

รูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมการบริโภค
อาหารพร้อมบริโภคของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร



สารนิพนธ์
ของ
สุวิชัย ตั้งนิมิตรชัยกุล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
พฤษภาคม 2552

รูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมการบริโภค
อาหารพร้อมบริโภคของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร



สารนิพนธ์
ของ
สุวิชัย ตั้งนิมิตรชัยกุล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
พฤษภาคม 2552
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

รูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมการบริโภค
อาหารพร้อมบริโภคของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
พฤษภาคม 2552

สุวพิชญ์ ตังนิตกรชัยกุล. (2552). รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อม

บริโภคของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ.

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : อ.ดร.พนิต
กุลศิริ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมการบริโภค
อาหารพร้อมบริโภคของคนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภค
ในวัยทำงาน จำนวน 385 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการ
วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่า
เบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบไค-สแควร์ (χ^2 -test) และหาค่าสัมประสิทธิ์
Cramer's V

ตัวแปรอิสระประกอบด้วย ข้อมูลส่วนบุคคล และรูปแบบการดำเนินชีวิต ตัวแปรตามคือ
พฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ได้แก่ ประเภทของอาหารที่เลือกบริโภค สถานที่บริโภค
บุคคลที่ร่วมบริโภค มื้ออาหารที่เลือกบริโภค และโอกาสที่เลือกบริโภค

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 26-31ปี มีสถานภาพ
โสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
10,001 – 25,000 บาท และมีจำนวนสมาชิกที่อาศัยอยู่ร่วมกัน ณ ปัจจุบัน 2-3 คน ผู้บริโภคส่วนใหญ่
จะบริโภคอาหารพร้อมบริโภคประเภทแช่เย็น โดยมักจะบริโภคคนเดียว และบริโภคที่บ้านเป็นส่วน
ใหญ่ โดยบริโภคมากที่สุด ในมื้อเย็น และมักรับประทานอาหารพร้อมบริโภคเมื่อไม่สามารถหาอาหาร
ปรุงสดมาทานได้

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า

1. พฤติกรรมการเลือกประเภทของอาหารพร้อมบริโภค มีความสัมพันธ์กับช่วงอายุ ระดับ
การศึกษา อาชีพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว และความสนใจด้านอาหาร
2. พฤติกรรมการเลือกสถานที่ในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค มีความสัมพันธ์กับ
สถานภาพสมรส และกิจกรรมด้านการทำงาน
3. พฤติกรรมการเลือกบุคคลที่ร่วมบริโภคอาหารพร้อมบริโภค มีความสัมพันธ์กับช่วงอายุ
สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัว และความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อม
บริโภค
4. พฤติกรรมการบริโภคด้านมื้ออาหาร มีความสัมพันธ์กับจำนวนสมาชิกในครอบครัว
กิจกรรมด้านการทำงาน และความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค
5. พฤติกรรมการบริโภคด้านโอกาสในการบริโภค มีความสัมพันธ์กับช่วงอายุ สถานภาพ
สมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และกิจกรรมด้านการทำงาน

LIFESTYLE AND BEHAVIOR TOWARD READY-TO-EAT MEALS CONSUMPTION OF
WORK-AGE PEOPLE IN BANGKOK



AN ABSTRACT
BY
SUWAPITCH TANGNIMITCHAIKUL

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Business Administration Degree in Marketing
at Srinakharinwirot University

May 2009

Suwapitch Tangnimitchaikul. (2009). *Lifestyle and Behavior Toward Ready-To-Eat Meals Consumption Of Work-Age People In Bangkok*. Master's Project, M.B.A. (Marketing). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University,
Project Advisor : Dr. Panid Kulsiri

The purpose of this research is to study lifestyles and behavior toward ready-to-eat meals consumption of work-age people in Bangkok. A total of 385 work-age people in Bangkok were interviewed for their ready-to-eat meals consumption behavior. Questionnaires were used as the instrument for data collection. The statistical methods employed in the data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation and chi-square test.

Independent variables are personal data, and lifestyle. The dependent variable is the ready-to-eat meals consumption behavior in terms of type of food selection, consuming place, consumption companions, time of having meals, and occasion of having meals.

The study found that most of the respondents are female, 26-31 years old, single, hold a bachelor degree, work as employee in private companies with average monthly income of 10,001-25,000 Baht, and live with 2-3 members in a household. Most of them consume chilled food, alone, at their home and usually as their suppers, especially when they cannot find the fresh-cooked foods.

The hypotheses tests at the statistical significance level of 0.05 reveal that:

1. Type of food selection has relationship with age, education level, occupation, family size, and food interests.
2. Consuming place has relationship with marital status, and work-related activities.
3. Consumption companions have relationship with age, marital status, education level, family size, and opinion toward ready-to-eat meals.
4. Time of having meals has relationship with family's size, and work-related activities.
5. Occasion of having meals has relationship with age, marital status, education level, average monthly income, and work-related activities.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการ
สอบได้พิจารณาสารนิพนธ์ เรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อม
บริโภคของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ของ สุวิชัย ตั้งนิมิตรชัยกุล ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับ
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
(อาจารย์ ดร.พนิต กุลศิริ)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน

.....
(อาจารย์ ดร.พนิต กุลศิริ)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์

.....
(อาจารย์ ดร.ชนภูมิ อติเวทิน)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์

.....
(อาจารย์ สันติ เต็มประเสริฐสกุล)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

..... คณบดีคณะสังคมศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา สังข์เกษม)

วันที่.....เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2552

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์จาก อาจารย์ ดร.พนิต กุลศิริ อาจารย์ที่
ปรึกษาสารนิพนธ์ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ปรึกษา และข้อแนะนำต่าง ๆ ตลอดจนการแก้ไข ปรับปรุง
ตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินการจนสำเร็จทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความ
กรุณา และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ ดร.ธนภูมิ อติเวทิน และอาจารย์ สันติ เต็มประเสริฐสกุล ที่
กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพของเครื่องมือ และเป็นคณะกรรมการสอบสาร
นิพนธ์ และให้คำแนะนำ ปรับปรุง แก้ไข ในการวิจัยครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านในภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่ได้ประสาทวิชาความรู้ ตลอดจนประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้วิจัย พร้อมทั้ง
ความช่วยเหลือ เมตตาด้วยดีเสมอมา

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือและสละเวลาใน
การตอบแบบสอบถามที่มีส่วนสำคัญในการทำงานวิจัยครั้งนี้สำเร็จด้วยดี

คุณค่าและประโยชน์ของสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้ผู้เกี่ยวข้อง และเป็นเครื่องบูชา
พระคุณอันยิ่งใหญ่ของบิดา มารดา ผู้ให้โอกาสในการศึกษาที่ดี และให้การสนับสนุนและเป็นที่กำลังใจ
ให้แก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด รวมทั้งพระคุณของครู อาจารย์ทุกท่านที่ได้อบรมสั่งสอนประสิทธิ์ประสาทวิชา
ให้แก่ผู้วิจัยกระทั่งประสบความสำเร็จในครั้งนี้

สุวิชัย ตั้งนิมิตรชัยกุล

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	2
ความสำคัญของการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	2
กรอบแนวคิดในการวิจัย	6
สมมติฐานในการวิจัย	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	8
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการบริโภคอาหาร	17
ทฤษฎีและแนวคิดด้านลักษณะส่วนบุคคล	21
ทฤษฎีและแนวคิดรูปแบบการดำเนินชีวิต	23
ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค	29
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	30
3 วิธีดำเนินการวิจัย	32
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	32
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	33
การเก็บรวบรวมข้อมูล	35
การจัดทำข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล	35
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	36

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	40
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	40
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	108
 5 สรุป อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ	109
ความมุ่งหมายของการวิจัย สมมติฐานงานวิจัย.....	109
วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	110
สรุปผลการศึกษาวิจัย.....	112
อภิปรายผลการศึกษาวิจัย.....	117
ข้อเสนอแนะในการวิจัย.....	119
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	121
 บรรณานุกรม.....	122
 ภาคผนวก.....	125
ภาคผนวก ก	125
ภาคผนวก ข	131
ภาคผนวก ค	133
 ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	135

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 คำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H) ในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค.....	9
2 กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นที่แสดงลักษณะแบบการดำเนินชีวิต....	21
3 แบบการดำเนินชีวิตและกระบวนการบริโภค.....	25
4 แสดงความถี่และคำร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	41
5 แสดงความถี่และคำร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดกลุ่มใหม่.....	44
6 แสดงความถี่และคำร้อยละเกี่ยวกับสถานภาพสมรสของผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดใหม่.....	45
7 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิต ในด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร.....	46
8 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิต ในด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค.....	47
9 จำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค.....	48
10 จำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคของผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดกลุ่มใหม่.....	51
11 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่เลือกบริโภค..	52
12 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค.....	53
13 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย.....	54
14 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับมื้ออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค.....	55
15 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค.....	56
16 ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุกับประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่เลือกรับประทาน.....	57
17 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค.....	58
18 ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุกับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย.....	59
19 ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุกับมื้ออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค.....	60

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
20 ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุกับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค..	61
21 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่เลือกรับประทาน.....	62
22 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค.....	63
23 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย.....	65
24 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับมื้ออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค.....	66
25 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค.....	67
26 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่เลือกรับประทาน.....	68
27 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความสัมพันธกับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค.....	70
28 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย.....	71
29 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับมื้ออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค.....	72
30 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค.....	73
31 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่เลือกรับประทาน.....	74
32 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความสัมพันธกับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค.....	75
33 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย.....	76
34 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับมื้ออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค.....	77
35 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค.....	78

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
36	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่เลือกรับประทาน.....	79
37	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค.....	80
38	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย.....	81
39	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับมืออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค.....	82
40	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค.....	83
41	ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วม ณ ปัจจุบันกับประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่เลือกรับประทาน.....	84
42	ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วม ณ ปัจจุบันกับความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค.....	86
43	ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วม ณ ปัจจุบันกับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย.....	87
44	ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วม ณ ปัจจุบันกับมืออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค.....	88
45	ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วม ณ ปัจจุบันกับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค.....	89
46	ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมการทำงาน กับประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่เลือกรับประทาน.....	91
47	ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมการทำงาน กับความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค.....	92
48	ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมการทำงาน กับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย.....	93
49	ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมการทำงาน กับมืออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค.....	94

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
50 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมการทำงาน กับ โอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค.....	95
51 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร กับประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่เลือกรับประทาน.....	97
52 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร กับความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหาร พร้อมบริโภค.....	98
53 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร กับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย.....	99
54 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร กับมื้ออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค.....	100
55 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร กับมื้ออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค.....	101
56 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับ อาหารพร้อมบริโภค กับประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่เลือก รับประทาน.....	102
57 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับ อาหารพร้อมบริโภค กับความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะ เลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค.....	103
58 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับ อาหารพร้อมบริโภค กับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหาร ร่วมด้วย.....	104
59 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับ อาหารพร้อมบริโภค กับมื้ออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกบริโภคอาหาร พร้อมบริโภค.....	106
60 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับ อาหารพร้อมบริโภค กับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค.....	107
61 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	108

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
2 แสดงพฤติกรรมผู้บริโภค.....	13
3 โมเดลอิทธิพลของแบบของการใช้ชีวิตที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ.....	23



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

อาหารพร้อมบริโภค หรือ อาหารพร้อมทาน หรือ Ready to Eat (RTE) หรือ Home meal replacement (HMR) ได้ถูกคิดค้น และพัฒนาขึ้นมา เพื่อตอบรับวิถีของชาวโลกยุคใหม่ที่ต้องการความสะดวกสบายในการรับประทานอาหารโดยไม่ต้องทำเองต่อไป ไม่ว่าจะเป็นด้วยเหตุผลของขนาดครอบครัวที่เล็กลง คนทำงานนอกบ้านมากขึ้น หรือไม่มีฝีมือการปรุงอาหารเจกเช่นคนรุ่นก่อน

โดยเมื่อต้นปี 2007 บริษัทวิจัยระดับโลก ACNielsen (อุตสาหกรรมสาร เดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ 2552) ได้ทำการสำรวจทางอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับความคิดเห็นและพฤติกรรมในการบริโภคอาหารพร้อมทานในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก พบว่าสาเหตุที่คนส่วนใหญ่ซื้ออาหารพร้อมทาน เพราะความสะดวกสบาย บางคนคิดว่าอาหารพร้อมทานนั้นมีราคาถูกกว่าอาหารปรุงสดใหม่ที่ซื้อจากร้านทั่วไป ทั้งนี้มีแนวโน้มเป็นมือที่อาหารพร้อมทานขายดีที่สุด โดยแหล่งซื้อประจำคือซูเปอร์มาร์เก็ต เพราะมีความหลากหลายของเมนูให้เลือกทาน

รูปแบบของอาหารพร้อมบริโภค หรือ Ready to Eat ในปัจจุบันสามารถแบ่งประเภทได้ดังนี้ (อุตสาหกรรมสาร เดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ 2552)

1. อาหารพร้อมทานแช่เย็น (Chilled ready meals)
2. อาหารพร้อมทานแช่แข็ง (Frozen ready meals)
3. อาหารพร้อมทานแบบบรรจุกระป๋อง (Canned ready meals)
4. อาหารพร้อมทานแบบแห้ง (Dried ready meals)

จากการสำรวจครั้งนั้นยังแสดงผลถึงการตอบรับอาหารพร้อมทานของผู้บริโภคในย่านประเทศแถบเอเชียแปซิฟิกซึ่งรวมถึงไทยด้วย โดยผลสำรวจชี้ให้เห็นว่าผู้คนในภูมิภาคนี้ให้นิยามอาหารพร้อมบริโภคอย่างมาก และตลาดใหญ่ของอาหารพร้อมทานที่ติดอันดับ1 ใน10นั้น 7 ประเทศแรกที่อยู่ในแถบนี้ นำโดยประเทศไทย ฝรั่งเศส สวิตเซอร์แลนด์ ไต้หวัน สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ มาเลเซีย อัฟริกาใต้ และฟิลิปปินส์

ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทำการสำรวจเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนไปของคนในสังคมเมืองหลวง ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการรับประทานอาหารพร้อมบริโภค รวมถึงศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคของผู้บริโภควัยทำงาน โดยที่ผู้ทำวิจัยได้ให้ความสนใจในกลุ่มของคนวัยทำงานเป็นพิเศษ เพราะกลุ่มวัยทำงาน เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง รวมถึงมีกิจกรรมให้ทำมากมายในแต่ละวัน และคนกลุ่มนี้ยังได้รับผลกระทบโดยตรงจากการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการดำเนินชีวิต ในสังคมเมืองหลวง โดยทำการศึกษาลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มคนวัยทำงาน เช่น เพศ อายุ รายได้ การศึกษา สถานภาพ ฯลฯ ที่อาจส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ที่แตกต่างกัน

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพการสมรส ขนาดของครอบครัว ที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคของคนวัยทำงาน
2. ศึกษาถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคของคนวัยทำงาน
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคของคนวัยทำงาน

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อจะได้ทราบเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนวัยทำงานในสังคมเมืองหลวง ว่า มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคอย่างไร
2. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายของผู้จัดจำหน่าย ซึ่งสามารถกำหนดได้เฉพาะเจาะจงยิ่งขึ้น ทำให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสารทางการตลาดมากขึ้น
3. เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการใช้ในการวางแผนเชิงกลยุทธ์ ในการตอบสนองด้านการบริโภคอาหาร และความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภควัยทำงาน

ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ และรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่ส่งผลถึงพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคของผู้บริโภควัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ คนวัยทำงานอายุตั้งแต่ 20-55 ปีที่อาศัยหรือทำงานอยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีพฤติกรรมการรับประทานอาหารพร้อมบริโภค

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ คนวัยทำงานอายุตั้งแต่ 20-55 ปีที่อาศัยหรือทำงานอยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีพฤติกรรมการรับประทานอาหารพร้อมบริโภค โดยผู้วิจัยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณสูตรไม่ทราบจำนวนประชากร ได้กลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 385 คน และสำรองไว้ 15 คน รวมทั้งสิ้น 400 คน โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling)

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค
ของนั้ทำงานในกรุงเทพมหานคร”

มีตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) แบ่งได้ดังนี้

1. ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

1.1 เพศ

1.1.1 ชาย

1.1.2 หญิง

1.2 อายุ

1.2.1 อายุ 20 - 25 ปี

1.2.2 อายุ 26 - 31 ปี

1.2.3 อายุ 32 - 37 ปี

1.2.4 อายุ 38 - 43 ปี

1.2.5 อายุ 44 - 49 ปี

1.2.6 อายุ 50 - 55 ปี

1.3 สถานภาพสมรส

1.3.1 โสด

1.3.2 สมรส

1.3.3 อื่น ๆ

1.4 ระดับการศึกษาสูงสุด

1.4.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

1.4.2 ปริญญาตรี

1.4.3 สูงกว่าปริญญาตรี

1.5 อาชีพ

1.5.1 พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน

1.5.2 รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

1.5.3 เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว

1.5.4 อื่น ๆ

1.6 รายได้ต่อเดือน

- 1.6.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท
- 1.6.2 10,001 – 25,000 บาท
- 1.6.3 25,001 – 40,000 บาท
- 1.6.4 40,001 – 55,000 บาท
- 1.6.5 55,001 บาทขึ้นไป

1.7 จำนวนสมาชิกในครอบครัว

- 1.6.1 อาศัยอยู่คนเดียว
- 1.6.2 2-3 คน
- 1.6.3 4-5 คน
- 1.6.4 มากกว่า 5 คน

2. รูปแบบการดำเนินชีวิต

- 3.1 กิจกรรม
- 3.2 ความสนใจ
- 3.3 ความคิดเห็น

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ พฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคของคณวิทำงานในกรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. อาหารพร้อมบริโภค หรืออาหารพร้อมทาน(Ready to Eat Food) หมายถึง อาหารที่ปรุงเรียบร้อยแล้ว พร้อมจำหน่าย ในรูปแบบต่างๆ ได้แก่ อาหารพร้อมบริโภคแบบแช่เย็น อาหารพร้อมบริโภคแบบแช่แข็ง อาหารพร้อมบริโภคแบบกระป๋อง และอาหารพร้อมบริโภคแบบแห้ง โดยสามารถนำมามื้อด้วยความร้อนเท่านั้น ไม่นับรวมถึง อาหารกึ่งสำเร็จรูปต่างๆ เช่นบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป และไม่นับรวมอาหารพร้อมปรุงต่างๆ เช่นกึ่งชุบแป้งทอด โดยการศึกษาครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะ พฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคในมื้ออาหารหลักเท่านั้น ได้แก่ มื้อเช้า มื้อกลางวัน มื้อเย็น มื้อค่ำหรือมื้อดึก

2. อาหารพร้อมบริโภคแบบแช่เย็น หมายถึง อาหารพร้อมบริโภคที่ผ่านการปรุงรสเรียบร้อยแล้วและต้องเก็บรักษาไว้ในสถานที่เย็นเพื่อรักษาสภาพอาหาร พร้อมรับประทานได้ทันที หรืออุ่นโดยการผ่านความร้อนก่อนรับประทาน อาทิ ผลิตภัณฑ์พร้อมทานซีพี ได้แก่ หมูพันสาหร่าย ไก่คาราเกะ รวมถึงอาหารกล่องแช่เย็น พืชแช่แช่เย็น

3. **อาหารพร้อมบริโภคแช่แข็ง** หมายถึง อาหารพร้อมบริโภคที่ผ่านการปรุงรสเรียบร้อยแล้ว และต้องเก็บรักษาไว้ในตู้แช่แข็งเพื่อรักษาคุณภาพอาหาร โดยต้องผ่านความร้อนก่อนรับประทาน อาทิ ข้าวต้มหมูสับแช่แข็งพร้อมบริโภค อาหารกล่องแช่แข็งต่างๆ เป็นต้น

4. **อาหารพร้อมบริโภคแบบกระป๋อง** หมายถึงอาหารพร้อมรับประทานที่บรรจุอยู่ในกระป๋อง ที่ปิดสนิทพร้อมเปิดรับประทาน โดยก่อนเปิดฝาสามารถเก็บรักษาไว้ในอุณหภูมิปกติได้ ได้ไม่ต้องแช่เย็น อาทิ ปลากระป๋อง แกงเขียวหวานกระป๋อง ผักดองกระป๋อง เป็นต้น

5. **อาหารพร้อมบริโภคแบบแห้ง** หมายถึงอาหารพร้อมบริโภคที่มีลักษณะแห้ง หรือผ่านการรีดน้ำออก พร้อมรับประทานทันที โดยบรรจุในถุงที่ปิดผนึกสนิท เช่น หมูแผ่น หมูหยอง น้ำพริกแห้งบรรจุกระปุกต่างๆ ปลาแผ่น เนื้อสวรรค์ เป็นต้น

6. **รูปแบบการดำเนินชีวิต** หมายถึงรูปแบบการใช้ชีวิตของคนกรุงเทพมหานครในแต่ละวัน โดยในด้านการกิจกรรม การวิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับกิจกรรมการทำงาน และกิจกรรมการซื้อสินค้าประเภทอาหาร ในด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร และในด้านความคิดเห็น ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

6.1 กิจกรรม

กิจกรรมเกี่ยวกับการทำงาน หมายถึง กิจกรรมการทำงานนอกเหนือเวลางานปกติ และกิจกรรมการทำงานนอกสถานที่ ที่ผู้บริโภคเข้าร่วม หรือกระทำ ได้แก่ การออกไปพบลูกค้านอกสถานที่ทำงาน การออกร้านหรือจัดงานนอกสถานที่ทำงาน การประชุมนอกเหนือเวลางาน การทำงานล่วงเวลา(OT)ในวันทำงานปกติ และการทำงานล่วงเวลาในวันหยุด

6.2 ความสนใจ

ความสนใจเกี่ยวกับอาหาร หมายถึง สิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสนใจในด้านอาหาร ได้แก่ ความสนใจในด้านการเข้าไปทดลองชิมผลิตภัณฑ์อาหารใหม่ๆ ตามชมในห้างสรรพสินค้า ความสนใจที่จะอ่าน นิตยสาร หรือบทความเกี่ยวกับอาหาร ความสนใจในข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรมอาหาร และ ความสนใจที่จะค้นคว้าความรู้เกี่ยวกับคุณค่าทางโภชนาการที่จะได้รับจากการบริโภคอาหารต่างๆ

6.3 ความคิดเห็น

ความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารพร้อมบริโภค ได้แก่ อาหารพร้อมบริโภคสร้างความสะดวกสบายในชีวิต อาหารพร้อมบริโภคมีความสะอาดและปลอดภัย อาหารพร้อมบริโภคมีคุณค่าทางโภชนาการเทียบเท่าอาหารปรุงสด อาหารพร้อมบริโภคมีรสชาติเทียบเท่าอาหารปรุงสด อาหารพร้อมบริโภคช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายมากกว่าการทำอาหารรับประทานเอง

7. **พฤติกรรมกรบริโภค** หมายถึง พฤติกรรมเกี่ยวกับการรับประทานอาหารพร้อมบริโภคของผู้บริโภควัยทำงาน ได้แก่ บริโภคที่ไหน บริโภคกับใคร และบริโภคอย่างไร

บริโภคที่ไหน หมายถึง สถานที่ที่ผู้บริโภคเลือกที่จะรับประทานอาหารประเภทอาหารพร้อมบริโภค ได้แก่ บ้าน สถานที่ทำงาน ร้านอาหาร ในระหว่างการเดินทาง

บริโภคกับใคร หมายถึง บุคคลที่ผู้บริโภคเลือกที่จะรับประทานอาหารประเภทอาหารพร้อมบริโภคไปด้วย ได้แก่ รับประทานอาหารคนเดียว รับประทานอาหารร่วมกับครอบครัว เพื่อน เพื่อนร่วมงาน คู่รักหรือแฟน

บริโภคอย่างไร หมายถึง ลักษณะโอกาสการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคว่าผู้บริโภคมีรูปแบบการบริโภคเป็นอย่างไร รับประทานอาหารในโอกาสใด ได้แก่ รับประทานอาหารทุกวัน รับประทานอาหารเฉพาะวันทำงาน รับประทานอาหารเฉพาะวันหยุด รับประทานอาหารเมื่อมีโอกาสดิเศษ รับประทานอาหารเมื่อไม่สามารถหาอาหารปรุงสดรับประทานได้

8. **ผู้บริโภควัยทำงาน** หมายถึง ผู้บริโภควัยทำงานที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปี ถึง 55 ปี โดยเป็นผู้ที่ทำงาน หรือใช้ชีวิตอยู่ในกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมกรบริโภคอาหารพร้อมบริโภคของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร มีกรอบแนวความคิดในการศึกษาค้นคว้า ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม

ลักษณะด้านประชากรศาสตร์

1. เพศ
2. อายุ
3. สถานภาพสมรส
4. ระดับการศึกษาสูงสุด
5. อาชีพ
6. รายได้ต่อเดือน
7. จำนวนสมาชิกในครอบครัว

รูปแบบการดำเนินชีวิต

1. กิจกรรม
2. ความสนใจ
3. ความคิดเห็น

พฤติกรรมกรบริโภคอาหารพร้อมบริโภคของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

- บริโภคอะไร
- บริโภคที่ไหน
- บริโภคกับใคร
- บริโภคอย่างไร

สมมติฐานในการวิจัย

1. เพศมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค
2. อายุมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค
3. การศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค
4. สถานภาพมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค
5. อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค
6. รายได้มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค
7. จำนวนสมาชิกในครอบครัวมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค
8. รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคด้านกิจกรรมมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค
9. รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคด้านความสนใจมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค
10. รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคด้านความคิดเห็นมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

บทที่ 2

เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิด ความหมาย และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
2. แนวคิด ปัจจัย และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร
3. ทฤษฎีและแนวความคิดด้านลักษณะส่วนบุคคล
4. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต
5. ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค
6. แนวคิด ทฤษฎีอื่นๆ และงานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ความหมายผู้บริโภค

ชิฟแมน (Schiffman. 2000 : 8) กล่าวว่า ผู้บริโภค หมายถึงผู้ซื้อสินค้าและบริการ เพื่อการใช้ในครอบครัว หรือเป็นของกำนัลสำหรับเพื่อน เป็นการซื้อของบุคคลเพื่อการบริโภค ขั้นสุดท้าย ซึ่งอาจเรียกได้ว่าเป็นผู้บริโภคคนสุดท้าย (End Users or Ultimate Consumer)

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543 : 4-5) กล่าวว่า ผู้บริโภค คือ ผู้ใช้สินค้าและบริการต่างๆ ที่ผลิตได้ให้หมดไป เพื่อการตอบสนองความต้องการของตน

รศ.ศุภกร เสรีรัตน์ (2544:7) กล่าวว่า ผู้บริโภค คือ บุคคลผู้ซึ่งมีสิทธิในการได้มา และใช้ไปซึ่งสินค้า และบริการที่ได้มีการเสนอขาย โดยสถาบันทางการตลาด

ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภค

ชิฟแมน และคานุก (Schiffman and Kanuk. 1994 : 5) พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหา การคิด การซื้อ การใช้ การประเมินผล ในสินค้า และบริการ ซึ่งคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา

ศุภกร เสรีรัตน์ (2544 : 7) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ การใช้สินค้าและบริการ โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนที่บุคคลต้องตัดสินใจ ทั้งก่อนและหลังการกระทำดังกล่าว

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2545 : 6) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึงปฏิกิริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการต่างๆ ของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิกิริยาต่างๆ เหล่านั้น

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550 : 9) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ ได้แก่ พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการซึ่งคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของพวกเขา

ทฤษฎีการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2550 : 11) การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการวิจัยพฤติกรรม การซื้อ และการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อ และการใช้ของผู้บริโภค โดยวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ (7O's) ซึ่งประกอบด้วย Occupant, Objects, Objectives, Organizations, Occasion, Outlets และ Operations

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้านประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยา หรือจิตวิเคราะห์ และพฤติกรรมศาสตร์

2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) สิ่ง que ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ คือต้องการคุณสมบัติ หรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Component) และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive differentiation)

3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อสินค้า (Why does the consumer buy?) คำถามเพื่อทราบถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการของเขาด้านร่างกาย และด้านจิตวิทยา ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อคือ ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม และปัจจัยเฉพาะบุคคล

4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อบ้าง (Whom participates in the buying?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่าง (Organizations) มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วยผู้เริ่มผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ และผู้ใช้

5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงโอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน โอกาสพิเศษ หรือ เทศกาลต่างๆ

6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงช่องทาง หรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ เป็นต้น

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operations) ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และความรู้สึกหลังการซื้อ

ตาราง 1 คำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H) ในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้าน 1. ประชากรศาสตร์ 2. ภูมิศาสตร์ 3. จิตวิทยา หรือจิตวิเคราะห์ 4. พฤติกรรมศาสตร์	กลยุทธ์ทางการตลาด (4Ps) ประกอบด้วยกลยุทธ์ด้าน ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดที่ เหมาะสมและสามารถตอบสนอง ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does consumer buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ จากผลิตภัณฑ์ก็คือ คุณสมบัติ หรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Component) และ ความแตกต่างเหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive Differentiation)	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategies) ประกอบด้วย 1. ผลิตภัณฑ์หลัก 2. รูปแบบผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การบรรจุภัณฑ์ ตรารสชาติ รูปแบบการบริการ คุณภาพ ลักษณะนวัตกรรม 3. ผลิตภัณฑ์ควบ 4. ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง 5. ศักยภาพผลิตภัณฑ์ความ แตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation) ประกอบด้วย ความแตกต่าง ด้านผลิตภัณฑ์ บริการ พนักงาน และภาพลักษณ์
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does consumer buy?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้า เพื่อสนองความต้องการของเขา ด้านร่างกายและด้านจิตวิทยา ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ คือ 1. ปัจจัยภายในหรือปัจจัยด้าน จิตวิทยา 2. ปัจจัยทางสังคมและ วัฒนธรรม 3. ปัจจัยเฉพาะบุคคล	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ 1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategies) 2. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) ประกอบด้วยกลยุทธ์การ โฆษณา การขายโดยใช้ พนักงานขาย การส่งเสริมการ ขาย และการประชาสัมพันธ์ 3. กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategies) 4. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย (Distribution Strategies)

ตาราง1 (ต่อ)

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)	บทบาทของกลุ่มต่าง ๆ (Organizations) มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย 1. ผู้ริเริ่ม 2. ผู้มีอิทธิพล 3. ผู้ตัดสินใจซื้อ 4. ผู้ซื้อ 5. ผู้ใช้	กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Advertising and Promotion Strategies) โดยใช้กลุ่มอิทธิพล
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	โอกาสในการซื้อ เช่น ช่วงเดือนใดของปี ช่วงฤดูกาลใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใด ช่วงโอกาสพิเศษ หรือ เทศกาล วันสำคัญต่าง ๆ	กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด เช่น การทำการตลาดเมื่อใดจะสอดคล้องกับโอกาสในการซื้อ
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Why does the consumer buy?)	ช่องทางหรือแหล่งที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ	กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย บริษัทนำผลิตภัณฑ์สู่การตลาด เป้าหมายโดยพิจารณาว่าสู่คนกลางอย่างไร
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย 1. การรับรู้ปัญหา 2. การค้นหาข้อมูล 3. การประเมินผลทางเลือก 4. การตัดสินใจซื้อ 5. ความรู้สึกภายหลังการซื้อ	กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดประกอบด้วย การโฆษณาขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง และจะกำหนดวัตถุประสงค์ในการขายให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการขายให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจซื้อ

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539 : 110) โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อแล้วก็มี การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) ซึ่งประกอบไปด้วย (Kotler. 1997 : 172)

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกายและสิ่งกระตุ้นจากภายนอก นักการตลาดจะให้ความสำคัญและให้ความสนใจกับสิ่งกระตุ้นภายนอก ซึ่งประกอบไปด้วย 2 ส่วน คือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้นเป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งประกอบด้วย สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นด้านราคา สิ่งกระตุ้นด้านเทคโนโลยี สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม

1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามเพื่อกระตุ้นความต้องการ

1.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาจากค่าเป้าหมาย

1.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เช่น การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึง เพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภค

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กรซึ่งควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม

2. กล่องดำ หรือความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค (Buyer Black Box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อเปรียบเสมือนกล่องดำ ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อซึ่งได้รับอิทธิพลจาก

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristic) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา

2.2 กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer Decision Process) ประกอบด้วย ขั้นตอน คือ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer Response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ หรือผู้บริโภค โดยผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

3.1 การตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์ (Product Decision) การตัดสินใจของผู้บริโภคที่จะซื้อผลิตภัณฑ์หนึ่งจะขึ้นอยู่กับทัศนคติต่อผู้ประกอบการธุรกิจและตราสินค้า ราคา การลดราคา การตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์จะทำการตัดสินใจเกี่ยวกับเรื่องต่อไปนี้

3.1.1 การตัดสินใจเกี่ยวกับตราสินค้า

3.1.2 การตัดสินใจด้านราคา และการลดราคา

3.1.3 การตัดสินใจซื้อโดยฉับพลัน

3.2 การตัดสินใจด้านตราสินค้า (Brand Decision) เป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับตราสินค้าที่ต้องการซื้อของผู้บริโภค

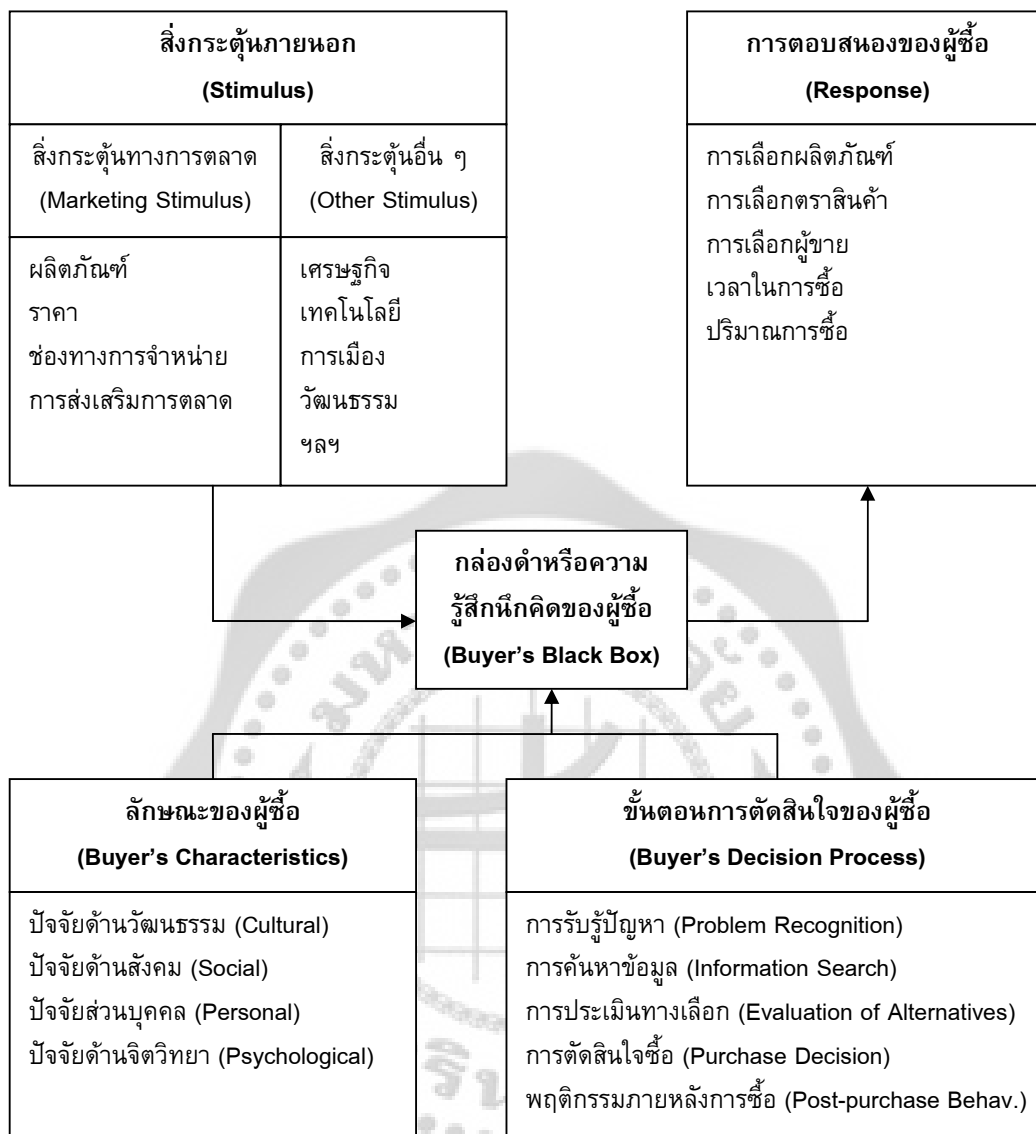
3.3 การตัดสินใจด้านผู้ขาย (Store Decision) การตัดสินใจเกี่ยวกับร้านค้าของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับทัศนคติความรู้สึกต่อร้านนั้น ๆ และการเลือกร้านค้า ซึ่งการเลือกร้านค้าขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้งประเภทของสินค้า ราคา และการบริการ

3.4 การตัดสินใจเกี่ยวกับวิธีการซื้อ (Method of Purchase Decision) ลักษณะหรือวิธีการซื้อของผู้บริโภคจะขึ้นอยู่กับหัวข้อต่อไปนี้พิจารณา คือ

3.4.1 ทัศนคติต่อระยะเวลา และระยะทาง (Attitude Toward Time of Distance) โดยผู้บริโภคจะเปรียบเทียบกับระยะทางกับสินค้าที่จำหน่าย

3.4.2 การตัดสินใจจ่ายหลายรายการ (Multiple Shopping Decision) ผู้บริโภคมักนิยมไปร้านค้าที่สามารถหาซื้อของที่ต้องการได้ครบทุกรายการภายในร้านเดียว (One Stop Shopping)

3.5 การตัดสินใจเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase Amount) ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือกที่จะซื้อ หนึ่งกล่อง ครึ่งโหล หรือ หนึ่งโหล



ภาพประกอบ 1 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). 198 ; อ้างอิงจาก Kotler Philip. (1997). Marketing management. 172)

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 32-33) พฤติกรรมผู้บริโภคถูกกำหนดด้วยลักษณะทางกายภาพ และลักษณะทางกายภาพถูกกำหนดด้วยสภาพทางจิตวิทยา โดยสภาพทางจิตวิทยาถูกกำหนดด้วยครอบครัว และครอบครัวถูกกำหนดด้วยสังคม รวมถึงสังคมจะถูกกำหนดด้วย วัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ มีดังนี้

1. ลักษณะทางสรีระ (Physiological Condition) สรีระเป็นปัจจัยเบื้องต้นในการกำหนดพฤติกรรม การซื้อและพฤติกรรมการใช้ของผู้บริโภค เนื่องจากมีบทบาทมากที่สุดในการตัดสินใจของมนุษย์ เป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้เพราะสิ่งเหล่านี้เป็นความต้องการของร่างกายส่วนใหญ่เป็นปัจจัยสี่ซึ่งประกอบด้วยอาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค ที่บังคับให้เราต้องประพฤติปฏิบัติ เช่น เราจำเป็นต้องรับประทานอาหารเพราะหิว เราต้องรับประทานยา เพราะไม่สบาย เป็นต้น

ดังนั้น สิ่งแรกที่บังคับมนุษย์ให้เกิดพฤติกรรมผู้บริโภค คือ เหตุผลทางสรีระ เป็นสิ่งที่พื้นฐานมากที่สุด

2. สภาพทางจิตวิทยา (Psychological Condition) เป็นลักษณะของความต้องการที่เกิดจากสภาพจิตใจ ซึ่งเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์ เป็นปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของมนุษย์ ลักษณะความต้องการตอบสนองในเรื่องเดียวกัน แต่สภาพจิตใจไม่เหมือนกัน เช่น คนบางคนรับประทานอาหารเช้าตามร้านริมบาทวิถีได้ แต่บางคนต้องรับประทานอาหารเช้าในร้านติดแอร์ หรือร้านในโรงแรม หรืออย่างเช่น การสวมแว่นสายตา บางคนสวมเพื่อให้อ่านหนังสือได้เท่านั้น แต่บางคนต้องการความเท่ด้วย ดังนั้น กรอบแว่นก็จะมีราคาแตกต่างกันไป ซึ่งเป็นสภาพทางจิตวิทยาของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน

3. ครอบครัว (Family) เป็นกลุ่มสังคมเบื้องต้นที่บุคคลเป็นสมาชิกอยู่ ครอบครัวเป็นแหล่งอบรมและสร้างประสบการณ์ของบุคคล ถ่ายทอดนิสัย และค่านิยม ลักษณะของครอบครัวจึงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคและพฤติกรรมอื่น ๆ ครอบครัวเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (Socialization) และครอบครัวถือเป็นหน่วยที่มีบทบาทในแง่ของการเตรียมตัวผู้บริโภคเข้าสู่สังคม (Socializing Agent) สังคมองค์กร (Socialization) คือ กระบวนการสำหรับเตรียมคนให้เข้าสู่สังคมซึ่งจะมีหน่วยที่จะเข้ากระบวนการนี้ (Socializing Agent) หลายหน่วย เช่น ครอบครัว โรงเรียน วัด สถาบันการเมือง สถาบันสื่อมวลชน เป็นต้น ขณะที่ผู้บริโภคแต่ละคนเจริญเติบโตมานั้น ก็ได้รับการอบรมสั่งสอนมาจากครอบครัว เช่น บางคนถูกสอนให้ไหว้พระก่อนนอน บางคนถูกสอนให้ดื่มหมาก่อนนอน ฯลฯ สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ได้มาจากครอบครัว ซึ่งสิ่งที่สำคัญที่สุดได้จากครอบครัว คือนิสัยและค่านิยม

4. สังคม (Social Group) เป็นสิ่งที่อยู่รอบตัวเรา ซึ่งจะมีผลทำให้เราต้องทำตัวให้สอดคล้องกับบรรทัดฐาน (Norm) ของสังคม การที่ผู้บริโภคเป็นคนชั้นสูง ชนชั้นกลางหรือชนชั้นต่ำ ซึ่งแต่ละชนชั้นก็จะมีพฤติกรรมแตกต่างกัน เช่น บางคนชอบเที่ยวในประเทศไทย บางคนชอบเที่ยวต่างจังหวัด แต่ขณะที่บางคนชอบเที่ยวต่างประเทศ วัฒนธรรมของชนชั้นจะบ่งบอกถึงพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคว่าจะใช้เสื้อผ้าแบบไหน รับประทานอาหารแบบไหน จะท่องเที่ยวที่ไหน สิ่งเหล่านี้จะสอนผู้บริโภคทั้งหมด เพราะมนุษย์หลีกเลี่ยงการเป็นส่วนหนึ่งของชนชั้นไม่ได้ อย่างไรก็ตามต้องมีชนชั้นเป็นของตนเอง เช่น เป็นชาวนา ไร่ ชาวนา เป็นกรรมกร เป็นข้าราชการ เป็นเจ้าของธุรกิจ เป็นเศรษฐี เป็นนายธนาคาร สิ่งเหล่านี้จะเป็นผู้กำหนดให้มนุษย์เสมอ อีกประการหนึ่งสังคมชนชั้นล่างจะไล่ตามชนชั้นบน ส่วนชนชั้นล่างไป เช่น การใช้น้ำหอม พอชนชั้นสูงเริ่มใช้น้ำหอมอะไร ชนชั้นล่างก็ตาม พอชนชั้นล่างใช้ตาม ชนชั้นสูงก็ต้องเปลี่ยนยี่ห้อให้สูงขึ้นเรื่อย ๆ

5. วัฒนธรรม (Culture) ไม่ว่าจะอยู่ชั้นใดในสังคมก็ตาม จะต้องมีความเป็นวัฒนธรรมเป็นตัวครอบงำ วัฒนธรรม คือ วิถีชีวิตที่คนในสังคมยอมรับ ประพฤติปฏิบัติตามกันเพื่อความงอกงามของสังคม คำว่า วัฒนธรรม แปลว่า งอกงาม ธรรม แปลว่า สิ่งที่ดีงาม ดังนั้น วัฒนธรรม แปลว่า สิ่งที่ดีงามที่คนในสังคมยอมรับที่จะประพฤติดูปฏิบัติร่วมกันเพื่อให้สังคมนั้นดำเนินไปด้วยดี วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man Made Product) วัฒนธรรมไม่ใช่สิ่งถาวร วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มีชีวิต สามารถเปลี่ยนแปลงได้ แต่อาจใช้เวลานาน เนื่องจากการยอมรับของสังคมที่กว้างขวาง และเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ยากมาก เป็นที่มาของรูปแบบการดำรงชีวิตและค่านิยม (Value and Lifestyle)

กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550 : 27-32) กล่าวว่าผู้บริโภคต้องเผชิญกับสภาพการณ์ที่มีข้อมูลสินค้าไม่สมบูรณ์ ก่อนการตัดสินใจซื้อผู้บริโภคจำเป็นต้องรู้จักสินค้าแล้วจึงนำคุณสมบัติต่าง ๆ มาพิจารณาก่อนการตัดสินใจ ผู้บริโภคทั่วไปจึงมีกระบวนการซื้อ อันประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ 5 ขั้นตอนดังนี้

1. การรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) เป็นขั้นตอนแรกของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งเกิดขึ้นเมื่อบุคคลระลึกถึงความแตกต่างระหว่างสิ่งที่มีอยู่กับสิ่งที่เขาต้องการ ซึ่งเกิดจาก

1.1 ตัวแปรภายใน หรือปัจจัยด้านจิตวิทยา ประกอบด้วย ความต้องการและการสนใจ บุคลิกภาพและแนวความคิดส่วนตัว การรับรู้ การเรียนรู้ และทัศนคติ

1.2 ตัวแปรภายนอก หรือปัจจัยสิ่งแวดล้อมด้านสังคมวัฒนธรรม ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว ชั้นทางสังคม วัฒนธรรม และวัฒนธรรมย่อย

ปัจจัยเหล่านี้จะส่งผลต่อการกำหนดความต้องการของแต่ละบุคคล

2. การค้นหาข้อมูล (Search for Information) เมื่อบุคคลได้รับรู้ถึงความต้องการแล้ว เขาจะค้นหาวิธีการที่จะทำให้ความต้องการดังกล่าวได้รับการตอบสนอง ซึ่งผู้บริโภคสามารถค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการได้ 2 ทาง คือ

2.1 การค้นหาข้อมูลจากภายใน โดยทบทวนความทรงจำในอดีตเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้าที่ตนเองเคยซื้อ

2.2 การค้นหาข้อมูลจากภายนอก ซึ่งสามารถค้นหาได้จาก 5 แหล่ง ดังนี้

2.2.1 แหล่งบุคคล ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน คนรู้จัก

2.2.2 แหล่งการค้า ได้แก่ สื่อโฆษณา พนักงานขาย

2.2.3 แหล่งชุมชน ได้แก่ สื่อมวลชน องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น

2.2.4 แหล่งประสบการณ์ ได้แก่ การควบคุม การตรวจสอบการใช้สินค้า เป็นต้น

2.2.5 แหล่งทดลอง ได้แก่ หน่วยงานที่สำรวจคุณภาพผลิตภัณฑ์หรือหน่วยวิจัยภาวะตลาดของผลิตภัณฑ์ ประสบการณ์ตรงของผู้บริโภคในการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

สินค้าและบริการที่มีความสลับซับซ้อนในการตัดสินใจซื้อต่ำ ผู้ซื้ออาจใช้การค้นหาข้อมูลจากภายใน โดยการเลือกตราสินค้าที่ตนเองรู้จักหรือเคยใช้มาก่อน ดังนั้น นักการตลาดจึงควรให้ความสำคัญในการสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก

ส่วนสินค้าและบริการที่ต้องใช้ความสลับซับซ้อนในการตัดสินใจซื้อสูง นักการตลาดต้องใช้ความพยายามในการขายและการส่งเสริมการตลาด เพื่อกระตุ้นให้บุคคลมีการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการมากขึ้น

3. การประเมินทางเลือก (Alternative Evaluation) หลังจากที่ได้ค้นหาข้อมูลแล้ว ผู้บริโภคต้องทำการประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ ที่เป็นไปได้ก่อนทำการตัดสินใจ ในขั้นนี้ผู้บริโภคต้องกำหนดเกณฑ์การพิจารณาที่จะใช้สำหรับการประเมินผล ซึ่งเกณฑ์การพิจารณาเป็นเรื่องของเหตุผลที่มองเห็น เช่น ราคา ความคงทน หรือคุณสมบัติของสินค้า เป็นต้น หรือเป็นเรื่องของความพอใจส่วนบุคคล เช่น ชื่อเสียงของตราสินค้า แบบ หรือสี เป็นต้น ฉะนั้นผู้บริโภคจึงต้องพิจารณาเลือกทางเลือกที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุดคุณสมบัติ ผลลัพธ์หรือบริการต่าง ๆ ดังนั้น นักการตลาดจึงสนใจที่จะศึกษาถึงเกณฑ์ที่ผู้บริโภคใช้สำหรับการประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ

เกณฑ์การประเมินผลมีการกำหนดขึ้นมา และได้รับอิทธิพลจากความแตกต่างของแต่ละบุคคล ซึ่งพิจารณาจากปัจจัยด้านจิตวิทยาและอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อมด้านสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งปรากฏในรูปของสิ่งจูงใจ (Motives) ค่านิยม (Value) รูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) และอื่น ๆ

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) หลังจากการประเมินผลทางเลือกแล้ว จะเป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ การซื้อโดยทั่วไปเกิดขึ้นในร้านค้าปลีก แต่อย่างไรก็ตามอาจเกิดขึ้นในบ้านหรือสำนักงานของลูกค้าก็ได้

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) ในขั้นนี้ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบคุณค่าที่ได้รับจริง (Perceived Value) จากการบริโภคหรือใช้ผลลัพธ์กับความคาดหวัง (Expectation) ถ้าคุณค่าที่ได้รับจริงสูงกว่าความคาดหวังผู้บริโภคจะเกิดความพึงพอใจ (Satisfied) แต่ถ้าคุณค่าที่ได้รับจริงต่ำกว่ามาตรฐาน ผู้บริโภคจะเกิดความไม่พึงพอใจ (Dissatisfied)

2. แนวคิด ปัจจัย และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารอาหาร

ทฤษฎีการบริโภคมวลรวม

ปราณี ทินกร (2529 : 6-23) ได้กล่าวถึงทฤษฎีการบริโภคแบบมวลรวมต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการบริโภคไว้ดังนี้

1. ทฤษฎีการบริโภคแบบมวลรวม หรือ ทฤษฎีการบริโภคแบบรายได้สัมบูรณ์ (Absolute Income Hypothesis) เคนส์(Keynes) ได้อธิบายถึงพฤติกรรมบริโภคของมนุษย์ไว้ดังนี้ คนเราจะเพิ่มการบริโภคเมื่อรายได้เพิ่มขึ้นแต่การบริโภคจะเพิ่มขึ้นไม่มากเท่ากับการเพิ่มขึ้นของรายได้ และเป็นที่ประจักษ์ด้วยว่า เมื่อระดับรายได้ลดลงจะทำให้ช่องว่างระหว่างรายได้กับการบริโภคมีมากขึ้น เนื่องจากการจัดหาปัจจัยพื้นฐานให้กับตนเองและครอบครัวเป็นสิ่งที่สำคัญกว่าแรงจูงใจในการ

สะสมนั้นคือ การออมจะมีขึ้นเมื่อตนเอง และครอบครัวมีการอุปโภค บริโภคเพียงพอ ฉะนั้นเมื่อรายได้สูงขึ้น สัดส่วนของการออมจะสูงขึ้น ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความต้องการในการบริโภคของบุคคลส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับอัตรารายได้ด้วย

2. ทฤษฎีการบริโภคแบบรายได้เปรียบเทียบ (Relative Income Hypothesis) ผู้คิดค้นคือ เจมส์ ดิวเซนเบอร์รี่ (James S. Duesenberry) สมมติฐานที่สำคัญของทฤษฎีคือ

- ผู้บริโภคแต่ละคนมิได้ให้ความสำคัญแก่ระดับการบริโภคแบบสมบูรณ์ มากเท่ากับระดับการบริโภคแบบเปรียบเทียบ โดยผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระดับการบริโภคของตนเองกับคนอื่น ๆ ในสังคม บุคคลจะพยายามรักษาระดับการบริโภคให้ใกล้เคียงกับคนอื่น ๆ ในสังคม

- ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคในปัจจุบันที่สำคัญตัวหนึ่ง คือระดับการบริโภคที่เคยชินมาแล้วในอดีต ถ้ารายได้ของบุคคลลดลงการลดการออมจะง่ายกว่าการลดระดับการบริโภคที่เคยชินมาแล้ว แสดงให้เห็นว่าการบริโภคของบุคคลขึ้นอยู่กับค่านิยม และความเคยชินในการบริโภคของบุคคลนั้นๆ

3. ทฤษฎีการบริโภคแบบช่วงอายุ (Life-Cycle Hypothesis) ซึ่งเป็นของ Modigliani และ Brumberg แนวคิดของทฤษฎีนี้กล่าวว่าในช่วงชีวิตของแต่ละคน อัตราการบริโภคจะค่อนข้างต่ำในช่วงเริ่มต้นชีวิต และบันปลายชีวิตเมื่อเทียบกับช่วงตอนกลางของชีวิต ซึ่งเป็นวัยทำงาน เนื่องจากกลุ่มคนในช่วงเริ่มต้นชีวิต และบันปลายชีวิตมีรายได้ต่ำกว่าช่วงวัยทำงานซึ่งสามารถหารายได้เลี้ยงชีพตนเองได้ และร่างกายมีความต้องการสารอาหารเพื่อมาใช้ในการทำกิจกรรมต่างๆ เป็นจำนวนมากสูงกว่า แสดงให้เห็นว่าการบริโภคก็จะผันแปรไปตามช่วงอายุขัยของบุคคลด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร

ประจวบ อินออด (2520 : 36) กล่าวว่าการศึกษาของบุคคลมีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหาร เพราะค่านิยมที่ดี ความเชื่อ ตลอดจนทัศนคติที่ดีของบุคคลที่ระดับการศึกษาต่างกันก็มักแตกต่างกันไปด้วย

สวัสต์ บันเทิงสุข (2528 : 4) ได้กล่าวถึงอาหาร และการบริโภคว่า เป็นเครื่องแสดงออกทางสังคม และวัฒนธรรม ซึ่งเป็นวัฒนธรรมการกิน เป็นวิถีชีวิตที่มีองค์ประกอบมาจากหลายด้าน หรือหลายมิติด้วยกัน เช่น รัฐศาสตร์ ประวัติศาสตร์ การศึกษา และเศรษฐกิจ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้หล่อหลอมกันโดยมิติของกาลเวลา จนในที่สุดก็จะก่อรูป และคงตัวเป็นแบบแผนชีวิต (Pattern of Life) ในด้านต่างๆ โดยสามารถพัฒนา หรือเปลี่ยนแปลงต่อไปได้

สุทธิลักษณ์ สมิตตะสิริ (2537 : 4-5) กล่าวถึงพฤติกรรมการบริโภคอาหารไว้ว่าพฤติกรรม การบริโภคอาหารเป็นการแสดงออกของบุคคลทั้งที่สังเกตได้ และสังเกตไม่ได้เกี่ยวกับการรับประทานอาหาร โดยมีความสัมพันธ์กับสิ่งอื่น เช่น ความเชื่อเรื่องอาหาร ข้อห้ามในเรื่องอาหาร ความนิยมในเรื่องอาหาร และนิสัยการบริโภคอาหาร ล้วนมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารทั้งสิ้น

1. ความเชื่อในการบริโภค (Food Belief) เป็นความเข้าใจ และประสบการณ์ที่ได้ถ่ายทอดสืบทอดกันมา โดยมักมีเหตุผลหรือข้ออ้างอิงเป็นคำอธิบายถึงผลของความเชื่อนั้นๆ ซึ่งอาจจะจริงหรือไม่จริงก็ได้ เช่น หญิงมีครรภ์เชื่อว่ากินน้ำมะพร้าวจะช่วยล้างไขมันของทารกช่วยให้คลอดง่าย เป็นต้น

2. ข้อห้ามในการบริโภค (Food Taboo) เป็นกฎเกณฑ์ของสังคมที่ถือปฏิบัติสืบทอดกันมาในสภาวะ หรือสถานการณ์บางอย่าง เช่น ห้ามหญิงตั้งครรภ์กินไข่ หรือห้ามหญิงคลอดบุตรอยู่ไฟ รับประทานของแสลง (ซึ่งแตกต่างกันไปในแต่ละชุมชน เป็นต้น)

3. ความนิยมในการบริโภค (Food Fad) เป็นการกระทำที่เอาอย่างกันเพื่อแสดงว่ามีส่วนร่วม หรือเพื่อรักษาสถานะของคนในสังคม หรือเพื่อความจำเป็นทางเศรษฐกิจ และสภาพแวดล้อม โดยไม่จำเป็นต้องถูกต้อง และไม่จำเป็นต้องมีเหตุผล เช่น การเลี้ยงลูกด้วยนมขวดที่แสดงความทันสมัย หรือตามอย่างเพื่อน หรือเพราะความจำเป็นทางอาชีพที่เปลี่ยนไปตามลักษณะของสังคมสมัยใหม่

4. นิสัยการบริโภค (Food Habits) หมายถึง ลักษณะหรือการกระทำอันซ้ำซาก ซึ่งบุคคลใดบุคคลหนึ่งทำด้วยความเข้าใจ เพื่อให้การรับประทานอาหารของเขาบรรลุถึงความประสงค์ทางอารมณ์ และสังคม บริโภคนิสัยมักจะเป็นสิ่งที่สืบเนื่องกันมาเป็นเวลานาน และเป็นการยากที่จะเปลี่ยน การที่บุคคลรับประทานอาหารแตกต่างกันไปนั้น เป็นผลการเรียนรู้จากประสบการณ์ไม่ได้เกิดมาพร้อมกับการถ่ายทอดทางพันธุกรรม คือดูตัวอย่างจากผู้สูงอายุกว่า หรือจากเพื่อน นิสัยการบริโภคอาหาร และความเชื่อในเรื่องคุณสมบัติและคุณภาพของอาหารจะมีอิทธิพลมากต่อภาวะโภชนาการของแต่ละบุคคลซึ่งสืบเนื่องจากการเลือกอาหารของเขา

ศิริลักษณ์ สินธวาลัย (2533 : 86) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมการบริโภคอาหารว่า พฤติกรรมการบริโภคอาหารเป็นเรื่องของลักษณะวิธีการรับประทานอาหารว่า รับประทานอะไร รับประทานอย่างไร มากหรือน้อย บ่อยหรือไม่ในรอบวันหรือเดือน มีระเบียบมารยาทการรับประทานอาหารเป็นอย่างไร เป็นต้น ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวจำแนกไปตามลักษณะ หรือประเภทของบุคคล เป็นเด็ก ผู้ใหญ่ คนชรา เป็นต้น หรืออาจจำแนกการรับประทานตามโอกาส เช่น รับประทานที่บ้าน รับประทานที่ร้านอาหาร เป็นต้น พฤติกรรมการบริโภคอาหารมีความสัมพันธ์ไปถึงเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการหา และการทำอาหารก่อนที่จะเอามารับประทานว่า ได้วัสดุอาหารนั้นมาจากไหน วิธีใดรักษา หรือเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการได้ดีที่สุด วิธีใดทำลายหรือลดคุณค่าทางโภชนาการ พฤติกรรมการบริโภคอาหารไม่ใช่พฤติกรรมธรรมชาติเอกเทศส่วนบุคคลที่จะทำได้โดยเสรีตามอำเภอใจ แต่เป็นการกระทำทางสังคมและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้อื่นเสมอ จึงต้องเป็นไปตามรูปแบบ และกฎเกณฑ์ที่กลุ่มนั้นกำหนดไว้ เรื่องอาหารและการรับประทานจึงเป็นพฤติกรรมทางสังคม และวัฒนธรรมที่เข้าใจได้ชัดเจนก็ต่อเมื่อได้พิจารณาปัจจัยทางสังคม และวัฒนธรรมนั้นด้วย

มาร์ติน อัสติน อีเทิล (2514 : 4) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อบริโภคนิสัยว่า

1. อาหารที่มีในท้องถิ่น หากท้องถิ่นใดมีอาหารบริบูรณ์ คนในท้องถิ่นนั้นย่อมมีโอกาสจะได้บริโภคอาหารที่มีคุณค่าเพียงพอแก่ความต้องการของร่างกาย ท้องถิ่นใดขาดแคลน อาหาร คนท้องถิ่นก็จำเป็นต้องกินอย่างจำกัด

2. ฐานะทางเศรษฐกิจ แต่ละครอบครัวจะสามารถซื้ออาหารที่มีขายในท้องตลาดมารับประทานได้มากน้อยเพียงไร และซื้ออาหารจำพวกใดบ้างนั้น ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับรายได้ของครอบครัว

3. ความเคยชินในการรับประทานอาหารของครอบครัว การรับประทานอาหารของแต่ละครอบครัวนั้นบางครั้งมีเหตุผลเบื้องหลังที่เกี่ยวกับเชื้อชาติ ศาสนา และขนบธรรมเนียมประจำชาติ หรือความเชื่อของครอบครัวนั้นๆ รวมทั้งนิสัยที่สืบเนื่องกันมาหลายชั่วคน

4. ขนบธรรมเนียมประเพณี

5. ภาวะทางอารมณ์และจิตใจ เหตุการณ์ที่ก่อให้เกิดความสุขหรือความทุกข์ หรือวุ่นวายใจ ความชอบหรือไม่ชอบในอาหาร

6. ปฏิกริยาต่อกลิ่น และรสอาหาร บุคคลแต่ละคนมีปฏิกริยาต่อกลิ่น และรสของอาหารไม่เหมือนกัน

7. อิทธิพลของการศึกษา ความรู้เรื่องคุณค่าของอาหาร อาจเป็นเหตุผลสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อ การที่บุคคลนิยมรับประทานอาหารเพราะรู้คุณค่าของอาหารนั้น แสดงให้เห็นความสำคัญของการให้ความรู้ทางโภชนาการแก่ประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวัยเด็กอันเป็นวัยที่นิสัยในการรับประทานอาหารกำลังจะเกิดขึ้น

ศิริลักษณ์ สินธวลัย (2530 : 101-103) ได้ยกตัวอย่างอิทธิพลทำให้เกิดบริโภคนิสัยที่ต่างกันได้เพียง 3 ประการคือ

1. วัฒนธรรมและประเพณี สังคมที่มีวัฒนธรรม หรือประเพณีที่แตกต่างกันก็มักจะมีบริโภคนิสัยต่างกันด้วย เช่น ชาวมุสลิมไม่รับประทานหมูโดยเด็ดขาด ส่วนชาวยิวไม่รับประทาน เนื้อหมู กระต่าย อุฐู และชาวฮินดูไม่รับประทานเนื้อวัว เป็นต้น แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของประเพณีวัฒนธรรมต่อการบริโภคอาหาร

2. การผลิตและการกระจายของอาหาร ภาวะการผลิตและการกระจายอาหารเป็นสิ่งที่อาจแสดงถึงนิสัยการบริโภคของสังคมบางกลุ่ม พืชผักบางชนิดจะปลูกได้ในบางท้องถิ่นเท่านั้น เช่น การรับประทานสตอของชาวภาคใต้ หรือบางจังหวัดทางภาคตะวันออก เป็นต้น ซึ่งสมัยก่อนคนภาคอื่นๆ ไม่ค่อยรู้จัก แต่ปัจจุบันนี้การขนส่ง การค้า แะการเดินทางสะดวกขึ้น ทำให้การกระจายอาหารดีขึ้น คือ มีการนำผักอาหารต่างๆ จากแห่งหนึ่งไปขายยังอีกแห่งหนึ่งซึ่งไม่มีการปลูกพืชชนิดนั้นในท้องถิ่นตน

3. ภาวะทางโภชนาการการศึกษา ความรู้ทางด้านโภชนาการเป็นสิ่งซึ่งมีอิทธิพลต่อนิสัยการบริโภค สื่อสารมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ วารสาร หนังสือ เป็นต้น ซึ่งเผยแพร่ข่าวสารด้านโภชนาการ จะมีความสำคัญมากต่อการบริโภคของประชาชน จะเห็นได้ว่าปัจจุบันนี้ภาวะทางโภชน

ศึกษาดีขึ้น เด็กที่เกิดมารุ่นหลังส่วนใหญ่จะมีภาวะโภชนาการที่ดี เนื่องจากได้รับการฝึกให้มนัสัยการบริโภคที่ดีมาตั้งแต่เด็ก

3. ทฤษฎีและแนวความคิดด้านลักษณะส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล (personal factors) การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านสังคมต่างๆ ได้แก่ อายุการศึกษา ขั้นตอนวัฏจักรชีวิต ครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ รูปแบบการดำเนินชีวิต รวมถึงบุคลิกภาพและความคิดเกี่ยวกับตนเอง ดังนี้ (พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช. 2539 : 312-316)

1. อายุ และลำดับชั้นในวงจรชีวิต

อายุ (Age) อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความเหมือนหรือแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปแล้วคนที่มีอายุน้อยกว่ามักจะมีความคิดเสรีนิยมมากกว่า คนที่มีอายุมากกว่าจะยึดถือการปฏิบัติมากกว่า และใจร้อนกว่า ในขณะที่คนที่มีอายุมากมักจะมีความคิดอนุรักษ์นิยมมากกว่า ยึดถือการปฏิบัติมากกว่า มีความระมัดระวังมากกว่า และยังมองโลกในแง่ร้าย และมักจะคิดถึงเรื่องความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน การรักษาพยาบาล การมีบ้าน และที่ดินเป็นของตนเองมากกว่า

2. เพศ (Sex) โดยสตรีจะเป็นเป้าหมาย และเป็นผู้บริโภคที่มีอำนาจในการซื้อสูง ไม่ว่าจะเป็นสินค้าประเภทใดก็ตาม เช่น สินค้าสำหรับผู้ชาย หรือเด็ก มักจะสังเกตได้ว่าผู้ที่ตัดสินใจซื้อมักเป็นสตรีมากกว่าเพศอื่น

3. การศึกษา

การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีโลกทัศน์กว้างกว่า และไม่ค่อยเชื่ออะไรง่ายๆ การตัดสินใจเรื่องใดๆ จึงมีความละเอียดรอบครอบ ทำให้การโน้มน้าวใจเกิดขึ้นได้ยาก

4. วงจรชีวิตครอบครัว

วงจรชีวิตครอบครัว (Family life cycle stage) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน วัฏจักรชีวิตครอบครัวประกอบด้วยขั้นตอนแต่ละขั้นจะมีลักษณะการบริโภคแตกต่างกันดังนี้

ขั้นที่ 1 เป็นโสดและอยู่ในวัยหนุ่มสาว มักซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคส่วนตัว สนใจด้านการพักผ่อนหย่อนใจ เสื้อผ้า และเครื่องสำอาง เป็นต้น

ขั้นที่ 2 คู่สมรสใหม่และยังไม่มีบุตร มักซื้อสินค้าถาวร รถยนต์ ตู้เย็น เตาไฟฟ้า และเฟอร์นิเจอร์ที่จำเป็น

ขั้นที่ 3 ครอบครัวมีบุตรขั้นที่ 1 : บุตรคนเล็กอายุต่ำกว่า 6 ขวบ มักซื้อสินค้าถาวรที่ใช้ในบ้าน เช่น เฟอร์นิเจอร์ เครื่องซักผ้า เครื่องดูดฝุ่น และยังไม่ซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก เช่น อาหารเด็ก ยา เสื้อผ้า และของเล่นเด็ก รวมทั้งจะมีความสนใจในผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นพิเศษ

ขั้นที่ 4 ครอบครัวที่มีบุตรคนเล็กอายุมากกว่า 6 ขวบ มีฐานะการเงินดีขึ้น ภรรยาอาจทำงานด้วย เพราะบุตรเข้าโรงเรียนแล้ว สินค้าที่บริโภค เช่น อาหาร เสื้อผ้า เครื่องเขียนแบบเรียน และรายการพักผ่อนหย่อนใจสำหรับบุตร

ขั้นที่ 5 ครอบครัวที่บิดามารดาอายุมาก และมีบุตรโตแล้วแต่ยังไม่แต่งงาน มีฐานะการเงินดี สามารถซื้อสินค้าถาวรและเฟอร์นิเจอร์มาแทนของเก่า ผลิตภัณฑ์ที่บริโภคอาจจะเป็นรถยนต์ บริการของทันตแพทย์ การพักผ่อนและการท่องเที่ยวที่หรูหรา บ้านขนาดใหญ่กว่าเดิม

ขั้นที่ 6 ครอบครัวที่มีบิดามารดาอายุมาก มีบุตรแยกครอบครัวและยังทำงานอยู่ มีฐานะการเงินดีอาจจะต้องย้ายไปอยู่อพาร์ทเมนต์ ชอบเดินทางเพื่อพักผ่อน บริจาคทรัพย์สินบำรุงศาสนา และช่วยเหลือสังคม

ขั้นที่ 7 ครอบครัวที่บิดามารดาอายุมาก มีบุตรแยกครอบครัวและออกจากงานแล้ว ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่เป็นค่ารักษาพยาบาล

ขั้นที่ 8 คนที่อยู่คนเดียว เนื่องจากฝ่ายหนึ่งตายหรือหย่าขาดกัน และทำงานอยู่

ขั้นที่ 9 คนที่อยู่คนเดียว เนื่องจากฝ่ายหนึ่งตายหรือหย่าขาดกัน และออกจากงานแล้วค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่เป็นค่ารักษาพยาบาล

5. อาชีพ

อาชีพ (Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่นข้าราชการมักจะคำนึงถึงเรื่องยศถาบรรดาศักดิ์สวัสดิการ ศักดิ์ศรี และเกียรติภูมิของความเป็นข้าราชการ ในขณะที่คนทำงานธุรกิจเอกชนอาจคำนึงถึงรายได้ และความมั่นคงในหน้าที่การงานเป็นต้น

6. โอกาสทางเศรษฐกิจ

โอกาสทางเศรษฐกิจ(Economic Circumstance) หรือ รายได้ (Income) โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ โอกาสเหล่านี้ประกอบด้วย รายได้ การออมทรัพย์ อำนาจการซื้อ และทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน นักการตลาดต้องสนใจแนวโน้มของรายได้ส่วนบุคคล การออมทรัพย์และอัตราดอกเบี้ย เพื่อกำหนดนโยบายด้านราคาเพื่อให้สัมพันธ์กับรายได้ของผู้บริโภคด้วย.

รายได้ (Income) หรือโอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstance) โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ โอกาสเหล่านี้ประกอบด้วย รายได้ การออมสินทรัพย์ อำนาจการซื้อ และทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน (อัจจิมา เศรษฐบุตร และ สายสวรรค์ เรื่องวิเศษ. 2542 : 113)

7. รูปแบบการดำรงชีวิต (Life Style)

รูปแบบการดำรงชีวิตในโลกแสดงออกในรูปของ AIOs ซึ่งประกอบด้วย (1) กิจกรรม (Activities) (2) ความสนใจ (Interests) (3) ความคิดเห็น (Opinion) แบบการดำรงชีวิตขึ้นอยู่กับวัฒนธรรม ชั้นของสังคม และกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคล นักการตลาดเชื่อว่าการเลือกผลิตภัณฑ์ของบุคคลขึ้นอยู่กับแบบการดำรงชีวิต ตัวอย่างรูปแบบการดำรงชีวิตที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคสินค้า คน

ที่ชอบเที่ยวกลางคืน ชอบการพักผ่อนหย่อนใจ การบริโภคอาหารนอกบ้าน ส่วนคนที่สมณะจะบริโภคสินค้าที่จำเป็น

4. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

ความหมายของรูปแบบการดำเนินชีวิต

คอตเลอร์ (Kotler. 2000: 180) กล่าวว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลหนึ่งๆ คือรูปแบบการดำเนินชีวิตในโลกที่แสดงออกมาในรูปของกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นของบุคคลนั้นๆ โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตจะแสดงออกถึงตัวบุคคลนั้นมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมของเขาทั้งหมด

รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) หรือมีชื่อเสียอีกอย่างหนึ่งว่าลักษณะทางจิตวิทยาสังคม (Psychographics) (Onkvisit; & Shaw. 1994: 120) ชีวิตมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับคุณค่า และบุคลิกภาพของผู้บริโภค และนักการตลาดนำมาใช้ประโยชน์มากในปัจจุบัน ได้มีผู้ให้ความหมายของรูปแบบการดำเนินชีวิตดังต่อไปนี้

โมเวน และไมเนอร์ (Mowen; & Minor. 1998: 220) กล่าวว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต หรือ Lifestyle หมายถึง บุคคลมีการดำเนินชีวิตอยู่อย่างไร

ดารา ทีปะบาล(2542 : 169) ให้ความหมายว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง บุคคลมีการดำรงชีวิตอยู่อย่างไร หรือ รูปแบบการใช้ชีวิตของบุคคลอยู่ในโลก ที่แสดงออกมาในรูปแบบกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นต่างๆ และแบบการดำรงชีวิตนี้จะใช้ในความหมายครอบคลุมถึง กลุ่มบุคคลที่รวมกันอยู่ใน 3 ระดับคือ กลุ่มปัจเจกบุคคล กลุ่มเล็กของบุคคลที่มีปฏิสัมพันธ์กัน และกลุ่มบุคคลกลุ่มใหญ่

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2545 : 284-285) แบบของการใช้ชีวิต (lifestyle) หมายถึง มนุษย์อยู่รวมกันเป็นกลุ่มแต่ละกลุ่มมีกฎ หรือเกณฑ์ที่ทุกคนในกลุ่มพึงถือปฏิบัติ พฤติกรรมของแต่ละคนในกลุ่ม จึงเป็นไปในทำนองเดียวกัน เมื่อกลุ่มสังกัดชั้นทางสังคม และวัฒนธรรม พฤติกรรมของบุคคลในวัฒนธรรมเดียวกันก็จะมีรูปแบบ เช่น บุคคลผู้เป็นสมาชิกของกลุ่มชั้นทางสังคม และวัฒนธรรมจะพัฒนาแบบแผนของการดำรงชีพตลอดจนถึงแบบเป็นของการบริโภคขึ้นมาเพื่อใช้ในสังคม

แองเจิล (James F. Engle. 1993: 449) ได้ให้ความหมายของแบบการดำรงชีวิตว่า เป็นแบบที่บุคคลดำรงชีพ และใช้จ่ายเวลาและเงิน (Patterns in which people live and spend time and money) ดังนี้

1. วิธีที่เราดำรงชีวิต เช่น อาหารเข้าตานกแพ ขนมปัง และไข่ดาว (ปรุงได้รวดเร็ว และคนใช้เป็นผู้เตรียมอาหาร)

2. สินค้าที่เราซื้อ จริงอยู่วัฒนธรรมในการกินอยู่ไม่ได้เปลี่ยนแปลงมากนัก แต่สินค้ามีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการเสนอขาย ก็มีการแบ่งขายเป็นชิ้น มีอาหารสำเร็จรูปแช่เย็น มีการซื้อในแต่ละครั้งจำนวนมาก เพื่อเอาไว้ใช้นานๆ ต้องมีตู้เย็นไว้ถนอมอาหาร สรุปแล้ววิธีการขาย และวิธีการซื้อในสมัยปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปเพื่อให้เหมาะกับแบบของการใช้ชีวิตของบุคคลในปัจจุบัน

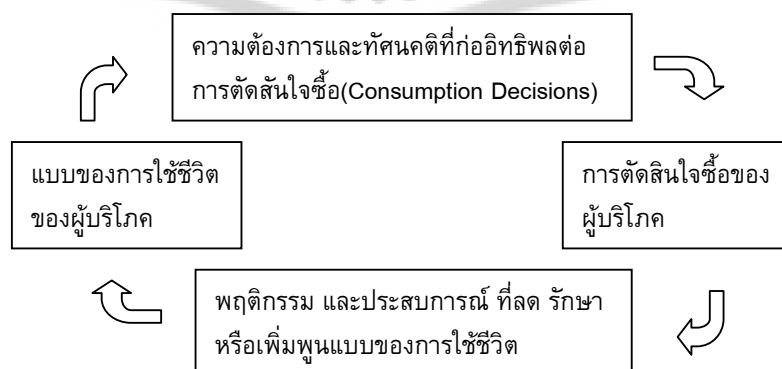
3. การใช้สินค้า จะเห็นได้ว่าเสื้อผ้าที่เราซื้อมาสวมใส่ได้ทันที อาหารสำเร็จรูปก็ปรุงได้ทันทีด้วยเตาธรรมดา หรือเตาไมโครเวฟ สรุปแล้วการใช้สินค้าสะดวกขึ้น

4. มองสินค้าอย่างไร สินค้าถูกมองว่าจะนำมาใช้เพื่อผ่อนแรง และประหยัดเวลา

5. แบบการใช้ชีวิตขึ้นอยู่กับปัจจัยมากมาย แบบดังกล่าวเป็นลักษณะที่ฝังแน่นในตัวบุคคล ซึ่งได้รับการสร้าง และขัดเกลาโดยการปฏิบัติต่อกันทางสังคม เมื่อบุคคลผ่านแต่ละขั้นตอนของวงจรชีวิต ดังนั้น แบบของการดำรงชีวิตจึงได้รับอิทธิพลของปัจจัยหลายอย่าง เช่น สถานการณ์ ครอบครัว ความต้องการ ทักษะ และลักษณะส่วนบุคคล ฯลฯ

แบบของการใช้ชีวิตแสดงให้เห็นถึงภาพพจน์ของบุคคล (Self-image or Self-concept) เป็นทั้งหมดที่ตัวเรามีอยู่ อันเป็นผลมาจากวัฒนธรรม สถานการณ์ และประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีพ ตลาดที่มีบุคคลซึ่งมีแบบของการใช้ชีวิตเดียวกันนั้นดูได้จากกลุ่มบุคคลที่ใช้เวลา คำนิยาม และความเชื่อเหมือนกันตลอดจนมีคุณสมบัติทางเศรษฐกิจสังคมเหมือนกัน และคุณสมบัติเหล่านี้เกี่ยวพันกับการทำกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ของกลุ่มบุคคลดังกล่าวด้วย

แบบของการใช้ชีวิตนอกจากจะเป็นแบบการดำรงชีพแล้ว ยังเป็นแบบความสนใจอีกด้วย เช่น คนมีรายได้เท่ากันแต่บริโภคต่างกัน เพราะแบบการใช้ชีวิตต่างกันทั้งบุคคล และครอบครัวที่ดำรงชีพอยู่ในสังคมปัจจุบันสามารถแสดงแบบของการใช้ชีวิตให้เห็นได้โดยชัดเจน ดังเช่นเราได้ยินบ่อยๆ ว่าสมัยนี้มีคน “แต่งกับงาน” “ครอบครัวผากห้องไว้นอกบ้าน” เหล่านี้เป็นการสรุปให้เห็นถึงแบบของการใช้ชีวิต แบบของการใช้ชีวิตอาจจะเป็นไปได้ทั้งการรู้ตัว และไม่รู้ว่า เราอาจตัดสินใจซื้อสินค้าโดยรู้ตัวว่าเป็นอิทธิพลของแบบในการใช้ชีวิตก็ได้ แต่ส่วนมากเราไม่รู้ตัวว่ามาจากสิ่งนั้น บุคคลส่วนใหญ่รักษาแบบของการใช้ชีวิตของตนไว้โดยมีการเปลี่ยนแปลงบ้างที่ละน้อย การรักษา หรือการเปลี่ยนแบบของการใช้ชีวิตของบุคคล หรือครอบครัวมักจะต้องเกิดจากการบริโภค และตัดสินใจซื้อสินค้า ซึ่งก็น่าจะเป็นที่สนใจของนักการตลาด อิทธิพลของแบบการใช้ชีวิตที่มีต่อการตัดสินใจซื้อแสดงให้เห็นได้ดังรูป



ภาพประกอบ 2 อิทธิพลของแบบของการใช้ชีวิตที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ

ที่มา: อุดลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). พฤติกรรมผู้บริโภค. หน้า 258.

ดารา ที่ปะปาล. (2546: 169) ได้กล่าวว่า นักการตลาดจึงใช้การวิเคราะห์ลักษณะจิตวิทยาทางสังคมของผู้บริโภคเป็นเกณฑ์ในการแบ่งรูปแบบการดำรงชีวิตของผู้บริโภค ลักษณะจิตวิทยาทางสังคม (Psychographics) เป็นคำที่นำมาใช้เพื่อประเมินแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคด้วยการวิเคราะห์ กิจกรรม(Activities:A) ความสนใจ(Interests:I) และความคิดเห็น(Opinions:O) โดยจะวิเคราะห์ว่า ผู้บริโภคใช้เวลาและทรัพยากรต่างๆ ของเขาอย่างไรในแต่ละวัน อะไรในสิ่งแวดล้อมที่เขาสนใจและถือว่ามีความสำคัญ และเขาคิดเกี่ยวกับตนเอง และคิดถึงโลกรอบๆ ตัวเขาอย่างไร การวิเคราะห์ตามลักษณะดังกล่าวบางครั้งเรียกสั้นๆ ว่า AIO เพื่อการอ้างอิง

ตาราง 2 กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นที่แสดงลักษณะแบบการดำเนินชีวิต

ACTIVITIES (กิจกรรม)	INTERESTS(ความสนใจ)	OPINIONS (ความคิดเห็น)
● การทำงาน ● งานอดิเรก ● เหตุการณ์ทางสังคม ● วันหยุดพักผ่อน ● การบันเทิง ● สมาชิกสโมสร ● ชุมชน ● การซื้อสินค้า ● การเล่นกีฬา	● ครอบครัว ● บ้าน ● งาน ● ชุมชน ● สันทนาการ ● แฟชั่น ● อาหาร ● สื่อต่างๆ ● ความสำเร็จ	● ความสัมพันธ์ส่วนตัว ● ปัญหาสังคม ● การเมือง ● ธุรกิจ ● เศรษฐกิจ ● การศึกษา ● ผลิตภัณฑ์ ● อนาคต ● วัฒนธรรม

ที่มา: Assael Henry. (1998). Consumer Behavior and Marketing Action. P.423.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2545 : 290-293) ให้แนวทางการศึกษาแบบของการใช้ชีวิต ว่า ผู้บริโภคใช้แบบของการใช้ชีวิต เพื่อลดความไม่สอดคล้อง และความไม่สมดุลในค่านิยม โดยการแปลความหมายเหตุการณ์ที่ล้อมรอบตัวเขาพร้อมทั้งทำนายเหตุการณ์ที่จะเกิดด้วย การกระทำเช่นนี้ทำให้ค่านิยมมีความคงทนถาวร แต่แบบของการใช้ชีวิตกลับเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วมาก ซึ่งก็ทำให้นักวิจัยต้องคอยสนใจ และคอยปรับวิธีการวิจัยตลอดจนปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด

Psychographics เป็นเทคนิคที่นักวิจัยใช้เพื่อวัดแบบของการใช้ชีวิต คำที่ใช้แทนกันคือ AIO ซึ่งหมายถึง การวัดกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) และความคิดเห็น (Opinions)

รายละเอียดของ AIO มีดังนี้ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2543 : 285)

A คือกิจกรรมซึ่งหมายถึงปฏิกิริยาที่แสดงออก เช่นดูทีวี จ่ายของร้านค้า แม้ว่าปฏิกิริยานี้ใครๆ ก็เห็นอยู่แต่ก็ไม่สามารถจะหาเหตุผลของการกระทำได้หมด และก็ไม่มีใครทำการวัดเพื่อหาเหตุผลของปฏิกิริยานี้

I คือ ความสนใจ เป็นความสนใจในเรื่องราว เหตุการณ์ หรือวัตถุโดยมีระดับของความตื่นตัวที่เกิดขึ้นเมื่อได้ตั้งใจติดต่อกัน หรือมีความตั้งใจเป็นพิเศษกับมัน

O คือ ความคิดเห็น เป็นไปในรูปคำพูดหรือเขียน “ตอบ” ที่บุคคลตอบต่อสถานการณ์ที่กระตุ้นเร้าที่มีการถามคำถาม ความคิดเห็นเราใช้เพื่ออธิบายการแปลความหมาย การคาดคะเน และการประเมินค่า เช่นเชื่อในสิ่งซึ่งบุคคลอื่นตั้งใจ ความเชื่อเกี่ยวกับเหตุการณ์ในอนาคต ประเมินรางวัลที่จะได้รับการเลือกทางเลือก และโทษที่จะเป็นผลของการเลือกทางเลือก

รูปแบบการดำเนินชีวิตจะถูกกำหนดด้วยปัจจัยต่างๆ ซึ่งประกอบไปด้วย ประสบการณ์ที่ผ่านมา ลักษณะที่ติดมาตั้งแต่เกิด และสถานการณ์ในปัจจุบัน สิ่งดังกล่าวเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคทุกคนจะมีการดำเนินชีวิตเป็นของตนเอง และจะได้รับการปรุงแต่งขัดเกลา โดยผ่านการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ไปตามลำดับขั้นตอนของวงจรชีวิต

ตาราง 3 แบบการดำเนินชีวิตและกระบวนการบริโภค

ตัวกำหนดแบบดำเนินชีวิต (Lifestyle determinants)	แบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle)	ผลกระทบต่อพฤติกรรม (Impact on behavior)
● ลักษณะประชากรศาสตร์ ● วัฒนธรรมย่อย ● ชั้นของสังคม ● แรงจูงใจ ● บุคลิกภาพ ● อารมณ์ ● ค่านิยม ● วงจรชีวิตของครัวเรือน ● ประสบการณ์ในอดีต	เรามีชีวิตอยู่อย่างไร ● กิจกรรม ● ความสนใจ ● ชอบ/ไม่ชอบ ●ทัศนคติ ● การบริโภค ● ความคาดหวัง ● ความรู้สึก	การซื้อ ● ซื้ออย่างไร ● ซื้อเมื่อไหร่ ● ซื้อที่ไหน ● ซื้ออะไร ● ซื้อกับใคร การบริโภค ● บริโภคที่ไหน ● บริโภคกับใคร ● บริโภคอย่างไร

ที่มา : Hawkins; & Coney. (2001). Consumer Behavior : Building Marketing Strategy.

นอกจากนี้ อุดุลย์ จาตุรงคกุล. (2539 : 278-284) ได้กล่าวถึง สังคมไม่มีครัว บทบาทการใช้ชีวิต การเปลี่ยนแปลงของการใช้ชีวิต และการจำแนกลักษณะของแบบการใช้ชีวิตไว้ดังนี้

สังคมที่ไม่มีครัว (Kitchenless Society)

(อุดุลย์ จาตุรงคกุล. 2543 : 285) สังคมในเมืองใหญ่ของประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงมากมายจนกระทั่งกลายเป็นสังคมที่ไม่มีครัว อาหารใส่ถุงพลาสติก ฟาสต์ฟู้ดตามห้างสรรพสินค้า และภัตตาคารเกิดขึ้นเป็นดอกเห็ดเพื่อตอบสนองความต้องการตามแบบของการใช้ชีวิตแบบใหม่ สตรีออกทำงานนอกบ้านมากขึ้น เกิดค่านิยมในครอบครัวชั้นใหม่ การไม่มีครอบครัวหรือการเป็นโสด เหล่านี้ทำให้แบบของการดำเนินชีวิตเปลี่ยนแปลงไปจนทำให้เกิดสังคมไม่มีครัวขึ้น

แบบของการใช้ชีวิตในปัจจุบันร่วมกับสังคมไม่มีครัวจะทำให้เกิดโอกาสทางการตลาดสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องมือเครื่องใช้ และอาหารขึ้นอย่างมากมาเป็นธรรมชาติอยู่เองที่การรักษาหรือเปลี่ยนแปลงการใช้ชีวิตจะต้องมีการบริโภคสินค้า ปัจจุบันนี้ครัวของแต่ละบ้านลดขนาดลงกว่าครึ่ง และผู้บริโภคใช้เวลาในครัวน้อยกว่าห้องอื่นๆ ในบ้าน

ตัวอย่างการใช้ชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน

1. บทบาททางสังคม (Social role) โครงสร้างของความสัมพันธ์ของบทบาทภายในครอบครัวของไทยเปลี่ยนไปจากเดิมมาก แต่เดิมสตรีอยู่กับบ้าน และทำหน้าที่ตัดสินใจกับเรื่องต่างๆ ภายในบ้านของตน สามีมักจะทำหน้าที่ในการตัดสินใจซื้อและซื้อของมาให้ ในปัจจุบันสตรีได้รับการศึกษาสูงขึ้นออกไปทำงานนอกบ้าน จึงทำให้สตรีมีบทบาทในการซื้อ และมีอำนาจซื้อในอัตราส่วนสูงที่เดียวในตลาด ซึ่งก็เป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่แก่แบบของการใช้ชีวิตของครอบครัวไทย ในปัจจุบันนี้สมาชิกแต่ละคนในครอบครัวต่างก็มีบทบาทและอิทธิพลต่อการซื้อสิ่งของให้ครอบครัวมากที่เดียว เมื่อมีการตัดสินใจเลือกตราหือของสินค้าใหญ่ ๆ ก็มักจะมีการร่วมกันตัดสินใจ

2. เวลาสำหรับการพักผ่อน (Leisure time) ในปัจจุบันเราทำงานน้อยลงเหลือสัปดาห์ละ 5 วัน ดังนั้น *ปรัชญาในการพักผ่อน* จึงมีบทบาทเป็นส่วนหนึ่งของแบบการใช้ชีวิต เราจะเห็นได้ว่าทุกวันนี้คนไทยตื่นตัวในเรื่องกิจกรรมและกีฬาเพื่อการพักผ่อนมากยิ่งขึ้น เช่นไปเที่ยวชายทะเล สนใจศิลปกรรม สนใจดนตรี การแสดง มหรสพ การออกไปรับประทานอาหารนอกบ้าน เป็นต้น การเพิ่มการพักผ่อนจะนำไปสู่แบบของการใช้ชีวิตที่แตกต่างไปจากเดิม ตั้งแต่การดำรงชีพในครอบครัวไปจนถึงการแต่งกาย และใช้เครื่องทุ่นแรง เป็นต้น

3. ช่วงเวลาของการใช้ชีวิต (Pace of living) ในขณะนี้มีการเร่งช่วงเวลาของชีวิตมากขึ้น บุคคลจะไม่ใคร่เต็มใจที่จะรอเวลาที่จะตอบสนองความต้องการสำหรับสินค้า หรือบริการต่างๆ แม้ว่าเขาจะไม่มีเงินพอที่จะซื้อก็ตาม แนวโน้มทางสังคมและจิตวิทยาดังกล่าวนี้นี้จะเพิ่มพูนความสำคัญในการให้สินเชื่อในการขายของนักการตลาด ตลอดจนเครื่องยนต์กลไกในการบรรจุสินค้า ผลิตภัณฑ์

ประทับตราสินค้า เพื่อให้ทันกับความต้องการของสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปเสมอ และเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคราคาก็อาจจะต่ำลงแต่บริการดีขึ้น

นอกจากเรื่องที่กำลังกล่าวมานี้แบบของการใช้ชีวิตของผู้บริโภคยังเกี่ยวข้องกับต้นทุนในแง่ของเวลาและความพยายามที่ลงไปในการจ่ายของการบริโภค และการใช้ของผู้ซื้อด้วย ปัจจุบันการซื้อแต่ละครั้งสะดวกรวดเร็วกว่าแต่ก่อนมาก เนื่องจากการเพิ่มความสำคัญของการปฏิบัติการทางการตลาดมากขึ้น เช่น การใช้ตราหยั๋น และหีบห่อที่เด่นดึงดูดใจ การโฆษณาและการส่งเสริมการขายที่เร้าใจ ยิ่งในยุคจรวดนี้ด้วยแล้วทุกสิ่งทุกอย่างที่ผลิตออกขายนั้น นักการตลาดพยายามพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ “ใช้ได้โดยฉับพลัน” (Instant use) เราจะเห็นได้จากผลิตภัณฑ์นม น้ำส้ม กาแฟ โจ๊ก ข้าวต้ม น้ำปลา ผงเครื่องแกงสำเร็จรูป เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความพอใจแก่ผู้บริโภคในการอำนวยความสะดวก และความง่ายแก่การบริโภคผลิตภัณฑ์ และเพื่อให้เหมาะแก่การเปลี่ยนแปลงของแบบการใช้ชีวิตของคนในสังคมปัจจุบัน คือ

การเคลื่อนที่ทางสังคม (Social mobility) การเคลื่อนที่ทางสังคมเป็นลักษณะที่สำคัญอย่างหนึ่งของแบบการใช้ชีวิตของผู้บริโภคซึ่งหมายถึงสิ่งต่างๆ เช่น การเปลี่ยนงาน รายได้เพิ่ม และการแยกจากบุคคลยุคก่อนหน้าตน เป็นต้น การศึกษาที่เพิ่มขึ้นได้ยกระดับนิยม และกลายเป็นส่วนสำคัญในการเพิ่มการเคลื่อนที่ทางสังคม นอกจากนั้นการศึกษาได้ทำให้งานเกี่ยวกับการเคลื่อนที่ย้ายภายในชั้นสังคมง่ายขึ้น และเป็นเหตุให้บุคคลหวังที่จะหารายได้สูงขึ้นในอนาคต ปรากฏว่าในปัจจุบันนี้นิสัยของการใช้จ่าย และแบบแผนของครอบครัวได้เปลี่ยนไป โดยขึ้นอยู่กับความปรารถนา และความคาดหมายมากกว่าที่จะขึ้นอยู่กับรายได้ปัจจุบัน เราจะเห็นได้ว่าการใช้สินค้ามากขึ้น และการเคลื่อนที่ก็เพิ่มมากขึ้น ชนชั้นกลางมีมากขึ้น การเคลื่อนที่ทางภูมิศาสตร์ก็มีมากขึ้นด้วย บุคคลย้ายท้องถิ่นเข้าไปในเมืองใหญ่โดยเฉพาะกรุงเทพมหานครจนแน่นไปหมด

บทบาทของแบบการใช้ชีวิต

แบบของการใช้ชีวิตสำหรับผู้บริโภคมี 2 บทบาทคือ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2543 : 260)

1. เป็นแรงจูงใจหลักให้มีการซื้อ (A basic motivator) เช่นความปรารถนาที่จะรักษาเพิ่มพูนแบบของการใช้ชีวิตในปัจจุบัน ทำให้เกิดกิจกรรมการตัดสินใจซื้อ และใช้สินค้า ความต้องการที่จะตัดสินใจซื้อนี้เกิดจากเราคือใคร เราเป็นอะไร และปัญหาและโอกาสที่เราประสบในชีวิต

2. การเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากผลของการตัดสินใจ ผลของการที่ผู้บริโภคทำการตัดสินใจเกี่ยวกับตัวสินค้าที่ก่อให้เกิดข่าวสารการจูงใจ และทัศนคติ ซึ่งข่าวสารนี้จะเปลี่ยนแปลงหรือเสริมแรง (Reinforce) แบบของการใช้ชีวิต เช่นการใช้หรือการประเมินผลวันหยุดสุดสัปดาห์อาจนำไปสู่แบบของการใช้ชีวิตในการท่องเที่ยว (Travel-oriented-lifestyle) ในระดับสูงกว่าเดิม แบบของการใช้ชีวิตอาจเปลี่ยนแปลง ถ้าเกิดมีการเปลี่ยนแปลงในตัวบุคคล กลุ่มอ้างอิง หรือครอบครัว

การเปลี่ยนแปลงการใช้ชีวิต (Lifestyle changes) (อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2543 : 260)

เมื่อเกิดมีการเปลี่ยนแปลงแบบของการใช้ชีวิต มักจะทำให้เกิดปัญหาซึ่งมีรากฐานมาจากการบริโภค (Consumption-related problems) และ/หรืออาจเกิดโอกาสที่จะทำการตัดสินใจใหม่ ปัญหานี้จะนำไปสู่กระบวนการที่มีความผันแปรและมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ การเปลี่ยนแปลงนี้เกิดขึ้นเพราะการที่ผู้บริโภคทำการตัดสินใจ หรือไม่ก็เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นในตัวกำหนดของแบบการใช้ชีวิต เช่น เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ค่านิยมจนทำให้แบบดังกล่าวเปลี่ยนแปลงด้วย

แบบการใช้ชีวิตบุคคลมิได้เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา หรือเปลี่ยนแปลงอย่างมาก ถ้าเปลี่ยนแปลงมากและสม่ำเสมอคนจะต้องวิตกกังวลและอาจเกิดภาวะล้มเหลว (Frustration) ดังนั้นแบบของการใช้ชีวิตค่อยๆ เปลี่ยนแปลงและเป็นไปในรูปแบบรู้ตัวและไม่รู้ตัว การเปลี่ยนแปลงมากและเป็นไปอย่างกระตือรือร้นที่มีผลต่อแบบของการใช้ชีวิตเกิดขึ้นได้ในเฉพาะเหตุการณ์ต่างๆ เช่น สงคราม พายุ บาดเจ็บ แต่งงาน จบการศึกษา เด็กเกิด หย่า เปลี่ยนงาน และคู่สมรสตาย

การจำแนกลักษณะของแบบการใช้ชีวิต

แบบของการใช้ชีวิตสามารถจำแนกตามลักษณะได้ดังนี้ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2543 : 261)

1. ตื่นตัวกับไม่ตื่นตัว (Active versus passive) เช่นผู้บริโภคเข้าร่วมในการเล่นกีฬาหรือเข้าดูคอนเสิร์ต รายการสด ส่วนแบบไม่ตื่นตัวนั้นผู้บริโภคดูโทรทัศน์หรือฟังเทปอยู่บ้าน
2. การโอ้อวดกับการส่วนตัว (Ostentatious versus private) แบบแรกแสวงหาสัญลักษณ์แห่งความสำเร็จที่ปวงชนยอมรับ ซึ่งตรงข้ามกับแบบหลังแสวงหาสินค้าที่ใช้เฉพาะตัว
3. ครอบครัวกับอาชีพ (Family versus private) แบบแรกมีบุตรและใช้เวลากับกิจกรรมของครอบครัว แต่แบบหลังไม่มีบุตรและใช้เวลาเพื่อความก้าวหน้าในอาชีพ
4. ท้องถิ่นกับนครหลวง (Local versus cosmopolitan) แบบแรกเข้าร่วมกับชมรมท้องถิ่นกับแบบหลังเข้าร่วมกับโลกกว้างกว่า

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรที่จะศึกษาถึงการกระทำกิจกรรมต่างๆ ความสนใจในด้านอาหารและสุขภาพ และความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารในด้านต่างๆ

5. อาหารพร้อมบริโภค

องค์การอาหารและยาให้คำนิยาม คำว่า “อาหารพร้อมบริโภค” หรืออาหารสำเร็จรูปพร้อมบริโภคทันที หมายถึง อาหารที่ผลิตเรียบร้อยพร้อมบริโภคที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่ายได้ทันที เช่น น้ำพริกสำเร็จรูป (น้ำพริกเผา น้ำพริกสวรรค์ น้ำพริกตาแดง แจ่วบอง) ขนมต่างๆ (ขนมปังแตง ข้าวแต่น กระจ่างสารท ทองม้วน ทองตัน ทองพับ กรอบเค็ม กระทิปปี้ ข้าวเกรียบที่ทอดแล้ว

ทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง ขนมปังกรอบ คุกกี้ แอคร์ ขนมอบกรอบ ขนมขบเคี้ยว) พืชผักและผลไม้แปรรูป (กล้วยตาก กล้วยฉาบ กล้วยอบเนย กล้วยกวน สับปะรดกวน มะม่วงดอง ฝรั่งดอง มะยมหยี มะม่วงหยี ฝรั่งหยี มะดันแช่อิ่ม มะม่วงแช่อิ่ม) ผลิตภัณฑ์จากสัตว์ (ไข่เค็มต้มสุก หมูหยอง หมูทุบ หมูแผ่น หมูสวรรค์ ปลาแผ่น หมูแผ่น เนื้อสวรรค์ ฯลฯ)

อาหารพร้อมบริโภค หรือ อาหารพร้อมทาน หรือ Ready to Eat (RTE) หรือ Home meal replacement (HMR) ได้ถูกคิดค้น และพัฒนาขึ้นมา เพื่อตอบรับวิถีของชาวโลกยุคใหม่ที่ต้องการความสะดวกสบายในการรับประทานอาหารโดยไม่ต้องทำเองต่อไป ไม่ว่าจะเป็นด้วยเหตุผลของขนาดครอบครัวที่เล็กลง คนทำงานนอกบ้านมากขึ้น หรือไม่มีฝีมือการปรุงอาหารเหมือนคนรุ่นก่อน

ดารามาต แก้วแดง (2541 : 6) ให้ความหมายอาหารพร้อมบริโภค หมายถึงอาหารที่ผลิตหรือปรุงเรียบร้อยแล้ว พร้อมบริโภคทันที โดยบรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่าย

โดยสามารถแบ่งประเภทของอาหารพร้อมบริโภคแยกตามรายละเอียดสินค้าได้ดังนี้ (อุตสาหกรรมการค้า เดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ 2552)

1. อาหารพร้อมทานแช่เย็น (Chilled ready meals)
2. อาหารพร้อมทานแช่แข็ง (Frozen ready meals)
3. อาหารพร้อมทานแบบบรรจุกระป๋อง (Canned ready meals)
4. อาหารพร้อมทานแบบแห้ง (Dried ready meals)

สรุป อาหารพร้อมบริโภค (Ready to Eat Food) หมายถึง อาหารที่ผ่านการแปรรูป หรือปรุงเรียบร้อยแล้ว ทั้งชนิดที่รับประทานได้ทันที หรือต้องนำมาอุ่นก่อนบริโภค โดยใส่ในภาชนะปิดมิดชิด ได้แก่อาหารพร้อมบริโภคแช่เย็น อาหารพร้อมบริโภคแช่แข็ง อาหารพร้อมบริโภคกระป๋อง และอาหารพร้อมบริโภคแบบแห้ง

5. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยภายในประเทศ

สุทธิลักษณ์ สมิตะสิริ และคณะ (2537 : 60-63) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อวัฒนธรรมการกินของผู้หญิงทำงานในกรุงเทพฯ : กรณีศึกษาย่านถนนสีลม และรัฐวิสาหกิจ โดยศึกษาจากผู้หญิงทำงานที่มีอายุ 20-50 ปี ที่ทำงานในย่านดังกล่าว พบว่าปัจจัยที่สำคัญได้แก่ ความสะดวกและเวลา รสชาติ ความเชื่อ ค่านิยม โฆษณา และข้อมูลข่าวสารทางโภชนาการซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีส่วนในการกำหนดพฤติกรรมการกินของผู้หญิงกลุ่มที่ศึกษา มีการทานอาหารไทยเป็นหลัก รับประทานอาหารนอกบ้านเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นเพราะบริบทของการทำงาน และเป็นรูปแบบของการสังสรรค์อย่างหนึ่ง วัฒนธรรมในการรับประทานอาหารมีลักษณะสุขภาพตามมาตรฐานแบบไทยสมัยใหม่ ลักษณะอาหารที่รับประทานมีแนวโน้มที่จะเป็นประเภทแป้งน้อยลง แต่เป็นประเภทโปรตีนจากสัตว์ และไขมันมากขึ้น โดยภาพรวมรับประทานอาหารที่มีวิตามินเอ ธาตุเหล็ก ฟอสฟอรัสเพียงพอ ต่อความต้องการของร่างกาย แต่ได้รับแคลเซียมไม่เพียงพอ แต่สภาวะโภชนาการโดยทั่วไปยังถือว่า

อยู่ในมาตรฐาน แต่ในกลุ่มที่มีรูปร่างท้วมหรืออ้วนซึ่งมีอายุมากกว่า 30 ปีขึ้นไป อาจมีความเสี่ยงต่อโรคที่เนื่องจากการรับประทานอาหารที่มีพลังงานและไขมันสูงเกินไป

บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ได้สำรวจ “พฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้านของคนกรุงเทพฯ” (25-26 กุมภาพันธ์ 2541) จากกลุ่มตัวอย่าง 179 คน ซึ่งเน้นการสัมภาษณ์ตามสถานการณ์จริง ปรากฏว่าคนในย่านอโศกพึงพาอาหารนอกบ้านในมือเช้าร้อยละ 33.9 รองลงมาคือมือกลางวันร้อยละ 28.30 มือเย็นร้อยละ 24.3 และมือค่ำร้อยละ 13.7 โดยมีเช้านิยมรับประทานแซนวิช กับกาแฟมากที่สุด ในมือกลางวันและมือเย็นนิยมอาหารประเภทข้าว เครื่องดื่ม คือน้ำเปล่า โดยมีค่ำนิยมรับประทานข้าวแกง เครื่องดื่มเป็นนม โดยราคาอาหารเฉลี่ยอยู่ที่ มือเช้าประมาณ 20 บาท มือกลางวันและมือเย็นค่าอาหารมากกว่า 30 บาทขึ้นไป ส่วนมือค่ำอยู่ที่ประมาณ 20-30 บาท นอกจากนี้ยังไม่รวมค่าเครื่องดื่มและอาหารว่างอยู่ที่มือละประมาณ 6-10 บาท ซึ่งพบว่าผู้บริโภคนิยมบริโภคเครื่องดื่มในอาหารมือค่ำมากกว่ามืออื่น ถึงร้อยละ 68.8 ในขณะที่มือเช้าเท่ากับร้อยละ 50.5 ส่วนของว่างและผลไม้ พบว่าผู้บริโภคนิยมบริโภคในมือกลางวันและเย็นมากกว่ามือเช้าและค่ำ

บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ได้สำรวจ “คนกรุงเทพฯกับการบริโภคอาหารพร้อมปรุง” (2-12 พฤษภาคม 2540) จากกลุ่มตัวอย่าง 1795 คน โดยกระจายตัวอย่างตามสาขาอาชีพทั่วทุกเขตในกรุงเทพฯ ปรากฏว่าคนกรุงเทพฯ ร้อยละ 64.5 นิยมรับประทานอาหารพร้อมปรุง โดยเหตุผลที่เลือกรับประทานอาหารพร้อมปรุง 3 อันดับแรกคือ สะดวกและประหยัดเวลาร้อยละ 39.8 อยากลองของใหม่ร้อยละ 10.8 และยังคงได้สนุกกับการปรุงอาหารเองร้อยละ 9.9 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 39.5 นั้นมีเหตุผลในการรับประทานอาหารพร้อมปรุงเนื่องจากติดใจในรสชาติ เป็นโอกาสที่จะได้รับประทานอาหารร้อนๆ เพื่อนๆ แนะนำ และคิดว่ามีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าการรับประทานอาหารแช่แข็ง และอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดส์ โดยความถี่ในการบริโภคอาหารพร้อมปรุงของคนกรุงเทพฯ นั้น ร้อยละ 33.4 บริโภคอาทิตย์ละครั้ง ร้อยละ 3.9 บริโภคอาหารพร้อมปรุงทุกวัน ปริมาณการซื้ออาหารพร้อมปรุงโดยเฉลี่ยในแต่ละสัปดาห์ประมาณ 2 ถาด และมีค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารพร้อมปรุงโดยเฉลี่ยในแต่ละสัปดาห์ประมาณ 200 บาทต่อคน

บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ได้สำรวจ “พฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้านของคนกรุงเทพฯ” (25-26 กุมภาพันธ์ 2541) จากกลุ่มตัวอย่าง 179 คน ซึ่งเน้นการสัมภาษณ์ตามสถานการณ์จริง โดยสัมภาษณ์เฉพาะผู้ที่รับประทานอาหารในย่านอโศก และสัมภาษณ์เฉพาะในวันทำงานเท่านั้น ปรากฏว่าคนในย่านอโศกพึงพาอาหารนอกบ้านในมือเช้าร้อยละ 33.9 รองลงมาเป็นมือกลางวันร้อยละ 28.0 มือเย็นร้อยละ 24.3 และมือค่ำร้อยละ 13.7 โดยมีในแต่ละมือมีการสำรวจประเภทอาหาร เครื่องดื่มและของว่างที่เป็นที่นิยม รวมทั้งในแต่ละมือคนในย่านอโศก ซึ่งนับว่าเป็นแนวทางในการลงทุนสำหรับผู้ประกอบการที่สนใจเข้ามาลงทุนเปิดธุรกิจร้านอาหารในย่านอโศก



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคของ
คนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ดำเนินศึกษาค้นคว้าตามขั้นตอน ดังนี้

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

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ คนวัยทำงานอายุตั้งแต่ 20-55 ปีที่อาศัยหรือทำงาน
อยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีพฤติกรรมการรับประทานอาหารพร้อมบริโภค

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คนวัยทำงานอายุตั้งแต่ 20-55 ปีที่อาศัยหรือทำงานอยู่ใน
กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีพฤติกรรมการรับประทานอาหารพร้อมบริโภค เนื่องจากไม่ทราบจำนวน
ประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการหาขนาดตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น
95% (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2550 : 27-28) การหาขนาดตัวอย่างมีสูตรดังต่อไปนี้

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

n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

Z แทน ค่าปกติมาตรฐานที่ได้จากตารางการแจกแจงแบบปกติมาตรฐาน ซึ่งขึ้นอยู่กับระดับ
ความเชื่อมั่นที่กำหนด คือ 95% ซึ่งจะได้ค่า $Z_{.95} = 1.96$

E แทน สัดส่วนความคาดเคลื่อนในการประมาณที่ยอมรับได้คือ 5% ($E = 0.05$)

ดังนั้น

$$\begin{aligned} n &= \frac{(1.96)^2}{4(.05)^2} \\ &= 384.16 \text{ หรือประมาณ } 385 \text{ คน} \end{aligned}$$

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยจะแจกแบบสอบถาม ตามจุดที่มีประชากรวัยทำงานสัญจรไปมา มาก ได้แก่ ตามอาคารสำนักงานย่านถนนสีลม เพชรบุรีตัดใหม่ สาทร อโศก รัชดา บางนา บางเขน พระราม2 เป็นต้น จนครบตามจำนวนที่กำหนด

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลวิจัยครั้งนี้ เป็นลักษณะข้อคำถามในแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถามแบบปลายปิด (Close-ended Response Question) จำนวน 7 ข้อ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ข้อ 1 เพศ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกสองข้อ (Dichotomous Question)

ข้อ 2 อายุ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (Multichotomous Question)

ข้อ 3 สถานภาพสมรส ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (Multichotomous Question)

ข้อ 4 ระดับการศึกษาสูงสุด ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อ 5 อาชีพ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (Multichotomous Question)

ข้อ 6 รายได้ต่อเดือน ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (Multichotomous Question)

ข้อ 7 จำนวนสมาชิกในครอบครัว ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (Multichotomous Question)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภควัยทำงานในกรุงเทพมหานคร แบบสอบถามได้ถามเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตประจำวัน โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ ด้านการความคิดเห็น เป็นการให้คะแนนแบบ Likert (Summated Rating Method : The Likert Scale) โดยมีสเกลอยู่ 5 ระดับ จัดเป็นการวัดระดับข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ดังนี้

รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ตรงกับผู้บริโภค	มากที่สุด	เท่ากับ 5 คะแนน
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ตรงกับผู้บริโภค	มาก	เท่ากับ 4 คะแนน
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ตรงกับผู้บริโภค	ปานกลาง	เท่ากับ 3 คะแนน

รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ตรงกับผู้บริโภค น้อย เท่ากับ 2 คะแนน
 รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ตรงกับผู้บริโภค น้อยที่สุด เท่ากับ 1 คะแนน

การอภิปรายผลการวิจัยแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตทั้ง 3 ส่วน ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผลโดยอาศัยสูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้นดังนี้ (กัลยา วาณิชยปัญญา.2550:29)

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

และเพื่อความสะดวกในการลงข้อมูลทางสถิติการอภิปรายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ในการสอบถามการวัดข้อมูลประเภทอัตราภาคชั้น (Interval Scale) ตอนที่2 ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปราย โดยอาศัยสูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้นดังนี้

$$\begin{aligned}&= \frac{5 - 1}{2} \\ &= 2\end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

ค่าเฉลี่ย	1.00 – 3.00	หมายถึง	ระดับปานกลาง-น้อย
ค่าเฉลี่ย	3.01 – 5.00	หมายถึง	ระดับมาก

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภครของ คนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยคำถามชนิดปลายปิด (Close-ended Response Question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาค้นคว้าแนวคิดทฤษฎี เอกสาร และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. กำหนดขอบเขตของแบบสอบถามซึ่งได้แก่ ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ รูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค เพื่อสร้างแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาจะต้องมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และนิยามศัพท์

3. ดำเนินการสร้างแบบสอบถาม

4. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้นให้อาจารย์ที่ปริญญานิพนธ์พิจารณาตรวจสอบและขอคำแนะนำในการแก้ไขปรับปรุงเพื่อให้อ่านแล้วมีความเข้าใจง่าย และมีความชัดเจนตามความมุ่งหมายของการวิจัย

5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบและได้แก้ไขเพิ่มเติมจากผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม ไปทดลองใช้ (Pre-Test) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ครอนบัค แอลฟา (Cronbach' Alpha) (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2550 : 41-42)

โดยผลจากทดสอบ ครอนบัค แอลฟา ได้ค่าดังนี้

ด้านกิจกรรมการทำงาน (Activity)	มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .737
ด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร (Interest)	มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .831
ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค (Opinion)	มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .929

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารที่สามารถอ้างอิงได้ ผลงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อประกอบการสร้างแบบสอบถาม

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการนำข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายที่ตอบแบบสอบถาม มาศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคของผู้บริโภควัยทำงาน

โดยการเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมินั้น ได้ทำการแจกแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด โดยการแจกแบบสอบถามตามอาคารสำนักงานต่างๆ และรอรับ โดยสามารถเก็บได้ทั้งสิ้น 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 และได้ใช้แบบสอบถามทั้งสิ้น 385 ชุดในการทำการวิเคราะห์ข้อมูล

4. การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การจัดทำข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จัดทำข้อมูลโดยดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

1.1 เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับมาจะตรวจสอบความถูกต้อง และความครบถ้วนของแบบสอบถามและนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้อง และความครบถ้วน มาลงรหัส

ตัวเลข (Code) ตามเกณฑ์ของเครื่องมือแต่ละส่วน แล้วจึงนำไปประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นต่อไป

1.2 ประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรม SPSS (Statistical Package For The Social Science) For Window Version 15.0

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. แบบสอบถามตอนที่ 1 ซึ่งเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามในด้าน เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพหลัก รายได้ต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว ของผู้บริโภควิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การแจกแจงความถี่และค่าสถิติร้อยละ (Percentage)

2. แบบสอบถามตอนที่ 2 ซึ่งเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ตอบแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนที่ 1 เป็นกิจกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 เป็นด้านความสนใจของผู้ตอบแบบสอบถาม และส่วนที่ 3 เป็นด้านความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยวิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. แบบสอบถามตอนที่ 3 เกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค โดยวิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่ และร้อยละ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษานี้ใช้สถิติวิเคราะห์ ดังนี้

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่
2. สถิติที่ใช้ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
3. สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่

1.1 การหาค่าความถี่ (Frequencies) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลตอนที่ 1 และตอนที่ 3 โดยใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550 : 52)

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

เมื่อ	P	แทน	ค่าร้อยละ
	f	แทน	ความถี่ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงให้เป็นร้อยละ
	n	แทน	จำนวนความถี่ทั้งหมด

1.2 การหาค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลตอนที่ 2 โดยใช้สูตรดังนี้

(กัลยา วานิชย์บัญชา. 2550 : 48)

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

เมื่อ $\bar{X}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

$$\sum_{i=1}^n X_i$$

แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n

แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.) ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2550 : 49)

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2}{n-1}}$$

σ

แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง

$$\sum_{i=1}^n X_i^2$$

แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

$$\left(\sum_{i=1}^n X_i \right)^2$$

แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

n

แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. การหาค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถามโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α = Coefficient) ของครอนบัค โดยใช้สูตร (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2550 : 34-36)

$$\alpha = \frac{k \overline{Co variance / Variance}}{1 + (k-1) \overline{Co variance / Variance}}$$

โดยที่ k

แทน จำนวนคำถาม

 $Covariance$

แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่าง ๆ

 $Variance$

แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

3. สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ เมื่อตัวแปรทั้ง 2 ตัว เป็นตัวแปรเชิงกลุ่ม ใช้เพียร์สันไคสแควร์ (Pearson Chi-Square) โดยใช้สูตร ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2550 : 92)

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

 O_{ij} แทน จำนวนหรือความถี่ของข้อมูลที่มีลักษณะที่ i ของตัวแปรที่หนึ่งและมีลักษณะ j ของตัวแปรที่สอง r

แทน จำนวนลักษณะของตัวแปรที่หนึ่ง

 c

แทน จำนวนลักษณะของตัวแปรที่สอง

 E_{ij} แทน ความถี่หรือจำนวนที่คาดหวังของลักษณะที่ j ของตัวแปรที่หนึ่งและลักษณะ j ของตัวแปรที่สอง

กรณีพบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Cramer's V

สถิติ Cramer's V ใช้ทำการวัดความสัมพันธ์ เมื่อมีตัวแปรใดตัวแปรหนึ่งหรือทั้งสองตัวแปรเป็น Nominal (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2550 : 95)

$$V = \frac{\chi^2}{\sqrt{n \cdot \min\{(r-1), (c-1)\}}}$$

Cramer's V

แทน

สัมประสิทธิ์ Cramer's V

 χ^2

แทน

ค่า Chi-Square

 n

แทน

ขนาดของตัวอย่าง

t แทน จำนวนแถวหรือจำนวนสดมภ์ที่มีค่าน้อย
โดยที่ค่าสถิติ Cramer's V จะมีค่าระหว่าง $0 < V < 1$ ความหมายของค่า V คือ

1. ถ้า V เข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปรเชิงกลุ่มทั้ง 2 ตัว มีความสัมพันธ์กันมาก
2. ถ้า V เข้าใกล้ 0 แสดงว่าตัวแปรเชิงกลุ่มทั้ง 2 ตัว ไม่มีความสัมพันธ์กัน หรือสัมพันธ์กัน
น้อยมาก



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการบริโภคของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครใช้สัญลักษณ์ย่อต่อไปนี้

n	แทน	ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
χ^2	แทน	ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square Test)
Sig.	แทน	ค่าความน่าจะเป็นสำหรับปบอกระดับนัยสำคัญของการทดสอบสมมติฐาน
Cramer's V	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ Cramer's V
H ₀	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H _a	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
*	แทน	ค่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบายโดยเรียงลำดับหัวข้อเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- | | |
|-----------|---|
| ส่วนที่ 1 | ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภควัยทำงานที่ตอบแบบสอบถาม |
| ส่วนที่ 2 | รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภควัยทำงาน ในด้านกิจกรรมการทำงาน ความสนใจเกี่ยวกับอาหาร และความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค |
| ส่วนที่ 3 | พฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคของผู้บริโภควัยทำงาน |
| ส่วนที่ 4 | การทดสอบสมมติฐาน |

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 4 จำนวนความถี่และร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	143	37.10
หญิง	242	62.90
รวม	385	100.00
ช่วงอายุ		
20 - 25 ปี	65	16.90
26 - 31 ปี	156	40.50
32 - 37 ปี	66	17.10
38 - 43 ปี	64	16.60
44 - 49 ปี	28	7.30
50 - 55 ปี	6	1.60
รวม	385	100.00
สถานภาพสมรส		
โสด	265	66.80
สมรส	86	22.30
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	34	8.80
รวม	385	100.00
ระดับการศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	60	15.60
ปริญญาตรี	259	67.30
สูงกว่าปริญญาตรี	66	17.10
รวม	385	100.00

ตาราง 4 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาชีพ		
พนักงานบริษัทเอกชน	307	79.70
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	36	9.40
ธุรกิจส่วนตัว	42	10.90
รวม	385	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ไม่เกิน 10,000 บาท	36	9.40
10,001 - 25,000 บาท	167	43.40
25,001 - 40,000 บาท	145	37.70
40,001 - 55,000 บาท	19	4.90
มากกว่า 55,000 บาท	18	4.70
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	385	100.00
จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วมกัน ณ ปัจจุบัน		
อาศัยอยู่คนเดียว	90	23.40
2-3 คน	141	36.60
4-5 คน	96	24.90
มากกว่า 5 คน	58	15.10
รวม	385	100.00

จากตาราง 2 การวิเคราะห์จำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 385 คน มีรายละเอียดดังนี้

เพศ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 62.90 และ เพศชาย จำนวน 143 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.10

อายุ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 26-31 ปี จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 รองลงมาอายุ 32-37 ปี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 17.10 อายุ 20-25 ปี จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.90 อายุ 38-43 ปี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.60 อายุ 44-49 ปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.30 และ อายุ 50-55 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 66.80 รองลงมามีสถานภาพสมรสแล้ว จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 22.30 และมีสถานภาพเป็นหม้ายหรือหย่าร้างหรือแยกกันอยู่ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 ตามลำดับ

ระดับการศึกษาสูงสุด

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 67.30 รองลงมามีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 17.10 และการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.60 ตามลำดับ

อาชีพ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 79.70 รองลงมาประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.90 และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.40 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-25,000 บาท จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 43.40 รองลงมารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-40,000 บาท จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 37.70 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.40 รายได้เฉลี่ย 40,001-55,000 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.90 และรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 55,001 บาทขึ้นไป จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.70 ตามลำดับ

จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วมกัน ณ ปัจจุบัน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วมกัน ณ ปัจจุบัน 2-3 คน เป็นจำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 36.60 รองลงมามีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4-5 คน คิดเป็นร้อยละ 24.90 อาศัยอยู่เพียงคนเดียว เป็นจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 23.40 และมีจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่รวม ณ ปัจจุบันมากกว่า 5 คน จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 15.10 ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง พบว่าความถี่ของกลุ่มผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามในส่วนของ ช่วงอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีการกระจายอยู่มาก ดังนั้นในการทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยจึงดำเนินการจัดกลุ่มตัวอย่างใหม่ให้มีจำนวนที่เหมาะสม ดังนี้

ตาราง 5 จำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดกลุ่มใหม่

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ช่วงอายุ		
20 - 25 ปี	65	16.90
26 - 31 ปี	156	40.50
32 - 37 ปี	66	17.10
38 - 43 ปี	64	16.60
44 - 55 ปี	34	8.80
รวม	385	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ไม่เกิน 25,000 บาท	203	52.70
มากกว่า 25,000 บาท	182	47.30
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	385	100.00

จากตาราง 5 การวิเคราะห์จำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดกลุ่มใหม่ จำนวน 385 คน มีรายละเอียดดังนี้

อายุ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 26-31 ปี จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 รองลงมาอายุ 32-37 ปี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 17.10 อายุ 20-25 ปี จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.90 อายุ 38-43 ปี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.60 อายุ 43-55 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 25,000 บาท จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 52.70 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 47.30 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภควัยทำงาน ในด้านกิจกรรมการทำงาน ความสนใจเกี่ยวกับอาหาร และความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิต ในด้านกิจกรรมการทำงาน

กิจกรรม กิจกรรมเกี่ยวกับการทำงาน	Min.	Max.	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการทำ กิจกรรม
การออกไปพบลูกค้านอกสถานที่ทำงาน	1.00	5.00	2.74	1.48	ปานกลาง-น้อย
การออกร้านหรือจัดงานนอกสถานที่ทำงาน	1.00	5.00	2.42	1.22	ปานกลาง-น้อย
การประชุมนอกเหนือเวลาทำงาน	1.00	5.00	2.62	1.14	ปานกลาง-น้อย
การทำงานล่วงเวลาในวันทำงานปกติ	1.00	5.00	3.18	1.29	มาก
การทำงานล่วงเวลาในวันหยุด	1.00	5.00	2.14	1.05	ปานกลาง-น้อย
รวม	1.50	5.00	2.62	0.84	ปานกลาง-น้อย

จากตาราง 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีกิจกรรมการทำงานโดยรวมในระดับปานกลาง-น้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.62

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการทำงานล่วงเวลาในวันทำงานปกติอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 รองลงมาเป็นการออกไปพบลูกค้านอกสถานที่อยู่ในระดับปานกลาง-น้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.74 การประชุมนอกเหนือเวลาทำงานอยู่ในระดับปานกลาง-น้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.62 การออกร้านหรือจัดงานนอกสถานที่อยู่ในระดับปานกลาง-น้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.42 และการทำงานนอกเวลาในวันหยุดอยู่ในระดับปานกลาง-น้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.14ตามลำดับ

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร

ความสนใจ ความสนใจเกี่ยวกับอาหาร	Min.	Max.	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสนใจ
การทดลองชิมผลิตภัณฑ์อาหารใหม่ๆ ตามซุ้ม ในห้างสรรพสินค้า	1.00	5.00	2.90	0.99	ปานกลาง-น้อย
อ่านนิตยสาร หรือบทความเกี่ยวกับอาหาร	1.00	5.00	3.01	1.00	มาก
สนใจข่าวสารเกี่ยวกับการคิดค้นรูปแบบ กระบวนการผลิตอาหารแบบใหม่ๆ	1.00	5.00	2.92	0.99	ปานกลาง-น้อย
สนใจความรู้เกี่ยวกับคุณค่าทางโภชนาการที่ จะได้รับจากการบริโภคอาหารต่างๆ	1.00	5.00	3.35	1.04	มาก
รวม	1.00	5.00	3.05	0.73	มาก

จากตาราง 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจเกี่ยวกับอาหารโดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจเกี่ยวกับอาหารในระดับมาก ในด้านความรู้เกี่ยวกับคุณค่าทางโภชนาการที่จะได้รับจากการบริโภคอาหารต่างๆ อยู่ใน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 รองลงมาคือ ความสนใจในการอ่านนิตยสาร หรือบทความเกี่ยวกับอาหารอยู่ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01

ในส่วนที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจอยู่ในระดับปานกลาง-น้อย คือความสนใจด้านข่าวสารเกี่ยวกับการคิดค้นรูปแบบกระบวนการผลิตอาหารแบบใหม่ๆ เช่นการทอดโดยใช้น้ำแทนน้ำมัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92 และความสนใจในการทดลองชิมผลิตภัณฑ์อาหารใหม่ๆ ตามซุ้มในห้างสรรพสินค้า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 ตามลำดับ

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค

ความคิดเห็น	Min.	Max.	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความเห็นด้วย
ความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค					
อาหารพร้อมบริโภคช่วยให้ชีวิตท่าน สะดวกสบายมากขึ้น	1.00	5.00	3.65	0.87	มาก
อาหารพร้อมบริโภคมีความสะอาด และ ปลอดภัย	1.00	5.00	3.29	0.95	มาก
อาหารพร้อมบริโภคมีคุณค่าทางโภชนาการ เทียบเท่าอาหารปรุงสด	1.00	5.00	2.79	1.06	ปานกลาง-ต่ำ
อาหารพร้อมบริโภคมีความอร่อยของรสชาติ เทียบเท่าอาหารปรุงสด	1.00	5.00	2.76	1.07	ปานกลาง-ต่ำ
อาหารพร้อมบริโภคช่วยให้ท่านประหยัด ค่าใช้จ่ายได้มากกว่าการทำอาหารรับประทาน เอง	1.00	5.00	2.77	1.16	ปานกลาง-ต่ำ
รวม	1.00	4.33	3.04	0.77	มาก

จากตาราง 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในแง่บวกเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค หรือมีระดับความเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในแง่บวก หรือมีระดับความเห็นด้วยในระดับมาก ในเรื่องอาหารพร้อมบริโภคช่วยให้การดำเนินชีวิตประจำวันของผู้บริโภคสะดวกสบายมากขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 รองลงมาผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่าการอาหารพร้อมบริโภคมีความสะอาด และปลอดภัย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29

และผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในแง่บวกในระดับปานกลาง-น้อย เกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค ในด้านคุณค่าทางโภชนาการที่จะได้รับจากอาหารพร้อมบริโภคเมื่อเปรียบเทียบกับอาหารปรุงสด มีความเทียบเท่ากันนั้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.79 และในด้านการคิดเห็นว่าอาหารพร้อมบริโภคทำให้ผู้บริโภคประหยัดค่าใช้จ่ายมากกว่าทำอาหารรับประทานเอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.77 และความคิดเห็นในเรื่องความอร่อยของรสชาติอาหารพร้อมบริโภคเทียบเท่ากับอาหารปรุงสด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.76 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

ตาราง 9 จำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

พฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประเภทของอาหารพร้อมบริโภค		
อาหารพร้อมบริโภคแบบแช่เย็น	166	43.10
อาหารพร้อมบริโภคแบบแช่แข็ง	42	10.90
อาหารพร้อมบริโภคแบบกระป๋อง	85	22.10
อาหารพร้อมบริโภคแบบแห้ง	92	23.90
รวม	385	100.00
สถานที่ ที่มักจะซื้ออาหารพร้อมบริโภคไปรับประทาน		
บ้าน	243	63.10
สถานที่ทำงาน	73	19.00
ในรถยนต์/ยานพาหนะ	31	8.10
ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต	38	9.90
รวม	385	100.00
ใคร ที่ผู้บริโภคมักรับประทานอาหารพร้อมบริโภคไปด้วย		
รับประทานคนเดียว	198	51.40
รับประทานกับคนรัก/แฟน	33	8.60
รับประทานกับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	67	17.40
รับประทานกันครอบครัว	87	22.60
รวม	385	100.00
รับประทานอาหารพร้อมบริโภคเมื่อใดมากที่สุด		
มือเช้า	91	23.60
มือกลางวัน	78	20.30
มือเย็น	130	33.80
มือค่ำ/มือดึก	86	22.30
รวม	385	100.00

ตาราง 9 (ต่อ)

พฤติกรรมกรบริโภคอาหารพร้อมบริโภค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โอกาสที่รับประทานอาหารพร้อมบริโภคมากที่สุด		
รับประทานทุกวัน ทุกโอกาส	46	11.90
รับประทานเฉพาะวันทำงาน	76	19.70
รับประทานเฉพาะวันหยุด	48	12.50
รับประทานเมื่อมีโอกาสพิเศษ	30	7.80
รับประทานเมื่อไม่สามารถหาอาหารปรุงสดได้	177	46.00
อื่น ๆ	8	2.10
รวม	385	100.00

ตาราง 9 การวิเคราะห์จำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 385 คน มีรายละเอียดดังนี้

ประเภทของอาหารพร้อมบริโภค

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รับประทานอาหารพร้อมบริโภคแบบแช่เย็น จำนวน 166 คน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 43.1 รองลงมาคืออาหารพร้อมบริโภคแบบแห้ง จำนวน 92 คน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 23.90 อาหารพร้อมบริโภคแบบกระป๋อง จำนวน 85 คน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 22.10 และ อาหารพร้อมบริโภคแบบแช่แข็ง จำนวน 42 คน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 10.90 ตามลำดับ

สถานที่ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกรับประทานอาหารพร้อมบริโภค

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มักรับประทานอาหารพร้อมบริโภคที่บ้าน จำนวน 243 คน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 63.10 รองลงมาคือที่ทำงาน จำนวน 73 คน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 19.00 ที่ห้างสรรพสินค้า หรือซูเปอร์มาร์เก็ต จำนวน 38 คน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 9.90 และในยวดยานพาหนะ จำนวน 31 คน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 8.10 ตามลำดับ

บุคคลที่คนวัยทำงานมักรับประทานอาหารพร้อมบริโภคไปด้วย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มักรับประทานอาหารพร้อมบริโภคเพียงคนเดียว จำนวน 198 คน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 51.40 รองลงมาคือรับประทานร่วมกับครอบครัว 87 คน โดยมี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 22.60 รับประทานร่วมกับเพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน 67 คน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 17.40 และรับประทานร่วมกับคนรัก หรือแฟน จำนวน 33 คน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 8.60 ตามลำดับ

มื้ออาหารที่คนวัยทำงานมักรับประทานอาหารพร้อมบริโภคร

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รับประทานอาหารพร้อมบริโภครในมืเอ่ยน จำนวน 130 คน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 33.80 รองลงมาคือมืเอ่ยเช้า จำนวน 91 คน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 23.6 มืเอ่ยดึก จำนวน 86 คน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 22.30 และมืเอ่ยกลางวัน จำนวน 78 คน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 20.30 ตามลำดับ

โอกาสที่คนวัยทำงานเลือกรับประทานอาหารพร้อมบริโภคร

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รับประทานอาหารพร้อมบริโภครในโอกาสที่ไม่สามารถหาอาหารปรุงสดรับประทานได้ จำนวน 177 คน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 46.00 รองลงมารับประทานเฉพาะวันทำงาน จำนวน 76 คน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 19.70 รับประทานเฉพาะวันหยุด จำนวน 48 คน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 12.50 รับประทานทุกวัน จำนวน 46 คน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 11.90 รับประทานเฉพาะโอกาสพิเศษ เช่นวันปีใหม่วันเกิด จำนวน 30 คน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 7.80 และอื่นๆ เช่นเฉพาะวันทำงานยุ่ง จำนวน 8 คน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.10 ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง พบว่าความถี่ของกลุ่มผู้บริโภครที่ตอบแบบสอบถามในส่วนของโอกาสในการเลือกรับประทานอาหารพร้อมบริโภครมีการกระจายอยู่มาก ดังนั้นในการทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยจึงดำเนินการจัดกลุ่มตัวอย่างใหม่ให้มีจำนวนที่เหมาะสม ดังนี้

ตาราง 10 จำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคของผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดกลุ่มใหม่

พฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สถานที่ที่มักจะเลือกรับประทานอาหารพร้อมบริโภค		
บ้าน	243	63.10
สถานที่ทำงาน	73	19.00
อื่นๆ	69	17.90
รวม	385	100.00
โอกาสที่รับประทานอาหารพร้อมบริโภคมากที่สุด		
รับประทานทุกวัน ทุกโอกาส	46	11.90
รับประทานเฉพาะวันทำงาน	76	19.70
รับประทานเฉพาะวันหยุด	48	12.50
รับประทานเมื่อไม่สามารถหาอาหารปรุงสดได้	177	46.00
อื่นๆ	38	9.90
รวม	385	100.00

จากตาราง 10 การวิเคราะห์จำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคของผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดกลุ่มใหม่ จำนวน 385 คน มีรายละเอียดดังนี้ สถานที่ที่มักจะเลือกรับประทานอาหารพร้อมบริโภค

สถานที่ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกรับประทานอาหารพร้อมบริโภค

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มักรับประทานอาหารพร้อมบริโภคที่บ้าน จำนวน 243 คน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 63.10 รองลงมาคือที่ทำงาน จำนวน 73 คน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 19.00 และอื่นๆ อันได้แก่ ห้างสรรพสินค้า หรือซูเปอร์มาร์เก็ต และในเวทยานพาหนะ จำนวน 69 คน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 17.90 ตามลำดับ

โอกาสที่คนวัยทำงานเลือกรับประทานอาหารพร้อมบริโภค

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รับประทานอาหารพร้อมบริโภคในโอกาสที่ไม่สามารถหาอาหารปรุงสดรับประทานได้ จำนวน 177 คน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 46.00 รองลงมารับประทานเฉพาะวันทำงาน จำนวน 76 คน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 19.70 รับประทานเฉพาะวันหยุด จำนวน 48 คน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 12.50 รับประทานทุกวัน จำนวน 46 คน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 11.90 และอื่นๆ เช่นเฉพาะวันที่ยานอยู่ และรับประทานในโอกาสพิเศษ จำนวน 38 คน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 9.90 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ของคนทำงานในกรุงเทพมหานคร สามารถเขียนสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

