

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ง
บทคัดย่อภาษาไทย	จ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ช
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจาก	3
1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 แนวคิดและทฤษฎี	5
2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	5
2.1.2 แนวคิดการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค	7
2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับแบบจำลองโลจิทแบบสองทางเลือก (binary choice model)	10
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	16
3.1 ขอบเขตการศึกษา	16
3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา	16
3.1.2 ขอบเขตประชากร	16
3.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย	17
3.3 การรวบรวมข้อมูล	19
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	19
3.5 สถานที่ทำการศึกษา	24

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ	25
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	25
4.2 พฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ	27
4.3 ทศนคติต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ	32
4.4 แนวโน้มการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในอนาคตของผู้บริโภค	49
บทที่ 5 การวิเคราะห์แบบจำลองการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค	52
5.1 การวิเคราะห์แบบจำลองปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในอนาคตของผู้บริโภคทั่วไป	52
5.2 การวิเคราะห์แบบจำลองปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารมังสวิรัตของกลุ่มผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ	58
บทที่ 6 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	64
6.1 บทสรุป	64
6.2 ข้อค้นพบ	69
6.3 ข้อเสนอแนะ	70
6.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป	73
เอกสารอ้างอิง	74
ภาคผนวก	77
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	78
ภาคผนวก ข ผลการวิเคราะห์แบบจำลองโลจิสแบบสองทางเลือก (binary choice model)	85
ประวัติผู้เขียน	90

## สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 3.1	ตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพใน อนาคตของผู้บริโภค	21
ตารางที่ 3.2	ตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่ม ผู้บริโภค	23
ตารางที่ 4.1	ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจ	26
ตารางที่ 4.2	จำนวนครั้งในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในหนึ่งสัปดาห์	28
ตารางที่ 4.3	ช่วงเวลาที่ได้รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ	29
ตารางที่ 4.4	ค่าใช้จ่ายต่อมื้อในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ	30
ตารางที่ 4.5	ระยะเวลาบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจนถึงปัจจุบัน	31
ตารางที่ 4.6	สื่อที่ทำให้รู้จักอาหารเพื่อสุขภาพ	32
ตารางที่ 4.7	ทัศนคติของผู้บริโภคอาหารเจตตอปัจจัยด้านวัฒนธรรมและประเพณี	33
ตารางที่ 4.8	ทัศนคติของผู้บริโภคอาหารมังสวิรัตตอปัจจัยด้านวัฒนธรรมและประเพณี	34
ตารางที่ 4.9	ทัศนคติของผู้บริโภคอาหารชีวจิตตอปัจจัยด้านวัฒนธรรมและประเพณี	35
ตารางที่ 4.10	การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพตอปัจจัยด้าน วัฒนธรรมและประเพณี	36
ตารางที่ 4.11	ทัศนคติของผู้บริโภคอาหารเจตตอปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ	37
ตารางที่ 4.12	ทัศนคติของผู้บริโภคอาหารมังสวิรัตตอปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ	38
ตารางที่ 4.13	ทัศนคติของผู้บริโภคอาหารชีวจิตตอปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ	40
ตารางที่ 4.14	การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพตอปัจจัยด้านสังคม และเศรษฐกิจ	41
ตารางที่ 4.15	ทัศนคติของผู้บริโภคอาหารเจตตอปัจจัยด้านส่วนบุคคล	42
ตารางที่ 4.16	ทัศนคติของผู้บริโภคอาหารมังสวิรัตตอปัจจัยด้านส่วนบุคคล	43
ตารางที่ 4.17	ทัศนคติของผู้บริโภคอาหารชีวจิตตอปัจจัยด้านส่วนบุคคล	44
ตารางที่ 4.18	การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพตอปัจจัยด้านส่วน บุคคล	45
ตารางที่ 4.19	ทัศนคติของผู้บริโภคอาหารเจตตอปัจจัยด้านจิตวิทยา	46
ตารางที่ 4.20	ทัศนคติของผู้บริโภคอาหารมังสวิรัตตอปัจจัยด้านจิตวิทยา	47

## สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4.21	ทัศนคติของผู้บริโภคร้านอาหารชีวจิตต่อปัจจัยด้านจิตวิทยา	48
ตารางที่ 4.22	การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพต่อปัจจัยด้านจิตวิทยา	49
ตารางที่ 4.23	แนวโน้มการบริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพในอนาคตของกลุ่มผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ	50
ตารางที่ 4.24	แนวโน้มการบริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพในอนาคตของผู้บริโภคที่ไม่บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ	51
ตารางที่ 5.1	ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ใช้ในแบบจำลองที่ 1 (ผู้บริโภคร้านอาหาร)	53
ตารางที่ 5.2	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในแบบจำลองที่ 1	53
ตารางที่ 5.3	ความสามารถของแบบจำลองในการพยากรณ์ความถูกต้องแบบจำลองที่ 1 (ผู้บริโภคร้านอาหาร)	54
ตารางที่ 5.4	ผลกระทบ (marginal effects) ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคร้านอาหาร	58
ตารางที่ 5.5	ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ใช้ในแบบจำลองที่ 2 (ผู้บริโภคร้านอาหาร)	59
ตารางที่ 5.6	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในแบบจำลองที่ 2 (ผู้บริโภคร้านอาหาร)	60
ตารางที่ 5.7	ความสามารถของแบบจำลองในการพยากรณ์ความถูกต้อง	61
ตารางที่ 5.8	ผลกระทบ (marginal effects) ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคร้านอาหารมังสวิรัติ	63

## สารบัญภาพ

ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

หน้า  
18



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved