

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีน  
ทั้งแบบวางแผนและไม่วางแผน



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต  
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล  
พ.ศ. 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีน  
ทั้งแบบวางแผนและไม่วางแผน

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 15 สิงหาคม พ.ศ. 2559



นายศรุต เจริญธรรม

ผู้วิจัย

.....  
พันธภัทร์ เสวตภาณุวงศ์,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

.....  
รองศาสตราจารย์อรณพ ต้นละมัย, Ph.D.

คณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

.....  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา รุ่งเรือง,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

## กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก ดร.พันธภัทร เสวตภาณุวงศ์ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ที่กรุณาให้คำปรึกษาและคำแนะนำตลอดจนการแก้ไขปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นระหว่างดำเนินงาน เสนอข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ รวมทั้งได้ตรวจสอบแก้ไขสารนิพนธ์ฉบับนี้ รวมทั้งคณาจารย์ที่วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดลทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ทางทฤษฎี และถ่ายทอดประสบการณ์ในทางปฏิบัติ จนทำให้ผู้เขียนได้มีความรู้ ความเข้าใจมากยิ่งขึ้น และขอขอบคุณคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ที่ให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะจนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จเรียบร้อยโดยสมบูรณ์

ขอขอบคุณคุณวรวิทย์ หวังชื่นชม สำหรับข้อเสนอแนะและความช่วยเหลือในทุกๆด้านของการทำวิจัย นอกจากนี้ขอขอบคุณคุณชญชชกร อุดมไชยยศ และเพื่อนๆ BM รุ่น 17C ทุกคนที่เป็นกำลังใจและให้ความช่วยเหลือในการทำสารนิพนธ์เรื่องนี้

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณบิดา มารดา และครอบครัว ซึ่งเปิดโอกาสให้ได้รับการศึกษาเล่าเรียน ตลอดจนคอยช่วยเหลือ และให้กำลังใจผู้วิจัยเสมอมาจนสำเร็จการศึกษา

ศรุติ เจริญธรรม

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูปภาพ	ณ
<b>บทที่ 1</b>	<b>1</b>
<b>บทนำ</b>	
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์	2
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย	3
<b>บทที่ 2</b>	<b>4</b>
<b>ทบทวนวรรณกรรม</b>	
2.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอาหารคลีน	4
2.1.1 ความหมายของอาหารคลีน	4
2.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารคลีนที่ควรทราบ	5
2.1.3 ประโยชน์ของอาหารคลีน	6
2.2 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	6
2.2.1 ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน	6
2.2.2 พฤติกรรมไม่วางแผน	8
2.2.3 อุปสงค์และอุปทาน	9
2.2.4 การวิเคราะห์คุณค่าลูกค้า	10
<b>บทที่ 3</b>	<b>11</b>
<b>ระเบียบวิธีวิจัย</b>	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	11
3.2 เครื่องมือวิจัย	12
3.3 การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	13
3.4 การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	13

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
	3.5 การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
	3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล
	3.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
<b>บทที่ 4</b>	<b>ผลการศึกษา</b>
	4.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์
	4.2 ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารคลีน
	4.3 พฤติกรรมการวางแผนและพฤติกรรมไม่วางแผน
	4.4 ช่องทางการจัดจำหน่ายและการบริโภคอาหารคลีน
	4.5 พฤติกรรมของผู้บริโภคอาหารคลีน
	4.6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย
<b>บทที่ 5</b>	<b>สรุป อภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ</b>
	5.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง
	5.2 พฤติกรรมของผู้บริโภคอาหารคลีน
	5.3 การทดสอบสมมติฐานงานวิจัย
	5.4 ลักษณะกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการวางแผน
	5.5 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการวางแผนและไม่วางแผน กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนของกลุ่มตัวอย่างที่มีการวางแผน
	5.6 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย
	5.7 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>63</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>65</b>
	ภาคผนวก ก : แบบสำรวจการวิจัย “การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการ บริโภคอาหารคลีนทั้งแบบวางแผนและไม่วางแผน”
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>71</b>

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	16
4.2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	17
4.3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	17
4.4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	18
4.5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้	18
4.6 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ	19
4.7 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารคลีน	20
4.8 พฤติกรรมการวางแผนและพฤติกรรมไม่วางแผนของกลุ่มตัวอย่าง	21
4.9 ความรู้สึกรู้สึกของผู้บริโภคในการหาแหล่งจัดจำหน่ายอาหารคลีน	24
4.10 กลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อและไม่เคยซื้ออาหารคลีนจากห้างสรรพสินค้า	24
4.11 กลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อและไม่เคยซื้ออาหารคลีนจากร้านค้าทั่วไป	25
4.12 กลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อและไม่เคยซื้ออาหารคลีนจากอินสตาแกรมหรือเฟสบุ๊ก	25
4.13 กลุ่มตัวอย่างที่เคยและไม่เคยทำอาหารคลีนรับประทานเอง	26
4.14 พฤติกรรมการรับประทานอาหารคลีนครั้งล่าสุด	26
4.15 ความถี่ในการบริโภคอาหารคลีน	27
4.16 ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้ง	27
4.17 การทดสอบพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	29
4.18 การทดสอบความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	29
4.19 การทดสอบค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	30
4.20 การทดสอบพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	31
4.21 การทดสอบความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	32



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.22 การทดสอบค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	32
4.23 การทดสอบพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	33
4.24 การทดสอบความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	34
4.25 การทดสอบค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	35
4.26 การทดสอบพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ	36
4.27 การทดสอบความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	36
4.28 การทดสอบค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ	37
4.29 การทดสอบพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้	38
4.30 การทดสอบความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้	39
4.31 การทดสอบค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้	39
4.32 การทดสอบพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพ	40
4.33 การทดสอบความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ	41
4.34 การทดสอบค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพ	42
4.35 การทดสอบพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารคลีน	43

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.36 การทดสอบความถี่ในการบริโภครักษาโรคของกรุปตัวอย่าง แสดงความรู้เกี่ยวกับการบริโภครักษาโรค	44
4.37 การทดสอบค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งของกรุปตัวอย่าง จำแนกตามความรู้เกี่ยวกับการบริโภครักษาโรค	45
4.38 การทดสอบพฤติกรรมกรบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดของกรุปตัวอย่าง จำแนกตามการหาแหล่งจัดจำหน่ายอาหารคลีน	46
4.39 การทดสอบความถี่ในการบริโภครักษาโรคของกรุปตัวอย่าง จำแนกตามการหาแหล่งจัดจำหน่ายอาหารคลีน	47
4.40 การทดสอบค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งของกรุปตัวอย่าง จำแนกตามการหาแหล่งจัดจำหน่ายอาหารคลีน	47
4.41 การแบ่งกรุปผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 3 กรุป	49
4.42 คุณลักษณะ/ข้อมูลทั่วไป ของกรุปตัวอย่าง (กรุปที่มีพฤติกรรมกรวางแผน)	50
4.43 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรวางแผนและไม่วางแผน กับพฤติกรรมกรบริโภคอาหารคลีน (กรบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุด)	51
4.44 ค่า Coefficients ระหว่างพฤติกรรมกรวางแผนและไม่วางแผนกับพฤติกรรม กรบริโภคอาหารคลีน (กรบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุด)	52
4.45 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรวางแผนและไม่วางแผน กับพฤติกรรมกรบริโภคอาหารคลีน (ความถี่ในการบริโภคอาหารคลีน)	53
4.46 ค่า Coefficients ระหว่างพฤติกรรมกรวางแผนและไม่วางแผนกับพฤติกรรม กรบริโภคอาหารคลีน (ความถี่ในการบริโภคอาหารคลีน)	54
4.47 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรวางแผนและไม่วางแผน กับพฤติกรรมกรบริโภคอาหารคลีน (ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารคลีนต่อครั้ง)	55
4.48 ค่า Coefficients ระหว่างพฤติกรรมกรวางแผนและไม่วางแผน กับพฤติกรรมกรบริโภคอาหารคลีน (ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารคลีนต่อครั้ง)	56



## สารบัญภาพ

ภาพ

หน้า

1.1 กรอบแนวคิดในการดำเนินการวิจัย

3



การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนทั้งแบบวางแผนและไม่วางแผน  
 THE STUDY OF FACTORS AFFECTING TO PLANNED AND UNPLANNED  
 CLEAN FOOD CONSUMPTION BEHAVIOR

ศรุตติ เจริญธรรม 5750376

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : พันธุ์ภัทร์ เสวตภาณุวงศ์, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัฒนภา  
 ปิติสันต์, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา รุ่งเรือง, Ph.D.,

### บทคัดย่อ

กระแสบริโภคอาหารคลีน เป็นหนึ่งในกระแสการดูแลสุขภาพที่ได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน การวิจัยเชิงปริมาณนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับความรู้เกี่ยวกับอาหารคลีนของผู้บริโภค 2) พฤติกรรมของผู้บริโภคในการรับประทานอาหารคลีน และ 3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารคลีน ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือประชาชนทั่วไป ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร และเขตบริโภคนครอาหารคลีน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 140 ซึ่งเป็นการวัดผลจากกลุ่มตัวอย่างเพียงช่วงเวลาใดช่วงเวลาหนึ่ง (Cross Sectional Study) โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การจัดกลุ่ม (Clustering) การทดสอบความเป็นอิสระต่อกันของสองตัวแปร (Chi-square test) และการวิเคราะห์การถดถอย (Linear Regression)

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 140 คนเป็นเพศหญิงร้อยละ 70 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปีคิดเป็นร้อยละ 62 การศึกษาระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 61 ส่วนมากทำอาชีพในบริษัทเอกชนคิดเป็นร้อยละ 74 มีเงินเดือนอยู่ในช่วง 15,000 – 30,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 45.7 และร้อยละ 77 มีสถานภาพโสด สำหรับระดับความรู้เกี่ยวกับอาหารคลีนของกลุ่มตัวอย่างพบว่ามีความรู้เกี่ยวกับอาหารคลีนในระดับดีมากถึงร้อยละ 78.6 หลังจากการจัดกลุ่ม พบกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการวางแผนทั้งสิ้นจำนวน 39 คน ซึ่งร้อยละ 74.2 เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปีคิดเป็นร้อยละ 67.7 มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 67.7 ส่วนมากทำอาชีพในบริษัทเอกชนคิดเป็นร้อยละ 67.7 มีเงินเดือนอยู่ในช่วง 15,000 – 30,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 38.7 และร้อยละ 80.6 มีสถานภาพโสด ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการวางแผน จะมีลักษณะที่แตกต่างจากกลุ่มอื่นๆอย่างชัดเจน คือ การบริโภคอาหารคลีนมีการวางแผนมาแล้วอย่างดีโดยไม่ได้มีปัญหาเกี่ยวกับน้ำหนัก ไม่ได้รับประทานอาหารคลีนเพราะคนรอบข้างหรือสิ่งกระตุ้นรอบตัวต่างๆ และมักไม่ค่อยให้คำแนะนำหรือเชิญชวนผู้อื่นมาร่วมรับประทานคลีน นอกจากนั้นพบว่ากลุ่มนี้ส่วนมากมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุด คือเมื่อวาน ความถี่ในการบริโภคอาหารคลีน คือ สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง และมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานคลีนต่อครั้งอยู่ที่ 50-100 บาท สำหรับผลการศึกษาวเคราะห์ความถดถอย ระหว่างพฤติกรรมการวางแผนและไม่วางแผน (ตัวแปรอิสระ) กับ พฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีน(ตัวแปรตาม) ทั้ง 3 พฤติกรรม คือ การบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุด ความถี่ในการบริโภคอาหารคลีน และค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารคลีนพบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.93, 0.94 และ 0.70 ตามลำดับที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 แสดงว่าพฤติกรรมการวางแผนและไม่วางแผนมีความสัมพันธ์กับ ความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนมากที่สุดใกล้เคียงกับการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุด และมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด

คำสำคัญ : อาหารคลีน/พฤติกรรมการบริโภค/วางแผน/ไม่วางแผน

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญ

ในปัจจุบันกระแสนิยมการรักสุขภาพกำลังเป็นที่นิยมของบุคคลในหลายพื้นที่และหลายกลุ่มช่วงอายุ ทั้งการออกกำลังกายและการรับประทานอาหารที่เหมาะสม หรือที่เรียกว่าอาหารคลีน (Clean Food) ที่หลายคนรู้จักและเรียกกันจนติดปาก

อาหารคลีน (Clean Food) คืออาหารที่ผ่านขั้นตอนการปรุงแต่งน้อยที่สุด ซึ่งยังคงลักษณะใกล้เคียงธรรมชาติมากที่สุดและไม่บั่นทอนสุขภาพของคนที่เป็นโรค นอกจากนี้ยังได้รับประโยชน์จากสารอาหารอย่างครบถ้วน คุณสง่า ดามาพงษ์ (2557) ผู้เชี่ยวชาญด้านโภชนาการอธิบายว่าอาหารคลีนมีความหมาย 2 นัย คือเป็นอาหารที่ไม่ปนเปื้อน และเป็นอาหารที่ถูกหลักโภชนาการ โดยการปนเปื้อนของอาหารอาจเกิดการปนเปื้อนจากเชื้อโรค พยาธิ และสารเคมี โดยทั่วไปอาหารคลีนมีคุณสมบัติที่สำคัญ คือปรุงแต่งจากธรรมชาติ รสไม่จัด มีหมู่อาหารครบ 5 หมู่ สะอาดปลอดภัยปราศจากการปนเปื้อน และเป็นอาหารของคนที่อยู่ในพื้นที่นั้นๆ นอกจากนี้ยังพบว่าอาหารคลีนยังมีสรรพคุณที่ดีสำหรับคนที่อ้วน คนที่มีน้ำหนักและไขมันมาก เพราะอาหารคลีนส่วนใหญ่จะผลิตมาจากธรรมชาติ ไม่ผ่านการปรุงแต่งสังเคราะห์ หรือหากจะมีการปรุงแต่งก็มีการปรุงแต่งที่น้อยถึงน้อยที่สุด ซึ่งจะมีผลดีต่อคนที่ต้องการลดน้ำหนัก ลดความอ้วน ลดไขมัน และคนที่ใส่ใจกับสุขภาพของตนเอง เชื่อกันว่าอาหารคลีนนอกจากจะช่วยควบคุมน้ำหนักแล้วยังอาจป้องกันโรคไม่ให้ติดต่อเรื้อรังได้ เพราะเป็นอาหารที่ไม่ผ่านกระบวนการปรุงแต่งด้วยพลังงานสูงไม่ว่าจะเป็นน้ำมันและน้ำตาล ที่สำคัญปรุงด้วยผัก ซึ่งมีไฟเบอร์ มีใยอาหารไปดูดซับเอาไขมันส่วนหนึ่งที่ติดไปกับอาหารที่เรากินออกจากร่างกายไม่ดูดซึมเข้าสู่ร่างกายและการกินข้าวกล้องจะทำให้อิ่มและอยู่ได้นานจึงไม่กินจุกจิกส่วนมะเร็งก็สามารถป้องกันได้เพราะไม่มีสารกันบูด ไม่มีสารพิษที่ไปก่อมะเร็ง เน้นการกินผักซึ่งในผักและผลไม้ไม่มีสารต่อต้านอนุมูลอิสระหรือที่เรียกว่า สารต่อต้านมะเร็ง จึงลดภาวะความเสี่ยงต่อการเกิดมะเร็งได้

กระแสการบริโภคอาหารคลีน จึงเป็นหนึ่งในกระแสการดูแลสุขภาพที่ได้รับความนิยมสูงมากในปัจจุบัน ซึ่งพบว่าบางกลุ่มที่บริโภคอาหารคลีนอาจมีการวางแผนอย่างเป็นขั้นเป็นตอนหรือเรียกว่าการบริโภคอาหารคลีนแบบมีการวางแผน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการดูแลสุขภาพ

เช่น ป้องกันการเกิดโรคต่างๆ หรือการควบคุมน้ำหนัก แต่สำหรับบางกลุ่มการบริโภคอาหารคลีน อาจเป็นเพียงการทำตามกระแสเพียงชั่วระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น โดยไม่ได้มีจุดประสงค์เช่นเดียวกับ กลุ่มคนกลุ่มแรกหรือเรียกว่าการบริโภคอาหารคลีนแบบไม่วางแผน การวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนทั้งแบบวางแผนและไม่วางแผน

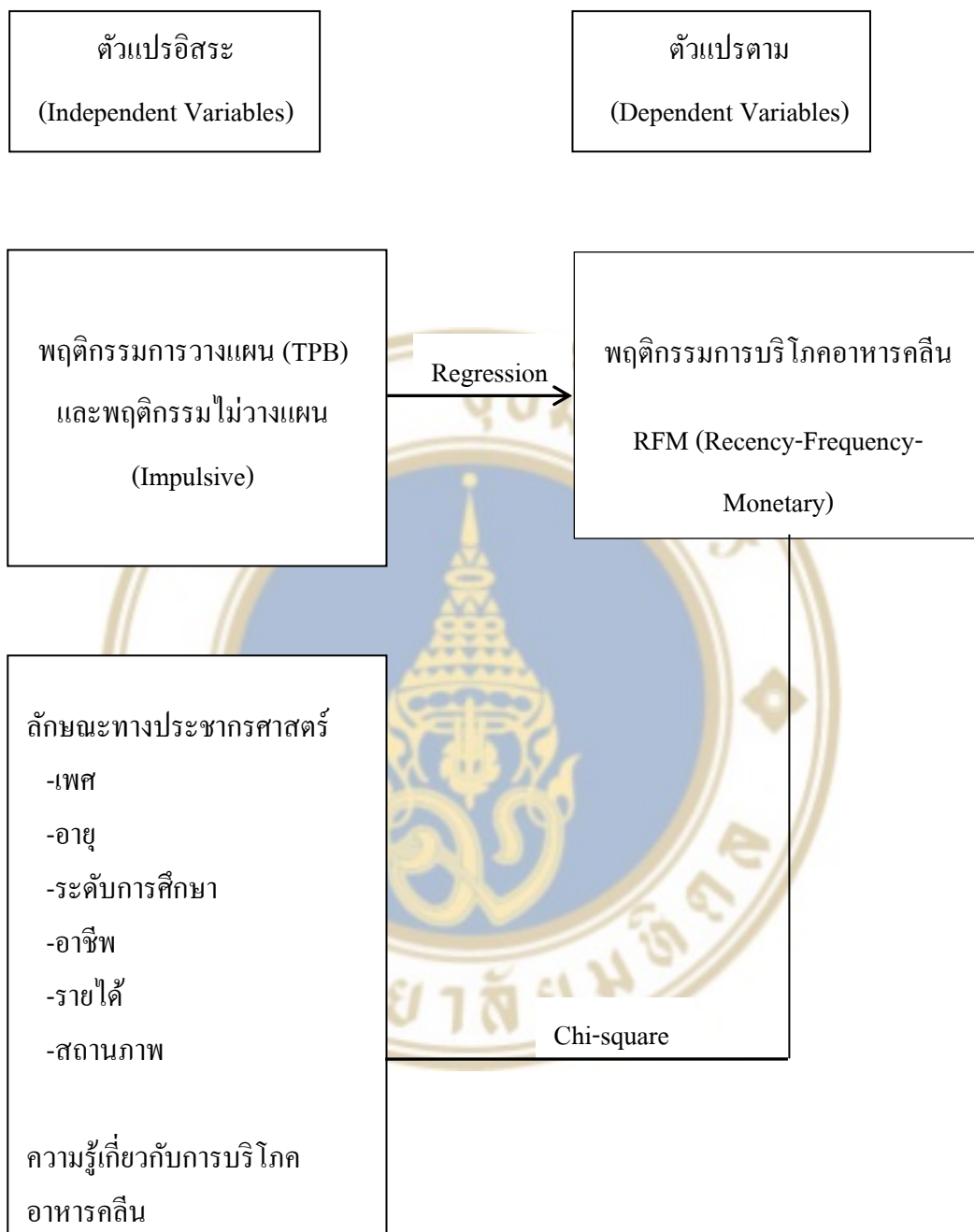
## 1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความรู้เกี่ยวกับอาหารคลีนของผู้บริโภค
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการรับประทานอาหารคลีน
3. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารคลีน

## 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. นำผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผนเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการดูแลสุขภาพในเรื่อง การบริโภคอาหารคลีน
2. เป็นแนวทางจัดทำโครงการส่งเสริมพฤติกรรมการบริโภคที่เหมาะสม
3. เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องในการวางแผนดำเนินงาน หรือปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินงานเกี่ยวกับโครงการส่งเสริมพฤติกรรมการบริโภค ที่เหมาะสม
4. นำผลวิจัยที่ได้ไปเป็นแนวทางศึกษาวิจัยประเด็นอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับชุมชนรวมทั้ง การตลาดเกี่ยวกับการจำหน่ายอาหารคลีน

#### 1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการดำเนินการวิจัย

## บทที่ 2

### ทบทวนวรรณกรรม

#### 2.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอาหารคลีน

##### 2.1.1 ความหมายของอาหารคลีน

อาหารคลีน มีความหมายอยู่ 2 นัยยะ คือ นัยยะแรกหมายถึง “อาหารที่ไม่ปนเปื้อน” หมายถึง กินเข้าไปแล้ว มีประโยชน์และไม่เป็นพิษต่อร่างกาย ซึ่งการปนเปื้อนก็มีอยู่ 3 ทางด้วยกัน คือ “ปนเปื้อนเชื้อโรค” มีเชื้อจุลินทรีย์เข้าไปปะปนในอาหาร ไม่ว่าจะเป็อาหารที่ไม่สุก อาหารที่ค้างคืน มีแมลงวันตอม ปรงไม่สะอาด ก็นำมาซึ่งอาการท้องเดินได้ ต่อมา “ปนเปื้อนจากพยาธิ” เช่น การกินอาหารที่สุกๆ ดิบๆ การกินอาหารที่ไม่ระมัดระวังเรื่องความสะอาดก็มีการปนเปื้อนพยาธิได้ และสุดท้าย “ปนเปื้อนสารเคมี” เช่น กินผักที่ไม่ได้ล้างหรือล้างไม่สะอาด มียาฆ่าแมลงปะปนอยู่ อาหารที่ใส่สีแต่ไม่ใช่สีผสมอาหาร

ส่วนนัยยะที่สอง คือ "อาหารที่ถูกหลักโภชนาการ" ยกตัวอย่างง่ายๆว่า การตั้งคำถามว่า เราจะกินอาหารอย่างไรให้ครบ 5 หมู่ และต้องกินให้ได้สัดส่วน ปริมาณที่เพียงพอไม่มากเกินไป จนเกินไป รวมถึงมีความหลากหลาย เลี่ยงอาหารหวานจัด เค็มจัด มันจัด สุดท้ายกินผักผลไม้ให้มาก ซึ่งทั้งหมดทั้งปวงคือการกินอาหารให้ถูกหลักโภชนาการ ในแบบที่ตรงกับคำว่าคลีนฟู๊ด เพราะฉะนั้นคำว่าคลีนฟู๊ดก็คือ คำว่า อาหารปลอดภัยไม่ปนเปื้อน อาหารถูกหลักโภชนาการนั่นเอง” (สง่า ดามาพงษ์, 2557)

อาหารคลีน (Clean Food) หมายถึง อาหารที่เน้นธรรมชาติของอาหารชนิดนั้นๆ โดยผ่านกระบวนการปรุงแต่งและการแปรรูปเพียงน้อยนิด เป็นอาหารที่ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่ มีประโยชน์ต่อร่างกาย ไม่เสริม หรือคัดแปลงผ่านกรรมวิธีอะไรที่มากมาย อีกทั้งต้องสดสะอาด ไม่ใส่สารกันบูด ไม่เค็มหรือหวานจัด ตัวอย่างเช่น หากเป็นผลไม้ก็จะรับประทานแบบผลสดไม่นำไปดอง หรือแช่แข็งหรือหากเป็นเนื้อสัตว์ก็ต้องเป็นเนื้อสัตว์ที่ไม่ติดมัน ขาหมู คากิ คัดออกไปได้เลย เป็นต้น ซึ่งอาหารคลีนนั้นอาจจะมิรศชาติที่ไม่ได้จัดจ้านแบบอาหารปกติสักเท่าไร แต่ก็ไม่ได้จืดชืดจนรับประทานไม่ได้เลย การรับประทานคลีนนั้นไม่จำเป็นต้องบริโภคผักหรือผลไม้เพียงเดียว แต่ต้อง



รับประทานให้ครบทั้ง 5 หมู่ในปริมาณที่พอเหมาะพอดีกับที่ร่างกายต้องการด้วย ซึ่งส่วนนี้เองที่มีส่วนแตกต่างจากการรับประทานมังสวิรัตินั้นโดยปริยาย (สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (สวรส.), 2557)

อาหารคลีน (Clean Food) เป็นศัพท์ที่ถูกจำกัดความเพื่อให้ง่ายต่อความเข้าใจว่า

- อาหารที่ไม่ปนเปื้อนจากสิ่งสกปรกและเชื้อโรคต่างๆ หรือปนเปื้อนจากการปรุงแต่ง
- อีกนัยหนึ่งก็คือ อาหารที่สะอาดและผ่านกระบวนการปรุงแต่งน้อยที่สุด (ฉัตรอรุณาลัย, 2557)

จากความหมายอาหารคลีนข้างต้น สรุปได้ว่า อาหารคลีน หมายถึง อาหารที่คงธรรมชาติของอาหารชนิดนั้นๆ ไว้ให้ได้มากที่สุด เป็นอาหารที่ผ่านการปรุงแต่งและแปรรูปเพียงเล็กน้อย อีกทั้งต้องเป็นอาหารที่สะอาดปลอดภัยจากสารปนเปื้อนกินเข้าไปแล้ว มีประโยชน์ ไม่เป็นพิษต่อร่างกาย และถูกหลักโภชนาการ

### 2.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารคลีนที่ควรทราบ

ก่อนจะรับประทานอาหารคลีนผู้บริโภคควรมีความรู้เกี่ยวกับอาหารคลีน ดังนี้ (ฉัตรอรุณาลัย, 2557)

- แบบไหนกันแน่ที่เรียกว่าอาหารคลีน

อาหารคลีนส่วนใหญ่จะผ่านการขัดสีและแปรรูปให้น้อยที่สุด เช่น เลือกข้าวกล้องแทนข้าวขาว ผักผลไม้สดแทนผลไม้กระป๋อง และอาหารที่ปรุงแต่งให้น้อยที่สุด คงความเป็นธรรมชาติของอาหารให้มากที่สุด เช่น ไม่ปรุงน้ำตาล น้ำปลา จนทำให้รสชาติผิดไปจากเดิมมากเกินไป

- กินคลีนแล้วลดน้ำหนักได้จริงไหม

ต้องทำความเข้าใจก่อนว่า การควบคุมน้ำหนักจะมี 2 ส่วน คืออาหาร 70% และการออกกำลังกาย 30% แปลว่าอาหารมีส่วนสำคัญมากในการควบคุมน้ำหนัก ปกติเรามักจะกินอาหารขยะหรืออาหารสำเร็จรูปอย่างน้อย 1 มื้อต่อวันอยู่แล้ว อาหารเหล่านี้มักให้พลังงานที่สูงกว่าอาหารคลีนในปริมาณที่เท่ากัน เนื่องจากมีแป้งขัดสี ไขมัน และเครื่องปรุง โดยเฉพาะน้ำตาลเป็นจำนวนมาก ยกตัวอย่างง่าย ๆ ใส้กรอกกรมควัน 1 ชิ้น มีไขมันอิ่มตัวประมาณ 42% ซึ่งสูงมาก ในขณะที่อาหารคลีนจะให้พลังงานน้อยกว่า และเราจะอ้วนเพราะไฟเบอร์ที่มีอยู่ในอาหารไม่ขัดสี แทนที่จะอ้วนด้วยคาร์โบไฮเดรตและไขมัน ดังนั้นการกินคลีนแบบเหมาะสม ก็ช่วยในเรื่องการควบคุมน้ำหนักได้

- คนเราจำเป็นต้องกินคลีนแค่ไหน

ก็อาจจะไม่ได้ถึงขนาดว่าจำเป็นต้องกิน คือบางครั้งเราไม่สะดวกในการซื้ออาหารคลีน แต่ถ้ามีโอกาสเมื่อไร ก็กินเถอะค่ะ เพื่อหลีกเลี่ยงการปนเปื้อนต่างๆ ที่ไม่เป็นผลดีต่อสุขภาพ ที่สำคัญ

ที่สุดคือ ในแต่ละวัน ต้องรับประทานอาหารที่สะอาดในปริมาณที่เหมาะสมและครบ 5 หมู่ กินคลีนเท่าที่สะดวก และไม่เดือดร้อนกับการดำรงชีวิตประจำวันของเรา

### 2.1.3 ประโยชน์ของอาหารคลีน

อาหารคลีนมีประโยชน์ ดังนี้ ( ซิกน่าออนไลน์ , 2557)

- การมีรูปร่างดี

การเลือกกินไขมันดีและคาร์โบไฮเดรตในปริมาณที่เหมาะสมและกินผักผลไม้จะช่วยลดพุงและไขมันส่วนเกินตามต้นแขนต้นขาได้ดี

- ชะลอวัย “ลดเลือน ริ้วรอย และอาการเสื่อมสภาพ”

ช่วยต้านอนุมูลอิสระ ลดปัญหาร่างกายเสื่อมสภาพก่อนวัยอันควร รวมถึงกระตุ้นการสร้างคอลลาเจนและช่วยในการขับถ่าย ทำให้ผิวสวยหน้าใส

การกินคลีนไม่จำเป็นต้องเป็นอาหารที่ราคาแพง แต่เน้นเรื่องความสด สะอาด และคุณค่าจากสารอาหารที่ผ่านการปรุงแต่งแต่น้อยเป็นหัวใจสำคัญ โดยอาจจะค่อยๆ เริ่มทีละเล็กละน้อยก่อนจะเพิ่มมากขึ้นๆ แบบค่อยเป็นค่อยไปไม่ต้องกดดันมาก เพราะการกินคลีนนั้นสามารถเลือกอาหารที่เราชอบมากินได้หมด และยังคัดแปลงได้ตามใจเรา กินให้มีความสุขจะดีกว่ากินแบบความรู้สึกที่โศกนังคับ

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

### 2.2.1 ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ( Theory of Planned Behavior : TPB)

แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) นำเสนอโดย Ajzen มีการพัฒนาตั้งแต่ ปี 1985 เป็นทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคม (Social psychology) ที่พัฒนามาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action) ของ Ajzen และ Fishbein (1975) ทฤษฎีนี้ อธิบายว่า การแสดงพฤติกรรมของมนุษย์จะเกิดจากการชี้แนะโดยความเชื่อ 3 ประการ ได้แก่ ความเชื่อเกี่ยวกับพฤติกรรม (Behavioral beliefs) ความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง (Normative beliefs) และ ความเชื่อเกี่ยวกับความสามารถในการควบคุม (Control beliefs) ซึ่งความเชื่อแต่ละตัวจะส่งผลต่อตัวแปรต่างๆ (Ajzen, 1991)

## สาระพื้นฐานของทฤษฎี

1. พฤติกรรม (Behavior หรือ B) ส่วนมากของบุคคลอยู่ภายใต้การควบคุมของเจตนาเชิงพฤติกรรม (Behavioral Intention หรือ I) หรือเรียกสั้นๆ ว่า เจตนาเชิงพฤติกรรม (I) ของเขาที่จะทำหรือไม่ทำพฤติกรรมนั้นๆ

2. เจตนาเชิงพฤติกรรม (Behavioral Intention หรือ I) ได้รับอิทธิพลจากตัวกำหนด 3 ตัว คือ เจตคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward the Behavior หรือ AB) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm หรือ SN) และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control หรือ PBC)

- เจตคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward the Behavior หรือ AB) เป็นการประเมินทางบวกหรือลบต่อการกระทำนั้นๆ จัดได้ว่า เจตคติต่อพฤติกรรม (AB) เป็นปัจจัยส่วนบุคคล(Personal Factors)ถ้าบุคคลมีความเชื่อว่าการทำพฤติกรรมใดแล้วจะได้รับผลทางบวก ก็จะมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติที่ดีต่อพฤติกรรมนั้น ในทางตรงข้าม หากมีความเชื่อว่าการทำพฤติกรรมนั้นแล้วจะได้รับผลในทางลบ ก็จะมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อพฤติกรรมนั้น (Attitude toward the behavior) และเมื่อมีทัศนคติทางบวกก็จะเกิดเจตนาหรือตั้งใจ (Intention) ที่จะแสดงพฤติกรรมนั้น
- การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm หรือ SN) เป็นการรับรู้ของบุคคลว่าคนอื่น ๆ ที่มีความสำคัญสำหรับเขาต้องการหรือไม่ต้องการให้เขาทำพฤติกรรมนั้นๆ ถ้าบุคคลได้รับรู้ว่าคนที่มีความสำคัญต่อเขาได้ทำพฤติกรรมนั้น หรือต้องการให้เขาทำพฤติกรรมนั้น ก็จะมีแนวโน้มที่จะคล้อยตามและทำตามด้วย
- การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม(Perceived Behavioral Control หรือ PBC) เป็นการรับรู้ของบุคคลว่า เป็นการยากหรือง่ายที่จะทำพฤติกรรมนั้นๆ ถ้าบุคคลเชื่อว่า มีความสามารถที่จะกระทำพฤติกรรมในสภาพการณ์นั้นได้ และสามารถควบคุมให้เกิดผลดังตั้งใจ เขาก็มีแนวโน้มที่จะทำพฤติกรรมนั้น (สุวรรณา วิริยะประยูร , 2548)

บทบาทความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม ทฤษฎีนี้จำแนกความเชื่อเป็น 3 ประการ คือ

1. ความเชื่อเกี่ยวกับผลกระทบของการกระทำ (Behavioral Beliefs) ซึ่งมีอิทธิพลต่อเจตคติต่อพฤติกรรมเป็นความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับผลของการกระทำ หากบุคคลมีความเชื่อว่าการทำพฤติกรรมนั้นจะนำไปสู่ผลกระทบทางบวก เขาก็จะมีเจตคติที่ดีต่อพฤติกรรมนั้นขณะที่บุคคลซึ่งเชื่อว่าการทำพฤติกรรมนั้นจะนำไปสู่ผลกระทบทางลบ เขาก็จะมีเจตคติที่ไม่ดีต่อพฤติกรรมนั้น

2. ความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง (Normative Beliefs) ซึ่งเป็นตัวกำหนดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงเป็นความเชื่อที่ว่าบุคคลหรือกลุ่มคนเฉพาะคิดว่าเขาควรหรือไม่ควรทำพฤติกรรมนั้น บุคคลก็มีแนวโน้มที่จะทำพฤติกรรมนั้น ในทางตรงข้าม หากบุคคลเชื่อว่าคนอื่นที่มีความสำคัญสำหรับเขาคิดว่าเขาไม่ควรทำพฤติกรรมนั้น เขาก็มีแนวโน้มที่จะไม่ทำพฤติกรรมนั้น
3. ความเชื่อเกี่ยวกับปัจจัยควบคุม (Control Beliefs) ซึ่งเป็นพื้นฐานของการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมเป็นความเชื่อเกี่ยวกับการมีหรือไม่มีทรัพยากร

### 2.2.2 พฤติกรรมไม่วางแผน (Impulsive)

นักวิชาการด้านพฤติกรรมผู้บริโภคมองว่าพฤติกรรมการซื้อโดยขาดการไตร่ตรอง (Impulsive buying) เป็นปรากฏการณ์ทางพฤติกรรมศาสตร์อย่างหนึ่ง ซึ่ง Piron (1991) ได้สังเคราะห์และให้ข้อสรุปเกี่ยวกับนิยามของการบริโภคลักษณะนี้อย่างน่าสนใจ

การซื้อโดยขาดการไตร่ตรองแต่เดิม หมายถึงการซื้อที่ไม่ได้มีการวางแผน หรือคิดไว้ล่วงหน้า (Unplanned purchase) เป็นการซื้อที่เมื่อผู้บริโภคเห็นแล้วเกิดความต้องการอย่างฉับพลัน และตัดสินใจซื้อทันที (DuPont Studies, 1945, 1949, 1954, 1959, 1965; West, 1951) ซึ่งคำนิยามนี้สะท้อนให้เห็นว่าการตัดสินใจซื้อนั้นๆ กระทำด้วยความรวดเร็ว ซึ่งอาจเนื่องจากการขาดพิจารณา หรือเป็นเพราะมีข้อมูลมากเพียงพออยู่แล้ว หรือเป็นการใช้ประโยชน์จากข้อมูลที่ผู้ขายในตลาดให้ไว้มากอยู่แล้วช่วยในการตัดสินใจ ซึ่งจะเป็นว่าการอธิบายเช่นนี้ให้เหตุผลไปทั้งเชิงบวกและเชิงลบสำหรับ Clover (1950) อธิบายสาเหตุของการตัดสินใจซื้อเช่นนี้ในเชิงบวก กล่าวคือผู้ซื้อ มีลักษณะเป็นผู้บริโภคอัจฉริยะ (Intelligent buyers) (Nesbitt, 1959) ซึ่งมีข้อมูลหรือใช้ประโยชน์จากข้อมูลของผู้ขายอย่างเต็มที่โดยไม่ต้องเสียเวลามากนัก ประหยัดเวลาในการหาข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อ ซึ่งในแง่นี้ การแปล “Impulsive buying” เป็นภาษาไทยว่า “การซื้อโดยไม่ต้องการไตร่ตรอง” จะตรงความหมายและเป็นไปในเชิงบวกมากกว่า

อย่างไรก็ตาม ระยะเวลาความหมายของคำว่า “Impulsive buying” เป็นไปในเชิงลบมากขึ้น โดยสะท้อนให้เห็นว่าการตัดสินใจซื้อลักษณะนี้เป็นการซื้อที่ไม่รอบคอบ ขาดการไตร่ตรอง อาจนำไปสู่การซื้อของที่ไม่ได้คุณภาพ ผิดประเภท นำไปใช้ประโยชน์ได้ไม่เต็มที่ หรือกระทั่งไม่ได้นำไปใช้เลย ทำให้เกิดการสูญเสีย ทั้งนี้เป็นเพราะผู้ซื้อสัมผัสกับสิ่งเร้าทางการตลาด (Marketing stimuli) จากผู้ขาย โดยใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดต่าง ๆ (Bristol, Mangleburg and Tamara, 2005)

สิ่งเร้าทางการตลาดเหล่านี้อาจได้แก่ ตัวผลิตภัณฑ์เอง โปสเตอร์โฆษณาสรรพคุณ การเห็นคนอื่นใช้และคิดว่าเหมาะกับตนเองตำแหน่งจัดวาง และการตั้งแต่งสินค้าในที่จำหน่าย ฯลฯ ซึ่งในประเด็นนี้จะเห็นว่าสิ่งเร้าเหล่านี้เป็นปัจจัยภายนอกที่ผู้บริโภคได้รับ อย่างไรก็ตาม Hirschman



(1982) ได้ขยายขอบเขตของสิ่งเร้าให้รวมถึงสิ่งเร้าที่เกิดจากภายในตัวผู้บริโภครเอง (Autistic stimuli) เช่น การเปลี่ยนใจอย่างฉับพลัน หรือการเกิดความคิดใหม่ ๆ โดยทันที ทำให้ต้องมีการซื้อสินค้าที่ไม่เคยได้คาดคิดมาก่อน

โดยสรุปแล้ว ลักษณะการซื้อโดยขาดการไตร่ตรองลักษณะสำคัญ 3 ประการ ได้แก่

1. เป็นการซื้อที่ไม่ได้วางแผนไว้ล่วงหน้า
2. ได้รับสิ่งเร้าจากภายใน และ/หรือ ภายนอก
3. เป็นการตัดสินใจ ณ เวลานั้น (On-spot)

### 2.2.3 อุปสงค์และอุปทาน(Demand & Supply)

อุปสงค์ (Demand) หมายถึง ปริมาณสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่มีผู้ต้องการซื้อ ณ ราคาค่าต่าง ๆ ของสินค้านั้นภายในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยสมมติให้ปัจจัยอื่นๆ ที่กำหนดอุปสงค์คงที่ ความต้องการในที่นี่ต้องมีอำนาจซื้อ (purchasing power หรือ ability to pay) ด้วย ถ้าบุคคลใดบุคคลหนึ่งมีแต่ความต้องการในตัวสินค้าโดยไม่มีเงินที่จะจ่ายซื้อ เราเรียกความต้องการลักษณะนั้นว่า “ความต้องการ (want)” ไม่ใช่ “อุปสงค์ (demand)” ดังนั้น องค์ประกอบของอุปสงค์จะประกอบด้วยความต้องการและอำนาจซื้อ

อุปทาน (Supply) หมายถึง ปริมาณสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้ผลิตเต็มใจนำออกเสนอขายในตลาดภายในระยะเวลาหนึ่ง ณ ราคาค่าต่าง ๆ กันของสินค้าและบริการนั้น โดยสมมติให้ปัจจัยอื่นๆ ที่กำหนดอุปทานคงที่

จากความหมายของอุปทาน จะเห็นได้ว่าอุปทานประกอบด้วย 2 ส่วนสำคัญ คือ

1. ความเต็มใจที่จะเสนอขายหรือให้บริการ (willingness) กล่าวคือ ณ ราคาค่าต่าง ๆ ที่ตลาดกำหนดมาให้ ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการมีความยินดีหรือเต็มใจที่จะเสนอขายสินค้าหรือให้บริการตามความต้องการซื้อของผู้บริโภค

2. ความสามารถในการจัดหาเสนอขายหรือให้บริการ (ability to sell) กล่าวคือ ผู้ผลิต หรือผู้ประกอบการจะต้องจัดหาให้มีสินค้าหรือบริการอย่างเพียงพอที่จะตอบสนองความต้องการซื้อของผู้บริโภค ณ ราคาค่าของตลาดในขณะนั้นๆ (สามารถเสนอขายหรือให้บริการได้) เมื่อกล่าวถึงคำว่า อุปทาน จะเป็นการมองทางด้านของผู้ผลิตซึ่งตรงข้ามกับอุปสงค์ที่เป็นการมองทางด้านของผู้บริโภค ในทางเศรษฐศาสตร์แล้ว ความสัมพันธ์ของราคาสินค้าที่มีต่ออุปทานของสินค้านั้นจะเป็นไปตามกฎของอุปทาน (Law of Supply)

### 2.2.4 การวิเคราะห์คุณค่าลูกค้า (RFM Analysis)

การวิเคราะห์คุณค่าลูกค้าโดยใช้ข้อมูลของลูกค้าในอดีตเพื่อประเมินและคาดการณ์ถึงพฤติกรรมลูกค้าและมูลค่าของลูกค้า ซึ่งมีปัจจัยหลักที่เกี่ยวข้อง 3 ปัจจัยคือ

- Recency คือ ระยะเวลาที่ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าเป็นครั้งสุดท้ายจนถึงปัจจุบัน
- Frequency คือ ความถี่ที่ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าในช่วงเวลาหนึ่ง
- Monetary คือ จำนวนเงินที่ลูกค้าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย

เพื่อให้รักษาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าที่มีคุณค่าต่อธุรกิจไว้ให้อยู่หมัดไม่เปลี่ยนใจ สร้างความจงรักภักดี การทำนายการคงอยู่หรือกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้า การศึกษาวิเคราะห์ตะกร้า (Market basket analysis) เพื่อให้ทราบว่าลูกค้าซื้ออะไรคู่กันจะได้จัดพื้นที่ (Space management) ให้เหมาะสมสอดคล้องกัน นอกจากนี้ยังสามารถวิเคราะห์เพื่อศึกษาการขยายข้ามประเภท หรือการขายเพิ่มเติมสำหรับการตลาดทางตรง (Direct sales) เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น





### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนทั้งแบบวางแผนและไม่วางแผน” นี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ที่ทำการวัดผลจากกลุ่มตัวอย่างเพียงช่วงเวลาใดช่วงเวลาหนึ่ง (Cross Sectional Study) โดยการใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตัวเอง (Self-Administered Questionnaire) และผลที่ได้รับจะถูกนำมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ โดยใช้โปรแกรมทางสถิติ ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการวิจัย (Research Methodology) ไว้ดังนี้

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือประชาชนทั่วไป ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร และเคยบริโภคอาหารคลีน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจึงเป็นประชาชนทั่วไป ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร และเคยบริโภคอาหารคลีน จำนวน 140 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้มาโดยการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยทางผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างทำ ซึ่งจำนวนของกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยได้ใช้สูตรกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรแน่นอน โดยให้สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำหนดจะสุ่มที่ร้อยละ 30 ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 90 จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 58 คน

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยจะสุ่ม

$$n = \frac{0.3(1-0.3)1.65^2}{0.1^2}$$

Z = ระดับความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้

e = ค่าความคาดเคลื่อนที่ยอมรับได้

### 3.2 เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะใช้เวลาประมาณ 5 นาทีในการทำแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามจะถูกแจกจ่ายไปยังกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ช่องทางไลน์และเฟซบุ๊กเป็นช่องทางหลัก

แบบสอบถามพัฒนาขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากการทบทวนวรรณกรรม โดยได้ทำการแบ่งแบบสอบถามเป็น 4 ส่วน ซึ่งรวมทั้งสิ้น 26 ข้อ ได้แก่

#### ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

เป็นแบบสอบถามที่ถามข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพซึ่งมีลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (Check list)

#### ส่วนที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารคลีน

ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ ใช่ ไม่ใช่ จำนวน 12 ข้อ โดยค่าคะแนนอยู่ระหว่าง 0 - 12 คะแนนแบ่งระดับความรู้เกี่ยวกับอาหารคลีนของกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 ระดับ โดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนคือ

ตอบถูกให้ 1 คะแนน

ตอบผิดให้ 0 คะแนน

โดยคะแนนที่ได้สามารถแบ่งตามเกณฑ์เป็น 3 ระดับคือ

คะแนน 0 - 4 คะแนนคือกลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับอาหารคลีนในระดับต่ำ

คะแนน 5 - 8 คะแนนคือกลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับอาหารคลีนในระดับปานกลาง

คะแนน 9 - 12 คะแนนคือกลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับอาหารคลีนในระดับดี

#### ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการวางแผน (TPB) และพฤติกรรมไม่วางแผน (Impulsive)

ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ จำนวน 15 ข้อ โดยมีระดับการวัด มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุดซึ่งแต่ละระดับมีคะแนนเท่ากับ 5, 4, 3, 2 และ 1 ตามลำดับ

