง 50 คน กล่าวได้ว่า แนวโน้มการบริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพในอนาคตจะเป็นไปในทิศทางที่สูงขึ้น จำเป็นอย่างยิ่งที่สถานประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ หน่วยงานด้านการส่งเสริมสุขภาพผู้บริโภค ควรให้ความสำคัญในการส่งเสริม สนับสนุน และให้ความรู้แก่ผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง เกี่ยวกับคุณประโยชน์

ในด้านต่างๆ ของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเพิ่มมากขึ้น รองลงมาคือ แนวโน้มการบริโภคอยู่ในระดับ 9 ร้อยละ 24.0 แนวโน้มการบริโภคอยู่ในระดับ 8 ร้อยละ 20.0 และแนวโน้มการบริโภคอยู่ในระดับ 7 ร้อยละ 15.5 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.23)

ตารางที่ 4.23 แนวโน้มการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในอนาคตของกลุ่มผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ

ระดับการบริโภค	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	รวม
จำนวน	0	0	0	2	0	12	16	31	41	48	50	200
ร้อยละ	0	0	0	1	0	6	8	15.5	20.5	24	25	100

ที่มา: จากการสำรวจ

#### 4.4.2 แนวโน้มการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในอนาคตของผู้บริโภคที่ไม่บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ

การสอบถามถึงแนวโน้มการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในอนาคตของผู้บริโภคที่ไม่ได้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในปัจจุบัน จำนวน 200 ราย พบว่า โดยรวม ในอนาคตผู้ที่ไม่ได้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ มีแนวโน้มที่จะตัดสินใจบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.02 เมื่อพิจารณาเหตุผลแต่ละประเด็นพบว่า เหตุผลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในอนาคตที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ เมื่อได้รับทราบข้อมูลเรื่องอาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38) รองลงมาคือ เมื่อมีร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพใกล้บ้าน สามารถไปซื้อหรือหาบริโภคได้ง่าย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36) เมื่อมีกระแสหรือค่านิยมของผู้บริโภคหันมาบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเพิ่มมากขึ้น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35) ในอนาคตเมื่ออายุมากขึ้น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14) เมื่อมีการแนะนำจากแพทย์หรือผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร/โภชนาการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.93) มี ขณะเดียวกันเหตุผลในประเด็นเมื่อต้องเจ็บป่วยหรือเป็นโรคร้ายต่างๆ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.52) และเมื่อสุขภาพ/ร่างกายอ่อนแอ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51) มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับน้อยเท่านั้น (ตารางที่ 4.24)

ตารางที่ 4.24 แนวโน้มการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในอนาคตของผู้บริโภคที่ไม่บริโภคอาหาร  
เพื่อสุขภาพ

เหตุผล	ระดับความคิดเห็น					คะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
- ในอนาคตเมื่ออายุมากขึ้น	13 (6.5)	40 (20.0)	68 (34.0)	35 (32.5)	14 (7.0)	3.14	ปานกลาง
- เมื่อสุขภาพร่างกายอ่อนแอ	37 (18.5)	68 (34.0)	62 (31.0)	23 (11.5)	10 (5.0)	2.51	น้อย
- เมื่อต้องเจ็บป่วยหรือเป็นโรคภัยต่างๆ	36 (18.0)	68 (34.0)	63 (31.5)	23 (11.5)	10 (5.0)	2.52	น้อย
- เมื่อได้รับทราบข้อมูลเรื่องอาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้น	7 (3.5)	28 (14.0)	71 (35.5)	71 (35.5)	23 (11.5)	3.38	ปานกลาง
- เมื่อมีการแนะนำจากแพทย์หรือผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร/โภชนาการ	11 (5.5)	52 (26.0)	89 (44.5)	36 (18.0)	12 (6.0)	2.93	ปานกลาง
- เมื่อมีกระแสหรือค่านิยมของผู้บริโภคหันมาบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเพิ่มมากขึ้น	5 (2.5)	29 (14.5)	73 (36.5)	76 (38.0)	17 (8.5)	3.35	ปานกลาง
- เมื่อมีร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพใกล้บ้าน สามารถไปซื้อหรือหาบริโภคได้ง่าย	3 (1.5)	23 (11.5)	70 (35.0)	80 (40.0)	24 (12.0)	3.36	ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยรวม						3.02	ปานกลาง

หมายเหตุ: ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 200 ราย และค่าใน ( ) คือ ค่าร้อยละ

ที่มา: จากการสำรวจ

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved