

การศึกษาปัจจัยและเจตนาในการบริโภคอาหาร  
ที่ทำจากพืชของกลุ่มเจนเอเรชั่นซิลเวอร์  
ในประเทศไทย โดยขยายทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน  
ด้วยแนวคิดคุณลักษณะผลิตภัณฑ์

A Study of Factors and Intentions in the Consumption  
of Plant-Based Foods Among the Silver Generation in  
Thailand by Extending the Theory of Planned Behavior  
with the Concept of Product Attributes

นัทธมน จอมพุดตรา (Natthamon Chomphutsa)<sup>1</sup>

บุษกรณีย์ ลีเจ็ยวะระ (Bussagorn Leejoeiwara)<sup>2\*</sup>

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยและเจตนาในการบริโภคอาหารที่ทำจากพืชของกลุ่มเจนเอเรชั่นซิลเวอร์ในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป และ เลือกสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก การเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ (กูเกิ้ลฟอร์ม) และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (62.5%) อายุระหว่าง 56–60 ปี (35.25%) จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (38.75%)

<sup>1</sup>วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น College of Graduate Study in Management, Khon Kaen University

<sup>2</sup>วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น College of Graduate Study in Management, Khon Kaen University

\*Corresponding author, E-mail: bussle@kku.ac.th

ประกอบอาชีพรับราชการ (50.25%) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเกิน 40,000 บาท (58.75%) และมีสถานภาพสมรส (35.25%) โดยส่วนใหญ่ 96% เคยซื้อหรือบริโภคอาหารที่ทำจากพืช และนิยมเลือกซื้อนมจากพืช (89%) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง (93.75%) เพื่อวัตถุประสงค์ด้านสุขภาพ (90%) ผลการศึกษาด้านปัจจัยและเจตนาในการบริโภคอาหารที่ทำจากพืชโดยขยายทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนด้วยแนวคิดคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติมีระดับความคิดเห็นสูงที่สุด ( $\bar{X} = 4.28$ ) รองลงมาคือ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ( $\bar{X} = 4.15$ ) คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ภายใน ( $\bar{X} = 4.04$ ) คุณลักษณะภายนอก ( $\bar{X} = 3.85$ ) เจตนาในการบริโภค ( $\bar{X} = 3.84$ ) และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ( $\bar{X} = 3.41$ ) ผลการศึกษานี้เป็นข้อเสนอให้ผู้ประกอบการและนักการตลาด เพื่อพัฒนากลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารจากพืชในกลุ่มประชากรสูงอายุในประเทศไทย

**คำสำคัญ :** อาหารที่ทำจากพืช เจเนอเรชันซิลเวอร์ พฤติกรรมตามแผน คุณลักษณะผลิตภัณฑ์

### Abstract

This study aims to examine the factors and intentions in the to the consumption of plant-based foods among the Silver Generation in Thailand. The sample consisted of 400 individuals aged 50 and above and selected through convenience sampling. Data were collected via an online questionnaire (Google Forms) and analyzed using descriptive statistics. The respondents revealed that most were female (62.5%), aged 56–60 years (35.25%), held a bachelor's degree (38.75%), worked as civil servants (50.25%), had a monthly income exceeding 40,000 baht (58.75%), and were married (35.25%). A large majority (96%) had previously purchased or consumed plant-based foods, with plant-based milk being the most selected product (89%). Most respondents made their own purchasing decisions (93.75%), primarily for health-related reasons (90%). The study extended

the Theory of Planned Behavior by incorporating the concept of product characteristics. Findings showed the highest agreement in attitude toward plant-based foods ( $\bar{X} = 4.28$ ), followed by perceived behavioral control ( $\bar{X} = 4.15$ ), internal product characteristics ( $\bar{X} = 4.04$ ), external product characteristics ( $\bar{X} = 3.85$ ), intention to consume ( $\bar{X} = 3.84$ ), and conformity to reference groups ( $\bar{X} = 3.41$ ). These findings offer insights for entrepreneurs and marketers seeking to develop effective strategies to promote plant-based food products among the aging population.

**Keywords:** Plant-Based Foods, Silver Generation, Theory of Planned Behaviour, Product Attributes

## บทนำ

สหประชาชาติ (United Nations: UN) ได้คาดการณ์ว่าประชากรโลกนั้นจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2593 จำนวนประชากรอาจเพิ่มสูงขึ้นถึง 9.7 พันล้านคน ซึ่งส่งผลกระทบต่อความต้องการในการบริโภคที่เพิ่มขึ้น รวมถึงปริมาณของเนื้อสัตว์ที่มีความต้องการมากขึ้น อีกทั้งในกระบวนการผลิตเนื้อสัตว์ใช้ทรัพยากรเป็นจำนวนมาก โดยพื้นที่ทั่วโลกมากกว่าครึ่งใช้ในการทำปศุสัตว์ และผลผลิตจากถั่วเหลืองได้กลายเป็นอาหารที่ใช้ในการเลี้ยงดูสัตว์ ด้วยเหตุนี้อาจทำให้เกิดปัญหาความไม่มั่นคงทางด้านอาหาร (Food Security) จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากพืชนั้นมีความสำคัญอย่างมาก เนื่องจากเป็นอีกตัวเลือกที่สามารถใช้ในการแก้ปัญหาความไม่มั่นคงทางด้านอาหาร นอกจากนี้มีการคาดการณ์จากศูนย์วิจัยกิจการ. (2564). ว่า อาหารโปรตีนทางเลือกจากพืชนั้นมีแนวโน้มที่จะเติบโตเนื่องจากมีผู้ประกอบการรายใหม่เพิ่มขึ้น และผู้บริโภคสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้อย่างง่ายดาย เนื่องจากในปัจจุบันได้มีช่องทางการจัดจำหน่ายหลากหลายช่องทาง เช่น ร้านสะดวกซื้อ และช่องทางออนไลน์ต่างๆ เป็นต้น อีกทั้งกลุ่มจำนวนผู้บริโภคมังสวิรัตียืดหยุ่น (Flexitarian) กลุ่มผู้บริโภคที่เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์นมจากพืชและเนื้อสัตว์ทดแทนทั่วโลก มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น และได้ตระหนักถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์อาหารที่ทำจากพืชทดแทน รวมถึงให้ความสำคัญกับสวัสดิภาพของสัตว์

(Animal Welfare) และสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น (Future Market Insight, 2023). โดยเฉพาะกลุ่มของผู้สูงอายุที่หันมาดูแลสุขภาพ และเลือกบริโภคอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกายเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจากการคาดการณ์สังคมโลกกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged Society) ซึ่งจำนวนประชากร 1 ใน 7 ทั่วโลกจะมีอายุมากกว่า 65 ปี เช่นเดียวกับประเทศไทยที่กำลังก้าวสู่สังคมผู้สูงวัยระดับสุดยอด (Super - Aged Society) ภายในปี พ.ศ. 2572 (Krungthai COMPASS, 2023).

ในภูมิภาคเอเชียพบว่าเทรนด์อาหารเพื่อสุขภาพมีแนวโน้มที่จะเติบโตเนื่องจากมีประชากรประกอบอาชีพทำการเกษตรจำนวนมาก ซึ่งมีพืชเศรษฐกิจและวัตถุดิบในการประกอบการทำอาหารวีแกนหรือมังสวิวัตน์ รวมถึงผู้บริโภคมีการปรับพฤติกรรมในการบริโภคโดยเชื่อมโยงกับสุขภาพและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เช่น ในประเทศจีน ผู้บริโภคชาวจีนได้ปรับเปลี่ยนวิถีการบริโภคเนื้อสัตว์ให้น้อยลง รวมถึงกลุ่มวัยรุ่นที่หันมาใส่ใจดูแลรักษารูปร่างเพิ่มมากขึ้น รวมถึงกลุ่มผู้สูงอายุที่มีความระมัดระวังในการเลือกบริโภคอาหาร เพื่อให้มีสุขภาพที่แข็งแรงและปลอดภัยจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส จากการศึกษาจาก SME SOCIAL PLANET. (2023). คาดว่าจำนวนผู้บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารจากพืชในประเทศจีนนั้นจะพุ่งสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นจำนวน 4.6 พันล้านคน ภายในปี พ.ศ. 2573 ประเทศเกาหลีใต้เป็นอีกประเทศที่อยู่ในช่วงกำลังเติบโต เนื่องจากผู้บริโภคได้มีการปรับการบริโภคอาหาร โดยบริโภคอาหารที่ทำจากพืชเพิ่มขึ้น จำนวนของกลุ่มผู้บริโภคชาวเกาหลีใต้ที่บริโภคมังสวิวัตน์ได้เพิ่มขึ้นเป็น 2.5 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2564 ผู้บริโภคชาวเกาหลีใต้ได้หันมาใส่ใจในสิ่งแวดล้อมและสุขภาพของตนเองเพิ่มขึ้นอันเนื่องจากเหตุการณ์แพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 19 นอกจากนี้ยังมีความเชื่อว่าหากตนบริโภคอาหารที่ทำจากพืชจะมีส่วนช่วยในการปกป้องโลกและสิ่งแวดล้อม ตลาดอาหารที่ทำจากพืชยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องถึงแม้จะไม่มีการแพร่ระบาดของโรคแล้วก็ตาม (SME SOCIAL PLANET, 2023).

กลุ่มผู้่างเข้าสู่วัยผู้สูงอายุ และผู้สูงอายุ หรือที่เรียกว่า เจนเนอเรชันซิลเวอร์ (Silver Gen) หรือที่ย่อมาจาก "Silver Generation" เป็นกลุ่มประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป รวมถึงมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นจำนวนมากทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ โดยพบว่าในไทยปี พ.ศ. 2566 มีจำนวนประชากรที่อยู่ในกลุ่มผู้สูงอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปถึง 12.80 ล้านคนโดยประมาณ หรือคิดเป็นร้อยละ 19.40 ของ

จำนวนประชากรทั้งหมดในประเทศไทย (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2566). กลุ่มผู้บริโภควัยนี้ได้หันมาให้ความสำคัญในการบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ โดยร้อยละ 95 ยินดีที่จะใช้จ่ายสำหรับอาหารเพื่อดูแลสุขภาพของตน มีพฤติกรรมการเลือกซื้อและบริโภคอาหารที่เหมาะสมเพื่อรักษาสุขภาพและคุณภาพชีวิตในช่วงวัยที่อายุเพิ่มมากขึ้น (Krungthai COMPASS, 2023). เนื่องจากประสิทธิภาพการทำงานของร่างกายที่ลดลง เช่น การบดเคี้ยวอาหารและระบบย่อยของอาหารเจเนอเรชันซิลเวอร์นี้ จึงให้ความสำคัญในการเลือกประเภทและปริมาณของอาหารที่บริโภค เพื่อให้ร่างกายสามารถดูดซึมสารอาหารได้อย่างเหมาะสม (โรงพยาบาลเปาโล, 2564).

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อและบริโภคอาหารมีหลากหลาย อาทิเช่น การส่งเสริมทางการตลาด ตราสินค้า และคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ ปัจจัยเหล่านี้กระตุ้นพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคได้ แต่เนื่องจากยังมีกลุ่มผู้บริโภคบางส่วนที่ยังไม่พร้อมบริโภคอาหารที่ทำจากพืช เนื่องจากปัจจัยหลายประการ เช่น มีความกังวลในด้านรสชาติ เนื้อสัมผัส กลิ่น และรูปลักษณะของอาหาร จึงทำให้อาหารที่ทำจากพืชนั้นยังไม่สามารถทดแทนการบริโภคเนื้อสัตว์ได้ ทั้งนี้ ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนของ Ajzen. (1991). ได้อธิบายพฤติกรรมไว้ว่า เมื่อบุคคลนั้นมีทัศนคติไปในทิศทางบวก จะส่งผลให้มีการแสดงออกถึงพฤติกรรมนั้นเพิ่มมากขึ้น แต่ถ้ามีทัศนคติไปในทิศทางลบจะส่งผลให้การแสดงออกของพฤติกรรมนั้นลดลง นอกจากนี้ยังมีปัจจัยด้านสังคมและการตระหนักถึงความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมที่มีผลต่อการแสดงออกถึงพฤติกรรม ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ จึงได้นำเอาทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน และแนวคิดด้านคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ซึ่งมีการศึกษาและพบว่าเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคได้ (Plikarnon, 2021). จากการทบทวนวรรณกรรมในอดีตพบว่า ในประเทศไทยนั้น การวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่นำไปสู่การยอมรับการบริโภคอาหารที่ทำจากพืชยังพบค่อนข้างน้อย ซึ่งในการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อนักวิชาการ นักวิจัย และผู้ที่สนใจเกี่ยวกับปัจจัยและเจตนาในการบริโภคอาหารที่ทำจากพืช เพื่อนำไปต่อยอดองค์ความรู้หรือใช้วางแผนกลยุทธ์การตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเจเนอเรชันซิลเวอร์ในอนาคต

## วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาระดับวิจัยและเจตนาในการบริโภคอาหารที่ทำจากพืชของกลุ่มเจนเนอเรชันซิลเวอร์ในประเทศไทย

## แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

### 1. ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action)

ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล ถูกพัฒนาขึ้นโดย Ajzen and Fishbein. (1980). โดยได้อธิบายทฤษฎีนี้ถึงการกระทำไว้ว่า บุคคลมีการตัดสินใจบนพื้นฐานที่ตนเองนั้นมีข้อมูลอยู่ว่าจะกระทำสิ่งนั้นหรือไม่ เนื่องจากธรรมชาติของมนุษย์ก่อนตัดสินใจกระทำสิ่งต่าง ๆ จะมีการนำข้อมูลมาประกอบการตัดสินใจก่อนลงมือทำ จึงทำให้เห็นว่าการควบคุมของเจตนาจะส่งผลต่อพฤติกรรม ดังนั้นความตั้งใจที่จะกระทำเป็นตัวกำหนดที่อยู่ใกล้กับการกระทำ (Ajzen and Fishbein, 1980).

ความตั้งใจแสดงพฤติกรรม (Behavioral Intention) หมายถึง การบ่งชี้ถึงความพร้อมของบุคคลในการแสดงออกพฤติกรรม โดยการแสดงพฤติกรรมนี้จะขึ้นอยู่กับทัศนคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

ทัศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude Toward the Behavior) หมายถึง การประเมินภาพโดยรวมของพฤติกรรมบุคคล โดยรวมถึงผลที่จะตามมาของพฤติกรรม ที่มีทั้งด้านบวกและด้านลบ หากบุคคลนั้นประเมินผลที่ตามมาของพฤติกรรมนั้นเป็นทางบวก จะส่งผลให้มีทัศนคติที่ดีต่อพฤติกรรมนั้นๆ และมีแนวโน้มที่จะแสดงออกถึงพฤติกรรมมากขึ้น แต่ในทางตรงกันข้าม หากการประเมินผลนั้นออกมาเป็นลบ บุคคลนั้นจะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อพฤติกรรมนั้นและแสดงออกพฤติกรรมนั้นน้อยลง

การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) หมายถึง การรับรู้ที่เกี่ยวข้องกับความต้องการหรือความคาดหวังของสังคมที่มีผลต่อตัวบุคคล ซึ่งเป็นได้ทั้งกลุ่มคนใกล้ชิดที่มีทัศนคติ ความเชื่อและพฤติกรรมคล้ายกัน เช่น ครอบครัว เพื่อน และกลุ่มคนใกล้เคียงที่มีอิทธิพล เช่น เพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา ในการแสดงออกของพฤติกรรมนั้น ๆ บุคคลจะมีแนวโน้มแสดงพฤติกรรมนั้นบ่อยมากขึ้น หากประเมิน

ว่ากลุ่มที่มีอิทธิพลนั้นต้องการให้แสดงออกถึงพฤติกรรม แต่ในทางตรงกันข้าม หากกลุ่มที่มีอิทธิพลไม่ต้องการให้บุคคลแสดงออกถึงพฤติกรรม จะส่งผลให้บุคคลนั้นแสดงออกถึงพฤติกรรมน้อยลง

เจตนาแสดงพฤติกรรม (Behavioral Intention) หมายถึง เป็นสิ่งที่บ่งชี้ถึงความพร้อมของบุคคลในการแสดงออกพฤติกรรมที่กำหนด โดยการแสดงพฤติกรรมนี้จะขึ้นอยู่กับทัศนคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

## 2. ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB)

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior) เป็นทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคมที่ได้รับการพัฒนามาจาก ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) โดย Ajzen and Fishbein. (1975). ที่ได้รับการพัฒนาโดย Ajzen. (1985). ในระหว่างปี ค.ศ. 1985 - 2002 เพื่อทำการปรับเรื่องข้อจำกัดในด้านพฤติกรรมของบุคคลที่มีเจตนาในการควบคุมพฤติกรรมที่ไม่ได้กล่าวถึงในทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนได้อธิบายว่า พฤติกรรม (Behavior) ที่แสดงออกมา มาจากความตั้งใจ (Intention) มีปัจจัย 3 ประการ ที่มีอิทธิพลต่อการก่อให้เกิดเจตนา ซึ่งได้แก่ ทัศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude Toward the Behavior) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) โดยส่วนที่พัฒนาเพิ่มสามารถอธิบายเพิ่มเติมได้ดังนี้

การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) หมายถึง ความเชื่อส่วนบุคคลที่มีต่อการแสดงออกของพฤติกรรม รวมถึงควบคุมให้เป็นไปตามที่ต้องการและตั้งใจไว้ โดยพิจารณาจากตัวบุคคลว่าสามารถควบคุมผลที่ตามมาได้หรือไม่ ถ้าหากตนเชื่อว่าไม่สามารถควบคุมผลให้ออกมาตามที่ตนเองต้องการหรือที่ตั้งใจไว้ จะส่งผลให้แนวโน้มในการแสดงพฤติกรรมนั้นลดลง

## แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ (Product Attributes)

Grunert. (2015). ได้กล่าวถึงคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ว่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภค โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน (1) คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ภายนอก: เป็นส่วนหนึ่งของส่วนประสมทางการตลาด โดยให้ความสำคัญแก่ความรู้สึกทางกายภาพของผู้บริโภคเท่านั้น (2) คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ภายใน: พิจารณาจากการบริโภค และคุณค่าทางโภชนาการต่างๆ ที่ผู้บริโภคนั้นรับรู้ด้วยประสาทสัมผัส อาทิเช่น รสชาติ กลิ่น เนื้อสัมผัส และรูปลักษณ์

Symmanak. (2019). และ Hoffmann, Symmanak, Mai, Stok, Rohm & Hoffmann. (2020). ได้กล่าวถึงคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ (Product Attribute) ไปในทิศทางเดียวกันว่าหมายถึงปัจจัยที่ผู้บริโภคนั้นใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ โดยสามารถแบ่งออกเป็นสองประเภท คือ คุณลักษณะภายในและคุณลักษณะภายนอก โดยคุณลักษณะภายใน นั้นประกอบด้วย รสชาติ (Taste) กลิ่น (Smell) เนื้อสัมผัส (Texture) และรูปลักษณ์ (Appearance) ส่วนด้านคุณลักษณะภายนอกนั้น ประกอบด้วย ราคา (Price) บรรจุภัณฑ์ (Packaging) ข้อมูลทางโภชนาการ (Nutritional information) และฉลาก (Labelling)

Mandelkar. (2019). กล่าวถึงคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการซื้อผลิตภัณฑ์นั้นว่าในด้านคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ภายในนั้นวัดจาก (1) ความสะอาด (2) ตระหนักถึงสุขภาพ (3) รสชาติ และ (4) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ เช่น ข้อมูลรับรองผลิตภัณฑ์ ข้อมูลจำเพาะ (ส่วนผสมอาหาร คุณค่าทางโภชนาการ) และแบรนด์ที่มีชื่อเสียง ในด้านคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ภายนอกนั้นสามารถวัดได้จาก (1) ราคา (2) การโฆษณา และ (3) ความพร้อมในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เช่น สถานที่จัดจำหน่าย ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

Xie. (2012). ได้กล่าวถึงคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ว่า เป็นสิ่งที่ส่งผลต่อทัศนคติและความตั้งใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้บริโภค โดยอาจมาจากในเรื่องของคุณภาพ ราคา แบรนด์ การโฆษณา รูปลักษณ์ เป็นต้น

## พฤติกรรมมารบริโภคอาหารของกลุ่มเจนเนอเรชันซิลเวอร์

กลุ่มเจนเนอเรชันซิลเวอร์ เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุมากกว่า 50 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีสัดส่วนการเติบโตอย่างต่อเนื่องทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ โดยมูลค่าตลาดของกลุ่มเจนเนอเรชันซิลเวอร์ นั้นจะมีมูลค่าอยู่ที่ 2.6 ล้านล้านบาท หรือเทียบเท่ากับร้อยละ 12.00 ของมูลค่าของเศรษฐกิจไทย อีกทั้งยังเป็นกลุ่มที่มีกำลังในการจ่ายสูงและให้ความสำคัญในการบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย โดยกลุ่มเจนเนอเรชันซิลเวอร์ ร้อยละ 95 ยินดีที่จะจ่ายเพื่ออาหารที่ดีต่อสุขภาพของตนและมีแนวโน้มในการใช้จ่ายในหมวดอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด (Krungthai COMPASS, 2023). อันเนื่องจากระบบภายในร่างกายมีการเสื่อมถอยลง ไม่ว่าจะเป็นการบดเคี้ยวอาหาร ระบบย่อยอาหาร และการรับรู้รสชาติของอาหารที่เปลี่ยนแปลงไป เป็นต้น ส่งผลให้มีการปรับเปลี่ยนการบริโภคอาหารโดยต้องคำนึงถึงปริมาณและประเภทของอาหารที่บริโภคเพื่อให้ร่างกายสามารถย่อยและดูดซึมได้อย่างเหมาะสม (กรมอนามัย สำนักงานโภชนาการ, 2566). กลุ่มผู้บริโภควัยนี้หันมาบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพ อาทิเช่น ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร อาหารคลีน โปรตีนที่ทำจากพืช อาหารที่ปรับปริมาณสารอาหารให้เหมาะสมกับวัยกับโรคด้านไขมัน น้ำตาล และโซเดียมต่ำ โดยจะเน้นไปที่คุณภาพวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ปัญหาสุขภาพ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2566).

จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยและเจตนาในการบริโภคอาหารที่ทำจากพืชของกลุ่มเจนเนอเรชันซิลเวอร์ในประเทศไทย โดยขยายทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนด้วยแนวคิดคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยได้ขยายความรู้ทางการตลาดโดยนำทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนมาเป็นกรอบศึกษาเกี่ยวกับเจตนาของผู้บริโภค อีกทั้งยังให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ที่เป็นตัวกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการยอมรับการซื้อหรือบริโภคผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ประกอบกับการเพิ่มขึ้นของจำนวนกลุ่มเจนเนอเรชันซิลเวอร์ในประเทศไทยที่ยังคงเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นที่มาและความสำคัญของการวิจัยนี้

## วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาระดับปริญญาโทและปริญญาเอกในการบริโภคอาหารที่ทำจากพืชของกลุ่มเจเนอเรชันซิลเวอร์ในประเทศไทย โดยขยายทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนด้วยแนวคิดคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ มีวิธีการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

### 1. ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มผู้เตรียมพร้อมเข้าสู่ผู้สูงวัยและกลุ่มผู้สูงวัย โดยมีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย และเนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงมีการใช้สูตรของ Cochran. (1997). ในการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ดังต่อไปนี้

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{p(1-p)z^2}{e^2}$$

เมื่อ n	=	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
p	=	สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ เท่ากับ 0.50%
z	=	ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดโดยใช้ค่าความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่า z = 1.96
e	=	ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้

$$\text{จึงสามารถคำนวณได้ดังนี้} \quad n = \frac{0.5(1-0.5)1.96^2}{0.05^2}$$

$$n = 384.16 \approx 385$$

จากการคำนวณได้กลุ่มตัวอย่าง 384.16 หรือประมาณ 385 คน โดยผู้วิจัย จะทำการเก็บข้อมูลจำนวน 400 คน เพื่อความครอบคลุมยิ่งขึ้น และความสะดวกในการคำนวณวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์คือต้องมีจำนวนไม่ต่ำกว่า 385 คน

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยและเจตนาในการบริโภคอาหารที่ทำจากพืชของกลุ่มเจนเอเรชั่นซิลเวอร์ในประเทศไทย โดยขยายทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนด้วยแนวคิดคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ ประสบการณ์ในการบริโภค และจุดประสงค์ในการบริโภคอาหารที่ทำจากพืช โดยมีลักษณะคำถามแบบเลือกตอบ (Check list) และใช้การวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) และเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ทำจากพืช ซึ่งประกอบด้วยทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมในการบริโภคอาหารที่ทำจากพืช โดยมีลักษณะคำถามแบบประเมินคำตอบ 5 ระดับ (Rating Scale Method: Likert Scale Questions) ของ Likert. (1932). ซึ่งดัดแปลงมาจาก Ajzen. (2006). และ Sharkawi, Latip & Mohamed. (2021). มีจำนวนทั้งสิ้น 19 ข้อคำถาม

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยด้านคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ในการบริโภคอาหารที่ทำจากพืช โดยมีลักษณะคำถามแบบประเมินคำตอบ 5 ระดับ (Rating Scale Method: Likert Scale Questions) ของ Likert. (1932). ซึ่งดัดแปลงมาจาก Xie. (2012). และ Symmank. (2019). มีจำนวนทั้งสิ้น 13 ข้อคำถาม

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับเจตนาในการบริโภคอาหารที่ทำจากพืช โดยมีลักษณะคำถามแบบประเมินคำตอบ 5 ระดับ (Rating Scale Method: Likert Scale Questions) ของ Likert. (1932). ซึ่งดัดแปลงมาจาก Ajzen. (2006). มีจำนวนทั้งสิ้น 3 ข้อคำถาม

เนื่องจากในการวิจัยครั้งนี้มีความเกี่ยวข้องกับความคิดเห็นส่วนบุคคล ซึ่งความคิดเห็นนั้นยากที่จะทำการวัดได้ ทำให้มีนักวิชาการหาวิธีในการวัด โดยได้สร้างเครื่องมือวัดขึ้นมา หรือที่เรียกว่าสเกล (Scale) และนำมาใช้

ในการศึกษาประเด็นต่างๆ เพื่อวัดและชั่งน้ำหนัก ซึ่งจากผลการศึกษาจะขึ้นอยู่กับค่าระดับคะแนนที่ได้รับ ผู้วิจัยจึงได้นำเครื่องมือวัดสเกล ของ Likert. (1932). มาใช้เพื่อกำหนดเกณฑ์น้ำหนักคะแนนในระดับความคิดเห็น โดยกำหนด 1 เห็นด้วยน้อยที่สุด 2 เห็นด้วยน้อย 3 เห็นด้วยปานกลาง 4 เห็นด้วยมาก และ 5 เห็นด้วยมากที่สุด จากการคำนวณช่วงระดับคะแนน แล้วนำผลที่ได้มาแบ่งเกณฑ์คะแนนเพื่อแปลผล 5 ระดับได้แก่ ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 1.0 - 1.80 คือ เห็นด้วยน้อยที่สุด ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 1.81 - 2.60 คือ เห็นด้วยน้อย ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61 - 3.40 คือ เห็นด้วยปานกลาง ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 - 4.20 คือ เห็นด้วยมาก และค่าระดับคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 4.21 - 5.00 คือ เห็นด้วยมากที่สุด

### 3. การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การทดสอบคุณภาพเครื่องมือในการศึกษาปัจจัยและเจตนาในการบริโภคอาหารที่ทำจากพืชของกลุ่มเจนเอเรชั่นซิลเวอร์ในประเทศไทย โดยขยายทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนด้วยแนวคิดคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการโดยรวบรวมจากแนวทางทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน แนวคิดคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ และจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาดัดแปลงให้เหมาะสม โดยมีการวัดความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และการวัดค่าความเชื่อมั่นด้วยแอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient)

#### 3.1 การวัดความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Index of Congruence: IOC) และคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ โดยผู้เชี่ยวชาญนั้นจะประเมินด้วยระดับคะแนน 3 ระดับ คือ

+1	ในกรณีที่ข้อคำถามสอดคล้องตามประเด็นหลักของเนื้อหา
0	ในกรณีที่ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามสอดคล้องตามประเด็นหลักของเนื้อหา
-1	ในกรณีที่ข้อคำถามไม่สอดคล้องตามประเด็นหลักของเนื้อหา

เกณฑ์พิจารณา คือ ค่าที่ได้จะต้องมีค่าระหว่าง 0.60 ขึ้นไป เพื่อสามารถตัดสินใจได้ว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องเหมาะสมหรือมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาหรือไม่ (Rovineli and Hambleton, 1977). โดยในการหาค่าดัชนีความเที่ยงตรงของเนื้อหาสามารถคำนวณได้ดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ  $IOC$  = ดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับเนื้อหา  
 $\sum R$  = ผลรวมของคะแนนที่ผู้เชี่ยวชาญได้ให้ไว้  
 $N$  = จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

โดยการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการดำเนินการทดสอบหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Index of Congruence: IOC) โดยผู้วิจัยได้นำเสนอแบบสอบถามให้แก่ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านตรวจสอบ พบว่าค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหามีค่า IOC อยู่ในช่วง 0.66 – 1.00 จึงสามารถนำไปใช้แบบสอบถามต่อไปได้

### 3.2 การวัดค่าความเชื่อมั่นด้วยแอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient)

การหาความเชื่อมั่นด้วยวิธีแอลฟาของครอนบาค ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่มีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาที่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดมาทำการทดสอบ (Pilot test) จำนวน 30 ชุด กับประชากรซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างของการวิจัย แต่มีคุณสมบัติเช่นเดียวกัน และนำผลที่ได้มาทดสอบความเชื่อมั่นโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยได้ค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.865 ถึง 0.929 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.8 จึงสามารถนำไปเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการวิจัยต่อไปได้

## 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการแจกแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด ระหว่าง 20 มิถุนายน พ.ศ. 2567 - 20 กรกฎาคม พ.ศ. 2567 โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