#### ส่วนที่ 4 ช่องทางการจัดจำหน่ายและพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีน

เป็นแบบสอบถามที่ถามเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายและพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีน โดยมีคำตอบให้เลือก 2-6 คำตอบซึ่งมีลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (Check list)

### 3.3 การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยตรวจสอบหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามของงานวิจัยนี้โดยวิธีการดังต่อไปนี้

การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) เพื่อให้รูปแบบของแบบสอบถามแต่ละข้อคำถามมีเนื้อหาและประเด็นครอบคลุมตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยผู้วิจัยจึงได้นำแบบสอบถามที่ได้มาจากการประยุกต์หัวข้อย่อยๆของพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนทั้งแบบวางแผนและไม่วางแผน ไปปรึกษากับอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิของการทำวิจัย เพื่อตรวจสอบพิจารณาถึงความถูกต้องเหมาะสมและให้คำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขพัฒนาแบบสอบถามให้สามารถตอบกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยก่อนนำไปใช้จริง (Pre-test) เพื่อทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามก่อนนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง

การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความเที่ยงตรงและแก้ไขปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิจนแล้วเสร็จไปทำการทดลองเก็บข้อมูล (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างทดสอบที่มีลักษณะคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 42 คน (ร้อยละ 30 ของกลุ่มตัวอย่าง) เพื่อทดสอบค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามโดยนำผลของข้อมูลเฉพาะที่มีการวัดมาตราส่วนประมาณค่ามาคำนวณหาความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรของ Cronbach (1974) ซึ่งเรียกว่า “สหสัมประสิทธิ์แอลฟา” ( $\alpha$  - Coefficient) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติที่ชื่อว่า Predictive Analytics Software Statistics เวอร์ชัน 18 เพื่อให้ได้ค่าความเชื่อมั่นให้ใกล้เคียงกับ 1 สำหรับค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในส่วนที่ 3 คือพฤติกรรมกรวางแผน (TPB) และพฤติกรรมกรขาดการไตร่ตรอง (Impulsive) จะต้องได้ค่าแอลฟา ( $\alpha$ ) ไม่ต่ำกว่า 0.65 จึงจะถือว่ามีความน่าเชื่อถือในระดับที่ยอมรับได้ ซึ่งผู้วิจัยได้ผลการหาค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามได้ค่าแอลฟา ( $\alpha$ ) 0.895

### 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากกลุ่มตัวอย่างที่ได้คัดเลือกไว้ โดยการส่งลิงค์แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) ซึ่งใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล พร้อมทั้งขอความอนุเคราะห์ให้ส่งลิงค์ต่อไปยังเพื่อนของกลุ่มตัวอย่างจนได้แบบสอบถามครบจำนวน 140 คน โดยผู้วิจัยได้มีการชี้แจงให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เข้าใจถึงวัตถุประสงค์และอธิบายถึงข้อสงสัยและวิธีการตอบแบบสอบถามอย่างชัดเจน พร้อมทั้งระบุค่า

ชี้แจงในแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลาในการเก็บข้อมูลในระหว่างวันที่ 15 มิถุนายน - 30 มิถุนายน พ.ศ. 2559

### 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ภายหลังจากที่ได้รับแบบสอบถามครบตามจำนวนที่ต้องการและตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลผู้วิจัยได้นำคำตอบในแบบสอบถามที่สมบูรณ์นั้นมาทำการประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติที่ชื่อว่า Predictive Analytics Software Statistics เวอร์ชัน 18 และดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การทดสอบความเป็นอิสระต่อกันของสองตัวแปร (Chi-square test) เพื่อพิสูจน์ว่าตัวแปรที่หนึ่งเป็นเหตุหรือมีผลต่อตัวแปรที่สองหรือไม่ สำหรับใช้ในการตอบสมมติฐาน โดยพิจารณาจาก

ค่า P-Value (Sig.) มากกว่า 0.10 คือ ไม่มีความแตกต่างหรือไม่มีความสัมพันธ์

ค่า P-Value (Sig.) น้อยกว่า 0.10 คือ มีความแตกต่างหรือมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การจัดกลุ่ม (Clustering) เพื่อพิจารณาข้อมูลแต่ละแถวเสมือนเป็นวัตถุ (Object) ซึ่งจะมีหลักการเหมือนกับการจำแนกประเภทข้อมูล คือ จะทำการแบ่งข้อมูลออกเป็นกลุ่ม (คลัสเตอร์) โดยจะจัดให้ข้อมูลที่มีความคล้ายคลึงกันอยู่ในคลัสเตอร์เดียวกัน และข้อมูลที่อยู่ต่างคลัสเตอร์กันจะมีความคล้ายคลึงกันน้อยที่สุด

การวิเคราะห์การถดถอย (Linear Regression) ในการหาค่าสัมประสิทธิ์ของการตัดสินใจ (Coefficient of Determination:  $R^2$ ) เพื่อหาสัดส่วนที่ตัวแปรอิสระอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ โดยพิจารณาจากค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้เท่ากับ 0.10 ดังนี้

ค่า P-Value (Sig.) มากกว่า 0.10 คือ ไม่มีความแตกต่างหรือไม่มีความสัมพันธ์

ค่า P-Value (Sig.) น้อยกว่า 0.10 คือ มีความแตกต่างหรือมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) เพื่อศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนทั้งแบบวางแผนและไม่วางแผน มีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามสามารถรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามได้จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 140 ชุด หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม SPSS ซึ่งแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลได้ 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 การทดสอบสมมุติฐานงานวิจัย

ส่วนที่ 3 ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างย่อย

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

## ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ เลือกใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เช่น ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและฐานนิยม เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 140 คน ( $n = 140$ ) ซึ่งประกอบไปด้วย ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารคลีน พฤติกรรมการวางแผน (TPB) และพฤติกรรมไม่วางแผน (Impulsive) ช่องทางการจัดจำหน่ายและการบริโภคอาหารคลีน และพฤติกรรมของผู้บริโภคอาหารคลีน(The RFM Approach)

### 4.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ใช้ในสำหรับตอบแบบสอบถามครั้งนี้ประกอบไปด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพ

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	ความถี่	ร้อยละ
ชาย	42	30.00
หญิง	98	70.00
Total	140	100.00

จากตาราง 4.1 แสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าผู้ร่วมตอบแบบสอบถามในการศึกษานี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 70 และร้อยละ 30 เป็นเพศชาย



ตารางที่ 4.2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	2	1.40
21 - 30 ปี	87	62.10
31 - 40 ปี	38	27.10
41 - 50 ปี	9	6.40
51 - 60 ปี	4	2.90
Total	140	100.00

จากตาราง 4.2 พบว่าอายุของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 21 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 62.10 รองลงมาเป็นช่วงอายุ 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.10 ส่วนช่วงอายุอื่นๆ ได้แก่ ช่วงอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.40 ช่วงอายุ 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.90 และต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 1.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2	1.40
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	86	61.40
สูงกว่าปริญญาตรี	52	37.20
Total	140	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าคิดเป็นร้อยละ 61.40 และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 37.20 ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 1.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ความถี่	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	15	10.70
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	14	10.00
พนักงานบริษัทเอกชน	104	74.30
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	7	5.00
Total	140	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.30 นักเรียนหรือนักศึกษา ร้อยละ 10.70 ราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 10 และธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขายร้อยละ 5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

รายได้ (บาท)	ความถี่	ร้อยละ
น้อยกว่า 15,000	13	9.30
15,000 - 30,000	64	45.70
30,001 - 45,000	28	20.00
45,001 - 60,000	18	12.90
60,001 - 75,000	12	8.60
มากกว่า 75,000	5	3.60
Total	140	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในช่วง 15,000 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.70 รองลงมาเป็นช่วง 30,001-45,000 บาท ร้อยละ 20 ช่วง 45,001-60,000 บาท ร้อยละ 12.90 น้อยกว่า 15,000 ร้อยละ 9.30 ช่วง 60,001-75,000 บาท ร้อยละ 8.60 และมากกว่า 75,000 บาท ร้อยละ 3.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ

	ความถี่	ร้อยละ
โสด	108	77.10
สมรส	32	22.90
Total	140	100.00

จากตารางที่ 4.6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดสูงสุด ที่ร้อยละ 77.10 และสมรส ร้อยละ 22.90

#### 4.2 ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารคลีน

แบ่งระดับความรู้เกี่ยวกับอาหารคลีนของกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 ระดับ โดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนคือ

ตอบถูกให้ 1 คะแนน

ตอบผิดให้ 0 คะแนน

โดยคะแนนที่ได้สามารถแบ่งตามเกณฑ์เป็น 3 ระดับคือ

คะแนน 0 - 4 คะแนนคือ กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับอาหารคลีนในระดับต่ำ

คะแนน 5 - 8 คะแนนคือกลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับอาหารคลีนในระดับปานกลาง

คะแนน 9 - 12 คะแนนคือกลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับอาหารคลีนในระดับดี

โดยพิจารณาจากค่าร้อยละซึ่งจากการสำรวจในเรื่องของความรู้เกี่ยวกับอาหารคลีนสามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ตารางที่ 4.7 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารคลีน

ระดับคะแนน	ความถี่	ร้อยละ
0 - 4คะแนน(ต่ำ)	1	0.70
5 - 8คะแนน(ปานกลาง)	29	20.70
9 - 12คะแนน(ดี)	110	78.60
Total	140	100.00

จากตารางที่ 4.7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับอาหารคลีนอยู่ในระดับดีจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 78.60 และระดับปานกลาง จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 20.70 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับอาหารคลีน

#### 4.3 พฤติกรรมการวางแผน (TPB) และพฤติกรรมไม่วางแผน(Impulsive)

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนทั้งแบบวางแผนและไม่วางแผน โดยนำเสนอเป็นจำนวนคน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 พฤติกรรมการวางแผนและพฤติกรรมไม่วางแผนของกลุ่มตัวอย่าง

พฤติกรรมกร บริโภคอาหาร คลีน	ระดับการปฏิบัติ					รวม	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ฐาน นิยม
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1.การสืบค้น ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับประโยชน์ ของการบริโภค อาหารคลีน	12 (8.6)	49 (35.0)	49 (35.0)	21 (15.0)	9 (6.4)	140 (100.0)	3.24	1.024	ปาน กลาง
2.การศึกษา ประโยชน์ของ อาหารทุกชนิด ก่อนซื้อมารับ ประทาน	6 (4.3)	50 (35.7)	69 (49.3)	12 (8.6)	3 (2.1)	140 (100.0)	3.31	0.778	ปาน กลาง
3.การรับประทาน อาหาร ส่วนใหญ่ ท่านหลีกเลี่ยงการ บริโภคอาหารที่มี รสเค็ม มัน และ หวานจัด	28 (20.0)	63 (45.0)	36 (25.7)	12 (8.6)	1 (0.7)	140 (100.0)	3.75	0.899	มาก
4.ก่อนการบริโภค อาหารคลีน ท่านมี น้ำหนักที่เกิน เกณฑ์มาตรฐาน	17 (12.1)	46 (32.9)	31 (22.1)	19 (13.6)	27 (19.3)	140 (100.0)	3.05	1.316	มาก
5.หากมีเพื่อนที่ น้ำหนักลดลง จาก การบริโภคอาหาร คลีน และสุขภาพ ที่ดีขึ้น ท่าน อยากจะบริโภค ตามเพื่อนของ ท่าน	42 (30.0)	61 (43.6)	22 (15.7)	10 (7.1)	5 (3.6)	140 (100.0)	3.89	1.030	มาก

ตารางที่ 4.8 พฤติกรรมการวางแผนและพฤติกรรมไม่วางแผนของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

พฤติกรรมกร บริโภคอาหาร คลีน	ระดับการปฏิบัติ					รวม	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ฐาน นิยม
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
6.ความตั้งใจจะ รับประทานอาหาร คลีน ต่อไป ในอีก 3 เดือน ข้างหน้า									
6.ความตั้งใจจะ รับประทานอาหาร คลีน ต่อไป ในอีก 3 เดือน ข้างหน้า	22 (15.7)	41 (29.3)	61 (43.6)	9 (6.4)	7 (5.0)	140 (100.0)	3.44	0.998	ปาน กลาง
7.คนส่วนใหญ่ที่มี ความสัมพันธ์กับ ท่านเห็นด้วยกับ การรับประทานอาหาร คลีน ต่อไป ในอีก 3 เดือน ข้างหน้า									
7.คนส่วนใหญ่ที่มี ความสัมพันธ์กับ ท่านเห็นด้วยกับ การรับประทานอาหาร คลีน ต่อไป ในอีก 3 เดือน ข้างหน้า	16 (11.4)	51 (36.4)	55 (39.3)	7 (5.0)	11 (7.9)	140 (100.0)	3.39	1.022	ปาน กลาง
8. ความคาดหวัง ว่าในอีก 3 เดือน ข้างหน้า ท่านจะมี น้ำหนักลดลง และสุขภาพที่ดีขึ้น									
8. ความคาดหวัง ว่าในอีก 3 เดือน ข้างหน้า ท่านจะมี น้ำหนักลดลง และสุขภาพที่ดีขึ้น	32 (22.9)	68 (48.6)	31 (22.1)	9 (6.4)	0 (0.0)	140 (100.0)	3.88	0.835	มาก
9. การบริโภค อาหารคลีนตามคำ ชักชวนของเพื่อน/ คนรอบข้าง									
9. การบริโภค อาหารคลีนตามคำ ชักชวนของเพื่อน/ คนรอบข้าง	8 (5.7)	51 (36.4)	47 (33.6)	19 (13.6)	15 (10.7)	140 (100.0)	3.13	1.072	มาก
10. การบริโภค อาหารคลีนตาม กระแสความนิยม ของสังคม									
10. การบริโภค อาหารคลีนตาม กระแสความนิยม ของสังคม	6 (4.3)	38 (27.1)	51 (36.4)	14 (10.0)	31 (22.1)	140 (100.0)	2.81	1.185	ปาน กลาง



ตารางที่ 4.8 พฤติกรรมการวางแผนและพฤติกรรมไม่วางแผนของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

พฤติกรรมกร บริโภคอาหาร คลีน	ระดับการปฏิบัติ					รวม	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ฐาน นิยม
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
11. การเลือก									
บริโภคอาหาร คลีนเพราะอยาก เป็นคนทันสมัย	3 (2.1)	20 (14.3)	62 (44.3)	21 (15.0)	34 (24.3)	140 (100.0)	2.55	1.075	ปาน กลาง
12. การบริโภค อาหารคลีนตามที่ โฆษณาใน โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ แผ่น พับ นิตยสาร									
	4 (2.9)	18 (12.9)	70 (50.0)	16 (11.4)	32 (22.9)	140 (100.0)	2.61	1.063	ปาน กลาง
13. การเลือกที่จะ									
บริโภคอาหาร คลีนแทนอาหาร ฟาสฟู๊ดทั่วไป	17 (12.1)	53 (37.9)	44 (31.4)	14 (10.0)	12 (8.6)	140 (100.0)	3.35	1.092	มาก
14. การให้ คำแนะนำที่ดีใน การเลือกบริโภค อาหารคลีนแก่ ผู้อื่น									
	8 (5.7)	44 (31.4)	50 (35.7)	19 (13.6)	19 (13.6)	140 (100.0)	3.02	1.109	ปาน กลาง
15. การเป็นผู้นำ ในการเชิญชวน ให้ผู้อื่นหันมา บริโภคอาหาร คลีน									
	10 (7.1)	29 (20.7)	44 (31.4)	29 (20.7)	28 (20.0)	140 (100.0)	2.74	1.202	ปาน กลาง

จากตารางที่ 4.8 แสดงผลสำรวจพฤติกรรมกรบริโภคอาหารคลีนจำนวน 15 ข้อของกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 140 คน จำแนกตามระดับการปฏิบัติ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อยและน้อยที่สุด โดยมีระดับคะแนนเท่ากับ 5 4 3 2 และ 1 คะแนนตามลำดับ หลังจากนั้นทำการหา ระดับคะแนนเฉลี่ย (Arithmetic Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และฐานนิยม (Mode) สำหรับพฤติกรรมกรบริโภคอาหารคลีนในแต่ละข้อพบว่าพฤติกรรมกรบริโภคอาหารคลีนที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือข้อ 5 หากมีเพื่อนที่น้ำหนักลดลง จากการบริโภคอาหารคลีน และสุขภาพที่ดีขึ้น ผู้บริโภคอยากจะบริโภคตามมากที่สุด คิดเป็นระดับคะแนนเท่ากับ  $3.89 \pm 1.03$

#### 4.4 ช่องทางการจัดจำหน่ายและการบริโภคอาหารคลีน

ตารางที่ 4.9 ความรู้สึกของผู้บริโภคในการหาแหล่งจัดจำหน่ายอาหารคลีน

ความรู้สึกของผู้บริโภคในการหาแหล่งจัดจำหน่ายอาหารคลีน	ความถี่	ร้อยละ
ยาก	65	46.40
ไม่ยาก	75	53.60
Total	140	100.00

จากตารางที่ 4.9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างคิดว่าแหล่งจัดจำหน่ายอาหารคลีน หาไม่ยาก จำนวน 75 คน ร้อยละ 53.6 และจำนวน 65 คน ร้อยละ 46.4 คิดว่าแหล่งจัดจำหน่ายอาหารคลีน หายาก

ตารางที่ 4.10 กลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อและไม่เคยซื้ออาหารคลีนจากห้างสรรพสินค้า

	ความถี่	ร้อยละ
เคย	95	67.90
ไม่เคย	45	32.10
Total	140	100.00

จากตารางที่ 4.10 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างเลือกซื้ออาหารคลีน จากห้างสรรพสินค้าจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 67.90 และไม่เคยซื้ออาหารคลีน จากห้างสรรพสินค้าจำนวน 45 คนคิดเป็น ร้อยละ 32.10

**ตารางที่ 4.11** กลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อและไม่เคยซื้ออาหารคลีนจากร้านค้าทั่วไป

	ความถี่	ร้อยละ
เคย	68	48.60
ไม่เคย	72	51.40
Total	140	100.00

จากตารางที่ 4.11 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างเลือกซื้ออาหารคลีน จากร้านค้าทั่วไปจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 48.60 และไม่เคยซื้ออาหารคลีน จากร้านค้าทั่วไปจำนวน 72 คนคิดเป็นร้อยละ 51.40

**ตารางที่ 4.12** กลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อและไม่เคยซื้ออาหารคลีนจากอินสตาแกรมหรือเฟสบุ๊ก

	ความถี่	ร้อยละ
เคย	34	24.30
ไม่เคย	106	75.70
Total	140	100.00

จากตารางที่ 4.12 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างเลือกซื้ออาหารคลีน จากอินสตาแกรมหรือเฟสบุ๊ก จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 24.30 และไม่เคยซื้ออาหารคลีน จากอินสตาแกรม หรือเฟสบุ๊กจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 75.70

ตารางที่ 4.13 กลุ่มตัวอย่างที่เคยและไม่เคยทำอาหารคลีนรับประทานเอง

	ความถี่	ร้อยละ
เคย	67	47.90
ไม่เคย	73	52.10
Total	140	100.00

จากตารางที่ 4.13 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างทำอาหารคลีนรับประทานเองจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 47.90 และไม่เคยทำอาหารคลีนรับประทานเองจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 52.10

#### 4.5 พฤติกรรมของผู้บริโภคอาหารคลีน (RFM Analysis)

ตารางที่ 4.14 พฤติกรรมการรับประทานอาหารคลีนครั้งล่าสุด

การรับประทานอาหารคลีนครั้งล่าสุด	ความถี่	ร้อยละ
วันนี้	17	12.10
เมื่อวานนี้	25	17.90
สัปดาห์ก่อน	39	27.90
เดือนก่อน	49	35.00
2 - 3 เดือนที่ผ่านมา	10	7.10
Total	140	100.00

จากตารางที่ 4.14 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างรับประทานอาหารคลีนครั้งล่าสุดเมื่อเดือนก่อน คิดเป็นร้อยละ 35 สัปดาห์ก่อน ร้อยละ 27.90 เมื่อวาน ร้อยละ 17.90 วันนี้ ร้อยละ 12.10 และ 2-3เดือนที่ผ่านมา ร้อยละ 7.10 ตามลำดับ

#### ตารางที่ 4.15 ความถี่ในการบริโภคอาหารคลีน

ความถี่ในการบริโภคอาหารคลีน	ความถี่	ร้อยละ
เป็นประจำทุกวัน	10	7.10
สัปดาห์ละ 1 - 2 ครั้ง	81	57.90
เดือนละครั้ง	49	35.00
Total	140	100.00

จากตารางที่ 4.15 แสดงให้เห็นความถี่ในการบริโภคอาหารคลีน โดยกลุ่มตัวอย่างบริโภคอาหารคลีน สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง ร้อยละ 57.90 บริโภคเดือนละครั้ง ร้อยละ 35 และบริโภคอาหารคลีนทุกวัน ร้อยละ 7.10 ตามลำดับ

#### ตารางที่ 4.16 ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้ง	ความถี่	ร้อยละ
1 - 50	34	24.30
51 - 100	83	59.30
101 - 150	11	7.90
151 - 200	12	8.60
Total	140	100.00

จากตารางที่ 4.16 แสดงให้เห็นค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้ง โดยกลุ่มตัวอย่างมีค่าใช้จ่าย 51-100 บาท ร้อยละ 59.30 ค่าใช้จ่าย 1-50 บาท ร้อยละ 24.30 ค่าใช้จ่าย 151-200 บาท ร้อยละ 8.60 และค่าใช้จ่าย 101-150 บาท ร้อยละ 7.90 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 การทดสอบสมมติฐานงานวิจัย

### 4.6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัยนี้ มีการกำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.10 โดยสมมติฐานการวิจัยในครั้งนี้มีทั้งสิ้น 3 ข้อ ได้แก่

**สมมติฐานที่ 1** ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีน

**สมมติฐานที่ 2** ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารคลีนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีน

**สมมติฐานที่ 3** การหาแหล่งจัดจำหน่ายอาหารคลีน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีน

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยนี้ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับสมมติฐานการวิจัยข้างต้นดังนี้

หมายเหตุ: พฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนคือ

1. การบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุด
2. ความถี่ในการบริโภคอาหารคลีน
3. ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้ง

**สมมติฐานที่ 1** ลักษณะทางประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีน

**สมมติฐานที่ 1.1** กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.1.1** กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดที่แตกต่างกัน

$H_0$ : กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดที่ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดที่แตกต่างกัน



ตารางที่ 4.17 การทดสอบพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	9.672 <sup>a</sup>	4	.046
Likelihood Ratio	9.833	4	.043
Linear-by-Linear Association	2.608	1	.106
N of Valid Cases	140		

จากตารางที่ 4.17 พบว่าค่า P-Value อยู่ที่ 0.046 จึงปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  สรุปได้ว่าเพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันจะมีความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนที่แตกต่างกัน

$H_0$ : ตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันจะมีความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนที่ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันจะมีความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 การทดสอบความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4.533 <sup>a</sup>	2	.104
Likelihood Ratio	4.662	2	.097
Linear-by-Linear Association	1.345	1	.246
N of Valid Cases	140		

จากตารางที่ 4.18 พบว่าค่า P-Value อยู่ที่ 0.104 จึงยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$ สรุปได้ว่าเพศที่แตกต่างกันจะมีความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนที่ไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.1.3** กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันจะมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งแตกต่างกัน

$H_0$ : กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันจะมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งที่ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันจะมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.19** การทดสอบค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3.365 <sup>a</sup>	3	.339
Likelihood Ratio	3.261	3	.353
Linear-by-Linear Association	.269	1	.604
N of Valid Cases	140		

จากตารางที่ 4.19 พบว่าค่า P-Value อยู่ที่ 0.339 จึงยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$ สรุปได้ว่าเพศที่แตกต่างกันมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งที่ไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.2** กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.2.1** กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดที่ต่างกัน

$H_0$ : กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดที่ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดที่ต่างกัน

ตารางที่ 4.20 การทดสอบพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	30.388 <sup>a</sup>	16	.016
Likelihood Ratio	27.338	16	.038
Linear-by-Linear Association	1.431	1	.232
N of Valid Cases	140		

จากตารางที่ 4.20 พบว่าค่า P-Value อยู่ที่ 0.016 จึงปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  สรุปได้ว่าอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันจะมีความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนที่แตกต่างกัน

$H_0$ : กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันจะมีความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนที่ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันจะมีความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 การทดสอบความถี่ในการบริโภคอาหารคาวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	13.601 <sup>a</sup>	8	.093
Likelihood Ratio	14.465	8	.070
Linear-by-Linear	1.562	1	.211
Association			
N of Valid Cases	140		

จากตารางที่ 4.21 พบว่าค่า P-Value อยู่ที่ 0.093 จึงปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  สรุปได้ว่าอายุแตกต่างกันจะมีความถี่ในการบริโภคอาหารคาวที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.2.3** กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันจะมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคาวต่อครั้งแตกต่างกัน

$H_0$ : กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันจะมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคาวต่อครั้งที่ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันจะมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคาวต่อครั้งที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22 การทดสอบค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคาวต่อครั้งของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	29.372 <sup>a</sup>	12	.003
Likelihood Ratio	25.658	12	.012
Linear-by-Linear	9.379	1	.002
Association			
N of Valid Cases	140		

จากตารางที่ 4.22 พบว่าค่า P-Value อยู่ที่ 0.003 จึงปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  สรุปได้ว่าอายุแตกต่างกันจะมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารเช้าครั้งที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.3** กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเช้าที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.3.1** กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเช้าครั้งล่าสุดที่แตกต่างกัน

$H_0$ : กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเช้าครั้งล่าสุดที่ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเช้าครั้งล่าสุดที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.23** การทดสอบพฤติกรรมการบริโภคอาหารเช้าครั้งล่าสุดของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6.533 <sup>a</sup>	8	.588
Likelihood Ratio	6.620	8	.578
Linear-by-Linear Association	.004	1	.950
N of Valid Cases	140		

จากตารางที่ 4.23 พบว่าค่า P-Value อยู่ที่ 0.588 จึงยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  สรุปได้ว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเช้าครั้งล่าสุดที่ไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.3.2** กลุ่มตัวอย่างที่ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีความถี่ในการบริโภคอาหารเช้าที่แตกต่างกัน

$H_0$ : กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีความถี่ในการบริโภคอาหารเช้าที่ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีความถี่ในการบริโภคอาหารเช้าที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.24** การทดสอบความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6.985 <sup>a</sup>	4	.137
Likelihood Ratio	4.728	4	.316
Linear-by-Linear Association	.000	1	.984
N of Valid Cases	140		

จากตารางที่ 4.24 พบว่าค่า P-Value อยู่ที่ 0.137 จึงยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  สรุปได้ว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนที่ไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.3.3** กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งแตกต่างกัน

$H_0$ : กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งที่ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งที่แตกต่างกัน



**ตารางที่ 4.25** การทดสอบค่าไจจั๋ยในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	11.635 <sup>a</sup>	6	.071
Likelihood Ratio	9.894	6	.129
Linear-by-Linear Association	.549	1	.459
N of Valid Cases	140		

จากตารางที่ 4.25 พบว่าค่า P-Value อยู่ที่ 0.071 จึงปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  สรุปได้ว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีค่าไจจั๋ยในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.4** กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.4.1** กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดที่แตกต่างกัน

$H_0$ : กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดที่ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.26 การทดสอบพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	9.941 <sup>a</sup>	12	.621
Likelihood Ratio	14.156	12	.291
Linear-by-Linear Association	.804	1	.370
N of Valid Cases	140		

จากตารางที่ 4.26 พบว่าค่า P-Value อยู่ที่ 0.621 จึงยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$ สรุปได้ว่าอาชีพที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดที่ไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.4.2** กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่แตกต่างกันจะมีความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนที่แตกต่างกัน

$H_0$ : กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่แตกต่างกันจะมีความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนที่ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่แตกต่างกันจะมีความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.27 การทดสอบความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6.244 <sup>a</sup>	6	.396
Likelihood Ratio	7.117	6	.310
Linear-by-Linear Association	4.307	1	.038
N of Valid Cases	140		

จากตารางที่ 4.27 พบว่าค่า P-Value อยู่ที่ 0.396 จึงยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  สรุปได้ว่า อาชีพที่แตกต่างกันจะมีความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนที่ไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.4.3** กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่แตกต่างกันจะมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารเช้าต่อครั้งแตกต่างกัน

$H_0$ : กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่แตกต่างกันจะมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารเช้าต่อครั้งที่ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่แตกต่างกันจะมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารเช้าต่อครั้งที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.28** การทดสอบค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารเช้าต่อครั้งของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	11.277 <sup>a</sup>	9	.257
Likelihood Ratio	15.952	9	.068
Linear-by-Linear Association	4.270	1	.039
N of Valid Cases	140		

จากตารางที่ 4.28 พบว่าค่า P-Value อยู่ที่ 0.257 จึงยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  สรุปได้ว่า อาชีพที่แตกต่างกันจะมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารเช้าต่อครั้งที่ไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.5** กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.5.1** กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเช้าครั้งล่าสุดที่แตกต่างกัน

$H_0$ : กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเช้าครั้งล่าสุดที่ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเช้าครั้งล่าสุดที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.29 การทดสอบพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม รายได้

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	23.280 <sup>a</sup>	20	.275
Likelihood Ratio	25.098	20	.198
Linear-by-Linear Association	1.595	1	.207
N of Valid Cases	140		

จากตารางที่ 4.29 พบว่าค่า P-Value อยู่ที่ 0.275 จึงยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$ สรุปได้ว่า รายได้ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ที่แตกต่างกันจะมีความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนที่แตกต่างกัน

$H_0$ : กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ที่แตกต่างกันจะมีความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนที่ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ที่แตกต่างกันจะมีความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.30 การทดสอบความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	16.198 <sup>a</sup>	10	.094
Likelihood Ratio	17.578	10	.063
Linear-by-Linear	3.454	1	.063
Association			
N of Valid Cases	140		

จากตารางที่ 4.30 พบว่าค่า P-Value อยู่ที่ 0.094 จึงยอมรับ H<sub>0</sub> ปฏิเสธ H<sub>1</sub>สรุปได้ว่า รายได้ที่แตกต่างกันจะมีความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.5.3** กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ที่แตกต่างกันจะมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งแตกต่างกัน

H<sub>0</sub>: กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ที่แตกต่างกันจะมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งที่ไม่แตกต่างกัน

H<sub>1</sub>: กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ที่แตกต่างกันจะมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.31 การทดสอบค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	22.770 <sup>a</sup>	15	.089
Likelihood Ratio	27.588	15	.024
Linear-by-Linear	5.828	1	.016
Association			
N of Valid Cases	140		

จากตารางที่ 4.31 พบว่าค่า P-Value อยู่ที่ 0.089 จึงยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  สรุปได้ว่า รายได้ที่แตกต่างกันจะมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารเช้าครั้งที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.6** กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเช้าที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.6.1** กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเช้าครั้งล่าสุดที่แตกต่างกัน

$H_0$ : กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเช้าครั้งล่าสุดที่ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเช้าครั้งล่าสุดที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.32** การทดสอบพฤติกรรมการบริโภคอาหารเช้าครั้งล่าสุดของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5.658 <sup>a</sup>	4	.226
Likelihood Ratio	6.363	4	.174
Linear-by-Linear Association	5.021	1	.025
N of Valid Cases	140		

จากตารางที่ 4.32 พบว่าค่า P-Value อยู่ที่ 0.226 จึงยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  สรุปได้ว่า สถานภาพที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเช้าครั้งล่าสุดที่ไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.6.2** กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพที่แตกต่างกันจะมีความถี่ในการบริโภคอาหารเช้าที่แตกต่างกัน

$H_0$ : กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพที่แตกต่างกันจะมีความถี่ในการบริโภคอาหารเช้าที่ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพที่แตกต่างกันจะมีความถี่ในการบริโภคอาหารเช้าที่แตกต่างกัน



ตารางที่ 4.33 การทดสอบความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4.469 <sup>a</sup>	2	.107
Likelihood Ratio	4.480	2	.106
Linear-by-Linear Association	4.332	1	.037
N of Valid Cases	140		

จากตารางที่ 4.33 พบว่าค่า P-Value อยู่ที่ 0.107 จึงยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  สรุปได้ว่าสถานภาพที่แตกต่างกันจะมีความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนที่ไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.6.3** กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพที่แตกต่างกันจะมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งแตกต่างกัน

$H_0$ : กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพที่แตกต่างกันจะมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งที่ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพที่แตกต่างกันจะมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.34** การทดสอบค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3.604 <sup>a</sup>	3	.308
Likelihood Ratio	3.946	3	.267
Linear-by-Linear Association	.190	1	.663
N of Valid Cases	140		

จากตารางที่ 4.34 พบว่าค่า P-Value อยู่ที่ 0.308 จึงยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$ สรุปได้ว่าสถานภาพที่แตกต่างกันจะมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งที่ไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 2** ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารคลีนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีน

**สมมติฐานที่ 2.1** ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารคลีนที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดที่แตกต่างกัน

$H_0$ : กลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารคลีนที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดที่ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : กลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารคลีนที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.35** การทดสอบพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารคลีน

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	15.293 <sup>a</sup>	8	.054
Likelihood Ratio	14.750	8	.064
Linear-by-Linear Association	1.133	1	.287
N of Valid Cases	140		

จากตารางที่ 4.35 พบว่าค่า P-Value อยู่ที่ 0.054 จึงยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  สรุปได้ว่าความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารคลีนที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 2.2** ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารคลีนที่แตกต่างกันจะมีความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนที่แตกต่างกัน

$H_0$ : กลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารคลีนที่แตกต่างกันจะมีความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนที่ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : กลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารคลีนที่แตกต่างกันจะมีความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.36** การทดสอบความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนของกลุ่มตัวอย่างแสดงความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารคลีน

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3.593 <sup>a</sup>	4	.464
Likelihood Ratio	5.980	4	.201
Linear-by-Linear Association	.618	1	.432
N of Valid Cases	140		

จากตารางที่ 4.36 พบว่าค่า P-Value อยู่ที่ 0.464 จึงยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  สรุปได้ว่าความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารคลีนที่แตกต่างกันจะมีความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนที่ไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 2.3** ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารคลีนที่แตกต่างกันจะมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งแตกต่างกัน

$H_0$ : กลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารคลีนที่แตกต่างกันจะมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งที่ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : กลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารคลีนที่แตกต่างกันจะมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.37 การทดสอบค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารเช้าครั้งของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารเช้า

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7.595 <sup>a</sup>	6	.269
Likelihood Ratio	6.587	6	.361
Linear-by-Linear Association	.035	1	.852
N of Valid Cases	140		

จากตารางที่ 4.37 พบว่าค่า P-Value อยู่ที่ 0.269 จึงยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  สรุปได้ว่า ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารเช้าที่แตกต่างกันจะมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารเช้าครั้งที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 การหาแหล่งจัดจำหน่ายอาหารเช้า มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเช้า

สมมติฐานที่ 3.1 การหาแหล่งจัดจำหน่ายอาหารเช้า จะส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเช้าครั้งล่าสุดที่แตกต่างกัน

$H_0$ : การหาแหล่งจัดจำหน่ายอาหารเช้าที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเช้าครั้งล่าสุดที่ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : การหาแหล่งจัดจำหน่ายอาหารเช้าที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเช้าครั้งล่าสุดที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.38** การทดสอบพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม  
การหาแหล่งจัดจำหน่ายอาหารคลีน

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4.970 <sup>a</sup>	4	.290
Likelihood Ratio	4.985	4	.289
Linear-by-Linear Association	1.538	1	.215
N of Valid Cases	140		

จากตารางที่ 4.38 พบว่าค่า P-Value อยู่ที่ 0.290 จึงยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  สรุปได้ว่าการหาแหล่งจัดจำหน่ายอาหารคลีนที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดที่ไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 3.2** การหาแหล่งจัดจำหน่ายอาหารคลีนที่แตกต่างกันจะมีความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนที่แตกต่างกัน

$H_0$ : การหาแหล่งจัดจำหน่ายอาหารคลีนที่แตกต่างกันจะมีความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนที่ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : การหาแหล่งจัดจำหน่ายอาหารคลีนที่แตกต่างกันจะมีความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนที่แตกต่างกัน



**ตารางที่ 4.39** การทดสอบความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการหาแหล่งจัดจำหน่ายอาหารคลีน

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	.710 <sup>a</sup>	2	.701
Likelihood Ratio	.710	2	.701
Linear-by-Linear Association	.694	1	.405
N of Valid Cases	140		

จากตารางที่ 4.39 พบว่าค่า P-Value อยู่ที่ 0.701 จึงยอมรับ H<sub>0</sub> ปฏิเสธ H<sub>1</sub> สรุปได้ว่าการหาแหล่งจัดจำหน่ายอาหารคลีนที่แตกต่างกันจะมีความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนที่ไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 3.3** การหาแหล่งจัดจำหน่ายอาหารคลีนที่แตกต่างกันจะมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งแตกต่างกัน

H<sub>0</sub>: การหาแหล่งจัดจำหน่ายอาหารคลีนที่แตกต่างกันจะมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งที่ไม่แตกต่างกัน

H<sub>1</sub>: การหาแหล่งจัดจำหน่ายอาหารคลีนที่แตกต่างกันจะมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.40** การทดสอบค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการหาแหล่งจัดจำหน่ายอาหารคลีน

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1.869 <sup>a</sup>	3	.600
Likelihood Ratio	1.945	3	.584
Linear-by-Linear Association	.261	1	.610
N of Valid Cases	140		

จากตารางที่ 4.40 พบว่าค่า P-Value อยู่ที่ 0.600 จึงยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  สรุปได้ว่าการหาแหล่งจัดจำหน่ายอาหารคลีนที่แตกต่างกันจะมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งที่ไม่แตกต่างกัน

### ส่วนที่ 3 ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างย่อย

ในการทดสอบสมมติฐานนี้เพื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถามผู้วิจัยได้ทำการจัดกลุ่มด้วยเทคนิค K-Means Clustering โดยในงานวิจัยนี้แบ่งกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มคนรักสุขภาพ(Healthy)
2. กลุ่มที่มีพฤติกรรมการวางแผน(Clean Plan)
3. กลุ่มที่มีพฤติกรรมไม่วางแผน (Clean Impulsive)

ซึ่งจากการแบ่งกลุ่มข้างต้นผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน แต่จะมีพฤติกรรมในบางข้อที่แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดดังนี้



ตารางที่ 4.41 การแบ่งกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 3 กลุ่ม

พฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีน	กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม (จำนวนตัวอย่าง)		
	กลุ่มคนรักสุขภาพ (70 ตัวอย่าง)	กลุ่มที่มีพฤติกรรม การวางแผน (31 ตัวอย่าง)	กลุ่มที่มีพฤติกรรม ไม่วางแผน (39 ตัวอย่าง)
1.ก่อนการบริโภคอาหารคลีน ท่านมี น้ำหนักที่เกินเกณฑ์มาตรฐาน	ปานกลาง	น้อย	มาก
2.หากมีเพื่อนที่ น้ำหนักลดลง จากการ บริโภคอาหารคลีน และสุขภาพที่ดีขึ้น ท่านอยากจะทำบริโภคตามเพื่อนของท่าน	มาก	ปานกลาง	มากที่สุด
3.การบริโภคอาหารคลีนตามคำชักชวน ของเพื่อน/คนรอบข้าง	ปานกลาง	น้อย	มาก
4.การบริโภคอาหารคลีนตามกระแส ความนิยมของสังคม	ปานกลาง	น้อยที่สุด	ปานกลาง
5.การเลือกบริโภคอาหารคลีนเพราะ อยากเป็นคนทันสมัย	ปานกลาง	น้อยที่สุด	ปานกลาง
6.การบริโภคอาหารคลีนตามที่โฆษณา ในโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ นิตยสาร	ปานกลาง	น้อยที่สุด	ปานกลาง
7.การให้คำแนะนำที่ดีในการเลือก บริโภคอาหารคลีนแก่ผู้อื่น	ปานกลาง	น้อย	มาก
8.การเป็นผู้นำในการเชิญชวนให้ผู้อื่น หันมาบริโภคอาหารคลีน	ปานกลาง	น้อย	มาก

หลังจากทำการจำแนกกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่มโดยอาศัยพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนจากการตอบแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมวางแผน (Clean Plan) ถูกเลือกมาใช้ในการศึกษาต่อไป โดยเริ่มจากการอธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่างโดยการใช้สถิติเชิงพรรณนาเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ดังตารางที่ 4.42

ตารางที่ 4.42 คุณลักษณะ/ข้อมูลทั่วไป ของกลุ่มตัวอย่าง (กลุ่มที่มีพฤติกรรมการวางแผน)

คุณลักษณะ/ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (กลุ่มที่มีพฤติกรรมการวางแผน)	ลักษณะของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ)
เพศ	หญิง (74.2)
อายุ	21-30ปี (67.7)
ระดับการศึกษา	สูงกว่าปริญญาตรี(67.7)
อาชีพ	พนักงานบริษัทเอกชน(67.7)
รายได้	15,000 – 30,000 (38.7)
สถานภาพ	โสด (80.6)
ความรู้เกี่ยวกับอาหารคลีน	มีความรู้เกี่ยวกับอาหารคลีนในระดับดี(67.7)
การหาแหล่งจัดจำหน่ายอาหารคลีน	ไม่ยาก (61.3)
แหล่งในการซื้ออาหารคลีน	ห้างสรรพสินค้า (71.0)
การทำอาหารคลีนรับประทานเอง	เคย (58.1)
การบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุด	เมื่อวาน (32.3)
ความถี่ในการบริโภคอาหารคลีน	สัปดาห์ละ 1 – 2 ครั้ง(71.0)
ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้ง	51-100 บาท (54.8)

#### **ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)**

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมวางแผนและพฤติกรรมไม่วางแผน (ตัวแปรอิสระ) กับ พฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีน (ตัวแปรตาม) ซึ่งประกอบไปด้วยการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุด ความถี่ในการบริโภคอาหารคลีน และค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารคลีนต่อครั้งของกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการวางแผน ( $n = 31$ ) โดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ตารางที่ 4.43 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการวางแผนและไม่วางแผนกับ พฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีน (การบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุด)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
dimension0 1	.965 <sup>a</sup>	.932	.864	.375	2.261

ตารางที่ 4.44 ค่า Coefficients ระหว่างพฤติกรรมกรวางแผนและไม่วางแผนกับพฤติกรรมกรบริโภคอาหารคลีน (การบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุด)

Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.	90.0% Confidence	
		Coefficients		Coefficients			Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	4.957	.721		6.872	.000	3.692	6.221
	Behavior_Q301	-.007	.094	-.008	-.074	.942	-.172	.158
	Behavior_Q302	-.899	.187	-.701	-4.815	.000	-1.226	-.572
	Behavior_Q303	-.344	.173	-.383	-1.992	.065	-.647	-.041
	Behavior_Q304	-.231	.092	-.307	-2.505	.024	-.392	-.069
	Behavior_Q305	.252	.130	.278	1.942	.071	.025	.480
	Behavior_Q306	-.518	.180	-.444	-2.885	.011	-.833	-.203
	Behavior_Q307	.902	.150	.775	6.000	.000	.638	1.166
	Behavior_Q308	.143	.107	.124	1.337	.201	-.044	.330
	Behavior_Q309	-.452	.158	-.419	-2.860	.012	-.728	-.175
	Behavior_Q310	.099	.342	.069	.290	.776	-.500	.698
	Behavior_Q311	.386	.226	.248	1.708	.108	-.010	.782
	Behavior_Q312	-.442	.559	-.175	-.791	.441	-1.422	.538
	Behavior_Q313	.142	.180	.134	.791	.441	-.173	.458
	Behavior_Q314	-.138	.209	-.113	-.657	.521	-.504	.229
	Behavior_Q315	.733	.193	.555	3.795	.002	.395	1.072

จากตารางที่ 4.43 พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรวางแผนและไม่วางแผนกับพฤติกรรมกรบริโภคอาหารคลีนในด้านการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดมีค่า เท่ากับ 0.0932 และจากตารางที่ 4.44 พบว่าพฤติกรรมที่มีผลต่อการบริโภคอาหารคลีนอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 จำนวน 8 ข้อ ดังนี้

1. ท่านศึกษาประโยชน์ของอาหารทุกชนิดก่อนซื้อมารับประทาน
2. ในการรับประทานอาหาร ส่วนใหญ่ ท่านหลีกเลี่ยงการบริโภคอาหารที่มีรสเค็ม มัน และหวานจัด



3. ก่อนการบริโภคอาหารคลีน ท่านมีน้ำหนักที่เกินเกณฑ์มาตรฐาน
4. หากมีเพื่อนที่ น้ำหนักลดลง จากการบริโภคอาหารคลีน และสุขภาพที่ดีขึ้น ท่าน  
อยากจะบริโภคตามเพื่อนของท่าน
5. ท่านตั้งใจจะรับประทานอาหารคลีน ต่อไปในอีก 3 เดือนข้างหน้า
6. คนส่วนใหญ่ที่มีความสำคัญกับท่านเห็นด้วยกับการรับประทานอาหารคลีน ต่อไป  
ในอีก 3 เดือนข้างหน้า
7. ท่านบริโภคอาหารคลีนตามคำชักชวนของเพื่อน/คนรอบข้าง
8. ท่านเป็นผู้นำในการเชิญชวนให้ผู้อื่นหันมาบริโภคอาหารคลีน

โดยมีระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.000, 0.065, 0.024, 0.071, 0.011, 0.000, 0.012 และ 0.002 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ค่า B ของพฤติกรรมข้อ 2 3 4 6 และ 9 มีค่าเป็นลบ แสดงว่า พฤติกรรมดังกล่าวจะมีทิศทางตรงข้ามกับข้ามกับแบบสอบถาม

**ตารางที่ 4.45** ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการวางแผนและไม่วางแผนกับ  
พฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีน (ความถี่ในการบริโภคอาหารคลีน)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
dimension0 1	.969 <sup>a</sup>	<b>.939</b>	.878	.161	2.749

ตารางที่ 4.46 ค่า Coefficients ระหว่างพฤติกรรมกรวางแผนและไม่วางแผนกับพฤติกรรมกรบริโภคอาหารคลีน (ความถี่ในการบริโภคอาหารคลีน)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	90.0% Confidence Interval for B	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1 (Constant)	3.797	.310		12.249	.000	3.253	4.340
Behavior_Q301	-.143	.041	-.356	-3.515	.003	-.214	-.071
Behavior_Q302	-.060	.080	-.103	-.750	.465	-.201	.080
Behavior_Q303	-.353	.074	-.866	-4.762	.000	-.484	-.223
Behavior_Q304	-.267	.040	-.783	-6.754	.000	-.337	-.198
Behavior_Q305	.247	.056	.597	4.413	.001	.149	.344
Behavior_Q306	-.346	.077	-.653	-4.482	.000	-.481	-.211
Behavior_Q307	.318	.065	.601	4.922	.000	.205	.431
Behavior_Q308	.013	.046	.025	.280	.783	-.068	.093
Behavior_Q309	-.471	.068	-.962	-6.935	.000	-.589	-.352
Behavior_Q310	.933	.147	1.435	6.353	.000	.676	1.191
Behavior_Q311	-.023	.097	-.032	-.232	.819	-.193	.148
Behavior_Q312	-.993	.240	-.864	-4.134	.001	-1.414	-.572
Behavior_Q313	.184	.077	.381	2.373	.031	.048	.319
Behavior_Q314	.264	.090	.477	2.935	.010	.106	.421
Behavior_Q315	.175	.083	.291	2.103	.053	.029	.320

จากตารางที่ 4.45 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรวางแผน และไม่วางแผน กับพฤติกรรมกรบริโภคอาหารคลีนในด้านความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนมีค่าเท่ากับ 0.939 และจากตารางที่ 4.46 พบว่าพฤติกรรมที่มีผลต่อการบริโภคอาหารคลีนอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 จำนวน 12 ข้อ ดังนี้

1. ท่านสืบค้นข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประโยชน์ของการบริโภคอาหารคลีน
2. ในการรับประทานอาหาร ส่วนใหญ่ ท่านหลีกเลี่ยงการบริโภคอาหารที่มีรสเค็ม มัน และ หวานจัด

3. ก่อนการบริโภคอาหารคลีน ท่านมีน้ำหนักที่เกินเกณฑ์มาตรฐาน
  4. หากมีเพื่อนที่ น้ำหนักลดลง จากการบริโภคอาหารคลีน และสุขภาพที่ดีขึ้น ท่าน  
อยากจะทำอะไรตามเพื่อนของท่าน
  5. ท่านตั้งใจจะรับประทานอาหารคลีน ต่อไปในอีก 3 เดือนข้างหน้า
  6. คนส่วนใหญ่ที่มีความสำคัญกับท่านเห็นด้วยกับการรับประทานอาหารคลีน ต่อไป  
ในอีก 3 เดือนข้างหน้า
  7. ท่านบริโภคอาหารคลีนตามคำชักชวนของเพื่อน/คนรอบข้าง
  8. ท่านบริโภคอาหารคลีนตามกระแสความนิยมของสังคม
  9. ท่านบริโภคอาหารคลีนตามที่โฆษณาในโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ นิตยสาร
  10. ท่านเลือกที่จะบริโภคอาหารคลีนแทนอาหารฟาสต์ฟู้ดทั่วไป
  11. ท่านให้คำแนะนำที่ดีในการเลือกบริโภคอาหารคลีนแก่ผู้อื่น
  12. ท่านเป็นผู้นำในการเชิญชวนให้ผู้อื่นหันมาบริโภคอาหารคลีน
- โดยมีระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.003, 0.000, 0.000, 0.001, 0.000, 0.000, 0.000, 0.000,  
0.001, 0.031, 0.010 และ 0.053 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ค่า B ของพฤติกรรมข้อ 1 3 4 6 9 และ 12 มีค่า  
เป็นลบ แสดงว่าพฤติกรรมดังกล่าวจะมีทิศทางตรงกันข้ามกับแบบสอบถาม

**ตารางที่ 4.47** ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการวางแผนและไม่วางแผนกับ  
พฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีน (ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารคลีนต่อครั้ง)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
dimension0 1	.834 <sup>a</sup>	.696	.391	.629	2.116

ตารางที่ 4.48 ค่า Coefficients ระหว่างพฤติกรรมกรวางแผนและไม่วางแผนกับพฤติกรรมกรบริโภคอาหารคลีน (ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารคลีนต่อครั้ง)

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.	90.0% Confidence	
	Coefficients		Coefficients			Interval for B	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1 (Constant)	4.003	1.211		3.305	.005	1.880	6.126
Behavior_Q301	-.005	.158	-.008	-.034	.973	-.283	.272
Behavior_Q302	-.124	.313	-.122	-.395	.698	-.673	.425
Behavior_Q303	-.446	.290	-.626	-1.537	.145	-.954	.063
Behavior_Q304	-.308	.155	-.516	-1.989	<b>.065</b>	-.579	-.037
Behavior_Q305	.337	.218	.467	1.542	.144	-.046	.719
Behavior_Q306	-.274	.302	-.296	-.909	.378	-.803	.254
Behavior_Q307	.219	.252	.237	.867	.400	-.224	.661
Behavior_Q308	-.210	.179	-.231	-1.170	.260	-.525	.105
Behavior_Q309	-.499	.265	-.585	-1.884	<b>.079</b>	-.964	-.035
Behavior_Q310	.311	.574	.274	.542	.596	-.695	1.317
Behavior_Q311	.617	.380	.500	1.626	.125	-.048	1.283
Behavior_Q312	-1.192	.939	-.594	-1.270	.223	-2.837	.453
Behavior_Q313	.500	.302	.594	1.654	.119	-.030	1.030
Behavior_Q314	.168	.351	.174	.478	.640	-.448	.784
Behavior_Q315	.252	.324	.241	.777	.449	-.317	.821

จากตารางที่ 4.47 พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรวางแผนและไม่วางแผน กับ พฤติกรรมกรบริโภคอาหารคลีนในด้านค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารคลีนต่อครั้ง มีค่าเท่ากับ 0.696 และจากตารางที่ 4.48 พบว่าพฤติกรรมที่มีผลต่อการบริโภคอาหารคลีนอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 จำนวน 2 ข้อ ดังนี้

1. ก่อนการบริโภคอาหารคลีน ท่านมีน้ำหนักที่เกินเกณฑ์มาตรฐาน
2. ท่านบริโภคอาหารคลีนตามคำชักชวนของเพื่อน/คนรอบข้าง

โดยมีระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.065 และ 0.079 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ค่า B ของพฤติกรรมข้อ 4 และ 9 มีค่าติดลบแสดงว่าพฤติกรรมดังกล่าวจะมีทิศทางตรงกันข้ามกับแบบสอบถาม

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

#### 5.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 140 คน พบว่า ร้อยละ 70 เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 62 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 61 ส่วนมากทำอาชีพในบริษัทเอกชนคิดเป็นร้อยละ 74 มีเงินเดือนอยู่ในช่วง 15,000 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.7 และร้อยละ 77 มีสถานภาพโสด

ความรู้เกี่ยวกับอาหารคลีนของกลุ่มตัวอย่างจากการทำแบบทดสอบจำนวน 12 ข้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับอาหารคลีนในระดับดี (9 - 12 คะแนน) มากถึงร้อยละ 78.6

พฤติกรรมการวางแผน (TPB) และพฤติกรรมไม่วางแผน (Impulsive) สืบจากการทำแบบสอบถามจำนวน 15 ข้อ จำแนกตามระดับการปฏิบัติ 5 ระดับคะแนน พบว่าพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือแบบสอบถามข้อ 5 “หากมีเพื่อนที่น้ำหนักลดลงจากการบริโภคอาหารคลีนและสุขภาพที่ดีขึ้น ผู้บริโภคอยากจะทำบริโภคตามมากที่สุด” คิดเป็นระดับคะแนนเท่ากับ  $3.89 \pm 1.03$

ช่องทางการจัดจำหน่ายและการบริโภคอาหารคลีนพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากร้อยละ 53.6 คิดว่าอาหารคลีนสามารถหารับประทานได้ไม่ยาก สำหรับแหล่งที่ซื้ออาหารคลีนพบว่าซื้อจากห้างสรรพสินค้า ร้านค้าทั่วไป อินสตาแกรมหรือเฟสบุ๊กคิดเป็นร้อยละ 67.9 , 48.6 และ 24.3 ตามลำดับ นอกจากนั้นร้อยละ 47.9 เคยทำอาหารคลีนรับประทานเอง

#### 5.2 พฤติกรรมของผู้บริโภคอาหารคลีน (RFM Analysis)

การรับประทานอาหารคลีนครั้งล่าสุด (Recency) พบว่ากลุ่มตัวอย่างรับประทานอาหารคลีนครั้งล่าสุดเมื่อเดือนก่อน คิดเป็นร้อยละ 35 สัปดาห์ก่อน และร้อยละ 27.9 รับประทานอาหารคลีนเมื่อวาน

ความถี่ในการบริโภคอาหารคลีน (Frequency) พบว่ากลุ่มตัวอย่างบริโภคอาหารคลีน สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง มากถึงร้อยละ 57.9 และบริโภคอาหารคลีนเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 35 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคอาหารคลีนทุกวันคิดเป็นร้อยละ 7.1

ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้ง (Monetary) พบว่ากลุ่มตัวอย่าง ส่วนมากร้อยละ 59.3 มีค่าใช้จ่าย 51-100 บาทสำหรับการรับประทานอาหารคลีน

สำหรับข้อมูลในส่วนนี้จะสอดคล้องกับหลักการในการเลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ดีที่สุด โดยใช้ตัวชี้วัด 3 ประการ หรือ RFM Analysis ซึ่งประกอบไปด้วย Recency ระยะเวลาที่ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าเป็นครั้งสุดท้ายจนถึงปัจจุบัน Frequency ความถี่ที่ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าในช่วงเวลาหนึ่งและ Monetary จำนวนเงินที่ลูกค้าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยซึ่งถูกนำเสนอโดย Bob Stone (1994) โดยจะเป็นการกำหนดคะแนนโดยใช้ลักษณะ 3 ประการข้างต้นสำหรับพิจารณาลูกค้าในแต่ละราย ถ้าพบว่าลูกค้ารายใดมีระดับคะแนน R-F-M สูง ก็จะเป็นลูกค้าที่น่าสนใจมากที่สุด โดยข้อมูลดังกล่าวอาจจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการธุรกิจจัดจำหน่ายอาหารคลีนได้

### 5.3 การทดสอบสมมติฐานงานวิจัย

จากการทดสอบสมมติฐานทั้ง 24 ข้อของจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 140 คนระหว่างตัวแปรอิสระ (ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารคลีน และการหาแหล่งจัดจำหน่ายอาหารคลีน) กับตัวแปรตาม (พฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีน) โดยใช้ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 สรุปได้ดังนี้

1. เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดที่แตกต่างกัน
2. เพศที่แตกต่างกันจะมีความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนที่ไม่แตกต่างกัน
3. เพศที่แตกต่างกันมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งที่ไม่แตกต่างกัน
4. อายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดที่แตกต่างกัน
5. อายุแตกต่างกันจะมีความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนที่แตกต่างกัน
6. อายุแตกต่างกันจะมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งที่แตกต่างกัน
7. ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดที่ไม่แตกต่างกัน
8. ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนที่ไม่แตกต่างกัน
9. ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งที่แตกต่างกัน



10. อาชีพที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดที่ไม่แตกต่างกัน
11. อาชีพที่แตกต่างกันจะมีความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนที่ไม่แตกต่างกัน
12. อาชีพที่แตกต่างกันจะมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งที่ไม่แตกต่างกัน
13. รายได้ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดที่ไม่แตกต่างกัน
14. รายได้ที่แตกต่างกันจะมีความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนที่ไม่แตกต่างกัน
15. รายได้ที่แตกต่างกันจะมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งที่แตกต่างกัน
16. สถานภาพที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดที่ไม่แตกต่างกัน
17. สถานภาพที่แตกต่างกันจะมีความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนที่ไม่แตกต่างกัน
18. สถานภาพที่แตกต่างกันจะมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งที่ไม่แตกต่างกัน
19. ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารคลีนที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดที่แตกต่างกัน
20. ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารคลีนที่แตกต่างกันจะมีความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนที่ไม่แตกต่างกัน
21. ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารคลีนที่แตกต่างกันจะมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งที่ไม่แตกต่างกัน
22. การหาแหล่งจัดจำหน่ายอาหารคลีนที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดที่ไม่แตกต่างกัน
23. การหาแหล่งจัดจำหน่ายอาหารคลีนที่แตกต่างกันจะมีความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนที่ไม่แตกต่างกัน
24. การหาแหล่งจัดจำหน่ายอาหารคลีนที่แตกต่างกันจะมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งที่ไม่แตกต่างกัน

จากข้อสรุปในข้อ 4 - 6 พบว่าอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุทธิษา คำพันธ์ (2547) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารชีวิตของสมาชิก ชมรมชีวิตใจในกรุงเทพมหานคร พบว่าอายุและสุขภาพของสมาชิก

ชมรมชีวิตมีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมกรบริโภคอาหารชีวิตโดยภาพรวมและในรายละเอียด บางประการ

#### 5.4 ลักษณะกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมวางแผน (Clean Plan)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมวางแผน มีจำนวน 39 คน พบว่า ร้อยละ 74.2 เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปีคิดเป็นร้อยละ 67.7 มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 67.7 ส่วนมากทำอาชีพในบริษัทเอกชนคิดเป็นร้อยละ 67.7 มีเงินเดือนอยู่ในช่วง 15,000 - 30,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 38.7 และร้อยละ 80.6 มีสถานภาพ โสด

ความรู้เกี่ยวกับอาหารคลีนของกลุ่มตัวอย่างจากการทำแบบทดสอบจำนวน 12 ข้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับอาหารคลีนในระดับดี (9 - 12 คะแนน) มากถึงร้อยละ 67.7

พฤติกรรมวางแผน (TPB) และพฤติกรรมไม่วางแผน (Impulsive) จากผลการสำรวจพบว่าพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง แต่มีพฤติกรรม บางส่วนที่แตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างย่อยอีก 2 กลุ่มอย่างเห็นได้ชัดคือก่อนการบริโภคอาหารคลีนมี น้ำหนักเกินเกณฑ์มาตรฐานอยู่ในระดับน้อยและหากมีเพื่อนที่ น้ำหนักลดลง จากการบริโภคอาหาร คลีน และสุขภาพที่ดีขึ้น ผู้ตอบแบบสอบถามอยากจะบริโภคตามเพื่อน ระดับปานกลางการบริโภค อาหารคลีนตามคำชักชวนของเพื่อนหรือคนรอบข้างระดับน้อยการบริโภคอาหารคลีนตามกระแส ความนิยมของสังคมการเลือกบริโภคอาหารคลีนเพราะอยากเป็นคนทันสมัยการบริโภคอาหารคลีน ตามที่โฆษณาในโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ นิตยสาร ระดับน้อยที่สุด และสุดท้ายการให้ คำแนะนำที่ดีในการเลือกบริโภคอาหารคลีนแก่ผู้อื่นหรือการเป็นผู้นำในการเชิญชวนอยู่ในระดับ น้อยเห็น ได้ว่ากลุ่มที่มีพฤติกรรมวางแผนนี้มีการวางแผนมาแล้วอย่างดีเนื่องจากไม่ได้มีปัญหา เกี่ยวกับน้ำหนัก และไม่ได้รับประทานอาหารคลีนเพราะคนรอบข้างหรือสิ่งกระตุ้นรอบตัวต่างๆ อีกทั้งมีการให้คำแนะนำและเชิญชวนผู้อื่นมาร่วมรับประทานน้อย แสดงให้เห็นว่ากลุ่มนี้ค่อนข้าง เป็นตัวของตัวเองมุ่งมั่นและไม่สนใจคนรอบข้าง

