



ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน
สังกัดกรมราชองครักษ์

Factors Affecting Food Consumption Behavior of
Non-Commissioned Officers
Under Royal Aide De Camp Department

รภััสสา วังบรรพตดำรง

RAPHASSA WANGBANPOTDHUMRONG

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

2560



ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน
สังกัดกรมราชองครักษ์

Factors Affecting Food Consumption Behavior of
Non-Commissioned Officers
Under Royal Aide De Camp Department

รภัสสา วังบรรพตดำรง

RAPHASSA WANGBANPOTDHUMRONG

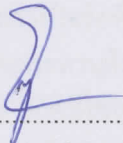
วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

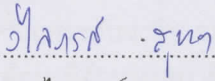
2560

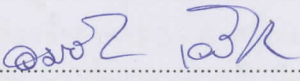
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ชื่อวิทยานิพนธ์ ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน
สังกัดกรมราชองครักษ์
ชื่อ นามสกุล รักษ์สา วังบรรพตดำรง
ชื่อปริญญา คหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา คหกรรมศาสตร์
คณะ เทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษา ศาสตราจารย์ ดร.อมรรัตน์ เจริญชัย

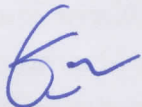
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ได้ให้ความเห็นชอบวิทยานิพนธ์ฉบับนี้แล้ว


..... ประธานกรรมการ
(ดร.ผดุงชัย ภูพัฒน์)


..... กรรมการ
(ดร.วิไลภรณ์ สุทธา)


..... กรรมการ
(ศาสตราจารย์ ดร.อมรรัตน์ เจริญชัย)

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร อนุมัติให้นับ
วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร


..... คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชฎาภักดิ์ กีอาริโย)

วันที่ 16 เดือน กันยายน พ.ศ. 2560

ชื่อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์
ชื่อ นามสกุล	รภััสสา ว่างบรรพตดำรง
ชื่อปริญญา	คหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา และคณะ	คหกรรมศาสตร์ เทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา	2560

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ 2) ศึกษาระดับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร 3) ศึกษาระดับความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ 4) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารและ 5) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร กลุ่มตัวอย่าง คือ ข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ ที่ทำงานปี 2558 จำนวน 159 คน เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าไคสแควร์ (Chi-Square) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 31 - 40 ปี มีสถานภาพสมรส จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีชั้นยศระดับจ่าสิบเอก/พันจ่าเอก/พันจ่าอากาศเอก มีรายได้เฉลี่ยอยู่ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาทต่อเดือน มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 - 4 คน มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 2) ปัจจัยด้านคุณภาพของอาหารมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุด ซึ่งมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 3) ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่มีความรู้ด้านโภชนาการอยู่ในระดับดีมาก 4) ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เลือกรับประทานอาหารสด เลือกซื้ออาหาร 3 - 4 ครั้งต่อสัปดาห์ และ 5 - 6 ครั้งต่อสัปดาห์รับประทานอาหารเช้าทุกวัน เลือกซื้ออาหารกลางวัน มีค่าเฉลี่ยในการเลือกซื้ออาหารต่อครั้งอยู่ระหว่าง 51 - 100 บาท เลือกซื้ออาหารจากตลาดสดและร้านอาหาร คำนึงถึงตัวเองในการเลือกซื้ออาหาร ตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพที่ดี และ 5) ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการเลือกซื้ออาหาร ด้านแหล่งในการเลือกซื้ออาหาร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้ออาหาร และด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหาร ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านสถานที่เลือกซื้อ ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านชั้นยศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านค่าเฉลี่ยในการเลือกซื้ออาหารต่อครั้ง ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านวันที่เลือกซื้ออาหาร ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านภูมิลำเนามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านจำนวนมื้ออาหารที่รับประทานต่อวัน ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการเลือกซื้ออาหาร ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านคุณภาพอาหารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้ออาหาร และปัจจัยการตัดสินใจในการเลือกซื้ออาหาร ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านช่วงเวลาในการเลือกซื้ออาหาร และสถานที่ในการเลือกซื้ออาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

คำสำคัญ: พฤติกรรมการบริโภคอาหาร ข้าราชการชั้นประทวน กรมราชองครักษ์

Thesis title	Factors Affecting Food Consumption Behavior of Non - Commissioned Officers Under Royal Aide De Camp Department
Author	Raphassa Wangbanpotdhumrong
Degree	Master of Home Economics
Major program	Home Economics
Academic Year	2017

ABSTRACT

The purposes of the study were to study 1) the demographic characteristics, 2) the level of the marketing mix factors that affect food consumption behaviors, 3) the level of knowledge about nutrition, 4) the food consumption behaviors and 5) the relationship between factors that affect food consumption behaviors and food consumption behaviors. The subjects were 159 non – commissioned officers under royal aide de camp department who worked for a year in 2015. To collect data, the research instrument was questionnaire. The statistics used to analyze the data were frequency, percentage, mean, standard deviation and chi-square. The data analyzed by SPSS.

The research found that 1) the most respondents were mostly female, age range in 31 - 40 years, married, graduated Bachelor's degree, Sergeant major 1st class/Chief petty officer 1st class/Flight sergeant 1st class, the average income of between 20,001 - 30,000 baht per month, there were members of the family 3 - 4 people and domiciled in Bangkok and Suburbs, 2) the quality of the food's average score were the highest score, 3) the respondents generally have knowledge of nutrition in the very good level, 4) the respondents mostly eat fresh food, buying food 3 - 4 times per week and 5 - 6 times per week, eating 3 meals a day, buying food daily, buying food in the evening, the average expense is between 51 - 100 baht, buying food from markets and restaurants, regardless of their own to buy food, deciding to buy food for good health and 5) the number of family members related to the average expense per time in buying food, the source of buying food, the person who influences on buying food and the factors affecting the decision to buy food. While, the level of education correlated with place of buying food. In addition, the rank correlated with the average in buying food at a time. Besides, average monthly income is related to the day to buy. Moreover, the hometown is associated with the number of meals eaten per day. Similarly, the status is related to the average expense per time in buying food. The food quality related to the person who influences on buying food and the deciding factor in buying food. And the knowledge about nutrition related to the period to buy food and place of buying food. At the Statistical significance level of .05.

Keyword: Factors affecting food consumption behavior, non - commissioned officers, royal aide de camp department

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาของ ศาสตราจารย์ ดร.อมรรัตน์ เจริญชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำแนะนำ คำปรึกษา ตรวจสอบ แก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ นับตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินงาน จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ ผู้ศึกษารู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ดร.ผดุงชัย ภูพัฒน์ และ ดร.วไลภรณ์ สุทธา คณะกรรมการการสอบวิทยานิพนธ์ที่กรุณาสละเวลามาเป็นอาจารย์สอบวิทยานิพนธ์ พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องที่เป็นประโยชน์ ขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์พนีย์ บุญนา อาจารย์พี่เลี้ยง ทั้งยังเมตตาให้ข้อเสนอแนะในการทำวิทยานิพนธ์จนกระทั่งเสร็จสมบูรณ์

ขอขอบคุณคณะผู้ทรงคุณวุฒิที่พิจารณาเครื่องมือในการวิจัย อันประกอบด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รชพร จันทร์สว่าง คุณมณฑา บัวเกิด พันโทหญิงนิลภา สุขเจริญ พันโทหญิง แพทย์หญิงสิริกานต์ เตชะวนิช และ คุณจันจิรา ประภาภรณ์

ขอขอบคุณ นายณปภัช และ นางณิชชาภัทร วังบรรพตดำรง บิดา – มารดา ผู้ให้กำเนิดที่ให้ความรัก การศึกษา กำลังใจ และความปรารถนาดีมาตลอด ขอขอบคุณข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ ทุกๆ ท่านที่ให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง

นอกจากรายนามที่กล่าวมาแล้ว ผู้ศึกษาต้องขอขอบคุณผู้มีส่วนให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ทุกท่าน และขออภัยที่ไม่สามารถกล่าวถึงได้หมด ความดีอันเกิดจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้ศึกษาขอยกให้แก่ผู้มีอุปการคุณทุกท่านไว้ ณ โอกาสนี้

รภััสสา วังบรรพตดำรง

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
Abstract	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญ	(4)
สารบัญตาราง	(6)
สารบัญภาพ	(19)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	2
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	3
1.4 ตัวแปร	3
1.5 สมมติฐาน	3
1.6 กรอบแนวความคิด	4
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.8 นิยามศัพท์	5
1.9 คำสำคัญ	7
บทที่ 2 เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร	8
2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร	9
2.3 การสุขาภิบาลอาหาร	13
2.4 การบริโภคอาหารของข้าราชการกรมราชองครักษ์	16
2.5 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	18
บทที่ 3 วิธีดำเนินการ	22
3.1 กำหนดประชากร และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	22
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	23
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	25
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้	26

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผล	27
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ลักษณะประชากรศาสตร์)	27
4.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	31
4.3 ผลการวิเคราะห์ความรู้ทางด้านโภชนาการ	33
4.4 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคอาหาร	35
4.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน	39
4.6 อภิปรายผล	195
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	201
5.1 สรุปผลการศึกษา	201
5.2 ข้อเสนอแนะ	205
เอกสารอ้างอิง	208
ภาคผนวก	211
ภาคผนวก ก รายงานผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือ และหนังสือเชิญ	212
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูล	219
ภาคผนวก ค แบบสอบถาม	222
ประวัติการศึกษาและการทำงาน	228

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 จำนวนบุคลากรที่เป็นประชากรและกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชั้นยศ	23
4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านเพศ	27
4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านอายุ	28
4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านสถานภาพสมรส	28
4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านระดับการศึกษา	29
4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านชั้นยศ	29
4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	30
4.7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัว	30
4.8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านภูมิลำเนาเดิม	31
4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด	32
4.10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ	33
4.11 จำนวนและร้อยละของระดับความรู้เกี่ยวกับด้านโภชนาการของกลุ่มตัวอย่าง	34
4.12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านประเภทอาหารที่เลือกซื้อ	35
4.13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านความถี่ในการซื้ออาหาร	35
4.14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน	36
4.15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านวันที่ซื้อ	36
4.16 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านเวลาที่ซื้อ	37
4.17 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการ เลือกซื้ออาหารต่อครั้ง	37
4.18 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านสถานที่เลือกซื้อ	37
4.19 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการ เลือกซื้ออาหาร	38
4.20 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจ	38
4.21 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะ ประชากรศาสตร์ ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกรายด้าน	40
4.22 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะ ประชากรศาสตร์ ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ประเภทอาหารที่เลือกซื้อ	41

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.23 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทความถี่ในการซื้อ	42
4.24 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน	43
4.25 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ	44
4.26 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ	45
4.27 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	46
4.28 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ	47
4.29 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ	48
4.30 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	49
4.31 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกรายด้าน	50
4.32 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ	52

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.33 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ	53
4.34 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน	54
4.35 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ	55
4.36 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ	56
4.37 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	57
4.38 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ	58
4.39 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ	59
4.40 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	60
4.41 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกรายด้าน	61
4.42 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ	63
4.43 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ	64

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.44 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน	65
4.45 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ	66
4.46 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ	67
4.47 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	68
4.48 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ	69
4.49 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ	70
4.50 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	71
4.51 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกรายด้าน	72
4.52 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ	74
4.53 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ	75

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.54 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน	76
4.55 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ	77
4.56 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ	78
4.57 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	79
4.58 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ	80
4.59 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ	81
4.60 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	82
4.61 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกรายด้าน	83
4.62 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ	85
4.63 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ	87

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.64 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะ ประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน	89
4.65 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะ ประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวัน ที่ซื้อ	91
4.66 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะ ประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ	93
4.67 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะ ประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	95
4.68 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะ ประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม สถานที่เลือกซื้อ	97
4.69 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะ ประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ	99
4.70 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะ ประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	101
4.71 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะ ประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้น ประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกรายด้าน	103
4.72 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะ ประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของ กลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ	104
4.73 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะ ประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของ กลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ	105

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.74 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน	106
4.75 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ	107
4.76 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ	108
4.77 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	109
4.78 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ	110
4.79 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ	111
4.80 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	112
4.81 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกรายด้าน	113
4.82 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ	115
4.83 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ	116

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.84 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน	117
4.85 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ	118
4.86 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ	119
4.87 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	120
4.88 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ	121
4.89 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ	122
4.90 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	123
4.91 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านภูมิฐานะกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกรายด้าน	124
4.92 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านภูมิฐานะกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ	126
4.93 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านภูมิฐานะกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ	128

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.94 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านภูมิลำเนา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน	130
4.95 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านภูมิลำเนา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ	132
4.96 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านภูมิลำเนา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ	134
4.97 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านภูมิลำเนา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	136
4.98 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านภูมิลำเนา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ	138
4.99 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านภูมิลำเนา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ	140
4.100 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านภูมิลำเนา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	142
4.101 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกรายด้าน	144
4.102 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ	145
4.103 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทความถี่ในการซื้อ	146

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.104 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน	147
4.105 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ	148
4.106 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ	149
4.107 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	150
4.108 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ	151
4.109 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ	152
4.110 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	153
4.111 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านคุณภาพของอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกรายด้าน	154
4.112 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านคุณภาพของอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ	156
4.113 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านคุณภาพของอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทความถี่ในการซื้อ	157

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.114 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด ด้านคุณภาพของอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่ม ตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน	158
4.115 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด ด้านคุณภาพของอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่ม ตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ	159
4.116 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด ด้านคุณภาพของอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่ม ตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ	160
4.117 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด ด้านคุณภาพของอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่ม ตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	161
4.118 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด ด้านคุณภาพของอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่ม ตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ	162
4.119 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด ด้านคุณภาพของอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่ม ตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ	163
4.120 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด ด้านคุณภาพของอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่ม ตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	164
4.121 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด ด้านราคากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกรายด้าน	165
4.122 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนก ตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ	167
4.123 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของ กลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทความถี่ในการซื้อ	168

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.124 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน	169
4.125 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ	170
4.126 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ	171
4.127 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	172
4.128 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ	173
4.129 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ	174
4.130 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	175
4.131 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านความรู้เกี่ยวกับโภชนาการกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกรายด้าน	176
4.132 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านความรู้เกี่ยวกับโภชนาการกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ	178
4.133 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านความรู้เกี่ยวกับโภชนาการกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทความถี่ในการซื้อ	180

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.134 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านความรู้เกี่ยวกับ โภชนาการกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม จำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน	182
4.135 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านความรู้เกี่ยวกับ โภชนาการกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ	184
4.136 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านความรู้เกี่ยวกับ โภชนาการกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ	186
4.137 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านความรู้เกี่ยวกับ โภชนาการกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่าย โดยเฉลี่ยต่อครั้ง	188
4.138 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านความรู้เกี่ยวกับ โภชนาการกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ	190
4.139 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านความรู้เกี่ยวกับ โภชนาการกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคล ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ	192
4.140 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านความรู้เกี่ยวกับ โภชนาการกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	194

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิด	4
2.1 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรการบริโภค	10



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

อาหารเป็นหนึ่งในปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ มนุษย์จึงมีวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับการหาอาหาร จัดเตรียม และปรุงแต่งให้มีการบริโภคด้วยรสชาติที่ถูกต้อง ซึ่งแต่เดิมกิจกรรมเกี่ยวกับอาหารจะทำภายในแต่ละครัวเรือน แต่ในปัจจุบันการเติบโตทางเศรษฐกิจ ทำให้คนส่วนมากต้องออกไปประกอบอาชีพนอกบ้านเพื่อหารายได้มาใช้จ่ายในการดำรงชีวิต อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงขนาดครอบครัวจากครอบครัวขยายไปสู่ครอบครัวขนาดเล็กอาศัยอยู่คนเดียวมากขึ้น รวมถึงการใช้ชีวิตของผู้คนที่เร่งรีบทำให้มีข้อจำกัดในเรื่องเวลา จะเห็นว่าปัจจัยเหล่านี้ก่อให้เกิดแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตในด้านการรับประทานอาหารที่คนไทยนิยมเลือกรับประทานอาหารที่ร้านอาหาร มากกว่าการปรุงอาหารเอง เนื่องจากมีความสะดวกสบายและรวดเร็ว จึงส่งผลให้พฤติกรรมของคนไทยส่วนใหญ่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครมีแนวโน้มของการออกไปรับประทานอาหารนอกบ้านเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ก็มีวิถีชีวิตแบบนั้นเช่นกัน นอกจากนี้ยังเป็นเพียงข้าราชการชั้นผู้น้อยที่มีรายได้ไม่มากนัก ทำให้การตัดสินใจจะเลือกบริโภคอาหารในแต่ละมื้อต้องกระทำอย่างรอบคอบ นฤมล (2548) ระบุว่า การคงอยู่และขยายตัวของการค้าอาหารข้างทางในกรุงเทพมหานคร เป็นผลทั้งจากปัจจัยในระดับโครงสร้างทั้งในระดับระหว่างประเทศ และระดับประเทศ กล่าวคือ กระแสโลกาภิวัตน์ วัฒนธรรมการบริโภค แนวทางการพัฒนาประเทศ การพัฒนาเป็นเมืองของกรุงเทพมหานคร และนโยบายของรัฐในระดับชาติ และระดับท้องถิ่น ล้วนมีบทบาทสำคัญ ทำให้การค้าขายอาหารในกรุงเทพมหานครคงอยู่และขยายตัว และจากข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรไทย (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2556) ระบุว่า ในปี พ.ศ.2555 มีผู้ประกอบการร้านอาหารในประเทศไทยรวม 61,760 ราย โดยเป็นผู้ประกอบการร้านอาหารที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ในกลุ่มภัตตาคาร ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม ที่ยังคงมีสถานะดำเนินกิจการรวม 6,933 ราย (ลดลงจากปี พ.ศ.2553 และปี พ.ศ.2554 ที่มีจำนวนรวม 7,907 ราย และ 7,099 ตามลำดับ) แม้ว่าจำนวนผู้ประกอบการร้านอาหารจะมีแนวโน้มลดลงจากในอดีตอันเนื่องมาจากการแข่งขันในตลาดที่ค่อนข้างรุนแรงจากการขยายตัวของร้านอาหาร แต่เมื่อพิจารณาจำนวนผู้ประกอบการที่มีการจดทะเบียนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่ กลับพบว่ามีการเพิ่มขึ้น โดยข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2557) ระบุว่า จำนวนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่ครั้งปีแรกของปี พ.ศ.2557 จำนวน 624 ราย เทียบกับครั้งปีแรกของปี พ.ศ.2556 จำนวน 620 ราย เพิ่มขึ้น 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.6 ข้อมูลดังกล่าวได้บ่งชี้ให้เห็นถึงความน่าสนใจในการประกอบธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทย ที่ยังคงมีผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องด้วยเช่นกัน

ในสภาวะการณ์ที่ธุรกิจร้านอาหารมีแนวโน้มการแข่งขันที่รุนแรงเพิ่มขึ้น เนื่องจากมีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาในตลาดโดยเฉพาะผู้ประกอบการรายย่อย เนื่องมาจากการลงทุนไม่สูงมากและระยะเวลาคืนทุนสั้น ทำให้ผู้ประกอบการทั้งหลายต้องปรับกลยุทธ์เพื่อชิงส่วนแบ่งทางการตลาด นอกจากนี้ผู้ประกอบการต้องเผชิญกับต้นทุนในการประกอบธุรกิจที่สูงขึ้น โดยเฉพาะต้นทุนสำคัญอย่างค่าใช้จ่ายด้านอาหารสด จึงเป็นสาเหตุให้ผู้ประกอบการต้องเร่งปรับตัวเพื่อให้อยู่รอดได้ภายใต้สถานการณ์ตลาดที่เปลี่ยนแปลง โดยอาจจะเน้นเรื่องการปรับปรุงคุณภาพและความคุ้มค่าให้กับลูกค้า โดยข้อมูลจาก World Menu Report (2011) หรืองานวิจัยเทรนด์การบริโภคอาหารนอกบ้าน ซึ่งยูนิลีเวอร์ ฟู้ดโซลูชันส์ ดำเนินการสำรวจข้อมูลจากผู้บริโภคจำนวน 3,500 คนจาก 7 ประเทศ คือ สหรัฐอเมริกา อังกฤษ รัสเซีย ตุรกี จีน เยอรมนี และบราซิล ระบุว่า 3 สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการทราบมากที่สุดเมื่อรับประทานอาหารนอกบ้าน คือ คุณค่าทางโภชนาการ แหล่งที่มาของอาหาร และวิธีการปรุง นอกจากนี้ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับการรักษาความสะอาดและสุขอนามัยทั้งตัวร้าน พนักงานภายในร้าน และอุปกรณ์เครื่องปรุงต่าง ๆ ทั้งนี้เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าให้กลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป ซึ่งแต่เดิมนั้น การตัดสินใจเข้ามาใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภค ก็คือ แบรินด์เป็นที่รู้จัก สินค้ามีคุณภาพ การตกแต่งร้านหรือบรรยากาศดี แต่ปัจจุบันการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการต้องคิดกลยุทธ์ที่เหมาะสม และพยายามเข้าใจความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และพยายามให้ความสำคัญกับการรักษาฐานลูกค้า เนื่องจากการที่ลูกค้ามีทางเลือกมากขึ้น ผู้ประกอบการจึงต้องพยายามทำให้เป็นทางเลือกอันดับแรกในใจของลูกค้า

สำหรับการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยมาใช้เป็นแนวทางในการประเมินความเป็นไปได้ของโครงการขายอาหาร รวมถึงการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของผู้บริโภค สามารถรองรับกับการแข่งขันที่สูงขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งเป็นแนวทางประกอบการตัดสินใจสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ที่สนใจจะทำธุรกิจร้านอาหาร และยังเป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจในเรื่องนี้นำไปใช้ประโยชน์ได้ตามต้องการ

1.2 วัตถุประสงค์

- 1.2.1 เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์
- 1.2.2 เพื่อศึกษาระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์
- 1.2.3 เพื่อศึกษาระดับความรู้เกี่ยวกับโภชนาการของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์
- 1.2.4 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์
- 1.2.5 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดขอบเขตของงานวิจัยดังนี้

1.3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ทำการเก็บข้อมูลภายในพื้นที่กรมราชองครักษ์

1.3.2 ขอบเขตเนื้อหาที่จะศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มุ่งศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์

1.3.3 ขอบเขตด้านเวลาที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ทำการเก็บข้อมูลโดยนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ เดือนธันวาคม พ.ศ. 2558

1.3.4 ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ ที่ทำงานปี พ.ศ. 2558 จำนวนทั้งหมด 267 คน (กรมราชองครักษ์, 2558)

1.3.5 ขอบเขตกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ จำนวน 159 คน ได้มาจากการเทียบตาราง Determining Sample Size From a Given Population ของ Krejcie and Morgan (Krejcie and Morgan, 1997 อ้างถึงใน สุภาพ, 2550) สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sample) แล้วคำนวณหาจำนวนของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละชั้นยศ ตามสัดส่วนของขนาดประชากรในแต่ละชั้นยศ ทำการเลือกตัวอย่างจากบุคลากรแต่ละ ชั้นยศ โดยการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sample) โดยการจับฉลากแบบไม่คืนที่ (Sampling Without Replacement) ตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างเฉพาะผู้เลือกซื้ออาหารรับประทานเป็นประจำ โดยก่อนทำการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้คำถามนำเพื่อคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างในขั้นต้นว่า ท่านเป็นผู้เลือกซื้ออาหารรับประทานเป็นประจำหรือไม่ก่อนเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นแจกแบบสอบถามที่เตรียมไว้

1.4 ตัวแปร

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดตัวแปรที่ศึกษาไว้ดังนี้

1.4.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ประกอบด้วย ลักษณะประชากรศาสตร์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ

1.4.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการบริโภคอาหาร ประกอบด้วย ประเภทอาหารที่เลือกซื้อ ความถี่ในการซื้อ จำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน วันที่ซื้อ เวลาที่ซื้อ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง สถานที่เลือกซื้อ บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

1.5 สมมติฐาน

จากการรวบรวมเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้ศึกษาได้กำหนดสมมติฐานงานวิจัยไว้ดังนี้

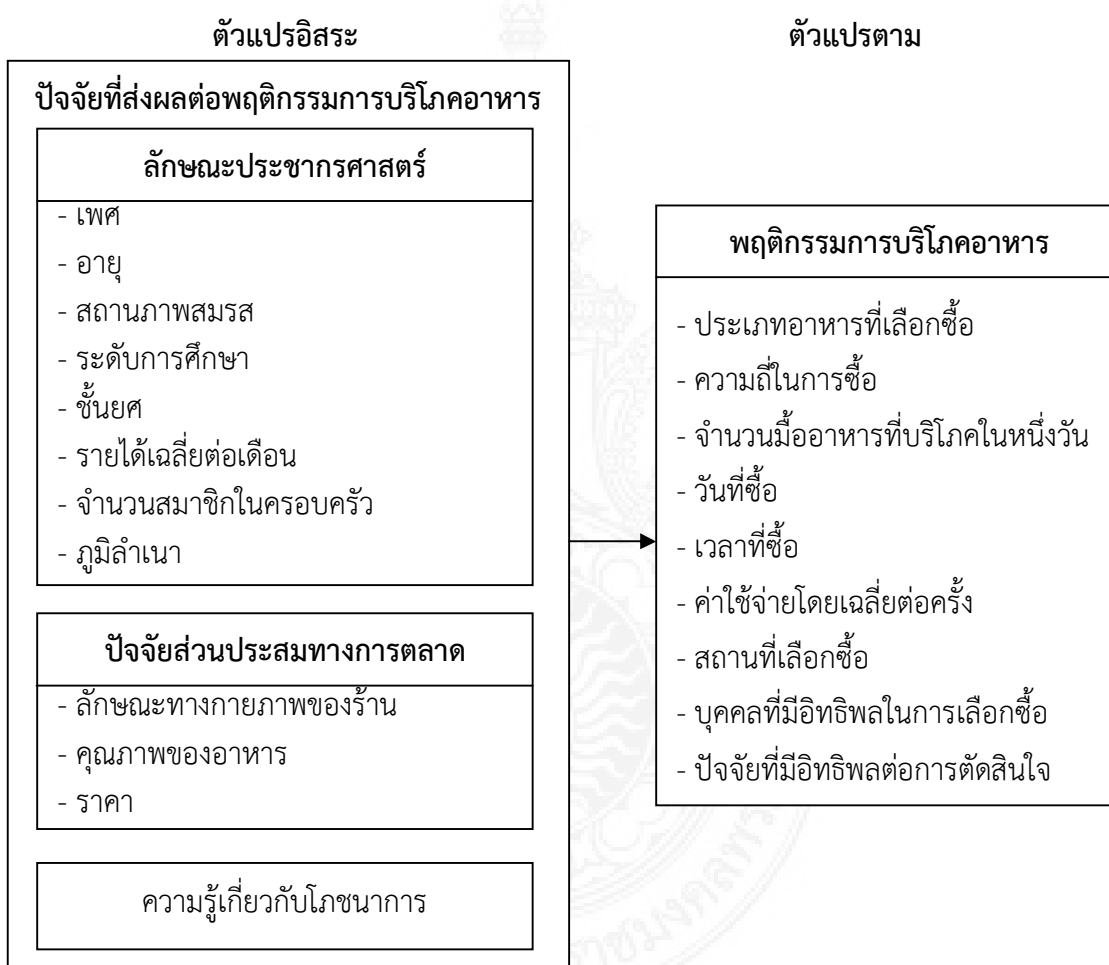
1.5.1 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร

1.5.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร

1.5.3 ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร

1.6 กรอบแนวคิด

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้กำหนดแนวคิดในการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิด

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมและเหตุผลที่สนับสนุนการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์

1.7.2 เพื่อนำผลข้อมูลปัจจัยด้านประชากรที่ได้จากการศึกษาไปใช้ทำการตลาดให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของผู้บริโภค

1.7.3 ผลการศึกษาสามารถใช้เป็นแนวทางในการวางแผนดำเนินธุรกิจจำหน่ายอาหารในบริเวณกรมราชองครักษ์ และพื้นที่ใกล้เคียง

1.7.4 เพื่อนำผลข้อมูลด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ได้จากการศึกษาไปวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคเพื่อลดความเสี่ยงในการทำธุรกิจและจะทำให้ประสบความสำเร็จ

1.8 นิยามศัพท์

1.8.1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคอาหาร หมายถึง ตัวแปรที่มีผลต่อการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ชั้นยศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัวและภูมิลำเนา

1.8.2 พฤติกรรมผู้บริโภคอาหาร หมายถึง การกระทำหรือกิจกรรมที่ข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์แสดงออกเกี่ยวกับการบริโภคอาหารในเรื่องการเลือกซื้ออาหารที่สะอาดปราศจากอันตราย โดยรับประทานอาหารครบทั้ง 5 หมู่ และน้ำให้เพียงพอกับความต้องการของร่างกายไม่มากเกินไปหรือน้อยเกินไป แบ่งเป็น 9 ด้าน ได้แก่

1.8.2.1 ประเภทอาหารที่เลือกซื้อ หมายถึง โดยทั่วไปอาหารที่รับประทานในครอบครัว แบ่งออกเป็น อาหารสำเร็จรูป, อาหารสด และอาหารพร้อมปรุง/อาหารกระป๋อง

1.8.2.2 ความถี่ในการซื้อ หมายถึง จำนวนครั้งในการซื้ออาหาร ได้แก่ วันละ 1 ครั้ง, 1 – 2 ครั้งต่อสัปดาห์, 3 – 4 ครั้งต่อสัปดาห์ และ 5 – 6 ครั้งต่อสัปดาห์

1.8.2.3 จำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน หมายถึง จำนวนมื้อที่รับประทานอาหารในแต่ละวัน ได้แก่ 1 – 2 มื้อต่อวัน, 3 มื้อต่อวัน และมากกว่า 3 มื้อต่อวัน

1.8.2.4 วันที่ซื้อ หมายถึง วันที่เลือกซื้ออาหาร ได้แก่ วันจันทร์ถึงศุกร์, วันเสาร์ อาทิตย์/วันหยุดนักขัตฤกษ์ และทุกวัน

1.8.2.5 เวลาที่ซื้อ หมายถึง ช่วงเวลาที่เลือกซื้ออาหาร ได้แก่ ช่วงเช้า, ช่วงกลางวัน และช่วงเย็น

1.8.2.6 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง หมายถึง จำนวนเงินที่จ่ายสำหรับซื้ออาหารต่อครั้ง ได้แก่ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 50 บาท, 51 – 100 บาท, 101 – 150 บาท และมากกว่า 150 บาท

1.8.2.7 สถานที่เลือกซื้อ หมายถึง สถานที่สำหรับเลือกซื้ออาหาร ได้แก่ ตลาดสด, ซูเปอร์มาร์เก็ต, ร้านอาหาร และแผงลอย รถเข็น หรือร้านอาหารในเต็นท์

1.8.2.8 บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ หมายถึง บุคคลซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหาร ได้แก่ ตัวเอง, สามี/ภรรยา, บุตร/หลาน, พ่อ/แม่ และเพื่อน

1.8.2.9 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ หมายถึง ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหาร ได้แก่ โฆษณาจากสื่อต่าง ๆ, เพื่อสุขภาพที่ดี, เพื่อน ครอบครัว คนรู้จัก, ตามค่านิยมในขณะนั้น, รายได้, ราคา และอื่น ๆ

1.8.3 ลักษณะประชากรศาสตร์ หมายถึง ข้อมูลเกี่ยวกับตัวบุคคลของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ ได้แก่ เพศ, อายุ, สถานภาพ, ระดับการศึกษา, ชั้นยศ, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน, จำนวนสมาชิกในครอบครัว และภูมิลำเนา ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค โดยทั่วไปแล้วใช้

เป็นลักษณะพื้นฐานที่นักการตลาดมักจะนำมาพิจารณาสำหรับการแบ่งส่วนตลาด โดยนำมาเชื่อมโยงกับความต้องการ ความชอบและอัตราการใช้สินค้าของผู้บริโภค ลักษณะประชากรศาสตร์ประกอบด้วย

1.8.3.1 อายุ หมายถึง จำนวนอายุปีเต็มของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์นับตามปีปฏิทินจนถึงวันที่เก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น ต่ำกว่า 30 ปี, 31 – 40 ปี, 41 – 50 ปี และมากกว่า 50 ปี

1.8.3.2 สถานภาพ หมายถึง สถานะ การครองคู่สมรสของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ ได้แก่ โสด, สมรส และหย่าร้าง/หม้าย

1.8.3.3 ระดับการศึกษา หมายถึง การศึกษาขั้นสูงสุดของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ ได้แก่ ต่ำกว่าปริญญาตรี, ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี

1.8.3.4 ชั้นยศ หมายถึง ยศของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ ซึ่งครองอยู่ ได้แก่ สิบตรี/จ่าตรี/จ่าอากาศตรี (ส.ต./จ.ต.), สิบโท/จ่าโท/จ่าอากาศโท (ส.ท./จ.ท.), สิบเอก/จ่าเอก/จ่าอากาศเอก (ส.อ./จ.อ.), จ่าสิบตรี/พันจ่าตรี/พันจ่าอากาศตรี (จ.ส.ต., พ.จ.ต, พ.อ.ต.), จ่าสิบโท/พันจ่าโท/พันจ่าอากาศโท (จ.ส.ท./พ.จ.ท./พ.อ.ท.) และ จ่าสิบเอก/พันจ่าเอก/พันจ่าอากาศเอก (จ.ส.อ./พ.จ.อ./พ.อ.อ.)

1.8.3.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน หมายถึง จำนวนเงินเดือนและเบี้ยเลี้ยงต่อเดือนที่ข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ได้รับ

1.8.3.6 จำนวนสมาชิกในครอบครัว หมายถึง จำนวนคนทั้งหมดในครอบครัวที่ข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์รับผิดชอบอุปการะอยู่ เช่น บุตร สามเณร/ภรรยา บิดามารดา เป็นต้น

1.8.3.7 ภูมิลำเนา หมายถึง แหล่งพักพิงของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ โดยพิจารณาตามความเป็นจริง ไม่จำเป็นต้องเป็นถิ่นที่อยู่ตามทะเบียนสำมะโนครัว ถิ่นที่อยู่ถาวร ถิ่นอันตั้งรกรากถาวร หรือถิ่นที่อยู่หรือที่ทำงานเป็นการประจำ

1.8.4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง เครื่องมือที่ใช้ในการประสมประสานทางการตลาด เพื่อให้เกิดพฤติกรรมการบริโภค ซึ่งประกอบด้วย ลักษณะทางกายภาพของร้าน, คุณภาพของอาหาร และราคา

1.8.4.1 ลักษณะทางกายภาพของร้าน หมายถึง สภาพแวดล้อมโดยรวมของร้านที่ขายอาหาร ประกอบด้วย ขนาดของร้าน, จำนวนสาขา, การจัดวางของ, รูปแบบบรรจุภัณฑ์, แสงสว่างในบริเวณร้าน, ความสะอาดของร้าน, ความหลากหลายของอาหาร และความสะอาดของพนักงานขาย

1.8.4.2 คุณภาพของอาหาร หมายถึง ลักษณะในด้านต่างๆ ของอาหารที่มีผลต่อความต้องการของผู้บริโภค และสอดคล้องกับมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด ประกอบด้วย รสชาติของอาหาร, ความสดใหม่ของอาหาร, ความสะอาดของอาหาร และการได้รับการรับรองมาตรฐานต่างๆ เช่น clean food good taste

1.8.4.3 ราคา หมายถึง มูลค่าของอาหารที่แสดงออกมา เมื่อเทียบกับรสชาติ ปริมาณ และคุณภาพอาหาร ประกอบด้วย ความคุ้มค่าของราคาเมื่อเทียบกับรสชาติ, ความคุ้มค่าของราคาเมื่อ

เทียบกับปริมาณ, ความคุ้มค่าของราคาเมื่อเทียบกับประเภทอาหาร และความคุ้มค่าของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพอาหาร

1.8.5 กรมราชองครักษ์ หมายถึง หน่วยขึ้นตรงกระทรวงกลาโหม มีหน้าที่ตามกฎหมายว่าด้วยราชองครักษ์ และกฎหมายว่าด้วยตำรวจราชสำนัก มีสมุหราชองครักษ์ เป็นผู้บังคับบัญชารับผิดชอบ ได้แก่ การถวายความปลอดภัยสำหรับองค์พระมหากษัตริย์ พระราชินี พระรัชทายาท ผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์ พระบรมวงศานุวงศ์ ผู้แทนพระองค์ และพระราชอาคันตุกะ กรมราชองครักษ์ได้รับการยกฐานะเป็นหน่วยขึ้นตรงกระทรวงกลาโหม ตั้งแต่วันที่ 8 กรกฎาคม พ.ศ. 2534

1.8.6 ข้าราชการชั้นประทวน หมายถึง ข้าราชการทหารที่มียศ สิบตรี/จ่าตรี/จ่าอากาศตรี, สิบโท/จ่าโท/จ่าอากาศโท, สิบเอก/จ่าเอก/จ่าอากาศเอก, จ่าสิบตรี/พันจ่าตรี/พันจ่าอากาศตรี, จ่าสิบโท/พันจ่าโท/พันจ่าอากาศโท และจ่าสิบเอก/พันจ่าเอก/พันจ่าอากาศเอก

1.9 คำสำคัญ

พฤติกรรมการบริโภคอาหาร ข้าราชการชั้นประทวน กรมราชองครักษ์ ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ ครอบคลุมเนื้อหาสำคัญต่าง ๆ ได้แก่

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร
- 2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร
- 2.3 การสุขาภิบาลอาหาร
- 2.4 การบริโภคอาหารของข้าราชการกรมราชองครักษ์
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร

ศิริวรรณ และคณะ (2538) กล่าวถึง ความหมายของพฤติกรรมการบริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการ ค้นหา การซื้อ การใช้งาน ประเมินผลและการใช้ผลิตภัณฑ์ และการบริการที่คาดว่าจะสนองความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้น การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค จึงครอบคลุมการศึกษากระบวนการ ตัดสินใจของผู้บริโภคแต่ละคนว่าจะทำการเลือกซื้อสินค้าและบริการอะไร อย่างไร จึงจะเหมาะสมและสร้างความพอใจในการซื้อให้แก่ตนเองมากที่สุด ซึ่งกระบวนการนี้จะเกี่ยวข้องกับ การรับรู้ข่าวสารและการประเมินทางเลือกเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่เขาสนใจ ซึ่งคำถามที่ได้เป็นไปเพื่อการค้นหาลักษณะพฤติกรรมการบริโภคนิยม

สิริกัญย์ (2549) กล่าวถึง พฤติกรรมการบริโภคอาหาร หมายถึง การกระทำ หรือกิจกรรม ที่บุคคลแสดงออกเกี่ยวกับการบริโภคอาหาร ในเรื่องของการเลือกซื้ออาหารที่สะอาดปราศจากอันตราย รับประทานอาหารที่ปรุงสุกใหม่ ๆ มีการเตรียม การประกอบและใส่ภาชนะที่สะอาด ไม่กินอาหารที่ใส่สีมีสารอันตราย หลีกเลียงอาหารรสจัด ของหมักดอง ของกินเล่น โดยรับประทาน อาหารครบทั้ง 5 หมู่ และน้ำ ให้เพียงพอกับความต้องการของร่างกาย ไม่มากเกินไป หรือน้อยเกินไป

พรพันธุ์ และคณะ (2548) กล่าวถึง การบริโภคอาหารของบุคคลวัยทำงานมีแนวโน้ม ที่จะรับประทานอาหารนอกบ้านเพิ่มขึ้น หรือมีรูปแบบอาหารสำเร็จให้เลือกบริโภคมากมาย ตั้งแต่อาหารสำเร็จรูป (หรืออาหารถุง) กึ่งสำเร็จรูป อาหารสด หรือที่ปอก หั่นไว้พร้อมสำหรับ ปรุง อาหารประเภทเครื่องปรุงรส เป็นต้น จากการสำรวจวิถีชีวิตวันนี้ของคนกรุงเทพมหานคร ของศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ช่วงเดือน มีนาคม - เมษายน 2545 พบว่า ร้อยละ 54.2 ของคนกรุงเทพฯ นิยมซื้ออาหารสำเร็จรูป เนื่องจากสะดวกในการหาซื้อและไม่ต้องเสียเวลาในการปรุง กลุ่มอายุระหว่าง 20 - 30 ปี นิยมรับประทานมากที่สุด ผู้บริโภคที่นิยมซื้ออาหารเหล่านี้จึงได้รับ สารอาหารขาดหรือเกินความจำเป็นในบางกลุ่ม เช่น โปรตีน และไขมันสูง และส่วนใหญ่ ต้องเสี่ยงกับการรับประทานอาหารที่ไม่สะอาดและปนเปื้อนทั้งเชื้อโรคและสารเคมี

เจริญศรี (2548) กล่าวว่า ความเชื่อในการบริโภคอาหาร (Food Belief) เป็นความเข้าใจ และประสบการณ์ที่ได้รับการถ่ายทอด และสะสมกันมาโดยมักมีเหตุผลหรือข้ออ้างอิงเป็นคำอธิบาย ถึงผลของความเชื่อนั้น ๆ ซึ่งอาจเป็นจริงหรือไม่ก็ได้

ความนิยมในการเลือกบริโภคอาหาร (Food Fad) เป็นการกระทำที่เอาอย่างกัน เพื่อแสดง ความมีส่วนร่วม รักษาสถานะทางสังคมหรือเพื่อความจำเป็นทางเศรษฐกิจ โดยไม่จำเป็นต้องถูกต้องหรือมีเหตุผลเสมอไป

ข้อห้ามในการบริโภคอาหาร (Food Taboo) เป็นกฎเกณฑ์ทางสังคมที่ถือปฏิบัติสืบต่อกัน ในสภาวะ หรือสถานการณ์บางอย่าง

บริโภคนิสัย (Food Habit) หมายถึง ลักษณะและการกระทำที่ซ้ำซากซึ่งบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ทำด้วยความตั้งใจสืบต่อเนื่องกันมาเป็นเวลานาน เพื่อให้การรับประทานอาหารของเขาบรรลุ ถึงความประสงค์ทางอารมณ์ และสังคม