การวิจัยในครั้งนี้ได้ดำเนินการตามหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ โดยได้รับการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการกระจายแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามด้วยตนเอง พร้อมมีการแนะนำเพิ่มเติมในกรณี que ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เข้าใจคำถาม โดยทำการแยกแบบสอบถามในแหล่งชุมชน เช่น สวนสุขภาพ เป็นต้น ซึ่งเป็นย่านที่มีผู้บริโภคกลุ่มเตรียมพร้อมเข้าสู่สูงอายุและกลุ่มผู้สูงอายุอยู่เป็นจำนวนมาก และส่วนที่สองเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) โดยผู้วิจัยได้ให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง พร้อมตรวจเช็คข้อมูลความถูกต้อง เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

## 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยและเจตนาการบริโภคอาหารที่ทำจากพืชของกลุ่มเจนเนอเรชันซิลเวอร์ในประเทศไทย โดยสามารถวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS หรือ Statistical Package for the Social Sciences Version 28) สถิติที่ใช้ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น

## ผลการวิจัย

ผลการศึกษาปัจจัยและเจตนาในการบริโภคอาหารที่ทำจากพืชของกลุ่มเจนเนอเรชันซิลเวอร์ในประเทศไทย โดยขยายทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนด้วยแนวคิดคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ มีรายละเอียดดังนี้

### 1. ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 250 คน (ร้อยละ 62.50) มีอายุอยู่ระหว่าง 56 – 60 ปี (ร้อยละ 35.25) ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 155 คน (ร้อยละ 38.75) ประกอบอาชีพรับราชการ จำนวน 201 (ร้อยละ 50.25) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท (ร้อยละ 58.75) สถานภาพสมรส จำนวน 141 คน (ร้อยละ 35.25) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยซื้อ หรือบริโภคอาหารที่ทำจากพืชจำนวน 383 คน (ร้อยละ 96.00)

ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคเคยเลือกซื้อ หรือบริโภคส่วนใหญ่ นั่น คือ นมจากพืช จำนวน 356 คน (ร้อยละ 89.00) ส่วนใหญ่เป็นผู้เลือกซื้อด้วยตนเอง จำนวน 375 คน (ร้อยละ 93.75) และจุดประสงค์ส่วนใหญ่ในการเลือกบริโภคของผู้ตอบแบบสอบถามนั้น คือ เพื่อสุขภาพ จำนวน 360 คน (ร้อยละ 90.00)

2. ผลการศึกษาข้อมูลด้านปัจจัยและเจตนาในการบริโภคอาหารที่ทำจากพืช

2.1 ด้านทัศนคติ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด จำนวน 5 ข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยความคิดเห็นจากมากไปน้อย ได้แก่ การบริโภคอาหารที่ทำจากพืชนั้นมีประโยชน์ต่อสุขภาพ ( $\bar{X} = 4.32$ ) การบริโภคอาหารที่ทำจากพืชนั้นเป็นสิ่งที่มีความดี ( $\bar{X} = 4.32$ ) ฉันรู้สึกดีเมื่อบริโภคอาหารที่ทำจากพืช ( $\bar{X} = 4.31$ ) การบริโภคอาหารที่ทำจากพืชนั้นสามารถช่วยป้องกันโรคภัยร้ายแรงได้ เช่น เบาหวาน โรคหัวใจ มะเร็ง และโรคอ้วน ( $\bar{X} = 4.27$ ) และฉันคิดว่ากรบริโภคอาหารที่ทำจากพืชนั้นทำให้ฉันมีสุขภาพที่ดีขึ้น ( $\bar{X} = 4.27$ ) และระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก 1 ข้อ ได้แก่ ฉันคิดว่ากรบริโภคอาหารที่ทำจากพืชทุกวันเป็นสิ่งที่ดี ( $\bar{X} = 4.19$ ) ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยความคิดเห็นด้านทัศนคติในการบริโภคอาหารที่ทำจากพืชมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.28$ ) แสดงผลดังตารางที่ 1

2.2 ด้านการคัดลอกตามกลุ่มอ้างอิง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก จำนวน 3 ข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยความคิดเห็นจากมากไปน้อย ได้แก่ ฉันจะบริโภคอาหารที่ทำจากพืชเมื่อแพทย์ หรือผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพแนะนำให้บริโภค ( $\bar{X} = 4.14$ ) ฉันจะบริโภคอาหารที่ทำจากพืชเมื่อคนในครอบครัวแนะนำให้บริโภค ( $\bar{X} = 3.67$ ) ฉันจะบริโภคอาหารที่ทำจากพืชเมื่อเพื่อนสนิทแนะนำให้บริโภค ( $\bar{X} = 3.43$ ) และมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง 3 ข้อ ได้แก่ ฉันจะบริโภคอาหารที่ทำจากพืชเมื่อเพื่อนร่วมงานแนะนำให้บริโภค ( $\bar{X} = 3.36$ ) ฉันเลือกบริโภคอาหารที่ทำจากพืชเพราะเห็นจากโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น ดิจิตอล เฟสบุ๊ค ( $\bar{X} = 3.04$ ) และฉันจะบริโภคอาหารที่ทำจากพืชเมื่อนักแสดง หรือยูทูปเบอร์ที่ชื่นชอบแนะนำให้บริโภค ( $\bar{X} = 2.85$ ) ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยความคิดเห็นด้านการคัดลอกตามกลุ่มอ้างอิง

ในการบริโภคอาหารที่ทำจากพืชมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ( $\bar{X} = 3.41$ ) แสดงผลดังตารางที่ 2

2.3 ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด จำนวน 2 ข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยความคิดเห็นจากมากไปน้อย ได้แก่ ฉันเลือกบริโภคอาหารที่ทำจากพืชเพื่อแก้ไขปัญหาลูซุภาพ ( $\bar{X} = 4.26$ ) และฉันสามารถบริโภคอาหารที่ทำจากพืชได้ตามความต้องการ ( $\bar{X} = 4.25$ ) และระดับความคิดเห็นจำนวน 5 ข้อของผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยความคิดเห็นจากมากไปน้อย ได้แก่ ฉันสามารถหาข้อมูลอาหารที่ทำจากพืชได้อย่างง่ายดาย ( $\bar{X} = 4.20$ ) ฉันมีความมั่นใจที่จะเลือกบริโภคอาหารที่ทำจากพืชในอนาคต ( $\bar{X} = 4.16$ ) ฉันสามารถบริโภคอาหารที่ทำจากพืชได้เมื่อรู้สึกว่ามีอาการจำเป็นต้องบริโภค ( $\bar{X} = 4.16$ ) ฉันสามารถปรุงอาหารที่ทำจากพืชได้ง่าย ( $\bar{X} = 4.04$ ) และฉันสามารถหาซื้ออาหารที่ทำจากพืชได้ง่าย ( $\bar{X} = 3.97$ ) ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยความคิดเห็นด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ( $\bar{X} = 4.15$ ) แสดงผลได้ดังตารางที่ 3

#### 2.4 ด้านคุณลักษณะผลิตภัณฑ์

คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ภายใน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด 1 ข้อได้แก่ คุณค่าทางโภชนาการเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกบริโภคอาหารที่ทำจากพืช ( $\bar{X} = 4.38$ ) และมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก จำนวน 5 ข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยความคิดเห็นจากมากไปน้อย ได้แก่ คุณภาพเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกบริโภคอาหารที่ทำจากพืช ( $\bar{X} = 4.20$ ) รสชาติและกลิ่นเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกบริโภคอาหารที่ทำจากพืช ( $\bar{X} = 4.16$ ) ส่วนผสมอาหารเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกบริโภคอาหารที่ทำจากพืช ( $\bar{X} = 4.01$ ) เนื้อสัมผัสเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกบริโภคอาหารที่ทำจากพืช ( $\bar{X} = 3.83$ ) และแบรนด์เป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกบริโภคอาหารที่ทำจากพืช ( $\bar{X} = 3.68$ ) ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยความคิดเห็นด้านคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ภายในมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ( $\bar{X} = 4.04$ ) แสดงผลได้ดังตารางที่ 4

คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ภายนอก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกบริโภคอาหารที่ทำจากพืช ( $\bar{X} = 4.37$ ) และอยู่ในระดับเห็นด้วยมากจำนวน 6 ข้อคำถาม โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยความคิดเห็นจากมากไปน้อย ได้แก่ สถานที่จัดจำหน่าย เป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกบริโภคอาหารที่ทำจากพืช ( $\bar{X} = 4.10$ ) ราคาเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกบริโภคอาหารที่ทำจากพืช ( $\bar{X} = 4.09$ ) โปรโมชันเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกบริโภคอาหารที่ทำจากพืช ( $\bar{X} = 3.75$ ) บรรจุภัณฑ์เป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกบริโภคอาหารที่ทำจากพืช ( $\bar{X} = 3.61$ ) การให้บริการหลังการขายเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกบริโภคอาหารที่ทำจากพืช ( $\bar{X} = 3.55$ ) และการโฆษณาเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกบริโภคอาหารที่ทำจากพืช ( $\bar{X} = 3.50$ ) ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยความคิดเห็นด้านคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ภายนอก มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ( $\bar{X} = 3.85$ ) แสดงผลได้ดังตารางที่ 5

2.5 ด้านเจตนาในการบริโภคอาหารที่ทำจากพืช พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ฉันทัดใจที่จะบริโภคอาหารที่ทำจากพืชเป็นประจำ ( $\bar{X} = 3.88$ ) ฉันทวางแผนที่จะบริโภคอาหารที่ทำจากพืช ( $\bar{X} = 3.85$ ) และฉันจะแนะนำผู้อื่นให้บริโภคอาหารที่ทำจากพืช ( $\bar{X} = 3.80$ ) โดยค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของเจตนาการบริโภคอาหารที่ทำจากพืช มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ( $\bar{X} = 3.84$ ) แสดงผลได้ดังตารางที่ 6

## สรุป และอภิปรายผล

จากผลการศึกษาเรื่องปัจจัยและเจตนาในการบริโภคอาหารที่ทำจากพืชของกลุ่มเจนเนอเรชั่นซิลเวอร์ในประเทศไทย โดยขยายทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนด้วยแนวคิดคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ สามารถอภิปรายผล ดังนี้

ผลการศึกษาด้านทัศนคติ พบว่า ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะกลุ่มเจนเนอเรชั่นซิลเวอร์ในประเทศไทยนั้น รับรู้ว่าการอาหารที่ทำจากพืชนั้นทำให้สุขภาพแข็งแรง ซึ่งสนับสนุนแนวคิดที่ว่าเมื่อบุคคลมีทัศนคติ

ต่อพฤติกรรมนั้นในทางบวก จะส่งผลให้มีแนวโน้มที่จะแสดงออกของพฤติกรรมนั้น ๆ เพิ่มมากขึ้น

ผลการศึกษาด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง พบว่า ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชั่นซิลเวอร์ในประเทศไทยให้ความสำคัญกับการเลือกบริโภคอาหารที่ทำจากพืชตามคำแนะนำแพทย์ หรือผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพ รวมถึงเลือกบริโภคตามคำแนะนำของคนในครอบครัว ซึ่งสนับสนุนแนวคิดที่ว่าบุคคลนั้นจะมีแนวโน้มแสดงออกของพฤติกรรมนั้นเพิ่มมากขึ้น หากประเมินว่ากลุ่มที่มีอิทธิพลนั้นต้องการให้แสดงออกถึงพฤติกรรม

ผลการศึกษาด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม พบว่า ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก อันเนื่องมาจากกลุ่มเจนเอเรชั่นซิลเวอร์ในประเทศไทยนั้นตระหนักถึงสุขภาพ รวมถึงสามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ง่ายดาย ซึ่งสนับสนุนแนวคิดที่ว่าหากตนมีความเชื่อว่าสามารถควบคุมผลให้ออกมาตามที่ตนเองต้องการได้ จะมีแนวโน้มในการแสดงพฤติกรรมนั้นเพิ่มขึ้น

ผลการศึกษาด้านคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ภายใน พบว่า ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก อันเนื่องมาจากกลุ่มเจนเอเรชั่นซิลเวอร์ในประเทศไทยนั้นได้ให้ความสำคัญต่อ คุณค่าทางโภชนาการ คุณภาพ ส่วนผสมอาหาร รสชาติ กลิ่น เนื้อสัมผัส และแบรนด์ ซึ่งสนับสนุนแนวคิดที่ว่า คุณลักษณะผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่ส่งผลต่อทัศนคติ และความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้บริโภค

ผลการศึกษาด้านคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ภายนอก พบว่า ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก อันเนื่องมาจากกลุ่มเจนเอเรชั่นซิลเวอร์ในประเทศไทยนั้นได้ให้ความสำคัญต่อ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ สถานที่จัดจำหน่าย ราคา โปรโมชั่น บรรจุภัณฑ์ การโฆษณา ตลอดจนการให้บริการหลังการขาย ซึ่งสนับสนุนแนวคิดที่ว่า คุณลักษณะผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่ส่งผลต่อทัศนคติ และความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้บริโภค

จากการศึกษาคั้งนี้ได้ชี้ให้เห็นถึงปัจจัยที่มีความสำคัญและเจตนาในการบริโภคอาหารที่ทำจากพืชของกลุ่มเจนเอเรชั่นซิลเวอร์ในประเทศไทย ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ที่มีผลต่อพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารที่ทำจากพืชของผู้บริโภค เพื่อเพิ่มแนวโน้มในการบริโภคอาหารที่ทำจากพืชให้มากขึ้นในอนาคต

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

จากการศึกษาปัจจัยและเจตนาในการบริโภคอาหารที่ทำจากพืชของกลุ่มเจเนอเรชันซิลเวอร์ในประเทศไทยโดยขยายทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนด้วยแนวคิดคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยได้นำผลการศึกษามาเป็นข้อเสนอแนะสำหรับธุรกิจเพื่อนำไปสู่การส่งเสริมการบริโภคอาหารที่ทำจากพืชในแต่ละด้านได้ดังต่อไปนี้

1.1 ด้านทัศนคติ จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีทัศนคติในระดับเห็นด้วยมากที่สุดว่าการบริโภคอาหารที่ทำจากพืชมีประโยชน์ต่อสุขภาพ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรนำผลการวิจัยมาใช้ในการวิเคราะห์วางแผนกลยุทธ์เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดเจตนาในการเลือกบริโภคอาหารที่ทำจากพืช โดยอาจเน้นการนำเสนอการให้ความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ต่าง ๆ ที่ได้รับจากการบริโภคอาหารที่ทำจากพืช

1.2 ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ควรมีการสนับสนุน และส่งเสริมการทำกิจกรรมร่วมกัน รวมถึงการแนะนำเกี่ยวกับการบริโภคอาหารที่ทำจากพืช เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดเจตนาในการบริโภคอาหารที่ทำจากพืช

1.3 ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ควรมีการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ให้แก่ผู้บริโภคถึงทางเลือกในการเลือกบริโภคอาหารที่ทำจากพืช เพื่อให้ผู้บริโภคนั้นรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมบริโภคอาหารที่ทำจากพืชด้วยตนเองได้

1.4 ด้านคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ภายในและภายนอก ผู้ประกอบการควรมีการวางแผนกลยุทธ์ อาทิเช่น การตั้งราคา หรือโปรโมชั่นที่สามารถกระตุ้นผู้บริโภคในการเลือกบริโภคอาหารที่ทำจากพืช รวมถึงการคำนึงถึงความสะดวกสบายในการซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค เช่น สถานที่จัดจำหน่ายสินค้า

### 2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

2.1 ด้านวิธีการวิจัย การศึกษารั้งนี้ ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยและเจตนาในการบริโภคอาหารที่ทำจากพืชของกลุ่มเจเนอเรชันซิลเวอร์ในประเทศไทย

โดยขยายทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนด้วยแนวคิดคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้ศึกษาควรพิจารณาการใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) เพื่อให้ข้อมูลที่ได้นั้นครอบคลุมและมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

2.2 ด้านการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาควรพิจารณาเพิ่มการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ เช่น การวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบพหุคูณ หรือการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และทำให้งานวิจัยมีความน่าสนใจเพิ่มมากขึ้น

2.3 ด้านขอบเขตการวิจัย ผู้ศึกษาควรพิจารณาขยายขอบเขตการวิจัย นอกจากกลุ่มเจนเนอรัลซีลเวอร์ เช่น กลุ่มคนรุ่นใหม่หรือกลุ่มวัยทำงาน เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างการบริโภคอาหารที่ทำจากพืชในแต่ละช่วงวัย หรือศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องความแตกต่างของพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ทำจากพืชระหว่างผู้ที่อาศัยในเขตเมืองและชนบท เนื่องจากมีสภาพแวดล้อมและวิถีชีวิตที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจส่งผลต่อเจตนาในการบริโภคอาหารที่ทำจากพืช

### เอกสารอ้างอิง

- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2566). **สถิติผู้สูงอายุ**. ค้นเมื่อ 27 พฤศจิกายน 2566, จาก [https://www.dop.go.th/th/statistics\\_side?content=1&sub=2](https://www.dop.go.th/th/statistics_side?content=1&sub=2)
- กรมอนามัย สำนักงานโภชนาการ. (2566). **พฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารของผู้สูงอายุ จังหวัดนนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการ. กระทรวงสาธารณสุข**. ค้นเมื่อ 11 มีนาคม 2567, จาก <https://nutrition2.anamai.moph.go.th/th/book/download/?did=213183&id=104598&reload=>
- โรงพยาบาลเปาโล. (2564). **โภชนาการของผู้สูงวัย. โรงพยาบาลเปาโล - Paolo Hospital**. ค้นเมื่อ 27 พฤศจิกายน 2566, จาก <https://www.paolohospital.com/th-TH/phahol/Article/Details/บทความ-เบาหวาน-ความดัน/โภชนาการของผู้สูงวัย/ปัญหาด้านสุขภาพในผู้, รับประทานอาหารไม่เพียงพอ>

- ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย. (2564). **ปี 64 ตลาดโปรตีนทางเลือกนวัตกรรมอาหารใหม่ในไทยมีมูลค่าราว 4,500 ล้านบาท แม้เติบโตแต่ยังเต็มไปด้วยความท้าทาย**. ค้นเมื่อ 14 พฤศจิกายน 2566, จาก <https://www.kasikomresearch.com/InfoGraphic/Documents/z3254.pdf>
- \_\_\_\_\_. (2566). **มูลค่าตลาดอาหารและ เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ของผู้สูงอายุ ปี'67 เติบ ได้รับคนสูงวัยที่เพิ่มขึ้นแต่ยังอยู่บนความท้าทาย**. ค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2567, จาก <https://www.kasikomresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/Food-CIS3446-KR-22-12-2023.aspx>
- Ajzen, I. (1985). **From intentions to actions: A theory of planned behavior**. In J.Kuhi & J.Beckmann (Eds.), *Action-control: From cognition to behavior* (pp. 11-39). Heidelberg: Springer
- \_\_\_\_\_. (1991). **The Theory of Planned Behavior**. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- \_\_\_\_\_. (2006). **Constructing a Theory of Planned Behavior Questionnaire: Conceptual and Methodological Consideration**. Retrieved March 2, 2024, from <https://people.umass.edu/aizen /pdf/tpb.measurement.pdf>
- \_\_\_\_\_. and Fishbein, M. (1975). **Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research**. Reading. M.A.: Addison-Wesley.
- \_\_\_\_\_. and Fishbein, M. (1980). **Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior**. N.J.: Prentice-Hall.
- Cochran, W.G. (1997). **Sampling techniques**. 3<sup>rd</sup> ed. New York: John Wiley & sons.
- Future Market Insight. (2023). **Plant-Based food market. Size, Growth, Trends, Share | 2033**. Retrieved November 8, 2023, from <https://www.futuremarketinsights.com/reports/plant-based-food-market>

- Grunert, K. G. (2015). The common ground between sensory and consumer science. *Current Opinion in Food Science*, 3, 19–22. Retrieved March 8, 2024, from <https://doi.org/10.1016/j.cofs.2014.11.003>
- Hoffmann, N., Symmank, C., Mai, R., Stok, F. M., Rohm, H., & Hoffmann, S. (2020). The influence of extrinsic product attributes on consumers' food decisions: review and network analysis of the marketing literature. *Journal of Marketing Management*, 36(9–10), 888–915. Retrieved March 8, 2024, from <https://doi.org/10.1080/0267257x.2020.1773514>
- Krungthai COMPASS. (2023). **Silver Gen โอกาสและความท้าทาย ใต้ปีก “Silver Economy”** รู้เรื่องเศรษฐกิจแบบเจาะลึกจากกูรูตัวจริง. ค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2567, จาก [https://krungthai.com/Download /economy-resources /EconomyResourcesDownload\\_485Silver\\_Gen.pdf](https://krungthai.com/Download /economy-resources /EconomyResourcesDownload_485Silver_Gen.pdf)
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. Retrieved March 8, 2024, from <https://psycnet.apa.org/record/1933-01885-001>
- Mandelkar, P. (2019). **Intrinsic and extrinsic factors affecting consumer purchase intention for ready-to-eat food in Bangkok and its vicinity.** Bangkok University. Retrieved June 18, 2024, from [http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3668/2/Prajakta\\_IS%20Report.pdf](http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3668/2/Prajakta_IS%20Report.pdf)
- Plikarnon, N. (2021). **The impact of consumer behavior, influence credibility, and product attributes factors towards online purchase intention on healthy food.** Bangkok University. Retrieved June 18, 2024, from [http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/5485/1/nutnicha\\_plik.pdf](http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/5485/1/nutnicha_plik.pdf)
- Rovinelli, R.J. and Hambleton, R.K. (1977). On the Use of Content Specialists in the Assessment of Criterion-Referenced Test Item Validity. *Tijdschrift Voor Onderwijs Research*, 2, 49-60.

- Sharkawi, I., Latip, M., & Mohamed, Z. A. (2021). Applying the Theory of Planned Behavior to Healthy Eating Intention among Malaysian Adults. *International Journal of Academic Research in Business & Social Sciences*, 11(17), 17-26. Retrieved June 18, 2024, from <https://doi.org/10.6007/ijarbs/v11-i17/11387>
- SME SOCIAL PLANET. (2023). ตลาดอาหารวีแกน เทรนด์โลก โตแรง! โอกาสทองของผู้ส่งออกไทย ที่ต้องรีบคว้า. ค้นเมื่อ 16 ธันวาคม 2566, จาก <https://www.bangkokbanksme.com/en/23-1inter-vegan-food-market-a-global-trend-booming>
- Symmank, C. (2019). Extrinsic and intrinsic food product attributes in consumer and sensory research: literature review and quantification of the findings. *Management Review Quarterly*, 69(1), 39–74. Retrieved March 8, 2024, from <https://doi.org/10.1007/s11301-018-0146-6>
- Xie, B. (2012). **FACTORS AFFECTING PURCHASE INTENTION OF ELECTRIC COOKING APPLIANCE IN THAILAND** [Thesis, University of the Thai Chamber of Commerce], Retrieved July 8, 2024, from <https://searchlib.utcc.ac.th/library /onlinethesis/251387.pdf>

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผล ด้านทัศนคติ

ทัศนคติ	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1. การบริโภคอาหารที่ทำจากพืชนั้นมีประโยชน์ต่อสุขภาพ	4.32	0.96	เห็นด้วยมากที่สุด
2. การบริโภคอาหารที่ทำจากพืชนั้นเป็นสิ่งที่มีความค่า	4.32	0.87	เห็นด้วยมากที่สุด
3. การบริโภคอาหารที่ทำจากพืชนั้นสามารถช่วยป้องกันโรคร้ายแรงได้ เช่น เบาหวาน โรคหัวใจ มะเร็ง และโรคอ้วน	4.27	0.96	เห็นด้วยมากที่สุด
4. ฉันรู้สึกดีเมื่อบริโภคอาหารที่ทำจากพืช	4.31	0.91	เห็นด้วยมากที่สุด
5. ฉันคิดว่าการบริโภคอาหารที่ทำจากพืชนั้นทำให้ฉันมีสุขภาพที่ดีขึ้น	4.27	0.91	เห็นด้วยมากที่สุด
6. ฉันคิดว่าการบริโภคอาหารที่ทำจากพืชทุกวันเป็นสิ่งที่ดี	4.19	0.94	เห็นด้วยมาก
รวม	4.28	0.71	เห็นด้วยมากที่สุด

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผล ด้านการคัดลอกตามกลุ่มอ้างอิง

การคัดลอกตามกลุ่มอ้างอิง	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1. ฉันจะบริโภคอาหารที่ทำจากพืช เมื่อคนในครอบครัวแนะนำให้บริโภค	3.67	1.24	เห็นด้วยมาก
2. ฉันจะบริโภคอาหารที่ทำจากพืช เมื่อเพื่อนสนิทแนะนำให้บริโภค	3.43	1.10	เห็นด้วยมาก
3. ฉันจะบริโภคอาหารที่ทำจากพืช เมื่อแพทย์/ผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพแนะนำให้บริโภค	4.14	1.03	เห็นด้วยมาก
4. ฉันจะบริโภคอาหารที่ทำจากพืช เมื่อเพื่อนร่วมงานแนะนำให้บริโภค	3.36	1.06	เห็นด้วยปานกลาง
5. ฉันจะบริโภคอาหารที่ทำจากพืช เมื่อนักแสดงหรือยูทูบเบอร์ ที่ชื่นชอบแนะนำให้บริโภค	2.85	1.18	เห็นด้วยปานกลาง
6. ฉันเลือกบริโภคอาหารที่ทำจากพืชเพราะเห็นจากโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น ดิจิตอล, เฟสบุ๊ก เป็นต้น	3.04	1.17	เห็นด้วยปานกลาง
รวม	3.41	0.89	เห็นด้วยมาก

### ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผล ด้านการรับรู้ ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1. ฉันมีความมั่นใจที่จะเลือกบริโภคอาหารที่ทำจากพืช ในอนาคต	4.16	0.90	เห็นด้วยมาก
2. ฉันสามารถบริโภคอาหารที่ทำจากพืชได้ตามความ ต้องการ	4.25	0.89	เห็นด้วยมากที่สุด
3. ฉันสามารถบริโภคอาหารที่ทำจากพืชได้เมื่อรู้สึกว่ามี ความจำเป็นต่อบริโภค	4.16	0.93	เห็นด้วยมาก
4. ฉันเลือกบริโภคอาหารที่ทำจากพืชเพื่อแก้ไขปัญหา สุขภาพ	4.26	0.86	เห็นด้วยมากที่สุด
5. ฉันสามารถหาข้อมูลอาหารที่ทำจากพืชได้อย่าง ง่ายดาย	4.20	0.92	เห็นด้วยมาก
6. ฉันสามารถหาซื้ออาหารที่ทำจากพืชได้ง่าย	3.97	0.98	เห็นด้วยมาก
7. ฉันสามารถปรุงอาหารที่ทำจากพืชได้ง่าย	4.04	0.99	เห็นด้วยมาก
<b>รวม</b>	<b>4.15</b>	<b>0.70</b>	<b>เห็นด้วยมาก</b>

### ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผล ด้านคุณลักษณะ ผลิตภัณฑ์ภายใน

คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ภายใน	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1. คุณภาพเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกบริโภคอาหาร ที่ทำจากพืช	4.20	0.93	เห็นด้วยมาก
2. รสชาติและกลิ่น เป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกบริโภค อาหารที่ทำจากพืช	4.16	0.87	เห็นด้วยมาก
3. เนื้อสัมผัส เป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกบริโภคอาหาร ที่ทำจากพืช	3.83	0.99	เห็นด้วยมาก
4. ส่วนผสมอาหาร เป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกบริโภค อาหารที่ทำจากพืช	4.01	1.07	เห็นด้วยมาก
5. คุณค่าทางโภชนาการ เป็นปัจจัยสำคัญในการเลือก บริโภคอาหารที่ทำจากพืช	4.38	0.86	เห็นด้วยมาก

**ตารางที่ 4** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผล ด้านคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ภายใน (ต่อ)

คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ภายใน	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
6. แปรนตร์ เป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกบริโภคอาหารที่ทำจากพืช	3.68	0.86	เห็นด้วยมาก
<b>รวม</b>	<b>4.04</b>	<b>0.62</b>	<b>เห็นด้วยมาก</b>

**ตารางที่ 5** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผล ด้านคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ภายนอก

คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ภายนอก	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1. ราคาเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกบริโภคอาหารที่ทำจากพืช	4.09	0.94	เห็นด้วยมาก
2. การโฆษณาเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกบริโภคอาหารที่ทำจากพืช	3.50	1.00	เห็นด้วยมาก
3. โปรโมชั่นเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกบริโภคอาหารที่ทำจากพืช	3.75	1.08	เห็นด้วยมาก
4. บรรจุภัณฑ์เป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกบริโภคอาหารที่ทำจากพืช	3.61	1.04	เห็นด้วยมาก
5. การให้บริการหลังการขายเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกบริโภคอาหารที่ทำจากพืช	3.55	1.18	เห็นด้วยมาก
6. สถานที่จัดจำหน่าย เป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกบริโภคอาหารที่ทำจากพืช	4.10	0.97	เห็นด้วยมาก
7. ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกบริโภคอาหารที่ทำจากพืช	4.37	0.82	เห็นด้วยมากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>3.85</b>	<b>0.70</b>	<b>เห็นด้วยมาก</b>

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผล ด้านเจตนาในการบริโภคอาหารที่ทำจากพืช

เจตนาในการบริโภคอาหารที่ทำจากพืช	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1. ฉันตั้งใจที่จะบริโภคอาหารที่ทำจากพืชเป็นประจำ	3.88	1.00	เห็นด้วยมาก
2. ฉันวางแผนที่จะบริโภคอาหารที่ทำจากพืช	3.85	0.97	เห็นด้วยมาก
3. ฉันจะแนะนำผู้อื่นให้บริโภคอาหารที่ทำจากพืช	3.80	1.00	เห็นด้วยมาก
<b>รวม</b>	<b>3.84</b>	<b>0.90</b>	<b>เห็นด้วยมาก</b>