ช่องทางการจัดจำหน่ายและการบริโภคอาหารคลีนพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากร้อยละ 61.3 คิดว่าอาหารคลีนสามารถรับประทานได้ไม่ยาก สำหรับแหล่งที่ซื้ออาหารคลีนพบว่าซื้อจาก ห้างสรรพสินค้าเป็นส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 71 และร้อยละ 58.1 เคยทำอาหารคลีนรับประทานเอง

มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุดคือเมื่อวาน คิดเป็นร้อยละ 32.2 ความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 71 และมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีนต่อครั้งอยู่ที่ 50-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 54.8

### 5.5 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการวางแผนและไม่วางแผน กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนของกลุ่มตัวอย่างที่มีการวางแผน (Clean Plan)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Regression) ระหว่างพฤติกรรมการวางแผนและไม่วางแผน (ตัวแปรอิสระ) กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีน (ตัวแปรตาม) ทั้ง 3 พฤติกรรม คือ การบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุด ความถี่ในการบริโภคอาหารคลีน และค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารคลีน พบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.93, 0.94 และ 0.70 ตามลำดับที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 แสดงว่าพฤติกรรมการวางแผนและการขาดความไตร่ตรองจะมีความสัมพันธ์กับ ความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนมากที่สุดใกล้เคียงกับการบริโภคอาหารคลีนครั้งล่าสุด โดยมีค่า สัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์มากกว่า 0.90 และจะมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด ( $R^2$  เท่ากับ 0.70) ผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐกฤตานันท์สิน (ม.ป.ป.) เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคและความภักดีต่ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าความภักดีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครในด้านความถี่ในการบริโภค (ครั้ง/เดือน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ส่วนพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในด้านมูลค่าในการบริโภค (บาท/ครั้ง) ไม่มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่ออาหารเพื่อสุขภาพ ดังนั้นจากงานวิจัยทั้งสองอาจอนุมานได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการวางแผนหรือมีความภักดีต่อการบริโภคอาหารคลีนอาจจะคำนึงถึงเรื่อง ค่าใช้จ่ายเป็นปัจจัยรองๆ

### 5.6 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากการศึกษาพบว่า กลุ่มที่มีพฤติกรรมการวางแผนพบว่าจะมีลักษณะเป็นกลุ่มของ Working woman ซึ่งถ้าผู้ประกอบการที่จำหน่ายอาหารคลีนศึกษาพฤติกรรมของคนกลุ่มนี้มากยิ่งขึ้น ก็จะสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น
2. จากการแบ่งกลุ่มพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีน ออกเป็น 3 กลุ่ม พบว่ากลุ่มที่ไม่มีพฤติกรรมการวางแผน มีความถี่ในการบริโภคอาหารคลีน และค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารคลีนต่อครั้ง เท่ากับ

กลุ่มที่มีพฤติกรรมการวางแผน ซึ่งในการทำการตลาดหากสามารถเข้าถึงกลุ่มที่มีพฤติกรรมไม่วางแผน ก็จะสามารถช่วยเพิ่มยอดขายให้กับผู้ประกอบการได้

3. จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคอาหารคลีน เคยซื้ออาหารคลีนผ่านIG/FB เพียงแค่ร้อยละ 24.3 ทำให้เห็นว่าการโฆษณา การทำการตลาด หรือการให้ข้อมูลผ่านสื่อดังกล่าวอาจจะยังทำให้ไม่ดีพอจึงควรพัฒนาวิธีการสื่อสารทางการตลาดให้ดียิ่งขึ้น

4. จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคอาหารคลีนมีค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารคลีนต่อครั้งที่ 51-100 บาท ดังนั้นผู้ประกอบการควรคำนึงถึงการกำหนดราคาของอาหารคลีนต่อครั้งให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคส่วนใหญ่

## 5.7 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ทำการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างให้ละเอียดขึ้นโดยใช้ RFM Analysis เพื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามคะแนนสำหรับความต้องการของกลุ่มตัวอย่างแต่ละคน
2. ศึกษาปัจจัยอื่นๆที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารคลีน

## บรรณานุกรม

- ณัฐกฤตา นันทะสิน (มปป.). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคและความภักดีต่ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร. (ออนไลน์) ค้นเมื่อวันที่ 28 มิถุนายน 2559 จาก <http://www.culturalapproach.siam.edu/images/magazine/w16ch29/3-18.pdf>
- นิชา เศรษฐอนันต์ (มปป.). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนในเขต กรุงเทพมหานคร. (ออนไลน์) ค้นเมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2559 จาก <http://irj.kku.ac.th/2015/images/article/20150930094321.doc>
- สง่า ดามาพงษ์ (2557). คลีนฟู้ด อีกมิติของการกินเพื่อสุขภาพ. ออนไลน์ ค้นเมื่อวันที่ 27 มิถุนายน 2559 จาก <http://www.thaihealth.or.th/Content/25051-คลีนฟู้ด%20อีกมิติของการกินเพื่อสุขภาพ.html>
- สุทธิชา คำพันธ์. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารชีวิตของสมาชิก ชมรมชีวิตดี ในกรุงเทพมหานคร.
- สุวรรณา เขียงขุนทดและคณะ (2556). รายงานการวิจัย เรื่อง ความรู้และพฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนเกษียณอายุ. (ออนไลน์) ค้นเมื่อวันที่ 27 มิถุนายน 2559 จาก [http://rcfcd.com/wp-content/uploads/2014/03/9\\_สุวรรณา\\_รวมเล่ม.pdf](http://rcfcd.com/wp-content/uploads/2014/03/9_สุวรรณา_รวมเล่ม.pdf)
- สุวรรณา วิริยะประยูร(2548). พฤติกรรมการแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ตามแนวทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน. (ออนไลน์) ค้นเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2559, จาก [www.mea.or.th/internet/hdd1.pdf](http://www.mea.or.th/internet/hdd1.pdf)
- วิชญานาด เรืองนาค (2557). พฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนของนิสิตระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน ที่เรียนวิชาศิลปะการดำเนินชีวิต. โครงการปัญหาพิเศษ สาขาวิชาสุขศึกษา ภาควิชาพลศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน, กรุงเทพมหานคร.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *organizational behavior and human decision processes*, 50, 179–211.
- Bob, S. (1994). *Successful direct marketing methods*. 5<sup>th</sup> ed, NTC Business Books.



## บรรณานุกรม (ต่อ)

Fishbein, M. and Ajzen, I. (1975). Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research. Reading, MA: Addison-Wesley

Piron, F. (1991). Defining Impulse Purchasing. *Advances in Consumer Research*, 18, 509-514.

Terry, B. and Tamara, F. M. (2005). Roundtable Expanding the Boundaries of Consumer Socialization Research. *Advances in Consumer Research*, 32, 118-118.







## ภาคผนวก ก

แบบสำรวจการวิจัย เรื่องการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนทั้งแบบวางแผนและไม่วางแผนซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  หรือเติมข้อความลงในช่องว่างตรงตามความเป็นจริง

1. เพศ  1) ชาย  2) หญิง
2. อายุ
 

<input type="checkbox"/> 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	<input type="checkbox"/> 2) 21-30 ปี
<input type="checkbox"/> 3) 31-40 ปี	<input type="checkbox"/> 4) 41-50 ปี
<input type="checkbox"/> 5) 51-60 ปี	<input type="checkbox"/> 6) 60 ปีขึ้นไปหรือเทียบเท่า
3. สถานภาพ
 

<input type="checkbox"/> 1) โสด	<input type="checkbox"/> 2) สมรส/อยู่ด้วยกัน
<input type="checkbox"/> 3) หม้าย/อย่าร้าง/แยกกันอยู่	
4. รายได้ต่อเดือน
 

<input type="checkbox"/> 1) น้อยกว่า 15,000	<input type="checkbox"/> 2) 15,001 - 30,000	<input type="checkbox"/> 3) 30,001 - 45,000
<input type="checkbox"/> 4) 45,001 - 60,000	<input type="checkbox"/> 5) 60,001 - 75,000	<input type="checkbox"/> 6) มากกว่า 75,000
4. ระดับการศึกษา
 

<input type="checkbox"/> 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> 2) ปริญญาตรี
<input type="checkbox"/> 3) สูงกว่าปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> 4) อื่น ๆ.....

## 5. อาชีพ

- 1) นักเรียน/นักศึกษา  2) รัฐบาล/รัฐวิสาหกิจ
- 3) พนักงานบริษัทเอกชน  4) ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย
- 5) อื่นๆ(ระบุ).....

## ส่วนที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารคลีน

คำชี้แจงโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างด้านขวาตามความรู้ความเข้าใจของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียวและโปรดตอบทุกข้อคำถาม

คำถาม	ใช่	ไม่ใช่
1. อาหารคลีนหมายถึงอาหารที่ไม่ปนเปื้อนจากสิ่งสกปรกและเชื้อโรคต่างๆ และผ่านกระบวนการปรุงแต่งน้อยที่สุด		
2. อาหารคลีนเป็นอาหารจำพวกผักและผลไม้ไม่มีเนื้อสัตว์เจือปน		
3. อาหารคลีนช่วยลดน้ำหนักได้เพราะให้พลังงานน้อยกว่าอาหารขยะทั่วไปในปริมาณที่เท่ากัน		
4. อาหารทุกอย่างล้วนเป็นอาหารคลีนได้ถ้าสดสะอาดปราศจากการปนเปื้อนแปรรูปน้อยปรุงรสเท่าที่จำเป็น		
5. การรับประทานอาหารคลีนควรบริโภคข้าวกล้องแทนข้าวขาวที่มีการขัดสี		
6. การรับประทานอาหารคลีนทำให้เราสามารถลดพลังงานจากอาหารได้จึงสามารถทานเท่าไรก็ได้ไม่จำกัดปริมาณ		
7. ผู้ที่รับประทานอาหารคลีนควรหลีกเลี่ยงแป้งขัดขาวอาหารสังเคราะห์ แอลกอฮอล์ทุกประเภท		
8. ปริมาณน้ำตาลที่ท่านได้ต่อวันสำหรับผู้หญิงไม่เกิน 4 ช้อนชาและผู้ชายไม่เกิน 6 ช้อนชา		
9. ปริมาณเกลือที่สามารถทานได้ต่อวันคือ ต้องไม่เกิน 2300 มิลลิกรัม หรือประมาณ 1 ช้อนชา		
10. เราควรแบ่งอาหารเป็น 5 - 6 มื้อต่อวัน โดยแบ่งเป็น 3 มื้ออาหารหลัก กับ 2-3 มื้ออาหารว่าง และควรจะกินห่างกันอย่างน้อยทุก 2 ชั่วโมงเพื่อเป็นการควบคุมให้ระบบการเผาผลาญสามารถทำงานได้ตลอดวัน		

11.การรับประทานอาหารคลีนควรปรุงแต่งเท่าที่จำเป็นเช่นเค็มการใช้น้ำมันทอดหรือผัดจนท่วมไม่ปรุงน้ำตาล, น้ำปลา, เกลือหรือเค็มรสจัดจนทำให้รสผิดไปจากธรรมชาติมากไป		
12.การรับประทานอาหารคลีนช่วยให้รูปร่างดีชะลอวัยลดเดือนร็วรอยและอาการเสื่อมและลดความเสี่ยงต่อการเกิดมะเร็งชนิดต่างๆ		

### ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการวางแผน (TPB) และพฤติกรรมไม่วางแผน(Impulsive)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างด้านขวาตามการปฏิบัติของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียวและโปรดตอบทุกข้อคำถาม

มากที่สุด หมายถึง ข้อความนั้นตรงกับการปฏิบัติของท่านมากที่สุด  
 มาก หมายถึง ข้อความนั้นตรงกับการปฏิบัติของท่านมาก  
 ปานกลาง หมายถึง ข้อความนั้นตรงกับการปฏิบัติของท่านปานกลาง  
 น้อย หมายถึง ข้อความนั้นตรงกับการปฏิบัติของท่านน้อย  
 น้อยที่สุด หมายถึง ข้อความนั้นไม่ตรงกับการปฏิบัติของท่านน้อยที่สุดถึง  
 ไม่เคยปฏิบัติ

ข้อความ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.ท่านสืบค้นข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประโยชน์ของการบริโภคอาหารคลีน					
2.ท่านศึกษาประโยชน์ของอาหารทุกชนิดก่อนซื้อมารับประทาน					
3.ในการรับประทานอาหาร ส่วนใหญ่ ท่านหลีกเลี่ยงการบริโภคอาหารที่มีรสเค็ม มัน และ หวานจัด					
4.ก่อนการบริโภคอาหารคลีน ท่านมีน้ำหนักที่เกินเกณฑ์มาตรฐาน					
5.หากมีเพื่อนที่ น้ำหนักลดลง จากการบริโภคอาหารคลีน และสุขภาพที่ดีขึ้น ท่านอยากจะทำตามเพื่อนของท่าน					
6.ท่านตั้งใจจะรับประทานอาหารคลีน ต่อไป ในอีก 3 เดือนข้างหน้า					
7.คนส่วนใหญ่ที่มีความสำคัญกับท่านเห็นด้วยกับการรับประทานอาหารคลีน ต่อไป ในอีก 3 เดือนข้างหน้า					

8.ท่านคาดหวังว่าในอีก 3 เดือนข้างหน้า ท่านจะมีน้ำหนักลดลง และสุขภาพที่ดีขึ้น					
9.ท่านบริโภคอาหารคลีนตามคำชักชวนของเพื่อน/คนรอบข้าง					
10.ท่านบริโภคอาหารคลีนตามกระแสความนิยมของสังคม					
11.ท่านเลือกบริโภคอาหารคลีนเพราะอยากเป็นคนทันสมัย					
12.ท่านบริโภคอาหารคลีนตามที่โฆษณาในโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ นิตยสาร					
13.ท่านเลือกที่จะบริโภคอาหารคลีนแทนอาหารฟาสต์ฟู้ดทั่วไป					
14.ท่านให้คำแนะนำที่ดีในการเลือกบริโภคอาหารคลีนแก่ผู้อื่น					
15.ท่านเป็นผู้นำในการเชิญชวนให้ผู้อื่นหันมาบริโภคอาหารคลีน					

#### ส่วนที่ 4 ช่องทางการจัดจำหน่ายและพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีน

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย  ลงใน  หรือเติมข้อความลงในช่องว่างตรงตามความเป็นจริง

1.ท่านซื้ออาหารคลีนจากที่ใด(ตอบได้มากกว่าข้อ):  ห้างสรรพสินค้า  ร้านอาหารทั่วไป

สั่งผ่านFacebook/IG  ทำรับประทานเอง

2.ท่านคิดว่าแหล่งจำหน่ายอาหารคลีนหายากหรือไม่:  ยาก  ไม่ยาก

3.ท่านรับประทานอาหารคลีนครั้งล่าสุดเมื่อไหร่:  วันนี้  เมื่อวานนี้  สัปดาห์ก่อน  เดือนก่อน

2- 3 เดือนที่ผ่านมา  3เดือนขึ้นไป

4.ท่านรับประทานอาหารคลีนบ่อยแค่ไหน:  เป็นประจำทุกวัน  สัปดาห์ละ 1-4 วัน

เดือนละครั้ง  ไม่เคยบริโภค  อื่นๆ.....

5.ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารคลีน/ครั้ง:  0-50 บาท  51-100 บาท  101-150 บาท  
 151-200 บาท  201-250 บาท  มากกว่า 250 บาท

☺ ขอขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม ☺