สมมติฐานย่อยที่ 1.1 เพศมีความสัมพันธ์กับประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่คนวัยทำงานเลือกบริโภค สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับประเภทของอาหารพร้อมบริโภค

H_a : เพศมีความสัมพันธ์กับประเภทของอาหารพร้อมบริโภค

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 11 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่เลือกรับประทาน

ประเภทของอาหารพร้อมบริโภค	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
อาหารพร้อมบริโภคแบบแช่เย็น	63	103	166
อาหารพร้อมบริโภคแบบแช่แข็ง	18	24	42
อาหารพร้อมบริโภคแบบกระป๋อง	33	52	85
อาหารพร้อมบริโภคแบบแห้ง	29	63	92
รวม	143	242	385
$\chi^2 = 1.982$		Sig (2-sided) =	0.576

จากตาราง 11 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่คนวัยทำงานเลือกรับประทาน พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 1.982 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.576 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่คนวัยทำงานเลือกรับประทาน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 1.2 เพศมีความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภคสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

H_a : เพศมีความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 12 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

สถานที่ที่มักจะเลือกรับประทานอาหาร พร้อมบริโภค	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
บ้าน	94	149	243
สถานที่ทำงาน	24	49	73
อื่นๆ	25	44	69
รวม	143	242	385
$\chi^2 = 0.841$		Sig (2-sided) = 0.657	

จากตาราง 12 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 0.841 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.657 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

สมมติฐานย่อยที่ 1.3 เพศมีความสัมพันธ์กับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย

H_a : เพศมีความสัมพันธ์กับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 13 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย

บุคคลที่มักจะรับประทานอาหารพร้อม บริโภคร่วมด้วย	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
รับประทานคนเดียว	74	124	198
คนรัก	10	23	33
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	27	40	67
ครอบครัว	32	55	87
รวม	143	242	385
0.956		Sig (2-sided) = 0.812	

จากตาราง 13 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคด้านบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 0.956 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.812 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารพร้อมบริโภคร่วมด้วย ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 1.4 เพศมีความสัมพันธ์กับมื้ออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกรับประทานอาหารพร้อมบริโภค สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับมื้ออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

H_a : เพศมีความสัมพันธ์กับมื้ออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 14 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับมื้ออาหารที่ผู้คณวยทำงานเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

มื้ออาหารที่มักจะบริโภคอาหารพร้อม บริโภค	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
มื้อเช้า	32	59	91
มื้อกลางวัน	27	51	78
มื้อเย็น	52	78	130
มื้อค่ำ/มือดึก	32	54	86
รวม	143	242	385
$\chi^2 = 0.821$		Sig (2-sided) = 0.845	

จากตาราง 14 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ด้านมื้ออาหาร พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 0.821 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.845 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ด้านมื้ออาหาร ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 1.5 เพศมีความสัมพันธ์กับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

H_a : เพศมีความสัมพันธ์กับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 15 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

โอกาสที่เลือกรับประทานอาหารพร้อม บริโภค	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
ทุกวัน ทุกโอกาส	19	27	46
เฉพาะวันทำงาน	34	42	76
เฉพาะวันหยุด	21	27	48
เมื่อไม่สามารถหาอาหารปรุงสดได้	57	120	177
อื่นๆ	12	26	38
รวม	143	242	385

$\chi^2 = 5.470$
Sig (2-sided) = 0.242

จากตาราง 15 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ด้านโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 5.470 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.242 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ด้านโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 ช่วงอายุมีความสัมพันธ์กับประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่คนวัยทำงานเลือกบริโภค สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ช่วงอายุไม่มีความสัมพันธ์กับประเภทของอาหารพร้อมบริโภค

H_a : ช่วงอายุมีความสัมพันธ์กับประเภทของอาหารพร้อมบริโภค

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

สมมติฐานย่อยที่ 2.2 ช่วงอายุมีความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภคสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ช่วงอายุไม่มีความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

H_a : ช่วงอายุมีความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 17 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

สถานที่ที่มักจะ เลือกรับประทาน	ช่วงอายุ					รวม
	ตั้งแต่ 20-25ปี	ตั้งแต่ 26-31 ปี	ตั้งแต่ 32-37 ปี	ตั้งแต่ 38-43 ปี	มากกว่า 43ปี	
อาหารพร้อมบริโภค						
บ้าน	44	97	46	36	20	243
สถานที่ทำงาน	13	36	8	9	7	73
อื่นๆ	8	23	12	19	7	69
รวม	65	156	66	64	34	385
$\chi^2 = 12.287$		Sig (2-sided) = 0.139				

จากตาราง 17 ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุกับความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 12.287 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.139 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ช่วงอายุไม่มีความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

สมมติฐานย่อยที่ 2.3 ช่วงอายุมีความสัมพันธ์กับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ช่วงอายุไม่มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย

H_a : ช่วงอายุมีความสัมพันธ์กับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 18 ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุกับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย

บุคคลที่มักจะ รับประทานอาหาร พร้อมบริโภคร่วม	ช่วงอายุ					รวม
	ตั้งแต่ 20-25ปี	ตั้งแต่ 26-31 ปี	ตั้งแต่ 32-37 ปี	ตั้งแต่ 38-43 ปี	มากกว่า 43ปี	
รับประทานคนเดียว	44	90	31	17	16	198
คนรัก	5	15	9	2	2	33
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	9	22	8	20	8	67
ครอบครัว	7	29	18	25	8	87
รวม	65	156	66	64	34	385
$\chi^2 = 41.098^*$		Sig (2-sided) =			0.000	
Cramer's V = 0.189*		Sig =			0.000	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุกับพฤติกรรมการการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคด้านบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 41.098 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ช่วงอายุมีความสัมพันธ์พฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารพร้อมบริโภคด้วย ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ต่อดัวยสถิติ Cramer's V พบว่า ช่วงอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารพร้อมบริโภคด้วย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.189 และค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 2.4 ช่วงอายุมีความสัมพันธ์กับมื้ออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกรับประทานอาหารพร้อมบริโภค สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ช่วงอายุไม่มีความสัมพันธ์กับมื้ออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

H_a : ช่วงอายุมีความสัมพันธ์กับมื้ออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 19 ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุกับมื้ออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

มื้ออาหารที่มักจะ บริโภคอาหาร พร้อมบริโภค	ช่วงอายุ					รวม
	ตั้งแต่ 20-25ปี	ตั้งแต่ 26-31 ปี	ตั้งแต่ 32-37 ปี	ตั้งแต่ 38-43 ปี	มากกว่า 43ปี	
มื้อเช้า	20	32	10	18	11	91
มื้อกลางวัน	12	29	14	16	7	78
มื้อเย็น	15	65	23	16	11	130
มื้อค่ำ/มือดึก	18	30	19	14	5	86
รวม	65	156	66	64	34	385

$$\chi^2 = 16.965$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.151$$

จากตาราง 19 ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ด้านมื้ออาหาร พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 16.965 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.151 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ช่วงอายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ด้านมื้ออาหาร ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 2.5 ช่วงอายุมีความสัมพันธ์กับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ช่วงอายุไม่มีความสัมพันธ์กับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

H_a : ช่วงอายุมีความสัมพันธ์กับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 20 ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุกับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

โอกาสที่เลือก รับประทานอาหาร พร้อมบริโภค	ช่วงอายุ					รวม
	ตั้งแต่ 20-25ปี	ตั้งแต่ 26-31 ปี	ตั้งแต่ 32-37 ปี	ตั้งแต่ 38-43 ปี	มากกว่า 43ปี	
ทุกวัน ทุกโอกาส	9	11	6	12	8	46
เฉพาะวันทำงาน	19	27	11	10	9	76
เฉพาะวันหยุด	6	19	13	7	3	48
เมื่อไม่สามารถหา อาหารปรุงสดได้	24	87	31	23	12	177
อื่นๆ	7	12	5	12	2	38
รวม	65	156	66	64	34	385
$\chi^2 = 32.446^*$		Sig (2-sided) =			0.009	
Cramer's V = 0.145*		Sig =			0.009	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ด้านโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 32.446 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ช่วงอายุมีความสัมพันธ์พฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Cramer's V พบว่า ช่วงอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค โดยมีค่า

สัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.145 และค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.009 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ของคนวันทำงานในกรุงเทพมหานคร สามารถเขียนสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

สมมติฐานย่อยที่ 3.1 สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่คนวันทำงานเลือกบริโภค สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : สถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับประเภทของอาหารพร้อมบริโภค

H_a : สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับประเภทของอาหารพร้อมบริโภค

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 21 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่เลือกรับประทาน

ประเภทของอาหารพร้อมบริโภค	สถานภาพสมรส			
	โสด	สมรส	หย่า/แยกกันอยู่	รวม
อาหารพร้อมบริโภคแบบแช่เย็น	117	37	12	166
อาหารพร้อมบริโภคแบบแช่แข็ง	33	5	4	42
อาหารพร้อมบริโภคแบบกระป๋อง	56	16	13	85
อาหารพร้อมบริโภคแบบแห้ง	59	28	5	92
รวม	265	86	34	385
$\chi^2 = 11.992$		Sig (2-sided) = 0.062		

จากตาราง 21 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่คนวันทำงานเลือกรับประทาน พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 11.992 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.062 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า สถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภค

อาหารพร้อมบริโภค ในด้านประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่คนวัยทำงานเลือกรับประทาน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 3.2 สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภคสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : สถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

H_a : สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 22 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

สถานที่ที่มักจะเลือกรับประทานอาหารพร้อมบริโภค	สถานภาพสมรส			
	โสด	สมรส	หย่า/แยกกันอยู่	รวม
บ้าน	174	55	14	243
สถานที่ทำงาน	52	14	7	73
อื่นๆ	39	17	13	69
รวม	265	86	34	385

$$\chi^2 = 12.819^*$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.012$$

$$\text{Cramer's V} = 0.129^*$$

$$\text{Sig} = 0.012$$

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 22 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 12.819 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.012 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์พฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Cramer's V พบว่า สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.177 และค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 3.3 สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารเช้าร่วมด้วย สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : สถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารเช้าร่วมด้วย

H_a : สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารเช้าร่วมด้วย

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 23 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารเช้าร่วมด้วย

บุคคลที่มักจะรับประทานอาหารเช้า พร้อมบริโภคร่วมด้วย	สถานภาพสมรส			
	โสด	สมรส	หย่า/แยกกันอยู่	รวม
รับประทานคนเดียว	159	22	17	198
คนรัก	20	13	0	33
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	40	17	10	67
ครอบครัว	46	34	7	87
รวม	265	86	34	385

$$\chi^2 = 40.61^*$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.000$$

$$\text{Cramer's V} = 0.230^*$$

$$\text{Sig} = 0.000$$

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 23 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคส่วนบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 40.610 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์พฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Cramer's V พบว่า สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.230 และค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 3.4 สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับมื้ออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกรับประทานอาหารพร้อมบริโภค สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : สถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับมื้ออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

H_a : สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับมื้ออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 24 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับมื้ออาหารที่ผู้คณวิทำงานเลือกบริโภคอาหาร
พร้อมบริโภค

มื้ออาหารที่มักจะบริโภคอาหารพร้อม บริโภค	สถานภาพสมรส			
	โสด	สมรส	หย่า/แยกกันอยู่	รวม
มื้อเช้า	61	22	8	91
มื้อกลางวัน	48	21	9	78
มื้อเย็น	92	27	11	130
มื้อค่ำ/มื้อดึก	64	16	6	86
รวม	265	86	34	385

$$\chi^2 = 3.660$$

$$\text{Sig. (2-sided)} = 0.723$$

จากตาราง 24 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร
พร้อมบริโภค ด้านมื้ออาหาร พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 3.660 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ
0.723 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า สถานภาพสมรสไม่มี
ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ด้านมื้ออาหาร ซึ่งไม่สอดคล้องกับ
สมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 3.5 สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับโอกาสในการบริโภคอาหาร
พร้อมบริโภค สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : สถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

H_a : สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร
2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธ
สมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดง
ดังนี้

ตาราง 25 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

โอกาสที่เลือกรับประทานอาหารพร้อม บริโภค	สถานภาพสมรส			
	โสด	สมรส	หย่า/แยกกันอยู่	รวม
ทุกวัน ทุกโอกาส	27	16	3	46
เฉพาะวันทำงาน	54	12	10	76
เฉพาะวันหยุด	32	10	6	48
เมื่อไม่สามารถหาอาหารปรุงสดได้	129	40	8	177
อื่นๆ	23	8	7	38
รวม	265	86	34	385

$$\chi^2 = 16.61^*$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.034$$

$$\text{Cramer's V} = 0.147^*$$

$$\text{Sig} = 0.034$$

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 25 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคด้านโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 16.610 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.034 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์พฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Cramer's V พบว่า สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.147 และค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.034 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ของคนวันทำงานในกรุงเทพมหานคร สามารถเขียนสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

สมมติฐานย่อยที่ 4.1 ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่คนวันทำงานเลือกบริโภค สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับประเภทของอาหารพร้อมบริโภค

H_a : ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับประเภทของอาหารพร้อมบริโภค

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 26 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่เลือกรับประทาน

ประเภทของอาหารพร้อมบริโภค	ระดับการศึกษา			รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
อาหารพร้อมบริโภคแบบแช่เย็น	24	117	25	166
อาหารพร้อมบริโภคแบบแช่แข็ง	2	26	14	42
อาหารพร้อมบริโภคแบบกระป๋อง	13	60	12	85
อาหารพร้อมบริโภคแบบแห้ง	21	56	15	92
รวม	60	259	66	385
$\chi^2 =$	14.86*	Sig (2-sided) =		0.021
Cramer's V =	0.139*	Sig (2-sided) =		0.021

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 26 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่คนวัยทำงานเลือกรับประทาน พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 14.860 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.021 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่คนวัยทำงานเลือกรับประทาน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Cramer's V พบว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมในในด้านประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่คนวัยทำงานเลือกรับประทาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.139 และค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.021 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 4.2 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภคสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

H_a : ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 27 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

สถานที่ที่มักจะเลือกรับประทานอาหาร พร้อมบริโภค	ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	รวม
บ้าน	34	170	39	243
สถานที่ทำงาน	15	47	11	73
อื่นๆ	11	42	16	69
รวม	60	259	66	385
$\chi^2 = 4.151$		Sig (2-sided) = 0.386		

จากตาราง 27 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 4.151 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.386 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 4.3 ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารเช้าด้วยกัน สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารเช้าด้วยกัน

H_a : ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารเช้าด้วยกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 28 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารเช้าด้วยกัน

บุคคลที่มักจะรับประทานอาหารเช้า พร้อมบริโภคร่วมด้วย	ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	รวม
รับประทานคนเดียว	18	140	40	198
คนรัก	3	23	7	33
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	19	39	9	67
ครอบครัว	20	57	10	87
รวม	60	259	66	385

$$\chi^2 = 21.116^*$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.002$$

$$\text{Cramer's V} = 0.166^*$$

$$\text{Sig} = 0.002$$

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 28 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการการบริโภคอาหารเช้าพร้อมบริโภคนับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารเช้าด้วยกัน พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 21.116 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ

บริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Cramer's V พบว่า ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารไปด้วย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.116 และค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.002 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 4.4 ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับมื้ออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกรับประทานอาหารพร้อมบริโภค สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับมื้ออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

H_a : ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับมื้ออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 29 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับมื้ออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

มื้ออาหารที่มักจะบริโภคอาหารพร้อม บริโภค	ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่า	ปริญญาตรี	สูงกว่า	รวม
มือเช้า	17	57	17	91
มือกลางวัน	11	55	12	78
มือเย็น	21	87	22	130
มือค่ำ/มือดึก	11	60	15	86
รวม	60	259	66	385
$\chi^2 = 1.896$		Sig (2-sided) = 0.929		

จากตาราง 29 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ด้านมื้ออาหาร พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 1.896 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.929 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ด้านมื้ออาหาร ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 4.5 ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

H_a : ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 30 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

โอกาสที่เลือกรับประทานอาหารพร้อม บริโภค	ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่า	ปริญญาตรี	สูงกว่า	รวม
ทุกวัน ทุกโอกาส	17	29	0	46
เฉพาะวันทำงาน	12	52	12	76
เฉพาะวันหยุด	10	26	12	48
เมื่อไม่สามารถหาอาหารปรุงสดได้	14	128	35	177
อื่นๆ	7	24	7	38
รวม	60	259	66	385

$$\chi^2 = 33.793^*$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.000$$

$$\text{Cramer's V} = 0.209^*$$

$$\text{Sig} = 0.000$$

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 30 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคด้านโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 33.793 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Cramer's V พบว่า ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.209 และค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 5 อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ของคนวันทำงานในกรุงเทพมหานคร สามารถเขียนสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

สมมติฐานย่อยที่ 5.1 อาชีพมีความสัมพันธ์กับประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่คนวัยทำงานเลือกบริโภค สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับประเภทของอาหารพร้อมบริโภค

H_a : อาชีพมีความสัมพันธ์กับประเภทของอาหารพร้อมบริโภค

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 31 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่เลือกรับประทาน

ประเภทของอาหารพร้อมบริโภค	อาชีพ			รวม
	พนักงานบริษัท	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	เจ้าของกิจการ	
อาหารพร้อมบริโภคแบบแช่เย็น	140	10	16	166
อาหารพร้อมบริโภคแบบแช่แข็ง	39	1	2	42
อาหารพร้อมบริโภคแบบกระป๋อง	62	12	11	85
อาหารพร้อมบริโภคแบบแห้ง	66	13	13	92
รวม	307	36	42	385

$$\chi^2 = 13.935^*$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.030$$

$$\text{Cramer's V} = 0.135^*$$

$$\text{Sig} = 0.030$$

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 31 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่คนวัยทำงานเลือกรับประทาน พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 13.935 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.030 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่คนวัยทำงานเลือกรับประทาน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Cramer's V พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมในด้านประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่คนวัยทำงานเลือกรับประทาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.135 และค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.030 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 5.2 อาชีพมีความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภคสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

H_a : อาชีพมีความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธ

สมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 32 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

สถานที่ที่มักจะเลือกรับประทานอาหาร พร้อมบริโภค	อาชีพ			รวม
	พนักงาน	รับราชการ/ เจ้าของกิจการ		
บ้าน	193	21	29	243
สถานที่ทำงาน	59	10	4	73
อื่นๆ	55	5	9	31
รวม	307	36	42	385
$\chi^2 = 4.442$		Sig (2-sided) =		0.349

จากตาราง 32 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 4.442 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.349 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 5.3 อาชีพมีความสัมพันธ์กับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย

H_a : อาชีพมีความสัมพันธ์กับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 33 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย

บุคคลที่มักจะรับประทานอาหาร พร้อมบริโภคร่วมด้วย	อาชีพ			
	พนักงาน บริษัท	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	เจ้าของกิจการ	รวม
รับประทานคนเดียว	159	17	22	198
คนรัก	29	2	2	33
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	51	10	6	67
ครอบครัว	68	7	12	87
รวม	307	36	42	385

$$\chi^2 = 4.927$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.553$$

จากตาราง 33 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคนับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 4.927 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.553 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 5.4 อาชีพมีความสัมพันธ์กับมื้ออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกรับประทานอาหารพร้อมบริโภค สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับมื้ออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

H_a : อาชีพมีความสัมพันธ์กับมื้ออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 34 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับมื้ออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

มื้ออาหารที่มักจะบริโภคอาหารพร้อม บริโภค	อาชีพ			
	พนักงาน	รับราชการ/ เจ้าของกิจการ	รวม	
มื้อเช้า	78	4	9	91
มื้อกลางวัน	62	10	6	78
มื้อเย็น	103	12	15	130
มื้อค่ำ/มื้อดึก	64	10	12	86
รวม	307	36	42	385

$$\chi^2 = 6.195$$

$$\text{Sig. (2-sided)} = 0.402$$

จากตาราง 34 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคด้านมื้ออาหาร พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 6.195 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.402 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ด้านมื้ออาหาร ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 5.5 อาชีพมีความสัมพันธ์กับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

H_a : อาชีพมีความสัมพันธ์กับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 35 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

โอกาสที่เลือกรับประทานอาหารพร้อม บริโภค	อาชีพ			
	พนักงาน	รับราชการ/ เจ้าของกิจการ	รวม	
ทุกวัน ทุกโอกาส	38	1	7	46
เฉพาะวันทำงาน	61	9	6	76
เฉพาะวันหยุด	38	5	5	48
เมื่อไม่สามารถหาอาหารปรุงสดได้	143	16	18	177
อื่นๆ	27	5	6	38
รวม	307	36	42	385
$\chi^2 = 6.485$		Sig (2-sided) =		0.593

จากตาราง 35 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคด้านโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 6.485 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.593 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 6 รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ของคนทำงานในกรุงเทพมหานคร สามารถเขียนสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

สมมติฐานย่อยที่ 6.1 รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่คนวัยทำงานเลือกบริโภค สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รายได้ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับประเภทของอาหารพร้อมบริโภค

H_a : รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับประเภทของอาหารพร้อมบริโภค

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 36 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่เลือกรับประทาน

ประเภทของอาหารพร้อมบริโภค	รายได้ต่อเดือน		
	น้อยกว่า/เท่ากับ 25,000	มากกว่า 25,000	รวม
อาหารพร้อมบริโภคแบบแช่เย็น	96	70	166
อาหารพร้อมบริโภคแบบแช่แข็ง	17	25	42
อาหารพร้อมบริโภคแบบกระป๋อง	46	39	85
อาหารพร้อมบริโภคแบบแห้ง	44	48	92
รวม	203	182	385
$\chi^2 =$	5.217	Sig (2-sided) =	0.157

จากตาราง 36 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่คนวัยทำงานเลือกรับประทาน พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 5.217 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.157 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รายได้ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่คนวัยทำงานเลือกรับประทาน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 6.2 รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภคสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รายได้ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

H_a : รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 37 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

สถานที่ที่มักจะเลือกรับประทาน อาหารพร้อมบริโภค	รายได้ต่อเดือน		
	น้อยกว่า/เท่ากับ	มากกว่า 25,000	รวม
บ้าน	133	110	243
สถานที่ทำงาน	38	35	73
อื่นๆ	32	37	69
รวม	203	182	385
$\chi^2 =$ 1.522	Sig (2-sided) =		0.467

จากตาราง 37 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับความสัมพัธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 1.522 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.467 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รายได้ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 6.3 รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รายได้ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย

H_a : รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 38 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย

บุคคลที่มักจะรับประทานอาหาร พร้อมบริโภคร่วมด้วย	รายได้ต่อเดือน		
	น้อยกว่า/ เท่ากับ 25,000	มากกว่า 25,000	รวม
รับประทานคนเดียว	100	98	198
คนรัก	19	14	33
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	38	29	67
ครอบครัว	46	41	87
รวม	203	182	385
$\chi^2 = 1.132$		Sig (2-sided) = 0.769	

จากตาราง 38 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคส่วนบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 1.132 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.769 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รายได้ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคในส่วนบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 6.4 รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับมื้ออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกรับประทานพร้อมบริโภค สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รายได้ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับมื้ออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกบริโภคพร้อมบริโภค

H_a : รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับมื้ออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกบริโภคพร้อมบริโภค

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 39 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับมื้ออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

มื้ออาหารที่มักจะบริโภค อาหารพร้อมบริโภค	รายได้ต่อเดือน		
	น้อยกว่า/เท่ากับ	มากกว่า 25,000	รวม
มื้อเช้า	39	52	91
มื้อกลางวัน	46	32	78
มื้อเย็น	75	55	130
มื้อค่ำ/มือดึก	43	43	86
รวม	203	182	385
$\chi^2 = 6.320$		Sig (2-sided) =	0.097

จากตาราง 39 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ด้านมื้ออาหาร พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 6.320 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.097 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รายได้ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ด้านมื้ออาหาร ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 6.5 รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รายได้ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

H_a : รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 40 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

โอกาสที่เลือกรับประทาน อาหารพร้อมบริโภค	รายได้ต่อเดือน		
	น้อยกว่า/เท่ากับ	มากกว่า 25,000	รวม
ทุกวัน ทุกโอกาส	28	18	46
เฉพาะวันทำงาน	50	26	76
เฉพาะวันหยุด	24	24	48
เมื่อไม่สามารถหาอาหารปรุงสดได้	88	89	177
อื่นๆ	13	25	38
รวม	203	182	385
$\chi^2 = 12.44^*$		Sig (2-sided) =	0.014
Cramer's V = 0.180*		Sig =	0.014

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 40 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคด้านโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 12.440 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.014 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Cramer's V พบว่า รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมในด้านโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.180 และค่า sig. มีค่าเท่ากับ 0.014 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 7 จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วม ณ ปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร สามารถเขียนสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

สมมติฐานย่อยที่ 7.1 จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วม ณ ปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่คนวัยทำงานเลือกบริโภค สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วม ณ ปัจจุบัน ไม่มีความสัมพันธ์กับประเภทของอาหารพร้อมบริโภค

H_a จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วม ณ ปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับประเภทของอาหารพร้อมบริโภค

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 41 ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วม ณ ปัจจุบัน กับประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่เลือกรับประทาน

ประเภทของอาหารพร้อมบริโภค	จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วม ณ ปัจจุบัน				รวม
	อาศัยอยู่คนเดียว	2-3 คน	4-5 คน	มากกว่า 5 คน	
อาหารพร้อมบริโภคแบบแช่เย็น	28	66	44	28	166
อาหารพร้อมบริโภคแบบแช่แข็ง	12	8	16	6	42
อาหารพร้อมบริโภคแบบกระป๋อง	32	29	19	5	85
อาหารพร้อมบริโภคแบบแห้ง	18	38	17	19	92
รวม	90	141	96	58	385

$$\chi^2 = 28.04^*$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.001$$

$$\text{Cramer's V} = 0.156^*$$

$$\text{Sig} = 0.001$$

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 41 ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วม ณ ปัจจุบัน กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่คนวัยทำงานเลือกรับประทาน พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 28.040 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วม ณ ปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่คนวัยทำงานเลือกรับประทาน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Cramer's V พบว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วม ณ ปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคในด้านประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่คนวัยทำงานเลือกรับประทาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.156 และค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.001 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 7.2 จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วม ณ ปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภคสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วม ณ ปัจจุบัน ไม่มีความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

H_a : จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วม ณ ปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 42 ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วม ณ ปัจจุบัน กับ ความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

สถานที่ที่มักจะเลือก รับประทานอาหารพร้อมบริโภค	จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อยู่ร่วม ณ ปัจจุบัน				รวม
	อาศัยอยู่ คนเดียว	2-3 คน	4-5 คน	มากกว่า 5 คน	
บ้าน	65	84	63	31	243
สถานที่ทำงาน	15	26	20	12	73
อื่นๆ	10	31	13	15	69
รวม	90	141	96	58	385

$\chi^2 = 9.653$ Sig (2-sided) = 0.140

จากตาราง 42 ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วม ณ ปัจจุบัน กับความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค พบว่าค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 9.653 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.140 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วม ณ ปัจจุบัน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 7.3 จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วม ณ ปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วม ณ ปัจจุบัน ไม่มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย

H_a : จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วม ณ ปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 43 ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วม ณ ปัจจุบัน กับบุคคลที่
คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย

บุคคลที่มักจะรับประทาน อาหารพร้อมบริโภคร่วมด้วย	จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อยู่ร่วม ณ ปัจจุบัน				รวม
	อาศัยอยู่ คนเดียว	2-3 คน	4-5 คน	มากกว่า 5 คน	
รับประทานคนเดียว	60	68	51	19	198
คนรัก	5	17	8	3	33
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	14	28	10	15	67
ครอบครัว	11	28	27	21	87
รวม	90	141	96	58	385

$$\chi^2 = 28.62^*$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.001$$

$$\text{Cramer's V} = 0.157^*$$

$$\text{Sig} = 0.001$$

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 43 ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วม ณ ปัจจุบัน กับพฤติกรรมการการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคด้านบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 28.620 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.001 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วม ณ ปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Cramer's V พบว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วม ณ ปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมในส่วนบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.157 และค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.001 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 7.4 จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วม ณ ปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับมื้ออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกรับประทานอาหารพร้อมบริโภค สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่รวม ณ ปัจจุบัน ไม่มีความสัมพันธ์กับมืออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

H_a : จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่รวม ณ ปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับมืออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 44 ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่รวม ณ ปัจจุบัน กับมืออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

มืออาหารที่มักจะบริโภค อาหารพร้อมบริโภค	จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อยู่รวม ณ ปัจจุบัน				รวม
	อาศัยอยู่ คนเดียว	2-3 คน	4-5 คน	มากกว่า 5 คน	
มือเช้า	33	28	18	12	91
มือกลางวัน	11	25	25	17	78
มือเย็น	21	54	36	19	130
มือค่ำ/มือดึก	25	34	17	10	86
รวม	90	141	96	58	385

$$\chi^2 = 22.903^*$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.006$$

$$\text{Cramer's V} = 0.141^*$$

$$\text{Sig} = 0.006$$

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 44 ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่รวม ณ ปัจจุบัน กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ด้านมืออาหาร พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 22.903 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่รวม ณ ปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ด้านมืออาหาร ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Cramer's V พบว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่รวม ณ ปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมในด้า่มืออาหาร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.141 และค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.006 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 7.5 จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่รวม ณ ปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่รวม ณ ปัจจุบัน ไม่มีความสัมพันธ์กับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

H_a : จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่รวม ณ ปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 45 ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่รวม ณ ปัจจุบัน กับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

โอกาสที่เลือกรับประทาน อาหารพร้อมบริโภค	จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อยู่รวม ณ ปัจจุบัน				รวม
	อาศัยอยู่ คนเดียว	2-3 คน	4-5 คน	มากกว่า 5 คน	
ทุกวัน ทุกโอกาส	14	20	7	5	46
เฉพาะวันทำงาน	20	31	15	10	76
เฉพาะวันหยุด	11	17	7	13	48
เมื่อไม่สามารถหาอาหารปรุงสดได้	38	60	52	27	177
อื่นๆ	7	13	15	3	38
รวม	90	141	96	58	385

$$\chi^2 = 19.204$$

$$\text{Sig. (2-sided)} = 0.084$$

จากตาราง 45 ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วม ณ ปัจจุบัน กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคนานโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 19.204 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.084 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วม ณ ปัจจุบัน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 8 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมการทำงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ของคนวันทำงานในกรุงเทพมหานคร สามารถเขียนสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

สมมติฐานย่อยที่ 8.1 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมการทำงาน มีความสัมพันธ์กับประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่คนวัยทำงานเลือกบริโภค สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมการทำงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับประเภทของอาหารพร้อมบริโภค

H_a รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมการทำงาน มีความสัมพันธ์กับประเภทของอาหารพร้อมบริโภค

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 46 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมการทำงาน กับประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่เลือกรับประทาน

ประเภทของอาหารพร้อมบริโภค	รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรมการทำงาน		
	มาก	น้อย	รวม
อาหารพร้อมบริโภคแบบแช่เย็น	111	55	166
อาหารพร้อมบริโภคแบบแช่แข็ง	26	16	42
อาหารพร้อมบริโภคแบบกระป๋อง	56	29	85
อาหารพร้อมบริโภคแบบแห้ง	71	21	92
รวม	264	121	385
$\chi^2 = 4.534$		Sig (2-sided) =	0.209

จากตาราง 46 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมการทำงาน กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่คนวัยทำงานเลือกรับประทาน พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 4.534 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.209 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมการทำงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่คนวัยทำงานเลือกรับประทาน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 8.2 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมการทำงาน มีความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภคสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมการทำงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

H_a : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมการทำงาน มีความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 47 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมการทำงาน กับความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

สถานที่ที่มักจะเลือก รับประทานอาหารพร้อมบริโภค	รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรมการทำงาน		
	มาก	น้อย	รวม
บ้าน	162	81	243
สถานที่ทำงาน	45	28	73
อื่นๆ	57	12	69
รวม	264	121	385
$\chi^2 = 8.344^*$	Sig (2-sided) =		0.015
Cramer's V = 0.147*	Sig =		0.015

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 47 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมการทำงาน กับความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 8.344 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.015 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมการทำงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Cramer's V พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมการทำงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมในด้านสถานที่ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.147 และค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.015 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 8.3 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมการทำงาน มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมการทำงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย

H_a : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมการทำงาน มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 48 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมการทำงาน กับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย

บุคคลที่มักจะรับประทาน อาหารพร้อม $\chi^2 =$ รับประทานอาหาร ร่วมกัน	รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรมการทำงาน		
	มาก	น้อย	รวม
รับประทานอาหารคนเดียว	130	68	198
คนรัก	26	7	33
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	46	21	67
ครอบครัว	62	25	87
รวม	264	121	385
2.672		Sig (2-sided) = 0.445	

จากตาราง 48 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมการทำงาน กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคด้านบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 2.672 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.445 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมการทำงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 8.4 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมการทำงาน มีความสัมพันธ์กับมื้ออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกรับประทานอาหารพร้อมบริโภค สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมการทำงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับมื้ออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

H_a : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมการทำงาน มีความสัมพันธ์กับมื้ออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 49 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมการทำงาน กับมื้ออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

มื้ออาหารที่มักจะบริโภค อาหารพร้อมบริโภค	รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรมการทำงาน		
	มาก	น้อย	รวม
มือเช้า	55	36	91
มือกลางวัน	63	15	78
มือเย็น	87	43	130
มือค่ำ/มือดึก	59	27	86
รวม	264	121	385
$\chi^2 = 8.341^*$		Sig (2-sided) =	0.039
Cramer's V = 0.147*		Sig =	0.039

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 49 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมการทำงาน กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ด้านมื้ออาหาร พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 8.341 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.039 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมการทำงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ด้านมื้ออาหาร ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Cramer's V พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมการทำงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมในมื้ออาหาร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.147 และค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.039 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 8.5 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมการทำงาน มีความสัมพันธ์กับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมการทำงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

H_a : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมการทำงาน มีความสัมพันธ์กับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 50 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมการทำงาน กับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

โอกาสที่เลือกรับประทาน อาหารพร้อมบริโภค	รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรมการทำงาน		
	มาก	น้อย	รวม
ทุกวัน ทุกโอกาส	23	23	46
เฉพาะวันทำงาน	44	32	76
เฉพาะวันหยุด	33	15	48
เมื่อไม่สามารถหาอาหารปรุงสดได้	134	43	177
อื่นๆ	30	8	38
รวม	264	121	385
$\chi^2 = 17.462^*$		Sig (2-sided) =	0.002
Cramer's V = 0.213*		Sig =	0.002

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 50 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมการทำงาน กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคด้านโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค พบว่าค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 17.462 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้าน

กิจกรรมการทำงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Cramer's V พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมการทำงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมในด้านโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.213 และค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.002 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 9 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมการทำงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ของคนวันทำงานในกรุงเทพมหานคร สามารถเขียนสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

สมมติฐานย่อยที่ 9.1 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร มีความสัมพันธ์กับประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่คนวัยทำงานเลือกบริโภค สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร ไม่มีความสัมพันธ์กับประเภทของอาหารพร้อมบริโภค

H_a รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร มีความสัมพันธ์กับประเภทของอาหารพร้อมบริโภค

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 51 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร กับประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่เลือกรับประทาน

ประเภทของอาหารพร้อมบริโภค	รูปแบบการดำเนินชีวิต		
	ด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร		
	มาก	น้อย	รวม
อาหารพร้อมบริโภคแบบแช่เย็น	97	69	166
อาหารพร้อมบริโภคแบบแช่แข็ง	31	11	42
อาหารพร้อมบริโภคแบบกระป๋อง	33	52	85
อาหารพร้อมบริโภคแบบแห้ง	51	41	92
รวม	212	173	385
$\chi^2 = 15.792^*$		Sig (2-sided) =	0.001
Cramer's V = 0.203*		Sig =	0.001

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 51 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่คนวัยทำงานเลือกรับประทาน พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 15.792 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่คนวัยทำงานเลือกรับประทาน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Cramer's V พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมในด้านประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่คนวัยทำงานเลือกรับประทาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.203 และค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.001 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 9.2 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร มีความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภคสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร ไม่มีความสัมพันธ์กับสถานที่ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

H_a : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร มีความสัมพันธ์กับสถานที่ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 52 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร กับ ความสัมพันธ์กับสถานที่ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

สถานที่ที่มักจะเลือก รับประทานอาหารพร้อมบริโภค	รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร		
	มาก	น้อย	รวม
บ้าน	129	114	243
สถานที่ทำงาน	48	25	73
อื่นๆ	35	34	69
รวม	212	173	385
$\chi^2 = 4.28$		Sig (2-sided) =	0.118

จากตาราง 52 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร กับความสัมพันธ์กับสถานที่ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 4.280 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.118 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านสถานที่ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 9.3 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร ไม่มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย

H_a : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารไปด้วย

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 53 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร กับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารไปด้วย

บุคคลที่มักจะรับประทาน อาหารพร้อมบริโภคร่วมด้วย	รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร		
	มาก	น้อย	รวม
รับประทานคนเดียว	113	85	198
คนรัก	20	13	33
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	38	29	67
ครอบครัว	41	46	87
รวม	212	173	385

$$\chi^2 = 3.021$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.388$$

จากตาราง 53 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร กับพฤติกรรมการการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคด้านบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารไปด้วย พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 3.021 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.388 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารไปด้วย ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 9.4 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร มีความสัมพันธ์กับมื้ออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกรับประทานอาหารพร้อมบริโภค สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร ไม่มีความสัมพันธ์กับมืออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

H_a : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร มีความสัมพันธ์กับมืออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 54 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร กับมืออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

มืออาหารที่มักจะบริโภค อาหารพร้อมบริโภค	รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร		
	มาก	น้อย	รวม
มือเช้า	47	44	91
มือกลางวัน	48	30	78
มือเย็น	70	60	130
มือค่ำ/มือดึก	47	39	86
รวม	212	173	385
$\chi^2 = 1.834$		Sig. (2-sided) =	0.607

จากตาราง 54 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ด้านมืออาหาร พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 1.834 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.607 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ด้านมืออาหาร ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 9.5 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร มีความสัมพันธ์กับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร ไม่มีความสัมพันธ์กับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

H_a : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร มีความสัมพันธ์กับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 55 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร กับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

โอกาสที่เลือกรับประทาน อาหารพร้อมบริโภค	รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร		
	มาก	น้อย	รวม
ทุกวัน ทุกโอกาส	30	16	46
เฉพาะวันทำงาน	47	29	76
เฉพาะวันหยุด	26	22	48
เมื่อไม่สามารถหาอาหารปรุงสดได้	88	89	177
อื่นๆ	21	17	38
รวม	212	173	385

$$\chi^2 = 5.389$$

$$\text{Sig. (2-sided)} = 0.250$$

จากตาราง 55 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคด้านโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 5.389 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.250 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 10 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ของคนวันทำงานในกรุงเทพมหานคร สามารถเขียนสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

สมมติฐานย่อยที่ 10.1 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค มีความสัมพันธ์กับประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่คนวัยทำงานเลือกบริโภค สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค ไม่มีความสัมพันธ์กับประเภทของอาหารพร้อมบริโภค

H_a : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค มีความสัมพันธ์กับประเภทของอาหารพร้อมบริโภค

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 56 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค กับประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่เลือกรับประทาน

ประเภทของอาหารพร้อมบริโภค	รูปแบบการดำเนินชีวิต		
	ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค		
	มาก	น้อย	รวม
อาหารพร้อมบริโภคแบบแช่เย็น	92	74	166
อาหารพร้อมบริโภคแบบแช่แข็ง	19	23	42
อาหารพร้อมบริโภคแบบกระป๋อง	51	34	85
อาหารพร้อมบริโภคแบบแห้ง	54	38	92
รวม	216	169	385
$\chi^2 = 2.820$		Sig (2-sided) = 0.420	

จากตาราง 56 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค กับพฤติกรรมกรบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่คนวัยทำงานเลือกรับประทาน พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 2.820 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.420 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกร

บริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่คนวัยทำงานเลือกรับประทาน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 10.2 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค มีความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภคสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค ไม่มีความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

H_a : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค มีความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 57 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค กับความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

สถานที่ที่มักจะเลือกรับประทานอาหารพร้อมบริโภค	รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค		
	มาก	น้อย	รวม
บ้าน	130	113	243
สถานที่ทำงาน	41	32	73
อื่นๆ	45	24	69
รวม	216	169	385
$\chi^2 = 0.088$		Sig (2-sided) = 0.223	

จากตาราง 57 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค กับความสัมพันธ์กับสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 2.090 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.184 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ

บริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านสถานที่ ที่คนวัยทำงานมักจะเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 10.3 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค ไม่มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย

H_a : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดง

ตาราง 58 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค กับบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย

บุคคลที่มักจะรับประทาน อาหารพร้อมบริโภคร่วมด้วย	รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค		
	มาก	น้อย	รวม
รับประทานคนเดียว	128	70	198
คนรัก	18	15	33
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	35	32	67
ครอบครัว	35	52	87
รวม	216	169	385
$\chi^2 = 15.208^*$		Sig (2-sided) =	0.002
Cramer's V = 0.199*		Sig =	0.002

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 58 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคด้านบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 15.208 และค่า Sig. (2-sided) มีค่า

เท่ากับ 0.002 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Cramer's V พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมในบุคคลที่คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารร่วมด้วย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.199 และมีค่า Sig. เท่ากับ 0.002 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 10.4 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค มีความสัมพันธ์กับมื้ออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกรับประทานอาหารพร้อมบริโภค สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค ไม่มีความสัมพันธ์กับมื้ออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

H_a : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค มีความสัมพันธ์กับมื้ออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 59 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค กับมื้ออาหารที่ผู้คนวัยทำงานเลือกบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

มื้ออาหารที่มักจะบริโภค อาหารพร้อมบริโภค	รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค		
	มาก	น้อย	รวม
มื้อเช้า	54	37	91
มื้อกลางวัน	54	24	78
มื้อเย็น	70	60	130
มื้อค่ำ/มือดึก	38	48	86
รวม	216	169	385

$$\chi^2 = 11.074^*$$

$$\text{Sig (2-sided)} = 0.011$$

$$\text{Cramer's V} = 0.170^*$$

$$\text{Sig} = 0.011$$

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 59 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ด้านมื้ออาหาร พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 11.074 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.011 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ด้านมื้ออาหาร ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Cramer's V พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมใน ด้านมื้ออาหาร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.170 และมีค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.011 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 10.5 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค มีความสัมพันธ์กับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค ไม่มีความสัมพันธ์กับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

H_a : รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค มีความสัมพันธ์กับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 60 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค กับโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

โอกาสที่เลือกรับประทาน อาหารพร้อมบริโภค	รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อม		
	มาก	น้อย	รวม
ทุกวัน ทุกโอกาส	29	17	46
เฉพาะวันทำงาน	45	31	76
เฉพาะวันหยุด	20	28	48
เมื่อไม่สามารถหาอาหารปรุงสดได้	97	80	177
อื่นๆ	25	13	38
รวม	216	169	385
$\chi^2 = 6.829$		Sig (2-sided) = 0.145	

จากตาราง 60 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคด้านโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค พบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 6.829 และค่า Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.145 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 61 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตัวแปรตาม		พฤติกรรมกรบริโภคอาหารพร้อมบริโภค				
		ประเภทอาหาร	สถานที่บริโภค	บริโภคร่วมกับใคร	มีอาหาร	โอกาส
ข้อมูลส่วนบุคคล	เพศ	-	-	-	-	-
	ช่วงอายุ	✓	-	✓	-	✓
	สถานภาพสมรส	-	✓	✓	-	✓
	ระดับการศึกษา	✓	-	✓	-	✓
	อาชีพ	✓	-	-	-	-
	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	-	-	-	-	✓
	จำนวนสมาชิกที่อาศัยอยู่ร่วมกัน	✓	-	✓	✓	-
รูปแบบการดำเนินชีวิต	กิจกรรมด้านการงาน	-	✓	-	✓	✓
	ความสนใจด้านอาหาร	✓	-	-	-	-
	ความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค	-	-	✓	✓	-

✓ สอดคล้องกับสมมติฐาน

- ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุปผลอภิปรายและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาถึง รูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงช่วยในการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และแบ่งส่วนตลาดได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งก่อให้เกิดความได้เปรียบในด้านการแข่งขัน

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพการสมรส ขนาดของครอบครัว ที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคของคนวัยทำงาน
2. ศึกษาถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคของคนวัยทำงาน
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคของคนวัยทำงาน

สมมติฐานของการวิจัย

1. เพศมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค
2. อายุมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค
3. การศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค
4. สถานภาพมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค
5. อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค
6. รายได้มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค
7. จำนวนสมาชิกในครอบครัวมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค
8. รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคด้านกิจกรรมมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

9. รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคด้านความสนใจมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค
10. รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคด้านความคิดเห็นมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ คนวัยทำงานอายุตั้งแต่ 20-55 ปีที่อาศัยหรือทำงานอยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีพฤติกรรมการรับประทานอาหารพร้อมบริโภค

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คนวัยทำงานอายุตั้งแต่ 20-55 ปีที่อาศัยหรือทำงานอยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีพฤติกรรมการรับประทานอาหารพร้อมบริโภค เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการหาขนาดตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2550 : 27-28) ได้ขนาดตัวอย่างจากการคำนวณ จำนวน 385 คน

1.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น Non-Probability Sampling) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยจะแจกแบบสอบถามตามจุดที่มีประชากรวัยทำงานสัญจรไปมา มาก ได้แก่ ตามอาคารสำนักงานย่านถนน สีลม เพชรบุรีตัดใหม่ สาทร โอโศก รัชดา บางนา บางเขน พระราม2 เป็นต้น จนครบตามจำนวนที่กำหนด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ เป็นลักษณะข้อคำถามในแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถามแบบปลายปิด (Close-ended Response Question) จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยร่วม ณ ปัจจุบัน

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภควัยทำงานในกรุงเทพมหานคร แบบสอบถามได้ถามเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตประจำวัน โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านกิจกรรมเกี่ยวกับการทำงาน 5 ข้อ ด้านความสนใจด้านอาหาร 4 ข้อ และ ด้านการความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค 5 ข้อ เป็นการให้คะแนนแบบ Likert (Summated Rating Method :

The Likert Scale) โดยมีสเกลอยู่ 5 ระดับ จัดเป็นการวัดระดับข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคของคนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยคำถามชนิดปลายปิด (Close-ended Response Question) จำนวน 5 ข้อ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) และการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) เพื่อศึกษาถึง รูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคของคนวัยทำงาน โดยรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่อไปนี้

3.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารที่สามารถอ้างอิงได้ ผลงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อประกอบการสร้างแบบสอบถาม

3.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการนำข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายที่ตอบแบบสอบถามมา ศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคของผู้บริโภควัยทำงาน

4. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ได้ค่าความเชื่อมั่นจากวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach' Alpha) ในตอนที่ 2 ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนวัยทำงานที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ทั้ง 3 ด้าน ดังนี้

ด้านกิจกรรมการทำงาน (Activity)	มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .737
ด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร (Interest)	มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .831
ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค (Opinion)	มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .929

ซึ่งเมื่อเก็บแบบสอบถามรวบรวมได้ครบจำนวน 385 คน นำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ แล้วจึงลงรหัสเพื่อประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์

2. นำข้อมูลทีลงรหัสแล้วไปบันทึกด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผลโดยโปรแกรม SPSS for window เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าสถิติร้อยละ (Percentage)

3.2 วิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิต ในด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคดเห็น โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.3 วิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการซื้อโทรศัพท์มือถือแอลจี โดยการใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าสถิติร้อยละ (Percentage)

3.4 วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว สถิติที่ใช้ คือ Pearson Chi-Square (χ^2 -test)

สรุปผลการศึกษาวิจัย

ผลจากการศึกษา รูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมกรรมการรับประทานอาหารพร้อมบริโภคนของคณวิทำงาน สรุปผลได้ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลในด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของคณวิทำงานในกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตาม เพศ ช่วงอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อยู่ร่วมในปัจจุบันพบว่า

จากการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 385 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 62.90 มีอายุ 26-31 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.50 มีสถานภาพโสด จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 66.80 โดยส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 67.30 และประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 79.70 โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 52.70 และส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วมกัน เฉลี่ย 2-3 คน จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 36.60

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของคณวิทำงานในกรุงเทพมหานครพบว่า

จากการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 385 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ดังนี้

ด้านกิจกรรมการทำงาน

พบว่าคณวิทำงานมีกิจกรรมการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง-น้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.62 โดยส่วนใหญ่มีกิจกรรมการทำงานส่วเวลาในวันทำงานปกติในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 3.18 โดยมีกิจกรรมรองลงมาคือ การออกไปพบลูกค้านอกสถานที่ทำงาน ในระดับปานกลาง-น้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.74 กิจกรรมการประชุมนอกเหนือเวลาทำงาน อยู่ในระดับปานกลาง-น้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.62 กิจกรรมการออกร้านหรือจัดงานนอกสถานที่ทำงาน อยู่ในระดับปานกลาง-น้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.42 และมีกิจกรรมทำงานล่วงเวลาในวันหยุด ในระดับปานกลาง-น้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.14 ตามลำดับ

ด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหาร

พบว่าคนวัยทำงานให้ความสนใจเกี่ยวกับอาหารโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05 โดยส่วนใหญ่ให้ความสนใจเกี่ยวกับความรู้ในส่วนของคุณค่าทางโภชนาการที่จะได้รับจากการบริโภคอาหารต่างๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 รองลงมาให้ความสนใจในส่วนของการอ่านนิตยสาร หรือบทความเกี่ยวกับอาหาร ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 ให้ความสนใจในส่วนของการเกี่ยวข้องกับความคิดค้นรูปแบบกระบวนการการผลิตอาหารแบบใหม่ๆ เช่นการทอดอาหารโดยใช้น้ำเป็นต้น อยู่ในระดับปานกลาง-น้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92 และให้ความสนใจในการทดลองชิมผลิตภัณฑ์อาหารใหม่ๆ ตามซุ้มในห้างสรรพสินค้า อยู่ในระดับปานกลาง-น้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 ตามลำดับ

ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค

พบว่าคนวัยทำงานมีความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภคโดยรวมในแง่บวก โดยมีระดับความเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04 โดยส่วนใหญ่คิดว่าอาหารพร้อมบริโภคช่วยให้การดำเนินชีวิตประจำวันสะดวกสบายมากขึ้น อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 รองลงมาเห็นด้วยว่าอาหารพร้อมบริโภคมีความสะอาด และปลอดภัย อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 เห็นด้วยว่าอาหารพร้อมบริโภคมีคุณค่าทางโภชนาการเทียบเท่าอาหารปรุงสด อยู่ในระดับปานกลาง-น้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.79 เห็นด้วยว่าอาหารพร้อมบริโภคช่วยให้ประหยัดค่าใช้จ่ายมากกว่าการทำอาหารบริโภคเอง อยู่ในระดับปานกลาง-น้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.77 และ เห็นด้วยว่าอาหารพร้อมบริโภคมีความอร่อยของรสชาติเทียบเท่าอาหารปรุงสด อยู่ในระดับปานกลาง-น้อย ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรม การบริโภคอาหารพร้อมบริโภคของคนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร พบว่า

จากการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 385 คน พบว่าส่วนใหญ่บริโภคอาหารพร้อมบริโภคประเภทแช่เย็น จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 43.10 โดยมักจะบริโภคที่บ้าน จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 63.10 และส่วนใหญ่จะรับประทานคนเดียว จำนวน 198 คน คิด

เป็นร้อยละ 51.40 โดยบริโภคมากที่สุดในวันเอ็น จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 33.80 และจะบริโภคในโอกาสที่ไม่สามารถหาอาหารปรุงสดบริโภคได้ จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

โดยมีสมมติฐานจำนวน 10 ข้อ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 เพศมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคในด้านประเภทอาหาร ด้านสถานที่บริโภค ด้านบุคคลที่ร่วมบริโภคด้วย ด้านมื้ออาหาร และด้านโอกาสในบริโภค ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 อายุมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ช่วงอายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในส่วนของสถานที่บริโภค และมื้ออาหารที่เลือกบริโภค ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และช่วงอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านประเภทของอาหาร ด้านบุคคลที่ร่วมบริโภคด้วย และด้านโอกาสในการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3 สถานภาพมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า สถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในส่วนของประเภทของอาหารพร้อมบริโภค และมื้ออาหารที่เลือกบริโภค ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และสถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านสถานที่บริโภค ด้านบุคคลที่ร่วมบริโภคด้วย และด้านโอกาสในการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 4 ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในส่วนของสถานที่บริโภค และมื้ออาหาร ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านประเภทของอาหาร ด้านบุคคลที่ร่วมบริโภคด้วย และด้านโอกาสในการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 5 อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในส่วนของสถานที่บริโภค บุคคลที่ร่วมบริโภคด้วย มีอาหารที่เลือกบริโภค และโอกาสในการบริโภค ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และช่วงอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านประเภทของอาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในส่วนของประเภทของอาหารพร้อมบริโภค สถานที่บริโภค บุคคลที่ร่วมบริโภค และมีอาหาร ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านโอกาสในการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 7 จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่รวมในปัจจุบันมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่รวมในปัจจุบันไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ด้านสถานที่ และโอกาสในการบริโภค ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่รวมในปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านประเภทของอาหาร ด้านบุคคลที่ร่วมบริโภคด้วย และมีอาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 8 รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคด้านกิจกรรมมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กิจกรรมด้านการทำงานไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในส่วนของประเภทของอาหาร และบุคคลที่บริโภค ร่วม ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และกิจกรรมด้านการทำงานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในส่วนของสถานที่บริโภค มีอาหาร และด้านโอกาสในการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 9 รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหารมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ความสนใจเกี่ยวกับอาหารไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านสถานที่บริโภค บุคคลที่บริโภค ร่วม มีอาหารที่เลือกบริโภค และด้านโอกาสในการบริโภค ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และความสนใจเกี่ยวกับอาหารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในด้านประเภทของอาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 10 รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภคไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ในส่วนของประเภทของอาหาร สถานที่บริโภค และโอกาสในการบริโภค ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ใน ด้านบุคคลที่ร่วมบริโภคด้วย และมีอาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผลการศึกษาวิจัย

ผลการวิจัยเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร มีประเด็นที่น่าสนใจอภิปรายผลดังนี้

1. ปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลในด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตาม เพศ ช่วงอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อยู่ร่วมในปัจจุบัน พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 26-31 ปี มีสถานภาพโสด โดยส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 25,000 บาท และมีจำนวนสมาชิกที่อาศัยอยู่ร่วมกัน ณ ปัจจุบัน 2-3 คน ซึ่งเมื่อพิจารณาจากลักษณะของผู้บริโภคโดยรวมจะพบว่ามีลักษณะคล้ายคลึงกัน ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าผู้บริโภคอยู่ในสังคมกลุ่มเดียวกัน ทำให้มีลักษณะทางกายภาพ และวัฒนธรรมคล้ายกัน ทำให้เกิดพฤติกรรมกรรมการบริโภคคล้ายกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 32-34) กล่าวว่า พฤติกรรมการบริโภคถูกกำหนดด้วยลักษณะทางกายภาพ และลักษณะทางกายภาพถูกกำหนดด้วยสภาพจิตวิทยา โดยสภาพจิตวิทยาถูกกำหนดด้วยครอบครัว และครอบครัวถูกกำหนดด้วยสังคม และสังคมจะถูกกำหนดด้วยวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น

ความสัมพันธ์ของข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคในทุกๆ ด้าน หมายความว่า เพศไม่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวความคิดของพรทิพย์ สัมปัตตะวนิช (2539 : 312-316) ที่ว่าเพศ (Sex) โดยสตรีจะเป็นเป้าหมาย และเป็นผู้บริโภคที่มีอำนาจในการซื้อสูง ไม่ว่าจะเป็นสินค้าประเภทใดก็ตาม เช่น สินค้าสำหรับผู้ชาย หรือเด็ก มักจะสังเกตได้ว่าผู้ที่ตัดสินใจซื้อมักเป็นสตรีมากกว่าเพศอื่น

อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคด้านประเภทของอาหาร ด้านบุคคลที่ร่วมบริโภคด้วย และโอกาสในการบริโภค หมายความว่าช่วงอายุมีผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคด้านต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้น ซึ่งสอดคล้องกับ อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543) กล่าวว่า บุคคลที่อายุแตกต่างกันจะมีความต้องการในสินค้า บริการ และพฤติกรรมที่แตกต่างกัน

สถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคร่วม สถานะที่รับประทาน ด้านบุคคลที่บริโภคพร้อม และโอกาสในการบริโภค หมายความว่าสถานภาพสมรสมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของอดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543 : 260) ที่ว่าเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงแบบของการใช้ชีวิต มักจะทำให้เกิดปัญหาซึ่งมีรากฐานมาจากการบริโภค โดยการเปลี่ยนแปลงมากๆ และเป็นไปอย่างกระชั้นชิดที่มีผลต่อแบบของการใช้ชีวิตเกิดขึ้นได้ในเฉพาะเหตุการณ์ต่างๆ เช่น การแต่งงาน การหย่า การเกิด และคู่สมรสตาย เป็นต้น และสอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541 : 133) ที่ว่าวงจรชีวิตของครอบครัว เป็นขั้นให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคในด้านประเภทของอาหาร บุคคลที่บริโภคพร้อม และโอกาสในการบริโภค หมายความว่าระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ซึ่งสอดคล้องกับศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) กล่าวว่า ระดับการศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพที่ดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคในด้านประเภทของอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับ Kotler Phillip (1981:234) ได้ให้ความหมายของอาชีพของผู้บริโภค เป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งแต่ละอาชีพจะนำไปสู่ความจำเป็น และความต้องการใช้สินค้าและบริการที่แตกต่างกัน อันเกิดจากวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่ม ที่มีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างกัน

รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคในด้านโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค หมายความว่ารายได้ต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ซึ่งสอดคล้องกับ อดุลย์ จาตุรงค์กุล.(2534) กล่าวว่าไว้ว่า รายได้ของบุคคลจะกระทบต่อสินค้า และบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ ทั้งทางด้านตัวผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย และการตั้งราคา

จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วม ณ ปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคในด้านประเภทของอาหาร บุคคลที่บริโภคพร้อม และเมื่ออาหาร หมายความว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วม ณ ปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค ซึ่งสอดคล้องกับศุภกร เสรีรัตน์.(2544:272) ซึ่งกล่าวถึงโครงสร้างครอบครัว ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 แบบ คือ ครอบครัวแบบศูนย์ ครอบครัวแบบขยาย และครอบครัวแบบผสม ซึ่งส่งผลถึงพฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างกัน

2. ปัจจัยทางด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต

ซึ่งสอดคล้องกับ Kotler.(2000: 180) กล่าวว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลนั้นๆ โดยรูปแบบของการดำรงชีวิตจะแสดงออกถึงตัวบุคคลนั้นที่มีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมของเขาทั้งหมด ความสัมพันธ์ของปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคด้านกิจกรรมเกี่ยวกับการทำงานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคด้านสถานที่บริโภค มีอาหารที่บริโภค และโอกาสในการบริโภค ซึ่งสอดคล้องกับ James F. Engel. (1993: 449) กล่าวว่า แบบของการดำรงชีวิตว่าเป็นแบบที่บุคคลดำรงชีพ และใช้จ่ายเวลาและเงินที่แตกต่างกันในด้านต่างๆ การมองสินค้าอย่างไร (What do you think about them) สินค้าถูกมองว่ามีประโยชน์ด้านใด จะนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างไร

รูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคในด้านประเภทของอาหาร และรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคในด้านบุคคลที่รับประทานร่วม และมีอาหารในการบริโภค ซึ่งสอดคล้องกับ Jame F. Engle. (1993:449) กล่าวว่า แบบของการดำรงชีวิตว่าเป็นแบบที่บุคคลดำรงชีพ และใช้จ่ายเวลาและเงินที่แตกต่างกันในด้านต่างๆ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

ผลจากการวิจัย เรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. จากการศึกษาในด้านลักษณะส่วนบุคคล พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 26-31ปี มีสถานภาพโสด โดยส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 25,000 บาท และมีจำนวนสมาชิกที่อาศัยอยู่ร่วมกัน ณ ปัจจุบัน 2-3 คน

โดยผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคด้านประเภทของอาหาร ด้านบุคคลที่ร่วมบริโภคด้วย และโอกาสในการบริโภค

สถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคด้าน สถานที่รับประทาน ด้านบุคคลที่บริโภคพร้อม และโอกาสในการบริโภค

ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคในด้านประเภทของอาหาร บุคคลที่บริโภคพร้อม และโอกาสในการบริโภค

อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคในด้านประเภทของอาหาร

รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคในด้านมื้ออาหาร และโอกาสในการบริโภคอาหารพร้อมบริโภค

จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วม ณ ปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคในด้านประเภทของอาหาร สถานที่บริโภค บุคคลที่บริโภคพร้อม และมื้ออาหาร ซึ่งผู้ประกอบการหรือผู้เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปใช้ ดังนี้

- นำไปใช้ในการออกผลิตภัณฑ์สินค้าใหม่ หรือเมนูใหม่ๆให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย เช่นการออกแบบเมนูให้เหมาะสมกับมื้ออาหารเป็นต้น
- ไปประกอบการพิจารณาโยบายของบริษัท รวมถึงใช้ในการปรับ และวางแผนกลยุทธ์ต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กลยุทธ์ทางการตลาดทั้งในส่วนของนโยบายด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เช่น คนวัยทำงานมักจะรับประทานอาหารพร้อมบริโภคที่บ้าน ดังนั้นบริษัทความกระจายสถานที่จัดจำหน่ายใกล้ที่อยู่อาศัย เช่นตามซูเปอร์มาร์เก็ตในหมู่บ้านเป็นต้น
- ผู้ประกอบการสามารถใช้ข้อมูลข้างต้นในการแบ่งกลุ่มตลาด และกำหนดกลุ่มเป้าหมายของสินค้าแต่ละประเภทของบริษัท รวมถึงช่วยในการมองตลาดได้เห็นภาพชัดเจนยิ่งขึ้น เช่นจัดเมนูอาหารพร้อมบริโภคสำหรับวัยทำงานโดยอาจจะแบ่งตามอายุ เช่นอาหารพร้อมบริโภคสำหรับคนวัยทำงานตอนต้น ที่จะมี ที่มีคุณประโยชน์ที่ต้องการในวัยนี้ หรือสำหรับคนวัยทำงานตอนกลางถึงปลาย ซึ่งอาจจะต้องการสารอาหารที่แตกต่างกันเป็นต้น

2. ผลจากการวิจัยในส่วนของรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนวัยทำงาน พบว่า

- ในด้านกิจกรรมเกี่ยวกับการทำงานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคในด้านสถานที่บริโภค มื้ออาหารที่บริโภค และโอกาสในการบริโภค ซึ่งผลการวิจัยในส่วนนี้สามารถช่วยผู้ประกอบการในการวางแผนการตลาดในส่วนของรูปแบบของผลิตภัณฑ์ โดยออกผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับมื้ออาหาร รวมถึงสถานที่จัดจำหน่าย เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภค และสร้างอรรถประโยชน์ทางด้านเวลาด้วย
- ในส่วนของด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคในด้านประเภทของอาหาร จากผลการวิจัย สามารถนำผลการวิจัยไปวางแผนการตลาดได้ โดยอาจจะเพิ่มกิจกรรมต่างๆ เพื่อกระตุ้นความสนใจของผู้บริโภค รวมถึงการเข้าไปทำการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น นิตยสารเกี่ยวกับอาหาร หรือ รายการทางโทรทัศน์ เพื่อสร้างการรับรู้ถึงผลิตภัณฑ์ไปสู่ผู้บริโภค
- และด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคในด้านบุคคลที่รับประทานร่วม และมื้ออาหาร จากข้อมูลส่วนนี้ ผู้ประกอบการ สามารถนำไปวางแผนเกี่ยวกับการสื่อสารสร้างความรู้ความเข้าใจ ทศนคติ โดยอาจจะอาศัยการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความถี่ในการบริโภค หรือการซื้อได้

รวมถึงผลจากการวิจัยข้างต้นนี้ จะเห็นได้ว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหารนั้นอยู่ในระดับมาก ในขณะที่ในส่วนของกิจกรรมเกี่ยวกับการทำงาน และความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภคอยู่ในระดับปานกลางถึงน้อย ซึ่งจากผลตรงนี้ นักการตลาด หรือผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลตรงนี้มาทำแผนการตลาดได้ในหลายๆ ส่วน อาทิ ในส่วนของการโฆษณา คุณค่าทางโภชนาการ ในบรรจุภัณฑ์ของอาหารพร้อมบริโภคเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ รวมถึงกระตุ้นให้เกิดการบริโภคหรือทดลองด้วย และในส่วนแผนวิจัยและพัฒนา สามารถนำข้อมูลจุดนี้ใช้ในการคิดค้นเมนูอาหารใหม่ๆ ซึ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ตรงจุด โดยที่อาจจะนำจุดที่คนวัยทำงานมีความสนใจเกี่ยวกับอาหารทั้งในส่วนของคุณค่าทางโภชนาการ และข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของอาหาร มาใช้เป็นจุดขาย โดยสามารถออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีการเพิ่มคุณค่า หรือหลีกเลี่ยงสิ่งเจือปนอื่นๆ ได้ เช่น ทำจากเนื้อหุ้ปลอดการฉีดยา ทำจากผักปลอดสารพิษ เป็นต้น

3. ผลจากการวิจัยในส่วนของพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคของคนวัยทำงาน พบว่า พฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคของคนวัยทำงานนั้นผู้บริโภคส่วนใหญ่จะบริโภคอาหารพร้อมบริโภคประเภทแช่เย็น โดยมักจะบริโภคคนเดียว และจะบริโภคที่บ้านเป็นส่วนใหญ่ โดยบริโภคมากที่สุดเมื่อเย็น และมักจะเลือกทานอาหารพร้อมบริโภคเมื่อไม่สามารถหาอาหารปรุงสดมาทานได้ ซึ่งจากผลการวิจัยในส่วนนี้ บริษัทสามารถที่นำไปใช้ในการวางแผนด้านการตลาด เช่นการกระตุ้นให้เกิดความถี่ในการบริโภคมากขึ้น เช่นการจัดโปรโมชั่นในมื้ออาหารอื่นๆ ที่ผู้บริโภคไม่นิยมรับประทานอาหารพร้อมบริโภค เช่น มื้อกลางวัน โดยอาจจะจัดโปรแกรมการตลาดร่วมกับร้านค้าปลีก โดยอาจจะขายเป็นชุดร่วมกับเครื่องดื่มในราคาพิเศษ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลถึงพฤติกรรมการรับประทานอาหารพร้อมบริโภค
2. ควรทำการศึกษาทัศนคติของกลุ่มผู้บริโภควัยทำงานเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค
3. ควรทำการศึกษาเจาะลึกเข้าไปในส่วนของประเภทผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมบริโภคแต่ละประเภท ว่าผู้บริโภคมีพฤติกรรมรับประทานเหมือนกันหรือต่างกันอย่างไร เช่นศึกษาถึงพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคประเภทแช่เย็น ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร เป็นต้น



บรรณานุกรม

กัลยา วาณิชยปัญญา. (2550). สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ:

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

_____. (2545). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย.

คณะกรรมการอาหารและยา, สำนักงาน. "ขอ อย. อาหารให้เร็วที่สุดต้องจ่ายเท่าไร," จดหมาย

ข่าวผลิตภัณฑ์สุขภาพชุมชน. (กันยายน-ตุลาคม 2544) หน้า 9-10.

ชาลิต รัตกุล. ตำราโภชนาการเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2515.

ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2541). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ :

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ดารา ทีปะปาล. (2542). การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ. : ภาควิชาการตลาด

สถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.

ดารามาศ แก้วแดง. (2541). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อม

บริโภคของอาจารย์สตรี โรงเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ ศศ.ม.

(คหกรรมศาสตรศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

ธงชัย สันติวงษ์. (2540). พฤติกรรมการบริโภคทางการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ :

ไทยวัฒนาพานิช.

ประไพศรี ศิริจักรวาล และ เกศศิณี ตระกูลทิวกกร. (2539). "อาหารและโภชนาการกับ

ชีวิตประจำวัน," ในอาหาร. (ตุลาคม-ธันวาคม 2539). หน้า 279-282. กรุงเทพฯ.

ประจวบ อินอ้อด. "การค้นคว้าหาข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภค," นิเทศสาร. 6 : 35-40 ; สิงหาคม

2520.

พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช. (2539). เอกสารการสอนชุดวิชา พฤติกรรมผู้บริโภค หน่วยที่ 1-8. นนทบุรี :

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

ฟิลิป คอทเลอร์ และคณะ. (2549). การจัดการการตลาด ฉบับเอเชีย - - กรุงเทพฯ:

เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

ยุพิน ตรีส. ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะโภชนาการกับความรู้ ความเชื่อ และบริโภคนิสัยของ

นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร.

วิทยานิพนธ์ ค.ม. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528. อัดสำเนา

ยุพธนา ธรรมเจริญ. (2541). เอกสารการสอนชุดวิชาพฤติกรรมผู้บริโภค (หน่วยที่1-8).

- นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- ลัคนา บุญเพ็ง (2547). *ปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อซ้ำอาหารเข้ารีตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2538). *ค่าเฉลี่ยกับการแบ่งความหมาย : เรื่องง่าย ๆ ที่บางครั้งก็พลาดได้*. ข่าวสารการวิจัยการศึกษา. 18-11.
- _____. (2541). *คู่มือการวิจัย การวิจัยเชิงปฏิบัติ : ไทยวัฒนาพานิช*.
- ศิริลักษณ์ สินธวาลัย (2533). “ทัศนคติและพฤติกรรมของเด็กนักเรียนไทยในตัวเมืองที่มีต่ออาหารว่าง,” *โภชนาการสาร*. 21(4) : 101-103.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : วิสิทธิ์พัฒนา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับพื้นฐาน*. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา
- ศุภร เสรีรัตน์. (2544). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: เอ.อาร์. บีซิเนส เพรส.
- สมบัติ อัมพรต. (2549). *พฤติกรรมกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้านในย่านเยาวราชของผู้บริโภควัยทำงานในกรุงเทพมหานคร* สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สุทธิลักษณ์ สมิตะสิริ. “การศึกษาพฤติกรรมกรรมการกินของคนไทย,” *สุขศึกษา*. 13 (50-51) : 1-9 ; เมษายน-กันยายน, 2533
- สุทธิลักษณ์ สมิตะสิริ และคณะ. *การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อวัฒนธรรมการกินของผู้หญิงทำงานในกรุงเทพ : กรณีศึกษาย่านถนนสีลม และรัฐวิสาหกิจ*. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงศึกษาธิการ, 2537. อัดสำเนา.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *กระบวนการการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: วิสิทธิ์พัฒนา.
- อัจจิมา เศรษฐบุตร และสายสวรรค์ เรืองวิเศษ. (2542) *การบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2534). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อดุลย์ จาตุรงกุล; และดลยา จาตุรงกุล. (2549). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. พิมพ์ครั้งที่ 1.

กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Bovee, Courtland L., Houston, Michael J. & Thill, John V. (1995) *Marketing*. 2nd ed.

New York: McGraw-Hill

Hawkins; & Coney. (2001). *Consumer Behavior : Building Marketing Strategy*.

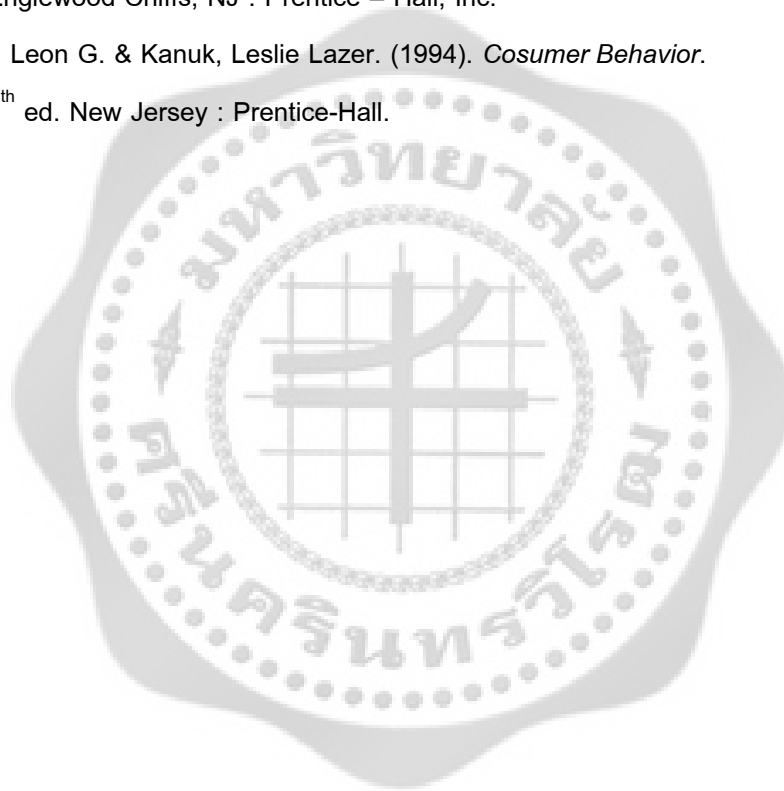
8nd ed. New York: McGraw-Hill

Kotler, P. & Armstrong, G. (1993). *Marketing : An Introduction*. 3rd Edition.

Englewood Cliffs, NJ : Prentice – Hall, Inc.

Schiffman, Leon G. & Kanuk, Leslie Lazer. (1994). *Consumer Behavior*.

7th ed. New Jersey : Prentice-Hall.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย



เลขที่แบบสอบถาม

--	--	--

แบบสอบถาม

รูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคของคนวัยทำงานใน
กรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อการรวบรวมข้อมูลในการจัดทำสารนิพนธ์ของนิสิตปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงรูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคของคนวัยทำงาน ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษานี้ จะนำไปเป็นประโยชน์ในการพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมการบริโภค โดยแบบสอบถามนี้ ประกอบด้วยคำถาม 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านการบริโภคอาหารของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 1 : แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ

☐ 20 – 25 ปี

☐ 26 – 31 ปี

☐ 32 – 37 ปี

☐ 38 – 43 ปี

☐ 44 – 49 ปี

☐ 50 – 55 ปี

3. สถานภาพสมรส

☐ โสด

☐ สมรส

☐ หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี☐ ปริญญาตรี☐ สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

☐ พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน☐ รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ☐ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว☐ อื่น ๆ.....

6. รายได้ต่อเดือน

☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท☐ 10,001 – 25,000 บาท☐ 25,001 – 40,000 บาท☐ 40,001 – 55,000 บาท☐ 55,001 ขึ้นไป

7. จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วมกัน ณ ปัจจุบัน

☐ อาศัยอยู่คนเดียว☐ 2-3 คน☐ 4-5 คน☐ มากกว่า 5 คน

ตอนที่ 2 : แบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย✓ลงในช่องข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

กิจกรรม	ระดับการทำกิจกรรม				
	เป็น	บ่อย	บาง	นาน	ไม่
	ประจำ	ครั้ง	ครั้ง	ๆ	เคย
	5	4	3	2	1
กิจกรรมเกี่ยวกับการทำงาน					
1. การออกไปพบลูกค้านอกสถานที่ทำงาน					
2. การออกร้านหรือจัดงานนอกสถานที่ทำงาน					
3. การประชุมนอกเหนือเวลาทำงาน					
4. การทำงานล่วงเวลาในวันทำงานปกติ					
5. การทำงานล่วงเวลาในวันหยุด					

ความสนใจ	ระดับความสนใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	ไม่สนใจ 1
ความสนใจเกี่ยวกับอาหาร					
1. ท่านสนใจทดลองชิมผลิตภัณฑ์อาหารใหม่ๆ ตามซุ้มในห้างสรรพสินค้า					
2. ท่านสนใจอ่าน นิตยสาร หรือบทความเกี่ยวกับอาหาร					
3. ท่านสนใจข่าวสารเกี่ยวกับการคิดค้นรูปแบบการบวนการผลิตอาหารแบบใหม่ๆ เช่น <u>การใช้น้ำทอดอาหารแทนน้ำมัน</u> เป็นต้น					
4. ท่านสนใจข้อมูลที่เป็นความรู้เกี่ยวกับคุณค่าทางโภชนาการที่จะได้รับการบริโภคอาหารต่างๆ					

หมายเหตุ : อาหารพร้อมบริโภค หรืออาหารพร้อมทาน (Ready to Eat Food) หมายถึง อาหารที่ผ่านการแปรรูป หรือปรุงเรียบร้อยแล้ว พร้อมจำหน่าย โดยประเภทของอาหารพร้อมบริโภค ได้แก่อาหารพร้อมบริโภคแบบแช่เย็น อาหารพร้อมบริโภคแบบแช่แข็ง อาหารพร้อมบริโภคแบบกระป๋อง และอาหารพร้อมบริโภคแบบแห้ง ตัวอย่าง เช่น ข้าวกล่องแช่แข็ง แกงกระป๋องต่างๆ หมูแผ่นกรอบ น้ำพริกกระป๋อง อาหารแช่เย็น เป็นต้น

ความคิดเห็น	ระดับความเห็นด้วย				
	เห็นด้วยมากที่สุด 5	เห็นด้วยมาก 4	เห็นด้วยปานกลาง 3	เห็นด้วยน้อย 2	ไม่เห็นด้วย 1
ความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพร้อมบริโภค					
1. อาหารพร้อมบริโภคช่วยให้ชีวิตท่านสะดวกสบายมากขึ้น					
2. อาหารพร้อมบริโภคมีความสะอาด และความปลอดภัย					
3. อาหารพร้อมบริโภคมีคุณค่าทางโภชนาการเทียบเท่าอาหารปรุงสด					
4. อาหารพร้อมบริโภคมีความอร่อยของรสชาติเทียบเท่าอาหารปรุงสด					
5. อาหารพร้อมบริโภคช่วยให้ท่านประหยัดค่าใช้จ่ายได้มากกว่าการทำอาหารรับประทานเอง					

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคของผู้บริโภควัยทำงาน

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง □ หน้าข้อความที่เป็นจริง หรือเติมข้อความในช่องว่างให้ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. ประเภทของอาหารพร้อมบริโภคที่ส่วนใหญ่ท่านเลือกที่จะบริโภคมากที่สุดได้แก่ข้อใด

☐ อาหารพร้อมบริโภคแบบแช่เย็น เช่น ไส้กรอก หมูยอ ไก่ทอดย่าง	☐ อาหารพร้อมบริโภคแบบแช่แข็ง เช่น ข้าวต้มทะเลแช่แข็ง
☐ อาหารพร้อมบริโภคแบบกระป๋อง เช่น ปลากระป๋อง แกงเขียวหวานกระป๋อง	☐ อาหารพร้อมบริโภคแบบแห้ง เช่น หมูหยอง น้ำพริกแห้งต่างๆ
2. โดยส่วนใหญ่ท่านมักจะซื้ออาหารพร้อมบริโภคไปรับประทานที่ไหน

☐ บ้าน ☐ ในรถยนต์/พาหนะ ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....	☐ สถานที่ทำงาน ☐ ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....
--	--
3. โดยส่วนใหญ่ท่านมักรับประทานอาหารพร้อมบริโภคกับใคร

☐ รับประทานคนเดียว ☐ รับประทานกับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน ☐ อื่นๆ โปรดระบุ	☐ รับประทานกับคนรัก/แฟน ☐ รับประทานกับครอบครัว
---	---
4. ท่านรับประทานอาหารพร้อมบริโภคเมื่อใดมากที่สุด (ตอบเพียงข้อเดียว)

☐ มื้อเช้า ☐ มื้อเย็น	☐ มื้อกลางวัน ☐ มื้อค่ำ/มื้อดึก
--	--
5. ท่านรับประทานอาหารพร้อมบริโภคในโอกาสใดมากที่สุด (ตอบเพียงข้อเดียว)

☐ รับประทานทุกวัน ☐ รับประทานเฉพาะวันหยุด ☐ รับประทานเมื่อไม่สามารถหาอาหารปรุงสดรับประทานได้	☐ รับประทานเฉพาะวันทำงาน ☐ รับประทานเมื่อมีโอกาพิเศษ เช่น จัดเลี้ยงวันเกิด เป็นต้น ☐ อื่นๆ โปรดระบุ
---	--

ขอบคุณค่ะ

ภาคผนวก ข

หนังสือขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย





ภาคผนวก ค
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย



รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. อาจารย์ ดร. ธนภูมิ อติเวทิน	อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. อาจารย์ สันติ เต็มประเสริฐสกุล	อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์



ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวสุวิชัย ตั้งนิมิตรชัยกุล
วันเดือนปีเกิด	29 มกราคม 2526
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	524/4 ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2547	ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (การขาย) จากโรงเรียนอัสสัมชัญพาณิชยการ
พ.ศ. 2547	บธ.ป. หลักสูตรนานาชาติ (การตลาด) จากมหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์
พ.ศ. 2552	บธ.ม. (การตลาด) จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