ชวลิต และคณะ (2544) กล่าวถึง บริโภคนิสัยที่ดี คือ พื้นฐานที่สำคัญที่สุดในการที่จะมีสุขภาพที่ดี ตลอดชีวิตเพราะอาหารที่มีประโยชน์ในปริมาณที่พอเหมาะเท่านั้น จึงจะสามารถป้องกันโรคร้าย ไข้เจ็บต่าง ๆ ให้ห่างไกลจากตัวเราได้

ศิริลักษณ์ (2544) กล่าวว่า พฤติกรรมการบริโภคอาหาร เป็นเรื่องของลักษณะวิธีการกิน อาหาร ว่ากินอะไร กินอย่างไร มากหรือน้อย บ่อยหรือไม่ในรอบวันหรือเดือน มีระเบียบมารยาท ในการกินอย่างไร เป็นต้น พฤติกรรมดังกล่าวอาจจำแนกไปตามลักษณะหรือประเภทของบุคคล เช่น เด็ก ผู้ใหญ่ ผู้ป่วย เป็นต้น หรืออาจจำแนกการกินตามโอกาส เช่น การกินที่บ้าน การกิน ที่ร้านอาหาร หรือวาระต่าง ๆ เช่น วันเกิด วันแต่งงาน เป็นต้น นอกจากนี้พฤติกรรมการบริโภคอาหาร อาจยังจำแนกออกโดยตามภาคหรือยุคสมัยที่ต่างกันเป็นหลัก

สุวัฒนา (2550) สรุปความหมายพฤติกรรมการบริโภคอาหาร หมายถึง การแสดงออกทั้ง ด้านการกระทำ ความคิด ความรู้สึก โดยเริ่มตั้งแต่การเลือกซื้ออาหาร การปรุงอาหาร การรับประทานอาหาร ซึ่งเป็นกระบวนการที่จะนำไปสู่การได้อาหารอร่อย สะอาดและมีประโยชน์ต่อร่างกาย

จากความหมายของพฤติกรรมการบริโภคอาหารได้มีผู้ให้ความหมายไว้มากมาย ดังนั้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า พฤติกรรมการบริโภคอาหาร หมายถึง การกระทำ ที่บุคคลแสดงออกเกี่ยวกับการกิน ว่ากินอย่างไร กินแบบไหน มากหรือน้อยและสะอาดหรือมีประโยชน์ต่อร่างกายเพียงใด

2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดพฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างกันของผู้บริโภคแต่ละคน มีทั้งปัจจัยที่เกิดจากตัวผู้บริโภคเอง และปัจจัยที่มาจากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (สุดาตวง, 2543) ซึ่งสอดคล้องกับ คอตเลอร์และอาร์มสตรอง (Kotler & Armstrong, 2004) ที่ได้กำหนดนิยาม พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล และการใช้จ่ายผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการ ของเขา การบริโภคได้เข้ามาเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของผู้คนอย่างมาก

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการบริโภค สามารถแบ่งได้เป็น 3 ปัจจัยต่างกัน ดังนี้ คือ ปัจจัยแวดล้อมทางกายภาพ ปัจจัยแวดล้อมทางชีวภาพ และปัจจัยแวดล้อมทางสังคม (ธนากร, 2546)



ภาพที่ 2.1 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภค
ที่มา: ธนากร (2546)

2.2.1 ปัจจัยแวดล้อมทางกายภาพ (Physical factor) ได้แก่ สภาพทางภูมิศาสตร์ของชุมชนเป็นตัวกำหนดชนิดของอาหารที่สามารถผลิต หรือหาได้ในชุมชนนั้น นอกจากนี้สภาพทางภูมิศาสตร์ เช่น ดิน น้ำ ภูมิอากาศ ยังเป็นตัวกำหนดชนิดของพืชที่สามารถเพาะปลูกได้ในแต่ละชุมชนนั้น ชนิดของพืช และสัตว์ในแต่ละท้องถิ่นจะเป็นเครื่องกำหนดแบบแผนของลักษณะอาหารที่บริโภคของชุมชน ปัจจัยทางกายภาพจึงมีอิทธิพลโดยตรงต่อการกินอาหารของชุมชน ดังนั้น ความแตกต่างของลักษณะทางกายภาพจะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการบริโภคของคนในชุมชนนั้น ๆ

2.2.2 ปัจจัยแวดล้อมทางชีวภาพ (Biological factor) แต่ละคนจะมีความต้องการสารอาหารแต่ละชนิดเหมือนกัน จะแตกต่างกันในด้านปริมาณที่ต้องการไม่เท่ากัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ เพศ วัย สภาพร่างกาย กิจกรรมที่ทำ รวมถึงสภาวะต่าง ๆ ของร่างกาย เช่น การตั้งครรภ์ ความเจ็บป่วย ชนิดของยาที่กิน การทำงานของอวัยวะในร่างกาย เช่น การย่อย การดูดซึมอาหาร กล่าวคืออายุที่แตกต่างกันทำให้ความต้องการของสารอาหารแตกต่างกัน ผู้ชายจะมีความต้องการพลังงานจากอาหาร และสารอาหารต่าง ๆ สูงกว่าผู้หญิงในช่วงอายุที่เท่ากัน ความต้องการอาหารของคนขึ้นอยู่กับความเปลี่ยนแปลงของร่างกาย ซึ่งเริ่มตั้งแต่เกิดเป็นทารกจนถึงวัยชรา ระยะที่ร่างกายเปลี่ยนแปลงเป็นสาเหตุที่คนเรามีความต้องการอาหารที่ต่างกัน

คุณาสิริ (2548) ได้ทำการศึกษา ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคอาหาร เพื่อสุขภาพของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพ และสภาพสมรส ทั้งนี้อาจเนื่องจากผู้ที่สมรสอยู่เป็นแบบครอบครัว มีความใส่ใจในเรื่องการบริโภคมามากขึ้น หากความรู้นี้มากขึ้นเพื่อดูแลสุขภาพของคนในครอบครัว โดยเฉพาะแม่บ้าน

2.2.3 ปัจจัยทางสังคม (Social factor) ได้แก่ ระดับการศึกษา สภาพการทำงาน รายได้ วัฒนธรรม กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว อายุ และสภาวะการณ์ทางเศรษฐกิจ

2.2.3.1 ระดับการศึกษา เป็นสิ่งที่ทำให้คนเพิ่มพูนความรู้ในเรื่องต่างๆ และสามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนเราได้ ดังเช่น สายชล (2546) ศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงจะมีความรู้ทางโภชนาการ ดีกว่าผู้บริโภคที่มีการศึกษาต่ำ โดยจะพิจารณาอาหารที่มีคุณค่าและประโยชน์ นอกจากนี้ Pender (คุณาสิริ, 2548) กล่าวว่า ระดับการศึกษาช่วยให้บุคคลรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพ และเจ็บป่วยได้ดี มีโอกาสแสวงหาข้อมูลข่าวสารได้ถูกต้องกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย ซึ่งจะส่งผลไปสู่การมีพฤติกรรมสุขภาพที่ดีต่อไป

2.2.3.2 สภาพการทำงาน บุคคลที่ประกอบอาชีพต่างกันจะมีมุมมองในด้านใดด้านหนึ่งที่แตกต่างกัน อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็น และความต้องการสินค้าบริการที่แตกต่างกัน แต่เมื่อต้องการที่จะได้สิ่งของอื่น ๆ ที่ตนเองยังไม่มีความรู้พอ ก็จะต้องขวนขวายหาความรู้ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งนั้น ทั้งนี้บุคคลที่มีอาชีพเดียวกันก็มักจะมีความรู้เฉพาะด้านคล้าย ๆ กัน ซึ่งบุคคลที่ต่างอาชีพกันก็จะมีความรู้ และทัศนคติแตกต่างกันไป นอกจากนี้ มนัส (2536 อ้างใน คุณาสิริ, 2548) พบว่า คนกรุงเทพฯ ในกลุ่มผู้ใช้แรงงาน จะเป็นกลุ่มที่มีความรู้ทางโภชนาการต่ำให้ความสำคัญกับคุณค่าของอาหารน้อย ส่วนในกลุ่มผู้บริหารเอกชน และกลุ่มผู้บริหารราชการ จะมีความรู้ในเรื่องโภชนาการในระดับปานกลางค่อนข้างสูง พยายามหาอาหารเสริมมาบริโภคเพื่อป้องกันรักษาสุขภาพมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ

2.2.3.3 รายได้ต่อเดือน รายได้เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการดำเนินชีวิตของทุกคน กล่าวคือ ผู้ที่มีรายได้สูงจะสามารถซื้อสิ่งของอันใดก็ได้ตามความต้องการใช้จ่ายโดยไม่ลำบากเท่ากับ ผู้ที่มีรายได้ค่อนข้างต่ำ วัฒนา (อ้างตาม คุณาสิริ, 2548) พบว่า ผู้ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจต่ำ มักจะเป็นผู้ที่มีความรู้เรื่องอาหารที่ควรบริโภคน้อย จึงไม่รู้จักใช้เงินให้เกิดประโยชน์มากที่สุด ซึ่งหากขาดความรู้ในทางโภชนาการแล้ว ก็มักจะไม่ได้อาหารที่มีคุณค่าประโยชน์แก่ร่างกายมาบริโภค

2.2.3.4 วัฒนธรรม (Cultural) ถือเป็นปัจจัยที่หล่อหลอมพฤติกรรมในการบริโภคของแต่ละบุคคลซึ่งจะแปรเปลี่ยนเป็นค่านิยมในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ และเป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานที่สุดในการกำหนดความต้องการและพฤติกรรมของมนุษย์ซึ่งประกอบไปด้วย

1) วัฒนธรรมหลัก (Core Culture) เป็นตัวกำหนดความต้องการพฤติกรรมของบุคคล บุคคลทั่ว ๆ ไปจะมีค่านิยม การรับรู้ ความนิยมชมชอบและพฤติกรรมซึ่งเขาได้มาจากครอบครัวและสถาบันอื่น

2) วัฒนธรรมย่อย (Sub Culture) วัฒนธรรมแต่ละวัฒนธรรมประกอบด้วย วัฒนธรรมย่อยที่เป็นตัวกำหนด การจำแนกลักษณะและกระบวนการทางสังคม ที่เฉพาะเจาะจงสำหรับสมาชิกในสังคมนั้น ๆ วัฒนธรรมย่อยเป็นผลมาจากสัญชาติ ศาสนา กลุ่มสีผิว และเขตทางภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกัน ซึ่งนักการตลาดจะต้องออกแบบผลิตภัณฑ์และโปรแกรมการตลาดของตนให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดดังกล่าว

3) ชั้นทางสังคม (Social Class) เป็นการแบ่งชั้นในสังคมที่มีความเป็นหนึ่งเดียวและมีความคงทนถาวรชั้นทางสังคมมิได้สะท้อนถึงรายได้เพียงอย่างเดียว แต่ยังมีตัวบ่งชี้อื่น ๆ เช่น การศึกษา สถานที่อยู่อาศัย รูปแบบการดำเนินชีวิต อาชีพ ฯลฯ บุคคลที่อยู่ในชนชั้นทางสังคมเดียวกันก็จะมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมการบริโภคที่เหมือนกัน

2.2.3.5 กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) คือ กลุ่มใด ๆ ที่มีการเกี่ยวข้องกันระหว่างคนในกลุ่ม และมีอิทธิพลโดยตรงต่อความคิดของบุคคลที่อยู่ในกลุ่ม (Enzel & Kollat) กลุ่มอ้างอิงแบ่งเป็น 2 ระดับ คือ

1) กลุ่มปฐมภูมิ (Primary Group) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิทและเพื่อนบ้าน การที่จะเข้ากันได้เป็นกลุ่มปฐมภูมิแบบนี้มักจะมีข้อจำกัดในเรื่องอาชีพ ระดับชั้นทางสังคม และช่วงอายุ เป็นต้น

2) กลุ่มทุติยภูมิ (Secondary Group) เป็นกลุ่มทางสังคมที่มีความสัมพันธ์แบบตัวต่อตัวแต่ไม่บ่อย มีความเหนียวแน่นน้อยกว่ากลุ่มปฐมภูมิ

2.2.3.6 ครอบครัว (Family) ครอบครัวเป็นสถาบันที่ทำการซื้อเพื่อการบริโภคที่สำคัญที่สุด ผู้บริโภคจะรับฟังความคิดเห็นของคนในครอบครัวเพื่อการตัดสินใจก่อนเสมอ นักการตลาดจะพิจารณาครอบครัวมากกว่าที่จะพิจารณาเป็นรายบุคคล บิดา มารดา เป็นผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่ให้สมาชิกในครอบครัว นอกจากนี้ สมาชิกเด็ก ๆ ในครอบครัวมีความสำคัญ เพราะเป็นแรงกระตุ้นให้บิดามารดาซื้อด้วย

2.2.3.7 อายุ (Age) และระยะเวลาของช่วงชีวิต (Family Life Cycle) พฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นหากอยู่ในช่วงอายุเดียวกัน ก็จะมีพฤติกรรมในการบริโภคที่เหมือนหรือคล้ายกัน ซึ่งช่วงอายุที่แตกต่างกันก็จะมี ความชอบหรือความต้องการแตกต่างกันไป

2.2.3.8 สภาพการณ์ทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstances) รายรับ รายจ่าย มีผลกระทบและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งหากผู้บริโภคมีรายจ่ายมากกว่ารายรับก็จะทำให้ผู้ซื้อ มีการตัดสินใจที่เข้มงวดมากขึ้น

นอกจากนี้ ปัจจัยด้านสุขภาพอนามัยก็มีส่วนเช่นกัน การมีโรคประจำตัวสามารถเกิดได้กับทุกคน การดูแลตนเองจึงเป็นสิ่งที่ผู้ป่วยพึงกระทำ เพื่อลดปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดจากโรคเรื้อรัง เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนเองในการดำรงชีวิตอยู่ สุขภาพที่ดีขึ้นของผู้ป่วย หากเรามีโรคประจำตัวก็จะหาวิธีทางรักษา โดยการหาความรู้จากตำรา รวมทั้งหาความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย ซึ่งการมีโรคประจำตัวอาจทำให้คนมีความสนใจในเรื่องคุณค่าของอาหารสูงตามไปด้วย

สถาบันวิจัยโภชนาการมหิดล (2527) อ้างถึงใน หทัยกาญจน์ และอัมพร (2550) ได้จำแนกพฤติกรรมการบริโภคของคนไทยออกเป็น 3 แบบ ได้แก่ พฤติกรรมที่พึงประสงค์ พฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ และพฤติกรรมแบบกลาง ๆ ธรรมดาที่ไม่ทำให้เกิดผลเสีย

พฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ไม่พึงประสงค์ เนื่องมาจาก ขาดความรู้ ความเชื่อที่ผิด ประสพการณ์สะสมที่ผิด สิ่งแวดล้อม เช่น ขาดแหล่งอาหาร และภาวะจำยอม และขาดบริการสาธารณสุข สาเหตุ และปัจจัยของพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ไม่พึงประสงค์เหล่านี้ มักจะเกิดร่วมกันไป และมีผลเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน เสริมความเชื่อที่ผิดต่าง ๆ ให้แน่นแฟ้นมากขึ้น ความเชื่อผิด ๆ ที่แก้ไขยากที่สุด คือ ความเชื่อที่มีอิทธิพลมาจากวัฒนธรรม และประเพณี ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญ สำหรับแหล่งอาหารมีความสำคัญต่อพฤติกรรมการบริโภคไม่น้อยไปกว่าการเรียนรู้ และการบริการสาธารณสุข ส่วนปัจจัยทางด้านรายได้ และอำนาจการซื้อจะมีผลต่อการได้มาซึ่งอาหารสำหรับเลี้ยงสมาชิกในครอบครัวโดยเฉพาะกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่เกษตรกร การเลือกซื้ออาหาร

อยู่ภายใต้อิทธิพลของการโฆษณา นอกจากนี้การกระจายอาหารมีบริการไปขายถึงบ้าน ทั้งอาหารที่มีประโยชน์และไม่มีประโยชน์ มักใช้วิธีการดึงดูดใจผู้ซื้อได้มากกว่า ดังนั้น การเลือกซื้ออาหารจึงขึ้นอยู่กับความรู้ของผู้บริโภคเป็นสำคัญ

ส่วนพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่พึงประสงค์ ควรปฏิบัติตามโภชนบัญญัติ ที่กำหนดไว้ 9 ข้อ นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ เช่น การได้รับความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับการกินอาหาร การมีสภาพแวดล้อมที่ดี โดยมีแหล่งอาหาร การบริการสาธารณสุขที่ดีพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่พึงประสงค์จะเกิดขึ้นได้ เมื่อเปลี่ยนการขาดความรู้เป็นมีความรู้เปลี่ยนความเชื่อที่ผิด ๆ ให้ถูกต้อง ส่งเสริมสิ่งแวดล้อมให้อำนวยต่อการมีแหล่งอาหาร และลดภาวะจำยอมต่าง ๆ ปรับปรุงรูปแบบสาธารณสุข เพื่อให้ความมั่นใจต่อความปลอดภัยของชีวิต

สรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนไทย มีดังนี้

- 1) การเรียนรู้ทั้งในระบบ และนอกระบบ
- 2) การมีแหล่งอาหาร การผลิต การถนอมอาหาร การแปรรูป ตลอดจนการเตรียม และปรุงอาหาร
- 3) รายได้ อำนาจการซื้อ ซึ่งมีผลต่อการมีอาหาร แต่อยู่ภายใต้อิทธิพลของการโฆษณา
- 4) วัฒนธรรม ประเพณี และประสบการณ์ต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ การเตรียม การหาและการปรุงอาหาร
- 5) การบริการสาธารณสุข ทั้งทางด้านการรักษา ป้องกัน และส่งเสริมสุขภาพ

2.3 การสุขาภิบาลอาหาร

การสุขาภิบาลอาหาร (Food sanitation) สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ (2556) หมายถึง การบริหารจัดการและควบคุมสิ่งแวดล้อมรวมทั้งบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการเตรียมปรุง และจำหน่ายอาหารเพื่อทำให้อาหารสะอาด ปลอดภัย ปราศจากเชื้อโรค หนองพยาธิ และสารเคมีต่าง ๆ ที่เป็นอันตราย หรืออาจจะเป็นอันตรายต่อการเจริญของร่างกายสุขภาพอนามัย และการดำรงชีวิตของผู้บริโภค

สุรีย (2554) อธิบายความหมายการสุขาภิบาลอาหาร หมายถึง การจัดการและควบคุมอาหารให้สะอาดปราศจากจุลินทรีย์ พยาธิและสารเคมีที่จะทำให้เกิดอันตรายกับผู้บริโภค โดยการจัด และควบคุมสื่อกลาง เช่น วัตถุดิบ ภาชนะอุปกรณ์ ผู้สัมผัสอาหาร สถานที่ประกอบและจำหน่ายอาหาร สัตว์และแมลงนำโรคมิให้เป็นสื่ออันตรายมาสู่อาหาร

การบริโภคอาหารที่ถูกหลักสุขาภิบาลอาหาร จึงมิได้หมายความว่าเพียงแต่บริโภคเข้าไปแล้วไม่ก่อให้เกิดโรคและโทษในระยะเวลาปัจจุบันเท่านั้น แต่ยังหมายรวมถึงความไม่มีพิษภัยที่เป็นโทษหรือก่อให้เกิดโรคในระยะยาวหรือในอนาคตอีกด้วย

2.3.1 การจัดการและควบคุมอาหารให้สะอาด ปลอดภัย ทำได้โดยการควบคุมปัจจัยสำคัญที่เป็นสาเหตุทำให้อาหารสกปรก ได้แก่

2.3.1.1 บุคคล

2.3.1.2 อาหาร

2.3.1.3 ภาชนะอุปกรณ์

2.3.1.4 สถานที่ปรุง ประกอบ และจำหน่ายอาหาร

2.3.1.5 สัตว์แมลงนำโรค

2.3.2 หลักทั่วไปในการสุขาภิบาลอาหาร

หลักการสุขาภิบาลอาหาร คือ การจัดการควบคุมดูแลปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการผลิตอาหาร ได้แก่ วัตถุดิบ ภาชนะอุปกรณ์ สถานที่และสิ่งแวดล้อม ผู้สัมผัสอาหารหรือบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการผลิตอาหาร การป้องกันสัตว์และแมลงนำโรค โดยการควบคุมปัจจัยเหล่านี้มิให้สื่อหน้าเชื้อโรคและสารพิษสู่อาหารทำให้อาหารไม่ปลอดภัยต่อการบริโภค สาเหตุที่ทำให้อาหารไม่ปลอดภัยต่อการบริโภค คือ จุลินทรีย์ ปรสิต และสารเคมีที่เป็นพิษซึ่งปนเปื้อนในอาหาร โดยผ่านสื่อกลาง ได้แก่ วัตถุดิบ ภาชนะอุปกรณ์ สถานที่ผลิต ผู้สัมผัสอาหาร สัตว์และแมลงนำโรค เป็นสาเหตุที่ทำให้อาหารไม่ปลอดภัย เมื่อนำไปบริโภคจะทำให้เกิดอาการเจ็บป่วย ดังนั้นการจัดการสุขาภิบาลอาหารจึงต้องควบคุมสื่อกลางทุกปัจจัยมิให้นำจุลินทรีย์ พยาธิ และสารเคมีที่เป็นพิษปนเปื้อนในอาหาร หลักการสุขาภิบาลอาหาร มีดังนี้

2.3.2.1 วัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหาร เป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการสุขาภิบาลอาหาร เพราะการใช้วัตถุดิบที่สะอาดจะช่วยให้การสุขาภิบาลอาหารได้ผลดีและง่ายขึ้น ดังนั้นในการเลือกซื้อและเก็บรักษาวัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหารจึงเป็นสิ่งสำคัญ

2.3.2.2 ภาชนะและอุปกรณ์ สื่อกลางนำโรคที่ต้องให้ความสำคัญอีกปัจจัย คือ ภาชนะและอุปกรณ์ เพราะอาหารจะสะอาดปลอดภัยต้องใช้ภาชนะอุปกรณ์ที่สะอาดทำจากวัสดุที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน ไม่มีโลหะหนักหรือสารพิษปนเปื้อนในอาหาร

2.3.2.3 สถานที่เตรียม-ปรุงอาหาร หมายถึง พื้นที่ที่ใช้ในการล้าง จัดเตรียมหรือปรุงอาหาร ซึ่งได้แก่ครัวของบ้านเรือน ครัวของร้านอาหาร และโรงครัวของโรงพยาบาลหรือสถาบันต่าง ๆ เป็นต้น

2.3.2.4 ผู้สัมผัสอาหาร เป็นสื่อกลางนำโรคที่สำคัญ ผู้สัมผัสอาหาร หมายถึง ผู้ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับอาหารได้แก่ ผู้ขนส่ง ผู้เตรียม ผู้ปรุง ผู้เสิร์ฟ ผู้ทำความสะอาดภาชนะอุปกรณ์ เป็นผู้ที่มีโอกาสสัมผัสกับอาหารทุกขั้นตอน ผู้สัมผัสอาหารจึงมีความสำคัญมากในกระบวนการผลิตอาหาร จึงมีการกำหนดให้ผู้สัมผัสอาหารต้องเป็นผู้ที่มีสุขวิยาส่วนบุคคล มีร่างกายแข็งแรงปราศจากโรค และไม่เป็นพาหะนำโรค และสุขนิสัยในการปฏิบัติงาน เช่น แต่งกายสะอาดสวมหน้ากากป้องกันหรือเสื้อคลุมสวมทับขณะปฏิบัติงาน สวมหมวกหรือผ้าคลุมผมให้เรียบร้อย สวมรองเท้านุ่มที่สะอาด ในขณะที่ปฏิบัติงานต้องรักษาความสะอาดของมือ ห้ามใช้มือสัมผัสกับอาหารโดยตรง ไม่สูบบุหรี่เคี้ยวหมากฝรั่ง ขณะปฏิบัติงาน การชิมต้องมีช้อนหรือถ้วยชิมต่างหาก ไม่ไอ จามและพูดคุยผ่านอาหารที่ปรุงเสร็จแล้ว

2.3.3 หลักเกณฑ์มาตรฐาน การตรวจตัดสินร้านอาหารสะอาด รสชาติอร่อย (Clean Food Good Tastes)

จากหลักการสุขาภิบาลร้านอาหารเพื่อให้ผู้ประกอบการดำเนินการอย่างเคร่งครัด รัฐบาล โดยกรมอนามัย ได้จัดโครงการปรับปรุงร้านอาหารทั่วประเทศ ภายใต้โครงการ ร้านอาหาร

สะอาด รสชาติอร่อย หรือที่รู้จักกันในชื่อ Clean Food Good Tastes ผู้ประกอบการที่ผ่านการตรวจจากเจ้าหน้าที่สาธารณสุขจะได้รับตราสัญลักษณ์ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า เกณฑ์มาตรฐานที่ใช้ตัดสินจะมี 2 ด้าน คือด้านกายภาพและด้านแบคทีเรีย ดังนี้

เกณฑ์มาตรฐานที่ 1 ทางกายภาพตามข้อกำหนดสถานที่ปรุง ประกอบ จำหน่ายอาหารที่จะได้รับรองมาตรฐานตามข้อกำหนดพื้นฐานของท้องถิ่น ได้แก่ ใบอนุญาตหรือหนังสือรับรองการแจ้งของทางราชการส่วนท้องถิ่น หรือมาตรฐานสุขาภิบาลอาหารของกรมอนามัย เช่น ร้านจำหน่ายอาหารมีมาตรฐานจำนวน 15 ข้อ

เกณฑ์มาตรฐานที่ 2 ทางแบคทีเรีย โดยการตรวจโคลิฟอร์มแบคทีเรียอย่างง่ายด้วยน้ำยาตรวจหาเชื้อโคลิฟอร์มชนิดต้น (SI-2) จำนวน 10 ตัวอย่างต่อร้าน โดยผลของการตรวจตัวอย่างจำนวน 10 ตัวอย่างจะต้องไม่พบการปนเปื้อนตั้งแต่ร้อยละ 90 ขึ้นไป

2.3.3.1 เกณฑ์ Clean Food Good Taste Plus มีดังนี้

- 1) ต้องผ่านเกณฑ์มาตรฐานอาหารสะอาด รสชาติอร่อย (Clean Food Good Taste)
- 2) มีช้อนกลางสำหรับผู้บริโภค มีช้อนกลางไว้บริการ/เสิร์ฟพร้อมอาหาร โดยไม่ต้องร้องขอ หรือมีข้อความ/สิ่งแสดงให้รู้ว่ามีบริการช้อนกลางให้กับผู้บริโภค
- 3) มีอ่างล้างมือสำหรับผู้บริโภค จัดให้มีอ่างล้างมือที่สะอาดพร้อมสบู่สำหรับผู้บริโภคใช้ได้โดยสะดวกและเพียงพอ
- 4) ส่วนในร้านอาหารผ่านเกณฑ์มาตรฐาน HAS (Healthy Accessibility Safety) 16 ข้อ โดยเน้น 3 เรื่อง คือ ความสะอาด (H) ความเพียงพอ (A) และความปลอดภัย (S)
- 5) ผักสดปลอดสารพิษฆ่าแมลง ผักสด ชื้อจากแหล่งที่ปลอดภัย เชื่อถือได้ หรือได้รับการตรวจว่าผักสดปลอดสารพิษฆ่าแมลงแนะนำวิธีการล้างผัก
- 6) ผู้สัมผัสอาหารต้องผ่านการอบรม และมีบัตรประจำตัวผู้สัมผัสอาหารของกรมอนามัย หรือผ่านการทดสอบความรู้จากหน่วยงานราชการส่วนท้องถิ่น และต้องติดบัตรประจำตัวผู้สัมผัสอาหารทุกครั้งปฏิบัติงานเกี่ยวกับอาหาร
- 7) ใช้ถุงมือสัมผัสอาหารหรือจับอาหารที่ปรุงสำเร็จแล้ว

2.3.3.2 ข้อกำหนดด้านสุขาภิบาลอาหารสำหรับร้านอาหาร มีเกณฑ์มาตรฐาน 15 ข้อ ดังนี้

- 1) สถานที่รับประทานอาหาร สถานที่เตรียม ปรุง ประกอบอาหาร ต้องสะอาด เป็นระเบียบและจัดเป็นสัดส่วน
- 2) ไม่เตรียมปรุงอาหารบนพื้นดินและบริเวณหน้าหรือในห้องน้ำ ห้องส้วม และต้องเตรียมปรุงอาหารบนโต๊ะที่สูงจากพื้นอย่างน้อย 60 เซนติเมตร
- 3) ใช้สารปรุงแต่งอาหารที่มีความปลอดภัย มีเครื่องหมายรับรองของทางราชการ เช่น เลขสารบบอาหาร (เลข อย.) เครื่องหมายรับรองมาตรฐานของกระทรวงอุตสาหกรรม (มอก.)

- 4) อาหารสดต้องล้างให้สะอาดก่อนนำมาปรุงหรือเก็บ การเก็บอาหารประเภทต่าง ๆ ต้องแยกเก็บเป็นสัดส่วน อาหารประเภทเนื้อสัตว์ดิบเก็บในอุณหภูมิที่ไม่สูงกว่า 7.2 องศาเซลเซียส
- 5) อาหารที่ปรุงสำเร็จแล้วเก็บในภาชนะที่สะอาดมีการปกปิด วางสูงจากพื้นอย่างน้อย 60 เซนติเมตร
- 6) น้ำแข็งที่ใช้บริโภคต้องสะอาด เก็บในภาชนะที่สะอาด มีฝาปิดมิดชิด ใช้อุปกรณ์ที่มีด้ามสำหรับคีบหรือตักโดยเฉพาะ วางสูงจากพื้นอย่างน้อย 60 เซนติเมตร และต้องไม่มีสิ่งของอย่างอื่นแซมรวม
- 7) ล้างภาชนะด้วยน้ำยาล้างภาชนะ แล้วล้างด้วยน้ำสะอาด 2 ครั้ง หรือล้างด้วยน้ำไหลและที่ล้างภาชนะต้องวางสูงจากพื้นอย่างน้อย 60 เซนติเมตร
- 8) เชียงและมิด ต้องมีสภาพดี แยกใช้ระหว่างเนื้อสัตว์สุก เนื้อสัตว์ดิบ และผักผลไม้
- 9) ซ้อน ส้อม ตะเกียบ วางตั้งเอาด้ามขึ้นในภาชนะโปร่งสะอาด หรือวางเป็นระเบียบในภาชนะโปร่งสะอาดและมีการปกปิด เก็บสูงจากพื้นอย่างน้อย 60 เซนติเมตร
- 10) ขยะมูลฝอยและน้ำเสียทุกชนิด ได้รับการกำจัดด้วยวิธีที่ถูกต้องหลักสุขาภิบาล
- 11) ห้องส้วม สำหรับผู้บริโภคและผู้สัมผัสอาหารต้องสะอาด มีอ่างล้างมือที่ใช้การได้ดี และมีสบู่ใช้ตลอดเวลา
- 12) ผู้สัมผัสอาหารแต่งกายสะอาด สวมเสื้อมีแขน ผู้ปรุงต้องผูกผ้ากันเปื้อนที่สะอาดสวมหมวกหรือเน็คคลุมผม
- 13) ผู้สัมผัสอาหารต้องล้างมือให้สะอาดก่อนเตรียมปรุง ประกอบ จำหน่ายอาหารทุกครั้ง ใช้อุปกรณ์ในการหยิบจับอาหารที่ปรุงสำเร็จแล้วทุกครั้ง
- 14) ผู้สัมผัสอาหารที่มีบาดแผลที่มือต้องปิดแผลให้มิดชิด หลีกเลี่ยงการปฏิบัติงานที่มีโอกาสสัมผัสอาหาร
- 15) ผู้สัมผัสอาหารที่เจ็บป่วยด้วยโรคที่สามารถติดต่อไปยังผู้บริโภคโดยมีน้ำและอาหารเป็นสื่อให้หยุดปฏิบัติงานจนกว่าจะรักษาให้หายขาด

2.4 การบริโภคอาหารของข้าราชการกรมราชองครักษ์

2.4.1 กรมราชองครักษ์ (2557) ที่ตั้งจะต้องอยู่ใกล้ที่ประทับขององค์พระมหากษัตริย์ เพื่อบรรดาราของครักษ์ จะได้ปฏิบัติหน้าที่ถวายความปลอดภัยโดยใกล้ชิด ในรัชสมัย พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มหาราช เมื่อพระองค์เสด็จฯ กลับจากเมืองโลซานน์ ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ หลังจากทรงรักษาพระสุขภาพตามคำแนะนำของแพทย์แล้วก็ได้เสด็จ ฯ มาประทับที่พระตำหนักจิตรลดารโหฐาน ในวันที่ 31 ตุลาคม พ.ศ.2500 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้า ฯ ให้เฉลิมพระตำหนักจิตรลดารโหฐาน เป็นที่ประทับ โดยที่ทำการกรมราชองครักษ์อยู่ ณ เรือนเขียว ต่อมาจำนวนราชองครักษ์ประจำ และข้าราชการของกรมราชองครักษ์ รวมทั้งราชองครักษ์เวร ที่มาเข้าเวรในแต่ละวัน มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น กรมราชองครักษ์จึงได้กราบบังคมทูลขอ

พระราชทานพระบรมราชานุญาต ใช้ที่ดินบริเวณข้างเรือนเขียว ซึ่งเป็นที่ทำการ กรมราชองครักษ์เดิม ก่อสร้างที่ทำการกรมราชองครักษ์ขึ้นใหม่ เป็นอาคาร 3 ชั้น โดยได้รับงบประมาณจาก กระทรวงกลาโหม เมื่อการสร้างแล้วเสร็จจึงได้ย้ายที่ทำการกรมราชองครักษ์ มายังอาคารหลังใหม่ เมื่อวันที่ 16 สิงหาคม พ.ศ.2516 และยังคงใช้มาจนปัจจุบันนี้ และใช้พื้นที่บางส่วนของโรงเรียนจิตรลดา สายวิชาชีพ ภายในบริเวณสนามเสือป่า

กรมราชองครักษ์มีหน้าที่ตามกฎหมาย ว่าด้วยราชองครักษ์ และกฎหมายว่าด้วยตำรวจ ราชสำนัก มีสมุหราชองครักษ์ เป็นผู้บังคับบัญชารับผิดชอบ ได้แก่ การถวายความปลอดภัยสำหรับองค์ พระมหากษัตริย์ พระราชินี พระรัชทายาทผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์ พระบรมวงศานุวงศ์ ผู้แทน องค์ และพระราชอาคันตุกะ ทั้งนี้ ต้องปฏิบัติให้ถูกต้องตามพระราชประสงค์ นอกจากนี้ ยังมีภารกิจต่าง ๆ จำนวนมาก ที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวสมเด็จพระนางเจ้า ฯ พระบรมราชินีนาถ และพระบรมวงศานุวงศ์ ใ้วางพระราชฤทัยให้กรมราชองครักษ์ปฏิบัติ ซึ่งนับเป็น พระมหากษัตริย์คุณแก่ข้าราชการกรมราชองครักษ์เป็นอย่างยิ่ง และได้สนองพระเดชพระคุณด้วยความ เรียบร้อยตลอดมา

โดยเหตุที่กรมราชองครักษ์เป็นส่วนราชการที่มีภารกิจในการสนองพระเดชพระคุณสถาบัน พระมหากษัตริย์โดยตรงซึ่งเป็นภารกิจพิเศษที่ต้องใช้ความคล่องแคล่วรวดเร็วในการสั่งการ และบริหารงานทั่วไป ดังนั้นกรมราชองครักษ์จึงได้รับการยกฐานะเป็นหน่วยขึ้นตรงกระทรวงกลาโหม ตั้งแต่วันที่ 8 กรกฎาคม พ.ศ.2534 มีภารกิจและความรับผิดชอบที่กรมราชองครักษ์ได้รับความไว้วาง พระราชฤทัยให้ปฏิบัติ นั้น มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งมีอาจจะละเว้นให้เกิดความผิดพลาดใด ๆ ขึ้นได้ เป็นอันตรายเพราะจะเกิดผลเสียหายต่อสถาบันหลักของชาติและกระทบต่อความรู้สึกของชาวไทย ทั้งปวง ลำพังราชองครักษ์ที่ปฏิบัติหน้าที่ถวายความปลอดภัยโดยใกล้ชิดนั้นไม่อาจจะรับภาระ ได้เพียงผู้เดียวได้จำเป็นต้องอาศัยส่วนราชการอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นทหาร ตำรวจ พลเรือน ร่วมปฏิบัติ ตามแผนและกฎระเบียบที่กำหนด โดยกรมราชองครักษ์จะอำนวยความสะดวกและกำกับดูแล การปฏิบัติของหน่วยเหล่านี้ให้สอดคล้องต้องกัน มีความรัดกุมและเกิดเอกภาพในการปฏิบัติมากที่สุด

ในปัจจุบันข้าราชการสังกัดกรมราชองครักษ์นั้นแบ่งออกเป็นข้าราชการชั้นสัญญาบัตร ข้าราชการชั้นประทวน และลูกจ้างประจำ โดยข้าราชการชั้นประทวนหน้าที่หลัก คือ สนับสนุนให้งาน ด้านธุรการเป็นไปอย่างถูกต้องเรียบร้อยมีประสิทธิภาพ ดำเนินการตามแผนถวายความปลอดภัย ที่กำหนด นำเรื่องต่าง ๆ ที่ได้รับการอนุมัติแล้วเรียนผู้บังคับบัญชาทราบ และปฏิบัติงานอื่น ๆ ตามที่ ผู้บังคับบัญชามอบหมาย

2.4.2 การบริโภคอาหารของข้าราชการกรมราชองครักษ์ เนื่องจากที่ตั้งของกรมราช องครักษ์อยู่ภายในบริเวณพระตำหนักจิตรลดารโหฐาน ซึ่งภายในบริเวณนั้นมีห้องอาหารสวัสดิการ สำหรับข้าราชการที่ปฏิบัติหน้าที่อยู่ภายในนั้นเพียง 1 แห่ง และในบริเวณสนามเสือป่า มีห้องอาหาร สวัสดิการสำหรับข้าราชการอีก 1 แห่ง ส่วนบริเวณโดยรอบพื้นที่การปฏิบัติงาน มีร้านอาหารตามสั่งเป็น จำนวนน้อย ทำให้ไม่เพียงพอต่อความต้องการของข้าราชการ ดังนั้น จึงมีข้าราชการบางส่วนที่ต้อง ออกไปซื้ออาหารจากบริเวณใกล้เคียงแทน ได้แก่ ย่านเทเวศร์ ถนนสุขุมวิท เป็นต้น

จากการสอบถามข้าราชการที่เคยใช้บริการห้องอาหารสวัสดิการสำหรับข้าราชการ รวมไปถึงร้านอาหารที่เปิดให้บริการนั้น พบว่า อาหารขาดความหลากหลาย มีทางเลือกในการบริโภค

ค่อนข้างน้อย ปริมาณไม่เพียงพอต่อข้าราชการที่มีเป็นจำนวนมาก ภายในห้องอาหาร และร้านอาหารยังไม่ถูกสุขลักษณะเท่าที่ควร

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อุมาพร (2546) ได้ศึกษา "พฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร" ผลการศึกษาพบว่า ความถี่ในการบริโภคอาหารในร้านอาหารไทยคือ 1 – 2 ครั้งต่อเดือน โดยวันที่บริโภคบ่อยที่สุดคือ วันเสาร์ รองลงมาคือ วันอาทิตย์ ในช่วงเวลาระหว่าง 17.01 – 20.00 น. โดยจุดประสงค์หลักในการไปบริโภคอาหารในร้านอาหารไทยเพื่อพบปะสังสรรค์มากที่สุด จำนวนคนที่เป็นไปด้วยประมาณครั้งละ 3 - 4 คน โดยพบว่าไปกับครอบครัวมากที่สุด นอกจากนี้พบว่า ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนสำหรับการบริโภคแต่ละครั้งของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในช่วง 100 – 200 บาท และผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารไทย เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสำคัญมาก ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญปานกลาง ส่วนอายุ รายได้ และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการบริโภค สถานที่ที่นิยมไปรับประทาน และค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการบริโภคในร้านอาหารไทย

รุ่งฤดี (2545) ได้ศึกษา "ปัจจัยในการเลือกใช้บริการร้านอาหารไทย ศึกษาเฉพาะกรณีร้านอาหารในเครือภัตตาคารในห้างสรรพสินค้าดิเอ็มโพเรียม" โดยวัตถุประสงค์หลักในการศึกษาเพื่อที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารไทย และพฤติกรรมการบริโภคอาหารไทยทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ รวมทั้งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคอาหารไทย ผลการศึกษาพบว่า ความถี่ในการใช้บริการคือ 1 – 2 ครั้งต่อสัปดาห์ และเข้ามาใช้บริการในวันหยุด โดยพบว่า สาเหตุที่เข้ามาใช้บริการเพื่อพบปะสังสรรค์กับเพื่อน ๆ มากที่สุด และจุดประสงค์หลักในการเข้ามาใช้บริการ เพราะอาหาร บรรยากาศ และบริการมากที่สุด ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจกับการให้บริการในภาพรวมจากกลุ่มตัวอย่าง พบว่าให้ความสำคัญกับรสชาติอาหาร ความสะอาดของอาหาร และคุณภาพของการบริการในระดับมากที่สุด

กฤษณา และกิตติพันธ์ (2556) ได้ศึกษา "แรงจูงใจในการรับประทานอาหารนอกบ้านของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล" ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุ 31 - 35 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท และพฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้านของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความถี่ในการรับประทานอาหารนอกบ้าน 1 - 3 ครั้งต่อเดือน มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการรับประทานอาหารมากกว่า 500 บาท วันที่รับประทานอาหารนอกบ้านบ่อยที่สุดคือ วันศุกร์ – อาทิตย์ ช่วงเวลาที่รับประทานอาหารนอกบ้านคือ 17:01 – 20:00 น. มีจำนวนผู้ร่วมรับประทานอาหารเฉลี่ย 2 คน สถานที่ที่ไปรับประทานอาหารนอกบ้านคือร้านอาหารทั่วไป ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกร้านรับประทานอาหาร คือ ปัจจัยที่เกี่ยวกับสถานที่ ทำเลที่ตั้งร้าน การเดินทางที่สะดวก สื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารรับประทาน คือ คนรู้จักแนะนำ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ สถานภาพ รายได้ต่อเดือน และปัจจัยด้านพฤติกรรมการทานอาหารนอกบ้านที่แตกต่างกัน

ได้แก่ จำนวนผู้ร่วมรับประทานเฉลี่ยมีผลต่อแรงจูงใจในการรับประทานอาหารไทยนอกบ้านของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมาณผลที่แตกต่างกัน ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยอื่น ๆ ที่แตกต่างกัน ได้แก่ การส่งเสริมทางการตลาด ความภักดีต่อร้านอาหาร และความไว้วางใจ มีผลต่อแรงจูงใจในการรับประทานอาหารไทยนอกบ้านของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมาณผลที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

รัชนิวรรณ และกิตติพันธ์ (2556) ได้ศึกษา "การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร" ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น หญิง มีอายุเฉลี่ยอยู่ในช่วง อายุ 20 - 29 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงาน บริษัทเอกชน มีรายได้ 15,001 - 20,000 บาท และเลือกรูปแบบการใช้บริการ รับประทานอาหารที่ร้านและซื้อไปรับประทานที่บ้าน ผู้ร่วมใช้บริการร้านอาหาร คือ 2 - 3 คน โดยวันที่ชอบมาใช้บริการ คือ วันหยุดเสาร์ - อาทิตย์ เวลาที่เลือกใช้บริการร้านอาหาร ช่วงเวลา 19.01 - 22.00 น. ความถี่ในการใช้บริการ คือ จำนวน 1 - 2 ครั้ง โดยมีจำนวนเงินต่อครั้งที่รับประทานอาหาร น้อยกว่า 500 บาทต่อครั้ง และสื่อที่ทำให้ท่านทราบข้อมูลข่าวสารของร้านอาหาร คือ ป้ายหน้าร้านโดยมีเหตุผลที่เลือกใช้บริการร้านอาหาร คือ เดินทางสะดวกสบาย ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารในด้านลักษณะบริการ จำนวนผู้ร่วมใช้บริการ วัน เวลา ความถี่ จำนวนเงิน ข่าวสารข้อมูล เหตุผลที่เลือกใช้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหาร

อมรศรี และคณะ (2544) ได้ศึกษา "ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร" ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นคนวัยทำงานเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30 - 44 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการ รายได้ประจำต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีภูมิลำเนาเดิมอยู่ในภาคกลาง มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับโภชนาการอยู่ในระดับปานกลาง ด้านพฤติกรรมการบริโภคอาหารพบว่า คนวัยทำงานส่วนมากมีความถี่ในการบริโภคอาหารนอกบ้านซื้ออาหารสำเร็จรูป ซื้ออาหารสดมาปรุงเอง ซื้ออาหารพร้อมปรุง ซื้ออาหารกระป๋อง และซื้อผักปลอดสารพิษ 1 - 3 ครั้งต่อสัปดาห์ และบริโภคอาหารครบทั้งสามมื้อทุกวัน โดยในวันทำงานมักซื้ออาหารจากร้านอาหารใกล้บ้านและใกล้ที่ทำงาน และในวันหยุดมักซื้อจากร้านอาหารใกล้บ้าน สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล อันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ประจำต่อเดือน และภูมิลำเนาเดิม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ส่วนด้านความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับโภชนาการ พบว่าคนวัยทำงานมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับโภชนาการอยู่ในระดับปานกลาง โดยระดับความรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับโภชนาการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้ออาหารสดเพียงอย่างเดียว แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านอื่น ๆ สำหรับสิ่งรบกวนทางการตลาดพบว่า ราคา เป็นสิ่งรบกวนทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนวัยทำงานมากที่สุด รองลงมา เป็นสิ่งรบกวนด้านผลิตภัณฑ์ สถานที่จัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

ฐิติภัทท์ และ อิทธิกร (2555) ได้ศึกษา "ความพึงพอใจในการเลือกใช้อาหารนอกบ้านในเขตกรุงเทพมหานคร" ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคอาหารนอกบ้านในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20 - 30 ปี สถานภาพสมรส จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่

เป็นพนักงาน - ลูกจ้างเอกชน มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่นิยมอาหารไทย ร้านอาหารที่ชอบใช้บริการส่วนใหญ่จะเป็นร้านอาหารตามสั่งหรือร้านทั่วไป ซึ่งมีร้านอาหารประจำอยู่แล้วชอบร้านในลักษณะของทำเลที่ตั้งของร้านคือเป็นร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในเมือง ส่วนใหญ่จะถูกชักชวนจากเพื่อนที่ทำงาน วันที่เข้าใช้บริการส่วนใหญ่จะเป็นวันสำคัญของคนในครอบครัวจะใช้บริการ 2 – 4 ครั้งต่อเดือน และมีค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้ง 501 - 1,000 บาท ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการรับประทานอาหารนอกบ้านในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า ปัจจัยด้านเพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกัน ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหารไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการเลือกใช้บริการร้านอาหารที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหาร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

สุนีย์ (2542) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนิสิตปีที่ 1 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พบว่า นิสิตมีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารส่วนใหญ่อยู่ในระดับพอใช้ (ร้อยละ 64.2) ความรู้ที่อยู่ในระดับดี (ร้อยละ 17.1) ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับอาหารที่เป็นปัจจัยเสี่ยงต่อการเกิดโรค ความรู้ที่อยู่ในระดับที่ต้องปรับปรุง เป็นความรู้เกี่ยวกับหมวดสารอาหารที่ให้โปรตีน วิตามิน และเกลือแร่ ส่วนพฤติกรรมการบริโภคอาหาร นิสิตมีพฤติกรรมอยู่ที่ระดับพอใช้ (ร้อยละ 71.9) พฤติกรรมที่ดี เช่น การดื่มนมทุกวันเป็นประจำ การล้างผักผลไม้ก่อนรับประทาน การรับประทานอาหารเช้าตรงเวลา สำหรับพฤติกรรมที่นิสิตต้องปรับปรุง เป็นเรื่องเกี่ยวกับสุขวิทยาส่วนบุคคล วิธีการรับประทานอาหารและการเลือกรับประทานอาหาร ได้แก่ การใช้แก้วน้ำร่วมกัน การรับประทานอาหารโดยไม่ใช้ช้อนกลาง การรับประทานไม่ตรงเวลา การไม่รับประทานอาหารเช้า ดื่มน้ำอัดลม และการรับประทานอาหารโดยไม่คำนึงถึงการได้รับสารอาหารครบ 5 หมู่ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนิสิต พบว่า ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนิสิต ($r = 0.156$) นอกจากนี้ยังพบว่าลักษณะทั่วไปในการรับประทานอาหารของครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนิสิต ($r = 0.398$)

กรรณิการ์ (2547) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร เพื่อสุขภาพของนิสิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่า 1) เพศ สภาพการอยู่อาศัย และการศึกษาของบิดา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านประเภทของอาหาร แหล่งข้อมูลในการรับรู้ข่าวสาร รูปแบบการบริโภคอาหาร และสถานที่ซื้ออาหาร เพื่อสุขภาพ 2) สาขาวิชา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านประเภทของอาหาร รูปแบบการบริโภคอาหาร และสถานที่ซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ 3) การเรียนรายวิชา ที่เกี่ยวกับอาหารหรือสุขภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านประเภทของอาหาร แหล่งข้อมูลในการรับรู้ข่าวสาร และรูปแบบการบริโภคอาหาร 4) รายได้ของนิสิต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพด้านประเภทของอาหาร และแหล่งข้อมูลในการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพ 5) ขนาดครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพด้านประเภทของอาหารเพื่อสุขภาพ 6) การศึกษาของมารดา

มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพด้านประเภทของอาหาร แหล่งข้อมูลในการรับรู้ข่าวสาร และสถานที่ซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ

ฐิตาภรณ์ (2554) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารจากร้านอาหาร หาบเร่แผงลอยของผู้บริโภคกลุ่มวัยทำงาน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงมีอายุ 20 – 30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารหาบเร่แผงลอยบนถนนสีลม 3 – 4 วันต่อสัปดาห์ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการจำนวน 51 – 100 บาทต่อครั้ง ส่วนใหญ่จะไปใช้บริการช่วงเวลากลางวัน โดยมักจะทานอาหารประเภทข้าวราดแกง/กวยเตี๋ยว บ่อยที่สุด ในการบริโภคอาหารหาบเร่แผงลอยผู้บริโภคให้ความสำคัญแก่ลักษณะผลิตภัณฑ์และราคาในระดับมาก สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า 1) เพศ มีผลต่อพฤติกรรมการรับประทานอาหารจากร้านอาหารหาบเร่แผงลอย ในด้านความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์ ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง และด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ 2) อายุ มีผลต่อพฤติกรรมการรับประทานอาหารจากร้านอาหารหาบเร่แผงลอย ในด้านประเภทอาหารที่มักจะไปรับประทานบ่อยที่สุด และด้านรูปแบบการให้บริการ 3) ระดับการศึกษา มีผลต่อพฤติกรรมการรับประทานอาหารจากร้านอาหารหาบเร่แผงลอย ในด้านความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์ ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ ด้านประเภทอาหารที่มักจะไปรับประทานบ่อยที่สุด และด้านรูปแบบการให้บริการ 4) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการรับประทานอาหารจากร้านอาหารหาบเร่แผงลอยในด้านความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์ ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ และด้านรูปแบบการให้บริการ 5) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อพฤติกรรมการรับประทานอาหารจากร้านอาหารหาบเร่แผงลอยในด้านความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์ ด้านประเภทอาหารที่มักจะไปรับประทานบ่อยที่สุด และด้านรูปแบบการให้บริการ 6) ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อพฤติกรรมการรับประทานอาหารจากร้านอาหารหาบเร่แผงลอย ในด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ และด้านประเภทอาหารที่มักจะไปรับประทานบ่อยที่สุด

ศักดิ์อนันต์ (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในเขตอำเภอเมืองชุมพร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารของนักเรียนฯ โดยรวม ได้แก่ ด้านบุคคล โดยทุกครั้งที่นักเรียนต้องการรับประทานอาหารเพราะความอยากกินอาหารที่ได้เคยรู้รสชาติมาก่อนอยู่ในระดับมาก และพบว่า นักเรียนส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารอยู่ในระดับมาก และพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียนฯ ส่วนใหญ่คือบริโภคขนมขบเคี้ยว ขนมกรุบกรอบแทนอาหารเข้า ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียนฯ โดยรวมมีความสัมพันธ์กันในทิศทางบวก อยู่ในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ เจตคติเกี่ยวกับการบริโภคอาหาร และความรู้ที่อยู่ในระดับต่ำมาก สรุปผลการศึกษา นักเรียนกลุ่มตัวอย่างในเขตอำเภอเมืองชุมพร จังหวัดชุมพร มีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารมาก ส่งผลทำให้ความรู้และเจตคติในการบริโภคอาหารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารในระดับสูง และส่วนใหญ่่นักเรียนฯ พฤติกรรมด้านการบริโภคขนมกรุบกรอบ หรือขนมขบเคี้ยวแทนอาหารมื้อเข้า

บทที่ 3

วิธีดำเนินการ

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบบมีโครงสร้าง โดยมีขั้นตอนการทำวิจัยดังนี้

- 3.1 กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 กำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ที่ทำงาน ณ เดือนธันวาคม พ.ศ.2558 จำนวน 267 คน แบ่งกลุ่มตามชั้นยศออกเป็น 6 กลุ่ม คือ จ่าสิบเอก/พันจ่าเอก/พันจ่าอากาศเอก จ่าสิบโท/พันจ่าโท/พันจ่าอากาศโท จ่าสิบตรี/พันจ่าตรี/พันจ่าอากาศตรี สิบเอก/จ่าเอก/จ่าอากาศเอก สิบโท/จ่าโท/จ่าอากาศโท และสิบตรี/จ่าตรี/จ่าอากาศตรี จากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sample) (สุภาพ, 2550) โดยมีการดำเนินการดังนี้

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ที่ทำงาน ณ เดือนธันวาคม พ.ศ. 2558 กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตาราง Determining Sample Size From a Given Population ของ Krejcie and Morgan (สุภาพ, 2550 : อ้างอิงจาก Krejcie and Morgan, 1997) จากตารางกำหนดว่า ประชากร 270 คน ได้กลุ่มตัวอย่าง 159 คน

จากนั้นคำนวณหาจำนวนของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละชั้นยศ ตามสัดส่วนของขนาดประชากรในแต่ละชั้นยศ โดยใช้สูตร
$$= \frac{\text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง} \times \text{ประชากรในแต่ละชั้นยศ}}{\text{ประชากรทั้งหมด}}$$
 แสดงดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 จำนวนบุคลากรที่เป็นประชากร และกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามชั้นยศ

ชั้นยศ	ประชากร (คน)	กลุ่มตัวอย่าง (คน)
จ่าสิบเอก/พันจ่าเอก/พันจ่าอากาศเอก	165	98
จ่าสิบโท/พันจ่าโท/พันจ่าอากาศโท	13	8
จ่าสิบตรี/พันจ่าตรี/พันจ่าอากาศตรี	18	11
สิบเอก/จ่าเอก/จ่าอากาศเอก	37	22
สิบโท/จ่าโท/จ่าอากาศโท	19	11
และสิบตรี/จ่าตรี/จ่าอากาศตรี	15	9
รวม	267	159

ที่มา: กองกลาง สำนักนโยบายและแผน กรมราชองครักษ์ เดือนธันวาคม พ.ศ. 2558

แล้วทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากบุคลากรแต่ละชั้นยศ โดยการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sample) โดยการจับฉลากแบบไม่คืนที่ (Sampling Without Replacement) ตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างเฉพาะผู้เลือกซื้ออาหารรับประทานเป็นประจำ โดยก่อนทำการเก็บข้อมูล ผู้ศึกษาได้ใช้คำถามนำเพื่อคัดเลือกรูปแบบตัวอย่างในขั้นต้นว่า ท่านเป็นผู้เลือกซื้ออาหารรับประทานเป็นประจำหรือไม่ก่อนเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นแจกแบบสอบถามที่เตรียมไว้

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

3.2.1 ลักษณะของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา เป็นแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้น จากการศึกษา ค้นคว้า ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการบริโภคอาหาร

3.2.2 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

3.2.2.1 ศึกษาเอกสาร งานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร และความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ ตลอดจนขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

3.2.2.2 กำหนดขอบเขต และโครงสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการศึกษา และตัวแปรตามกรอบแนวคิด

3.2.2.3 สร้างแบบสอบถาม กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน สำหรับคำตอบในแต่ละข้อ ได้แก่

1) ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ชั้นยศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว และภูมิลำเนา มีลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check - List) จำนวน 8 ข้อ

2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1) ลักษณะทางกายภาพของร้าน 2) คุณภาพของอาหาร และ 3) ราคา มีลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 16 ข้อ ผู้ศึกษากำหนดเกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	มีค่าเท่ากับ	5
เห็นด้วย	มีค่าเท่ากับ	4
ไม่แน่ใจ	มีค่าเท่ากับ	3
ไม่เห็นด้วย	มีค่าเท่ากับ	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	มีค่าเท่ากับ	1

เกณฑ์การแปลความหมายจากค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม แบ่งเป็นช่วงคะแนน ดังนี้ (Best and Kahn, 1993)

คะแนนเฉลี่ย	4.51 – 5.00	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.51 – 4.49	หมายถึง	ระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.51 – 3.49	หมายถึง	ระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.51 – 2.49	หมายถึง	ระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.49	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

3) ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ จำนวน 17 ข้อ มีลักษณะคำตอบเป็นแบบเลือกตอบ 2 ตัวเลือก คือ ถูก และ ผิด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน

คือ ตอบถูก	หมายถึงเห็นว่าข้อคำถามนั้นถูกต้อง	1	คะแนน
และ ตอบผิด	หมายถึงเห็นว่าข้อความนั้นไม่ถูกต้อง	0	คะแนน

การแปลความหมายแบบสอบถามความรู้เกี่ยวกับโภชนาการมี 5 ระดับ

17	คะแนน เท่ากับ ร้อยละ 100	หมายถึง มีความรู้ระดับดีมาก
12.75	คะแนน เท่ากับ ร้อยละ 75	หมายถึง มีความรู้ระดับดี
8.50	คะแนน เท่ากับ ร้อยละ 50	หมายถึง มีความรู้ระดับปานกลาง
4.25	คะแนน เท่ากับ ร้อยละ 25	หมายถึง มีความรู้ระดับผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำ
0	คะแนน เท่ากับ ร้อยละ 0	หมายถึง มีความรู้ระดับต่ำกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ

4) พฤติกรรมการบริโภคอาหาร มีลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) จำนวน 9 ข้อ

3.2.2.4 นำแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ พิจารณาตรวจสอบ และนำมาปรับปรุงแก้ไข

3.2.2.5 นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้ว เสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน (ภาคผนวก ก) เพื่อสอบถามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ โดยการหาค่าความสอดคล้องระหว่าง ข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ด้วย IOC (Index of Item – Objective Congruence) จากความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ โดยให้คะแนนตามเกณฑ์ดังนี้

คะแนน +1	พิจารณาข้อคำถามได้ตรงตามวัตถุประสงค์
คะแนน 0	ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
คะแนน -1	พิจารณาว่าข้อคำถามไม่สามารถวัดตรงตามวัตถุประสงค์

โดยนำผลการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 5 ท่าน มาพิจารณาในแต่ละข้อคำถาม เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ โดยคัดเลือกค่าความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปถือว่าเครื่องมือมีคุณภาพ และนำไปใช้ได้

ผลความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ ที่สอดคล้องกันมีจำนวน 46 ข้อ มีค่า IOC มากกว่า 0.5 – 1.00 และมี 4 ข้อ ที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.5

จากนั้นผู้ศึกษาได้ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอนี้ ก่อนนำไปทดลองใช้ (Try Out)

3.2.2.6 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิเสนอแนะ ไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการจะศึกษา คือ ข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ ที่ถูกคัดเลือกออกจากกลุ่มตัวอย่างจริง ทดลองใช้แบบสอบถามจำนวน 30 คน เพื่อวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามก่อนนำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ด้วยวิธีของครอนบาค (Cronbach's Alpha) (สุภาพ, 2550) และการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่มีลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Multiple Choice) ใช้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของคูเดอร์ – ริชาร์ดสัน 20 (KR - 20)

ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ พบว่า มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.71 แสดงว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นยอมรับได้ ตามเกณฑ์ของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ที่ระดับความเชื่อมั่นสูง คือมีค่า 0.71 – 1.00 (สุภาพ, 2550) สามารถนำไปใช้ได้จริง

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ผู้ศึกษาเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 159 ชุด ด้วยแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนดังนี้

3.3.1 ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูล จากคณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ถึงกรมราชองครักษ์เพื่อขออนุญาตในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.2 แจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 159 ชุด โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง

3.3.3 รวบรวมแบบสอบถามด้วยตัวเอง

3.3.4 ตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบใบแบบสอบถาม ได้แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ 134 ฉบับ คิดเป็นแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนร้อยละ 84.28

3.3.5 จัดหมวดหมู่ของข้อมูลในแบบสอบถาม เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ทางสถิติ

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การศึกษาครั้งนี้ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดย หลังจากตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามเรียบร้อยแล้วจึงนำข้อมูลที่ได้มาแปลงเป็นรหัสตัวเลข (Code) แล้วบันทึกที่รหัสลงบนคอมพิวเตอร์ เพื่อทำการประมวลผล โดยวิธีดำเนินการวิเคราะห์มีดังนี้

3.3.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

3.3.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean: \bar{x}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

3.3.3 ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

3.3.4 พฤติกรรมการบริโภคอาหาร วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

3.3.5 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ วิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square: χ^2) ด้วยวิธีของเพียร์สัน (สุภาพ, 2550)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผล

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ 2) ศึกษาระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ 3) ศึกษาระดับความรู้เกี่ยวกับโภชนาการของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ 4) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ และ 5) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ได้ตามรายละเอียดดังนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ
- 4.4 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคอาหาร
- 4.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน
- 4.6 อภิปรายผล

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่าง คือ ข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ ณ เดือนธันวาคม พ.ศ.2558 จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 84.27 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และแจกแจงความถี่ (Frequency) จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ชั้นยศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว และภูมิลำเนา ดังตารางที่ 4.1 – 4.8 ดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	ความถี่(คน)	ร้อยละ
ชาย	63	47.01
หญิง	71	52.99
รวม	134	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งมีจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 52.99 ในขณะที่เพศชายมี 63 คน คิดเป็นร้อยละ 47.01 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	ความถี่(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30 ปี	33	24.63
31 - 40 ปี	58	43.28
41 - 50 ปี	21	15.67
มากกว่า 50 ปี	22	16.42
รวม	134	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 31 - 40 ปี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 43.28 รองลงมา คือ อายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 24.63 ในขณะที่ช่วงอายุ 41-50 ปี และช่วงอายุมากกว่า 50 ปี มีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ 21 และ 22 คน คิดเป็นร้อยละ 15.67 และ 16.42 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน(คน)	ร้อยละ
โสด	54	40.29
สมรส	71	52.99
หย่าร้าง/หม้าย	9	6.72
รวม	134	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส ซึ่งมีจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 52.99 รองลงมา มีสถานภาพโสด จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 40.29 และมีผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดอยู่ในสถานภาพหย่าร้าง และหม้าย จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.72 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	51	38.06
ปริญญาตรี	69	51.49
สูงกว่าปริญญาตรี	14	10.45
รวม	134	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ซึ่งมีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 51.49 รองลงมาคือระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 38.06 ส่วนที่เหลือมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 10.45 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชั้นยศ

ชั้นยศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
สิบตรี/จ่าตรี/จ่าอากาศตรี	11	8.21
สิบโท/จ่าโท/จ่าอากาศโท	10	7.46
สิบเอก/จ่าเอก/จ่าอากาศเอก	23	17.16
จ่าสิบตรี/พันจ่าตรี/พันจ่าอากาศตรี	11	8.21
จ่าสิบโท/พันจ่าโท/พันจ่าอากาศโท	7	5.23
จ่าสิบเอก/พันจ่าเอก/พันจ่าอากาศเอก	72	53.73
รวม	134	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่มีชั้นยศระดับจ่าสิบเอก/พันจ่าเอก/พันจ่าอากาศเอก จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 53.73 รองลงมา คือ ระดับสิบเอก/จ่าเอก/จ่าอากาศเอก จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 17.16 ในขณะที่ระดับจ่าสิบโท/พันจ่าโท/พันจ่าอากาศโท ซึ่งมีจำนวนน้อยที่สุด คือ 7 คน คิดเป็น ร้อยละ 5.23 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	9	6.71
20,001 - 30,000	79	58.96
30,001 - 40,000	26	19.40
มากกว่า 40,000 บาท	20	14.93
รวม	134	100.00

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาทต่อเดือน มีจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 58.96 รองลงมา คือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในช่วง 30,001 - 40,000 บาท มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 19.40 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท มีจำนวนน้อยที่สุด ซึ่งมีเพียง 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.71 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

จำนวนสมาชิกในครอบครัว	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1 - 2 คน	35	26.12
3 - 4 คน	86	64.18
มากกว่า 4 คน	13	9.70
รวม	134	100.00

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 - 4 คนมากที่สุด คือ จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 64.18 รองลงมามีจำนวนสมาชิก 1 - 2 คน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 26.12 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสมาชิกในครอบครัวมากกว่า 4 คน มีเพียง 13 คน คิดเป็นร้อยละ 9.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	61	45.52
ภาคเหนือ	19	14.18
ภาคกลาง	36	26.87
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	11	8.21
ภาคตะวันออก	3	2.23
ภาคใต้	4	2.99
รวม	134	100.00

จากตาราง 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 45.52 รองลงมา คือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 26.87 ภาคเหนือ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 14.18 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 8.21 ภาคตะวันออก จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.23 และภาคใต้มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.99 ตามลำดับ

4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

กลุ่มตัวอย่าง คือ ข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ ณ เดือนธันวาคม พ.ศ.2558 จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 84.27 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean: \bar{x}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) จำแนกตามระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ 1) ลักษณะทางกายภาพของร้าน 2) คุณภาพของอาหาร และ 3) ราคา ดังตารางที่ 4.9 ดังนี้

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ความคิดเห็น	\bar{x}	S.D.	แปลผล
4.2.1 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพของร้าน			
1. ขนาดของร้าน	3.604	0.981	มาก
2. จำนวนสาขา	3.336	1.124	ปานกลาง
3. การจัดวางของ	3.813	0.886	มาก
4. รูปแบบบรรจุภัณฑ์	3.873	0.871	มาก
5. แสงสว่างในบริเวณร้าน	3.993	0.992	มาก
6. ความสะอาดของร้าน	4.537	0.753	มากที่สุด
7. ความหลากหลายของอาหาร	4.216	0.798	มาก
8. ความสะอาดของพนักงานขาย	4.433	0.770	มาก
โดยรวม	3.976	0.648	มาก
4.2.2 ปัจจัยด้านคุณภาพของอาหาร			
9. รสชาติของอาหาร	4.433	0.760	มาก
10. ความสดใหม่ของอาหาร	4.478	0.763	มาก
11. ความสะอาดของอาหาร	4.537	0.722	มากที่สุด
12. การได้รับการรับรองมาตรฐานต่างๆ เช่น clean food good taste	4.082	0.989	มาก
โดยรวม	4.382	0.674	มาก
4.2.3 ปัจจัยด้านราคา			
13. ความคุ้มค่าของราคาเมื่อเทียบกับรสชาติ	4.366	0.809	มาก
14. ความคุ้มค่าของราคาเมื่อเทียบกับปริมาณ	4.291	0.812	มาก
15. ความคุ้มค่าของราคาเมื่อเทียบกับประเภทอาหาร	4.269	0.767	มาก
16. ความคุ้มค่าของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพอาหาร	4.351	0.778	มาก
โดยรวม	4.319	0.683	มาก
โดยรวม	4.163	0.566	มาก

จากตาราง 4.9 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า โดยรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.163 (S.D. = 0.566) ซึ่งมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยปัจจัยด้านคุณภาพของอาหารมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุด (\bar{x} = 4.382, S.D. = 0.674) ซึ่งมี

ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยอื่น ๆ รองลงมาคือปัจจัยด้านราคา ($\bar{x} = 4.319$, S.D. = 0.683) ส่วนปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพของร้านมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นน้อยที่สุด ($\bar{x} = 3.976$, S.D. = 0.648) ซึ่งต่างมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกับปัจจัยอื่น ๆ

4.3 ผลการวิเคราะห์ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ

กลุ่มตัวอย่าง คือ ข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ ณ เดือนธันวาคม พ.ศ.2558 จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 84.27 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ดังตารางที่ 4.10 – 4.11 ดังนี้

ตารางที่ 4.10 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ

ข้อคำถาม	ตอบถูก		ตอบผิด	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เราควรดูฉลากก่อนตัดสินใจซื้ออาหารเสมอ	131	97.76	3	2.24
2. เราควรเลือกซื้ออาหารที่ราคาแพง เพราะคุณภาพดีกว่าอาหารที่ราคาถูก	105	78.36	29	21.64
3. เราควรเลือกซื้ออาหารกระป๋อง ที่ไม่บูบหรือหูน และไม่มีกลิ่น	130	97.01	4	2.99
4. เราควรเลือกซื้อปลาที่มีลักษณะตาใส มีเหงือกสีสด กัดแล้วเนื้อไม่บูม	123	91.79	11	8.21
5. การเลือกซื้ออาหารเราควรต้องคำนึงถึงความประหยัดเป็นอันดับแรก	70	52.24	64	47.76
6. เราควรเลือกซื้อผักที่ใบมีสีเขียวสด ไม่มีร่องรอย หรือรูที่เกิดจากแมลง	82	61.19	52	38.81
7. เราควรเลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จจากร้านที่มีโต๊ะประกอบอาหารสูง 60 ซม.ขึ้นไป	101	75.37	33	24.63
8. ข้าวกล่องให้คุณค่าและใยอาหารมากกว่าข้าวขาว	117	87.31	17	12.69
9. การรับประทานผลไม้เป็นประจำสามารถต้านการเกิดโรคมะเร็งได้	101	75.37	33	24.63
10. การรับประทานอาหารเช้าเป็นประจำ <u>ไม่มี</u> ผลเสียต่อสุขภาพ	99	73.88	35	26.12
11. เราควรดื่มน้ำวันละ 1 – 2 แก้ว	119	88.81	15	11.19
12. โรคปากนกกระจอกเป็นอาการของคนที่ขาดวิตามินบี 2	98	73.13	36	26.87

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

ข้อความคำถาม	ตอบถูก		ตอบผิด	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
13. วิตามินบี 2 มักพบมากในอาหารประเภทไข่และนม	35	26.12	99	73.88
14. นมเป็นเครื่องดื่มที่ทำให้กระดูกแข็งแรง	128	95.52	6	4.48
15. โรคเลือดออกตามไรฟันเป็นอาการของคนที่ขาดวิตามินซี	123	91.79	11	8.21
16. วิตามินซี พบมากในอาหารประเภทผักและผลไม้	124	92.54	10	7.46
17. อาหารที่มีวิตามินเอในปริมาณสูง ได้แก่ ไข่ ตับ และ ผักใบเขียว	99	73.88	35	26.12

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบคำถามถูก 3 ลำดับแรกมากที่สุดคือ ข้อคำถามที่ 1 เราควรดูฉลากก่อนตัดสินใจซื้ออาหารเสมอ จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 97.76 รองลงมา คือ ข้อคำถามที่ 3 เราควรเลือกซื้ออาหารกระป๋อง ที่ไม่บูบหรือเนิ่น และไม่มีกลิ่นจำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 97.01 และลำดับสามคือ ข้อคำถามที่ 14 นมเป็นเครื่องดื่มที่ทำให้กระดูกแข็งแรง จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 95.52 ส่วนข้อคำถามที่กลุ่มตัวอย่างตอบถูกน้อยที่สุดมีเพียงข้อเดียว คือ มีผู้ตอบแบบสอบถามเพียง 1 ใน 3 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดที่ตอบถูก คือ ข้อคำถามที่ 13 วิตามินบี 2 มักพบมากในอาหารประเภทไข่ และนม มีผู้ตอบถูก จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 26.12 นอกนั้นมีผู้ตอบคำถามถูกมากกว่าครึ่งของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ตารางที่ 4.11 จำนวน และร้อยละของระดับความรู้เกี่ยวกับโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ	1	0.75
ผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำ	14	10.45
ปานกลาง	12	8.96
ดี	37	27.61
ดีมาก	70	52.24
โดยรวม	134	100.00

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับโภชนาการอยู่ในระดับ ดีมาก มีจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 52.24 รองลงมา คือ มีความรู้เกี่ยวกับโภชนาการอยู่ในระดับ ดี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 27.61 ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้เกี่ยวกับ

โภชนาการอยู่ในระดับ ต่ำกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ เพียง 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับโภชนาการอยู่ในระดับดีมากถึงระดับดี ตามลำดับ

4.4 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคอาหาร

กลุ่มตัวอย่าง คือ ข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ ณ เดือนธันวาคม พ.ศ.2558 จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 84.27 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด มีพฤติกรรมการบริโภคอาหาร 9 ด้าน ได้แก่ 1) ประเภทอาหารที่เลือกซื้อ 2) ความถี่ในการซื้อ 3) จำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน 4) วันที่ซื้อ 5) เวลาที่ซื้อ 6) ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 7) สถานที่เลือกซื้อ 8) บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ 9) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ดังตาราง 4.12 – 4.20 ดังนี้

ตารางที่ 4.12 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านประเภทอาหารที่เลือกซื้อ

ประเภทอาหารที่เลือกซื้อ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
อาหารสำเร็จรูป	37	27.62
อาหารสด	58	43.28
อาหารพร้อมปรุง/อาหารกระป๋อง	39	29.10
รวม	134	100.00

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เลือกซื้ออาหารสด จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 43.28 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกซื้ออาหารสำเร็จรูป และอาหารพร้อมปรุง/อาหารกระป๋อง มีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน คือ 37 และ 39 ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 27.62 และ 29.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านความถี่ในการซื้อ

ความถี่ในการซื้อ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
วันละ 1 ครั้ง	17	12.69
1 - 2 ครั้งต่อสัปดาห์	33	24.63
3 - 4 ครั้งต่อสัปดาห์	42	31.34
5 - 6 ครั้งต่อสัปดาห์	42	31.34
รวม	134	100.00

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่เลือกซื้ออาหาร 3 - 4 ครั้ง และ 5 - 6 ครั้งต่อสัปดาห์มีจำนวนที่เท่ากัน คือ 42 คน คิดเป็นร้อยละ 31.34 รองลงมา คือ 1 - 2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 24.63 ที่เหลือ 17 คน เลือกซื้ออาหารวันละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.69 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน

จำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1 - 2 มื้อต่อวัน	24	17.91
3 มื้อต่อวัน	91	67.91
มากกว่า 3 มื้อต่อวัน	19	14.18
รวม	134	100.00

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่รับประทานอาหาร 3 มื้อต่อวัน จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 67.91 ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่รับประทานอาหาร 1 - 2 มื้อ และมากกว่า 3 มื้อต่อวัน มีจำนวนที่ใกล้เคียงคือ 24 และ 19 คน คิดเป็นร้อยละ 17.91 และ 14.18 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านวันที่ซื้อ

วันที่ซื้อ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
วันจันทร์ - ศุกร์	21	15.67
วันเสาร์ - อาทิตย์/วันหยุดนักขัตฤกษ์	38	28.36
ทุกวัน	75	55.97
รวม	134	100.00

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่ซื้ออาหารทุกวัน โดยมี จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 55.97 รองลงมา คือ เลือกซื้ออาหารวันเสาร์ - อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 28.36 ในขณะที่มีผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้ออาหารในวันจันทร์ - ศุกร์ เพียง 21 คน คิดเป็นร้อยละ 15.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านเวลาที่ซื้อ

เวลาที่ซื้อ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ช่วงเช้า	27	20.15
ช่วงกลางวัน	31	23.13
ช่วงเย็น	76	56.72
รวม	134	100.00

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เลือกซื้ออาหารช่วงเย็น จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 56.72 ช่วงเช้า และช่วงกลางวันมีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน คือ 27 และ 31 คน คิดเป็นร้อยละ 20.15 และ 23.13 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 50 บาท	12	8.96
51 – 100 บาท	54	40.30
101 – 150 บาท	26	19.40
มากกว่า 150 บาท	42	31.34
รวม	134	100.00

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยในการเลือกซื้ออาหารต่อครั้งอยู่ระหว่าง 51 - 100 บาท จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 40.30 รองลงมา มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเลือกซื้ออาหารต่อครั้งมากกว่า 150 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 31.34 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเลือกซื้ออาหารต่อครั้งต่ำกว่าหรือเท่ากับ 50 บาท มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8.96 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านสถานที่เลือกซื้อ

สถานที่เลือกซื้อ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ตลาดสด	46	34.33
ซูเปอร์มาร์เก็ต	21	15.67
ร้านอาหาร	41	30.60
แผงลอย รถเข็น หรือร้านอาหารในเต็นท์	26	19.40
รวม	134	100.00

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เลือกซื้ออาหารจากตลาดสด และร้านอาหาร มีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน คือ 46 และ 41 คน คิดเป็นร้อยละ 34.33 และ 30.60 ตามลำดับ ในขณะที่ซื้ออาหารจากซูเปอร์มาร์เก็ต และแผงลอย รถเข็น หรือร้านอาหารในเด็นท์ มีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน คือ 21 และ 26 คน คิดเป็นร้อยละ 15.67 และ 19.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ

บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ตัวเอง	72	53.73
สามี/ภรรยา	30	22.39
บุตร/หลาน	19	14.18
พ่อ/แม่	5	3.73
เพื่อน	8	5.97
รวม	134	100.00

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เลือกซื้ออาหารตามความต้องการของตนเอง จำนวนสูงถึง 72 คน คิดเป็น 53.73 รองลงมา คือ สามี/ภรรยา จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 22.39 และบุตร/หลาน จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 14.18 ในขณะที่พ่อ/แม่ มีอิทธิพลน้อยที่สุด ซึ่งมีเพียง 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.73 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
โฆษณาจากสื่อต่างๆ	8	5.97
เพื่อสุขภาพที่ดี	61	45.52
เพื่อน ครอบครัว คนรู้จัก	16	11.94
ตามค่านิยมในขณะนั้น	5	3.74
รายได้	18	13.43
ราคา	19	14.18
อื่นๆ	7	5.22
รวม	134	100.00

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ คือ เลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพที่ดี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 45.52 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านราคา

และรายได้ จำนวน 19 คน และ 18 คน คิดเป็นร้อยละ 14.18 และ 13.43 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านตามค่านิยมในขณะนั้น และด้านอื่น ๆ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด

4.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษากำหนดตั้งสมมติฐานในการศึกษาไว้จำนวน 3 ประเด็น แสดงผลการทดสอบแต่ละสมมติฐานได้ดังนี้

4.5.1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ชั้นยศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว และภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์

4.5.1.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกรายด้าน แสดงดังตารางที่ 4.21 โดยกำหนดสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานหลัก (H_0) : ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์

สมมติฐานรอง (H_1) : ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์

ตารางที่ 4.21 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกรายด้าน

(n = 134)

พฤติกรรมการบริโภคอาหาร	χ^2	Sig
ประเภทอาหารที่เลือกซื้อ	5.268	0.072
ความถี่ในการซื้อ	6.353	0.086
จำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน	0.016	0.992
วันที่ซื้อ	1.272	0.529
เวลาที่ซื้อ	0.992	0.609
ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	3.785	0.286
สถานที่เลือกซื้อ	4.088	0.252
บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ	6.866	0.143
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	9.481	0.148

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.21 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภคอาหาร 9 ด้าน แสดงดังตารางที่ 4.22 – 4.30 ดังนี้

1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

8) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

9) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.22 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ

(n = 134)

ประเภทอาหาร ที่เลือกซื้อ	เพศ		รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	ชาย จำนวน (ร้อยละ)	หญิง จำนวน (ร้อยละ)			
อาหารสำเร็จรูป	22 (16.42)	15 (11.19)	37 (27.61)	5.268	0.072
อาหารสด	28 (20.90)	30 (22.39)	58 (43.28)		
อาหารพร้อมปรุง/ อาหารกระป๋อง	13 (9.70)	26 (19.40)	39 (29.10)		
รวม	63 (47.01)	71 (52.99)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.22 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม

ประเภทอาหารที่เลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชาย และเพศหญิงมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารสด เหมือนกัน จำแนกเป็น เพศหญิง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 22.39 เพศชาย จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 20.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะ ประชากรศาสตร์ ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนก ตามประเภทความถี่ในการซื้อ

(n = 134)

ความถี่ในการซื้อ	เพศ		รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	ชาย จำนวน (ร้อยละ)	หญิง จำนวน (ร้อยละ)			
วันละ 1 ครั้ง	9 (6.72)	8 (5.97)	17 (12.69)	6.353	0.086
1 - 2 ครั้ง	18 (13.43)	15 (11.19)	33 (24.63)		
3 - 4 ครั้ง	13 (9.70)	29 (21.64)	42 (31.34)		
5 - 6 ครั้ง	23 (17.16)	19 (14.18)	42 (31.34)		
รวม	63 (47.01)	71 (52.99)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.23 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะ ประชากรศาสตร์ ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทความถี่ในการเลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการซื้ออาหาร 3 - 4 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 21.64 ส่วนกลุ่มตัวอย่างเพศชายมีพฤติกรรมในการซื้ออาหาร 5 - 6 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 17.16 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.24 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน

(n = 134)

จำนวนมื้ออาหารที่ บริโภคในหนึ่งวัน	เพศ		รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	ชาย จำนวน (ร้อยละ)	หญิง จำนวน (ร้อยละ)			
1 - 2 มื้อต่อวัน	11 (8.21)	13 (9.70)	24 (17.91)	0.016	0.992
3 มื้อต่อวัน	43 (32.09)	48 (35.82)	91 (67.91)		
มากกว่า 3 มื้อต่อวัน	9 (6.72)	10 (7.46)	19 (14.18)		
รวม	63 (47.01)	71 (52.99)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.24 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชาย และเพศหญิงมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารจำนวน 3 มื้อต่อวัน เหมือนกัน จำแนกเป็น เพศหญิง จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 35.82 เพศชาย จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 32.09 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.25 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ

(n = 134)

วันที่ซื้อ	เพศ		รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	ชาย จำนวน (ร้อยละ)	หญิง จำนวน (ร้อยละ)			
วันจันทร์ - ศุกร์	10 (7.46)	11 (8.21)	21 (15.67)	1.272	0.529
วันเสาร์ - อาทิตย์/ วันหยุดนักขัตฤกษ์	15 (11.19)	23 (17.16)	38 (28.36)		
ทุกวัน	38 (28.36)	37 (27.61)	75 (55.97)		
รวม	63 (47.01)	71 (52.99)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.25 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ พบว่าค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชาย และเพศหญิงมีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทุกวัน เหมือนกัน จำแนกเป็น เพศชาย จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 28.36 เพศหญิง จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 27.61 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.26 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ

(n = 134)

เวลาที่ซื้อ	เพศ		รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	ชาย จำนวน (ร้อยละ)	หญิง จำนวน (ร้อยละ)			
ช่วงเช้า	12 (8.96)	15 (11.19)	27 (20.15)	0.992	0.609
ช่วงกลางวัน	17 (12.69)	14 (10.45)	31 (23.13)		
ช่วงเย็น	34 (25.37)	42 (31.34)	76 (56.72)		
รวม	63 (47.01)	71 (52.99)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.26 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชาย และเพศหญิงมีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารในช่วงเย็น เหมือนกัน จำแนกเป็น เพศหญิง จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 31.34 เพศชาย จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 25.37 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.27 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

(n = 134)

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	เพศ		รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	ชาย จำนวน (ร้อยละ)	หญิง จำนวน (ร้อยละ)			
< 50 บาท	8 (5.97)	4 (2.99)	12 (8.96)	3.785	0.286
51 – 100 บาท	21 (15.67)	33 (24.63)	54 (40.30)		
101 – 150 บาท	14 (10.45)	12 (8.96)	26 (19.40)		
> 150 บาท	20 (14.93)	22 (16.42)	42 (31.34)		
รวม	63 (47.01)	71 (52.99)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.27 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยส่วนใหญ่ในกลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมการใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง เหมือนกัน จำแนกเป็น เพศหญิง จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 24.63 เพศชาย จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 15.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.28 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ

(n = 134)

สถานที่เลือกซื้อ	เพศ		รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	ชาย จำนวน (ร้อยละ)	หญิง จำนวน (ร้อยละ)			
ตลาดสด	23 (17.16)	23 (17.16)	46 (34.33)	4.088	0.252
ซูเปอร์มาร์เก็ต	8 (5.97)	13 (9.70)	21 (15.67)		
ร้านอาหาร	16 (11.94)	25 (18.66)	41 (30.60)		
แผงลอย /รถเข็น/ เต็นท์	16 (11.94)	10 (7.46)	26 (19.40)		
รวม	63 (47.01)	71 (52.99)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.28 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการซื้ออาหารในร้านอาหารมากที่สุด จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 18.66 ส่วนกลุ่มตัวอย่างเพศชายมีพฤติกรรมในการซื้ออาหารในตลาดสด จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 17.16 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.29 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ

(n = 134)

บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ	เพศ		รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	ชาย จำนวน (ร้อยละ)	หญิง จำนวน (ร้อยละ)			
ตัวเอง	34 (25.37)	38 (28.36)	72 (53.73)	6.866	0.143
สามี/ภรรยา	19 (14.18)	11 (8.21)	30 (22.39)		
บุตร/หลาน	5 (3.73)	14 (10.45)	19 (14.18)		
พ่อ/แม่	2 (1.49)	3 (2.24)	5 (3.73)		
เพื่อน	3 (2.24)	5 (3.73)	8 (5.97)		
รวม	63 (47.01)	71 (52.99)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.29 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชาย และเพศหญิงมีตัวเองเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ เหมือนกัน จำแนกเป็นเพศหญิง จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 28.36 เพศชาย จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 25.37 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.30 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

(n = 134)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	เพศ		รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	ชาย จำนวน (ร้อยละ)	หญิง จำนวน (ร้อยละ)			
โฆษณา	2 (1.49)	6 (4.48)	8 (5.97)	9.481	0.148
สุขภาพที่ดี	31 (23.13)	30 (22.39)	61 (45.52)		
เพื่อน/ครอบครัว	3 (2.24)	13 (9.70)	16 (11.94)		
ตามค่านิยม	2 (1.49)	3 (2.24)	5 (3.73)		
รายได้	9 (6.72)	9 (6.72)	18 (13.43)		
ราคา	12 (8.96)	7 (5.22)	19 (14.18)		
อื่น ๆ	4 (2.99)	3 (2.24)	7 (5.22)		
รวม	63 (47.01)	71 (52.99)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.30 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยส่วนใหญ่ในกลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชาย และเพศหญิง มีตัวเองเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ เหมือนกัน จำแนกเป็น เพศชาย จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 23.13 เพศหญิง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 22.39 ตามลำดับ

4.5.1.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกรายด้าน แสดงดังตารางที่ 4.31 โดยกำหนดสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานหลัก (H_0) : ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์

สมมติฐานรอง (H_1) : ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์

ตารางที่ 4.31 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกรายด้าน

(n = 134)

พฤติกรรมการบริโภคอาหาร	χ^2	Sig
ประเภทอาหารที่เลือกซื้อ	9.667	0.139
ความถี่ในการซื้อ	12.291	0.197
จำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน	5.149	0.525
วันที่ซื้อ	7.920	0.244
เวลาที่ซื้อ	5.710	0.456
ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	16.545	0.056
สถานที่เลือกซื้อ	15.813	0.071
บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ	15.366	0.222
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	20.648	0.298

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.31 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภคอาหาร 9 ด้าน แสดงดังตารางที่ 4.32 – 4.40 ดังนี้

1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหาร ที่บริโภคในหนึ่งวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อ ครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

8) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

9) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.32 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ

(n = 134)

ประเภทอาหาร ที่เลือกซื้อ	อายุ				รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	<30 ปี จำนวน (ร้อยละ)	31-40 ปี จำนวน (ร้อยละ)	41-50 ปี จำนวน (ร้อยละ)	>50 ปี จำนวน (ร้อยละ)			
อาหารสำเร็จรูป	10 (7.46)	10 (7.46)	9 (6.72)	8 (5.97)	37 (27.61)	9.667	0.139
อาหารสด	11 (8.21)	29 (21.64)	7 (5.22)	11 (8.21)	58 (43.28)		
อาหารพร้อมปรุง/ อาหารกระป๋อง	12 (8.96)	19 (14.18)	5 (3.73)	3 (2.24)	39 (29.10)		
รวม	33 (24.63)	58 (43.28)	21 (15.67)	22 (16.42)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.32 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างอายุ 31 – 40 ปี ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารสดมากที่สุด จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 21.64 ส่วนกลุ่มตัวอย่างอายุน้อยกว่า 30 ปี มีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารพร้อมปรุง/อาหารกระป๋อง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8.96 กลุ่มตัวอย่างอายุมากกว่า 50 ปี มีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารสด จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 8.21 และกลุ่มตัวอย่างอายุ 41 – 50 ปี มีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารสำเร็จรูป จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.72 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.33 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ

(n = 134)

ความถี่ในการซื้อ	อายุ				รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	<30 ปี จำนวน (ร้อยละ)	31-40 ปี จำนวน (ร้อยละ)	41-50 ปี จำนวน (ร้อยละ)	>50 ปี จำนวน (ร้อยละ)			
วันละ 1 ครั้ง	6 (4.48)	2 (1.49)	4 (2.99)	5 (3.73)	17 (12.69)	12.291	0.197
1 - 2 ครั้ง	11 (8.21)	13 (9.70)	4 (2.99)	5 (3.73)	33 (24.63)		
3 - 4 ครั้ง	7 (5.22)	24 (17.91)	6 (4.48)	5 (3.73)	42 (31.34)		
5 - 6 ครั้ง	9 (6.72)	19 (14.18)	7 (5.22)	7 (5.22)	42 (31.34)		
รวม	33 (24.63)	58 (43.28)	21 (15.67)	22 (16.42)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.33 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ พบว่าค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างอายุ 31 - 40 ปี ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการซื้ออาหาร 3 - 4 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 17.91 กลุ่มตัวอย่างอายุน้อยกว่า 30 ปี มีพฤติกรรมในการซื้ออาหาร 1 - 2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 8.21 ส่วนกลุ่มตัวอย่างอายุ 41 - 50 ปี และมากกว่า 50 ปี มีพฤติกรรมในการซื้ออาหาร 5 - 6 ครั้งต่อสัปดาห์เหมือนกัน โดยมีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.22 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.34 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน

(n = 134)

จำนวนมื้ออาหาร ที่บริโภค ในหนึ่งวัน	อายุ				รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	<30 ปี จำนวน (ร้อยละ)	31-40 ปี จำนวน (ร้อยละ)	41-50 ปี จำนวน (ร้อยละ)	>50 ปี จำนวน (ร้อยละ)			
1 - 2 มื้อต่อวัน	8 (5.97)	8 (5.97)	3 (2.24)	5 (3.73)	24 (17.91)	5.149	0.525
3 มื้อต่อวัน	22 (16.42)	39 (29.10)	14 (10.45)	16 (11.94)	91 (67.91)		
> 3 มื้อต่อวัน	3 (2.24)	11 (8.21)	4 (2.99)	1 (0.75)	19 (14.18)		
รวม	33 (24.63)	58 (43.28)	21 (15.67)	22 (16.42)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.34 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างทุกช่วงอายุ ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารจำนวน 3 มื้อต่อวัน เหมือนกัน จำแนกเป็นอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 29.10 อายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 16.42 อายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 11.94 และอายุ 41 – 50 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 10.45 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.35 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ

(n = 134)

วันที่ซื้อ	อายุ				รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	<30 ปี จำนวน (ร้อยละ)	31-40 ปี จำนวน (ร้อยละ)	41-50 ปี จำนวน (ร้อยละ)	>50 ปี จำนวน (ร้อยละ)			
วันจันทร์ - ศุกร์	8 (5.97)	6 (4.48)	2 (1.49)	5 (3.73)	21 (15.67)	7.920	0.244
วันเสาร์ - อาทิตย์/ วันหยุดนักขัตฤกษ์	6 (4.48)	22 (16.42)	5 (3.73)	5 (3.73)	38 (28.36)		
ทุกวัน	19 (14.18)	30 (22.39)	14 (10.45)	12 (8.96)	75 (55.97)		
รวม	33 (24.63)	58 (43.28)	21 (15.67)	22 (16.42)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.35 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ พบว่าค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างทุกช่วงอายุ ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทุกวันเหมือนกัน จำแนกเป็น อายุ 31 – 40 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 22.39 อายุน้อยกว่า 30 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 14.18 อายุ 41 – 50 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 10.45 และอายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8.96 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.36 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ

(n = 134)

เวลาที่ซื้อ	อายุ				รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	<30 ปี จำนวน (ร้อยละ)	31-40 ปี จำนวน (ร้อยละ)	41-50 ปี จำนวน (ร้อยละ)	>50 ปี จำนวน (ร้อยละ)			
ช่วงเช้า	6 (4.48)	9 (6.72)	5 (3.73)	7 (5.22)	27 (20.15)	5.710	0.456
ช่วงกลางวัน	10 (7.46)	11 (8.21)	4 (2.99)	6 (4.48)	31 (23.13)		
ช่วงเย็น	17 (12.69)	38 (28.36)	12 (8.96)	9 (6.72)	76 (56.72)		
รวม	33 (24.63)	58 (43.28)	21 (15.67)	22 (16.42)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.36 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างทุกช่วงอายุ ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารในช่วงเย็น เหมือนกัน จำแนกเป็น อายุ 31 – 40 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 28.36 อายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 12.69 อายุ 41 – 50 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8.96 และอายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.72 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.37 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

(n = 134)

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	อายุ				รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	<30 ปี จำนวน (ร้อยละ)	31-40 ปี จำนวน (ร้อยละ)	41-50 ปี จำนวน (ร้อยละ)	>50 ปี จำนวน (ร้อยละ)			
< 50 บาท	7 (5.22)	3 (2.24)	1 (0.75)	1 (0.75)	12 (8.96)	16.545	0.056
51 – 100 บาท	15 (11.19)	27 (20.15)	5 (3.73)	7 (5.22)	54 (40.30)		
101 – 150 บาท	6 (4.48)	11 (8.21)	4 (2.99)	5 (3.73)	26 (19.40)		
> 150 บาท	5 (3.73)	17 (12.69)	11 (8.21)	9 (6.72)	42 (31.34)		
รวม	33 (24.63)	58 (43.28)	21 (15.67)	22 (16.42)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.37 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่าง อายุ 31 – 40 ปี และอายุน้อยกว่า 30 ปี ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้จ่ายเฉลี่ย 51 – 100 บาทต่อครั้ง เหมือนกัน มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 20.15 และจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 11.19 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่าง อายุ 41 – 50 ปี และอายุมากกว่า 50 ปี มีพฤติกรรมการใช้จ่ายเฉลี่ยมากกว่า 150 บาทต่อครั้ง เหมือนกัน มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 8.21 และจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.72 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.38 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ

(n = 134)

สถานที่เลือกซื้อ	อายุ				รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	<30 ปี จำนวน (ร้อยละ)	31-40 ปี จำนวน (ร้อยละ)	41-50 ปี จำนวน (ร้อยละ)	>50 ปี จำนวน (ร้อยละ)			
ตลาดสด	8 (5.97)	17 (12.69)	9 (6.72)	12 (8.96)	46 (34.33)	15.813	0.071
ซูเปอร์มาร์เก็ต	9 (6.72)	9 (6.72)	2 (1.49)	1 (0.75)	21 (15.67)		
ร้านอาหาร	8 (5.97)	24 (17.91)	4 (2.99)	5 (3.73)	41 (30.60)		
แผงลอย /รถเข็น/ เต็นท์	8 (5.97)	8 (5.97)	6 (4.48)	4 (2.99)	26 (19.40)		
รวม	33 (24.63)	58 (43.28)	21 (15.67)	22 (16.42)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.38 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่าง อายุ 31 – 40 ปี ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการซื้ออาหารในร้านอาหาร จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 17.91 ส่วนกลุ่มตัวอย่าง อายุมากกว่า 50 ปี และอายุ 41 – 50 ปี มีพฤติกรรมการซื้ออาหารในตลาดสด เหมือนกัน มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8.96 และจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.72 ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่าง อายุน้อยกว่า 30 ปี พฤติกรรมในการซื้ออาหารในซูเปอร์มาร์เก็ต จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.72 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.39 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ

(n = 134)

บุคคลที่มีอิทธิพล ในการเลือกซื้อ	อายุ				รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	<30 ปี จำนวน (ร้อยละ)	31-40 ปี จำนวน (ร้อยละ)	41-50 ปี จำนวน (ร้อยละ)	>50 ปี จำนวน (ร้อยละ)			
ตัวเอง	16 (11.94)	36 (26.87)	10 (7.46)	10 (7.46)	72 (53.73)	15.366	0.222
สามี/ภรรยา	10 (7.46)	9 (6.72)	7 (5.22)	4 (2.99)	30 (22.39)		
บุตร/หลาน	4 (2.99)	7 (5.22)	4 (2.99)	4 (2.99)	19 (14.18)		
พ่อ/แม่	2 (1.49)	3 (2.24)	0 (0.00)	0 (0.00)	5 (3.73)		
เพื่อน	1 (0.75)	3 (2.24)	0 (0.00)	4 (2.99)	8 (5.97)		
รวม	33 (24.63)	58 (43.28)	21 (15.67)	22 (16.42)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.39 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างทุกช่วงอายุ ส่วนใหญ่มีตัวเองเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ เหมือนกัน จำแนกเป็น อายุ 31 – 40 ปี จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 26.87 อายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 11.94 อายุ 41 – 50 ปี และอายุมากกว่า 50 ปี มีจำนวนเท่ากัน คือ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 7.46

ตารางที่ 4.40 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

(n = 134)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	อายุ				รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	<30 ปี จำนวน (ร้อยละ)	31-40 ปี จำนวน (ร้อยละ)	41-50 ปี จำนวน (ร้อยละ)	>50 ปี จำนวน (ร้อยละ)			
โฆษณา	4 (2.99)	3 (2.24)	0 (0.00)	1 (0.75)	8 (5.97)	20.648	0.298
สุขภาพที่ดี	10 (7.46)	29 (21.64)	8 (5.97)	14 (10.45)	61 (45.52)		
เพื่อน/ครอบครัว	5 (3.73)	5 (3.73)	4 (2.99)	2 (1.49)	16 (11.94)		
ตามค่านิยม	3 (2.24)	2 (1.49)	0 (0.00)	0 (0.00)	5 (3.73)		
รายได้	3 (2.24)	8 (5.97)	6 (4.48)	1 (0.75)	18 (13.43)		
ราคา	6 (4.48)	7 (5.22)	3 (2.24)	3 (2.24)	19 (14.18)		
อื่น ๆ	2 (1.49)	4 (2.99)	0 (0.00)	1 (0.75)	7 (5.22)		
รวม	33 (24.63)	58 (43.28)	21 (15.67)	22 (16.42)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.40 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างทุกช่วงอายุ ส่วนใหญ่คิดว่าการมีสุขภาพที่ดีเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเหมือนกัน จำแนกเป็น อายุ 31 – 40 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 21.64 อายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 10.45 อายุน้อยกว่า 30 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 7.46 และอายุ 41 – 50 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.97

4.5.1.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกรายด้าน แสดงดังตารางที่ 4.41 โดยกำหนดสมมติฐาน ดังนี้

- สมมติฐานหลัก (H_0) : ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์
- สมมติฐานรอง (H_1) : ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพสมรส ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์

ตารางที่ 4.41 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกรายด้าน

(n = 134)

พฤติกรรมการบริโภคอาหาร	χ^2	Sig
ประเภทอาหารที่เลือกซื้อ	0.411	0.982
ความถี่ในการซื้อ	6.906	0.330
จำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน	8.696	0.069
วันที่ซื้อ	7.408	0.116
เวลาที่ซื้อ	5.426	0.246
ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	14.304	0.026*
สถานที่เลือกซื้อ	3.989	0.678
บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ	11.683	0.166
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	11.909	0.453

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.41 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภคอาหาร 9 ด้าน แสดงดังตารางที่ 4.42 – 4.50 ดังนี้

ตารางที่ 4.42 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ

(n = 134)

ประเภทอาหารที่เลือกซื้อ	สถานภาพสมรส			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	โสด จำนวน (ร้อยละ)	สมรส จำนวน (ร้อยละ)	หย่าร้าง/หม้าย จำนวน (ร้อยละ)			
อาหารสำเร็จรูป	16 (11.94)	19 (14.18)	2 (1.49)	37 (27.61)	0.411	0.982
อาหารสด	22 (16.42)	32 (23.88)	4 (2.99)	58 (43.28)		
อาหารพร้อมปรุง/ อาหารกระป๋อง	16 (11.94)	20 (14.93)	3 (2.24)	39 (29.10)		
รวม	54 (40.30)	71 (52.99)	9 (6.72)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.42 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า สถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างทุกสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารสดมากที่สุด เหมือนกัน จำแนกเป็นสมรส จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 23.88 โสด จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 16.42 และหย่าร้าง/หม้าย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.99 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.43 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ

(n = 134)

ความถี่ในการซื้อ	สถานภาพสมรส			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	โสด จำนวน (ร้อยละ)	สมรส จำนวน (ร้อยละ)	หย่าร้าง/หม้าย จำนวน (ร้อยละ)			
วันละ 1 ครั้ง	5 (3.73)	12 (8.96)	0 (0.00)	17 (12.69)	6.906	0.330
1 - 2 ครั้ง	17 (12.69)	14 (10.45)	2 (1.49)	33 (24.63)		
3 - 4 ครั้ง	18 (13.43)	22 (16.42)	2 (1.49)	42 (31.34)		
5 - 6 ครั้ง	14 (10.45)	23 (17.16)	5 (3.73)	42 (31.34)		
รวม	54 (40.30)	71 (52.99)	9 (6.72)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.43 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า สถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่สมรส ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการซื้ออาหาร 5 - 6 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 17.16 กลุ่มตัวอย่างที่โสดมีพฤติกรรมการซื้ออาหาร 3 - 4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 13.43 และกลุ่มตัวอย่างที่หย่าร้าง/หม้ายมีพฤติกรรมการซื้ออาหาร 5 - 6 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.73 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.44 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน

(n = 134)

จำนวนมื้ออาหารที่ บริโภคในหนึ่งวัน	สถานภาพสมรส			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	โสด จำนวน (ร้อยละ)	สมรส จำนวน (ร้อยละ)	หย่าร้าง/หม้าย จำนวน (ร้อยละ)			
1 - 2 มื้อต่อวัน	11 (8.21)	11 (8.21)	2 (1.49)	24 (17.91)	8.696	0.069
3 มื้อต่อวัน	36 (26.87)	52 (38.81)	3 (2.24)	91 (67.91)		
มากกว่า 3 มื้อต่อวัน	7 (5.22)	8 (5.97)	4 (2.99)	19 (14.18)		
รวม	54 (40.30)	71 (52.99)	9 (6.72)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.44 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า สถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่สมรสและโสด ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารจำนวน 3 มื้อต่อวันมากที่สุด เหมือนกัน จำแนกเป็น สมรส จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 38.81 และโสด จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 26.87 และกลุ่มตัวอย่างที่หย่าร้าง/หม้ายมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารมากกว่า 3 มื้อต่อวัน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.99 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.45 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ

(n = 134)

วันที่ซื้อ	สถานภาพสมรส			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	โสด จำนวน (ร้อยละ)	สมรส จำนวน (ร้อยละ)	หย่าร้าง/หม้าย จำนวน (ร้อยละ)			
วันจันทร์ - ศุกร์	9 (6.72)	11 (8.21)	1 (0.75)	21 (15.67)	7.408	0.116
วันเสาร์ - อาทิตย์/ วันหยุดนักขัตฤกษ์	15 (11.19)	17 (12.69)	6 (4.48)	38 (28.36)		
ทุกวัน	30 (22.39)	43 (32.09)	2 (1.49)	75 (55.97)		
รวม	54 (40.30)	71 (52.99)	9 (6.72)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.45 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า สถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่สมรสและโสด ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทุกวันมากที่สุด เหมือนกัน จำแนกเป็น สมรส จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 32.09 และโสด จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 22.39 และกลุ่มตัวอย่างที่หย่าร้าง/หม้ายมีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหาร วันเสาร์ – อาทิตย์/วันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.48 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.46 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ

(n = 134)

เวลาที่ซื้อ	สถานภาพสมรส			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	โสด จำนวน (ร้อยละ)	สมรส จำนวน (ร้อยละ)	หย่าร้าง/หม้าย จำนวน (ร้อยละ)			
ช่วงเช้า	6 (4.48)	19 (14.18)	2 (1.49)	27 (20.15)	5.426	0.246
ช่วงกลางวัน	13 (9.70)	15 (11.19)	3 (2.24)	31 (23.13)		
ช่วงเย็น	35 (26.12)	37 (27.61)	4 (2.99)	76 (56.72)		
รวม	54 (40.30)	71 (52.99)	9 (6.72)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.46 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า สถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างทุกสถานภาพสมรสส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารในช่วงเย็น เหมือนกัน จำแนกเป็น สมรส จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 27.61 โสด จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 26.12 และหย่าร้าง/หม้าย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.99 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.47 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

(n = 134)

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	สถานภาพสมรส			รวมจำนวน	χ^2	Sig
	โสดจำนวน (ร้อยละ)	สมรสจำนวน (ร้อยละ)	หย่าร้าง/หม้ายจำนวน (ร้อยละ)			
< 50 บาท	5 (3.73)	7 (5.22)	0 (0.00)	12 (8.96)	14.304	0.026*
51 – 100 บาท	30 (22.39)	22 (16.42)	2 (1.49)	54 (40.30)		
101 – 150 บาท	9 (6.72)	13 (9.70)	4 (2.99)	26 (19.40)		
> 150 บาท	10 (7.46)	29 (21.64)	3 (2.24)	42 (31.34)		
รวม	54 (40.30)	71 (52.99)	9 (6.72)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.47 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง พบว่า ค่า Sig \leq .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่โสด ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้จ่ายเฉลี่ย 51 – 100 บาทต่อครั้ง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 22.39 กลุ่มตัวอย่างที่สมรส มีพฤติกรรมการใช้จ่ายเฉลี่ยมากกว่า 150 บาทต่อครั้ง จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 21.64 และกลุ่มตัวอย่างที่หย่าร้าง/หม้ายมีพฤติกรรมการใช้จ่ายเฉลี่ย 101 – 150 บาทต่อครั้ง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.99 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.48 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ

(n = 134)

สถานที่เลือกซื้อ	สถานภาพสมรส			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	โสด จำนวน (ร้อยละ)	สมรส จำนวน (ร้อยละ)	หย่าร้าง/หม้าย จำนวน (ร้อยละ)			
ตลาดสด	15 (11.19)	28 (20.90)	3 (2.24)	46 (34.33)	3.989	0.678
ซูเปอร์มาร์เก็ต	9 (6.72)	11 (8.21)	1 (0.75)	21 (15.67)		
ร้านอาหาร	21 (15.67)	17 (12.69)	3 (2.24)	41 (30.60)		
แผงลอย /รถเข็น/ เต็นท์	9 (6.72)	15 (11.19)	2 (1.49)	26 (19.40)		
รวม	54 (40.30)	71 (52.99)	9 (6.72)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.48 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า สถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่สมรสส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการซื้ออาหารในตลาดสด จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 20.90 กลุ่มตัวอย่างที่โสด มีพฤติกรรมในการซื้ออาหารในร้านอาหาร จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 15.67 และหย่าร้าง/หม้าย มีพฤติกรรมในการซื้ออาหารในตลาดสดและร้านอาหาร จำนวนเท่ากัน คือ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.24 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.49 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ

(n = 134)

บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ	สถานภาพสมรส			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	โสด จำนวน (ร้อยละ)	สมรส จำนวน (ร้อยละ)	หย่าร้าง/หม้าย จำนวน (ร้อยละ)			
ตัวเอง	36 (26.87)	30 (22.39)	6 (4.48)	72 (53.73)	11.683	0.166
สามี/ภรรยา	8 (5.97)	22 (16.42)	0 (0.00)	30 (22.39)		
บุตร/หลาน	6 (4.48)	11 (8.21)	2 (1.49)	19 (14.18)		
พ่อ/แม่	2 (1.49)	3 (2.24)	0 (0.00)	5 (3.73)		
เพื่อน	2 (1.49)	5 (3.73)	1 (0.75)	8 (5.97)		
รวม	54 (40.30)	71 (52.99)	9 (6.72)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.49 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า สถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างทุกสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่มีตัวเองเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ เหมือนกัน จำแนกเป็น โสด จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 26.87 สมรส จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 22.39 และหย่าร้าง/หม้าย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.48 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.50 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

(n = 134)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	สถานภาพสมรส			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	โสด จำนวน (ร้อยละ)	สมรส จำนวน (ร้อยละ)	หย่าร้าง/หม้าย จำนวน (ร้อยละ)			
โฆษณา	5 (3.73)	3 (2.24)	0 (0.00)	8 (5.97)	11.909	0.453
สุขภาพที่ดี	22 (16.42)	33 (24.63)	6 (4.48)	61 (45.52)		
เพื่อน/ครอบครัว	7 (5.22)	9 (6.72)	0 (0.00)	16 (11.94)		
ตามค่านิยม	3 (2.24)	2 (1.49)	0 (0.00)	5 (3.73)		
รายได้	6 (4.48)	10 (7.46)	2 (1.49)	18 (13.43)		
ราคา	8 (5.97)	11 (8.21)	0 (0.00)	19 (14.18)		
อื่น ๆ	3 (2.24)	3 (2.24)	1 (0.75)	7 (5.22)		
รวม	54 (40.30)	71 (52.99)	9 (6.72)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.50 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า สถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างทุกสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่คิดว่าการมีสุขภาพที่ดีเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหาร เหมือนกัน จำแนกเป็น สมรส จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 24.63 โสด จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 16.42 และหย่าร้าง/หม้าย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.48 ตามลำดับ

4.5.1.4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกรายด้าน แสดงดังตารางที่ 4.51 โดยกำหนดสมมติฐาน ดังนี้

- สมมติฐานหลัก (H_0) : ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์
- สมมติฐานรอง (H_1) : ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์

ตารางที่ 4.51 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกรายด้าน

(n = 134)

พฤติกรรมการบริโภคอาหาร	χ^2	Sig
ประเภทอาหารที่เลือกซื้อ	5.721	0.221
ความถี่ในการซื้อ	4.552	0.602
จำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน	3.854	0.426
วันที่ซื้อ	4.494	0.343
เวลาที่ซื้อ	0.456	0.978
ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	9.952	0.127
สถานที่เลือกซื้อ	21.644	0.001*
บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ	11.601	0.170
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	8.057	0.781

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.51 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภคอาหาร 9 ด้าน แสดงดังตารางที่ 4.52 – 4.60 ดังนี้

ตารางที่ 4.52 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ

(n = 134)

ประเภทอาหารที่เลือกซื้อ	ระดับการศึกษา				χ^2	Sig
	ต่ำกว่าจำนวน (ร้อยละ)	ปริญญาตรีจำนวน (ร้อยละ)	สูงกว่าจำนวน (ร้อยละ)	รวมจำนวน (ร้อยละ)		
อาหารสำเร็จรูป	15 (11.19)	19 (14.18)	3 (2.24)	37 (27.61)	5.721	0.221
อาหารสด	20 (14.93)	28 (20.90)	10 (7.46)	58 (43.28)		
อาหารพร้อมปรุง/ อาหารกระป๋อง	16 (11.94)	22 (16.42)	1 (0.75)	39 (29.10)		
รวม	51 (38.06)	69 (51.49)	14 (10.45)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.52 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างทุกระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารสดมากที่สุด เหมือนกัน จำแนกเป็นปริญญาตรี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 20.90 ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 14.93 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 7.46 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.53 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ

(n = 134)

ความถี่ในการซื้อ	ระดับการศึกษา			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	ต่ำกว่า จำนวน (ร้อยละ)	ปริญญาตรี จำนวน (ร้อยละ)	สูงกว่า จำนวน (ร้อยละ)			
วันละ 1 ครั้ง	9 (6.72)	6 (4.48)	2 (1.49)	17 (12.69)	4.552	0.602
1 - 2 ครั้ง	10 (7.46)	20 (14.93)	3 (2.24)	33 (24.63)		
3 - 4 ครั้ง	14 (10.45)	22 (16.42)	6 (4.48)	42 (31.34)		
5 - 6 ครั้ง	18 (13.43)	21 (15.67)	3 (2.24)	42 (31.34)		
รวม	51 (38.06)	69 (51.49)	14 (10.45)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.53 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการซื้ออาหาร 3 - 4 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 16.42 ต่ำกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมในการซื้ออาหาร 5 - 6 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 13.43 และสูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมในการซื้ออาหาร 3 - 4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.48 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.54 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน

(n = 134)

จำนวนมื้ออาหารที่ บริโภคในหนึ่งวัน	ระดับการศึกษา			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	ต่ำกว่า จำนวน (ร้อยละ)	ปริญญาตรี จำนวน (ร้อยละ)	สูงกว่า จำนวน (ร้อยละ)			
1 - 2 มื้อต่อวัน	9 (6.72)	10 (7.46)	5 (3.73)	24 (17.91)	3.854	0.426
3 มื้อต่อวัน	34 (25.37)	49 (36.57)	8 (5.97)	91 (67.91)		
> 3 มื้อต่อวัน	8 (5.97)	10 (7.46)	1 (0.75)	19 (14.18)		
รวม	51 (38.06)	69 (51.49)	14 (10.45)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.54 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างทุกระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจำนวน 3 มื้อต่อวันมากที่สุด เหมือนกัน จำแนกเป็น ปริญญาตรี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 36.57 ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 25.37 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.97 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.55 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ

(n = 134)

วันที่ซื้อ	ระดับการศึกษา			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	ต่ำกว่า จำนวน (ร้อยละ)	ปริญญาตรี จำนวน (ร้อยละ)	สูงกว่า จำนวน (ร้อยละ)			
วันจันทร์ - ศุกร์	5 (3.73)	13 (9.70)	3 (2.24)	21 (15.67)	4.494	0.343
วันเสาร์ - อาทิตย์/ วันหยุดนักขัตฤกษ์	15 (11.19)	17 (12.69)	6 (4.48)	38 (28.36)		
ทุกวัน	31 (23.13)	39 (29.10)	5 (3.73)	75 (55.97)		
รวม	51 (38.06)	69 (51.49)	14 (10.45)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.55 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาและต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทุกวันมากที่สุด เหมือนกัน จำแนกเป็น ปริญญาตรี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 29.10 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 23.13 และกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารในวันเสาร์ - อาทิตย์/วันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.48 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.56 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ

(n = 134)

เวลาที่ซื้อ	ระดับการศึกษา			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	ต่ำกว่า จำนวน (ร้อยละ)	ปริญญาตรี จำนวน (ร้อยละ)	สูงกว่า จำนวน (ร้อยละ)			
ช่วงเช้า	9 (6.72)	15 (11.19)	3 (2.24)	27 (20.15)	0.456	0.978
ช่วงกลางวัน	13 (9.70)	15 (11.19)	3 (2.24)	31 (23.13)		
ช่วงเย็น	29 (21.64)	39 (29.10)	8 (5.97)	76 (56.72)		
รวม	51 (38.06)	69 (51.49)	14 (10.45)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.56 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างทุกระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารในช่วงเย็น เหมือนกัน จำแนกเป็น ปริญญาตรี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 29.10 ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 21.64 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.97 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.57 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

(n = 134)

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	ระดับการศึกษา			รวมจำนวน	χ^2	Sig
	ต่ำกว่าจำนวน (ร้อยละ)	ปริญญาตรีจำนวน (ร้อยละ)	สูงกว่าจำนวน (ร้อยละ)			
< 50 บาท	6 (4.48)	5 (3.73)	1 (0.75)	12 (8.96)	9.952	0.127
51 – 100 บาท	21 (15.67)	29 (21.64)	4 (2.99)	54 (40.30)		
101 – 150 บาท	14 (10.45)	11 (8.21)	1 (0.75)	26 (19.40)		
> 150 บาท	10 (7.46)	24 (17.91)	8 (5.97)	42 (31.34)		
รวม	51 (38.06)	69 (51.49)	14 (10.45)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.57 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้จ่ายเฉลี่ย 50 – 100 บาทต่อครั้ง เหมือนกัน จำแนกเป็น ปริญญาตรี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 21.64 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 15.67 และกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมการใช้จ่ายเฉลี่ยมากกว่า 150 บาทต่อครั้ง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.97 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.58 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ

(n = 134)

สถานที่เลือกซื้อ	ระดับการศึกษา			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	ต่ำกว่า จำนวน (ร้อยละ)	ปริญญาตรี จำนวน (ร้อยละ)	สูงกว่า จำนวน (ร้อยละ)			
ตลาดสด	16 (11.94)	23 (17.16)	7 (5.22)	46 (34.33)	21.644	0.001*
ซูเปอร์มาร์เก็ต	6 (4.48)	10 (7.46)	5 (3.73)	21 (15.67)		
ร้านอาหาร	11 (8.21)	28 (20.90)	2 (1.49)	41 (30.60)		
แผงลอย /รถเข็น/ เต็นท์	18 (13.43)	8 (5.97)	0 (0.00)	26 (19.40)		
รวม	51 (38.06)	69 (51.49)	14 (10.45)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.58 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ พบว่า ค่า Sig $\leq .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการซื้ออาหารในร้านอาหารมากที่สุด จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 20.90 ต่ำกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมในการซื้ออาหารในแผงลอย /รถเข็น/ เต็นท์ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 13.43 และกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมในการซื้ออาหารในตลาดสด จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.22 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.59 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ

(n = 134)

บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ	ระดับการศึกษา			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	ต่ำกว่า จำนวน (ร้อยละ)	ปริญญาตรี จำนวน (ร้อยละ)	สูงกว่า จำนวน (ร้อยละ)			
ตัวเอง	28 (20.90)	38 (28.36)	6 (4.48)	72 (53.73)	11.601	0.170
สามี/ภรรยา	16 (11.94)	13 (9.70)	1 (0.75)	30 (22.39)		
บุตร/หลาน	3 (2.24)	12 (8.96)	4 (2.99)	19 (14.18)		
พ่อ/แม่	2 (1.49)	2 (1.49)	1 (0.75)	5 (3.73)		
เพื่อน	2 (1.49)	4 (2.99)	2 (1.49)	8 (5.97)		
รวม	51 (38.06)	69 (51.49)	14 (10.45)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.59 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างทุกระดับการศึกษาส่วนใหญ่มีตัวเองเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ เหมือนกัน จำแนกเป็น ปริญญาตรี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 28.36 ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.48 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.60 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

(n = 134)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	ระดับการศึกษา			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	ต่ำกว่า จำนวน (ร้อยละ)	ปริญญาตรี จำนวน (ร้อยละ)	สูงกว่า จำนวน (ร้อยละ)			
โฆษณา	3 (2.24)	4 (2.99)	1 (0.75)	8 (5.97)	8.057	0.781
สุขภาพที่ดี	19 (14.18)	35 (26.12)	7 (5.22)	61 (45.52)		
เพื่อน/ครอบครัว	6 (4.48)	8 (5.97)	2 (1.49)	16 (11.94)		
ตามค่านิยม	3 (2.24)	2 (1.49)	0 (0.00)	5 (3.73)		
รายได้	6 (4.48)	10 (7.46)	2 (1.49)	18 (13.43)		
ราคา	13 (9.70)	5 (3.73)	1 (0.75)	19 (14.18)		
อื่น ๆ	1 (0.75)	5 (3.73)	1 (0.75)	7 (5.22)		
รวม	51 (38.06)	69 (51.49)	14 (10.45)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.60 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างทุกระดับการศึกษา ส่วนใหญ่คิดว่าการมีสุขภาพที่ดีเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหาร เหมือนกัน จำแนกเป็น ปริญญาตรี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 26.12 ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 14.18 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.22 ตามลำดับ

4.5.1.5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกรายด้าน แสดงดังตารางที่ 4.61 โดยกำหนดสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานหลัก (H_0) : ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์

สมมติฐานรอง (H_1) : ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์

ตารางที่ 4.61 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกรายด้าน

(n = 134)

พฤติกรรมการบริโภคอาหาร	χ^2	Sig
ประเภทอาหารที่เลือกซื้อ	12.108	0.278
ความถี่ในการซื้อ	13.620	0.555
จำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน	14.678	0.144
วันที่ซื้อ	17.246	0.069
เวลาที่ซื้อ	16.252	0.0932
ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	28.800	0.017*
สถานที่เลือกซื้อ	22.725	0.090
บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ	20.646	0.418
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	37.398	0.166

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.61 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภคอาหาร 9 ด้าน แสดงดังตารางที่ 4.62 – 4.70 ดังนี้

1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหาร ที่บริโภคในหนึ่งวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

8) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

9) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.62 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ

(n = 134)

ประเภทอาหารที่เลือกซื้อ	ชั้นยศ						รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	สิบตรี/จ่าตรี/ จ่าอากาศตรี จำนวน (ร้อยละ)	สิบโท/จ่าโท/ จ่าอากาศโท จำนวน (ร้อยละ)	สิบเอก/จ่าเอก/ จ่าอากาศเอก จำนวน (ร้อยละ)	จ่าสิบตรี/พันจ่าตรี/ พันจ่าอากาศตรี จำนวน (ร้อยละ)	จ่าสิบโท/พันจ่าโท/ พันจ่าอากาศโท จำนวน (ร้อยละ)	จ่าสิบเอก/พันจ่าเอก/ พันจ่าอากาศเอก จำนวน (ร้อยละ)			
อาหารสำเร็จรูป	3 (2.24)	3 (2.24)	5 (3.73)	1 (0.75)	3 (2.24)	22 (16.42)	37 (27.61)	12.108	0.278
อาหารสด	4 (2.99)	5 (3.73)	7 (5.22)	4 (2.99)	3 (2.24)	35 (26.12)	58 (43.28)		
อาหารพร้อมปรุง/ อาหารกระป๋อง	4 (2.99)	2 (1.49)	11 (8.21)	6 (4.48)	1 (0.75)	15 (11.19)	39 (29.10)		
รวม	11 (8.21)	10 (7.46)	23 (17.16)	11 (8.21)	7 (5.22)	72 (53.73)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.62 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ชั้นยศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างชั้นยศจำสิบเอก/พันจ่าเอก/พันจ่าอากาศเอก ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารสดมากที่สุด จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 26.12 รองลงมา มีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารพร้อมปรุง/อาหารกระป๋อง ได้แก่ ชั้นยศสิบเอก/จ่าเอก/จ่าอากาศเอก จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 8.21 และชั้นยศจ่าสิบตรี/พันจ่าตรี/พันจ่าอากาศตรี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.48 ชั้นยศสิบโท/จ่าโท/จ่าอากาศโท มีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารสด จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.73 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.63 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ

(n = 134)

ความถี่ในการซื้อ	ชั้นยศ						รวม	χ^2	Sig
	สิบตรี/จ่าตรี/ จ่าอากาศตรี จำนวน (ร้อยละ)	สิบโท/จ่าโท/ จ่าอากาศโท จำนวน (ร้อยละ)	สิบเอก/จ่าเอก/ จ่าอากาศเอก จำนวน (ร้อยละ)	จ่าสิบตรี/พันจ่าตรี/ พันจ่าอากาศตรี จำนวน (ร้อยละ)	จ่าสิบโท/พันจ่าโท/ พันจ่าอากาศโท จำนวน (ร้อยละ)	จ่าสิบเอก/พันจ่าเอก/ พันจ่าอากาศเอก จำนวน (ร้อยละ)			
วันละ 1 ครั้ง	2 (1.49)	2 (1.49)	1 (0.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	12 (8.96)	17 (12.69)	13.620	0.555
1 - 2 ครั้ง	2 (1.49)	2 (1.49)	7 (5.22)	3 (2.24)	2 (1.49)	17 (12.69)	33 (24.63)		
3 - 4 ครั้ง	2 (1.49)	3 (2.24)	6 (4.48)	7 (5.22)	2 (1.49)	22 (16.42)	42 (31.34)		
5 - 6 ครั้ง	5 (3.73)	3 (2.24)	9 (6.72)	1 (0.75)	3 (2.24)	21 (15.67)	42 (31.34)		
รวม	11 (8.21)	10 (7.46)	23 (17.16)	11 (8.21)	7 (5.22)	72 (53.73)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.63 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ชั้นยศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการซื้ออาหาร 3 – 4 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด จำแนกเป็น ชั้นยศ จำสิบเอก/พันจ่าเอก/พันจ่าอากาศเอก จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 16.42 และชั้นยศจ่าสิบตรี/พันจ่าตรี/พันจ่าอากาศตรี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.22 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีชั้นยศ สิบเอก/จ่าเอก/จ่าอากาศเอก และสิบตรี/จ่าตรี/จ่าอากาศตรี มีพฤติกรรมการซื้ออาหาร 5 – 6 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.72 และจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.73 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.64 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน

(n = 134)

จำนวนมื้ออาหาร ที่บริโภค ในหนึ่งวัน	ชั้นยศ						รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	สิบตรี/จ่าตรี/ จ่าอากาศตรี จำนวน (ร้อยละ)	สิบโท/จ่าโท/ จ่าอากาศโท จำนวน (ร้อยละ)	สิบเอก/จ่าเอก/ จ่าอากาศเอก จำนวน (ร้อยละ)	จ่าสิบตรี/พันจ่าตรี/ พันจ่าอากาศตรี จำนวน (ร้อยละ)	จ่าสิบโท/พันจ่าโท/ พันจ่าอากาศโท จำนวน (ร้อยละ)	จ่าสิบเอก/พันจ่าเอก/ พันจ่าอากาศเอก จำนวน (ร้อยละ)			
1 - 2 มื้อต่อวัน	1 (0.75)	1 (0.75)	9 (6.72)	1 (0.75)	1 (0.75)	11 (8.21)	24 (17.91)	14.678	0.144
3 มื้อต่อวัน	7 (5.22)	9 (6.72)	10 (7.46)	8 (5.97)	6 (4.48)	51 (38.06)	91 (67.91)		
> 3 มื้อต่อวัน	3 (2.24)	0 (0.00)	4 (2.99)	2 (1.49)	0 (0.00)	10 (7.46)	19 (14.18)		
รวม	11 (8.21)	10 (7.46)	23 (17.16)	11 (8.21)	7 (5.22)	72 (53.73)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.64 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ชั้นยศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างทุกช่วงชั้นยศ ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารจำนวน 3 มื้อต่อวัน เหมือนกัน จำแนกเป็น ชั้นยศ จำสิบเอก/พันจ่าเอก/พันจ่าอากาศเอก จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 38.06 ชั้นยศสิบเอก/จ่าเอก/จ่าอากาศเอก จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 7.46 ชั้นยศสิบโท/จ่าโท/จ่าอากาศโท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.72 ชั้นยศจ่าสิบตรี/พันจ่าตรี/พันจ่าอากาศตรี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.97 และชั้นยศสิบตรี/จ่าตรี/จ่าอากาศตรี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.22 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.65 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ

(n = 134)

วันที่ซื้อ	ชั้นยศ						รวม	χ^2	Sig
	สิบตรี/จ่าตรี/ จ่าอากาศตรี จำนวน (ร้อยละ)	สิบโท/จ่าโท/ จ่าอากาศโท จำนวน (ร้อยละ)	สิบเอก/จ่าเอก/ จ่าอากาศเอก จำนวน (ร้อยละ)	จ่าสิบตรี/พันจ่าตรี/ พันจ่าอากาศตรี จำนวน (ร้อยละ)	จ่าสิบโท/พันจ่าโท/ พันจ่าอากาศโท จำนวน (ร้อยละ)	จ่าสิบเอก/พันจ่าเอก/ พันจ่าอากาศเอก จำนวน (ร้อยละ)			
วันจันทร์ - ศุกร์	2 (1.49)	1 (0.75)	3 (2.24)	4 (2.99)	0 (0.00)	11 (8.21)	21 (15.67)	17.246	0.069
วันเสาร์ - อาทิตย์/ วันหยุดนักขัตฤกษ์	0 (0.00)	2 (1.49)	12 (8.96)	2 (1.49)	3 (2.24)	19 (14.18)	38 (28.36)		
ทุกวัน	9 (6.72)	7 (5.22)	8 (5.97)	5 (3.73)	4 (2.99)	42 (31.34)	75 (55.97)		
รวม	11 (8.21)	10 (7.46)	23 (17.16)	11 (8.21)	7 (5.22)	72 (53.73)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.65 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อพบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ชั้นยศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทุกวันเหมือนกัน จำแนกเป็น ชั้นยศจำสิบเอก/พันจ่าเอก/พันจ่าอากาศเอก จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 31.34 ชั้นยศสิบตรี/จ่าตรี/จ่าอากาศตรี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.72 ชั้นยศสิบโท/จ่าโท/จ่าอากาศโท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.22 ชั้นยศจำสิบตรี/พันจ่าตรี/พันจ่าอากาศตรี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.73 ชั้นยศจำสิบโท/พันจ่าโท/พันจ่าอากาศโท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.99 และชั้นยศสิบเอก/จ่าเอก/จ่าอากาศเอก มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารในวันเสาร์ – อาทิตย์/วันหยุดนักชัตฤกษ์ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8.96 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.66 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ

(n = 134)

เวลาที่ซื้อ	ชั้นยศ						รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	สืบทรี/จำตรี/ จำอากาศตรี จำนวน (ร้อยละ)	สืบท/จำโท/ จำอากาศโท จำนวน (ร้อยละ)	สืบทเอก/จำเอก/ จำอากาศเอก จำนวน (ร้อยละ)	จำสืบทรี/พันจำตรี/ พันจำอากาศตรี จำนวน (ร้อยละ)	จำสืบท/พันจำโท/ พันจำอากาศโท จำนวน (ร้อยละ)	จำสืบทเอก/พันจำเอก/ พันจำอากาศเอก จำนวน (ร้อยละ)			
ช่วงเช้า	0 (0.00)	1 (0.75)	2 (1.49)	1 (0.75)	1 (0.75)	22 (16.42)	27 (20.15)	16.252	0.0932
ช่วงกลางวัน	5 (3.73)	2 (1.49)	6 (4.48)	4 (2.99)	3 (2.24)	11 (8.21)	31 (23.13)		
ช่วงเย็น	6 (4.48)	7 (5.22)	15 (11.19)	6 (4.48)	3 (2.24)	39 (29.10)	76 (56.72)		
รวม	11 (8.21)	10 (7.46)	23 (17.16)	11 (8.21)	7 (5.22)	72 (53.73)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.66 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ชั้นยศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารในช่วงเย็นเหมือนกัน จำแนกเป็น ชั้นยศ จำสิบเอก/พันจ่าเอก/พันจ่าอากาศเอก จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 29.10 ชั้นยศ สิบเอก/จ่าเอก/จ่าอากาศเอก จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 11.19 ชั้นยศ สิบโท/จ่าโท/จ่าอากาศโท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.22 ชั้นยศ สิบตรี/จ่าตรี/จ่าอากาศตรี และชั้นยศจ่าสิบตรี/พันจ่าตรี/พันจ่าอากาศตรี มีจำนวนเท่ากันคือ 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.48 ชั้นยศ จ่าสิบโท/พันจ่าโท/พันจ่าอากาศโท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.24 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.67 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

(n = 134)

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	ชั้นยศ						รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	สิบตรี/จ่าตรี/ จ่าอากาศตรี จำนวน (ร้อยละ)	สิบโท/จ่าโท/ จ่าอากาศโท จำนวน (ร้อยละ)	สิบเอก/จ่าเอก/ จ่าอากาศเอก จำนวน (ร้อยละ)	จ่าสิบตรี/พันจ่าตรี/ พันจ่าอากาศตรี จำนวน (ร้อยละ)	จ่าสิบโท/พันจ่าโท/ พันจ่าอากาศโท จำนวน (ร้อยละ)	จ่าสิบเอก/พันจ่าเอก/ พันจ่าอากาศเอก จำนวน (ร้อยละ)			
< 50 บาท	4 (2.99)	0 (0.00)	2 (1.49)	1 (0.75)	0 (0.00)	5 (3.73)	12 (8.96)	28.800	0.017*
51 – 100 บาท	2 (1.49)	6 (4.48)	15 (11.19)	5 (3.73)	5 (3.73)	21 (15.67)	54 (40.30)		
101 – 150 บาท	2 (1.49)	1 (0.75)	3 (2.24)	3 (2.24)	1 (0.75)	16 (11.94)	26 (19.40)		
> 150 บาท	3 (2.24)	3 (2.24)	3 (2.24)	2 (1.49)	1 (0.75)	30 (22.39)	42 (31.34)		
รวม	11 (8.21)	10 (7.46)	23 (17.16)	11 (8.21)	7 (5.22)	72 (53.73)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.67 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง พบว่า ค่า Sig $\leq .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ชั้นยศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่าง ชั้นยศจำสิบเอก/พันจ่าเอก/พันจ่าอากาศเอก ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้จ่ายเฉลี่ยมากกว่า 150 บาทต่อครั้ง มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 22.39 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการใช้จ่ายเฉลี่ย 51 – 100 บาท จำแนกได้เป็น ชั้นยศ สิบเอก/จ่าเอก/จ่าอากาศเอก จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 11.19 ชั้นยศสิบโท/จ่าโท/จ่าอากาศโทจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.48 ชั้นยศจ่าสิบตรี/พันจ่าตรี/พันจ่าอากาศตรี และจ่าสิบโท/พันจ่าโท/พันจ่าอากาศโท มีจำนวนเท่ากันคือ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.73 ตามลำดับ ส่วนชั้นยศสิบตรี/จ่าตรี/จ่าอากาศตรี มีพฤติกรรมการใช้จ่ายเฉลี่ยน้อยกว่า 150 บาทต่อครั้ง มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.99



ตารางที่ 4.68 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ

(n = 134)

สถานที่เลือกซื้อ	ชั้นยศ						รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	สิบตรี/จ่าตรี/ จ่าอากาศตรี จำนวน (ร้อยละ)	สิบโท/จ่าโท/ จ่าอากาศโท จำนวน (ร้อยละ)	สิบเอก/จ่าเอก/ จ่าอากาศเอก จำนวน (ร้อยละ)	จ่าสิบตรี/พันจ่าตรี/ พันจ่าอากาศตรี จำนวน (ร้อยละ)	จ่าสิบโท/พันจ่าโท/ พันจ่าอากาศโท จำนวน (ร้อยละ)	จ่าสิบเอก/พันจ่าเอก/ พันจ่าอากาศเอก จำนวน (ร้อยละ)			
ตลาดสด	4 (2.99)	6 (4.48)	2 (1.49)	3 (2.24)	1 (0.75)	30 (22.39)	46 (34.33)	22.725	0.090
ซูเปอร์มาร์เก็ต	3 (2.24)	1 (0.75)	2 (1.49)	2 (1.49)	2 (1.49)	11 (8.21)	21 (15.67)		
ร้านอาหาร	1 (0.75)	1 (0.75)	13 (9.70)	5 (3.73)	3 (2.24)	18 (13.43)	41 (30.60)		
แผงลอย /รถเข็น/ เต็นท์	3 (2.24)	2 (1.49)	6 (4.48)	1 (0.75)	1 (0.75)	13 (9.70)	26 (19.40)		
รวม	11 (8.21)	10 (7.46)	23 (17.16)	11 (8.21)	7 (5.22)	72 (53.73)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.68 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ชั้นยศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการซื้ออาหารในตลาดสด เหมือนกัน จำแนกเป็น ชั้นยศจำสิบเอก/พันจ่าเอก/พันจ่าอากาศเอก จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 22.39 ชั้นยศสิบโท/จ่าโท/จ่าอากาศโท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.48 และชั้นยศสิบตรี/จ่าตรี/จ่าอากาศตรี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.99 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีชั้นยศสิบเอก/จ่าเอก/จ่าอากาศเอก จำสิบตรี/พันจ่าตรี/พันจ่าอากาศตรี และจำสิบโท/พันจ่าโท/พันจ่าอากาศโท มีพฤติกรรมในการซื้ออาหารในร้านอาหาร มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 9.70 จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.73 และจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.24 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.69 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ

(n = 134)

บุคคลที่มีอิทธิพล ในการเลือกซื้อ	ชั้นยศ						รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	สืบทรี/จ่าตรี/ จ่าอากาศตรี จำนวน (ร้อยละ)	สืบทโท/จ่าโท/ จ่าอากาศโท จำนวน (ร้อยละ)	สืบทเอก/จ่าเอก/ จ่าอากาศเอก จำนวน (ร้อยละ)	จ่าสืบทตรี/พันจ่าตรี/ พันจ่าอากาศตรี จำนวน (ร้อยละ)	จ่าสืบทโท/พันจ่าโท/ พันจ่าอากาศโท จำนวน (ร้อยละ)	จ่าสืบทเอก/พันจ่าเอก/ พันจ่าอากาศเอก จำนวน (ร้อยละ)			
ตัวเอง	4 (2.99)	2 (1.49)	17 (12.69)	8 (5.97)	4 (2.99)	37 (27.61)	72 (53.73)	20.646	0.418
สามี/ภรรยา	3 (2.24)	2 (1.49)	3 (2.24)	2 (1.49)	3 (2.24)	17 (12.69)	30 (22.39)		
บุตร/หลาน	2 (1.49)	4 (2.99)	2 (1.49)	1 (0.75)	0 (0.00)	10 (7.46)	19 (14.18)		
พ่อ/แม่	1 (0.75)	1 (0.75)	1 (0.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (1.49)	5 (3.73)		
เพื่อน	1 (0.75)	1 (0.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	6 (4.48)	8 (5.97)		
รวม	11 (8.21)	10 (7.46)	23 (17.16)	11 (8.21)	7 (5.22)	72 (53.73)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.69 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ชั้นยศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างทุกช่วงชั้นยศ ส่วนใหญ่มีตัวเองเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ เหมือนกัน จำแนกเป็น ชั้นยศจำสับเอก/พันจำเอก/พันจำอากาศเอก จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 27.61 ชั้นยศ สิบเอก/จำเอก/จำอากาศเอก จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 12.69 ชั้นยศจำสับตรี/พันจำตรี/พันจำอากาศตรี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.97 ชั้นยศสิบตรี/จำตรี/จำอากาศตรี และชั้นยศจำสับโท/พันจำโท/พันจำอากาศโท มีจำนวนเท่ากัน คือ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.99 ส่วนในชั้นยศสิบโท/จำโท/จำอากาศโท มี บุตร/หลาน เป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.99



ตารางที่ 4.70 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

(n = 134)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	ชั้นยศ						รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	สิบตรี/จ่าตรี/ จ่าอากาศตรี จำนวน (ร้อยละ)	สิบโท/จ่าโท/ จ่าอากาศโท จำนวน (ร้อยละ)	สิบเอก/จ่าเอก/ จ่าอากาศเอก จำนวน (ร้อยละ)	จ่าสิบตรี/พันจ่าตรี/ พันจ่าอากาศตรี จำนวน (ร้อยละ)	จ่าสิบโท/พันจ่าโท/ พันจ่าอากาศโท จำนวน (ร้อยละ)	จ่าสิบเอก/พันจ่าเอก/ พันจ่าอากาศเอก จำนวน (ร้อยละ)			
โฆษณา	1 (0.75)	3 (2.24)	1 (0.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (2.24)	8 (5.97)	37.398	0.166
สุขภาพที่ดี	2 (1.49)	3 (2.24)	13 (9.70)	4 (2.99)	5 (3.73)	34 (25.37)	61 (45.52)		
เพื่อน/ครอบครัว	2 (1.49)	2 (1.49)	1 (0.75)	3 (2.24)	0 (0.00)	8 (5.97)	16 (11.94)		
ตามค่านิยม	2 (1.49)	0 (0.00)	1 (0.75)	0 (0.00)	1 (0.75)	1 (0.75)	5 (3.73)		
รายได้	1 (0.75)	1 (0.75)	3 (2.24)	3 (2.24)	0 (0.00)	10 (7.46)	18 (13.43)		
ราคา	2 (1.49)	0 (0.00)	3 (2.24)	1 (0.75)	1 (0.75)	12 (8.96)	19 (14.18)		
อื่น ๆ	1 (0.75)	1 (0.75)	1 (0.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (2.99)	7 (5.22)		
รวม	11 (8.21)	10 (7.46)	23 (17.16)	11 (8.21)	7 (5.22)	72 (53.73)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.70 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ชั้นยศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างทุกช่วงชั้นยศ ส่วนใหญ่คิดว่าการมีสุขภาพที่ดีเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเหมือนกัน จำแนกเป็น ชั้นยศ จำสิบเอก/พันจ่าเอก/พันจ่าอากาศเอก จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 25.37 ชั้นยศ สิบเอก/จ่าเอก/จ่าอากาศเอก จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 9.70 ชั้นยศจ่าสิบโท/พันจ่าโท/พันจ่าอากาศโท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.73 ชั้นยศจ่าสิบตรี/พันจ่าตรี/พันจ่าอากาศตรี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.99 ชั้นยศสิบโท/จ่าโท/จ่าอากาศโท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.24 และชั้นยศสิบตรี/จ่าตรี/จ่าอากาศตรี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.49

4.5.1.6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกรายด้าน แสดงดังตารางที่ 4.71 โดยกำหนดสมมติฐาน ดังนี้

- สมมติฐานหลัก (H_0) : ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์
- สมมติฐานรอง (H_1) : ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์

ตารางที่ 4.71 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกรายด้าน

(n = 134)

พฤติกรรมการบริโภคอาหาร	χ^2	Sig
ประเภทอาหารที่เลือกซื้อ	2.570	0.861
ความถี่ในการซื้อ	14.344	0.111
จำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน	5.382	0.496
วันที่ซื้อ	17.252	0.008*
เวลาที่ซื้อ	9.380	0.153
ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	13.347	0.148
สถานที่เลือกซื้อ	10.311	0.326
บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ	9.586	0.652
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	22.311	0.218

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.71 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภคอาหาร 9 ด้าน แสดงดังตารางที่ 4.72 – 4.80 ดังนี้

1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่าย โดยเฉลี่ยต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

8) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

9) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.72 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ

(n = 134)

ประเภทอาหาร ที่เลือกซื้อ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อเดือน				รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	<10,000	20,001 - 30,000	30,001 - 40,000	>40,000			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
อาหารสำเร็จรูป	3 (2.24)	19 (14.18)	9 (6.72)	6 (4.48)	37 (27.61)	2.570	0.861
อาหารสด	4 (2.99)	35 (26.12)	9 (6.72)	10 (7.46)	58 (43.28)		
อาหารพร้อมปรุง/ อาหารกระป๋อง	2 (1.49)	25 (18.66)	8 (5.97)	4 (2.99)	39 (29.10)		
รวม	9 (6.72)	79 (58.96)	26 (19.40)	20 (14.93)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.72 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนก

ตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารสดมากที่สุด จำแนกเป็น 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 26.12 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 7.46 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.72 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.99 ตามลำดับ นอกจากนี้ในกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท มีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารสำเร็จรูป จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.72 อีกด้วย

ตารางที่ 4.73 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ

(n = 134)

ความถี่ในการซื้อ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อเดือน				รวม	χ^2	Sig
	<10,000	20,001 - 30,000	30,001 - 40,000	>40,000			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
วันละ 1 ครั้ง	1 (0.75)	6 (4.48)	3 (2.24)	7 (5.22)	17 (12.69)	14.344	0.111
1 - 2 ครั้ง	2 (1.49)	24 (17.91)	4 (2.99)	3 (2.24)	33 (24.63)		
3 - 4 ครั้ง	2 (1.49)	24 (17.91)	10 (7.46)	6 (4.48)	42 (31.34)		
5 - 6 ครั้ง	4 (2.99)	25 (18.66)	9 (6.72)	4 (2.99)	42 (31.34)		
รวม	9 (6.72)	79 (58.96)	26 (19.40)	20 (14.93)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.73 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของ

กลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการซื้ออาหาร 5 – 6 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 18.66 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท มีพฤติกรรมในการซื้ออาหาร 3 – 4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 7.46 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท มีพฤติกรรมในการซื้ออาหารวันละ 1 ครั้ง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.22 และที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท มีพฤติกรรมในการซื้ออาหาร 5 – 6 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.99 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.74 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน

(n = 134)

จำนวนมื้ออาหาร ที่บริโภค ในหนึ่งวัน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อเดือน				รวม	χ^2	Sig
	<10,000	20,001 - 30,000	30,001 - 40,000	>40,000			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1 - 2 มื้อต่อวัน	2 (1.49)	14 (10.45)	3 (2.24)	5 (3.73)	24 (17.91)	5.382	0.496
3 มื้อต่อวัน	5 (3.73)	53 (39.55)	18 (13.43)	15 (11.19)	91 (67.91)		
> 3 มื้อต่อวัน	2 (1.49)	12 (8.96)	5 (3.73)	0 (0.00)	19 (14.18)		
รวม	9 (6.72)	79 (58.96)	26 (19.40)	20 (14.93)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.74 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารจำนวน 3 มื้อต่อวัน เหมือนกัน จำแนกเป็น รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 39.55 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 13.43

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 11.19 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.73 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.75 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ

(n = 134)

วันที่ซื้อ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อเดือน				รวม	χ^2	Sig
	<10,000	20,001 - 30,000	30,001 - 40,000	>40,000			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
วันจันทร์ - ศุกร์	3 (2.24)	5 (3.73)	7 (5.22)	6 (4.48)	21 (15.67)	17.252	0.008*
วันเสาร์ - อาทิตย์/ วันหยุดนักขัตฤกษ์	1 (0.75)	30 (22.39)	4 (2.99)	3 (2.24)	38 (28.36)		
ทุกวัน	5 (3.73)	44 (32.84)	15 (11.19)	11 (8.21)	75 (55.97)		
รวม	9 (6.72)	79 (58.96)	26 (19.40)	20 (14.93)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.75 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ พบว่า ค่า Sig \leq .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทุกวัน เหมือนกัน จำแนกเป็น รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 32.84 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 11.19 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 40,000 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 8.21 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.73 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.76 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ

(n = 134)

เวลาที่ซื้อ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อเดือน				รวม	χ^2	Sig
	<10,000	20,001 - 30,000	30,001 - 40,000	>40,000			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ช่วงเช้า	2 (1.49)	16 (11.94)	5 (3.73)	4 (2.99)	27 (20.15)	9.380	0.153
ช่วงกลางวัน	5 (3.73)	14 (10.45)	5 (3.73)	7 (5.22)	31 (23.13)		
ช่วงเย็น	2 (1.49)	49 (36.57)	16 (11.94)	9 (6.72)	76 (56.72)		
รวม	9 (6.72)	79 (58.96)	26 (19.40)	20 (14.93)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.76 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารในช่วงเย็น เหมือนกัน จำแนกเป็น รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 36.57 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 11.94 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 40,000 บาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.72 ตามลำดับ ส่วนตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารในช่วงกลางวัน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.73

ตารางที่ 4.77 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

(n = 134)

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อเดือน				รวม	χ^2	Sig
	<10,000	20,001 - 30,000	30,001 - 40,000	>40,000			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
< 50 บาท	3 (2.24)	5 (3.73)	2 (1.49)	2 (1.49)	12 (8.96)	13.347	0.148
51 – 100 บาท	2 (1.49)	36 (26.87)	10 (7.46)	6 (4.48)	54 (40.30)		
101 – 150 บาท	2 (1.49)	18 (13.43)	3 (2.24)	3 (2.24)	26 (19.40)		
> 150 บาท	2 (1.49)	20 (14.93)	11 (8.21)	9 (6.72)	42 (31.34)		
รวม	9 (6.72)	79 (58.96)	26 (19.40)	20 (14.93)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.77 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้จ่ายเฉลี่ย 51 – 100 บาทต่อครั้ง มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 26.87 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท และมากกว่า 40,000 บาท มีพฤติกรรมการใช้จ่ายเฉลี่ยมากกว่า 150 บาทต่อครั้ง เหมือนกัน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 8.21 และจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.72 ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท มีพฤติกรรมการใช้จ่ายเฉลี่ยน้อยกว่า 50 บาทต่อครั้ง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.24

ตารางที่ 4.78 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ

(n = 134)

สถานที่เลือกซื้อ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อเดือน				รวม	χ^2	Sig
	<10,000	20,001 - 30,000	30,001 - 40,000	>40,000			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ตลาดสด	4 (2.99)	20 (14.93)	13 (9.70)	9 (6.72)	46 (34.33)	10.311	0.326
ซูเปอร์มาเก็ต	1 (0.75)	13 (9.70)	3 (2.24)	4 (2.99)	21 (15.67)		
ร้านอาหาร	1 (0.75)	29 (21.64)	6 (4.48)	5 (3.73)	41 (30.60)		
แผงลอย /รถเข็น/ เต็นท์	3 (2.24)	17 (12.69)	4 (2.99)	2 (1.49)	26 (19.40)		
รวม	9 (6.72)	79 (58.96)	26 (19.40)	20 (14.93)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.78 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการซื้ออาหารในร้านอาหาร จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 21.64 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท มากกว่า 40,000 บาท และน้อยกว่า 10,000 บาท มีพฤติกรรมการซื้ออาหารในตลาดสด เหมือนกัน มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 9.70 จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.72 และจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.99 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.79 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ

(n = 134)

บุคคลที่มีอิทธิพล ในการเลือกซื้อ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อเดือน				รวม	χ^2	Sig
	<10,000	20,001 - 30,000	30,001 - 40,000	>40,000			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ตัวเอง	3 (2.24)	45 (33.58)	14 (10.45)	10 (7.46)	72 (53.73)	9.586	0.652
สามี/ภรรยา	3 (2.24)	18 (13.43)	4 (2.99)	5 (3.73)	30 (22.39)		
บุตร/หลาน	2 (1.49)	8 (5.97)	7 (5.22)	2 (1.49)	19 (14.18)		
พ่อ/แม่	0 (0.00)	4 (2.99)	0 (0.00)	1 (0.75)	5 (3.73)		
เพื่อน	1 (0.75)	4 (2.99)	1 (0.75)	2 (1.49)	8 (5.97)		
รวม	9 (6.72)	79 (58.96)	26 (19.40)	20 (14.93)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.79 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนใหญ่มีตัวเองเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ เหมือนกัน จำแนกเป็น รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 33.58 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 10.45 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 40,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 7.46 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.24 ซึ่งในกลุ่มนี้มี สามี/ภรรยา เป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้ออีกด้วย

ตารางที่ 4.80 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

(n = 134)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อเดือน				รวม	χ^2	Sig
	<10,000	20,001 - 30,000	30,001 - 40,000	>40,000			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
โฆษณา	1 (0.75)	4 (2.99)	0 (0.00)	3 (2.24)	8 (5.97)	22.311	0.218
สุขภาพที่ดี	3 (2.24)	39 (29.10)	11 (8.21)	8 (5.97)	61 (45.52)		
เพื่อน/ครอบครัว	1 (0.75)	7 (5.22)	6 (4.48)	2 (1.49)	16 (11.94)		
ตามค่านิยม	2 (1.49)	3 (2.24)	0 (0.00)	0 (0.00)	5 (3.73)		
รายได้	0 (0.00)	11 (8.21)	5 (3.73)	2 (1.49)	18 (13.43)		
ราคา	1 (0.75)	11 (8.21)	3 (2.24)	4 (2.99)	19 (14.18)		
อื่น ๆ	1 (0.75)	4 (2.99)	1 (0.75)	1 (0.75)	7 (5.22)		
รวม	9 (6.72)	79 (58.96)	26 (19.40)	20 (14.93)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.80 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนใหญ่คิดว่าการมีสุขภาพที่ดีเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหาร เหมือนกัน จำแนกเป็น รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 29.10 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 11 คน คิด

เป็นร้อยละ 8.21 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 40,000 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.97 และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.24

4.5.1.7 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกรายด้าน แสดงดังตารางที่ 4.81 โดยกำหนดสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานหลัก (H_0) : ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์

สมมติฐานรอง (H_1) : ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์

ตารางที่ 4.81 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกรายด้าน

(n = 134)

พฤติกรรมการบริโภคอาหาร	χ^2	Sig
ประเภทอาหารที่เลือกซื้อ	3.405	0.492
ความถี่ในการซื้อ	8.163	0.226
จำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน	3.384	0.496
วันที่ซื้อ	2.904	0.574
เวลาที่ซื้อ	5.135	0.274
ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	20.699	0.002*
สถานที่เลือกซื้อ	13.080	0.042*
บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ	16.425	0.037*
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	22.130	0.036*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.81 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของ

ตารางที่ 4.82 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ

(n = 134)

ประเภทอาหารที่เลือกซื้อ	จำนวนสมาชิกในครอบครัว			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	1 - 2 คน จำนวน (ร้อยละ)	3 - 4 คน จำนวน (ร้อยละ)	>4 คน จำนวน (ร้อยละ)			
อาหารสำเร็จรูป	12 (8.96)	22 (16.42)	3 (2.24)	37 (27.61)	3.405	0.492
อาหารสด	12 (8.96)	38 (28.36)	8 (5.97)	58 (43.28)		
อาหารพร้อมปรุง/ อาหารกระป๋อง	11 (8.21)	26 (19.40)	2 (1.49)	39 (29.10)		
รวม	35 (26.12)	86 (64.18)	13 (9.70)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.82 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารสดมากที่สุด จำแนกเป็น จำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 - 4 คน จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 28.36 จำนวนสมาชิกในครอบครัว มากกว่า 4 คน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.97 และจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1 - 2 คน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8.96 ตามลำดับ นอกจากนี้ในกลุ่มที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1 - 2 คน มีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารสำเร็จรูป จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8.96 อีกด้วย

ตารางที่ 4.83 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ

(n = 134)

ความถี่ในการซื้อ	จำนวนสมาชิกในครอบครัว			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	1 - 2 คน จำนวน (ร้อยละ)	3 - 4 คน จำนวน (ร้อยละ)	>4 คน จำนวน (ร้อยละ)			
วันละ 1 ครั้ง	5 (3.73)	8 (5.97)	4 (2.99)	17 (12.69)	8.163	0.226
1 - 2 ครั้ง	9 (6.72)	24 (17.91)	0 (0.00)	33 (24.63)		
3 - 4 ครั้ง	11 (8.21)	26 (19.40)	5 (3.73)	42 (31.34)		
5 - 6 ครั้ง	10 (7.46)	28 (20.90)	4 (2.99)	42 (31.34)		
รวม	35 (26.12)	86 (64.18)	13 (9.70)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.83 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 - 4 คน ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการซื้ออาหาร 5 - 6 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 20.90 ส่วนที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1 - 2 คน และมากกว่า 4 คน มีพฤติกรรมในการซื้ออาหาร 3 - 4 ครั้งต่อสัปดาห์ เหมือนกัน มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 8.21 และจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.73 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.84 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน

(n = 134)

จำนวนมื้ออาหารที่ บริโภคในหนึ่งวัน	จำนวนสมาชิกในครอบครัว			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	1 - 2 คน จำนวน (ร้อยละ)	3 - 4 คน จำนวน (ร้อยละ)	>4 คน จำนวน (ร้อยละ)			
1 - 2 มื้อต่อวัน	5 (3.73)	18 (13.43)	1 (0.75)	24 (17.91)	3.384	0.496
3 มื้อต่อวัน	23 (17.16)	57 (42.54)	11 (8.21)	91 (67.91)		
> 3 มื้อต่อวัน	7 (5.22)	11 (8.21)	1 (0.75)	19 (14.18)		
รวม	35 (26.12)	86 (64.18)	13 (9.70)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.84 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารจำนวน 3 มื้อต่อวัน เหมือนกัน จำแนกเป็น ที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 - 4 คน จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 42.54 ที่จำนวนสมาชิกในครอบครัว 1 - 2 คน จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 17.16 และจำนวนสมาชิกในครอบครัว มากกว่า 4 คน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 8.21 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.85 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ

(n = 134)

วันที่ซื้อ	จำนวนสมาชิกในครอบครัว			รวม จำนวน	χ^2	Sig
	1 - 2 คน จำนวน (ร้อยละ)	3 - 4 คน จำนวน (ร้อยละ)	>4 คน จำนวน (ร้อยละ)			
วันจันทร์ - ศุกร์	5 (3.73)	14 (10.45)	2 (1.49)	21 (15.67)	2.904	0.574
วันเสาร์ - อาทิตย์/ วันหยุดนักขัตฤกษ์	8 (5.97)	24 (17.91)	6 (4.48)	38 (28.36)		
ทุกวัน	22 (16.42)	48 (35.82)	5 (3.73)	75 (55.97)		
รวม	35 (26.12)	86 (64.18)	13 (9.70)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.85 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 - 4 คน และจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1 - 2 คน ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทุกวัน เหมือนกัน จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 35.82 และจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 16.42 ตามลำดับ ส่วนที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว มากกว่า 4 คน มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารในวันเสาร์ - อาทิตย์/วันหยุดนักขัตฤกษ์ มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.48

ตารางที่ 4.86 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ

(n = 134)

เวลาที่ซื้อ	จำนวนสมาชิกในครอบครัว			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	1 - 2 คน จำนวน (ร้อยละ)	3 - 4 คน จำนวน (ร้อยละ)	>4 คน จำนวน (ร้อยละ)			
ช่วงเช้า	10 (7.46)	14 (10.45)	3 (2.24)	27 (20.15)	5.135	0.274
ช่วงกลางวัน	4 (2.99)	23 (17.16)	4 (2.99)	31 (23.13)		
ช่วงเย็น	21 (15.67)	49 (36.57)	6 (4.48)	76 (56.72)		
รวม	35 (26.12)	86 (64.18)	13 (9.70)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.86 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารในช่วงเย็น เหมือนกัน จำแนกเป็น ที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 - 4 คน จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 36.57 จำนวนสมาชิกในครอบครัว 1 - 2 คน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 15.67 และจำนวนสมาชิกในครอบครัว มากกว่า 4 คน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.48 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.87 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

(n = 134)

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวนสมาชิกในครอบครัว			รวมจำนวน	χ^2	Sig
	1 - 2 คน จำนวน (ร้อยละ)	3 - 4 คน จำนวน (ร้อยละ)	>4 คน จำนวน (ร้อยละ)			
< 50 บาท	4 (2.99)	5 (3.73)	3 (2.24)	12 (8.96)	20.699	0.002*
51 - 100 บาท	11 (8.21)	42 (31.34)	1 (0.75)	54 (40.30)		
101 - 150 บาท	13 (9.70)	10 (7.46)	3 (2.24)	26 (19.40)		
> 150 บาท	7 (5.22)	29 (21.64)	6 (4.48)	42 (31.34)		
รวม	35 (26.12)	86 (64.18)	13 (9.70)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.87 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง พบว่า ค่า Sig \leq .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่าง จำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 - 4 คน ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้จ่ายเฉลี่ย 51 - 100 บาทต่อครั้ง มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 31.34 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1 - 2 คน มีพฤติกรรมการใช้จ่ายเฉลี่ย 101 - 150 บาทต่อครั้ง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 9.70 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว มากกว่า 4 คน มีพฤติกรรมการใช้จ่ายเฉลี่ยมากกว่า 150 บาทต่อครั้ง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.48

ตารางที่ 4.88 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ

(n = 134)

สถานที่เลือกซื้อ	จำนวนสมาชิกในครอบครัว			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	1 - 2 คน จำนวน (ร้อยละ)	3 - 4 คน จำนวน (ร้อยละ)	>4 คน จำนวน (ร้อยละ)			
ตลาดสด	11 (8.21)	27 (20.15)	8 (5.97)	46 (34.33)	13.080	0.042*
ซูเปอร์มาร์เก็ต	1 (0.75)	19 (14.18)	1 (0.75)	21 (15.67)		
ร้านอาหาร	15 (11.19)	23 (17.16)	3 (2.24)	41 (30.60)		
แผงลอย /รถเข็น/ เต็นท์	8 (5.97)	17 (12.69)	1 (0.75)	26 (19.40)		
รวม	35 (26.12)	86 (64.18)	13 (9.70)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.88 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ พบว่า ค่า Sig \leq .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 - 4 คน ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการซื้ออาหารในตลาดสด จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 20.15 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1 - 2 คน มีพฤติกรรมการซื้ออาหารในร้านอาหาร มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 11.19 และที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว มากกว่า 4 คน มีพฤติกรรมในการซื้ออาหารในตลาดสด จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.97

ตารางที่ 4.89 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ

(n = 134)

บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ	จำนวนสมาชิกในครอบครัว			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	1 - 2 คน จำนวน (ร้อยละ)	3 - 4 คน จำนวน (ร้อยละ)	>4 คน จำนวน (ร้อยละ)			
ตัวเอง	20 (14.93)	45 (33.58)	7 (5.22)	72 (53.73)	16.425	0.037*
สามี/ภรรยา	11 (8.21)	19 (14.18)	0 (0.00)	30 (22.39)		
บุตร/หลาน	1 (0.75)	13 (9.70)	5 (3.73)	19 (14.18)		
พ่อ/แม่	0 (0.00)	5 (3.73)	0 (0.00)	5 (3.73)		
เพื่อน	3 (2.24)	4 (2.99)	1 (0.75)	8 (5.97)		
รวม	35 (26.12)	86 (64.18)	13 (9.70)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.89 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ พบว่า ค่า Sig \leq .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีตัวเองเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ เหมือนกัน จำแนกเป็น จำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 - 4 คน จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 33.58 จำนวนสมาชิกในครอบครัว 1 - 2 คน จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 14.93 และที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวมากกว่า 4 คน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.22

ตารางที่ 4.90 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

(n = 134)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	จำนวนสมาชิกในครอบครัว			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	1 – 2 คน จำนวน (ร้อยละ)	3 – 4 คน จำนวน (ร้อยละ)	>4 คน จำนวน (ร้อยละ)			
โฆษณา	1 (0.75)	7 (5.22)	0 (0.00)	8 (5.97)	22.130	0.036*
สุขภาพที่ดี	14 (10.45)	42 (31.34)	5 (3.73)	61 (45.52)		
เพื่อน/ครอบครัว	2 (1.49)	11 (8.21)	3 (2.24)	16 (11.94)		
ตามค่านิยม	2 (1.49)	3 (2.24)	0 (0.00)	5 (3.73)		
รายได้	9 (6.72)	5 (3.73)	4 (2.99)	18 (13.43)		
ราคา	3 (2.24)	15 (11.19)	1 (0.75)	19 (14.18)		
อื่น ๆ	4 (2.99)	3 (2.24)	0 (0.00)	7 (5.22)		
รวม	35 (26.12)	86 (64.18)	13 (9.70)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.90 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ พบว่า ค่า Sig \leq .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่า การมีสุขภาพที่ดีเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหาร เหมือนกัน จำแนกเป็น จำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 - 4 คน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 31.34 จำนวนสมาชิกในครอบครัว 1 - 2 คน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 10.45 และที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว มากกว่า 4 คน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.73 ตามลำดับ

4.5.1.8 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านภูมิลำนากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกรายด้าน แสดงดังตารางที่ 4.91 โดยกำหนดสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานหลัก (H_0) : ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านภูมิลำนามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์

สมมติฐานรอง (H_1) : ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านภูมิลำนามีไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์

ตารางที่ 4.91 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านภูมิลำนากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกรายด้าน

(n = 134)

พฤติกรรมการบริโภคอาหาร	χ^2	Sig
ประเภทอาหารที่เลือกซื้อ	6.364	0.784
ความถี่ในการซื้อ	9.196	0.867
จำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน	18.475	0.047*
วันที่ซื้อ	12.651	0.244
เวลาที่ซื้อ	8.520	0.578
ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	14.285	0.504
สถานที่เลือกซื้อ	21.156	0.132
บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ	20.106	0.451
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	25.034	0.723

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.91 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านชั้นยศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภคอาหาร 9 ด้าน แสดงดังตารางที่ 4.92 – 4.100 ดังนี้

1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านภูมิลำนามีไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านภูมิฐานะไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านภูมิฐานะไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านภูมิฐานะไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านภูมิฐานะไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านภูมิฐานะไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านภูมิฐานะไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

8) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านภูมิฐานะไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

9) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านภูมิฐานะไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.92 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านภูมิภานากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของ
กลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ

(n = 134)

ประเภทอาหารที่ เลือกซื้อ	ภูมิภานา						รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	กทม. จำนวน (ร้อยละ)	ภาคเหนือ จำนวน (ร้อยละ)	ภาคกลาง จำนวน (ร้อยละ)	ภาคตะวันออก/ เหนือ จำนวน (ร้อยละ)	ภาคตะวันออก จำนวน (ร้อยละ)	ภาคใต้ จำนวน (ร้อยละ)			
อาหารสำเร็จรูป	16 (11.94)	6 (4.48)	9 (6.72)	3 (2.24)	2 (1.49)	1 (0.75)	37 (27.61)	6.364	0.784
อาหารสด	29 (21.64)	6 (4.48)	16 (11.94)	6 (4.48)	0 (0.00)	1 (0.75)	58 (43.28)		
อาหารพร้อมปรุง/ อาหารกระป๋อง	16 (11.94)	7 (5.22)	11 (8.21)	2 (1.49)	1 (0.75)	2 (1.49)	39 (29.10)		
รวม	61 (45.52)	19 (14.18)	36 (26.87)	11 (8.21)	3 (2.24)	4 (2.99)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.92 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านภูมิลำเนา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ภูมิลำเนาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารสดมากที่สุด จำแนกเป็น ผู้มีภูมิลำเนาในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 21.64 ภาคกลาง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 11.94 และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.48 รองลงมา มีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารพร้อมปรุง/อาหารกระป๋อง ได้แก่ ภาคเหนือ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.22 และภาคใต้ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.49 และที่มีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารสำเร็จรูป ได้แก่ ภาคตะวันออก จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.49 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.93 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านภูมิภานากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของ
กลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ

(n = 134)

ความถี่ในการซื้อ	ภูมิภานา						รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	กทม. จำนวน (ร้อยละ)	ภาคเหนือ จำนวน (ร้อยละ)	ภาคกลาง จำนวน (ร้อยละ)	ภาคตะวันออก/ เหนือ จำนวน (ร้อยละ)	ภาคตะวันออก จำนวน (ร้อยละ)	ภาคใต้ จำนวน (ร้อยละ)			
วันละ 1 ครั้ง	8 (5.97)	3 (2.24)	3 (2.24)	3 (2.24)	0 (0.00)	0 (0.00)	17 (12.69)	9.196	0.867
1 - 2 ครั้ง	16 (11.94)	6 (4.48)	8 (5.97)	1 (0.75)	1 (0.75)	1 (0.75)	33 (24.63)		
3 - 4 ครั้ง	22 (16.42)	4 (2.99)	12 (8.96)	2 (1.49)	1 (0.75)	1 (0.75)	42 (31.34)		
5 - 6 ครั้ง	15 (11.19)	6 (4.48)	13 (9.70)	5 (3.73)	1 (0.75)	2 (1.49)	42 (31.34)		
รวม	61 (45.52)	19 (14.18)	36 (26.87)	11 (8.21)	3 (2.24)	4 (2.99)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.93 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านภูมิลำเนา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ภูมิลำเนาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้มีภูมิลำเนาในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล มีพฤติกรรมการซื้ออาหาร 3 – 4 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 16.42 รองลงมา มีพฤติกรรมการซื้ออาหาร 5 – 6 ครั้งต่อสัปดาห์ ได้แก่ ภาคกลาง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 9.70 ภาคเหนือ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.48 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.73 และภาคใต้ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.49 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.94 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านภูมิภ้กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของ
กลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน

(n = 134)

จำนวนมื้ออาหาร ที่บริโภค ในหนึ่งวัน	ภูมิภ้						รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	กทม. จำนวน (ร้อยละ)	ภาคเหนือ จำนวน (ร้อยละ)	ภาคกลาง จำนวน (ร้อยละ)	ภาคตะวันออก/ เหนือ จำนวน (ร้อยละ)	ภาคตะวันออก จำนวน (ร้อยละ)	ภาคใต้ จำนวน (ร้อยละ)			
1 - 2 มื้อต่อวัน	9 (6.72)	2 (1.49)	10 (7.46)	3 (2.24)	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (17.91)	18.475	0.047*
3 มื้อต่อวัน	47 (35.07)	13 (9.70)	21 (15.67)	7 (5.22)	1 (0.75)	2 (1.49)	91 (67.91)		
> 3 มื้อต่อวัน	5 (3.73)	4 (2.99)	5 (3.73)	1 (0.75)	2 (1.49)	2 (1.49)	19 (14.18)		
รวม	61 (45.52)	19 (14.18)	36 (26.87)	11 (8.21)	3 (2.24)	4 (2.99)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.94 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านภูมิลำเนา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน พบว่า ค่า Sig $\leq .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารจำนวน 3 มื้อต่อวัน เหมือนกัน ได้แก่ ผู้มีภูมิลำเนาในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 35.07 ภาคกลาง จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 15.67 ภาคเหนือ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 9.70 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.22 และภาคใต้ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.49 ตามลำดับ ในขณะที่ผู้มีภูมิลำเนาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารจำนวนมากกว่า 3 มื้อต่อวัน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.49



ตารางที่ 4.95 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านภูมิลำเนา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ

(n = 134)

วันที่ซื้อ	ภูมิลำเนา						รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	กทม. จำนวน (ร้อยละ)	ภาคเหนือ จำนวน (ร้อยละ)	ภาคกลาง จำนวน (ร้อยละ)	ภาคตะวันออก/ เหนือ จำนวน (ร้อยละ)	ภาคตะวันออก จำนวน (ร้อยละ)	ภาคใต้ จำนวน (ร้อยละ)			
วันจันทร์ - ศุกร์	14 (10.45)	3 (2.24)	4 (2.99)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	21 (15.67)	12.651	0.244
วันเสาร์ - อาทิตย์/ วันหยุดนักขัตฤกษ์	14 (10.45)	6 (4.48)	12 (8.96)	3 (2.24)	0 (0.00)	3 (2.24)	38 (28.36)		
ทุกวัน	33 (24.63)	10 (7.46)	20 (14.93)	8 (5.97)	3 (2.24)	1 (0.75)	75 (55.97)		
รวม	61 (45.52)	19 (14.18)	36 (26.87)	11 (8.21)	3 (2.24)	4 (2.99)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.95 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านภูมิลำเนา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ภูมิลำเนาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมในการซื้ออาหารทุกวัน จำแนกได้เป็น ผู้มีภูมิลำเนาในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 24.63 ภาคกลาง จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 14.93 ภาคเหนือ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 7.46 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.97 และภาคตะวันออก จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.24 ในขณะที่ผู้มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ มีพฤติกรรมในการซื้ออาหารในวันเสาร์ – อาทิตย์/วันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.24 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.96 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านภูมิภานากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของ
กลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ

(n = 134)

เวลาที่ซื้อ	ภูมิภานา						รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	กทม. จำนวน (ร้อยละ)	ภาคเหนือ จำนวน (ร้อยละ)	ภาคกลาง จำนวน (ร้อยละ)	ภาคตะวันออก/ เหนือ จำนวน (ร้อยละ)	ภาคตะวันออก จำนวน (ร้อยละ)	ภาคใต้ จำนวน (ร้อยละ)			
ช่วงเช้า	13 (9.70)	1 (0.75)	8 (5.97)	3 (2.24)	0 (0.00)	2 (1.49)	27 (20.15)	8.52	0.578
ช่วงกลางวัน	15 (11.19)	5 (3.73)	8 (5.97)	3 (2.24)	0 (0.00)	0 (0.00)	31 (23.13)		
ช่วงเย็น	33 (24.63)	13 (9.70)	20 (14.93)	5 (3.73)	3 (2.24)	2 (1.49)	76 (56.72)		
รวม	61 (45.52)	19 (14.18)	36 (26.87)	11 (8.21)	3 (2.24)	4 (2.99)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.96 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านภูมิลำเนา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อพบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ภูมิลำเนาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมในการซื้ออาหารช่วงเย็น จำแนกได้เป็น ผู้มีภูมิลำเนาในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 24.63 ภาคกลาง จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 14.93 ภาคเหนือ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 9.70 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.73 ภาคตะวันออก จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.24 และภาคใต้ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.49 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.97 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านภูมิภานากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของ
กลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

(n = 134)

ค่าใช้จ่ายโดย เฉลี่ยต่อครั้ง	ภูมิภานา						รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	กทม. จำนวน (ร้อยละ)	ภาคเหนือ จำนวน (ร้อยละ)	ภาคกลาง จำนวน (ร้อยละ)	ภาคตะวันออก/ เหนือ จำนวน (ร้อยละ)	ภาคตะวันออก จำนวน (ร้อยละ)	ภาคใต้ จำนวน (ร้อยละ)			
< 50 บาท	4 (2.99)	2 (1.49)	4 (2.99)	2 (1.49)	0 (0.00)	0 (0.00)	12 (8.96)	14.285	0.504
51 – 100 บาท	28 (20.90)	6 (4.48)	14 (10.45)	3 (2.24)	3 (2.24)	0 (0.00)	54 (40.30)		
101 – 150 บาท	9 (6.72)	4 (2.99)	9 (6.72)	3 (2.24)	0 (0.00)	1 (0.75)	26 (19.40)		
> 150 บาท	20 (14.93)	7 (5.22)	9 (6.72)	3 (2.24)	0 (0.00)	3 (2.24)	42 (31.34)		
รวม	61 (45.52)	19 (14.18)	36 (26.87)	11 (8.21)	3 (2.24)	4 (2.99)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.97 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านภูมิลำเนา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่าย โดยเฉลี่ยต่อครั้ง พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ภูมิลำเนาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 51 – 100 บาท จำแนกได้เป็น ผู้มีภูมิลำเนาในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 20.90 ภาคกลาง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 10.45 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.24 ภาคตะวันออก จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.24 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในภาคเหนือและภาคใต้ มีพฤติกรรมในการใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง มากกว่า 150 บาท มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.22 และจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.24 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.98 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านภูมิภานากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของ
กลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ

(n = 134)

สถานที่เลือกซื้อ	ภูมิภานา						รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	กทม. จำนวน (ร้อยละ)	ภาคเหนือ จำนวน (ร้อยละ)	ภาคกลาง จำนวน (ร้อยละ)	ภาคตะวันออก/ เหนือ จำนวน (ร้อยละ)	ภาคตะวันออก จำนวน (ร้อยละ)	ภาคใต้ จำนวน (ร้อยละ)			
ตลาดสด	23 (17.16)	4 (2.99)	10 (7.46)	6 (4.48)	0 (0.00)	3 (2.24)	46 (34.33)	21.156	0.132
ซูเปอร์มาร์เก็ต	8 (5.97)	7 (5.22)	4 (2.99)	2 (1.49)	0 (0.00)	0 (0.00)	21 (15.67)		
ร้านอาหาร	16 (11.94)	7 (5.22)	14 (10.45)	2 (1.49)	2 (1.49)	0 (0.00)	41 (30.60)		
แผงลอย /รถเข็น/ เต็นท์	14 (10.45)	1 (0.75)	8 (5.97)	1 (0.75)	1 (0.75)	1 (0.75)	26 (19.40)		
รวม	61 (45.52)	19 (14.18)	36 (26.87)	11 (8.21)	3 (2.24)	4 (2.99)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.98 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านภูมิลำเนา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ภูมิลำเนาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการซื้ออาหารในตลาดสด จำแนกได้เป็น ผู้มีภูมิลำเนาในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 17.16 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.48 และภาคใต้มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.24 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในภาคกลาง มีพฤติกรรมในการซื้ออาหารในร้านอาหาร จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 10.45 และภาคตะวันออก จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.49



ตารางที่ 4.99 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านภูมิภูลำเนา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ

(n = 134)

บุคคลที่มีอิทธิพล ในการเลือกซื้อ	ภูมิภูลำเนา						รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	กทม. จำนวน (ร้อยละ)	ภาคเหนือ จำนวน (ร้อยละ)	ภาคกลาง จำนวน (ร้อยละ)	ภาคตะวันออก/ เหนือ จำนวน (ร้อยละ)	ภาคตะวันออก จำนวน (ร้อยละ)	ภาคใต้ จำนวน (ร้อยละ)			
ตัวเอง	31 (23.13)	10 (7.46)	22 (16.42)	5 (3.73)	3 (2.24)	1 (0.75)	72 (53.73)	20.106	0.451
สามี/ภรรยา	12 (8.96)	4 (2.99)	9 (6.72)	3 (2.24)	0 (0.00)	2 (1.49)	30 (22.39)		
บุตร/หลาน	12 (8.96)	3 (2.24)	3 (2.24)	1 (0.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	19 (14.18)		
พ่อ/แม่	2 (1.49)	0 (0.00)	1 (0.75)	2 (1.49)	0 (0.00)	0 (0.00)	5 (3.73)		
เพื่อน	4 (2.99)	2 (1.49)	1 (0.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (0.75)	8 (5.97)		
รวม	61 (45.52)	19 (14.18)	36 (26.87)	11 (8.21)	3 (2.24)	4 (2.99)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.99 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านภูมิลำเนาเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ภูมิลำเนาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีตัวเองเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ จำแนกได้เป็น ผู้มีภูมิลำเนาในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 23.13 ภาคกลาง จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 16.42 ภาคเหนือ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 7.46 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.73 และภาคตะวันออก มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.24 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในภาคใต้ มีพฤติกรรมในการซื้ออาหารในร้านอาหาร จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 10.45 และภาคตะวันออก มีสามี/ภรรยาเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.49



ตารางที่ 4.100 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านภูมิภานากับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร
ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

(n = 134)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจ	ภูมิภานา						รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig		
	กทม. จำนวน (ร้อยละ)	ภาคเหนือ จำนวน (ร้อยละ)	ภาคกลาง จำนวน (ร้อยละ)	ภาคตะวันออก/ เหนือ จำนวน (ร้อยละ)	ภาคตะวันออก จำนวน (ร้อยละ)	ภาคใต้ จำนวน (ร้อยละ)					
โฆษณา	5 (3.73)	0 (0.00)	1 (0.75)	2 (1.49)	0 (0.00)	0 (0.00)	8 (5.97)	25.034	0.723		
สุขภาพที่ดี	28 (20.90)	9 (6.72)	16 (11.94)	5 (3.73)	2 (1.49)	1 (0.75)	61 (45.52)				
เพื่อน/ครอบครัว	9 (6.72)	2 (1.49)	5 (3.73)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	16 (11.94)				
ตามค่านิยม	1 (0.75)	0 (0.00)	4 (2.99)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	5 (3.73)				
รายได้	8 (5.97)	2 (1.49)	4 (2.99)	2 (1.49)	1 (0.75)	1 (0.75)	18 (13.43)				
ราคา	7 (5.22)	5 (3.73)	5 (3.73)	1 (0.75)	0 (0.00)	1 (0.75)	19 (14.18)				
อื่น ๆ	3 (2.24)	1 (0.75)	1 (0.75)	1 (0.75)	0 (0.00)	1 (0.75)	7 (5.22)				
รวม	61 (45.52)	19 (14.18)	36 (26.87)	11 (8.21)	3 (2.24)	4 (2.99)	134 (100.00)				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.100 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านภูมิฐานะกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ภูมิฐานะไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าการมีสุขภาพที่ดีเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ จำแนกได้เป็น ผู้มีภูมิฐานะในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 20.90 ภาคกลาง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 11.94 ภาคเหนือ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.72 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.73 ภาคตะวันออก จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.49

4.5.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์

4.5.2.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกรายด้าน แสดงดังตารางที่ 4.100 โดยกำหนดสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานหลัก (H_0) : ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพของร้าน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์

สมมติฐานรอง (H_1) : ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพของร้าน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์

ตารางที่ 4.101 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วน
ประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านกับพฤติกรรมการบริโภค
อาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกรายด้าน

(n = 134)

พฤติกรรมการบริโภคอาหาร	χ^2	Sig
ประเภทอาหารที่เลือกซื้อ	4.972	0.290
ความถี่ในการซื้อ	5.827	0.443
จำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน	6.307	0.177
วันที่ซื้อ	2.138	0.710
เวลาที่ซื้อ	2.399	0.663
ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	10.130	0.119
สถานที่เลือกซื้อ	10.207	0.116
บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ	5.658	0.685
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	9.498	0.660

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.101 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร
ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านกับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร
ของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภคอาหาร 9 ด้าน
แสดงดังตารางที่ 4.102 – 4.110 ดังนี้

1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามวันที่ซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามเวลาที่ซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

8) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

9) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.102 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ

(n = 134)

ประเภทอาหารที่เลือกซื้อ	ลักษณะทางกายภาพของร้าน			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)			
อาหารสำเร็จรูป	33 (24.63)	2 (1.49)	2 (1.49)	37 (27.61)	4.972	0.290
อาหารสด	45 (33.58)	12 (8.96)	1 (0.75)	58 (43.28)		
อาหารพร้อมปรุง/ อาหารกระป๋อง	32 (23.88)	6 (4.48)	1 (0.75)	39 (29.10)		
รวม	110 (82.09)	20 (14.93)	4 (2.99)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.102 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ลักษณะทางกายภาพของร้านไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ

บริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารสดมากที่สุด เหมือนกัน จำแนกเป็น ที่มีระดับความคิดเห็นระดับมาก จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 33.58 ระดับปานกลาง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8.96 ส่วนที่มีระดับความคิดเห็นระดับน้อยมีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารสำเร็จรูป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.49 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.103 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทความถี่ในการซื้อ

(n = 134)

ความถี่ในการซื้อ	ลักษณะทางกายภาพของร้าน			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)			
วันละ 1 ครั้ง	13 (9.70)	4 (2.99)	0 (0.00)	17 (12.69)	5.827	0.443
1 - 2 ครั้ง	30 (22.39)	2 (1.49)	1 (0.75)	33 (24.63)		
3 - 4 ครั้ง	36 (26.87)	5 (3.73)	1 (0.75)	42 (31.34)		
5 - 6 ครั้ง	31 (23.13)	9 (6.72)	2 (1.49)	42 (31.34)		
รวม	110 (82.09)	20 (14.93)	4 (2.99)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.103 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ลักษณะทางกายภาพของร้านไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการซื้ออาหาร 3 - 4 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด เป็นกลุ่มที่มีระดับความคิดเห็นระดับมาก จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 33.58 ส่วนที่มีระดับความคิดเห็นระดับปานกลาง มีพฤติกรรมในการซื้ออาหาร 5 - 6 ครั้ง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.72 เช่นเดียวกับที่มีระดับน้อย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.49 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.104 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน (n = 134)

จำนวนมื้ออาหารที่ บริโภคในหนึ่งวัน	ลักษณะทางกายภาพของร้าน			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)			
1 - 2 มื้อต่อวัน	21 (15.67)	2 (1.49)	1 (0.75)	24 (17.91)	6.307	0.177
3 มื้อต่อวัน	74 (55.22)	16 (11.94)	1 (0.75)	91 (67.91)		
มากกว่า 3 มื้อต่อวัน	15 (11.19)	2 (1.49)	2 (1.49)	19 (14.18)		
รวม	110 (82.09)	20 (14.93)	4 (2.99)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.104 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ลักษณะทางกายภาพของร้านไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารจำนวน 3 มื้อต่อวันมากที่สุด เป็นกลุ่มที่มีระดับความคิดเห็นระดับมาก 74 คน คิดเป็นร้อยละ 55.22 รองลงมาคือ ระดับปานกลาง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 11.94 ส่วนที่มีระดับความคิดเห็นที่มีระดับน้อย มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารมากกว่า 3 มื้อต่อวันจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.49 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.105 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ

(n = 134)

วันที่ซื้อ	ลักษณะทางกายภาพของร้าน			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)			
วันจันทร์ - ศุกร์	18 (13.43)	2 (1.49)	1 (0.75)	21 (15.67)	2.138	0.710
วันเสาร์ - อาทิตย์/ วันหยุดนักขัตฤกษ์	30 (22.39)	6 (4.48)	2 (1.49)	38 (28.36)		
ทุกวัน	62 (46.27)	12 (8.96)	1 (0.75)	75 (55.97)		
รวม	110 (82.09)	20 (14.93)	4 (2.99)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.105 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ลักษณะทางกายภาพของร้านไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทุกวันมากที่สุด เป็นกลุ่มที่มีระดับความคิดเห็นระดับมาก 62 คน คิดเป็นร้อยละ 46.27 รองลงมาคือ ระดับปานกลาง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8.96 ส่วนที่มีระดับความคิดเห็นที่มีระดับน้อย มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารในวันเสาร์ - อาทิตย์/วันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.49 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.106 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ

(n = 134)

เวลาที่ซื้อ	ลักษณะทางกายภาพของร้าน			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)			
ช่วงเช้า	21 (15.67)	5 (3.73)	1 (0.75)	27 (20.15)	2.399	0.663
ช่วงกลางวัน	28 (20.90)	2 (1.49)	1 (0.75)	31 (23.13)		
ช่วงเย็น	61 (45.52)	13 (9.70)	2 (1.49)	76 (56.72)		
รวม	110 (82.09)	20 (14.93)	4 (2.99)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.106 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ลักษณะทางกายภาพของร้านไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารช่วงเย็นมากที่สุด จำแนกเป็นกลุ่มที่มีระดับความคิดเห็นระดับมาก 61 คน คิดเป็นร้อยละ 45.52 รองลงมาคือ ระดับปานกลาง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 9.70 และระดับน้อย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.49 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.107 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

(n = 134)

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	ลักษณะทางกายภาพของร้าน			รวมจำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	มากจำนวน (ร้อยละ)	ปานกลางจำนวน (ร้อยละ)	น้อยจำนวน (ร้อยละ)			
< 50 บาท	11 (8.21)	1 (0.75)	0 (0.00)	12 (8.96)	10.130	0.119
51 – 100 บาท	47 (35.07)	6 (4.48)	1 (0.75)	54 (40.30)		
101 – 150 บาท	18 (13.43)	8 (5.97)	0 (0.00)	26 (19.40)		
> 150 บาท	34 (25.37)	5 (3.73)	3 (2.24)	42 (31.34)		
รวม	110 (82.09)	20 (14.93)	4 (2.99)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.107 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ลักษณะทางกายภาพของร้านไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ได้แก่ กลุ่มที่มีระดับความคิดเห็นระดับมาก มีพฤติกรรมการใช้จ่ายเฉลี่ย 51 – 100 บาทมากที่สุด จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 35.07 รองลงมาคือ ระดับปานกลาง มีพฤติกรรมการใช้จ่ายเฉลี่ย 101 – 150 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.97 ส่วนที่มีระดับความคิดเห็นระดับน้อย มีพฤติกรรมการใช้จ่ายเฉลี่ยมากกว่า 150 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.24 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.108 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ

(n = 134)

สถานที่เลือกซื้อ	ลักษณะทางกายภาพของร้าน			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)			
ตลาดสด	33 (24.63)	11 (8.21)	2 (1.49)	46 (34.33)	10.207	0.116
ซูเปอร์มาร์เก็ต	20 (14.93)	1 (0.75)	0 (0.00)	21 (15.67)		
ร้านอาหาร	37 (27.61)	4 (2.99)	0 (0.00)	41 (30.60)		
แผงลอย /รถเข็น/ เต็นท์	20 (14.93)	4 (2.99)	2 (1.49)	26 (19.40)		
รวม	110 (82.09)	20 (14.93)	4 (2.99)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.108 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ลักษณะทางกายภาพของร้านไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ได้แก่ กลุ่มที่มีระดับความคิดเห็นระดับมาก มีพฤติกรรมในการซื้ออาหารในร้านอาหารมากที่สุด จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 27.61 รองลงมาคือ ระดับปานกลาง และระดับน้อยมีพฤติกรรมในการซื้ออาหารในตลาดสด จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.97 และจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.49 ตามลำดับ นอกจากนี้ในกลุ่มที่มีระดับความคิดเห็นน้อยยังมีพฤติกรรมในการซื้ออาหารในแผงลอย/รถเข็น/เต็นท์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.49 อีกด้วย

ตารางที่ 4.109 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ
(n = 134)

บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ	ลักษณะทางกายภาพของร้าน			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)			
ตัวเอง	61 (45.52)	9 (6.72)	2 (1.49)	72 (53.73)	5.658	0.685
สามี/ภรรยา	23 (17.16)	6 (4.48)	1 (0.75)	30 (22.39)		
บุตร/หลาน	15 (11.19)	4 (2.99)	0 (0.00)	19 (14.18)		
พ่อ/แม่	5 (3.73)	0 (0.00)	0 (0.00)	5 (3.73)		
เพื่อน	6 (4.48)	1 (0.75)	1 (0.75)	8 (5.97)		
รวม	110 (82.09)	20 (14.93)	4 (2.99)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.109 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ลักษณะทางกายภาพของร้านไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างทุกระดับความคิดเห็นมีตัวเองเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเหมือนกัน จำแนกได้เป็น กลุ่มที่มีระดับความคิดเห็นระดับมาก จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 45.52 รองลงมาคือ ระดับปานกลาง และระดับน้อย จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.72 และจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.49 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.110 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

(n = 134)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	ลักษณะทางกายภาพของร้าน			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)			
โฆษณา	7 (5.22)	1 (0.75)	0 (0.00)	8 (5.97)	9.498	0.660
สภาพที่ดี	51 (38.06)	8 (5.97)	2 (1.49)	61 (45.52)		
เพื่อน/ครอบครัว	11 (8.21)	5 (3.73)	0 (0.00)	16 (11.94)		
ตามค่านิยม	5 (3.73)	0 (0.00)	0 (0.00)	5 (3.73)		
รายได้	15 (11.19)	2 (1.49)	1 (0.75)	18 (13.43)		
ราคา	16 (11.94)	3 (2.24)	0 (0.00)	19 (14.18)		
อื่น ๆ	5 (3.73)	1 (0.75)	1 (0.75)	7 (5.22)		
รวม	110 (82.09)	20 (14.93)	4 (2.99)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.110 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ลักษณะทางกายภาพของร้านไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างทุกระดับความคิดเห็นคิดว่า การมีสภาพที่ดีเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหาร เหมือนกัน จำแนกได้เป็น กลุ่มที่มีระดับความคิดเห็นระดับมาก จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 38.06 รองลงมาคือ ระดับปานกลาง และระดับน้อย จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.97 และจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.49 ตามลำดับ

4.5.2.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านคุณภาพของอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกรายด้าน แสดงดังตารางที่ 4.111 โดยกำหนดสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานหลัก (H_0) : ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านคุณภาพของอาหาร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์

สมมติฐานรอง (H_1) : ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านคุณภาพของอาหาร ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์

ตารางที่ 4.111 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านคุณภาพของอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกรายด้าน

(n = 134)

พฤติกรรมการบริโภคอาหาร	χ^2	Sig
ประเภทอาหารที่เลือกซื้อ	5.715	0.221
ความถี่ในการซื้อ	5.266	0.510
จำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน	7.169	0.127
วันที่ซื้อ	3.048	0.550
เวลาที่ซื้อ	1.950	0.745
ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	4.225	0.646
สถานที่เลือกซื้อ	10.3331	0.111
บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ	30.136	0.000*
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	23.121	0.027*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.111 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านคุณภาพของอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภคอาหาร 9 ด้าน แสดงดังตารางที่ 4.112 – 4.120 ดังนี้

1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านคุณภาพของอาหารไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.112 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านคุณภาพของอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ

(n = 134)

ประเภทอาหารที่เลือกซื้อ	คุณภาพของอาหาร			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)			
อาหารสำเร็จรูป	35 (26.12)	2 (1.49)	0 (0.00)	37 (27.61)	5.715	0.221
อาหารสด	51 (38.06)	7 (5.22)	0 (0.00)	58 (43.28)		
อาหารพร้อมปรุง/ อาหารกระป๋อง	37 (27.61)	1 (0.75)	1 (0.75)	39 (29.10)		
รวม	123 (91.79)	10 (7.46)	1 (0.75)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.112 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านคุณภาพของอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า คุณภาพของอาหารไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารสดมากที่สุด เหมือนกัน จำแนกเป็นที่มีระดับความคิดเห็นระดับมาก จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 38.06 ระดับปานกลาง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.22 ส่วนที่มีระดับความคิดเห็นระดับน้อยมีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารพร้อมปรุง/อาหารกระป๋อง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.113 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านคุณภาพของอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทความถี่ในการซื้อ

(n = 134)

ความถี่ในการซื้อ	คุณภาพของอาหาร			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)			
วันละ 1 ครั้ง	16 (11.94)	1 (0.75)	0 (0.00)	17 (12.69)	5.266	0.510
1 - 2 ครั้ง	30 (22.39)	3 (2.24)	0 (0.00)	33 (24.63)		
3 - 4 ครั้ง	41 (30.60)	1 (0.75)	0 (0.00)	42 (31.34)		
5 - 6 ครั้ง	36 (26.87)	5 (3.73)	1 (0.75)	42 (31.34)		
รวม	123 (91.79)	10 (7.46)	1 (0.75)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.113 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านคุณภาพของอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า คุณภาพของอาหารไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความคิดเห็นระดับมากที่สุดมีพฤติกรรมการซื้ออาหาร 3 - 4 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 30.60 ส่วนกลุ่มที่มีระดับความคิดเห็นระดับปานกลางและระดับน้อย มีพฤติกรรมการซื้ออาหาร 5 - 6 ครั้ง จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.73 และจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.114 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านคุณภาพของอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน

(n = 134)

จำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน	คุณภาพของอาหาร			รวมจำนวน	χ^2	Sig
	มากจำนวน (ร้อยละ)	ปานกลางจำนวน (ร้อยละ)	น้อยจำนวน (ร้อยละ)			
1 - 2 มื้อต่อวัน	21 (15.67)	3 (2.24)	0 (0.00)	24 (17.91)	7.169	0.127
3 มื้อต่อวัน	85 (63.43)	6 (4.48)	0 (0.00)	91 (67.91)		
มากกว่า 3 มื้อต่อวัน	17 (12.69)	1 (0.75)	1 (0.75)	19 (14.18)		
รวม	123 (91.79)	10 (7.46)	1 (0.75)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.114 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านคุณภาพของอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า คุณภาพของอาหารไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารจำนวน 3 มื้อต่อวันมากที่สุด เป็นกลุ่มที่มีระดับความคิดเห็นระดับมาก 85 คน คิดเป็นร้อยละ 63.43 รองลงมาคือ ระดับปานกลางจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.48 ส่วนที่มีระดับความคิดเห็นที่มีระดับน้อย มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารมากกว่า 3 มื้อต่อวัน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75

ตารางที่ 4.115 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านคุณภาพของอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ

(n = 134)

วันที่ซื้อ	คุณภาพของอาหาร				χ^2	Sig
	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	รวม จำนวน (ร้อยละ)		
วันจันทร์ - ศุกร์	21 (15.67)	0 (0.00)	0 (0.00)	21 (15.67)	3.048	0.550
วันเสาร์ - อาทิตย์/ วันหยุดนักขัตฤกษ์	34 (25.37)	4 (2.99)	0 (0.00)	38 (28.36)		
ทุกวัน	68 (50.75)	6 (4.48)	1 (0.75)	75 (55.97)		
รวม	123 (91.79)	10 (7.46)	1 (0.75)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.115 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านคุณภาพของอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่าคุณภาพของอาหารไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทุกวันมากที่สุด จำแนกเป็นกลุ่มที่มีระดับความคิดเห็นระดับมาก 68 คน คิดเป็นร้อยละ 50.75 รองลงมาคือระดับปานกลาง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.48 และระดับน้อย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.116 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านคุณภาพของอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ

(n = 134)

เวลาที่ซื้อ	คุณภาพของอาหาร			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)			
ช่วงเช้า	25 (18.66)	2 (1.49)	0 (0.00)	27 (20.15)	1.950	0.745
ช่วงกลางวัน	30 (22.39)	1 (0.75)	0 (0.00)	31 (23.13)		
ช่วงเย็น	68 (50.75)	7 (5.22)	1 (0.75)	76 (56.72)		
รวม	123 (91.79)	10 (7.46)	1 (0.75)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.116 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านคุณภาพของอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่าคุณภาพของอาหารไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารช่วงเย็นมากที่สุด จำแนกเป็นกลุ่มที่มีระดับความคิดเห็นระดับมาก 68 คน คิดเป็นร้อยละ 50.75 รองลงมาคือ ระดับปานกลาง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.22 และระดับน้อย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.117 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านคุณภาพของอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

(n = 134)

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	คุณภาพของอาหาร			รวมจำนวน	χ^2	Sig
	มากจำนวน (ร้อยละ)	ปานกลางจำนวน (ร้อยละ)	น้อยจำนวน (ร้อยละ)			
< 50 บาท	12 (8.96)	0 (0.00)	0 (0.00)	12 (8.96)	4.225	0.646
51 – 100 บาท	49 (36.57)	5 (3.73)	0 (0.00)	54 (40.30)		
101 – 150 บาท	25 (18.66)	1 (0.75)	0 (0.00)	26 (19.40)		
> 150 บาท	37 (27.61)	4 (2.99)	1 (0.75)	42 (31.34)		
รวม	123 (91.79)	10 (7.46)	1 (0.75)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.117 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านคุณภาพของอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า คุณภาพของอาหารไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ได้แก่ กลุ่มที่มีระดับความคิดเห็นระดับมาก มีพฤติกรรมการใช้จ่ายเฉลี่ย 51 – 100 บาทมากที่สุด จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 36.57 รองลงมาคือ ระดับปานกลางจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.73 ส่วนที่มีระดับความคิดเห็นระดับน้อย มีพฤติกรรมการใช้จ่ายเฉลี่ยมากกว่า 150 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75

ตารางที่ 4.118 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านคุณภาพของอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ

(n = 134)

สถานที่เลือกซื้อ	คุณภาพของอาหาร			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)			
ตลาดสด	39 (29.10)	7 (5.22)	0 (0.00)	46 (34.33)	10.3331	0.111
ซูเปอร์มาร์เก็ต	20 (14.93)	1 (0.75)	0 (0.00)	21 (15.67)		
ร้านอาหาร	40 (29.85)	1 (0.75)	0 (0.00)	41 (30.60)		
แผงลอย /รถเข็น/ เต็นท์	24 (17.91)	1 (0.75)	1 (0.75)	26 (19.40)		
รวม	123 (91.79)	10 (7.46)	1 (0.75)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.118 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านคุณภาพของอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า คุณภาพของอาหารไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ได้แก่ กลุ่มที่มีระดับความคิดเห็นระดับมาก มีพฤติกรรมในการซื้ออาหารในร้านอาหารมากที่สุด จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 29.85 รองลงมาคือ ระดับปานกลาง มีพฤติกรรมในการซื้ออาหารในตลาดสด จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.22 และระดับน้อยมีพฤติกรรมในการซื้ออาหารในแผงลอย/รถเข็น/เต็นท์ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75

ตารางที่ 4.119 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านคุณภาพของอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ

(n = 134)

บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ	คุณภาพของอาหาร			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)			
ตัวเอง	70 (52.24)	2 (1.49)	0 (0.00)	72 (53.73)	30.136	0.000*
สามี/ภรรยา	23 (17.16)	7 (5.22)	0 (0.00)	30 (22.39)		
บุตร/หลาน	18 (13.43)	1 (0.75)	0 (0.00)	19 (14.18)		
พ่อ/แม่	5 (3.73)	0 (0.00)	0 (0.00)	5 (3.73)		
เพื่อน	7 (5.22)	0 (0.00)	1 (0.75)	8 (5.97)		
รวม	123 (91.79)	10 (7.46)	1 (0.75)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.119 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านคุณภาพของอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ พบว่า ค่า Sig \leq .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า คุณภาพของอาหารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความคิดเห็นระดับมาก มีตัวเองเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 52.24 รองลงมาคือ ระดับปานกลาง มีสามี/ภรรยาเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.22 และระดับน้อยมีเพื่อนเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75

ตารางที่ 4.120 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านคุณภาพของอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

(n = 134)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	คุณภาพของอาหาร			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)			
โฆษณา	8 (5.97)	0 (0.00)	0 (0.00)	8 (5.97)	23.121	0.027*
สุขภาพที่ดี	57 (42.54)	4 (2.99)	0 (0.00)	61 (45.52)		
เพื่อน/ครอบครัว	13 (9.70)	3 (2.24)	0 (0.00)	16 (11.94)		
ตามค่านิยม	5 (3.73)	0 (0.00)	0 (0.00)	5 (3.73)		
รายได้	17 (12.69)	1 (0.75)	0 (0.00)	18 (13.43)		
ราคา	17 (12.69)	2 (1.49)	0 (0.00)	19 (14.18)		
อื่น ๆ	6 (4.48)	0 (0.00)	1 (0.75)	7 (5.22)		
รวม	123 (91.79)	10 (7.46)	1 (0.75)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.120 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านคุณภาพของอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ พบว่า ค่า Sig \leq .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า คุณภาพของอาหารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าการมีสุขภาพที่ดีเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหาร เหมือนกัน จำแนกได้เป็น กลุ่มที่มีระดับความคิดเห็นระดับมาก จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 42.54 รองลงมา

คือ ระดับปานกลาง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.99 และ ระดับน้อย คิดว่าอื่นๆ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75

4.5.2.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกรายด้าน แสดงดังตารางที่ 4.121 โดยกำหนดสมมติฐานดังนี้

- สมมติฐานหลัก (H_0) : ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์
- สมมติฐานรอง (H_1) : ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์

ตารางที่ 4.121 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกรายด้าน

(n = 134)

พฤติกรรมการบริโภคอาหาร	χ^2	Sig
ประเภทอาหารที่เลือกซื้อ	2.932	0.569
ความถี่ในการซื้อ	5.984	0.425
จำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน	1.776	0.777
วันที่ซื้อ	5.25	0.263
เวลาที่ซื้อ	1.642	0.801
ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	6.712	0.348
สถานที่เลือกซื้อ	2.189	0.902
บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ	10.256	0.245
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	7.812	0.800

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.121 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภคอาหาร 9 ด้าน แสดงดังตารางที่ 4.122 – 4.130 ดังนี้

ตารางที่ 4.122 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ

(n = 134)

ประเภทอาหารที่เลือกซื้อ	ราคา			รวมจำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	มากจำนวน (ร้อยละ)	ปานกลางจำนวน (ร้อยละ)	น้อยจำนวน (ร้อยละ)			
อาหารสำเร็จรูป	35 (26.12)	2 (1.49)	0 (0.00)	37 (27.61)	2.932	0.569
อาหารสด	50 (37.31)	7 (5.22)	1 (0.75)	58 (43.28)		
อาหารพร้อมปรุง/ อาหารกระป๋อง	36 (26.87)	2 (1.49)	1 (0.75)	39 (29.10)		
รวม	121 (90.30)	11 (8.21)	2 (1.49)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.122 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ราคาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารสดมากที่สุด เหมือนกัน จำแนกเป็น ที่มีระดับความคิดเห็นระดับมาก จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 37.31 ระดับปานกลาง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.22 ระดับน้อย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 ตามลำดับ และนอกจากนี้ กลุ่มที่มีระดับความคิดเห็นระดับน้อยยังมีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารพร้อมปรุง/อาหารกระป๋อง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 อีกด้วย

ตารางที่ 4.123 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทความถี่ในการซื้อ

(n = 134)

ความถี่ในการซื้อ	ราคา			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)			
วันละ 1 ครั้ง	15 (11.19)	2 (1.49)	0 (0.00)	17 (12.69)	5.984	0.425
1 - 2 ครั้ง	29 (21.64)	4 (2.99)	0 (0.00)	33 (24.63)		
3 - 4 ครั้ง	38 (28.36)	2 (1.49)	2 (1.49)	42 (31.34)		
5 - 6 ครั้ง	39 (29.10)	3 (2.24)	0 (0.00)	42 (31.34)		
รวม	121 (90.30)	11 (8.21)	2 (1.49)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.123 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ราคาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความคิดเห็นระดับมากที่สุดส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการซื้ออาหาร 5 - 6 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 29.10 รองลงมาคือ ระดับปานกลาง มีพฤติกรรมในการซื้ออาหาร 1 - 2 ครั้ง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.99 ส่วนที่มีระดับความคิดเห็นระดับน้อยมีพฤติกรรมในการซื้ออาหาร 3 - 4 ครั้ง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.49

ตารางที่ 4.124 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน

(n = 134)

จำนวนมื้ออาหารที่ บริโภคในหนึ่งวัน	ราคา			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)			
1 - 2 มื้อต่อวัน	21 (15.67)	3 (2.24)	0 (0.00)	24 (17.91)	1.776	0.777
3 มื้อต่อวัน	82 (61.19)	7 (5.22)	2 (1.49)	91 (67.91)		
มากกว่า 3 มื้อต่อวัน	18 (13.43)	1 (0.75)	0 (0.00)	19 (14.18)		
รวม	121 (90.30)	11 (8.21)	2 (1.49)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.124 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ราคาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารจำนวน 3 มื้อต่อวันมากที่สุด เหมือนกัน จำแนกได้เป็น ระดับมาก จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 61.19 รองลงมาคือ ระดับปานกลาง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.22 และระดับน้อย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.49 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.125 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ

(n = 134)

วันที่ซื้อ	ราคา			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)			
วันจันทร์ - ศุกร์	18 (13.43)	2 (1.49)	1 (0.75)	21 (15.67)	5.25	0.263
วันเสาร์ - อาทิตย์/ วันหยุดนักขัตฤกษ์	32 (23.88)	5 (3.73)	1 (0.75)	38 (28.36)		
ทุกวัน	71 (52.99)	4 (2.99)	0 (0.00)	75 (55.97)		
รวม	121 (90.30)	11 (8.21)	2 (1.49)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.125 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ พบว่าค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ราคาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความคิดเห็นระดับมาก ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทุกวัน จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 52.99 ส่วนกลุ่มที่มีระดับความคิดเห็นระดับปานกลาง มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารวันเสาร์ - อาทิตย์/วันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.73 และกลุ่มที่มีระดับความคิดเห็นระดับน้อย มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารวันเสาร์ - อาทิตย์/วันหยุดนักขัตฤกษ์ และวันจันทร์ - ศุกร์ มีจำนวนเท่ากันคือ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75

ตารางที่ 4.126 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ

(n = 134)

เวลาที่ซื้อ	ราคา			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)			
ช่วงเช้า	24 (17.91)	2 (1.49)	1 (0.75)	27 (20.15)	1.642	0.801
ช่วงกลางวัน	29 (21.64)	2 (1.49)	0 (0.00)	31 (23.13)		
ช่วงเย็น	68 (50.75)	7 (5.22)	1 (0.75)	76 (56.72)		
รวม	121 (90.30)	11 (8.21)	2 (1.49)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.126 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ พบว่าค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ราคาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารช่วงเย็นมากที่สุด จำแนกเป็นกลุ่มที่มีระดับความคิดเห็นระดับมาก 68 คน คิดเป็นร้อยละ 50.75 รองลงมาคือระดับปานกลาง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.22 และระดับน้อย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 ตามลำดับ และนอกจากนี้กลุ่มที่มีระดับความคิดเห็นระดับน้อย มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารช่วงเช้าจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 อีกด้วย

ตารางที่ 4.127 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

(n = 134)

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	ราคา			รวมจำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	มากจำนวน (ร้อยละ)	ปานกลางจำนวน (ร้อยละ)	น้อยจำนวน (ร้อยละ)			
< 50 บาท	11 (8.21)	0 (0.00)	1 (0.75)	12 (8.96)	6.712	0.348
51 – 100 บาท	50 (37.31)	4 (2.99)	0 (0.00)	54 (40.30)		
101 – 150 บาท	23 (17.16)	3 (2.24)	0 (0.00)	26 (19.40)		
> 150 บาท	37 (27.61)	4 (2.99)	1 (0.75)	42 (31.34)		
รวม	121 (90.30)	11 (8.21)	2 (1.49)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.127 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ราคาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ได้แก่ กลุ่มที่มีระดับความคิดเห็นระดับมาก มีพฤติกรรมการใช้จ่ายเฉลี่ย 51 – 100 บาทมากที่สุด จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 37.31 ส่วนกลุ่มที่มีระดับความคิดเห็นระดับปานกลาง มีพฤติกรรมการใช้จ่ายเฉลี่ย 51 – 100 บาท และมากกว่า 150 บาท มีจำนวนเท่ากันคือ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.99 และกลุ่มที่มีระดับความคิดเห็นระดับน้อย มีพฤติกรรมการใช้จ่ายเฉลี่ย 51 – 100 บาท และมากกว่า 150 บาท มีจำนวนเท่ากันคือ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75

ตารางที่ 4.128 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ

(n = 134)

สถานที่เลือกซื้อ	ราคา			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)			
ตลาดสด	40 (29.85)	5 (3.73)	1 (0.75)	46 (34.33)	2.189	0.902
ซูเปอร์มาร์เก็ต	19 (14.18)	2 (1.49)	0 (0.00)	21 (15.67)		
ร้านอาหาร	38 (28.36)	2 (1.49)	1 (0.75)	41 (30.60)		
แผงลอย /รถเข็น/ เต็นท์	24 (17.91)	2 (1.49)	0 (0.00)	26 (19.40)		
รวม	121 (90.30)	11 (8.21)	2 (1.49)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.128 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ราคาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ได้แก่ กลุ่มที่มีระดับความคิดเห็นระดับมาก ระดับปานกลางและระดับน้อยมีพฤติกรรมในการซื้ออาหารในตลาดสดมากที่สุด จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 29.85 จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.73 และจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 ตามลำดับ และกลุ่มที่มีระดับความคิดเห็นระดับน้อย ยังมีพฤติกรรมในการซื้ออาหารในร้านอาหารจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 อีกด้วย

ตารางที่ 4.129 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ

(n = 134)

บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ	ราคา			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)			
ตัวเอง	65 (48.51)	5 (3.73)	2 (1.49)	72 (53.73)	10.256	0.245
สามี/ภรรยา	24 (17.91)	6 (4.48)	0 (0.00)	30 (22.39)		
บุตร/หลาน	19 (14.18)	0 (0.00)	0 (0.00)	19 (14.18)		
พ่อ/แม่	5 (3.73)	0 (0.00)	0 (0.00)	5 (3.73)		
เพื่อน	8 (5.97)	0 (0.00)	0 (0.00)	8 (5.97)		
รวม	121 (90.30)	11 (8.21)	2 (1.49)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.129 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ราคาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความคิดเห็นระดับมากและระดับน้อย มีตัวเองเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ เหมือนกัน จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 48.51 และจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.49 ตามลำดับ ส่วนที่มีระดับความคิดเห็นปานกลาง มีสามี/ภรรยาเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.48

ตารางที่ 4.130 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

(n = 134)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	คุณภาพของอาหาร			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)			
โฆษณา	7 (5.22)	1 (0.75)	0 (0.00)	8 (5.97)	7.812	0.800
สุขภาพที่ดี	56 (41.79)	4 (2.99)	1 (0.75)	61 (45.52)		
เพื่อน/ครอบครัว	12 (8.96)	3 (2.24)	1 (0.75)	16 (11.94)		
ตามค่านิยม	5 (3.73)	0 (0.00)	0 (0.00)	5 (3.73)		
รายได้	16 (11.94)	2 (1.49)	0 (0.00)	18 (13.43)		
ราคา	18 (13.43)	1 (0.75)	0 (0.00)	19 (14.18)		
อื่น ๆ	7 (5.22)	0 (0.00)	0 (0.00)	7 (5.22)		
รวม	121 (90.30)	11 (8.21)	2 (1.49)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.130 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ พบว่า ค่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ราคาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าการมีสุขภาพที่ดีเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหาร เหมือนกัน จำแนกได้เป็น กลุ่มที่มีระดับความคิดเห็นระดับมาก จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 41.79 รองลงมาคือ ระดับปานกลาง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.99 และระดับน้อย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 นอกจากนี้กลุ่ม

ที่มีระดับความคิดเห็นระดับน้อยคิดว่า เพื่อน/ครอบครัว เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 อีกด้วย

4.5.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์

4.5.3.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านความรู้เกี่ยวกับโภชนาการกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกรายด้าน แสดงดังตารางที่ 4.131 โดยกำหนดสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานหลัก (H_0) : ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์

สมมติฐานรอง (H_1) : ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์

ตารางที่ 4.131 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านความรู้เกี่ยวกับโภชนาการกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกรายด้าน

(n = 134)

พฤติกรรมการบริโภคอาหาร	χ^2	Sig
ประเภทอาหารที่เลือกซื้อ	2.117	0.977
ความถี่ในการซื้อ	9.04	0.700
จำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน	4.886	0.770
วันที่ซื้อ	12.767	0.120
เวลาที่ซื้อ	20.7	0.008*
ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	12.161	0.433
สถานที่เลือกซื้อ	21.757	0.040*
บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ	22.413	0.130
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	28.079	0.257

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.131 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านความรู้เกี่ยวกับโภชนาการกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภคอาหาร 9 ด้าน แสดงดังตารางที่ 4.132 – 4.140 ดังนี้

ตารางที่ 4.132 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านความรู้เกี่ยวกับโภชนาการกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ

(n = 134)

ประเภทอาหารที่เลือกซื้อ	ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ					รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	ดีมาก จำนวน (ร้อยละ)	ดี จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	ผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำ จำนวน (ร้อยละ)	ต่ำกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ จำนวน (ร้อยละ)			
อาหารสำเร็จรูป	3 (2.24)	17 (12.69)	8 (5.97)	6 (4.48)	3 (2.24)	37 (27.61)	2.117	0.977
อาหารสด	6 (4.48)	24 (17.91)	18 (13.43)	7 (5.22)	3 (2.24)	58 (43.28)		
อาหารพร้อมปรุง/ อาหารกระป๋อง	5 (3.73)	15 (11.19)	11 (8.21)	6 (4.48)	2 (1.49)	39 (29.10)		
รวม	14 (10.45)	56 (41.79)	37 (27.61)	19 (14.18)	8 (5.97)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.132 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านความรู้เกี่ยวกับโภชนาการกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อพบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่าความรู้เกี่ยวกับโภชนาการไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอาหารที่เลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารสดมากที่สุด จำแนกเป็น ระดับความรู้ดี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 17.91 ปานกลาง จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 13.43 ผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.22 ต่ำมาก จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.48 และต่ำกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.24 ตามลำดับ และในกลุ่มที่ระดับความรู้ต่ำกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.24 อีกด้วย



ตารางที่ 4.133 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านความรู้เกี่ยวกับโภชนาการกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทความถี่ในการซื้อ

(n = 134)

ความถี่ในการซื้อ	ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ					รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	ดีมาก จำนวน (ร้อยละ)	ดี จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	ผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำ จำนวน (ร้อยละ)	ต่ำกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ จำนวน (ร้อยละ)			
วันละ 1 ครั้ง	2 (1.49)	8 (5.97)	4 (2.99)	2 (1.49)	1 (0.75)	17 (12.69)	9.040	0.700
1 - 2 ครั้ง	2 (1.49)	13 (9.70)	11 (8.21)	3 (2.24)	4 (2.99)	33 (24.63)		
3 - 4 ครั้ง	4 (2.99)	18 (13.43)	14 (10.45)	5 (3.73)	1 (0.75)	42 (31.34)		
5 - 6 ครั้ง	6 (4.48)	17 (12.69)	8 (5.97)	9 (6.72)	2 (1.49)	42 (31.34)		
รวม	14 (10.45)	56 (41.79)	37 (27.61)	19 (14.18)	8 (5.97)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.133 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านความรู้เกี่ยวกับโภชนาการกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ พบว่าค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการซื้ออาหาร 3 – 4 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด จำแนกเป็น ระดับความรู้ดี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 13.43 และปานกลาง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 10.45 ตามลำดับ รองลงมาคือกลุ่มที่มีพฤติกรรมในการซื้ออาหาร 5 – 6 ครั้งต่อสัปดาห์ จำแนกเป็น ระดับความรู้ผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.72 และดีมาก จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.48 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มที่มีระดับความรู้ต่ำกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ มีพฤติกรรมในการซื้ออาหาร 1 – 2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.99



ตารางที่ 4.134 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านความรู้เกี่ยวกับโภชนาการกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน

(n = 134)

จำนวนมื้ออาหารที่ บริโภคในหนึ่งวัน	ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ					รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	ดีมาก จำนวน (ร้อยละ)	ดี จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	ผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำ จำนวน (ร้อยละ)	ต่ำกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ จำนวน (ร้อยละ)			
1 - 2 มื้อต่อวัน	2 (1.49)	8 (5.97)	7 (5.22)	4 (2.99)	3 (2.24)	24 (17.91)	4.886	0.770
3 มื้อต่อวัน	11 (8.21)	41 (30.60)	24 (17.91)	11 (8.21)	4 (2.99)	91 (67.91)		
มากกว่า 3 มื้อต่อวัน	1 (0.75)	7 (5.22)	6 (4.48)	4 (2.99)	1 (0.75)	19 (14.18)		
รวม	14 (10.45)	56 (41.79)	37 (27.61)	19 (14.18)	8 (5.97)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.134 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านความรู้เกี่ยวกับโภชนาการกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารจำนวน 3 มื้อต่อวันมากที่สุด จำแนกเป็น ระดับความรู้ดี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 30.60 ปานกลาง จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 17.91 ดีมากและผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 8.21 และต่ำกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.99



ตารางที่ 4.135 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านความรู้เกี่ยวกับโภชนาการกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ

(n = 134)

วันที่ซื้อ	ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ					รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	ดีมาก จำนวน (ร้อยละ)	ดี จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	ผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำ จำนวน (ร้อยละ)	ต่ำกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ จำนวน (ร้อยละ)			
วันจันทร์ - ศุกร์	4 (2.99)	9 (6.72)	4 (2.99)	3 (2.24)	1 (0.75)	21 (15.67)	12.767	0.120
วันเสาร์ - อาทิตย์/ วันหยุดนักขัตฤกษ์	3 (2.24)	13 (9.70)	12 (8.96)	4 (2.99)	6 (4.48)	38 (28.36)		
ทุกวัน	7 (5.22)	34 (25.37)	21 (15.67)	12 (8.96)	1 (0.75)	75 (55.97)		
รวม	14 (10.45)	56 (41.79)	37 (27.61)	19 (14.18)	8 (5.97)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.135 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านความรู้เกี่ยวกับโภชนาการกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่ซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการซื้ออาหารทุกวันมากที่สุด จำแนกเป็น ระดับความรู้ดี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 25.37 ปานกลาง จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 15.67 ผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8.96 และดีมาก จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.22 ส่วนกลุ่มที่มีระดับความรู้ต่ำกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ มีพฤติกรรมการซื้ออาหาร เสาร์ – อาทิตย์/วันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.48



ตารางที่ 4.136 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านความรู้เกี่ยวกับโภชนาการกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ

(n = 134)

เวลาที่ซื้อ	ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ					รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	ดีมาก จำนวน (ร้อยละ)	ดี จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	ผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำ จำนวน (ร้อยละ)	ต่ำกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ จำนวน (ร้อยละ)			
ช่วงเช้า	2 (1.49)	16 (11.94)	7 (5.22)	2 (1.49)	0 (0.00)	27 (20.15)	20.700	0.008*
ช่วงกลางวัน	3 (2.24)	10 (7.46)	4 (2.99)	9 (6.72)	5 (3.73)	31 (23.13)		
ช่วงเย็น	9 (6.72)	30 (22.39)	26 (19.40)	8 (5.97)	3 (2.24)	76 (56.72)		
รวม	14 (10.45)	56 (41.79)	37 (27.61)	19 (14.18)	8 (5.97)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.136 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านความรู้เกี่ยวกับโภชนาการกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้อ พบว่า ค่า Sig $\leq .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการซื้ออาหารช่วงเย็นมากที่สุด จำแนกเป็น ระดับความรู้ดี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 22.39 ปานกลาง จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 19.40 และดีมาก จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.72 ส่วนกลุ่มที่มีระดับความรู้ผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำ และต่ำกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ มีพฤติกรรมในการซื้ออาหารช่วงกลางวัน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.72 และจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.73 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.137 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านความรู้เกี่ยวกับโภชนาการกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

(n = 134)

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ					รวมจำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	ดีมาก จำนวน (ร้อยละ)	ดี จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	ผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำ จำนวน (ร้อยละ)	ต่ำกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ จำนวน (ร้อยละ)			
< 50 บาท	0 (0.00)	4 (2.99)	4 (2.99)	3 (2.24)	1 (0.75)	12 (8.96)	12.161	0.433
51 – 100 บาท	5 (3.73)	22 (16.42)	17 (12.69)	7 (5.22)	3 (2.24)	54 (40.30)		
101 – 150 บาท	4 (2.99)	8 (5.97)	10 (7.46)	4 (2.99)	0 (0.00)	26 (19.40)		
> 150 บาท	5 (3.73)	22 (16.42)	6 (4.48)	5 (3.73)	4 (2.99)	42 (31.34)		
รวม	14 (10.45)	56 (41.79)	37 (27.61)	19 (14.18)	8 (5.97)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.137 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านความรู้เกี่ยวกับโภชนาการกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยโดยเฉลี่ยต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความรู้ดี มีพฤติกรรมในการใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 51 – 100 บาท และมากกว่า 150 บาทมากที่สุด มีจำนวนเท่ากันคือ 22 คน คิดเป็นร้อยละ 16.42 รองลงมา คือ ระดับความรู้ปานกลาง ผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำและตีมาก มีพฤติกรรมในการใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 51 – 100 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 12.69 จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.22 และจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.73 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มที่มีระดับความรู้ต่ำกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ มีพฤติกรรมในการใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง มากกว่า 150 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.99



ตารางที่ 4.138 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านความรู้เกี่ยวกับโภชนาการกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ

(n = 134)

สถานที่เลือกซื้อ	ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ					รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	ดีมาก จำนวน (ร้อยละ)	ดี จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	ผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำ จำนวน (ร้อยละ)	ต่ำกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ จำนวน (ร้อยละ)			
ตลาดสด	8 (5.97)	17 (12.69)	16 (11.94)	3 (2.24)	2 (1.49)	46 (34.33)	21.757	0.040*
ซูเปอร์มาร์เก็ต	1 (0.75)	9 (6.72)	4 (2.99)	3 (2.24)	4 (2.99)	21 (15.67)		
ร้านอาหาร	4 (2.99)	16 (11.94)	14 (10.45)	6 (4.48)	1 (0.75)	41 (30.60)		
แผงลอย /รถเข็น/ เต็นท์	1 (0.75)	14 (10.45)	3 (2.24)	7 (5.22)	1 (0.75)	26 (19.40)		
รวม	14 (10.45)	56 (41.79)	37 (27.61)	19 (14.18)	8 (5.97)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.138 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านความรู้เกี่ยวกับโภชนาการกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ พบว่าค่า $\text{Sig} \leq .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการซื้ออาหารในตลาดสดมากที่สุด จำแนกเป็น กลุ่มที่มีระดับความรู้ดี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 12.69 ปานกลาง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 11.94 และดีมาก จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.97 ส่วนกลุ่มที่มีระดับความรู้ผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำ มีพฤติกรรมในการซื้ออาหารในแผงลอย/รถเข็น/เต็นท์ จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 5.22 และกลุ่มที่มีระดับความรู้ต่ำกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ มีพฤติกรรมในการซื้ออาหารในซูเปอร์มาเก็ต จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.99



ตารางที่ 4.139 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านความรู้เกี่ยวกับโภชนาการกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ

(n = 134)

บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ	ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ					รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	ดีมาก จำนวน (ร้อยละ)	ดี จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	ผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำ จำนวน (ร้อยละ)	ต่ำกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ จำนวน (ร้อยละ)			
ตัวเอง	8 (5.97)	28 (20.90)	25 (18.66)	8 (5.97)	3 (2.24)	72 (53.73)	22.413	0.130
สามี/ภรรยา	2 (1.49)	12 (8.96)	4 (2.99)	10 (7.46)	2 (1.49)	30 (22.39)		
บุตร/หลาน	4 (2.99)	9 (6.72)	4 (2.99)	0 (0.00)	2 (1.49)	19 (14.18)		
พ่อ/แม่	0 (0.00)	3 (2.24)	2 (1.49)	0 (0.00)	0 (0.00)	5 (3.73)		
เพื่อน	0 (0.00)	4 (2.99)	2 (1.49)	1 (0.75)	1 (0.75)	8 (5.97)		
รวม	14 (10.45)	56 (41.79)	37 (27.61)	19 (14.18)	8 (5.97)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.139 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านความรู้เกี่ยวกับโภชนาการกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีตัวเองเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ มากที่สุด จำแนกเป็น กลุ่มที่มีระดับความรู้ดี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 20.90 ปานกลาง จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 18.66 ดีมาก จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.97 และต่ำกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.24 ส่วนกลุ่มที่มีระดับความรู้ผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำ มีสามี/ภรรยาเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 7.46



ตารางที่ 4.140 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านความรู้เกี่ยวกับโภชนาการกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

(n = 134)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ					รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	Sig
	ดีมาก จำนวน (ร้อยละ)	ดี จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	ผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำ จำนวน (ร้อยละ)	ต่ำกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ จำนวน (ร้อยละ)			
โฆษณา	0 (0.00)	5 (3.73)	0 (0.00)	2 (1.49)	1 (0.75)	8 (5.97)	28.079	0.257
สุขภาพที่ดี	4 (2.99)	28 (20.90)	20 (14.93)	7 (5.22)	2 (1.49)	61 (45.52)		
เพื่อน/ครอบครัว	4 (2.99)	6 (4.48)	4 (2.99)	0 (0.00)	2 (1.49)	16 (11.94)		
ตามคำแนะนำ	1 (0.75)	1 (0.75)	0 (0.00)	2 (1.49)	1 (0.75)	5 (3.73)		
รายได้	3 (2.24)	7 (5.22)	3 (2.24)	3 (2.24)	2 (1.49)	18 (13.43)		
ราคา	1 (0.75)	6 (4.48)	8 (5.97)	4 (2.99)	0 (0.00)	19 (14.18)		
อื่น ๆ	1 (0.75)	3 (2.24)	2 (1.49)	1 (0.75)	0 (0.00)	7 (5.22)		
รวม	14 (10.45)	56 (41.79)	37 (27.61)	19 (14.18)	8 (5.97)	134 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.140 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านความรู้เกี่ยวกับโภชนาการกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ พบว่า ค่า Sig > .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีคิดว่าการมีสุขภาพที่ดีเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ จำแนกได้เป็น กลุ่มที่มีระดับความรู้ดี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 20.90 ปานกลาง จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 14.93 ผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.22 ต่ำมาก จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.99 และต่ำกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.49 ตามลำดับ และนอกจากนี้กลุ่มที่มีระดับความรู้ดีมาก และต่ำกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำยังคิดว่า เพื่อน/ครอบครัว เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.99 และจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.49 ตามลำดับ

4.6 การอภิปรายผล

ผลการศึกษานี้ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังนี้

4.6.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์

จากผลการศึกษา ลักษณะประชากรศาสตร์ของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งมีจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 52.99 มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี มากที่สุด จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 43.28 สถานภาพสมรส จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 52.99 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 51.49 ด้านชั้นยศ ส่วนใหญ่มีชั้นยศระดับจ่าสิบเอก/พันจ่าเอก/พันจ่าอากาศเอก จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 53.73 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาทต่อเดือน จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 58.96 มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 64.18 มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 45.52

4.6.2 ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์

จากผลการศึกษา ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ พบว่า โดยรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.163 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.566 ซึ่งมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยปัจจัยด้านคุณภาพของอาหารมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุด มีค่าเท่ากับ 4.382 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.674 ซึ่งมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยอื่น ๆ

4.6.3 ระดับความรู้เกี่ยวกับโภชนาการของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์

จากผลการศึกษา ระดับความรู้เกี่ยวกับโภชนาการของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่ตอบคำถามถูกมากที่สุดคือ ข้อคำถามที่ 1 เราควรดูฉลากก่อนตัดสินใจซื้ออาหารเสมอ จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 97.76 ส่วนข้อคำถามที่

ตอบถูกน้อยที่สุด คือ ข้อคำถามที่ 13 วิตามินบี 2 มักพบมากในอาหารประเภทไข่และนมมีผู้ตอบถูกจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 26.12 เมื่อพิจารณาระดับความรู้เกี่ยวกับโภชนาการของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ด้านโภชนาการอยู่ในระดับ ดีมาก จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 52.24 รองลงมา คือ มีความรู้ระดับดี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 27.61 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับโภชนาการอยู่ในระดับต่ำกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ เพียง 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับโภชนาการอยู่ในระดับดีมากและดี

4.6.4 พฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์

จากผลการศึกษา พฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เลือกซื้อประเภทอาหารสด จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 43.28 ความถี่ในการซื้ออาหาร 3 - 4 ครั้งต่อสัปดาห์ และ 5 - 6 ครั้งต่อสัปดาห์ มีจำนวนที่เท่ากัน คือ 42 คน คิดเป็นร้อยละ 31.34 รับประทานอาหาร 3 มื้อต่อวัน จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 67.91 ซื้ออาหารทุกวัน จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 55.97 ช่วงเวลาที่ซื้อคือ ช่วงเย็น จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 56.72 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ระหว่าง 51 - 100 บาท มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 40.30 สถานที่เลือกซื้อ คือ ตลาดสด และร้านอาหาร ซึ่งมีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน คือ 46 และ 41 คน คิดเป็นร้อยละ 34.33 และ 30.60 ตามลำดับ ส่วนใหญ่คำนึงถึงตัวเองในการเลือกซื้ออาหาร ซึ่งมีจำนวนสูงถึง 72 คน คิดเป็นร้อยละ 53.73 โดยเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพที่ดี โดยมีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 45.52 ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อมรศรี และสมใจ (2544) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนวัยทำงาน พบว่า พฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนวัยทำงานส่วนมากมีความถี่ในการบริโภคอาหารนอกบ้านซื้ออาหารสำเร็จรูปซื้ออาหารสดมาปรุงเอง ซื้ออาหารพร้อมปรุง ซื้ออาหารกระป๋อง และซื้อผักปลอดสารพิษ 1 - 3 ครั้งต่อสัปดาห์ และบริโภคอาหารครบทั้งสามมื้อทุกวัน โดยในวันทำงานมักซื้ออาหารจากร้านอาหารใกล้บ้านและใกล้ที่ทำงาน และในช่วงวันหยุดมักซื้อจากร้านอาหารใกล้บ้าน

4.6.5 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์

จากผลการศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ เป็นดังนี้

4.6.5.1 จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 เพื่อทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารโดยใช้สถิติ **Chi-Square** พบว่า

1) ลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 (มีค่า Chi-square เท่ากับ 20.699 และ Sig. เท่ากับ 0.002) ด้านแหล่งในการเลือกซื้ออาหาร (มีค่า Chi-square เท่ากับ 13.080 และ Sig. เท่ากับ 0.042) ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้ออาหาร (มีค่า Chi-square เท่ากับ 16.425 และ Sig. เท่ากับ 0.037) รวมทั้งด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหาร (มีค่า Chi-square เท่ากับ 22.130 และ Sig. เท่ากับ 0.036) ซึ่งสอดคล้องกับ

กระบวนการตัดสินใจซื้อ 5 ชั้น ใช้ทฤษฎีของ Armstrong & Kotler (2003) ที่กล่าวว่า วงจรชีวิตครอบครัวเป็นสิ่งที่มามีอิทธิพลต่อความต้องการ ทักษะ และค่านิยมของบุคคล ทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ถ้าจำนวนสมาชิกในครอบครัวมีจำนวนมากขึ้น จะมีพฤติกรรมในด้านจำนวนเงินในการซื้ออาหารมากขึ้นด้วย ยิ่งถ้าจำนวนสมาชิกมาก โอกาสในการซื้อในแต่ละครั้งจะมีปริมาณที่มากขึ้นด้วย และจะเห็นได้ว่าครอบครัวคือสถาบันที่ทำการซื้อเพื่อการบริโภคที่สำคัญที่สุด โดยหัวหน้าครอบครัวจะเป็นผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ให้กับสมาชิกในครอบครัว ซึ่งจะพิจารณาว่าสิ่งใดเหมาะสมกับครอบครัวของตนมากที่สุด

2) ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านสถานที่เลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 (มีค่า Chi-square เท่ากับ 21.644 และ Sig. เท่ากับ 0.001) จากการศึกษาพบว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงนั้นเลือกที่จะซื้ออาหารในตลาดสด เนื่องจากเป็นผู้มีความรู้และความสามารถในการคิดวิเคราะห์ที่มากกว่า เป็นผู้มีความเข้าใจสารได้ดี แต่จะไม่เชื่ออะไรง่ายๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอจึงมักจะเลือกซื้ออาหารที่คิดว่าดีและมีประโยชน์ต่อร่างกายมากที่สุดนำไปประกอบอาหาร มากกว่าที่จะเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูป

3) ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านชั้นยศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านค่าเฉลี่ยในการเลือกซื้ออาหารต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 (มีค่า Chi-square เท่ากับ 28.800 และ Sig. เท่ากับ 0.017) จากการศึกษาพบว่า ผู้ที่มีชั้นยศสูงส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้จ่ายเฉลี่ยสูงไปด้วย ทั้งนี้เนื่องจากในระดับชั้นยศสูงจะมีรายได้ที่สูงกว่าจึงมีกำลังซื้อสินค้าได้มากกว่าชั้นยศต่ำ

4) ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านวันที่เลือกซื้ออาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 (มีค่า Chi-square เท่ากับ 17.252 และ Sig. เท่ากับ 0.008) จากการศึกษาพบว่า ผู้ที่มีรายได้สูงเลือกที่จะซื้ออาหารทุกวัน จากแนวความคิดที่ว่ารายได้ของผู้บริโภคคือกำลังซื้อของผู้บริโภค เนื่องจากสถานภาพทางเศรษฐกิจของผู้บริโภคจะส่งผลต่อความสามารถในการซื้อสินค้า โดยผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน นั่นคือมีรายได้มากก็จะสามารถซื้อสินค้าได้มาก

5) ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านภูมิภานามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านจำนวนมื้ออาหารที่รับประทานต่อวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (มีค่า Chi-square เท่ากับ 18.475 และ Sig. เท่ากับ 0.047) จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการรับประทานอาหาร 3 มื้อต่อวัน ถึงแม้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในเมือง จำต้องใช้ชีวิตอย่างเร่งรีบ แต่ก็ไม่ได้มีผลให้จำนวนมื้ออาหารที่รับประทานต่อหนึ่งวันลดลงแต่อย่างใด

6) ลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการเลือกซื้ออาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 (มีค่า Chi-square เท่ากับ 14.304 และ Sig. เท่ากับ 0.026) จากการศึกษาพบว่า ผู้มีสถานภาพโสดจะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการเลือกซื้ออาหารน้อยที่สุดในขณะที่ผู้มีสถานภาพสมรสจะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย

ต่อครั้งสูงที่สุด จะเห็นว่าในแต่ละช่วงชีวิตจะมีพฤติกรรมการบริโภคสินค้าที่แตกต่างกัน ตามวงจรชีวิตครอบครัว อันเนื่องมาจากรายได้ต่อครัวเรือนของผู้ที่มีสถานภาพสมรสนั้นมีมากกว่า จึงมีกำลังซื้อที่สูงกว่า

7) ลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศ และอายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านใดเลย เนื่องจากไม่ว่าจะเป็นเพศใดก็มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเหมือนกัน เช่นเดียวกับอายุ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างอยู่ในช่วงอายุของวัยทำงาน ดังนั้นพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่แสดงออกจึงคล้ายกัน

ซึ่งยอมรับตามสมมติฐานที่ 1 ที่ว่า ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ รัชนิวรรณ และกิตติพันธ์ (2556) ที่ได้ศึกษา "การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร" ผลการวิจัยพบว่า เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งยังสอดคล้องกับการศึกษาของ สายชล (2546) ที่พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงจะมีความรู้ทางโภชนาการดีกว่าผู้บริโภคที่มีการศึกษาต่ำ โดยจะพิจารณาอาหารที่มีคุณค่าและประโยชน์ นอกจากนี้ Pender (คุณาสิริ, 2548) กล่าวว่า ระดับการศึกษาช่วยให้บุคคลรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพ และเจ็บป่วยได้ดี มีโอกาสแสวงหาข้อมูลข่าวสารได้ถูกต้องกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย ซึ่งจะส่งผลไปสู่การมีพฤติกรรมสุขภาพที่ดีต่อไป และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ อมรศรี ศิริจรรยา และสมใจ (2544) ที่ได้ศึกษา "ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร" ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล อันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ประจำต่อเดือน และภูมิสำเนาเดิม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร รวมทั้งยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ฐิตาภรณ์ (2554) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารจากร้านอาหารหาบเร่แผงลอยของผู้บริโภคกลุ่มวัยทำงาน ผลการวิจัยพบว่า ระดับการศึกษา มีผลต่อพฤติกรรมการรับประทานอาหารจากร้านอาหารหาบเร่แผงลอย ในด้านความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์ ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ ด้านประเภทอาหารที่มักจะไปรับประทานบ่อยที่สุดและด้านรูปแบบการใช้บริการ จากผลการศึกษาของ อูมาพร (2546) ที่ได้ศึกษา "พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารไทยในเขตกรุงเทพมหานคร" ผลการศึกษาพบว่า รายได้และตำแหน่งงานมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการบริโภคและค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการบริโภค

4.6.5.2 จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 เพื่อทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร โดยใช้สถิติ Chi-Square พบว่า

1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านคุณภาพอาหารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้ออาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 (มีค่า Chi-square เท่ากับ 30.136 และ Sig. เท่ากับ 0.000) จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพอาหารมาก จะมีตัวเองเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ จึงมักอาศัยความรู้และทัศนคติของตัวเองในการเลือกที่จะบริโภคอาหารที่ตนเองคิดว่ามีคุณภาพเหมาะสมเพียงพอที่จะซื้อมารับประทาน

2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านคุณภาพอาหารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านปัจจัยการตัดสินใจในการเลือกซื้ออาหาร (มีค่า Chi-square เท่ากับ 23.121 และ Sig. เท่ากับ 0.027) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพอาหารมาก คิดว่าการมีสุขภาพที่ดีเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหาร โดยคิดว่าคุณภาพอาหารที่ดีจะส่งผลให้สุขภาพของตัวเองและครอบครัวดีอีกด้วย

3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะกายภาพของร้านและราคาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านใดเลย เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเป็นนายทหารประทวนซึ่งเป็นข้าราชการชั้นผู้น้อยจึงไม่ค่อยให้ความสำคัญกับรูปลักษณ์ของร้านเท่าที่ควร ส่วนราคาสินค้านั้น เนื่องจากเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้พอสมควร จึงทำให้สามารถเลือกซื้ออาหารโดยไม่ต้องคำนึงถึงราคามากนัก

ซึ่งยอมรับตามสมมติฐานที่ 2 ที่ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อุมภาพร (2546) ที่ได้ศึกษา "พฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารไทยในเขตกรุงเทพมหานคร" ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารไทย เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสำคัญมาก ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญปานกลาง ทั้งยังสอดคล้องกับการศึกษาของ รุ่งฤดี (2545) ที่ได้ศึกษา "ปัจจัยในการเลือกใช้บริการร้านอาหารไทย ศึกษาเฉพาะกรณีร้านอาหารในเครือภัตตาคารพฤษภา ในห้างสรรพสินค้าดิเอ็มโพเรียม" ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจกับการให้บริการในภาพรวมจากกลุ่มตัวอย่าง พบว่าให้ความสำคัญกับรสชาติอาหาร ความสะอาดของอาหาร และคุณภาพของการบริการในระดับมากที่สุด

4.6.5.3 จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 เพื่อทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับโภชนาการกับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร โดยใช้สถิติ Chi-Square พบว่า

1) ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านช่วงเวลาในการเลือกซื้ออาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 (มีค่า Chi-square เท่ากับ 20.700 และ Sig. เท่ากับ 0.008) จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีระดับความรู้เกี่ยวกับโภชนาการดีจะมีพฤติกรรมในการซื้ออาหารช่วงเย็นมากที่สุด เนื่องจากเป็นเวลาที่เลิกจากงาน จึงสามารถใช้เวลาได้เต็มที่ในการเลือกหาวัตถุดิบที่ดีมาประกอบอาหาร

2) ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านสถานที่ในการเลือกซื้ออาหาร (มีค่า Chi-square เท่ากับ 21.757 และ Sig. เท่ากับ 0.040) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีระดับความรู้เกี่ยวกับโภชนาการดีจะมีพฤติกรรมในการซื้ออาหารในตลาดสดมากที่สุด ทั้งนี้เพราะกลุ่มนี้มีความรู้ด้านโภชนาการเป็นอย่างดีจึงรู้จักที่จะคัดสรรวัตถุดิบที่แบบใดที่จะนำมาประกอบอาหารแล้วจะได้อาหารที่มีคุณภาพดีที่บริโภคแล้วจะมีประโยชน์ต่อร่างกาย และจะไม่เลือกซื้ออาหารที่สำเร็จรูปเนื่องจากไม่สามารถเลือกสรรวัตถุดิบที่ตนเองคิดว่าดีที่สุดได้ เพราะอาหารเหล่านี้ผู้ขายเป็นผู้เลือกไว้แล้ว

ซึ่งยอมรับตามสมมติฐานที่ 3 ที่ว่า ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับ โภชนาการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สุนีย์ (2542) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนิสิตปีที่ 1 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พบว่า ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนิสิต ($r = 0.156$) และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ศักดิ์อนันต์ (2558) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในเขตอำเภอเมืองชุมพร สรุปผลการศึกษา นักเรียนกลุ่มตัวอย่างในเขตอำเภอเมืองชุมพร จังหวัดชุมพร มีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารมาก ส่งผลทำให้ความรู้และเจตคติในการบริโภคอาหารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารในระดับสูง



บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ โดยมีจุดมุ่งหมาย 1) ศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ 2) ศึกษาระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ 3) ศึกษาระดับความรู้เกี่ยวกับโภชนาการของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ 4) ศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ และ 5) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ การสรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

5.1 สรุปผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ สรุปผลดังนี้

5.1.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์

กลุ่มตัวอย่าง คือ ข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ ณ เดือนธันวาคม พ.ศ. 2558 จำนวน 134 คน จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 52.99 และเพศชาย จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 47.01 มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี มากที่สุด จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 43.28 รองลงมา คือ มีอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 24.63 ในขณะที่อายุ 41-50 ปี และอายุมากกว่า 50 ปี มีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ 21 และ 22 คน คิดเป็นร้อยละ 15.67 และ 16.42 ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 52.99 รองลงมา คือ โสด จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 40.29 และหย่าร้าง และหม้าย จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.72 ทั้งนี้ส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 51.49 รองลงมา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 38.06 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 10.45 มีชั้นยศระดับจ่าสิบเอก/พันจ่าเอก/พันจ่าอากาศเอกมากที่สุด จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 53.73 รองลงมา คือ ระดับสิบเอก จ่าเอก และจ่าอากาศเอก จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 17.16 ระดับจ่าสิบโท/พันจ่าโท/พันจ่าอากาศโท จำนวนน้อยที่สุด คือ 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.23 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 58.96 รองลงมา คือ 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 19.40 ส่วนผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.71 โดยส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ

64.18 รองลงมา คือ 1-2 คน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 26.12 ส่วนผู้ที่มีสมาชิกในครอบครัวมากกว่า 4 คน มีเพียง 13 คน คิดเป็นร้อยละ 9.70 ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 45.52 รองลงมา คือ ภาคกลาง จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 26.87 ภาคเหนือ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 14.18 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 8.21 ภาคตะวันออก จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.23 และภาคใต้มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.99

5.1.2 ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์

จากผลการศึกษาพบว่า ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ พบว่า โดยรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.163 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.566 ซึ่งมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยด้านคุณภาพของอาหารมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุด มีค่าเท่ากับ 4.382 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.674 ซึ่งมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยอื่น ๆ รองลงมาคือปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 4.319 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.683 ส่วนปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพของร้านมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นน้อยที่สุดเท่ากับ 3.976 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.648 มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกับปัจจัยอื่น ๆ

5.1.3 ระดับความรู้เกี่ยวกับโภชนาการของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่ตอบคำถามถูก 3 ลำดับแรกมากที่สุดคือ ข้อคำถามที่ 1 เราควรดูฉลากก่อนตัดสินใจซื้ออาหารเสมอ จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 97.76 รองลงมา คือ ข้อคำถามที่ 3 เราควรเลือกซื้ออาหารกระป๋อง ที่ไม่บูบหรือเน่า และไม่มีกลิ่นจำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 97.01 และลำดับสามคือ ข้อคำถามที่ 14 นมเป็นเครื่องดื่มที่ทำให้กระดูกแข็งแรง จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 95.52 ส่วนข้อคำถามที่ตอบถูกน้อยที่สุด 3 ลำดับแรกคือ ข้อคำถามที่ 13 วิตามินบี 2 มักพบมากในอาหารประเภทไข่และนม จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 26.12 รองลงมา คือ ข้อคำถามที่ 5 การเลือกซื้ออาหารเราควรต้องคำนึงถึงความประหยัดเป็นอันดับแรก จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 52.24 และลำดับสามคือ ข้อคำถามที่ 6 เราควรเลือกซื้อผักที่ใบมีสีเขียวสด ไม่มีร่องรอยหรือรูที่เกิดจากแมลง จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 61.19 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาคะแนนระดับความรู้เกี่ยวกับโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่มีความรู้ด้านโภชนาการอยู่ในระดับ ดีมาก จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 52.24 รองลงมา คือ ระดับดี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 27.61 ในขณะที่มีผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้เกี่ยวกับโภชนาการอยู่ในระดับต่ำกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ อยู่เพียง 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทั้งหมดมีความรู้เกี่ยวกับโภชนาการสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ

5.1.4 พฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์

จากผลการศึกษา พฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์ จำแนกตามพฤติกรรมรายด้าน พบว่า

5.1.4.1 ประเภทอาหารที่เลือกซื้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เลือกซื้ออาหารสด จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 43.28 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกซื้ออาหารสำเร็จรูป และอาหารพร้อมปรุง/อาหารกระป๋อง มีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน คือ 37 และ 39 ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 27.62 และ 29.10 ตามลำดับ

5.1.4.2 ความถี่ในการซื้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่เลือกซื้ออาหาร 3 - 4 ครั้ง และ 5 - 6 ครั้งต่อสัปดาห์มีจำนวนที่เท่ากัน คือ 42 คน คิดเป็นร้อยละ 31.34 รองลงมา คือ 1 - 2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 24.63 ที่เหลือ 17 คน เลือกซื้ออาหารวันละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.69 ตามลำดับ

5.1.4.3 จำนวนมื้ออาหารที่บริโภคในหนึ่งวัน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่รับประทานอาหาร 3 มื้อต่อวัน จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 67.91 ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่รับประทานอาหาร 1 - 2 มื้อ และมากกว่า 3 มื้อต่อวัน มีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน คือ 24 และ 19 คน คิดเป็นร้อยละ 17.91 และ 14.18 ตามลำดับ

5.1.4.4 วันที่ซื้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่ซื้ออาหารทุกวัน โดยมี จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 55.97 รองลงมา คือ เลือกซื้ออาหารวันเสาร์ - อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 28.36 ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้ออาหารในวันจันทร์ - ศุกร์ เพียง 21 คน คิดเป็นร้อยละ 15.67 ตามลำดับ

5.1.4.5 เวลาที่ซื้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เลือกซื้ออาหารช่วงเย็น จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 56.72 ช่วงเช้า และช่วงกลางวันมีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน คือ 27 และ 31 คน คิดเป็นร้อยละ 20.15 และ 23.13 ตามลำดับ

5.1.4.6 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยในการเลือกซื้ออาหารต่อครั้งอยู่ระหว่าง 51 - 100 บาท จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 40.30 รองลงมา มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเลือกซื้ออาหารต่อครั้งมากกว่า 150 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 31.34 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเลือกซื้ออาหารต่อครั้งต่ำกว่าหรือเท่ากับ 50 บาท มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8.96 ตามลำดับ

5.1.4.7 สถานที่เลือกซื้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เลือกซื้ออาหารจากตลาดสด และร้านอาหาร มีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน คือ 46 และ 41 คน คิดเป็นร้อยละ 34.33 และ 30.60 ตามลำดับ ในขณะที่ซื้ออาหารจากซูเปอร์มาเก็ต และแผงลอย รถเข็น หรือร้านอาหารในเต็นท์ มีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน คือ 21 และ 26 คน คิดเป็นร้อยละ 15.67 และ 19.40 ตามลำดับ

5.1.4.8 บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เลือกซื้ออาหารตามความต้องการของตนเอง จำนวนสูงถึง 72 คน คิดเป็น 53.73 รองลงมา คือ สามี/ภรรยา จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 22.39 และบุตร/หลาน จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 14.18 ในขณะที่พ่อ/แม่ มีอิทธิพลน้อยที่สุด ซึ่งมีเพียง 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.73 ตามลำดับ

5.1.4.9 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ คือ เลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพที่ดี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 45.52 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านราคา และรายได้ จำนวน 19 คน และ 18 คน คิดเป็นร้อยละ 14.18

และ 13.43 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านตามค่านิยมในขณะนั้น และด้านอื่น ๆ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด

5.1.5 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์

จากผลการศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์ เป็นดังนี้

5.1.5.1 จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 เพื่อทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารโดยใช้สถิติ Chi-Square พบว่า

1) ลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 (มีค่า Chi-square เท่ากับ 20.699 และ Sig. เท่ากับ 0.002) ด้านแหล่งในการเลือกซื้ออาหาร (มีค่า Chi-square เท่ากับ 13.080 และ Sig. เท่ากับ 0.042) ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้ออาหาร (มีค่า Chi-square เท่ากับ 16.425 และ Sig. เท่ากับ 0.037) รวมทั้งด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหาร (มีค่า Chi-square เท่ากับ 22.130 และ Sig. เท่ากับ 0.036)

2) ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านสถานที่เลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 (มีค่า Chi-square เท่ากับ 21.644 และ Sig. เท่ากับ 0.001)

3) ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านชั้นยศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านค่าเฉลี่ยในการเลือกซื้ออาหารต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 (มีค่า Chi-square เท่ากับ 28.800 และ Sig. เท่ากับ 0.017)

4) ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านวันที่เลือกซื้ออาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 (มีค่า Chi-square เท่ากับ 17.252 และ Sig. เท่ากับ 0.008)

5) ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านจำนวนมื้ออาหารที่รับประทานต่อวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (มีค่า Chi-square เท่ากับ 18.475 และ Sig. เท่ากับ 0.047)

6) ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการเลือกซื้ออาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 (มีค่า Chi-square เท่ากับ 14.304 และ Sig. เท่ากับ 0.026)

7) ลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศ และอายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านใดเลย

ซึ่งยอมรับตามสมมติฐานที่ 1 ที่ว่า ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร

5.1.5.2 จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 เพื่อทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร โดยใช้สถิติ Chi-Square พบว่า

1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านคุณภาพอาหารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้ออาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 (มีค่า Chi-square เท่ากับ 30.136 และ Sig. เท่ากับ 0.000)

2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านคุณภาพอาหารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านปัจจัยการตัดสินใจในการเลือกซื้ออาหาร (มีค่า Chi-square เท่ากับ 23.121 และ Sig. เท่ากับ 0.027) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะกายภาพของร้านและราคาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านใดเลย

ซึ่งยอมรับตามสมมติฐานที่ 2 ที่ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร

5.1.5.3 จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 เพื่อทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับโภชนาการกับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร โดยใช้สถิติ Chi-Square พบว่า

1) ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านช่วงเวลาในการเลือกซื้ออาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 (มีค่า Chi-square เท่ากับ 20.700 และ Sig. เท่ากับ 0.008)

2) ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านสถานที่ในการเลือกซื้ออาหาร (มีค่า Chi-square เท่ากับ 21.757 และ Sig. เท่ากับ 0.040) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ซึ่งยอมรับตามสมมติฐานที่ 3 ที่ว่า ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับโภชนาการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์ ผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่ได้จากการศึกษา ดังนี้

5.2.1 ข้อเสนอแนะทั่วไปที่ได้จากการศึกษา

5.2.1.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการเลือกซื้ออาหาร ด้านแหล่งในการเลือกซื้ออาหาร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้ออาหาร รวมทั้งด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหาร จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวมากจะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการเลือกซื้ออาหารสูง จึงเลือกซื้ออาหารจากตลาดสดเพื่อนำมาประกอบอาหารกินเองภายในครัวเรือน เนื่องจากราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับซื้อจากแหล่งซื้ออาหารแหล่งอื่น และกลุ่มตัวอย่างจะเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้ออาหาร โดยจะเลือกซื้ออาหารที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อสุขภาพของตนเองและครอบครัวมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นการจำหน่ายอาหารที่คุณภาพดี มีคุณประโยชน์เป็นอาหารเพื่อสุขภาพ ในราคาที่ไม่แพงและควรเพิ่มปริมาณเพื่อให้ผู้บริโภคเห็นว่าเหมาะสมกับราคา ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร

ด้านสถานที่เลือกซื้อ จากการศึกษา พบว่า กลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงจะเลือกซื้ออาหารจากตลาดสด เพื่อนำมาประกอบอาหารเอง เนื่องจากเป็นผู้มีความรู้จึงสามารถแยกแยะได้ว่าอาหารประเภทใดที่ควร จะบริโภคและอาหารประเภทใดบริโภคแล้วส่งผลดีต่อร่างกาย ดังนั้นผู้ประกอบการควรจะให้ความรู้ เพิ่มเติมแก่ผู้บริโภคในเรื่องการเลือกซื้ออาหารอย่างไรที่จะได้อาหารคุณภาพดีที่สุด เมื่อผู้บริโภคได้ ศึกษาและพิจารณาแล้วจะได้เป็นการเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับการเลือกบริโภค ว่าจะต้องได้อาหารที่ดี อย่างแน่นอน ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านชั้นยศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารด้าน ค่าเฉลี่ยในการเลือกซื้ออาหารต่อครั้ง จากการศึกษา พบว่า ระดับชั้นยศสูงจะมีค่าเฉลี่ยในการเลือกซื้อ อาหารต่อครั้งสูงไปด้วย เนื่องจากกลุ่มนี้มีรายได้สูงจึงมีกำลังซื้อที่สูงตามไปด้วย ถึงแม้กลุ่มนี้จะมีรายได้ สูงแต่ก็มีรายจ่ายสูงเช่นกัน รายได้จึงอาจไม่มากพอที่จะใช้จ่ายอย่างฟุ่มเฟือย ในการเลือกบริโภคจะ พิจารณาจากความคุ้มค่าและความจำเป็นเป็นหลัก ดังนั้นผู้ประกอบการควรเลือกผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ ผู้บริโภครู้สึกถึงความคุ้มค่ากับเงินที่ต้องเสียไป ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมี ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านวันที่เลือกซื้ออาหาร จากการศึกษา พบว่า กลุ่มที่มี รายได้สูงจะเลือกซื้ออาหารทุกวัน ผู้ประกอบการควรเน้นที่ความสดใหม่ และความหลากหลายของ อาหาร เพื่อให้กระตุ้นให้เกิดการมาซื้อซ้ำ ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านภูมิลำเนาที่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านจำนวนมื้ออาหารที่รับประทานต่อวัน จากการศึกษา พบว่า กลุ่มที่มี ภูมิลำเนาในตัวเมืองมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารจำนวน 3 มื้อต่อวัน เนื่องจากชีวิตความเป็นอยู่ของ สังคมเมืองเต็มไปด้วยความเร่งรีบ ผู้ประกอบการจึงควรเลือกผลิตภัณฑ์ที่สามารถบริโภคได้ง่าย ไม่ต้อง ยุ่งยาก และรวดเร็ว ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภค อาหารด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการเลือกซื้ออาหาร จากการศึกษา พบว่า กลุ่มที่มีสถานภาพสมรส มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งที่สูงกว่ากลุ่มอื่น เนื่องจากแหล่งที่มาจากรายได้มีมากกว่ากลุ่มอื่น ดังนั้น ผู้ประกอบการควรเลือกผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการได้ทั้งครอบครัว และมีปริมาณที่ เหมาะสม

5.2.1.2 จากผลการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านคุณภาพอาหารมี ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้ออาหารและปัจจัย การตัดสินใจในการเลือกซื้ออาหาร จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับคุณภาพ อาหารอย่างมาก มีตัวเองเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้ออาหาร และการมีสุขภาพดีเป็นปัจจัยการ ตัดสินใจในการเลือกซื้ออาหาร ดังนั้นกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับคุณภาพอาหารและจะให้ความสำคัญ กับสุขภาพของตนเองและครอบครัวเป็นพิเศษ

5.2.1.3 ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ด้านช่วงเวลาในการเลือกซื้ออาหารและสถานที่ในการเลือกซื้ออาหาร จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้เกี่ยวกับโภชนาการสูงจะเลือกซื้ออาหารในช่วงเย็น และเลือกซื้อที่ตลาดสด ผู้ประกอบการจึงควรเลือกผลิตภัณฑ์ที่คุณภาพดี สดใหม่ มีความหลากหลาย และส่งเสริมการให้ความรู้ เพิ่มเติมแก่ผู้บริโภคกลุ่มนี้ด้วย อาจจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการขายในช่วงเย็นจะได้ตรงกับเวลาการ เลือกซื้ออาหารกลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้

5.2.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากในปัจจุบันพฤติกรรมกรรมการบริโภคมมีความหลากหลายและมีความแตกต่างกันในแต่ละกลุ่มประชากร ซึ่งอาจขึ้นอยู่กับปัจจัยพื้นฐานทางครอบครัวและสังคมที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งมีข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคตดังนี้

5.2.2.1 ควรมีการศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคของข้าราชการชั้นสัญญาบัตรและข้าราชการที่ทำงานในพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อทราบถึงพฤติกรรมโดยรวมของผู้บริโภคในบริเวณนั้น เพื่อให้ง่ายในการศึกษาความเป็นไปได้ของผู้ประกอบการ และสามารถประเมินกลุ่มลูกค้าได้ชัดเจนขึ้น

5.2.2.2 ทำการศึกษากลุ่มผู้บริโภคกลุ่มที่มีความรู้ทางโภชนาการระดับต่ำ ควรเน้นให้ความรู้ทางโภชนาการให้กับกลุ่มนี้ เพื่อนำผลที่ได้มาพัฒนา ส่งเสริม เพื่อนำไปสู่การบริโภคที่ดีมีคุณภาพและยังส่งผลให้ผู้บริโภคกลุ่มนี้มีสุขภาพที่ดีอีกด้วย



เอกสารอ้างอิง

- กรรณิการ์ นิตติภัยธรรม. 2547. “ปัจจัยที่มีผลต่อการพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. 2557. ข้อมูลการจดทะเบียนนิติบุคคล ครึ่งปีแรก. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : http://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2557/26_2014T2.pdf.2557.
- กรมราชองครักษ์. 2557. ภารกิจกรมราชองครักษ์. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : <http://www.radc.go.th/index.php/th/2013-09-10-07-05-28>.
- กฤษฎา โสมนะพันธุ์ และ กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. 2556. “แรงจูงใจในการรับประทานอาหารไทยนอกบ้านของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล.” การเงินการลงทุน การตลาดและการบริหารธุรกิจ. 3, 4 : 695 - 714.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544. การวิเคราะห์สถิติเพื่อการตัดสินใจ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- คุณาสิริ เกตุปมา. 2548. “ความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. (ภาควิชาพัฒนามนุษย์และสังคม).บัณฑิตวิทยาลัย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เจริญศรี จันทร์. 2548. “ภาวะโภชนาการ พฤติกรรมการบริโภคอาหาร และปัจจัยที่เกี่ยวข้องของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นในจังหวัดสุราษฎร์ธานี.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ขวลิต รัตนกุล และคณะ. 2544. กินอย่างไรห่างไกลโรควัยทอง. ใน คู่มือคนรักสุขภาพกินเพื่อสุขภาพ. สมาคมเภสัชกรรมโรงพยาบาล (ประเทศไทย), กรุงเทพฯ.
- ชิตชนก กัณกุล. 2548. “พฤติกรรม การบริโภคอาหารของนักเรียน ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ในโรงเรียนพาณิชยการสุโขทัย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. (สาขาวิชาสุศึกษา). บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. 2546. เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- ฐิติภัทท์ ศรีวิไลหนต์ และ อธิกร ขำเดช. 2555. “ความพึงพอใจในการเลือกใช้อาหารนอกบ้านในเขตกรุงเทพมหานคร.” การเงินการลงทุนการตลาดและการบริหารธุรกิจ. 2,4 : 51 - 66.
- ธนากร ทองประยูร. 2546. “พฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยของรัฐ ศึกษาเฉพาะในกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. (ภาควิชาคหกรรมศาสตร์). บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- นฤมล นิราทร. 2548. “หาบเร่แผงลอยอาหาร ความสำเร็จและตัวบ่งชี้.” มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ. (อัดสำเนา)
- บพิตร เกาภูริระ. 2532. “การพัฒนาคุณภาพชีวิต.” **ไทยรัฐ**. (13 ธันวาคม) : 5.
- ประสงค์ แสงพ่ายพ. 2531. **การบริการอาหารและเครื่องดื่ม**. มหาวิทยาลัยรามคำแหง,
กรุงเทพฯ.
- ผ่องพรรณ ตรียมงคลกุล และ สุภาพ ฉัตรภรณ์. 2545. **การออกแบบการวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 4.
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- พรพันธุ์ บุญยรัตพันธุ์, อังสนา บุญธรรม, มันทนา ประทีประเสน, ชรินทร์ เจริญกุล, กุลยา
นาคสวัสดิ์ และชลิรัตน์ ติเรกวัฒนชัย. 2548. **การศึกษาเครื่องชี้วัดคนไทยสุขภาพดี**.
คณะสาธารณสุขศาสตร์ และคณะแพทยศาสตร์.
- รัชนิวรรณ วัฒนปริญญา และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. 2556 “การตัดสินใจเลือกใช้บริการ
ร้านอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.” **การตลาดและการสื่อสาร**.
1, 2 : 317 - 333.
- รุ่งฤดี มุสิกสาร. 2545. “ปัจจัยในการเลือกใช้บริการร้านอาหารไทย ศึกษาเฉพาะกรณีศึกษา
ร้านอาหารในเครือภัตตาคาร ในห้างสรรพสินค้าดิเอ็มโพเรียม.” การศึกษาค้นคว้า
อิสระ. คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ศิริลักษณ์ สีนธวาลัย. 2544. **หลักโภชนาการ**. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2538. **พฤติกรรมผู้บริโภค**. พัฒนาการศึกษา, กรุงเทพฯ.
- เศรษฐกิจติดดิน บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด. 2556. “ธุรกิจร้านอาหารยังแรง.” **ข่าวสด**.
(19 กรกฎาคม 2556) : 9.
- สถาบันวิจัยโภชนาการ. 2527. **พฤติกรรมการกินของคนไทย**. มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพฯ.
- สละ ชูจงกล, ลีลานุช สุเทพารักษ์ และ ชัยเลิศ กิ่งแก้วเจริญชัย. 2539. **การศึกษาทัศนคติของ
บุคลากรในกระทรวงสาธารณสุขต่อการเลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จ**. โรงพิมพ์องค์การ
สงเคราะห์ทหารผ่านศึก, กรุงเทพฯ.
- สายชล บุญศิริเอื้อเฟื้อ. 2546. “การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม
การบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงาน ย่านสีลมเขตกรุงเทพมหานคร.”
การศึกษาค้นคว้าอิสระ. (ภาควิชาศึกษาศาสตร์). บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ.
- สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ. 2556. **คู่มือวิชาการสุขาภิบาลอาหารสำหรับเจ้าหน้าที่**.
กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข, นนทบุรี.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

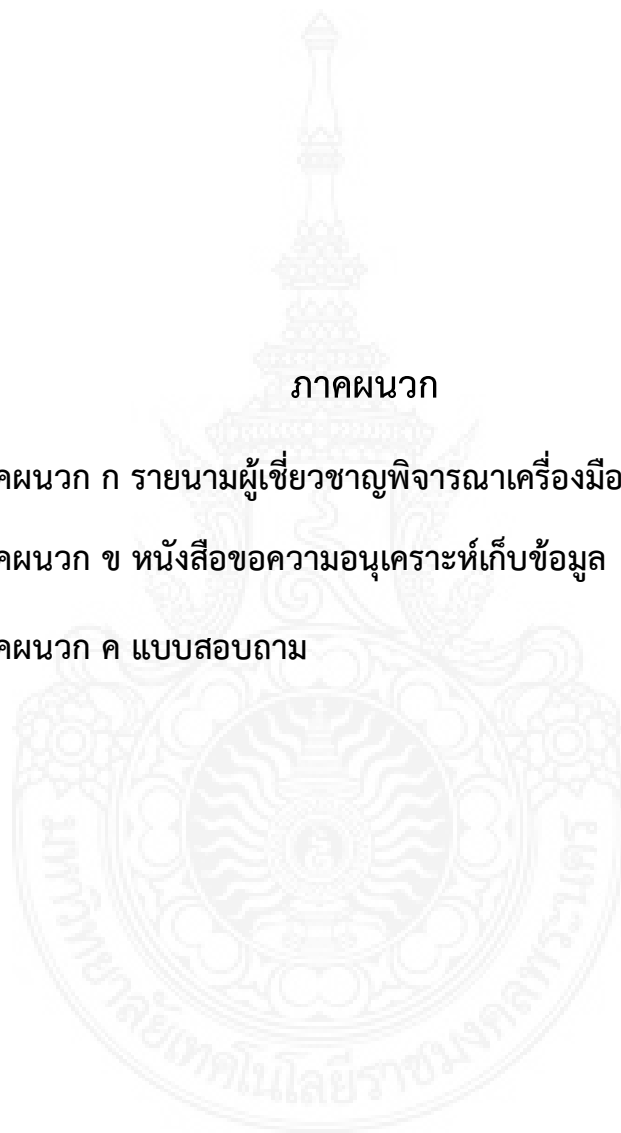
- สิริกัญญ์ แก้วพรหม. 2549. “พฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารตามสุขบัญญัติแห่งชาติ ของนักเรียน ประถมศึกษาปีที่ 6 อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช.” ปรินญาณิพนธ์. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุดาดวง เรืองรุจิระ. 2543. **หลักการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 9. สำนักพิมพ์ประกายพริก, กรุงเทพฯ.
- สุนันท์ธนา แสนประเสริฐ และ ศรีปราชนีย์ บุญนำมา. 2536. **สภาวะทางสุขาภิบาลอาหาร แผลงลอยจำหน่ายอาหาร ศึกษาเฉพาะกรณีเขตเทศบาลตำบลพระพุทธบาท**. ศูนย์อนามัย สิ่งแวดล้อมเขต 2, สระบุรี.
- สุนีย์ โยคะกุล. 2542. “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนิสิตปีที่ 1 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. (สาขาพัฒนาสังคม). บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุภาพ ฉัตรภรณ์. 2550. **เอกสารประกอบการสอนวิชาการระเบียบวิธีวิจัยทางคหกรรมศาสตร์ ศึกษา**. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- สุรีย์ แถวเที่ยง. 2554. **การสุขาภิบาลและความปลอดภัยในอาหาร**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ
- สุวัฒนา ลิ้มยุ่นทรง. 2550. “พฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารของคนไทยเชื้อสายกระเหรี่ยง อำเภอ สวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. (ภาควิชาจิตวิทยาและการแนะแนว). บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศิลปกร.
- อมรศรี ต้นพิพัฒน์, ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์ และ สมใจ ธนปัญญากุล. 2544. “ปัจจัยที่มีผลต่อ พฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร.” **เกษตรพระจอมเกล้า**. 19,3 : 23 - 36.
- อุมาพร ทองคำ. 2546. “พฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารไทยในเขต กรุงเทพมหานคร.” การศึกษาค้นคว้าอิสระ. คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยรังสิต.
- Armstrong, G. and Kotler, P. (2003). **Marketing and Introduction**. 7th ed. Upper Saddle River, NJ. Prentice Hall.
- Best and Kahn James V. 1993. **Research in education**. 7th ed. Allyn and Bacon, Boston.
- Kotler, Phillip & Amstrong Gary. 2004. **Principle of Marketing**. 10th edition. Prentice Hall New, Jersey.
- Ladki, S.M. 1994. “Consumer Involvement in Ethnic Restaurant : A Measure of Satisfaction/Dissatisfaction,” **Dissertation Abstracts International**. 51,1 : 115-A

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก รายงานผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือและหนังสือเชิญ

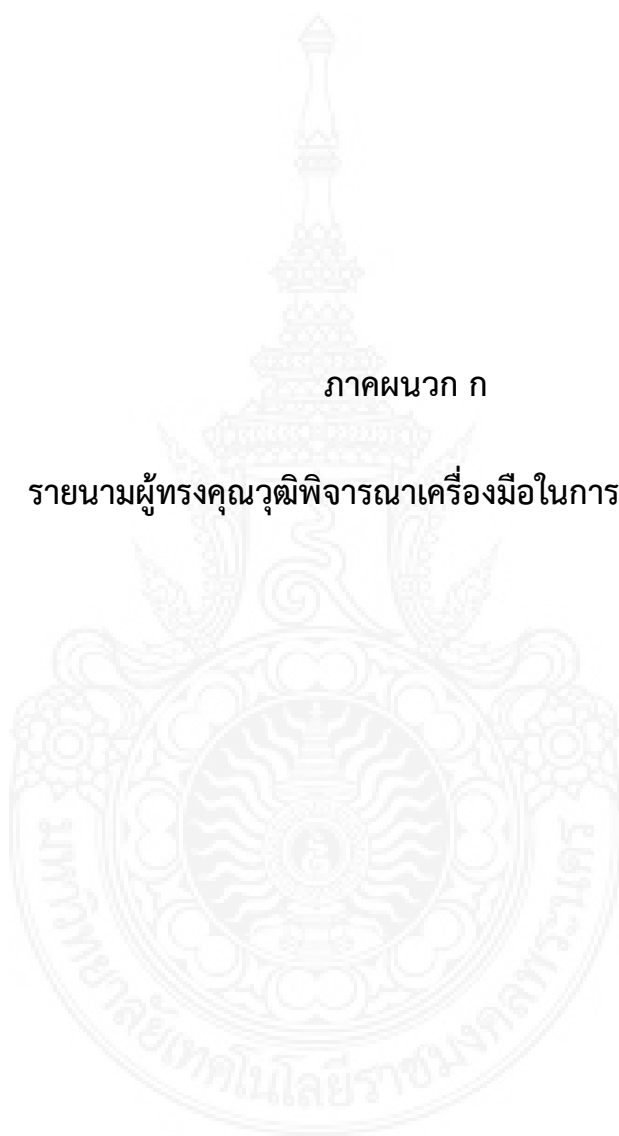
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูล

ภาคผนวก ค แบบสอบถาม



ภาคผนวก ก

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือในการศึกษา



รายนามผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือ

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รชพร จันทร์สว่าง
ตำแหน่ง อาจารย์ประจำ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
สถานที่ทำงาน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
2. คุณมณฑา บัวเกิด
ตำแหน่ง พยาบาลวิชาชีพชำนาญการพิเศษ
สถานที่ทำงาน กลุ่มศูนย์บริการสาธารณสุขที่ 4 และหน่วยงานศูนย์บริการสาธารณสุข 38
จี้ด – ทองคำ บำเพ็ญ สำนักอนามัย กรุงเทพมหานคร
3. พันโทหญิงนิลภา สุขเจริญ
ตำแหน่ง หัวหน้าหอผู้ป่วยศัลยกรรม 12/1
สถานที่ทำงาน โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า
4. พันโทหญิง แพทย์หญิงสิริกานต์ เตชะวณิช
ตำแหน่ง หัวหน้าแผนกโภชนาการ กองอายุรกรรม
สถานที่ทำงาน โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า
5. คุณจันจิรา ประภาภรณ์
ตำแหน่ง นักกำหนดอาหาร แผนกโภชนศาสตร์คลินิก กองอายุรกรรม
สถานที่ทำงาน โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า



ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/ ๑๗๑๖



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๑๑ สิงหาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รชพร จันทร์สว่าง

ด้วยนางสาวรภัสสา วังบรรพตดำรง รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๖๗๐๗๐๖๕๐๕-๕ นักศึกษา
ระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์
ในหัวข้อ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์
โดยมี ศาสตราจารย์ ดร.อมรรัตน์ เจริญชัย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและคุณสมบัติ
เหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นางสาวรภัสสา วังบรรพตดำรง จักเป็นพระคุณยิ่ง
และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร กี่อารีโย)
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘ ๔๔๕๘ ๗๕๑๖



ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/๑๗/๒๑

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๑๒ สิงหาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณมณฑา บัวเกิด

ด้วยนางสาวรภัสสา ว่างบรรพตดำรง รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๖๗๐๗๐๖๕๐๕-๕ นักศึกษา
ระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์
ในหัวข้อ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์
โดยมี ศาสตราจารย์ ดร.อมรรัตน์ เจริญชัย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและคุณสมบัติ
เหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นางสาวรภัสสา ว่างบรรพตดำรง จักเป็นพระคุณยิ่ง
และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชฎาภัทร์ กี่อารีโย)
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘ ๔๔๕๘ ๗๕๑๖



ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/๑๗/๑๖

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๑๑ สิงหาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน พันโทหญิงนิลภา สุขเจริญ

ด้วยนางสาวรภัสสา วังบรรพตดำรง รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๖๗๐๗๐๖๕๐๕-๕ นักศึกษา
ระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์
ในหัวข้อ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์
โดยมี ศาสตราจารย์ ดร.อมรรัตน์ เจริญชัย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและคุณสมบัติ
เหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นางสาวรภัสสา วังบรรพตดำรง จักเป็นพระคุณยิ่ง
และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชฎาภัทร์ กี่อารีโย)
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘ ๔๔๕๘ ๗๕๑๖

ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/๑๗/๑๖



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๑๑ สิงหาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน พันโทหญิง แพทย์หญิงสิริกานต์ เดชะวงษ์

ด้วยนางสาวรภัสสา วังบรรพตดำรง รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๖๗๐๗๐๖๕๐๕-๕ นักศึกษา
ระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์
ในหัวข้อ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์
โดยมี ศาสตราจารย์ ดร.อมรรัตน์ เจริญชัย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและคุณสมบัติ
เหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นางสาวรภัสสา วังบรรพตดำรง จักเป็นพระคุณยิ่ง
และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ ก่อาริโย)
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘ ๔๔๕๘ ๗๕๑๖

ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/๐๓๑๒



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๑๑ สิงหาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณจันทิรา ประภาภรณ์

ด้วยนางสาวรภัสสา วังบรรพตดำรง รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๖๗๐๗๐๖๕๐๕-๕ นักศึกษา
ระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์
ในหัวข้อ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์
โดยมี ศาสตราจารย์ ดร.อมรรัตน์ เจริญชัย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและคุณสมบัติ
เหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นางสาวรภัสสา วังบรรพตดำรง จักเป็นพระคุณยิ่ง
และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ กีอาริโย)
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

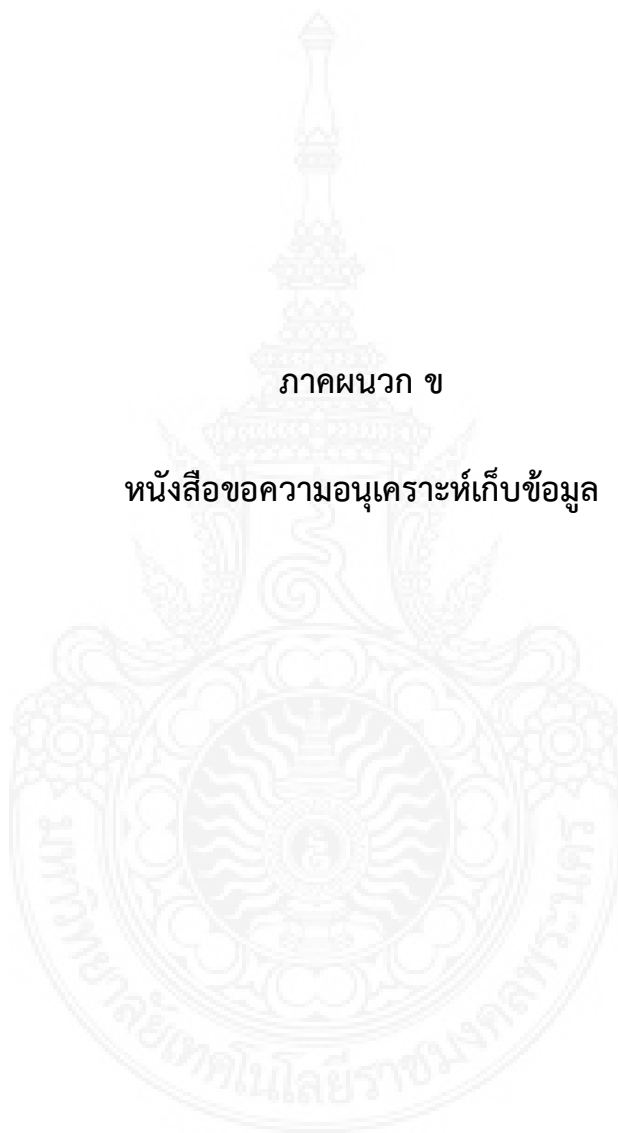
โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘ ๔๔๕๘ ๗๕๑๖

ภาคผนวก ข

หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูล



ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๗/๑๙๕๑



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐
ตุลาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขออนุญาตเก็บข้อมูลเพื่อพัฒนาเครื่องมือวิจัย
เรียน สมุหราชองครักษ์

ด้วยนางสาวรภัสสา วังบรรพตดำรง รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๖๗๐๗๐๖๕๐๕-๕ นักศึกษา
ระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์
ในหัวข้อ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์
โดยมี ศาสตราจารย์ ดร.อมรรัตน์ เจริญชัย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ขออนุญาต
จากท่านโปรดพิจารณาให้ นางสาวรภัสสา วังบรรพตดำรง เข้าเก็บข้อมูลในการทำวิทยานิพนธ์ เพื่อพัฒนา
เครื่องมือวิจัย โดยใช้แบบสอบถาม ในหัวข้อ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน
สังกัดกรมราชองครักษ์ กับกลุ่มข้าราชการประทวน จำนวน ๓๐ คน ในช่วงเดือนตุลาคม ๒๕๕๘
ณ กรมราชองครักษ์ สวนจิตรลดา ถนนราชวิถี แขวงจิตรลดา เขตดุสิต กรุงเทพฯ จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความ
ขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร กี่อารีโย)
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘ ๔๔๕๘ ๗๕๑๖



ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/๑๙๙๔

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๒

พฤศจิกายน ๒๕๕๘

เรื่อง ขอบขออนุญาตเก็บข้อมูลการทำวิทยานิพนธ์

เรียน สมุหราชองครักษ์

ด้วยนางสาวรภัสสา วังบรรพตดำรง รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๖๗๐๗๐๖๕๐๕-๕ นักศึกษา
ระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์
ในหัวข้อ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรมราชองครักษ์
โดยมี ศาสตราจารย์ ดร.อมรรัตน์ เจริญชัย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ขอบขออนุญาต
จากท่านโปรดพิจารณาให้ นางสาวรภัสสา วังบรรพตดำรง เข้าเก็บข้อมูลในการทำวิทยานิพนธ์ โดยใช้
แบบสอบถาม ในหัวข้อ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวนสังกัดกรม
ราชองครักษ์ กับกลุ่มข้าราชการประทวน จำนวน ๑๕๙ คน ในช่วงเดือนพฤศจิกายน ๒๕๕๘ ณ กรมราชองครักษ์
สวนจิตรลดา ถนนราชวิถี แขวงจิตรลดา เขตดุสิต กรุงเทพฯ จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ
โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ กี่อารีโย)

คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘ ๔๔๔๘ ๗๕๑๖

ภาคผนวก ค

แบบสอบถาม



แบบสอบถาม

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาโท เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของข้าราชการชั้นประทวน สังกัดกรมราชองครักษ์
2. แบบสอบถามฉบับนี้มีทั้งหมด 4 ส่วน ดังนี้

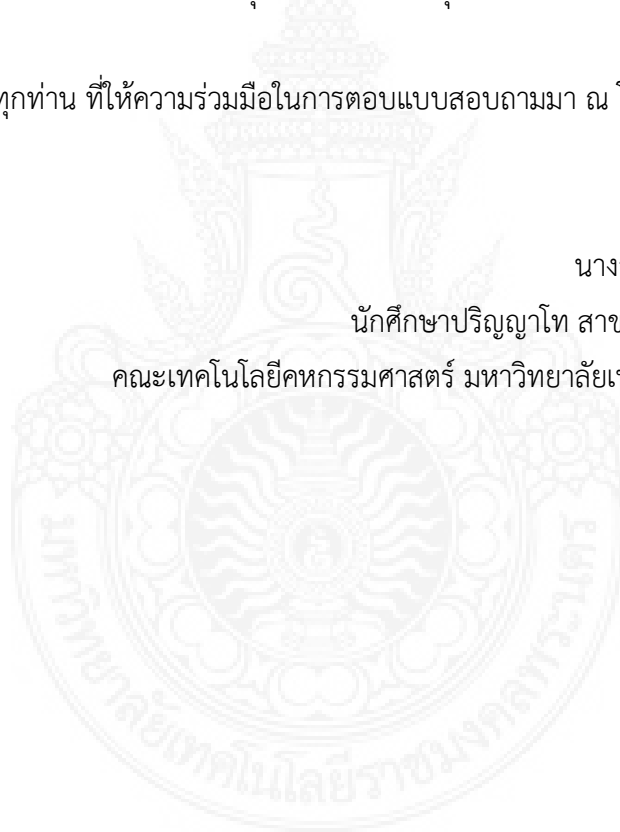
ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	8 ข้อ
ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	16 ข้อ
ส่วนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ	17 ข้อ
ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการบริโภคอาหาร	9 ข้อ
3. โปรดตอบแบบสอบถามให้ครบทุกตอน และตอบทุกข้อตามความเป็นจริง

ขอบคุณทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

นางสาวรภััสสา วังบรรพตดำรง

นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาอาหารและโภชนาการ

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง ให้ใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน ตามความเป็นจริงเพียงคำตอบเดียว

1. เพศ

<input type="checkbox"/> 1. ชาย	<input type="checkbox"/> 2. หญิง
---------------------------------	----------------------------------
2. อายุ

<input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 30 ปี	<input type="checkbox"/> 2. 31 - 40 ปี	<input type="checkbox"/> 3. 41 - 50 ปี
<input type="checkbox"/> 4. มากกว่า 50 ปี		
3. สถานภาพสมรส

<input type="checkbox"/> 1. โสด	<input type="checkbox"/> 2. สมรส	<input type="checkbox"/> 3. หย่าร้าง/หม้าย
---------------------------------	----------------------------------	--
4. ระดับการศึกษา

<input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> 2. ปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> 3. สูงกว่าปริญญาตรี
--	---------------------------------------	--
5. วิชาชีพปัจจุบัน

<input type="checkbox"/> 1. สิบตรีจำอากาศตรี/จำตรี/
<input type="checkbox"/> 2. สิบโทจำอากาศโท/จำโท/
<input type="checkbox"/> 3. สิบเอกจำอากาศเอก/จำเอก/
<input type="checkbox"/> 4. จำสิบตรีพันจำอากาศตรี/พันจำตรี/
<input type="checkbox"/> 5. จำสิบโทพันจำอากาศโท/พันจำโท/
<input type="checkbox"/> 6. จำสิบเอกพันจำอากาศเอก/พันจำเอก/
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว

<input type="checkbox"/> 1. ไม่เกิน 10,000 บาท	<input type="checkbox"/> 2. 20,001 – 30,000 บาท
<input type="checkbox"/> 3. 30,001 – 40,000 บาท	<input type="checkbox"/> 4. มากกว่า 40,000 บาท
7. จำนวนสมาชิกในครอบครัวมีกี่คน (รวมทั้งผู้ตอบแบบสอบถาม)

<input type="checkbox"/> 1 – 2 คน	<input type="checkbox"/> 3 – 4 คน	<input type="checkbox"/> มากกว่า 4 คน
-----------------------------------	-----------------------------------	---------------------------------------
8. ภูมิลำเนา

<input type="checkbox"/> 1. กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	<input type="checkbox"/> 2. ภาคเหนือ
<input type="checkbox"/> 3. ภาคกลาง	<input type="checkbox"/> 4. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
<input type="checkbox"/> 5. ภาคตะวันออก	<input type="checkbox"/> 6. ภาคใต้

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

คำชี้แจง ในการเลือกซื้ออาหารรับประทาน ท่านให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านลักษณะทางกายภาพของร้าน คุณภาพอาหารและราคา มากน้อยเพียงใด โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความสำคัญของท่านมากที่สุด

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพของร้าน					
1. ขนาดของร้าน					
2. จำนวนสาขา					
3. การจัดวางของ					
4. รูปแบบบรรจุภัณฑ์					
5. แสงสว่างในบริเวณร้าน					
6. ความสะอาดของร้าน					
7. ความหลากหลายของอาหาร					
8. ความสะอาดของพนักงานขาย					
ปัจจัยด้านคุณภาพของอาหาร					
9. รสชาติของอาหาร					
10. ความสดใหม่ของอาหาร					
11. ความสะอาดของอาหาร					
12. การได้รับการรับรองมาตรฐานต่างๆ เช่น clean food good taste					
ปัจจัยด้านราคา					
13. ความคุ้มค่าของราคาเมื่อเทียบกับรสชาติ					
14. ความคุ้มค่าของราคาเมื่อเทียบกับปริมาณ					
15. ความคุ้มค่าของราคาเมื่อเทียบกับประเภทอาหาร					
16. ความคุ้มค่าของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพอาหาร					

ส่วนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ

คำชี้แจง ให้ใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องท้ายข้อความหากท่านคิดว่าถูกต้อง และใส่เครื่องหมาย ✗

ลงในช่องท้ายข้อความหากท่านคิดว่าผิด

ตัวอย่าง

ข้อที่	ข้อความ	ถูก	ผิด
0.	เราควรเลือกซื้ออาหารที่ไม่ก่อให้เกิดโทษแก่ร่างกาย	✓	

หมายความว่า ท่านเลือกซื้ออาหารที่ไม่ก่อให้เกิดโทษกับร่างกายเท่านั้น คือคำตอบที่ถูกต้อง

ข้อที่	ข้อความ	ถูก	ผิด	สำหรับผู้วิจัย
1.	เราควรดูฉลากก่อนตัดสินใจซื้ออาหารเสมอ			
2.	เราควรเลือกซื้ออาหารที่ราคาแพง เพราะคุณภาพดีกว่าอาหารที่ราคาถูก			
3.	เราควรเลือกซื้ออาหารกระป๋อง ที่ไม่บูบหรือเนื้ และไม่มีกลิ่น			
4.	เราควรเลือกซื้อปลาที่มีลักษณะตาใส มีเหงือกสีสด กัดแล้วเนื้อไม่บูม			
5.	การเลือกซื้ออาหารเราควรต้องคำนึงถึงความปลอดภัยเป็นอันดับแรก			
6.	เราควรเลือกซื้อผักที่ใบมีสีเขียวสด ไม่มีร่องรอยหรือรูที่เกิดจากแมลง			
7.	เราควรเลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จจากร้านที่มีโต๊ะประกอบอาหาร สูงจากพื้น 60 ซม.ขึ้นไป			
8.	ข้าวกล้องให้คุณค่าและใยอาหารมากกว่าข้าวขาว			
9.	การรับประทานผลไม้เป็นประจำสามารถต้านการเกิดโรคมะเร็งได้			
10.	การรับประทานอาหารเช้าๆ เป็นประจำไม่มีผลเสียต่อสุขภาพ			
11.	เราควรดื่มน้ำวันละ 1 - 2 แก้ว			
12.	โรคปากนกกระจกเป็นอาการของคนที่ขาดวิตามินบี 2			
13.	วิตามินบี 2 มักพบมากในอาหารประเภทไข่และนม			
14.	นมเป็นเครื่องดื่มที่ทำให้กระดูกแข็งแรง			
15.	โรคเลือดออกตามไรฟันเป็นอาการของคนขาดวิตามินซี			
16.	วิตามินซี พบมากในอาหารประเภทผักและผลไม้			
17.	อาหารที่มีวิตามินเอในปริมาณสูง ได้แก่ ไข่ ตับ และ ผักใบเขียว			

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการบริโภคอาหาร

คำชี้แจง ให้ใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน ตามความเป็นจริงที่ท่านได้ปฏิบัติเพียงคำตอบเดียว

1. ท่านมักจะเลือกรับประทานอาหารประเภทใด

<input type="checkbox"/> 1. อาหารสำเร็จรูป	<input type="checkbox"/> 2. อาหารสด	<input type="checkbox"/> 3. อาหารพร้อมปรุง/อาหารกระป๋อง
--	-------------------------------------	---
2. ท่านเลือกซื้ออาหารสำหรับรับประทานกี่ครั้งต่อสัปดาห์

<input type="checkbox"/> 1. วันละ 1 ครั้ง	<input type="checkbox"/> 2. 1 – 2 ครั้งต่อสัปดาห์
<input type="checkbox"/> 3. 3 – 4 ครั้งต่อสัปดาห์	<input type="checkbox"/> 4. 5 – 6 ครั้งต่อสัปดาห์
3. จำนวนมื้ออาหารที่ท่านบริโภคต่อวัน

<input type="checkbox"/> 1. 1 - 2 มื้อ	<input type="checkbox"/> 2. 3 มื้อ	<input type="checkbox"/> 3. มากกว่า 3 มื้อ
--	------------------------------------	--
4. ท่านมักจะเลือกซื้ออาหารรับประทานในวันใด

<input type="checkbox"/> 1. วันจันทร์ - ศุกร์	<input type="checkbox"/> 2. วันเสาร์ - อาทิตย์/วันหยุดนักขัตฤกษ์
<input type="checkbox"/> 3. ทุกวัน	
5. ท่านมักจะเลือกซื้ออาหารรับประทานในช่วงเวลาใด

<input type="checkbox"/> 1. ช่วงเช้า	<input type="checkbox"/> 2. ช่วงกลางวัน	<input type="checkbox"/> 3. ช่วงเย็น
--------------------------------------	---	--------------------------------------
6. ท่านมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเลือกซื้ออาหารต่อครั้งเท่าไร

<input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 50 บาท	<input type="checkbox"/> 2. 51 – 100 บาท
<input type="checkbox"/> 3. 101 – 150 บาท	<input type="checkbox"/> 4. มากกว่า 150 บาท
7. ท่านเลือกบริโภคอาหารจากแหล่งใด

<input type="checkbox"/> 1. ตลาดสด	<input type="checkbox"/> 2. ซูเปอร์มาร์เก็ต
<input type="checkbox"/> 3. ร้านอาหาร	<input type="checkbox"/> 4. แผงลอย รถเข็น หรือร้านอาหารในเต็นท์
8. บุคคลใดที่มีอิทธิพลต่อท่านในการเลือกซื้ออาหารมากที่สุด

<input type="checkbox"/> 1. ตัวท่านเอง	<input type="checkbox"/> 2. สามี/ภรรยา	<input type="checkbox"/> 3. บุตร/หลาน
<input type="checkbox"/> 4. พ่อ/แม่	<input type="checkbox"/> 5. เพื่อน	
9. ปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารมากที่สุด

<input type="checkbox"/> 1. โฆษณาจากสื่อต่างๆ	<input type="checkbox"/> 2. เพื่อสุขภาพที่ดี
<input type="checkbox"/> 3. เพื่อน ครอบครัว คนรู้จัก	<input type="checkbox"/> 4. ตามค่านิยมในขณะนั้น
<input type="checkbox"/> 5. รายได้	<input type="checkbox"/> 6. ราคา
<input type="checkbox"/> 7. อื่นๆ โปรดระบุ.....	

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน

ประวัติการศึกษา การทำงาน

ชื่อ นามสกุล	นางสาวรภััสสา ว่างบรรพตดำรง	
วัน เดือน ปีเกิด	11 ตุลาคม 2532	
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร	
วุฒิการศึกษา	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
วุฒิมัธยมศึกษา	โรงเรียนศิริมงคลศึกษา บางบัวทอง	2547
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ	โรงเรียนจิตรลดา สายวิชาชีพ	2550
ปริญญาตรี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระนคร	2554
ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน		
ตำแหน่ง	Administrative Officer	
สถานที่ทำงาน	ธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน)	

