



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

สำรวจพฤติกรรมการบริโภคแกงกะทิและนมถั่วเหลืองดัดแปรเลียนแบบกะทิของ

ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

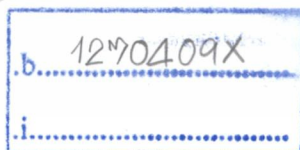
Consumer behavior survey of coconut milk curry and modified soybean milk for coconut milk in Bangkok

นางสาวจิราภรณ์ สิริสัมพันธ์

RCM

ว 535

2553



เลขที่.....  
เลขทะเบียน 138005  
วันเดือนปี - 8 ก.ย. 2558

ได้รับทุนสนับสนุนงานวิจัยจากงบประมาณเงินรายได้ ประจำปี 2553

คณะอุตสาหกรรมเกษตร

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อโครงการ สํารวจพฤติกรรมกรรมการบริโภคแกงกะทิและนมถั่วเหลืองดัดแปรเลียนแบบกะทิของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร

แหล่งเงิน งบประมาณเงินรายได้คณะอุตสาหกรรมเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2552 จำนวนเงินที่ได้รับการสนับสนุน 20,000 บาท

ระยะเวลาทำการวิจัย 1 ปี ตั้งแต่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2551 ถึง 30 กันยายน พ.ศ. 2552

นางสาวจิราภรณ์ สิริสัมพันธ์ คณะอุตสาหกรรมเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

### บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาพฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคแกงเขียวหวาน และนมถั่วเหลือง และความต้องการในการบริโภคแกงเขียวหวานเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำนวนประชากรที่ใช้ในการสำรวจ คือ 500 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นตามการแบ่งกลุ่มเขตการบริหารงานของกรุงเทพมหานครจำนวน 2 เขต และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล รวมทั้งทดสอบการยอมรับแกงเขียวหวานไก่ที่ใช้นมถั่วเหลือง โดยจำนวนประชากรที่ใช้ทดสอบ คือ 120 คน สถิติที่ใช้ คือ ค่าร้อยละ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ใช้การทดสอบค่าสถิติแบบไคสแควร์ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมกรรมการบริโภค จากผู้ตอบแบบสอบถาม 500 คน พบว่า ร้อยละ 93.2 ของผู้ตอบแบบสอบถามบริโภคแกงเขียวหวาน และบริโภคเฉลี่ย 1-2 ครั้ง / เดือน (ร้อยละ 68) และแหล่งที่มาของแกงคือการซื้อ (ร้อยละ 39.2) โดยเหตุผลที่บริโภคแกงเขียวหวาน เพราะความอร่อย (ร้อยละ 73.3) และสาเหตุที่อาจทำให้แกงเขียวหวานไม่เป็นที่นิยม เพราะมีไขมันสูง (ร้อยละ 65.3) ในกรณีของนมถั่วเหลือง พบว่า ร้อยละ 89.2 ของผู้ตอบแบบสอบถามบริโภคนมถั่วเหลือง และบริโภคนมถั่วเหลือง 1 - 2 ครั้ง / สัปดาห์ (ร้อยละ 27.4) เหตุผลที่บริโภคนมถั่วเหลือง เพราะมีประโยชน์ (ร้อยละ 83.6) ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทางชีวสังคมกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคแกงเขียวหวานหรือนมถั่วเหลือง พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านทัศนคติต่อแกงเขียวหวาน พบว่า ทัศนคติที่เป็นเชิงบวกต่อแกงเขียวหวานอยู่ในระดับความคิดเห็นที่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง และเห็นด้วย เช่น 1) แกงเขียวหวานเป็นแกงที่ได้รับความนิยม มากที่สุดในบรรดากะทิหรือ 2) เพราะความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในรสชาติ กลิ่นและ ส่วนประกอบจึงทำให้แกงเขียวหวานจัดอยู่ในอันดับต้นๆของอาหารไทยที่ชาวต่างชาติชื่นชอบ เป็นต้น ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามในด้านความต้องการในการบริโภคแกงเขียวหวานเพื่อสุขภาพ พบว่า ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในการผลิตแกงเขียวหวานเพื่อสุขภาพจำหน่ายในท้องตลาด อยู่ในระดับที่เห็นด้วย และเห็นด้วยอย่างยิ่ง และเห็นด้วยที่มีการนำนมถั่วเหลืองมาทดแทนกะทิ (ร้อยละ 61.6) ผลการสำรวจการยอมรับในแกงเขียวหวานไก่ที่ใช้นมถั่วเหลือง จากผู้ทดสอบ 120 คน ที่มีอายุ 30 ปีขึ้นไป พบว่า ด้านชีวสังคม ผู้ทดสอบส่วนใหญ่ จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 47.1) ด้านอาชีพเป็นแม่บ้าน/พ่อบ้าน (ร้อยละ 51.3) และด้านโรคประจำตัว เป็นผู้ไม่มีโรคประจำตัว (ร้อยละ 48.3) ผลการทดสอบทางประสาทสัมผัสด้วยวิธีการให้คะแนน (9 - point hedonic scale) พบว่า ผู้บริโภคให้คะแนนความชอบโดยรวมอยู่ในระดับที่ชอบมาก และผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทางด้านชีวสังคม และผลการทดสอบทางประสาทสัมผัส พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

คำสำคัญ : นมถั่วเหลือง, กะทิ, แกงเขียวหวานไก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Consumer behavior survey of coconut milk curry and modified soybean milk for coconut milk in Bangkok

MissJiraporn Sirison

Faculty of Agro-Industry, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

## ABSTRACT

The purposes of the research were to study consumption behavior of green curry, demographic factor affecting consumption behavior and need of healthy green curry of consumer in Bangkok. The survey was taken from 500 consumers. The stratified sampling from two districts of Bangkok work administration was used. Data was collected through questionnaires. The acceptance of chicken green curry with soy milk was also studied. The sensory test was done using 120 consumers. Statistical data was analyzed in term of percentage and the correlation of data was analyzed using Chi-square. The result of survey showed that 93.2 percent of respondents consume green curry and frequency of consumption is 1-2 times per month. Most of respondents like to consume the curry because of its good taste (73.3%) and most of the consumed curry was bought rather than home made (39.2%). The respondents pointed out that the green curry might not be accepted due to its high fat. In the case of soy milk, the survey result showed that 89.2 percent of respondents consume soy milk and frequency of consumption is 1-2 times per week. Most of respondents consume soy milk because of its nutritional benefit (83.6%). The correlation between demographic data and consumption behavior showed no significant correlation. The respondent attitude on green curry was analyzed. The result found that the respondents agreed and extremely agreed that green curry is the most popular curry and its unique taste make its popular for foreigners. The answer from the questionnaire showed that the respondents agreed and extremely agreed on the production of healthy green curry. Also 61.6 percent of respondents agreed on the use of soy milk to replace coconut milk in green curry. The acceptance of chicken green curry with soymilk by 120 consumers having ages over 30 years was analyzed. The demographic data show that most of the consumers have Bachelor's degree (47.1%). The occupation of house wife/house husband was 51.3 percent and 48.3 percent of the consumers have no congenital disease. The sensory result from 9 point hedonic scale showed that the overall preference of the consumer on the chicken green curry with soymilk was like very much. The demographic data and sensory result had no significance correlation ( $p \leq 0.05$ ).

**Key word :** soy milk, coconut milk, viscosity, hydrocolloid

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “สำรวจพฤติกรรมการบริโภคแกงกะทิและนมถั่วเหลืองดัดแปรเลียนแบบกะทิของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร” นี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณ ผศ.ดร.ยุพร พิชกมุทร ที่ให้เกียรติเป็นที่ปรึกษาให้การสนับสนุน ให้ความช่วยเหลือ และให้คำแนะนำที่มีประโยชน์เป็นอย่างมากในการดำเนินการวิจัยนี้ ขอขอบคุณ รศ.เยาวลักษณ์ สุรพันธ์พิศิษฐ์ รศ.ดร. ประพันธ์ ปิ่นศิริโรตม และรศ. ดร.ระติพร หาเรือนกิจ ที่ให้คำแนะนำเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์กับการวิจัย ขอขอบคุณนางสาวทัศนีย์ จันทพันธ์ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิทยาศาสตร์การอาหาร คณะอุตสาหกรรมเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ผู้ช่วยวิจัยที่ปฏิบัติหน้าที่ช่วยงานวิจัยจนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอขอบคุณห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ สาขาบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ที่อนุญาตให้เข้าไปสำรวจเก็บข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคแกงกะทิและนมถั่วเหลืองจากลูกค้าในห้างสรรพสินค้า ขอขอบคุณร้านโครงการหลวงดอยคำ สาขา องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร (อ.ต.ก.) กรุงเทพมหานคร ที่อนุญาตให้ใช้สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ สำหรับเตรียมแกงเขียวหวานไก่ที่ใช้นมถั่วเหลืองดัดแปรเลียนแบบกะทิเพื่อเสิร์ฟให้ผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้าในตลาด อ.ต.ก. ได้ทดสอบชิมและตอบแบบสอบถามประเมินการยอมรับแกงเขียวหวานไก่ดังกล่าว

ขอขอบคุณผู้บริโภคทุกท่านที่ให้ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคแกงกะทิและนมถั่วเหลือง และร่วมทดสอบชิม ตอบแบบสอบถามการยอมรับแกงเขียวหวานไก่ที่ใช้นมถั่วเหลืองดัดแปรเลียนแบบกะทิเป็นส่วนผสมแทนกะทิเป็นอย่างดีมาก ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่และนักศึกษา คณะอุตสาหกรรมเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่ให้ความร่วมมือในการทดสอบชิมแกงเขียวหวานไก่ที่ใช้นมถั่วเหลืองดัดแปรเลียนแบบกะทิเป็นส่วนผสมแทนกะทิในเบื้องต้นก่อนนำไปทดสอบชิมกับผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจริง และให้ความร่วมมือในตอบแบบสอบถามทดสอบการยอมรับทางประสาทสัมผัสของผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นอย่างดี ขอขอบคุณนักวิทยาศาสตร์และพนักงานวิทยาศาสตร์คณะอุตสาหกรรมเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการใช้ห้องปฏิบัติการ เครื่องมือและอุปกรณ์วิทยาศาสตร์ และเครื่องแก้วสำหรับทำการทดลองทั้งหมดในงานวิจัยนี้

และผู้วิจัยขอขอบคุณคณะอุตสาหกรรมเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่ให้ทุนสนับสนุนการวิจัยนี้จากเงินรายได้ ทำให้คณะผู้วิจัยได้องค์ความรู้ใหม่ที่ช่วยสนับสนุนการนำนมถั่วเหลืองดัดแปรเลียนแบบกะทิไปใช้ในการผลิตอาหารจริงในระดับครัวเรือนว่ามีความเป็นไปได้ และผู้บริโภคให้การยอมรับเป็นอย่างดี ซึ่งผลงานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมให้ผู้บริโภคไทยได้รับประทานอาหารที่เหมาะสมกับสภาวะร่างกายของตนเอง เช่น ผู้ที่จำเป็นหรือต้องการลดปริมาณการบริโภคกะทิ เพื่อสุขภาพที่ดีของผู้บริโภคต่อไป

นางสาวจิราภรณ์ สิริสัมพันธ์

26 พฤษภาคม 2558

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ช
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย.....	2
1.3 ขอบเขตของการวิจัย.....	2
1.4 วิธีดำเนินการวิจัย.....	2
1.5 ผลที่คาดว่าจะได้รับ.....	2
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม.....	3
2.1 นมถั่วเหลือง.....	3
2.2 กะทิ.....	6
2.3 อาหารไทยประเภทแกงที่มีกะทิเป็นส่วนประกอบ.....	8
2.4 พฤติกรรมการบริโภค.....	9
2.5 การวิจัยพฤติกรรมการบริโภค.....	10
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	16
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	19
3.1 วัตถุประสงค์ในการเตรียมนมถั่วเหลืองและแกงเขียวหวาน.....	19
3.2 อุปกรณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์.....	19
3.3 อุปกรณ์ในการเตรียมนมถั่วเหลืองและแกงเขียวหวาน.....	19
3.4 อุปกรณ์ที่ใช้ในทดสอบการยอมรับผลิตภัณฑ์แกงเขียวหวานไก่ที่ใช้นมถั่วเหลือง.....	19
3.5 สถานที่ดำเนินการ.....	20
3.6 วิธีดำเนินการ.....	20
3.7 การเตรียมแกงเขียวหวานไก่ที่ใช้นมถั่วเหลือง.....	26
3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	28
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	29
4.1 ผลการสำรวจพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคแกงเขียวหวานและนมถั่วเหลืองและความต้องการในการบริโภคแกงเขียวหวานเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.....	29
4.2 ผลการสำรวจการยอมรับแกงเขียวหวานไก่ที่ใช้นมถั่วเหลืองของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.....	39

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย.....	47
5.1 พฤติกรรม.....	47
5.2 ผลการสำรวจการยอมรับแกงเขียวหวานไก่ที่ใช้นมถั่วเหลืองของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.....	48
บทที่ 6 สรุปผลผลิตที่ได้จากงานวิจัย.....	49
เอกสารอ้างอิง.....	50
ภาคผนวก.....	53
ภาคผนวก ก เอกสารหลักฐานอ้างอิงของผลผลิตที่ได้จากงานวิจัย.....	54
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม.....	57
ภาคผนวก ค แบบทดสอบการยอมรับ.....	65
ภาคผนวก ง สูตรเครื่องแกงเขียวหวาน ตราน้ำพริกแม่บ้านรุ่ง.....	70
ภาคผนวก จ สรุปการใช้จ่ายเงิน.....	72
ประวัตินักวิจัย.....	74

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ปริมาณซาโปนินในถั่วเหลือง และผลิตภัณฑ์ต่อน้ำหนัก100กรัม.....	4
2.2 ปริมาณแคลเซียมในถั่วเหลือง และผลิตภัณฑ์.....	5
2.3 องค์ประกอบทางเคมีโดยประมาณของกะทิที่ไม่มีการเจือจางด้วยน้ำ.....	6
2.4 กรดไขมันที่เป็นองค์ประกอบในไขมันมะพร้าว.....	7
3.1 สูตรเครื่องแกงเขียวหวาน.....	27
3.2 ส่วนผสมแกงเขียวหวาน.....	27
4.1 จำนวน และร้อยละ ข้อมูลทางชีวสังคมของผู้ที่บริโภคและไม่บริโภคแกงเขียวหวาน และนมถั่วเหลือง.....	32
4.2 จำนวน และร้อยละ ของพฤติกรรมการบริโภคแกงเขียวหวาน.....	35
4.3 จำนวน และร้อยละ ของพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลือง.....	35
4.4 จำนวน และร้อยละ ของเหตุผลการบริโภคแกงเขียวหวาน.....	36
4.5 จำนวน และร้อยละ ของปัจจัยการไม่บริโภคแกงเขียวหวาน.....	36
4.6 จำนวน และร้อยละ ของเหตุผลการบริโภคนมถั่วเหลือง.....	36
4.7 จำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความต้องการให้ผลิตแกงเขียวหวานเพื่อสุขภาพ.....	38
4.8 จำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความต้องการให้ผลิตแกงเขียวหวานที่ใช้นมถั่วเหลืองทดแทนกะทิ.....	39
4.9 จำนวน และ ร้อยละ ของข้อมูลทางชีวสังคมผู้ทดสอบแกงเขียวหวานไก่ที่ทำจากนมถั่วเหลือง.....	41
4.10 จำนวน และร้อยละ ของพฤติกรรมการบริโภคแกงเขียวหวาน.....	43
4.11 จำนวน และร้อยละ ของความถี่ในการบริโภคนมถั่วเหลือง.....	43
4.12 จำนวน และร้อยละเหตุผลของการบริโภคแกงเขียวหวาน.....	44
4.13 จำนวน และร้อยละของสาเหตุที่อาจทำให้แกงเขียวหวานไม่เป็นที่นิยม.....	44
4.14 จำนวน และร้อยละ ของเหตุผลผู้ที่บริโภคนมถั่วเหลือง.....	45
4.15 ผลการทดสอบทางประสาทสัมผัสของผู้บริโภคที่มีต่อแกงเขียวหวานไก่ที่ใช้นมถั่วเหลือง.....	45

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
3.1 การจัดกลุ่มประชากรตามกลุ่มเขต.....	21
3.2 ขั้นตอนการเตรียมนมถั่วเหลือง.....	26
3.3 ขั้นตอนการเตรียมแกงเขียวหวานไก่ที่ใช้นมถั่วเหลือง.....	28



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อาหารไทยจัดเป็นเอกลักษณ์ที่แสดงความเป็นไทยที่ผ่านการถ่ายทอดจากอดีตจนถึงปัจจุบัน อาหารหลายชนิดเป็นที่นิยมของทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ หนึ่งในนั้นคือ แกงเขียวหวาน และจากการสำรวจ ของสมาน (2546) ต่อพ่อครัวไทยที่ปฏิบัติหน้าที่ในโรงแรมในกรุงเทพมหานคร 59 แห่งจำนวน 236 คน มีช่วงอายุ 30 - 40 ปี อายุการทำงานโดยเฉลี่ย 12.6 ปี มีความเชี่ยวชาญในด้านการปรุงอาหารไทย ในหัวข้อความนิยมอาหารไทยของชาวต่างชาติ พบว่า ชาวต่างชาตินิยม อาหารไทยภาคกลางมากที่สุด และอาหารประเภทแกงที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือ แกงเขียวหวาน และแกงมัสมั่น สาเหตุที่แกงเขียวหวานได้รับความนิยมทั้งคนไทย และชาวต่างชาติ เนื่องมาจากส่วนประกอบของเครื่องเทศที่หลากหลาย รสชาติกลมกล่อมที่ได้จากการเคี่ยวหัวกะทิจนแตกมัน ก่อนผัดเครื่องแกงเพื่อให้กะทิข้น และมีรสหวาน สีส้ม สวยงามที่ได้จากสีเขี้ยวอ่อนจากการตำพริกเขียวสด (อัญชนีย์, 2546) อีกทั้งจากใบโหระพา ใบมะกรูด พริกชี้ฟ้า สีเหลือง แดง ทำให้แกงมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น แกงเขียวหวานจัดเป็นอาหารประเภทแกงที่มีขั้นตอน ทั้งการเตรียม การปรุง การจัดตกแต่งที่สวยงาม แต่เป็นอาหารประเภทแกงที่มีกะทิเป็นองค์ประกอบหลัก โดยหน้าที่หลักของกะทิ คือ ช่วยให้แกงมีรสนุ่มนวล หวานมัน (สิริรักษ์, 2553) แต่ขณะเดียวกันสารอาหารที่พบมากในกะทิ คือ กรดไขมันอิ่มตัวปริมาณมาก คือ ร้อยละ 90 และจากงานวิจัยพบว่า ผลิตภัณฑ์น้ำกะทิสำเร็จรูป มีกรดไขมันชนิดทรานส์ (Trans-fatty acid; TFA) อันเป็นสาเหตุของการเพิ่มระดับคอเลสเตอรอลในเลือด (วิสิฐ, 2551) ซึ่งก่อให้เกิดโรคความดันโลหิตสูง โรคหัวใจ โรคไขมันอุดตันในเส้นเลือด (ทศพรพรรณ และสุนทรชั้น, 2546) จากการสำรวจสำนักงานสถิติแห่งชาติได้ทำการสำรวจ พบว่า คนไทย 1 คน บริโภค กะทิ 6.8 - 8.2 กิโลกรัม/ คน/ ปี (ธรา, 2548)

นมถั่วเหลือง เป็นเครื่องดื่มที่มีคุณค่าทางสารอาหารสูงได้แก่ โปรตีน ไขมัน แคลเซียม วิตามินบี สารไอโซฟลาโวนส์ ที่มีลักษณะคล้ายกับฮอร์โมนเพศหญิงที่ทำให้ปัญหาวัยหมดประจำเดือนลดลง (อาณัติ และ ประไพศรี, 2543) ด้วยคุณค่าเหล่านี้ทำให้ผู้บริโภคนิยมดื่มนมถั่วเหลืองมากขึ้นโดยเหตุผลหลักของการบริโภคคือ เพราะคุณค่าทางโภชนาการ น้ำทิพย์ (2552) ได้ทดลองดัดแปรนมถั่วเหลืองให้มีความข้นหนืดใกล้เคียงกับกะทิ และพบว่า สามารถทดแทนกะทิในแกงเขียวหวานได้ 100 เปอร์เซ็นต์ อย่างไรก็ตามงานวิจัยดังกล่าวเป็นเพียงงานวิจัยที่อยู่ภายในห้องทดลองแต่ยังไม่ได้มีการนำมาทดสอบกับผู้บริโภคอย่างแท้จริง และประกอบกับกระแสรักสุขภาพรวมทั้งจำนวนของผู้ที่เป็นโรคไม่ติดต่อที่เพิ่มมากยิ่งขึ้น ดังนั้นในงานวิจัยนี้จึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรม และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคแกงเขียวหวานในกรุงเทพมหานคร รวมทั้งทัศนคติ ความต้องการในการบริโภคแกงเขียวหวานเพื่อสุขภาพ และนำผลิตภัณฑ์แกงเขียวหวานที่ใช้นมถั่วเหลืองทดแทนกะทิออกทำการทดสอบทางประสาทสัมผัสโดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ กลุ่มผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนากะทิ และแกงเพื่อสุขภาพต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคแกงเขียวหวานและนมถั่วเหลือง และความต้องการในการบริโภคแกงเขียวหวานเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการยอมรับแกงเขียวหวานไก่ที่ใช้นมถั่วเหลืองของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

## 1.3 ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้ทำการศึกษาพฤติกรรม และปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคแกงเขียวหวาน และการบริโภคนมถั่วเหลืองในกรุงเทพมหานคร รวมทั้งศึกษา พฤติกรรม ทักษะคติ ความต้องการในการบริโภคแกงเขียวหวานเพื่อสุขภาพ และศึกษาการยอมรับความชอบของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีต่อผลิตภัณฑ์แกงเขียวหวานที่ใช้นมถั่วเหลืองทดแทนกะทิ

## 1.4 วิธีดำเนินการวิจัย

1. สุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร
2. ออกแบบและทดสอบการใช้แบบสอบถามสำหรับการเก็บข้อมูล
3. เก็บข้อมูลภาคสนามจากผู้บริโภคโดยการใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์
4. รวบรวมผลและวิเคราะห์ข้อมูล

## 1.5 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงพฤติกรรม และทักษะคติ ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคแกงเขียวหวานและนมถั่วเหลืองของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร
2. เป็นแนวทางในการใช้นมถั่วเหลืองเพื่อทดแทนกะทิในแกงเขียวหวาน
3. เป็นแนวทางในการผลิตแกงกะทิเพื่อสุขภาพ

## บทที่ 2

### การทบทวนวรรณกรรม

#### 2.1 นมถั่วเหลือง

นมถั่วเหลืองหรือน้ำเต้าหู้ เป็นผลิตภัณฑ์ถั่วเหลืองที่มีคุณค่าทางโภชนาการ และราคาถูก นิยมบริโภคมาเป็นเวลานาน การผลิตมีหลายระดับ ตั้งแต่ระดับครัวเรือนจนถึงระดับอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ นอกจากนี้ยังสามารถนำไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดอื่น เช่น เต้าหู้ ฟองเต้าหู้

##### 2.1.1 องค์ประกอบทางเคมีของถั่วเหลือง

ถั่วเหลืองเป็นแหล่งของโปรตีนและไขมัน นอกจากนี้ยังมีองค์ประกอบทางเคมีอื่นๆ ได้แก่ คาร์โบไฮเดรต แคลเซียม และวิตามินบี เป็นต้น

##### 2.1.1.1 โปรตีน (Protein)

การบริโภคถั่วเหลืองทำให้ร่างกายได้รับโปรตีนจากถั่วเหลืองซึ่งมีโปรตีน 35 กรัม ใน 100 กรัมต่อถั่วเมล็ดแห้ง และเป็นโปรตีนชนิดสมบูรณ์ซึ่งมีกรดอะมิโนที่จำเป็นต่อร่างกายสูงถึง 8 ชนิด คุณภาพของโปรตีนมีคุณภาพที่ใกล้เคียงกับเนื้อสัตว์ นม ไข่ ถึงแม้ว่าในถั่วเหลืองจะมีเมทไธโอนิน (Methionine) และไกลซีน (Glycine) ในปริมาณจำกัด แต่เป็นแหล่งที่ดีของไลซีน (Lysine) ดังนั้นเวลาบริโภคควรบริโภคคู่กับอาหารจำพวกข้าว และธัญพืช ซึ่งมีเมทไธโอนิน และไกลซีนสูง แต่มีไลซีนต่ำ (สุวลี, 2548) โปรตีนจากถั่วเหลืองมีผลในการช่วยลดอัตราเสี่ยงของการเกิดโรคหัวใจ โรคหลอดเลือดอุดตัน และอาจมีผลในการลดระดับคอเลสเตอรอลทั้งหมดและแอลดีแอล - คอเลสเตอรอล (Yanwen and Peter, 2004) ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญในการเกิดโรคดังกล่าว ประไพศรี และประภาศรี (2547) ได้กล่าวว่า สำนักงานคณะกรรมการอาหาร และยาแห่งสหรัฐอเมริกาแนะนำให้ผู้บริโภค บริโภคถั่วเหลือง และผลิตภัณฑ์ถั่วเหลืองให้ได้โปรตีนวันละ 25 กรัม ร่วมกับการบริโภคไขมัน และกรดไขมันอิ่มตัวต่ำ

##### 2.1.1.2 ไขมัน (Fat)

ถั่วเหลืองเป็นพืชซึ่งไม่มีคอเลสเตอรอล และประกอบด้วยกรดไขมันไม่อิ่มตัว โดยในถั่วเหลืองประกอบด้วย รัยละ 85 ของกรดไขมันไม่อิ่มตัว ซึ่งเป็นกรดไขมันไม่อิ่มตัวเชิงซ้อนประมาณ รัยละ 61 และกรดไขมันไม่อิ่มตัวเชิงเดี่ยวประมาณ รัยละ 24 และมีกรดไขมันจำเป็น 2 ชนิด คือ กรดไขมันไลโนลีนิก (Linoleic acid) และกรดไขมันไลโนลีนิก (Linolenic acid) ซึ่งร่างกายไม่สามารถผลิตได้ต้องได้รับจากอาหารเท่านั้น กรดไขมันทั้งสองชนิดนี้เป็นสารตั้งต้นของฮอร์โมนที่ควบคุมการทำงานของกล้ามเนื้อเรียบ ความดันโลหิต และการเจริญเติบโตของเซลล์ปกติซึ่งในน้ำมันถั่วเหลืองปกติจะมีกรดไลโนลีนิก รัยละ 50 และกรดไลโนลีนิก รัยละ 7-8 (สุวลี, 2548)

### 2.1.1.3 ไอโซฟลาโวนส์ (Isoflavones)

ไอโซฟลาโวนส์ เป็นสารกลุ่มไฟโตเคมีคอล พบในถั่วเหลืองมีโครงสร้างคล้ายฮอร์โมนเอสโตรเจน มี 2 ชนิดหลัก คือ เจนิสทีน (Genistein) และไดเซิน (Daidzein) ไอโซฟลาโวนส์มีคุณสมบัติในการช่วยป้องกันมะเร็ง โรคหัวใจ โรคกระดูกพรุน และอาการของหญิงหมดประจำเดือน (สุวสี, 2548) ฮอร์โมนเอสโตรเจนเป็นฮอร์โมนที่สร้างขึ้นในร่างกายเพศหญิง และจะลดลงพร้อมกับการหยุดทำงานของรังไข่ในช่วงหมดประจำเดือนหรือมีการตัดรังไข่ มีผลทำให้เกิดอาการผิดปกติ เช่น อาการเหงื่อออกเวลากลางคืน ร้อนวูบวาบ และหงุดหงิด จากการศึกษา พบว่า อาการผิดปกติเหล่านี้เกิดขึ้นน้อยมากในหญิงวัยทองของชาวญี่ปุ่น (อาณัติ และประไพศรี, 2543) เนื่องจากชาวญี่ปุ่นบริโภคถั่วเหลืองเฉลี่ย 21.19 กรัม/วัน (Peter and Jordan, 2006) นอกจากนี้ ไอโซฟลาโวนส์มีคุณสมบัติเป็นสาร แอนตีออกซิแดนซ์ช่วยป้องกัน และต่อต้านโรคหลอดเลือดหัวใจอุดตัน การศึกษาในหลอดทดลองชี้ให้เห็นว่า เจนิสทีน สามารถยับยั้งแอลดีแอล-คลอเลสเตอรอล ซึ่งเป็นสาเหตุของโรคหลอดเลือดหัวใจอุดตัน และนำไปสู่โรคหัวใจขาดเลือด

### 2.1.1.4 ซาโปนิน (Saponin)

ซาโปนิน เป็นสารต้านคุณค่าทางโภชนาการตัวหนึ่งซึ่งปกติพบในพืชหลายชนิด แต่ซาโปนินในถั่วเหลืองไม่จัดเป็นสารต้านคุณค่าทางโภชนาการ เมื่ออยู่ในลำไส้จะถูกย่อยโดยเอนไซม์จากแบคทีเรีย แต่ไม่พบว่าถูกดูดซึมเข้าไปในเลือดของสัตว์ทดลอง และพบว่าแทบไม่มีผลต่อการขัดขวางการดูดซึมสารอาหารอื่น จากการศึกษาพบว่า ซาโปนินในถั่วเหลืองมีส่วนในการลดคลอเลสเตอรอลโดยการจับกับเกลือน้ำดี และเป็นสารต้านมะเร็ง สมบัติในการต้านมะเร็งของซาโปนิน อาจเป็นไปได้หลายอย่างรวมถึงความสามารถในการทำลายเซลล์มะเร็งโดยตรง การสร้างภูมิคุ้มกันให้กับร่างกาย การจับกับกรดน้ำดีในทางเดินอาหารเพื่อป้องกันเชื้อแบคทีเรียในลำไส้ที่จะเปลี่ยนเกลือน้ำดีเป็นสารก่อมะเร็งลดความเสี่ยงต่อการเกิดมะเร็งลำไส้ใหญ่ นอกจากนี้ยังพบว่า ซาโปนินช่วยยับยั้งการแพร่กระจายของเซลล์มะเร็งอีกด้วย ปัจจุบันพบว่ามีสาร อกลีคอน (Aglycone) ในซาโปนิน 3 ชนิด คือ โซยาโซโปจีนอล (Soyasopogenol) A B และ E เชื่อมต่อกับโอลิโกแซคคาไรด์ (Oligosaccharide) เป็นโมเลกุลของซาโปนินซึ่งพบว่า หลักๆ มี 5 ชนิด (อาณัติ และประไพศรี, 2543) ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 ปริมาณซาโปนินในถั่วเหลือง และผลิตภัณฑ์ต่อน้ำหนัก100กรัม

ถั่วเหลือง และผลิตภัณฑ์	ซาโปนิน (กรัม/100กรัม)
แบ่งถั่วเหลือง	5.6
แบ่งถั่วเหลืองสกัดน้ำมัน	2.2
เปลือกถั่วเหลือง	2.0
เต้าหู้	2.1

ที่มา : อาณัติ และประไพศรี (2543)

### 2.1.1.5 แคลเซียม (Calcium)

ถั่วเหลือง และผลิตภัณฑ์มีแคลเซียมอยู่ปริมาณมาก อีกทั้งโปรตีนจากถั่วเหลืองช่วยให้การสูญเสียแคลเซียมในร่างกายลดลง จากการศึกษาพบว่าผู้ที่บริโภคโปรตีนจากถั่วเหลืองแทนเนื้อสัตว์จะมีการขับแคลเซียมในปัสสาวะให้ลดลง อีกทั้งสารประกอบในถั่วเหลืองอาจมีส่วนช่วยเพิ่มความแข็งแรงของกระดูก ถั่วเหลืองมีไอโซฟลาโวนอยด์ ซึ่งเป็นไอโซฟลาโวนอยด์ ช่วยระงับการสลายของกระดูก ดังตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 ปริมาณแคลเซียมในถั่วเหลือง และผลิตภัณฑ์

ถั่วเหลือง และผลิตภัณฑ์	แคลเซียม (มิลลิกรัม)
ถั่วเหลืองสุก (1/2 ถ้วย)	80
เทมเป้ (1/2 ถ้วย)	77
เต้าหู้ (1/2 ถ้วย)	130*
โปรตีนถั่วเหลือง(1/2 ถ้วย)	85
นมถั่วเหลือง (1/2 ถ้วย)	80

\* ขึ้นอยู่กับวิธีการทำเต้าหู้ที่ใช้เกลือชนิดใด เต้าหู้ 1/2 ถ้วย อาจมีแคลเซียมระหว่าง 120-750 มิลลิกรัม  
ที่มา : อาณัติ และประไพศรี (2543)

### 2.1.2 ชนิดของน้ำนมถั่วเหลือง

สามารถแบ่งตามการผลิต และการจำหน่ายออกเป็น 6 ชนิด ดังนี้

- 1) น้ำนมถั่วเหลืองไม่ปรุงรส นมถั่วเหลืองประเภทนี้จะประกอบด้วยถั่วเหลือง และน้ำเท่านั้น จะมีปริมาณโปรตีน ร้อยละ 4 อัตราส่วนถั่วเหลือง และน้ำเท่ากับ 1:5
- 2) น้ำนมถั่วเหลืองประเภทเครื่องดื่ม ได้แก่ นมถั่วเหลืองที่มีการปรุงรสโดยการเติมน้ำตาล และปรุงแต่งกลิ่น เช่น เติมกลิ่นกาแฟ น้ำผลไม้ หรือน้ำผักอื่นๆ เป็นต้น จะมีปริมาณโปรตีนประมาณ ร้อยละ 1 อัตราส่วนถั่วเหลือง และน้ำเท่ากับ 1 : 20
- 3) น้ำนมถั่วเหลืองคล้ายนมโค คือ นมถั่วเหลืองที่มีการเติมสารให้ความหวาน เช่น น้ำตาล น้ำมันพืช เกลือ และกลิ่นนม หรือกลิ่นวานิลลา เพื่อให้มีรสชาติคล้ายคลึงนมโคจะมีปริมาณโปรตีนประมาณ ร้อยละ 2.5 - 3.5 อัตราส่วนถั่วเหลือง และน้ำเท่ากับ 1 : 7
- 4) น้ำนมถั่วเหลืองเปรี้ยว คล้ายคลึงกับนมเปรี้ยวที่ทำจากนมโค โดยมีการเติมจุลินทรีย์เพื่อให้เกิดการหมัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5) น้ำมันถั่วเหลืองสำหรับทารก คือ นมถั่วเหลืองที่มีการเติมเมทไธ-โอนีน วิตามินและ/หรือเกลือแร่บางชนิด ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นวิตามินบี 12 และแคลเซียม เพื่อให้มีคุณค่าทางอาหารตามความต้องการของทารก

6) น้ำมันถั่วเหลืองผสม คือ นมถั่วเหลืองที่ผสมกับนมชนิดอื่นๆจากสัตว์หรือจากพืช (คิวะ, 2549)

## 2.2 กะทิ

กะทิ หมายถึง ของเหลวที่ได้จากการคั้นเนื้อมะพร้าว (Solid coconut endosperm) จากมะพร้าวแก่ อาจมีการเติมน้ำหรือไม่ ลักษณะทั่วไปมีสีขาวทึบแสง อยู่ในรูปอิมัลชันชนิดน้ำมันในน้ำ (oil-in-water ; o/w) โดยการยึดเกาะระหว่างโปรตีน เม็ดไขมัน และน้ำ เม็ดน้ำมันในกะทิถูกล้อมรอบด้วยเมมเบรนของฟอสโฟไลปิด (Phospholipid) ได้แก่ เลซิทีน (Lecithin) และเซฟาลิน (Cephalin) ทำหน้าที่เป็นอิมัลซิไฟเออร์ตามธรรมชาติในระบบอิมัลชัน ทำให้อิมัลชันมีความคงตัวเพิ่มขึ้นแต่ไม่เพียงพอที่จะทำให้กะทิตงตัวอยู่ได้ (Salunkhe et al. 1992) เมื่อผ่านความร้อน และระยะเวลาที่นาน โดยเกิดการแยกชั้นระหว่างน้ำ และน้ำมัน เช่น เกิดครีมนะพร้าว เกิดการรวมตัวของไขมัน ซึ่งเป็นลักษณะที่ผู้บริโภคไม่ยอมรับ (Mc Clement, 2005) องค์ประกอบทางเคมีของกะทิแตกต่างกันขึ้นอยู่กับพันธุ์ สภาพภูมิศาสตร์ การเพาะปลูก ความแก่ ส่วนของมะพร้าว และวิธีการคั้น ดังตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 องค์ประกอบทางเคมีโดยประมาณของกะทิที่ไม่มีการเจือจางด้วยน้ำ

องค์ประกอบทางเคมี	ร้อยละ
ความชื้น	54.1
ไขมัน	32.2
โปรตีน	4.4
เถ้า	1
คาร์โบไฮเดรต	8.3

ที่มา : Seow and Gwee (1997)

คาร์โบไฮเดรตที่พบมากในเนื้อมะพร้าว คือ น้ำตาลซูโครส และสตาร์ช กะทิที่คั้นได้ใหม่ๆมีวิตามินบี และวิตามินซีอยู่ในปริมาณเล็กน้อย (Seow and Gwee, 1997) กรดไขมันที่เป็นองค์ประกอบในไขมันมะพร้าวประกอบด้วยกรดไขมันไม่อิ่มตัว โดยเฉพาะกรดโอเลอิก: C18:1 และกรดลิโนเลอิก (C18:2) ร้อยละ 10 ของไขมันทั้งหมด ส่วนกรดไขมันอิ่มตัวมีมากกว่า ร้อยละ 90 โดยพบกรดลออิก (C12:0) มากที่สุด ร้อยละ 45 - 50 รองลงมาคือ กรดมัลลิสติก (C14:0) ร้อยละ 15-19 และ กรดปัลมิติก (C16:0) ร้อยละ 8-18 ดังตารางที่ 2.4 นอกจากนี้ยัง

พบกรดไขมันอิ่มตัว C6 - C10 ซึ่งไม่พบในไขมันพืชชนิดอื่น เนื่องจากกรดไขมันอิ่มตัวชนิดนี้มีน้ำหนักโมเลกุลต่ำมาก ทำให้ไขมันมะพร้าวมีจุดหลอมเหลว 24 - 27 องศาเซลเซียส และอุณหภูมิในการแข็งตัวประมาณ 5 องศาเซลเซียส หรือน้อยกว่า (Salunkhe และคณะ, 1992)

#### ตารางที่ 2.4 กรดไขมันที่เป็นองค์ประกอบในไขมันมะพร้าว

Fatty acid	Percent
Capric acid	5 - 8
Lauric acid	45 - 50
Myristic acid	15 - 19
Palmitic acid	8 - 18
Stearic acid	2 - 3
Oleic acid	6 - 8
Linoleic acid	5 - 2

ที่มา : Salunkhe และคณะ (1992)

ไขมันมะพร้าวประกอบด้วยไตรกลีเซอไรด์โซ่ยาวปานกลาง (Medium Chain Triglyceride, MCT) ในปริมาณสูง ซึ่งมีกรดไขมันอิ่มตัวที่มีคาร์บอนอะตอมอยู่ระหว่างอะตอม 8-12 MCT ถูกย่อยโดยเอ็นไซม์ในกระเพาะและลำไส้ได้อย่างรวดเร็ว และสมบูรณ์กว่าไตรกลีเซอไรด์โซ่ยาว (Long Chain Triglyceride, LCT) ซึ่งต้องใช้น้ำดีจากตับอ่อน แต่ MCT ไม่จำเป็นต้องใช้ เนื่องจากกรดไขมัน และ MCT ละลายน้ำได้ดี การดูดซึมจึงไม่ต้องอาศัยเกลือน้ำดี โมเลกุลของ MCT มีขนาดเล็กสามารถซึมผ่านลำไส้ได้โดยไม่ต้องผ่านกระบวนการย่อย MCT ประกอบด้วยกรดไขมันอิ่มตัวสูงจึงสามารถรวมตัวกับคอเลสเตอรอลในเลือด และก่อให้เกิดโรคไขมันอุดตันในเส้นเลือด โรคหัวใจ โรคอ้วน โรคความดันโลหิตสูง

นอกจากนี้ยังมีการสำรวจพบว่าผลิตภัณฑ์น้ำกะทิสำเร็จรูป กะทิผงสูตรเจ และสูตรปกติที่มีจำหน่ายในท้องตลาด มีกรดไขมันชนิดทรานส์ (Trans - Fatty acid; TFA) ที่มีผลต่อการเพิ่มขึ้นของปริมาณ แอลดีแอล-คอเลสเตอรอล และการลดลงของปริมาณ เอชดีแอล-คอเลสเตอรอล ในเลือดอยู่มากกว่า 0.7 กรัม/80 กรัมซึ่งจัดเป็นอาหารกลุ่มเสี่ยง (Risky) ตามคำแนะนำขององค์การอาหาร และยาของสหรัฐอเมริกา (วิสิฐ, 2551)

กะทิสำเร็จรูป หมายถึง ของเหลวที่ได้จากการคั้นหรือบีบเนื้อมะพร้าวห้าวโดยผ่านกระบวนการที่ปลอดเชื้อจุลินทรีย์ และมีการบรรจุลงในบรรจุภัณฑ์ เช่นพลาสติก กล่อง เป็นต้น ทำให้มีอายุการเก็บรักษาที่นานขึ้น โดยกะทิสำเร็จรูปมี 2 ชนิด คือ พาสเจอร์ไรซ์ และสเตอริไลซ์

ผลิตภัณฑ์กะทิสำเร็จรูปแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

- 1) ชนิดพาสเจอร์ไรซ์ คือ กะทิสำเร็จรูปที่ผ่านการใช้ความร้อนทำลายเชื้อจุลินทรีย์ โดยใช้อุณหภูมิสูงแต่ไม่เกิน 100 องศาเซลเซียส และทำให้ผลิตภัณฑ์ปราศจากเชื้อจุลินทรีย์ที่ทำให้เกิดโรค
- 2) ชนิดสเตอริไลซ์ คือ กะทิสำเร็จรูปที่ผ่านการใช้ความร้อนทำลายเชื้อจุลินทรีย์ โดยใช้อุณหภูมิสูงกว่า 100 องศาเซลเซียส ซึ่งสามารถทำลายเชื้อจุลินทรีย์ และสปอร์ที่จะทำให้อาหารเน่าเสียในระหว่างการเก็บครอบคลุมาถึงการฆ่าเชื้อแบบ ยู เอช ที (สำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม, 2533)

## 2.3 อาหารไทยประเภทแกงที่มีกะทิเป็นส่วนประกอบ

อาหารไทยประเภทแกงที่มีกะทิเป็นส่วนประกอบนั้นมีตั้งแต่ปริมาณเล็กน้อยจนถึงปริมาณมาก ประกอบด้วยวัตถุดิบ เครื่องปรุง และเครื่องแกงที่มีส่วนประกอบที่เป็นสมุนไพร ที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย

### 2.3.1 ประเภทของแกงกะทิ สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ (จริยา, 2551)

- 1) แกงที่ใช้พริกแห้ง มีสีแดง เรียกว่า แกงแดง เช่น แกงพะแนง แกงคั่ว แกงเผ็ด
- 2) แกงที่ใช้พริกสด มีสีเขียว เรียกว่า แกงเขียวหวาน

ชื่อของแกงจะเปลี่ยนไปตามเครื่องปรุงหลัก เช่น แกงเขียวหวานไก่ แกงเขียวหวานปลากุราย (ทัศนีย์ , 2546) รสชาติของแกงมีรสเค็มจากน้ำปลา รสหวานจากน้ำตาลและกะทิ รสเผ็ดจากพริก ลักษณะของน้ำแกง จะต้องข้น มีมันจากการเคี้ยวกะทิให้แตกมัน สีสรรได้วัตถุดิบที่เป็นส่วนประกอบ ประหยัด (2542) ได้รวบรวมอาหารประเภทแกงกะทิไว้ 8 ชนิด ดังนี้

### 2.3.2 ชนิดของแกงกะทิ

- 1) แกงเผ็ด ประกอบด้วยเครื่องแกงที่เผ็ดร้อน จะเรียกชื่อตามเนื้อสัตว์ที่ใส่ เช่น แกงเผ็ดเป็ดย่าง แกงเผ็ดไก่ เป็นต้น
- 2) แกงคั่ว เป็นแกงที่ใช้น้ำพริกแกงเผ็ด บางครั้งอาจมีการใส่กระชาย เช่น แกงอ่อมใบยอ แกงซีเหล็ก แกงคั่วที่ไม่ใส่กระชาย เช่น แกงคั่วสับปะรด แกงอ่อมมะระ เป็นต้น
- 3) แกงคั่วส้ม เป็นแกงที่ใช้น้ำพริกแกงเผ็ด เป็นแกงที่มีรสเปรี้ยวที่ได้จาก มะนาว น้ำมะขามเปียก น้ำมะกรูด เช่น แกงเทโพ แกงคั่วส้มหน่อไม้ดอง เป็นต้น
- 4) แกงพะแนง เป็นแกงที่ใช้น้ำพริกแกงเผ็ด เป็นแกงที่มีน้ำเพียงเล็กน้อย โดยใช้หัวกะทิ มีรสชาติเค็มหวาน เผ็ดเล็กน้อย จะไม่มีผักเป็นส่วนประกอบ ตกแต่งด้วยพริกชี้ฟ้า ใบมะกรูดหั่นฝอย เช่น แกงพะแนงหมู แกงพะแนงเนื้อ เป็นต้น
- 5) แกงฉู่ฉี่ เป็นแกงที่ใช้น้ำพริกแกงเผ็ด เป็นแกงที่มีน้ำเพียงเล็กน้อย รสชาติเผ็ด ได้รสหวานจากกะทิ จะไม่มีผักเป็นส่วนประกอบ ราดหน้าหน้าด้วยหัวกะทิ ตกแต่งด้วยพริกชี้ฟ้า ใบมะกรูดหั่นฝอย เช่น ฉู่ฉี่ปลา เป็นต้น

6) แงงกะหรี ประกอบด้วยเครื่องเทศ และสมุนไพร คือ หอมแดง กระเทียม ขิง ที่ผ่านการเผา และมีผงกะหรี เป็นส่วนประกอบจึงทำให้มีกลิ่น และรสชาติเฉพาะตัว รับประทานคู่กับอาหารจืด เช่น แงงกะหรีไก่ แงงกะหรีกุ้ง เป็นต้น

7) แงงมัสมั่น ประกอบด้วยเครื่องเทศ และสมุนไพรหลายชนิด เช่น หอมแดง กระเทียม ที่ผ่านการเผา ข่า ตะไคร้ ยี่หระ ที่ผ่านการคั่ว การพลูลูกกระวาน ใบกระวาน อบเชย ทำให้กลิ่นของแกงมีกลิ่นหอม เครื่องเทศมากกว่าปกติ เช่น แงงมัสมั่นเนื้อ แงงมัสมั่นไก่ เป็นต้น

8) แงงเขียวหวาน เป็นแกงที่ใช้พริกแกงเผ็ด แต่มีการใช้พริกชี้หนูสดแทนพริกแห้ง บางครั้งเพื่อให้แกงมีสีที่สวยงามขึ้นได้มีการนำใบพริกหรือใบโหระพามาตำคั้นเอาแต่น้ำใส่ลงในแกงเพื่อให้เกิดสีเขียว แงงเขียวหวานที่เป็นที่นิยม เช่น แงงเขียวหวานไก่ แงงเขียวหวานปลากลาย แงงเขียวหวานเนื้อ เป็นต้น

## 2.4 พฤติกรรมการบริโภค

ฉัตรยาพร และฐิตินันท์ (2551) ได้กล่าว การทำหน้าที่หลักของผู้ประกอบธุรกิจ เพื่อให้ประสบความสำเร็จ ผู้ประกอบธุรกิจจำเป็นต้องผลิตสินค้า และบริการที่ลูกค้าต้องการ รวมทั้งส่งมอบสินค้า และบริการเหล่านั้นในรูปแบบที่ลูกค้าสะดวกที่สุด ต้องรู้จักลูกค้าว่า คือใคร มีพฤติกรรมอย่างไร มีความต้องการแบบใดอย่างไร เพื่อที่จะนำเสนอ กระตุ้น เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสนใจ และเกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ เหล่านี้ล้วนเกี่ยวข้องกับการตลาดตั้งแต่การศึกษากลุ่มเป้าหมายจนถึงการพัฒนากิจกรรมทางการตลาดที่จะกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายสนใจ อยากรู้ และตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

พฤติกรรมการบริโภค หมายถึง การกระทำหรือกระบวนการที่บุคคลใดบุคคลหนึ่ง ดำเนินการเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้า และบริการที่ตอบสนองความต้องการของตนเอง และเกิดความพึงพอใจสูงสุด (อดุลย์ และตลยา, 2550) โดยปัจจัยที่ทำให้เกิดพฤติกรรมต่างๆ เหล่านี้มาจากทัศนคติ และแรงจูงใจ

2.4.1 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภค สามารถแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

2.4.1.1 ปัจจัยภายนอก

1) ปัจจัยด้านวัฒนธรรม เกิดจากการเรียนรู้ระหว่างความเชื่อถือ ค่านิยม และประเพณีซึ่งจะควบคุมพฤติกรรมผู้บริโภคของสมาชิกในสังคมใดสังคมหนึ่ง ซึ่งแบ่งออกเป็นวัฒนธรรมพื้นฐาน และวัฒนธรรมย่อยทางสังคม

2) ปัจจัยด้านสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลทั้งทางตรง และทางอ้อมต่อพฤติกรรมการซื้อ ประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานะของผู้ซื้อ

### 2.4.1.2 ปัจจัยภายใน

- 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ และช่วงวงจรชีวิต โอกาสทางเศรษฐกิจ อาชีพ รายได้ และรูปแบบการใช้ชีวิต
- 2) ปัจจัยทางจิตวิทยาเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกรักนึกคิดของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าของบุคคลจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ได้แก่ การสนใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อ และทัศนคติ

### 2.4.2 ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix หรือ 4P's)

นอกจากพฤติกรรมจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแล้วยังพบว่า ปัจจัยทางการตลาดยังมีผลกระทบต่อพฤติกรรมซื้อของผู้บริโภค ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) คือ เครื่องมือทางการตลาดที่บริษัทสามารถควบคุมได้ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การส่งเสริมการขาย (Promotion) และการจัดจำหน่าย (Place) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

- 1) ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่นำมาเสนอขายโดยธุรกิจเพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้า ประกอบด้วย สิ่งที่มีสัมผัสได้ และสัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตราสินค้า บริการ และชื่อเสียง สินค้า สถานที่ บุคคลหรือความคิด ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ และต้องมีอัตราประโยชน์มีมูลค่าในสายตาของลูกค้าจึงจะทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้
- 2) ราคา หมายถึง มูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของผู้บริโภคโดยผู้บริโภค จะเปรียบเทียบระหว่างข้อมูลกับราคาของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้ามูลค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้ประกอบการจะกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึงมูลค่าที่รับรู้ในสายตาของผู้บริโภค ต้นทุน ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง การแข่งขัน และปัจจัยอื่นๆ
- 3) การส่งเสริมการตลาด หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติ และพฤติกรรมซื้อ การติดต่อสื่อสารทำการขายโดยใช้พนักงานขายหรือใช้เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารซึ่งจะต้องพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่ง
- 4) ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง สถาบัน และกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ และบริการจากองค์กรไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย คือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้าประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

## 2.5 การวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภค

ลักษมี และคณะ (2546) ได้กล่าวว่า การวิจัย คือ กระบวนการค้นคว้าหาความรู้ที่มีระบบ แบบแผน โดยมีจุดมุ่งหมายที่แน่นอน ชัดเจน เพื่อแสวงหาคำตอบหรือความจริงในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ภายใต้วิธีการที่มีหลักเหตุผล

และเชื่อถือได้ ทั้งนี้คำตอบที่ได้มาอาจนำไปสู่การสร้างข้อสรุป กฎเกณฑ์ หลักการหรือทฤษฎีใหม่ๆได้ หรือ อาจเป็นการยืนยันข้อสรุป กฎเกณฑ์ หรือหลักการหรือทฤษฎีเดิมให้มีความชัดเจน และน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

พวงรัตน์ (2540) ได้กล่าวว่า การวิจัยทางวิทยาศาสตร์เป็นการค้นคว้าเกี่ยวกับกายภาพ เครื่องมือที่ใช้มีความแม่นยำ มีการควบคุมสภาพแวดล้อม แต่ในทางสังคม เครื่องมือที่ใช้ศึกษาสร้างให้มีความแม่นยำ และการควบคุมตัวแปรทำได้ยาก เนื่องจากเป็นการศึกษาในสภาพที่เป็นจริงตามธรรมชาติ เพราะ ทฤษฎี และกฎเกณฑ์ทางสังคมยืดหยุ่นได้ มีข้อยกเว้นเสมอ แต่ก็สามารถดำเนินการได้ตามขั้นตอนต่างๆ ทางวิทยาศาสตร์เพื่อให้เกิดความความจริง และความรู้น่าเชื่อถือ

### 2.5.1 ประเภทของการวิจัย

#### 2.5.1.1 แบ่งตามลักษณะข้อมูล สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1) การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) เป็นการวิจัยที่มีตัวเลขเป็นข้อมูล ต้องใช้สถิติในการวิเคราะห์ สรุปผล โดยส่วนใหญ่เป็นการใช้สถิติอนุมาน เช่น ผลการเรียนของนักเรียน

2) การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ข้อมูลโดยส่วนใหญ่อยู่ในรูปคุณลักษณะไม่สามารถทำให้เป็นปริมาณหรือตัวเลขได้ การเก็บข้อมูลทำได้หลายวิธี เช่น การสังเกต การสัมภาษณ์ การจดบันทึก เป็นต้น การวิเคราะห์ สรุปผลการวิจัย ก็จะออกมาในรูปของข้อความที่ไม่มีตัวเลขทางสถิติสนับสนุน หรืออาจมีการนำสถิติบางชนิดมาใช้ เช่น การแสดงค่าความถี่ ค่าร้อยละ

#### 2.5.1.2 แบ่งตามระเบียบวิธีวิจัย อาจแบ่งได้เป็น 3 ประเภท

1) การวิจัยเชิงวิเคราะห์ (Analytical research) เป็นการวิจัยที่ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์หลักฐานที่รวบรวมได้เพื่อแสวงหาคำตอบของการวิจัย (ลักษณะ และคณะ 2546) ได้แก่

1.1) การวิจัยเชิงประวัติศาสตร์ (Historical research) เป็นการศึกษาสิ่งที่เกิดขึ้นในอดีต ผู้วิจัยไม่มีโอกาสไม่ได้มีส่วนร่วมในสถานการณ์ที่เกิดขึ้น แต่จะใช้วิธีเก็บข้อมูลจากพยานหลักฐานต่าง ๆ ที่ยังคงเหลืออยู่ โดยอาศัยระเบียบวิธีทางวิทยาศาสตร์ในการวิเคราะห์หลักฐานเพื่อให้ได้ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสิ่งที่ศึกษา

1.2) การวิจัยเชิงปรัชญา (Philosophical research) เป็นการวิจัยที่ต้องการศึกษาปรัชญาของบุคคล กลุ่มบุคคล หรือชุมชน โดยวิเคราะห์จากงานเอกสารหรือข้อเขียนสามารถใช้ในการศึกษาปรัชญาของแต่ละยุค

2) การวิจัยเชิงบรรยาย (Descriptive research) หรือการวิจัยเชิงพรรณนา เป็นการศึกษา ความเป็นจริงที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน โดยผู้วิจัยจะมีส่วนร่วมกับสถานการณ์โดยตรง แต่จะไม่เข้าไปเปลี่ยนแปลงสถานการณ์นั้นๆ สามารถแบ่งออกเป็น 6 ประเภท ดังนี้

2.1) การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey or Exploratory research) เป็นการศึกษาถึงลักษณะ ความเป็นอยู่ สถานการณ์โดยทั่วไปในวงกว้าง ไม่มีการเจาะลึกถึงรายละเอียด เพื่อให้ทราบข้อเท็จจริง โดยมักจะศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างเพื่ออ้างอิงไปยังประชากร

2.2) การวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ (Correlational research) เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรตั้งแต่สองตัวแปรขึ้นไป โดยมีการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับตัวแปรที่ต้องการศึกษาแล้วใช้วิธีการวิเคราะห์ทางสถิติ เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปร

2.3) การวิจัยศึกษาเฉพาะกรณี (Case study research) เป็นการศึกษาในเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ ไม่มุ่งเน้นที่ปริมาณแต่ครอบคลุม และมีความต่อเนื่อง

2.4) การวิจัยเชิงพัฒนาการ (Development research) เป็นการศึกษาที่แสวงหาข้อมูลที่เป็นจริงเกี่ยวกับพัฒนาการ

2.5) การศึกษาแนวโน้ม (Trend study) เป็นการศึกษาที่ศึกษาสภาพการเปลี่ยนแปลงตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เพื่อหาคำตอบในอนาคต

3) การวิจัยเชิงทดลอง (Experimental research) เป็นการศึกษาซึ่งมุ่งหวังศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเป็นหลัก โดยมีการกำหนดเงื่อนไขขึ้น แล้วมีการศึกษาอิทธิพลที่เกิดขึ้นจากเงื่อนไข ดังนั้น การวิจัยเชิงทดลองจะประกอบด้วยสององค์ประกอบหลัก คือ การกำหนดตัวแปร ปรากฏการณ์ที่เปลี่ยนแปลงขึ้นในตัวแปรตาม

2.5.1.3 แบ่งตามกาลเวลา โดยพิจารณา จากระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูล สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1) การวิจัยภาคตัดขวาง (Cross sectional research) เป็นการศึกษาที่ใช้เวลาในการเก็บข้อมูลเป็นเวลาสั้นๆ ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งไม่มีการติดตามไปยังอนาคต และไม่ย้อนข้อมูลไปยังอดีต

2) การวิจัยระยะยาว (Longitudinal research) เป็นการศึกษาเก็บข้อมูลในระยะยาวมีการติดตามผลในอนาคต ซึ่งข้อมูลที่ได้จะแสดงความเปลี่ยนแปลงไปของกลุ่มตัวอย่าง

#### 2.5.2 การกำหนดประชากร และการเลือกตัวอย่าง

ประชากร (Population) คือ ทุกๆหน่วยที่สนใจศึกษา อาจจะเป็นสิ่งมีชีวิตหรือไม่มีก็ได้ มักจะใช้สัญลักษณ์ "N" แทนจำนวนประชากร (ชัยสิทธิ์, 2537) จะมีการกำหนดขอบเขตตามมุ่งหมายของผู้วิจัยแต่ละครั้ง ซึ่งมีทั้งประชากรที่นับได้ และนับไม่ได้ (พวงรัตน์, 2540)

ประชากรนิยาม (Defind population หรือ Operational population) คือ ประชากรที่สามารถให้ข้อมูลได้ในขณะที่ทำการศึกษาวิจัย

ตัวอย่าง ( Sample) คือ บางหน่วยหรือส่วนหนึ่งของประชากร ซึ่งมีคุณลักษณะเป็นตัวแทนที่ดีของประชากร (Representative sample) หรือกลุ่มตัวอย่าง (Sample group) ก็เป็น

จำนวนของตัวอย่าง มักใช้สัญลักษณ์ “n” แทนจำนวนตัวอย่าง

การกำหนดประชากรและการเลือกตัวอย่าง ผู้วิจัยจะต้องมีการกำหนดขอบเขตของประชากร และกลุ่มตัวอย่างให้ชัดเจน มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งจะมีผลต่อวิธีการเก็บข้อมูล การสร้างเครื่องมือ การวิเคราะห์ผล

#### 2.5.2.1 วิธีการสุ่มตัวอย่าง (Sampling methods)

1) การสุ่มโดยอาศัยหลักความน่าจะเป็น (Sampling or Randomization probability) ตัวอย่างที่ได้จะเป็นตัวแทนประชากรเพราะสมาชิกในประชากรมีโอกาสเหมือนกัน ผลที่ได้สามารถนำไปอ้างอิงไปยังประชากร สามารถแบ่งย่อย 4 ประเภท คือ

1.1) การสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Sampling random sampling) เป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกในประชากรมีโอกาสที่จะถูกเลือกเท่ากัน สมาชิกประชากรมีความคล้ายคลึงกัน มีจำนวนไม่มากโดยใช้วิธีการจับฉลาก ตารางเลขสุ่ม

1.2) การสุ่มตัวอย่างอย่างมีระบบ (Systematic random sampling) เป็นการเลือกสุ่มตัวอย่างที่มีการจัดเรียงไว้ คล้ายกับการสุ่มอย่างง่าย

1.3) การสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified random sampling) เป็นการสุ่มที่มีประชากรหลายประเภท มีความแตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม ผู้วิจัยต้องทำการแบ่งประชากรออกเป็นกลุ่มย่อยๆ หรือตามระดับชั้นภูมิ (Stratum) กลุ่มตัวอย่างจะต้องมีความคล้ายคลึงกัน (ยุทร, 2546)

1.4) การสุ่มแบบแบบกลุ่ม (Cluster or Area sampling) ประชากรที่ใช้จะมีการแบ่งเป็นกลุ่มๆ โดยแต่ละกลุ่มมีความคล้ายคลึงกันแต่สมาชิกประชากรมีความแตกต่างกัน การจัดอาจใช้เหตุผลในการจัดหรือเป็นไปตามธรรมชาติ ถ้าสมาชิกมีความแตกต่างมาก และมีการจัดกลุ่มไว้มากอาจใช้วิธีการสุ่มแบบอย่างง่าย

2) การสุ่มโดยอาศัยหลักแบบไม่มีความน่าจะเป็น (Selection nonprobability) เป็นวิธีการเลือกที่สมาชิกประชากรมีโอกาสที่จะถูกเลือกเท่าเทียมกันหรือไม่เท่าเทียม วิธีการสุ่มแบบนี้จะถูกนำมาใช้เมื่อผู้วิจัยมีปัญหาเรื่องค่าใช้จ่าย เวลา สถานที่ผลที่ได้ไม่สามารถนำไปสู่การอ้างอิงประชากรได้ สามารถแบ่งย่อย 3 ประเภท (ยุทร, 2546) คือ

2.1) แบบเจาะจง (Judgment nonrandom or Purposive method) เป็นการเลือกประชากรที่อยู่กับผู้วิจัยว่าต้องการใครเป็นกลุ่มตัวอย่าง และต้องการจำนวนกลุ่มตัวอย่างไม่มาก โดยกลุ่มตัวอย่างจะต้องเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญในเรื่องที่ทำการวิจัย (Expert choice sampling)

2.2) ตามความสะดวก (Convenience nonrandom method) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ขึ้นอยู่กับจำนวนประชากร หรือความสะดวกของผู้วิจัยเพื่อให้สะดวกต่อการเก็บข้อมูล มีหลักการการคัดเลือกตัวอย่างน้อยที่สุด

2.3) การสุ่มแบบโควตา (Quota nonrandom method) เป็นวิธีที่มีการกำหนดตัวอย่างไว้ล่วงหน้า มีการกำหนดสัดส่วนคล้ายๆกับการแบ่งชั้นทำให้มีโอกาสได้ตัวอย่างที่หลากหลาย

### 2.5.2.2 การเลือกตัวอย่างหรือการกำหนดตัวอย่าง

การกำหนดตัวอย่างตามหลักการที่เหมาะสม มีดังนี้ (สิน, 2549)

1) การพิจารณาจากขนาดของประชากร โดยทั่วไปถ้าประชากรมีจำนวนมากจะกำหนดให้ตัวอย่างมีจำนวนน้อยในทางกลับกันถ้ามีประชากรที่น้อยจำนวนตัวอย่างก็จะต้องมีจำนวนมาก เช่น ประชากรมากกว่า 100,000 คน ขนาดตัวอย่างจะต้องมีจำนวน ร้อยละ 1-5 เป็นต้น

2) การคำนวณจากสูตร มี 2 กรณี คือ กรณีที่ทราบจำนวนประชากร และไม่ทราบจำนวนประชากร

กรณีที่ทราบจำนวนประชากร

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดยที่  $n$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (คน)

$N$  = จำนวนประชากร

$e$  = ค่าความคลาดเคลื่อน

กรณีไม่ทราบจำนวนประชากร

$$n_0 = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

โดยที่  $n_0$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (คน)

$Z$  = ค่ามาตรฐานเมื่อมีการกระจายแบบโค้งปกติพิชารณาที่ระดับความเชื่อมั่น

$e$  = ค่าความคลาดเคลื่อน

$p$  = ค่าประมาณสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง (คน)

$q$  = 1 - p

### 2.5.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล และเครื่องมือวิจัย

#### 2.5.3.1 ความหมาย และประเภทของข้อมูล (พวงรัตน์, 2540)

ข้อมูล (Data) คือ ข้อเท็จจริงหรือรายละเอียดของสิ่งต่างๆ ซึ่งอาจเป็นตัวเลขหรือข้อความที่เกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่จะนำมาเป็นหลักฐานหาข้อยุติเป็นคำตอบต่อสิ่งที่ผู้วิจัยศึกษา สามารถแบ่งได้ตามค่าการวัดของข้อมูล ได้ 2 ประเภท คือ

- 1) ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative data) คือ ข้อมูลที่แสดงถึงคุณลักษณะ หรือคุณค่าที่เป็นคุณภาพ ส่วนใหญ่ได้แก่ ข้อมูลนามบัญญัติ
- 2) ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative data) คือ ข้อมูลที่สามารถวัดออกมาเป็นจำนวนหรือตัวเลขได้โดยตรง

#### 2.5.3.2 เครื่องมือวิจัย

การวิจัยแต่ละครั้งเครื่องมือที่ใช้จะต้องขึ้นอยู่กับลักษณะของงานวิจัยนั้นๆ เครื่องมือที่ใช้โดยส่วนใหญ่จะนิยมใช้ 5 ชนิด คือ

- 1) แบบทดสอบ (Test) สิ่งที่น่าไปใช้กระตุ้นบุคคลให้ตอบสนองออกมา สิ่งเร้านี้มักจะอยู่ในรูปคำถาม อาจให้เขียนตอบ แสดงพฤติกรรม เช่น การพูด สามารถวัดสิ่งที่แสดงออกมาได้ และนำไปสู่การแปลความหมาย
- 2) แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นชุดของคำถามที่เกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง สร้างขึ้นเพื่อรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวนมาก ซึ่งได้แก่ การแสดงความคิดเห็น ความรู้สึก ความสนใจในสิ่งต่างๆ
- 3) การสัมภาษณ์ (Interview) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เหมือนกับการสอบปากเปล่า ต้องอาศัยการโต้ตอบทางวาจาเป็นหลัก เหมาะกับการเก็บข้อมูลที่แสดงความรู้สึก ความคิดเห็น การแสดงทัศนคติ และบางครั้งมีการนำไปใช้การเก็บข้อมูลที่เป็นความรู้
- 4) มาตรการวัดทัศนคติ (Attitude) เป็นสเกลของข้อความจำนวนหนึ่งที่แสดงความรู้สึกต่างๆของบุคคลหนึ่ง ที่เกิดจากการเรียนรู้ ประสบการณ์ โดยส่วนใหญ่จะใช้วัดจิตอารมณ์ (Affective domain)
- 5) การสังเกต (Observation) เป็นเครื่องมือที่ต้องอาศัยประสาทสัมผัสหลายอย่าง โดยเฉพาะตา และหู ใช้ได้ดีทั้งการเก็บข้อมูลที่เป็นวิทยาศาสตร์ และสังคมศาสตร์

### 2.5.4 การตรวจสอบเครื่องมือ

การตรวจสอบเครื่องมือเป็นการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ เพื่อให้แน่ใจว่าเครื่องมือนั้นมีคุณภาพ และอยู่ในเกณฑ์ที่สูงซึ่งจะมีผลต่อความน่าเชื่อถือได้ของข้อมูล คุณภาพของเครื่องมือ มีอยู่ 5 ด้าน ได้แก่

- 2.5.4.1 ความเที่ยงตรง (Validity) เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่าสิ่งที่ต้องการศึกษามีความถูกต้อง และครบถ้วนอย่างไร ความเที่ยงตรงของเครื่องมือจำแนกได้ 2 แบบ ตามเกณฑ์ที่ใช้เทียบ คือ

1) ความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) เป็นความสอดคล้องระหว่างเครื่องมือกับสิ่งที่ต้องการศึกษา

2) ความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง (Construct validity) เป็นความสอดคล้องกับพฤติกรรมของข้อคำถามกับพฤติกรรมเป้าหมายของสิ่งที่ต้องการศึกษา

2.5.4.2 ความเชื่อมั่น (Reliability) เป็นการตรวจสอบที่แสดงให้เห็นถึงความสม่ำเสมอ ความแน่นอนแสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

2.5.4.3 ความเป็นปรนัย (Objective) เป็นการแสดงลักษณะของเครื่องมือที่มีความชัดเจนเข้าใจในสิ่งที่ต้องการศึกษา การตรวจให้คะแนนมีความแน่นอนตรงกัน และมีความชัดเจนในการแปลความหมาย การตรวจสอบความเป็นปรนัยของเครื่องมือสามารถกระทำโดยผู้วิจัยโดยตรงหรือผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ โดยการนำไปทดลองใช้กับกลุ่มทดลองแล้วพิจารณาจากคำตอบ

2.5.4.4 ความยาก (Difficulty) เป็นการทดสอบเครื่องมือที่นิยมใช้กับทดสอบความถนัดหรือเป็นแบบทดสอบ ความยากของข้อสอบเป็นคุณสมบัติของข้อสอบที่แสดงให้เห็นว่ามีคนทำถูกมากเพียงใด เช่น เมื่อผู้ทดสอบทำข้อถูกเป็นจำนวนมาก แสดงว่าข้อสอบนั้นมีความยากที่น้อย

## 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.6.1 การสำรวจพฤติกรรมการบริโภค

นันทิยา (2550) ได้ทำการสำรวจผู้บริโภค 120 คน (ชาย 60 หญิง 60) เพื่อสอบถามด้านทัศนคติและความต้องการต่อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพบว่า ผู้บริโภค ร้อยละ 65 คำนึงถึง การบริโภคอาหารไขมันต่ำ ผู้บริโภค ร้อยละ 90 ซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งบริโภคด้วยตนเองที่ร้านสะดวกซื้อ และซื้อในปริมาณที่ใกล้เคียงกันคือ ร้อยละ 25 และร้อยละ 23.2 และซื้อน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน และ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ตามลำดับอาหารที่คาดว่าจะบริโภคได้แก่ อาหารควาประเภทแกง ร้อยละ 31 ผู้บริโภค ร้อยละ 92.5 เคยบริโภคแกง และแกงที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ แกงเขียวหวาน (ร้อยละ 37)

กิงกาญจน์ (2550) ได้ทำการสำรวจปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อกะทิสด และกะทิสำเร็จรูปของผู้บริโภคในตลาดสด เขตเทศบาลเชียงใหม่ จำนวน 400 คน พบว่า ผู้บริโภคนิยมเลือกซื้อทั้งกะทิสด และกะทิสำเร็จรูป โดยแหล่งที่ผู้บริโภคเลือกซื้อมากที่สุดคือ ตลาด โดยมีวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อกะทิเพื่อนำไปประกอบอาหารที่บ้าน ด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด และเมื่อพิจารณาเฉพาะด้าน พบว่า กลิ่น ความสดใหม่ ความเข้มข้น และความสะอาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกะทิ

วิสนันท์ (2549) ได้ทำการสำรวจพฤติกรรมการดื่มนมถั่วเหลืองของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 408 คน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลืองที่แตกต่าง

กัน สาเหตุที่ดื่มเพราะคุณค่าทางโภชนาการ แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ คือการพิจารณาส่วนประกอบบนฉลาก โดยส่วนใหญ่จะตัดสินใจเลือกซื้อด้วยตนเอง เลือกสถานที่ซื้อด้วยเหตุผลเพราะความสะดวก ด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจ ราคา คุณค่าที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์ และความเชื่อมั่นในคุณภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การโฆษณาทำให้เกิดความมั่นใจในคุณภาพของนมถั่วเหลือง

สมาน (2546) ศึกษาทัศนคติของพ่อครัวไทยที่มีต่อความนิยมอาหารไทยของชาวต่างชาติ โดยทำการศึกษากับพ่อครัวไทยที่ปฏิบัติงานในโรงแรมจำนวน 59 แห่ง จำนวน 236 คน อายุระหว่าง 30 - 40 ปี ประสบการณ์การทำงานโดยเฉลี่ย 12.6 ปี พบว่า ในด้านรสชาติ อาหารไทยมีรสชาติเฉพาะตัว มีรสจัด มีหลายรสชาติในจานเดียวกัน ชาวต่างชาตินิยมอาหารไทยเป็นอาหารมือเย็น และนิยมอาหารไทยภาคกลาง และอาหารประเภทแกงที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ แกงเขียวหวาน แกงมัสมั่น ประเภทซุพ คือ ต้มยำ ต้มข่า ในด้านทัศนคติต่อความนิยมอาหารไทยของพ่อครัวที่ปรุงอาหารไทยตามสั่ง และสำหรับจัดบุฟเฟ่ต์นั้นไม่มีความแตกต่างกัน

#### 2.6.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทดแทนกะทิ

น้ำทิพย์ (2552) ศึกษาการดัดแปรคุณภาพของนมถั่วเหลืองเพื่อใช้ทดแทนกะทิ โดยใช้ถั่วเหลืองต่อน้ำที่อัตราส่วน 1 ต่อ 4 โดยทำการระเหยน้ำออกด้วยเครื่องระเหยน้ำแบบสูญญากาศ พบว่าปริมาณของแข็งเพิ่มขึ้นเป็น 8.2 กรัมต่อ 100 กรัม และสีน้ำตาลเป็นสีเหลืองนวล และการใช้คาร์ราจีแนน ร้อยละ 0.02 ทำให้นมถั่วเหลืองมีความหนืดใกล้เคียงกับกะทิผงละลายน้ำ และไม่มีการแยกชั้นระหว่างการเก็บรักษา ผลการทดสอบทางด้านประสาทสัมผัสพบว่านมถั่วเหลืองดัดแปรที่ได้สามารถใช้ทดแทนกะทิในแกงเขียวหวานได้ 100 % โดยผู้ทดสอบชิมให้คะแนนความชอบอยู่ในช่วง ชอบถึงชอบปานกลาง

ทศพรพรรณ และสุคนธ์ชื่น (2546) ศึกษาการผลิตน้ำกะทิที่ดัดแปลงไขมันโดยการปรับสัดส่วนของกรดไขมันอิ่มตัวต่อกรดไขมันไม่อิ่มตัว โดยการเติมน้ำมันพืชในรูปอิมัลชัน น้ำมันที่นำมาใช้คือ น้ำมันถั่วเหลือง น้ำมันข้าวโพด น้ำมันรำข้าว น้ำมันเมล็ดคั่วฝอย และน้ำมันเมล็ดทานตะวัน และโปรตีน 4 ชนิด คือโซเดียมเคซิเนตหางนม โปรตีนถั่วเหลือง และโปรตีนเวย์ พบว่าน้ำมันพืชที่เหมาะสมคือน้ำมันเมล็ดทานตะวัน เนื่องจากทำให้อิมัลชันมีกลิ่นน้ำมันน้อยที่สุด และโปรตีนที่เหมาะสมคือ หางนม เนื่องจากทำให้อิมัลชันกลิ่นรสอ่อนที่สุด จากนั้นผสมน้ำกะทิกับอิมัลชันในอัตราส่วนต่างกัน คือ 7:3, 6:4, 5:5 และ 4:6 พบว่าอัตราส่วน 5:5 เป็นที่ยอมรับของผู้ทดสอบชิม ซึ่งผลจากการดัดแปลงทำให้กรดไขมันอิ่มตัวลดลงจาก ร้อยละ 94.13 เหลือ ร้อยละ 49.91 และกรดไขมันไม่อิ่มตัว เพิ่มขึ้นจาก ร้อยละ 5.8 เป็น ร้อยละ 50.09

นัฐพล (2546) ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์สำเร็จบรรจุกระป๋องที่มีสัดส่วนของกรดไขมัน โดยมีกรดไขมันไม่อิ่มตัวหลายตำแหน่ง กรดไขมันไม่อิ่มตัวตำแหน่งเดียว กรดไขมันอิ่มตัว (P:M:S) เป็น 1:1:1 โดยการศึกษาเบื้องต้นเป็นไปได้ที่จะใช้ส่วนผสมน้ำมันรำข้าว น้ำมันเมล็ดดอกทานตะวัน หรือน้ำมันถั่วเหลืองมาทำการดัดแปลงสัดส่วนของไขมัน แต่เมื่อนำมาคำนวณตามสูตรพบว่า การใช้ส่วนผสมกะทิ (ร้อยละ 23) น้ำมันรำข้าว (ร้อยละ 5) น้ำมันเมล็ดดอกทานตะวัน (ร้อยละ 8) มีความเหมาะสมที่จะใช้ในการผลิตมากที่สุด มีสีขาวสว่าง

ระยะเวลาในการแตกมันสั้นกว่ากะทิบรรจุกระป๋องที่จำหน่ายในท้องตลาด และเมื่อทำการทดสอบการยอมรับโดย ตารางการยอมรับ 9 จุด กับแกงเขียวหวานไก่ และวุ้นมะพร้าวอ่อนที่เตรียมได้จากผลิตภัณฑ์ที่ได้พัฒนาขึ้นโดยปรับ สัดส่วนการใช้ (P:M:S) 0.7:0.7:1 และ 0.4:0.5:1 ตามลำดับ พบว่า การยอมรับไม่มีความแตกต่างกันในทุกด้าน ยกเว้นลักษณะทั่วไป และสีที่ดีกว่าเมื่อเทียบกับกะทิบรรจุกระป๋องที่จำหน่ายในท้องตลาด

ธนวรรณ และคณะ (2542) ศึกษาการนำถั่วเหลืองพร่องไขมัน และสาร Nu-Trim ที่ได้จากการสกัด จากข้าวโอ๊ตในอัตราส่วน 1:1 เรียกว่าผลิตภัณฑ์ soy/oat-1 สัดส่วนของสารละลายที่ใช้ทดแทนกะทิ ได้แก่ ร้อยละ 50, 75 และ 100 โดยน้ำหนัก จากการทดสอบทางประสาทสัมผัสพบว่า ผลิตภัณฑ์ soy/oat-1 สามารถนำมาใช้ ทดแทนกะทิในอาหารไทยได้บางชนิดโดยเฉพาะในอาหารคาวที่มีเครื่องเทศ และถั่วต่างๆ เป็นองค์ประกอบ สามารถทดแทนได้ถึง 100 % เนื่องจากกลิ่นเครื่องเทศนั้นสามารถกลบกลิ่นถั่วได้ ส่วนในอาหารหวานสามารถ ทดแทนกะทิได้ในบางชนิด ปัญหาที่พบในอาหารหวานคือไม่มีกลิ่นหอมของกะทิ และสีที่คล้ำของ ผลิตภัณฑ์ soy/oat-1 จึงทำให้อาหารหวานบางชนิดไม่เป็นที่ยอมรับหรือสามารถทดแทนกะทิได้ในปริมาณต่ำเพียง ร้อยละ 50



## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### 3.1 วัตถุดิบในการเตรียมนมถั่วเหลืองและแกงเขียวหวาน

- 3.1.1 ถั่วเหลืองพันธุ์เชียงใหม่ 60 ได้รับความอนุเคราะห์จากศูนย์วิจัยพืชไร่เชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่
- 3.1.2 เนื้อไก่สด ซื้อจากตลาดสดหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ ฯ
- 3.1.3 มะเขือเปราะ มะเขือพวง โหระพา ใบมะกรูด พริกชี้ฟ้า ผีวมะกรูด ซื้อจากตลาดสดหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ ฯ
- 3.1.4 เครื่องแกงเขียวหวาน ตราพริกแกงแม่บัวรุ่ง ซื้อจากตลาดสด อ.ต.ก. เขตจตุจักร กรุงเทพฯ ฯ
- 3.1.5 ยี่ห่าป่น ลูกผักชีป่น ตราวงสุน (บริษัท ง่วนสุน (1974) เยาวราช จำกัด ประเทศไทย)
- 3.1.6 น้ำตาลทราย ตรามิตรผล (บริษัท น้ำตาลมิตรผล จำกัด, ประเทศไทย)
- 3.1.7 น้ำมันถั่วเหลือง ตรามรกต (บริษัท มรกต อินดัสตรี จำกัด, ประเทศไทย)

#### 3.2 อุปกรณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์

รีแฟรกโตมิเตอร์ (Refractometer)

#### 3.3 อุปกรณ์ในการเตรียมนมถั่วเหลืองและแกงเขียวหวาน

- 3.3.1 เครื่องปั่นผสมอาหาร (blender) Philip รุ่น Cucina
- 3.3.2 เครื่องชั่งน้ำหนักชนิดละเอียด
- 3.3.3 กระบอกตวง
- 3.3.4 เทอร์โมมิเตอร์
- 3.3.5 นาฬิกาจับเวลา
- 3.3.6 ผ้าขาวบาง
- 3.3.7 มีด
- 3.3.8 เขียง
- 3.3.9 กระทะ
- 3.3.10 เตาแก๊ส

#### 3.4 อุปกรณ์ที่ใช้ในทดสอบการยอมรับผลิตภัณฑ์แกงเขียวหวานไก่ที่ใช้นมถั่วเหลือง

- 3.4.1 ถ้วย ช้อน แก้วน้ำพลาสติก
- 3.4.2 ถาดพลาสติก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.5 สถานที่ดำเนินการ

3.5.1 การสำรวจพฤติกรรม ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคแกงเขียวหวานและนมถั่วเหลืองและความต้องการในการบริโภคแกงเขียวหวานเพื่อสุขภาพพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานคร

3.5.2 การศึกษาการยอมรับแกงเขียวหวานไก่ที่ใช้นมถั่วเหลือง ร้านโครงการหลวงตอยคำ สาขาองค์การตลาดเพื่อเกษตรกร (อ.ต.ก.) กรุงเทพมหานคร

### 3.6 วิธีดำเนินการ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ใช้วิธีวิจัยแบบภาคตัดขวาง (Cross-sectional study) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ทำการศึกษาดังนี้

1) การสำรวจพฤติกรรม ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคแกงเขียวหวานและนมถั่วเหลืองและความต้องการในการบริโภคแกงเขียวหวานเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

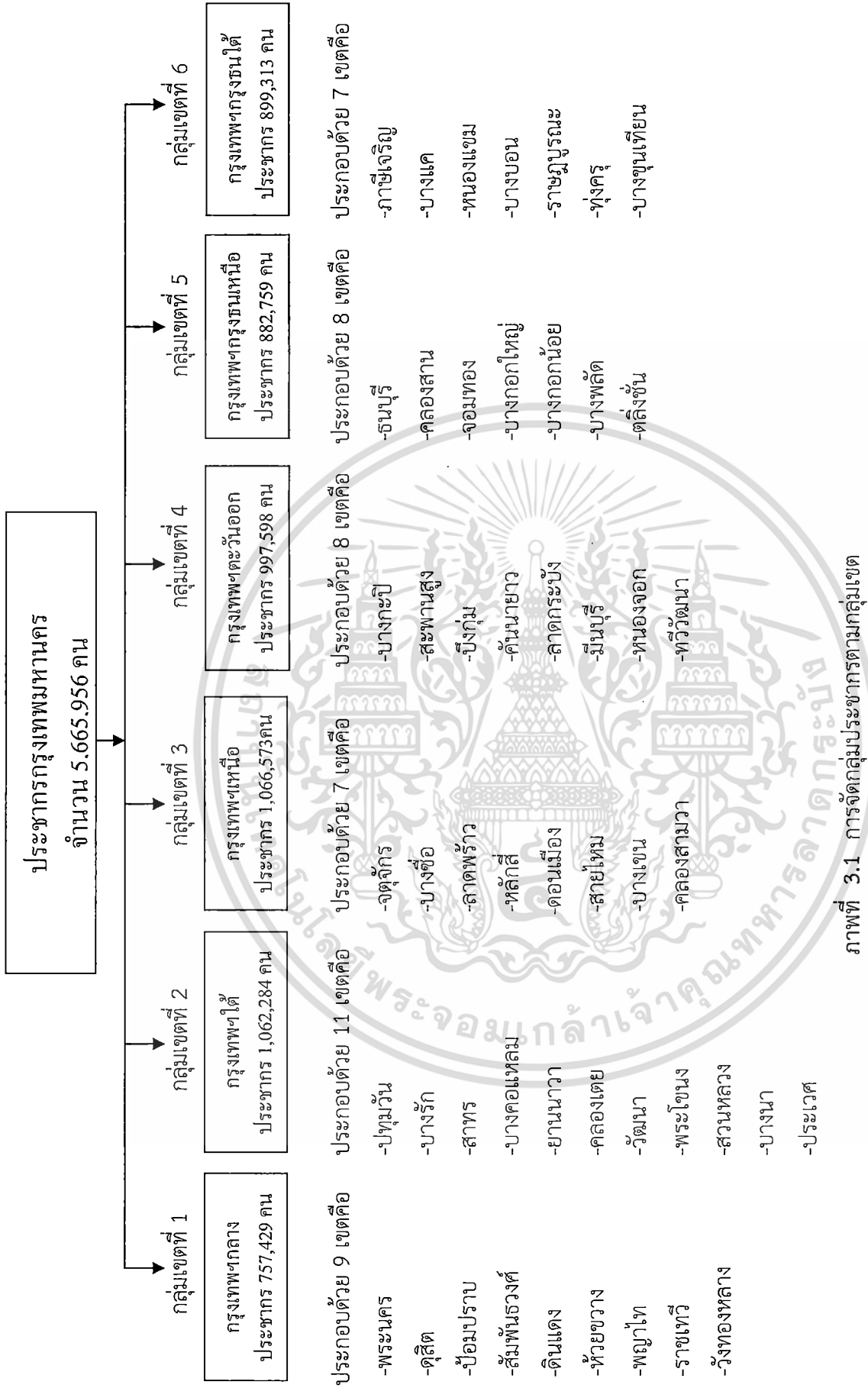
2) การศึกษาการยอมรับแกงเขียวหวานไก่ที่ใช้นมถั่วเหลืองของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร  
วิธีดำเนินการศึกษามีดังนี้

#### 3.6.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

##### 3.6.1.1 ประชากร

ประชากรสำหรับการวิจัย คือ ประชากรที่อาศัยในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวน 5,665,956 คน (สำนักบริหารการทะเบียน, 2552) และเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ผู้วิจัยจึงทำการประชากรนิยาม (Defined population หรือ Operation population) (ชัยสิทธิ์, 2537) ว่า ประชากรที่อาศัยในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร คือ ผู้ที่สามารถให้ข้อมูลได้ในช่วงที่ทำการวิจัยไม่ว่าจะเป็นผู้ที่มีสำมะโนครัวหรือไม่มีสำมะโนครัวในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

โดยจัดประชากรเป็น 6 กลุ่มเขต ตามหลักการแบ่งกลุ่มเขตของกรุงเทพฯ ตามวัตถุประสงค์การบริหารงาน คือ กรุงเทพฯกลาง กรุงเทพฯใต้ กรุงเทพฯเหนือ กรุงเทพฯตะวันออก กรุงเทพฯชานเมือง และกรุงเทพฯกรุงธนใต้ (สำนักผังเมือง, 2553) จากทั้งหมด 50 เขต ดังภาพที่ 3.1



ภาพที่ 3.1 การจัดกลุ่มประชากรตามกลุ่มเขต

ที่มา : ดัดแปลงจาก สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย (2552)

### 3.6.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยที่สุ่มเลือกได้จากประชากรในข้อ 3.6.1 ที่ใช้ในการศึกษา คือ

1) ขนาดกลุ่มตัวอย่างของการสำรวจพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคแกงเขียวหวานและนมถั่วเหลืองและความต้องการในการบริโภคแกงเขียวหวานเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยตัวอย่างที่ใช้มีจำนวน 500 คน โดยคิดจากประชากรที่ทราบจำนวนแน่นอน (Finite population) ใช้สูตร ทาโร ยามาเน (Yamane, 1970) โดยให้ระดับความเชื่อมั่น 95 %

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

โดยที่  $n$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (คน)

$N$  = ขนาดของประชากร (คน)

$e$  = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง 0.05

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{5,665,956}{1 + 5,665,956(0.05)^2}$$

$$n = 400.025$$

ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัย คือ 400 คน แต่อย่างไรก็ตามในทางปฏิบัติจริงได้ทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 คน ทั้งนี้เพื่อป้องกันการผิดพลาดในการเก็บข้อมูล และสุ่มเลือกด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่าง แบบแบ่งชั้น (Stratified sampling) เพื่อเลือกประชากร ด้วยหลักเหตุผล และความเหมาะสมบางประการ (Disproportional or Nonproportional stratified random sampling) (พวงรัตน์, 2540) จากประชากรทั้งหมด 6 กลุ่มเขต (สำนักผังเมือง, 2553) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นผู้บริโภคที่อยู่ในกลุ่มเขต กรุงเทพฯ เหนือ และกรุงเทพฯ ตะวันออก จากประชากรทั้งหมด 6 กลุ่มเขต (สำนักผังเมือง, 2553)

2) ขนาดกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาการยอมรับแกงเขียวหวานไก่ที่ใช้นมถั่วเหลืองของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้มี 120 คน โดยคิดจากกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (เพ็ญแข, 2540) เพื่อเลือกประชากร ซึ่งเป็นผู้บริโภคชาวไทยที่มีอายุ 30 ปี ขึ้นไป ที่บริโภคแกงเขียวหวาน และสามารถบริโภคนมถั่วเหลืองได้ และสุ่มเลือกด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่าง แบบการสุ่มโดยอาศัยหลักแบบไม่มีความน่าจะเป็น (Selection nonprobability) ใช้วิธีเลือกแบบ ตามความสะดวก (Convenience nonrandom method) (ยุทธ, 2546) โดยใช้สูตร (Zikmund, 2003) โดยให้ระดับความเชื่อมั่น 95 %

การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง

$$n_0 = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

โดยที่  $n_0$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (คน)

$Z$  = ค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่  $0.05 / 2 = 0.025$  มีค่าเท่ากับ 1.96

$e$  = ค่าความคลาดเคลื่อน = 0.05

$p$  = ค่าประมาณสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างได้จากการสอบถามผู้บริโภคว่า ท่านบริโภคแกงเขียวหวานหรือไม่ จำนวน 50 คน พบว่า จำนวน 46 คน บริโภคแกงเขียวหวาน และ 4 คนไม่บริโภคแกงเขียวหวาน ดังนั้น สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคแกงเขียวหวาน เท่ากับ  $46 / 50 = 0.92$

$q = 1 - p$

แทนค่าในสูตร

$$\begin{aligned} n_0 &= \frac{Z^2 pq}{e^2} \\ &= \frac{(1.96)^2 (0.92) (1-0.92)}{(0.05)^2} \\ &= 113 \end{aligned}$$

ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัย คือ 113 คน แต่อย่างไรก็ตามในทางปฏิบัติจริงได้ทำการสำรองกลุ่มตัวอย่างจำนวน 120 คน ทั้งนี้เพื่อป้องกันการผิดพลาดในการเก็บข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นผู้บริโภคที่อยู่ในกลุ่มเขตกรุงเทพฯ เหนือ เขตจตุจักร จากประชากรทั้งหมด 6 กลุ่มเขต (สำนักผังเมือง, 2553)

### 3.6.2 การสร้างแบบสอบถาม

งานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะดังนี้

3.6.2.1 แบบสอบถามของการสำรวจพฤติกรรม ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคแกงเขียวหวานและนมถั่วเหลืองและความต้องการในการบริโภคแกงเขียวหวานเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางชีวสังคมประกอบด้วยคำถามเรื่อง เพศ อายุ น้ำหนัก ส่วนสูง สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ จำนวนสมาชิกในครอบครัว และโรคประจำตัว จำนวน 8 ข้อ โดยให้ผู้บริโภคนำตัวเลือก และเติมข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง

ส่วนที่ 2 ทักษะคิดต่อแกงเขียวหวาน จำนวน 9 ข้อ มีคำตอบให้เลือก 4 ตัวเลือก โดยให้ผู้บริโภคนำตัวเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ที่ตรงกับทัศนคติของผู้บริโภค

ส่วนที่ 3 พฤติกรรม และความต้องการในการบริโภคแกงเขียวหวานเพื่อสุขภาพ จำนวน 13 ข้อ โดยให้ผู้บริโภคนำตัวเลือกข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เก็บข้อมูลผ่านการทดสอบคุณภาพ โดยนำไปสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยในกลุ่มเขตที่ได้เลือกไว้ จำนวน 30 คน และวิเคราะห์ความเชื่อมั่น ของแบบสอบถามโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) (ธานินทร์, 2550) แบบสอบถามที่กำหนดข้อความเชิงบวก มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.68 ดังในภาคผนวก ก

3.6.2.2 แบบสอบถามของการศึกษาการยอมรับแกงเขียวหวานไก่ที่ใช้นมถั่วเหลืองของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางชีวสังคมประกอบด้วยคำถามเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา และโรคประจำตัว จำนวน 5 ข้อโดยให้ผู้บริโภค นำตัวเลือกข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมบริโภคแกงเขียวหวาน และนมถั่วเหลือง จำนวน 10 ข้อ โดยให้ผู้บริโภค นำตัวเลือกข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง

ส่วนที่ 3 การทดสอบการยอมรับผลิตภัณฑ์ และข้อเสนอแนะ จำนวน 7 ข้อ โดยให้ผู้บริโภคทำการทดสอบทางประสาทสัมผัสกับผลิตภัณฑ์ โดยวิธีทดสอบให้คะแนนความชอบ (9 - Point hedonic scale) เมื่อ 9 คือ ชอบมากที่สุด และ 1 คือ ไม่ชอบมากที่สุด เกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับมีดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความชอบ
9.00	ชอบมากที่สุด
8.00	ชอบมาก
7.00	ชอบปานกลาง
6.00	ชอบเล็กน้อย
5.00	เฉยๆ
4.00	ไม่ชอบเล็กน้อย
3.00	ไม่ชอบปานกลาง
2.00	ไม่ชอบมาก
1.00	ไม่ชอบมากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามที่ใช้เก็บข้อมูลผ่านการทดสอบคุณภาพ โดยนำไปสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยในกลุ่มเขตที่ได้เลือกไว้ในข้อ 3.6.2.2 จำนวน 10 คน และทำการปรับปรุงในส่วนของคำถามที่ผู้ทดสอบไม่เข้าใจ ก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง ดังแบบสอบถามในภาคผนวก ข

### 3.6.3 การเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในช่วงเดือน ตุลาคม ถึงเดือนพฤศจิกายน 2552 โดยมีวิธีการดังนี้

#### 3.6.3.1 การประสานงานก่อนเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยติดต่อขออนุญาตใช้สถานที่ในการเก็บข้อมูลสำหรับทำงานวิจัย โดยมีหนังสือราชการจาก คณะอุตสาหกรรมเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. ถึงหน่วยงานราชการ และเอกชนก่อนดำเนินการเก็บข้อมูล

#### 3.6.3.2 การเก็บข้อมูล

1) การเก็บข้อมูลด้านพฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคแกงเขียวหวาน และนมถั่วเหลืองและความต้องการในการบริโภคแกงเขียวหวานเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครจำนวน 500 คน จาก 2 เขตพื้นที่ ได้แก่ กรุงเทพฯเหนือ จำนวน 250 คน และ กรุงเทพฯตะวันออก ด้วยตนเองโดยแจกแบบสอบถามจากข้อ 3.6.2.1 และใช้วิธีการสัมภาษณ์ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้างแน่นอน (Structured interview)(สุจิตรา และคณะ, 2546) คือ อธิบายจุดประสงค์ของแบบสอบถาม และอธิบายข้อคำถาม คำตอบเพิ่มเติมในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เข้าใจ ผู้ตอบแบบสอบถามทำแบบสอบถามด้วยตนเอง และผู้วิจัยตรวจสอบความเรียบร้อยของข้อมูลที่ได้ในแบบสอบถามทุกครั้ง

2) การศึกษาการยอมรับแกงเขียวหวานไก่ที่ใช้นมถั่วเหลืองของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำนวน 120 คน จากเขตพื้นที่ กรุงเทพฯเหนือ ด้วยตนเองดังนี้

2.1) ผู้วิจัยเตรียมแกงเขียวหวานไก่ที่ใช้นมถั่วเหลืองตามสูตร และวิธีทำในข้อ

3.7.5 พร้อมข้าวร้อน ทุกครั้งก่อนการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามจากข้อ 3.6.2.2 และเสิร์ฟแกงเขียวหวานไก่ที่ใช้นมถั่วเหลือง ที่เตรียมไว้ ตามวิธีการในข้อ 3.7.3 ในถ้วยพลาสติก ประมาณ 50 กรัม พร้อมข้าวร้อนในถ้วยพลาสติก ประมาณ 10 กรัม ซึ่งในการเสิร์ฟ

แกงเขียวหวานจะมีสัดส่วนของเนื้อไก่ มะเขือเปราะ น้ำแกง อื่นๆ ปริมาณใกล้เคียงกันทุกครั้ง

2.2) ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้างแน่นอน (Structured interview)(สุจิตรา และคณะ, 2546) โดยอธิบายจุดประสงค์การวิจัย และข้อคำถาม คำตอบ

เพิ่มเติมในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เข้าใจ ผู้ตอบแบบสอบถามทำแบบสอบถามด้วยตนเอง และผู้วิจัยตรวจสอบความเรียบร้อยของข้อมูลที่ได้รับจากผู้ตอบแบบสอบถาม

ในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามตอบข้อคำถามไม่ครบถ้วน และผู้ตอบแบบสอบถามยังอยู่ในบริเวณที่ใช้ในการตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยจะให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบแบบสอบถามในข้อที่ผิดพลาดอีกครั้ง และกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่อยู่ในบริเวณที่ทำการตอบแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยจะถือว่าข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามตอบผิดพลาดเป็นข้อที่ไม่มีคำตอบ (Missing data)

### 3.7 การเตรียมแกงเขียวหวานไก่ที่ใช้นมถั่วเหลือง

#### 3.7.1 การเตรียมนมถั่วเหลือง

เตรียมนมถั่วเหลืองโดยวิธีที่ดัดแปลงจาก น้ำทิพย์ (2552) ดังแสดงในภาพที่ 3.2 โดยใช้เครื่องปั่น ผสมอาหาร (blender) Philip รุ่น Cucina นำนมถั่วเหลืองที่เตรียมได้มาให้ความร้อนที่ระดับไฟอ่อนปานกลางเป็นเวลา 12 นาที และรักษาอุณหภูมิของนมถั่วเหลืองที่อุณหภูมิ 72 องศาเซลเซียส นานอีก 3 นาที รวมเวลาดังกล่าวทั้งสิ้น 15 นาที



ภาพที่ 3.2 ขั้นตอนการเตรียมนมถั่วเหลือง

ที่มา : ดัดแปลงจาก น้ำทิพย์ (2552)

#### 3.7.2 การเตรียมเครื่องแกงเขียวหวาน

เตรียมเครื่องแกงเขียวหวาน โดยการดัดแปลงสูตรเครื่องแกงเขียวหวาน ตราพริกแกงแม่บ้านรุ่ง (ภาคผนวก ค) โดยการเติม ผิวน้ํากรูด ลูกผักชีป่น ยี่หระป่น เพื่อช่วยในการกลบกลิ่นถั่วในนมถั่วเหลือง แล้วจึง

นำสูตรเครื่องแกงที่ได้ไปทดสอบทางประสาทสัมผัสกับนักศึกษา คณะอุตสาหกรรมเกษตร จำนวน 30 คน ผลทดสอบทางประสาทสัมผัสพบว่า ผู้ทดสอบให้คะแนนความชอบที่ชอบมาก โดยรายละเอียดของสูตรเครื่องแกงเป็นดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 สูตรเครื่องแกงเขียวหวาน

ส่วนผสม	ปริมาณ (กรัม)	ร้อยละ
เครื่องแกงเขียวหวาน พริกแกงแม่บ้าน	100	97.09
ผิวมะกรูด	1	0.97
ลูกผักชีป่น	1	0.97
ยี่ห่วยป่น	1	0.97

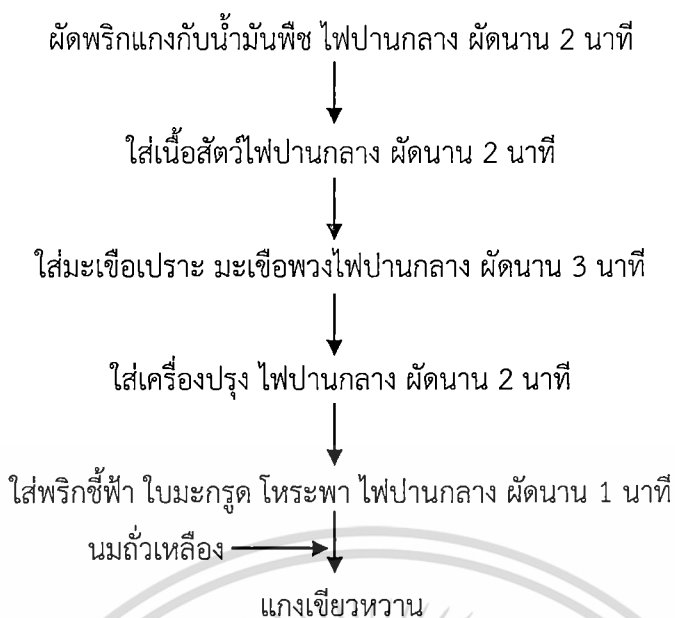
### 3.7.3 การเตรียมแกงเขียวหวานไก่โดยใช้นมถั่วเหลือง

เครื่องแกงเขียวหวาน เตรียมตามสูตร ดังตารางที่ 3.1 และส่วนผสมของแกงเขียวหวาน ดัดแปลงมาจาก พงษ์ศักดิ์ (2547) แสดงดังตารางที่ 3.2 สูตรแกงเขียวหวานใช้กับนมถั่วเหลือง 1,500 มิลลิลิตร ที่เตรียมได้มาจาก 3.8.1 โดยวิธีการเตรียมแกงเขียวหวานไก่ที่ใช้นมถั่วเหลือง แสดงดังภาพที่ 3.3

ตารางที่ 3.2 ส่วนผสมแกงเขียวหวาน

ส่วนผสม	ปริมาณ(กรัม)	ร้อยละ
เนื้อไก่	400	31.87
มะเขือพวง	100	7.97
มะเขือเปราะ	400	31.87
ใบมะกรูด	15	1.20
ใบโหระพา	15	1.20
พริกชี้ฟ้า	10	0.97
น้ำปลา	90	7.17
น้ำตาล	5	5.98
น้ำมัน	40	3.19
เครื่องแกงเขียวหวาน	110	8.76

ที่มา : ดัดแปลงจาก พงษ์ศักดิ์ (2547)



ภาพที่ 3.3 ขั้นตอนการเตรียมแกงเขียวหวานไก่ที่ใช้นมถั่วเหลือง

### 3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลสำเร็จรูป ประกอบด้วยการวิเคราะห์ ดังนี้

#### 3.8.1 การสำรวจพฤติกรรมการบริโภคแกงเขียวหวาน

นำผลที่ได้จากการเก็บรวบรวม 3.7.3.2 ทำการวิเคราะห์ดังนี้

3.8.1.1 ข้อมูลทางชีวสังคม ทำการวิเคราะห์โดย แสดงจำนวน และค่าร้อยละ

3.8.1.2 ด้านพฤติกรรมการบริโภคทำการวิเคราะห์โดย แสดงจำนวน และค่าร้อยละ

3.8.1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทางชีวสังคม ทศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภค

วิเคราะห์โดยใช้สถิติ ไคสแควร์ (Chi-square) พิจารณาความสัมพันธ์

3.8.1.4 ความสัมพันธ์ระหว่าง ทศนคติที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภค ความรู้ทางโภชนาการ กับพฤติกรรมการบริโภค ใช้สถิติ ไคสแควร์ พิจารณาความสัมพันธ์

#### 3.8.2 การทดสอบการยอมรับผลิตภัณฑ์แกงเขียวหวานไก่ที่ใช้นมถั่วเหลือง

นำผลที่ได้จากการเก็บรวบรวม 3.7.3.2 ทำการวิเคราะห์ดังนี้

3.8.2.1 ข้อมูลทางชีวสังคม ทำการวิเคราะห์โดย แสดง จำนวน และค่าร้อยละ

3.8.2.2 ด้านพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคทำการวิเคราะห์โดย แสดงจำนวน และค่าร้อยละ

3.8.2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทางชีวสังคม ทศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภควิเคราะห์โดยใช้สถิติ ไคสแควร์ พิจารณาความสัมพันธ์

3.8.2.4 คะแนนการยอมรับ ทำการวิเคราะห์โดย แสดง ค่า MEAN  $\pm$  SD จำนวน และค่าร้อยละโดยคะแนนการยอมรับจะต้องได้ที่ชอบปานกลางหรือ 6 คะแนน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

4.1 ผลการสำรวจพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคแกงเขียวหวานและนมถั่วเหลืองและความต้องการในการบริโภคแกงเขียวหวานเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

#### 4.1.1 ข้อมูลทางชีวสังคมของผู้บริโภค

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางชีวสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถจำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้ (ดังตารางที่ 4.1)

ด้านเพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 60.2 เพศชาย ร้อยละ 39.8

ด้านอายุ พบว่า อยู่ในช่วงอายุ 20 - 30 ปี ช่วงอายุ 31 - 40 ปี ช่วงอายุ 41 - 50 ปี ช่วงอายุ 51 - 60 ปี และช่วงอายุ 61 ปีขึ้นไป ร้อยละ 20 ในทุกช่วงอายุ

ด้านการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 47.6 ระดับปริญญาโท ร้อยละ 13.4 ระดับ ปวช. / ปวส ร้อยละ 11.2

ด้านอาชีพ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีกิจการส่วนตัวหรือเป็นเจ้าของบริษัท ร้อยละ 28.1 รองลงมาคือเป็น แม่บ้าน / พ่อบ้าน ร้อยละ 26.7 บริษัทเอกชน ร้อยละ 12.6 ข้าราชการ / พนักงานของรัฐ ร้อยละ 11.4

ด้านรายได้ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 23.2 รองลงมาคือผู้มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท ร้อยละ 17.9 และผู้มีรายได้ 60,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 17.7

ด้านโรคประจำตัว พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ เป็นผู้ไม่มีโรคประจำตัว ร้อยละ 54.8 ในส่วนผู้ที่มีโรคประจำตัว พบว่ามีผู้เป็นโรคภูมิแพ้ ร้อยละ 15.6 รองลงมาคือ โรคความดันโลหิตสูง ร้อยละ 12.2 โรคไขมันอุดตันในเส้นเลือด ร้อยละ 7.0

##### 4.1.1.1 ข้อมูลทางชีวสังคมของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคแกงเขียวหวาน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคแกงเขียวหวาน มีจำนวน 466 คนจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 500 คน คิดเป็นร้อยละ 93.2 สามารถแยกตามตัวแปรได้ดังนี้

ด้านอายุ พบว่า ส่วนใหญ่มีจำนวนใกล้เคียงกันในทุกช่วงอายุ คือประมาณ ร้อยละ 19-20

ด้านการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 48.1 รองลงมาคือปริญญาโท ร้อยละ 13.3 และระดับ ปวช./ ปวส. ร้อยละ 11.8

ด้านอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ประกอบกิจการส่วนตัวหรือเจ้าของบริษัท ร้อยละ 28.4 รองลงมาคือพ่อบ้าน / แม่บ้าน ร้อยละ 26.6 และบริษัทเอกชน ร้อยละ 12.9

ด้านรายได้ พบว่า ผู้ที่บริโภคแกงเขียวหวานเป็นผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 22.9 รองลงมาคือเป็นผู้มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท ร้อยละ 18.6 และเป็นผู้มีรายได้ 60,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 17.5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านโรคประจำตัว พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ไม่มีโรคประจำตัว ร้อยละ 54.5 ในส่วนของผู้ที่มีโรคประจำตัว พบว่า มีผู้เป็นโรคภูมิแพ้ ร้อยละ 15.9 รองลงมาคือโรคความดันโลหิตสูง ร้อยละ 12.4 และโรคข้อเข่าเสื่อม ร้อยละ 6.4

#### 4.1.1.2 ข้อมูลทางชีวสังคมของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่บริโภคแกงเขียวหวาน

ผู้ที่ไม่บริโภคแกงเขียวหวาน มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 สามารถแยกตามตัวแปรได้ดังนี้

ด้านอายุ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้มีช่วงอายุ 61 ปีขึ้นไป ร้อยละ 32.4 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 23.5 และช่วงอายุ 20 – 30 ปี ร้อยละ 19.6

ด้านการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 41.2 รองลงมาคือปริญญาโท มัธยมศึกษาปีที่ 6 และอื่นๆ ด้านละร้อยละ 14.7

ด้านอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นพ่อบ้าน / แม่บ้าน ร้อยละ 32.4 รองลงมาคือ ผู้ที่ประกอบกิจการส่วนตัวหรือเจ้าของบริษัท ร้อยละ 23.5 และนักศึกษา ร้อยละ 17.6

ด้านรายได้ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 26.5 รองลงมาคือเป็นผู้มีรายได้ 30,001 - 40,000 บาท และ 60,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 20.6

ด้านโรคประจำตัว พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ไม่มีโรคประจำตัว ร้อยละ 58.8 ในส่วนของผู้ที่มีโรคประจำตัว พบว่า เป็นโรคไขมันอุดตันในเส้นเลือด ร้อยละ 17.6 โรคภูมิแพ้ ร้อยละ 11.8 และโรคความดันโลหิตสูง ร้อยละ 8.8

#### 4.1.1.3 ข้อมูลทางชีวสังคมของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคนมถั่วเหลือง

ผู้ที่บริโภคนมถั่วเหลืองมีจำนวน 446 คน คิดเป็นร้อยละ 89.2 สามารถแยกตามตัวแปรได้ดังนี้

ด้านอายุ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้มีช่วงอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 20.4 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 20 – 30 ปี ร้อยละ 20.2 และช่วงอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 19.6

ด้านการศึกษา พบว่า เป็นผู้จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 48.4 รองลงมาคือปริญญาโท ร้อยละ 12.8 และมัธยมศึกษาปีที่ 6 ร้อยละ 8.7

ด้านอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่มีกิจการส่วนตัวหรือเป็นเจ้าของบริษัท ร้อยละ 27.0 รองลงมาคือ พ่อบ้าน / แม่บ้าน ร้อยละ 26.7 และบริษัทเอกชน ร้อยละ 12.6

ด้านรายได้ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 23.5 รองลงมาคือ ผู้มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท ร้อยละ 17.9 และผู้มีรายได้ 60,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 17.6

ด้านโรคประจำตัว พบว่า ส่วนใหญ่ เป็นผู้ไม่มีโรคประจำตัว ร้อยละ 56.1 ในส่วนของผู้ที่มีโรคประจำตัว พบว่า มีผู้เป็นโรคภูมิแพ้ ร้อยละ 15.2 รองลงมาคือโรคความดันโลหิตสูง ร้อยละ 11.7 และโรคไขมันอุดตันในเส้นเลือด ร้อยละ 7.2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.1.1.4 ข้อมูลทางชีวสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ไม่บริโภคนมถั่วเหลือง

ผู้ที่ไม่บริโภคนมถั่วเหลือง มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 สามารถแยกตามตัวแปรได้ดังนี้

ด้านอายุ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นช่วงอายุ 41 - 50 ปี ร้อยละ 23.6 รองลงมา คือ ช่วงอายุ 51 - 60 ปี ร้อยละ 12 และช่วงอายุ 61 ปีขึ้นไป ร้อยละ 20.0

ด้านการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเป็นผู้จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 40.7 รองลงมาคือ ปริญญาโท ร้อยละ 18.5 ปวช./ปวส และมัธยมศึกษาปีที่ 3 ร้อยละ 9.3

ด้านอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่มีกิจการส่วนตัวหรือเป็นเจ้าของบริษัท ร้อยละ 37.0 รองลงมาคือ แม่บ้าน / พ่อบ้าน ร้อยละ 25.9 และบริษัทเอกชน ร้อยละ 13

ด้านรายได้ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 20.4 รองลงมาคือผู้มีรายได้ 20,001-30,000 บาท และผู้มีรายได้ 60,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 18.5

ด้านโรคประจำตัว พบว่า เป็นผู้ที่ไม่มียโรคประจำตัว ร้อยละ 44.4 รองลงมาคือ ผู้ที่เป็นโรคภูมิแพ้ ร้อยละ 18.5 โรคความดันโลหิตสูง ร้อยละ 16.7 โรคเบาหวาน โรคไขมันอุดตันในเส้นเลือด โรคข้อเข่าเสื่อม ร้อยละ 7.3

เมื่อพิจารณาผลทางชีวสังคม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความหลากหลายไม่ว่าจะเป็นทั้งผู้ที่บริโภคและไม่บริโภคแกงเขียวหวาน ทั้งทางอายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ โดยเฉพาะด้านโรคประจำตัว พบว่าผู้ที่บริโภคแกงเขียวหวาน มีโรคประจำตัวที่มีไขมันเป็นสาเหตุของการเกิดโรค กระจายอยู่ในทุกส่วน ของอายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ แสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องกับการสำรวจภาวะอาหารและโภชนาการของประเทศไทย ครั้งที่ 5 พบว่า กลุ่มประชากรที่ทำการศึกษามีความหลากหลายทั้งด้านสุขภาพกาย และสุขภาพจิต จากการพัฒนาเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งทางสังคมและเศรษฐกิจ เป็นสาเหตุของการเคลื่อนย้ายของประชากร จากชนบทสู่เขตเมือง เมื่อพิจารณาด้านภาวะโภชนาการพบว่า มีแนวโน้มภาวะน้ำหนักตัวที่เกินเกณฑ์มาตรฐาน จนเป็นโรคอ้วนตั้งแต่วัยเด็ก ซึ่งเป็นสาเหตุของการเกิดโรคความดันโลหิตสูง โรคหัวใจขาดเลือด โรคเบาหวาน เป็นต้น (การสำรวจภาวะอาหารและโภชนาการของประเทศไทย ครั้งที่ 5, 2549)

ตารางที่ 4.1 จำนวน และร้อยละ ข้อมูลทางชีวสังคมของผู้ที่บริโภคและไม่บริโภคแกงเขียวหวาน และนมถั่วเหลือง (n=500)

ข้อมูลทางชีววิทยาสังคม	ผู้ตอบแบบสอบถาม				แกงเขียวหวาน				นมถั่วเหลือง			
	บริโภค		ไม่บริโภค		บริโภค		ไม่บริโภค		บริโภค		ไม่บริโภค	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	500	100	466	93.2	34	6.8	446	89.2	54	11.8		
<b>1. อายุ</b>												
20 - 30 ปี	100	20.0	92	19.7	8	23.5	90	20.2	10	18.5		
31 - 40 ปี	100	20.0	97	20.8	3	8.8	91	20.4	9	16.7		
41 - 50 ปี	100	20.0	92	19.7	8	23.5	87	19.5	13	24.1		
51 - 60 ปี	100	20.0	96	20.6	4	11.8	89	20.0	11	20.4		
61 ปี ขึ้นไป	100	20.0	89	19.1	11	32.4	89	20.0	11	20.4		
<b>2. การศึกษา</b>												
ไม่ได้รับการศึกษา	8	1.6	8	1.7	-	-	5	1.1	3	5.6		
ประถมศึกษาปีที่ 6	20	4.0	19	4.1	1	2.9	16	3.6	4	7.4		
มัธยมศึกษาปีที่ 3	35	7.0	32	6.9	3	5.6	30	6.7	5	9.3		
มัธยมศึกษาปีที่ 6	43	8.6	38	8.2	5	14.7	39	8.7	4	7.4		
ปวช. / ปวส.	56	11.2	55	11.8	1	2.9	53	11.9	3	5.6		
ปริญญาตรี	238	47.6	224	48.1	14	41.2	216	48.4	22	40.7		
ปริญญาโท	67	13.4	62	13.3	5	14.7	57	12.8	10	18.5		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลทางชีววิทยาสังคม	ผู้ตอบแบบสอบถาม			แกงเขียวหวาน			นมถั่วเหลือง				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	บริโภค		ไม่บริโภค		บริโภค		ไม่บริโภค	
				จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>3. อาชีพ</b>											
นักศึกษา	51	10.2	45	9.7	6	17.6	48	10.8	3	5.6	
แม่บ้าน / พ่อบ้าน	133	26.7	122	26.2	11	32.4	119	26.7	14	25.9	
ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	57	11.4	54	11.6	3	8.8	54	12.1	3	5.6	
รัฐวิสาหกิจ	18	3.6	16	3.4	2	5.9	16	3.6	2	3.7	
บริษัทเอกชน	63	12.6	60	12.9	3	8.8	56	12.6	7	13.0	
กิจการส่วนตัว/เจ้าของบริษัท	40	28.1	132	28.4	8	23.5	120	27.0	20	37.0	
รับจ้าง	25	5.0	24	5.2	1	2.9	20	4.5	5	9.3	
อื่นๆ	12	2.4	12	2.6	-	-	12	2.7	-	-	
<b>4. รายได้</b>											
น้อยกว่า 15,000 บาท	115	23.2	106	22.9	9	26.5	104	23.5	11	20.4	
15,001 - 20,000 บาท	72	14.5	71	15.4	1	2.9	63	14.3	9	16.7	
20,001 - 30,000 บาท	89	17.9	86	18.6	3	8.8	79	17.9	10	18.5	
30,001 - 40,000 บาท	65	13.1	58	12.6	7	20.6	58	13.1	7	13.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลทางวิทยาลัยสังคม	ผู้ตอบแบบสอบถาม						แกงเขียวหวาน						นมถั่วเหลือง						
	จำนวน		ร้อยละ	ปริมาณ		ร้อยละ	ปริมาณ		ร้อยละ	ปริมาณ		ร้อยละ	ปริมาณ		ร้อยละ	ปริมาณ		ร้อยละ	
	จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ		
4. รายได้ (ต่อ)																			
40,001 - 50,000 บาท	33	7.0	29	6.2	4	11.8	29	6.6	4	7.4									
50,001 - 60,000 บาท	34	6.9	31	6.7	3	8.8	31	7.0	3	5.6									
60,001 บาท ขึ้นไป	88	17.7	81	17.5	7	20.6	78	17.6	10	18.5									
5. โรคประจำตัว																			
ความดันโลหิตสูง	61	12.2	58	12.4	3	8.8	52	11.7	9	16.7									
ไขมันอุดตันในเส้นเลือด	35	7.0	29	6.2	6	17.5	31	7.0	4	7.4									
เบาหวาน	24	4.8	23	4.9	1	2.9	20	4.5	4	7.4									
โรคอ้วน	17	3.4	17	3.6	-	-	15	3.4	2	3.6									
ข้อเข่าเสื่อม	32	6.4	30	6.4	2	5.9	28	6.3	4	7.4									
มะเร็ง	2	0.4	-	-	-	-	2	0.4	-	-									
ภูมิแพ้	78	15.6	74	15.9	4	11.8	68	15.2	10	18.5									
ไม่มีโรค	272	54.8	254	54.5	20	58.8	250	56.1	24	44.4									
โรคอื่น	49	9.8	48	10.3	1	2.9	45	10.1	24	7.4									

#### 4.1.2 พฤติกรรมการบริโภคของผู้ที่บริโภคแกงเขียวหวาน และนมถั่วเหลือง

ผลการสำรวจ พบว่า ผู้ที่บริโภค บริโภคแกงเขียวหวาน 1-2 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 68.0 บริโภค 3-4 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 22.3 และมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 9.7 โดยผู้ที่บริโภค เป็น ผู้ซื้อ และทั้งซื้อและปรุงเอง ในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 39.2 และ 38.5 และปรุงเอง ร้อยละ 22.3 โดยส่วนใหญ่จะบริโภคนมถั่วเหลือง 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 38.1 มากกว่า 4 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 25.8 และ 3-4 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 20.2 ดังตารางที่ 4.2 และ 4.3

ตารางที่ 4.2 จำนวน และร้อยละ ของพฤติกรรมการบริโภคแกงเขียวหวาน

พฤติกรรมการบริโภค	จำนวน	ร้อยละ
<b>1.) ความถี่ในการบริโภค</b>		
1 – 2 ครั้งต่อเดือน	281	68.0
3 – 4 ครั้งต่อเดือน	92	22.3
มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	40	9.7
<b>2.) แหล่งที่บริโภค</b>		
ซื้อบริโภค	162	39.2
ทั้งซื้อและปรุง	159	38.5
ปรุงบริโภค	92	22.3

ตารางที่ 4.3 จำนวน และร้อยละ ของพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลือง

พฤติกรรมการบริโภค	จำนวน	ร้อยละ
1 – 2 ครั้ง/สัปดาห์	158	38.1
3 – 4 ครั้ง/สัปดาห์	84	20.2
มากกว่า 4 ครั้ง/สัปดาห์	107	25.8
1 – 2 ครั้ง/เดือน	66	15.9

#### 4.1.3 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคแกงเขียวหวานและนมถั่วเหลือง

##### 4.1.3.1 ด้านเหตุผลที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภค

##### 1) เหตุผลที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคแกงเขียวหวาน

เหตุผลของผู้ที่บริโภคแกงเขียวหวานส่วนใหญ่ พบว่า บริโภค เพราะความอร่อย ร้อยละ 73.0 รองลงมาคือ กลิ่นเครื่องเทศ และหาซื้อได้ง่ายปริมาณที่ใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 37.5, 37.1 (ตารางที่ 4.4) และเหตุผลของผู้ที่ไม่บริโภค เนื่องจาก แกงเขียวหวาน มีไขมันสูง ร้อยละ 65.3 มีคอเลสเตอรอล ร้อยละ 49.5 และความเลี่ยนของกะทิ ร้อยละ 34.7 ดังตารางที่ 4.5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.4 จำนวน และร้อยละ ของเหตุผลการบริโภคแกงเขียวหวาน

เหตุผลที่บริโภค	จำนวน	ร้อยละ
คุณค่าทางโภชนาการ	136	29.1
ผลดีต่อสุขภาพ	62	13.3
กลิ่นเครื่องเทศ	175	37.5
ลักษณะปรากฏที่ชอบ	105	22.5
บริโภคได้สะดวก รวดเร็ว	93	19.9
หาซื้อได้ง่าย	179	38.3
ความอร่อย	341	73.0
ราคาไม่แพง	77	15.4

ตารางที่ 4.5 จำนวน และร้อยละ ของปัจจัยการไม่บริโภคแกงเขียวหวาน

เหตุผลที่ไม่บริโภค	จำนวน	ร้อยละ
รสชาติ	83	16.6
ความเลี่ยนของกะทิ	173	34.7
ไขมันสูง	326	65.3
มีคอเลสเตอรอล	247	49.3
ให้พลังงานสูง	53	10.6
กรรมวิธีทำที่ยุ่งยาก	102	20.4

## 2) เหตุผลที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลือง

เหตุผลของผู้ที่บริโภคนมถั่วเหลืองส่วนใหญ่ บริโภค เพราะ มีประโยชน์ ร้อยละ 83.6 รองลงมา คือ หาซื้อได้ง่าย ร้อยละ 47.0 และรสชาติอร่อย ร้อยละ 41.0 ซึ่งมีความสอดคล้องกับการสำรวจพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลือง ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสงครามที่บริโภคนมถั่วเหลือง เพราะ มีคุณค่าทางโภชนาการ (วสันันท์, 2546)

ตารางที่ 4.6 จำนวน และร้อยละ ของเหตุผลการบริโภคนมถั่วเหลือง

เหตุผลที่บริโภค	จำนวน	ร้อยละ
ราคาถูก	122	29.4
หาซื้อได้ง่าย	195	47.0
รสชาติอร่อย	170	41.0
มีประโยชน์	374	83.6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.1.3.2 ด้านทัศนคติที่มีต่อแกงเขียวหวาน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อแกงเขียวหวานในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วย และเห็นด้วยอย่างยิ่งกับ

- 1) แกงเขียวหวานเป็นแกงที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในบรรดาแกงทั้งหมด
- 2) เอกลักษณ์เฉพาะตัวในรสชาติ กลิ่น ส่วนประกอบจึงทำให้จัดอยู่ในอันดับต้นๆของอาหารไทยที่ชาวต่างชาติชื่นชอบ
- 3) แกงเขียวหวานเป็นแกงที่ได้รับความนิยมทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ
- 4) รสชาติที่หวานและสีเขียวที่พบในแกงได้จากความหวานของกะทิที่เคี้ยวจนแตกมันและสีเขียวของพริกสด
- 5) เครื่องเทศที่เป็นส่วนประกอบในเครื่องแกงเขียวหวานมีประโยชน์ต่อร่างกาย และการที่แกงเขียวหวานมีไขมันสูงเนื่องจากมีกะทิเป็นองค์ประกอบหลัก นั้นผู้บริโภคมีความคิดเห็นที่ระดับ เห็นด้วยอย่างยิ่ง และเห็นด้วยที่จะมีการผลิตแกงเขียวหวานเพื่อสุขภาพวางจำหน่ายในท้องตลาด

#### 4.1.3.3 ด้านความรู้ที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคแกงเขียวหวาน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบว่า

- 1) กะทิมีไขมันที่ไม่ดีต่อสุขภาพเป็นส่วนประกอบ
- 2) ผู้ที่มีความเสี่ยงต่อโรคความดันโลหิตสูง โรคหัวใจ โรคไขมันอุดตันในเส้นเลือด โรคเบาหวาน ควรหลีกเลี่ยงอาหารที่มีกะทิ และทราบว่า นมถั่วเหลืองมีสารอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย

#### 4.1.3.4 ด้านความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทางชีวสังคมกับพฤติกรรมการบริโภคแกงเขียวหวาน

เขียวหวาน

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทางชีวสังคมกับพฤติกรรม พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทางชีวสังคมกับพฤติกรรมการบริโภค ด้าน อายุ เพศ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ต่อครอบครัว รวมถึงผู้ที่มีโรคประจำตัว และผู้ที่ไม่ได้มีโรคประจำตัวไม่สัมพันธ์กันกับพฤติกรรมการบริโภคแกงเขียวหวาน และนมถั่วเหลือง เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์เฉพาะโรคพบว่า ผู้เป็นโรคไขมันอุดตันในเส้นเลือดกับพฤติกรรมการบริโภคแกงเขียวหวานกลับมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % กล่าวคือ ผู้ที่เป็นโรคไขมันอุดตันในเส้นเลือดมีพฤติกรรมการบริโภคแกงเขียวหวาน 1-2 ครั้ง / เดือน (ร้อยละ 69.0) และให้เหตุผลในการไม่บริโภคแกงเขียวหวาน เพราะแกงเขียวหวาน มีไขมันสูง (ร้อยละ 71.4) และมีคอเลสเตอรอล (ร้อยละ 57.1) นอกจากนี้ยังทราบว่า กะทิมีไขมันที่ไม่ดีต่อสุขภาพ (ร้อยละ 53.8) และทราบว่าผู้ที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดโรคความดันโลหิตสูง โรคหัวใจ โรคไขมันอุดตันในเส้นเลือดและโรคเบาหวาน ควรหลีกเลี่ยงอาหารที่มีกะทิ (ร้อยละ 80.0) จากผู้ที่มีโรคประจำตัวเป็นโรคไขมันอุดตันในเส้นเลือด จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 ของผู้ตอบแบบสอบถาม

#### 4.1.3.5 ด้านความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทางชีวสังคมกับพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลือง

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทางชีวสังคมกับพฤติกรรม พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทางชีวสังคมกับพฤติกรรมการบริโภค ด้าน อายุ เพศ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายได้ต่อครอบครัว รวมถึงโรคประจำตัว ไม่มีความสัมพันธ์กันกับพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลือง โดยเหตุผลในการบริโภคนมถั่วเหลือง เพราะมีประโยชน์ (ร้อยละ 83.6)

#### 4.1.4 ความต้องการในการบริโภคแกงเขียวหวานเพื่อสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

##### 4.1.4.1 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในการผลิตแกงเขียวหวานเพื่อสุขภาพ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วยที่จะมีการผลิตแกงเขียวหวานที่ใช้วัตถุดิบที่ดีต่อสุขภาพมาทดแทนกะทิ (ร้อยละ 43.1) เห็นด้วยที่มีการนำนมถั่วเหลืองมาทดแทนกะทิในแกงเขียวหวาน (ร้อยละ 61.6) และมีวงจำหน่ายในท้องตลาด (ร้อยละ 53.5)

4.1.4.2 ความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามในการผลิตแกงเขียวหวานเพื่อสุขภาพ และแกงเขียวหวานที่ใช้นมถั่วเหลืองทดแทนกะทิ

ด้านความต้องการแกงเขียวหวานเพื่อสุขภาพต่างมีความต้องการให้เป็นแกงเขียวหวานเพื่อสุขภาพที่มีปริมาณไขมันต่ำ และรสชาติอร่อย ที่จำนวนใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 67.8, 66.8 และใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีไขมันที่มีประโยชน์ทดแทนกะทิ ร้อยละ 43.6 ดังตารางที่ 4.7 ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการแกงเขียวหวานที่ใช้นมถั่วเหลืองทดแทนกะทิ ที่สามารถลดความเสี่ยงต่อการเกิดหลอดเลือดเตอรอล มากที่สุดถึงร้อยละ 75.4 รองลงมาคือ มีลักษณะปรากฏใกล้เคียงกับแกงเขียวหวานทั่วไป ร้อยละ 67.7 และมีรสชาติที่อร่อย ร้อยละ 62.1 ดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.7 จำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความต้องการให้ผลิตแกงเขียวหวานเพื่อสุขภาพ

ความต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
ปริมาณไขมันต่ำ	339	67.8
สารอาหารเพิ่มมากขึ้น	178	35.6
ใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีไขมันที่มีประโยชน์ทดแทนกะทิ	218	43.6
มีราคาที่เหมาะสม	145	29.0
รสชาติอร่อย	334	66.8
ลักษณะปรากฏที่ใกล้เคียงกับแกงเขียวหวานที่ทำจากกะทิ	180	36.0
วิธีการทำที่ไม่ยุ่งยาก	125	25.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8 จำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความต้องการให้ผลิตแกงเขียวหวานที่ใช้น้ำมันถั่วเหลืองทดแทนกะทิ

ความต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
สารอาหารเพิ่มขึ้น	235	47.1
ลดความเสี่ยงต่อการสะสมคอเลสเตอรอล	376	75.4
รสชาติอร่อย	310	62.1
ลักษณะปรากฏใกล้เคียงกับแกงเขียวหวาน	338	67.7
ราคาเหมาะสม	155	31.1

ผลของความต้องการแกงเขียวหวานเพื่อสุขภาพและแกงเขียวหวานที่ใช้น้ำมันถั่วเหลืองทดแทนกะทิของผู้ตอบแบบสอบถาม แสดงให้เห็นถึงความต้องการที่สอดคล้องกัน คือ ต้องการแกงเขียวหวานที่มีปริมาณไขมันต่ำ (ร้อยละ 67.8) และช่วยลดความเสี่ยงของการสะสมคอเลสเตอรอล (ร้อยละ 75.4) ส่วนในด้านทางประสาทสัมผัสต้องการให้มีลักษณะปรากฏที่ใกล้เคียงกับแกงเขียวหวานที่ทำจากกะทิ (ร้อยละ 67.7)

#### 4.2 ผลการสำรวจการยอมรับแกงเขียวหวานไก่ที่ใช้น้ำมันถั่วเหลืองของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

##### 4.2.1 ข้อมูลทางชีวสังคมของผู้ทดสอบการยอมรับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางชีวสังคมของกลุ่มผู้ทดสอบการยอมรับในกรุงเทพมหานคร จำนวน 120 คน สามารถจำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้ (ตารางที่ 4.9)

ด้านเพศ พบว่า ผู้ทดสอบการยอมรับ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 66.7 และเพศชาย ร้อยละ 32.2

ด้านอายุ พบว่า ผู้ทดสอบการยอมรับส่วนใหญ่ อยู่ใน ช่วงอายุ 61 ปี ขึ้นไป ร้อยละ 35.8 รองลงมาคือช่วงอายุ 41 – 50 ปี ร้อยละ 29.2 และช่วงอายุ 51 – 60 ปี ร้อยละ 26.7

ด้านการศึกษา พบว่า ผู้ทดสอบการยอมรับจบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 47.1 รองลงมาคือ ระดับปวช. / ปวส ร้อยละ 15.1 ระดับปริญญาโท และประถมศึกษาปีที่ 6 ที่มีค่าร้อยละเท่ากัน คือ ร้อยละ 9.2

ด้านอาชีพ พบว่า ผู้ทดสอบการยอมรับส่วนใหญ่ มีกิจการส่วนตัวหรือเป็นเจ้าของบริษัท ร้อยละ 24.4 รองลงมาคือเป็น แม่บ้าน / พ่อบ้าน ร้อยละ 51.3 และบริษัทเอกชน ร้อยละ 8.4

ด้านโรคประจำตัว พบว่า ผู้ทดสอบการยอมรับส่วนใหญ่ เป็นผู้ไม่มีโรคประจำตัว ร้อยละ 46.6 และผู้เป็นโรคมะเร็ง ร้อยละ 12.7 รองลงมาคือโรคไขมันอุดตันในเส้นเลือด โรคเบาหวาน ที่มีค่าร้อยละเท่ากัน คือ ร้อยละ 11.9

##### 4.2.1.1 ข้อมูลทางชีวสังคมของผู้บริโภคแกงเขียวหวาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากผู้ทดสอบ จำนวน 120 คน พบว่ามีผู้ที่บริโภคแกงเขียวหวาน จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 97.5 ดังรายละเอียดแสดงในตาราง ที่ 4.9 โดยพบว่า มีการกระจายข้อมูลทางด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และโรคประจำตัวเช่นเดียวกับกับ ข้อ 4.2.1

#### 4.2.1.2 ข้อมูลทางชีวสังคมของผู้ที่บริโภคนมถั่วเหลือง

จากผู้ทดสอบ จำนวน 120 คน พบว่า ผู้ที่บริโภคนมถั่วเหลือง มีจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 97.5 ดังรายละเอียดแสดงในตาราง ที่ 4.9 โดยพบว่า มีการกระจายข้อมูลทางด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และโรคประจำตัวเช่นเดียวกับกับ ข้อ 4.2.1



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.9 จำนวน และ ร้อยละ ของข้อมูลทางชีวสังคมผู้ทดสอบแกลงเขียวหวานไก่ที่ทำจากนมถั่วเหลือง (n=120)

ข้อมูลทางชีววิทยาสังคม	ผู้ตอบแบบสอบถาม				แกลงเขียวหวาน				นมถั่วเหลือง			
	บริโภคนม		ไม่บริโภคนม		บริโภคนม		ไม่บริโภคนม		บริโภคนม		ไม่บริโภคนม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนผู้ทดสอบการยอมรับ	120	100	117	97.5	3	2.5	117	97.5	3	2.5		
<b>1. อายุ</b>												
30 – 40 ปี	10	8.3	8	6.8	2	66.7	10	8.5	-	-	-	-
41 – 50 ปี	35	29.2	35	29.9	-	-	35	29.9	-	-	-	-
51 – 60 ปี	32	26.7	32	27.4	-	-	30	25.6	2	66.7	-	-
61 ปี ขึ้นไป	43	35.8	42	35.9	1	33.3	42	35.9	1	33.3	-	-
<b>2. การศึกษา</b>												
ไม่ได้รับการศึกษา	1	0.8	1	0.9	-	-	1	0.9	-	-	-	-
ประถมศึกษาปีที่ 6	11	9.2	11	9.5	-	-	11	9.5	-	-	-	-
มัธยมศึกษาปีที่ 3	7	5.9	6	5.2	1	33.3	7	6.0	-	-	-	-
มัธยมศึกษาปีที่ 6	10	8.4	10	8.6	-	-	10	8.6	-	-	-	-
ปวช. / ปวส.	18	15.1	18	15.5	-	-	17	14.7	1	33.3	-	-
ปริญญาตรี	56	47.1	56	48.3	-	-	55	47.4	1	33.3	-	-
ปริญญาโท	11	9.2	9	7.8	2	66.7	10	8.6	1	33.3	-	-
อื่นๆ	5	4.2	5	4.3	-	-	4.3	-	-	-	-	-

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

ข้อมูลทางชีววิทยาสังคม	ผู้ตอบแบบสอบถาม				แกงเขียวหวาน				นมถั่วเหลือง					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	บริษัท	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	บริษัท	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>3. อาชีพ</b>														
แม่บ้าน / พ่อบ้าน	61	51.3	60	51.7	1	33.3	59	50.0	3	100	100	3	100	
ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	10	8.3	10	8.6	-	-	10	8.6	-	-	-	-	-	
รัฐวิสาหกิจ	6	5.0	6	5.2	-	-	6	5.2	-	-	-	-	-	
บริษัทเอกชน	8	6.7	6	5.2	2	66.7	8	6.9	-	-	-	-	-	
กิจการส่วนตัว/เจ้าของบริษัท	28	23.3	28	24.1	-	-	28	24.1	-	-	-	-	-	
รับจ้าง	5	4.2	5	4.3	-	-	5	4.3	-	-	-	-	-	
<b>4. โรคประจำตัว</b>														
ความดันโลหิตสูง	27	22.9	27	23.5	-	-	26	22.0	1	33.3	33.3	1	33.3	
ไขมันอุดตันในเส้นเลือด	13	11.0	13	11.3	-	-	12	10.4	1	33.3	33.3	1	33.3	
เบาหวาน	14	11.9	14	12.2	-	-	14	12.2	-	-	-	-	-	
อ้วน	4	3.3	4	3.5	-	-	4	3.5	-	-	-	-	-	
ข้อเข่าเสื่อม	9	7.6	9	7.8	-	-	9	7.8	-	-	-	-	-	
ภูมิแพ้	15	12.7	15	13.0	-	-	15	13.0	-	-	-	-	-	
หัวใจ	6	5.1	6	5.2	-	-	6	5.2	-	-	-	-	-	
ไม่มีโรค	57	48.3	54	47.0	3	100	56	48.7	1	33.3	33.3	1	33.3	

## 4.2.2 พฤติกรรม และทัศนคติของผู้ทดสอบ

### 4.2.2.1 พฤติกรรมการบริโภคแกงเขียวหวาน

ผลการสำรวจ แสดงดังตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ บริโภคแกงเขียวหวาน 1-2 ครั้งต่อเดือน (ร้อยละ 67.5) ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจในตารางที่ 4.2 ซึ่งเท่ากับผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร 500 คนโดยส่วนใหญ่ ซื้อรับประทานและปรุงเอง (ร้อยละ 50.9)

### 4.2.2.2 พฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลือง

ผลการสำรวจ ดังแสดงตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้บริโภคบริโภค 1-2 ครั้ง / สัปดาห์ และ 1-2 ครั้งต่อเดือนในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน คือร้อยละ 27.4 และ 26.5 ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจในตารางที่ 4.3 ที่พบว่า บริโภค 1-2 ครั้ง / สัปดาห์

ตารางที่ 4.10 จำนวน และร้อยละ ของพฤติกรรมการบริโภคแกงเขียวหวาน

พฤติกรรมการบริโภค	จำนวน	ร้อยละ
<b>1.) ความถี่ในการบริโภค</b>		
1 – 2 ครั้งต่อเดือน	79	67.5
3 – 4 ครั้งต่อเดือน	27	23.3
มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	11	7.5
<b>2.) แหล่งที่บริโภค</b>		
ซื้อบริโภค	28	24.1
ทั้งซื้อและปรุง	59	50.9
ปรุงบริโภค	29	25.0

ตารางที่ 4.11 จำนวน และร้อยละ ของความถี่ในการบริโภคนมถั่วเหลือง

พฤติกรรมการบริโภค	จำนวน	ร้อยละ
1 – 2 ครั้ง/สัปดาห์	32	27.4
3 – 4 ครั้ง/สัปดาห์	25	21.4
มากกว่า 4 ครั้ง/สัปดาห์	29	24.8
1 – 2 ครั้ง/เดือน	31	26.5

## 4.2.2.3 ทักษะของผู้ทดสอบ

เหตุผลของผู้ที่บริโภคแกงเขียวหวานส่วนใหญ่ พบว่า บริโภคได้สะดวก รวดเร็ว ร้อยละ 74.1 (ตารางที่ 4.12) เช่นเดียวกับตารางที่ 4.5 พบว่าสาเหตุที่อาจทำให้แกงเขียวหวานไม่เป็นที่ยอมรับ คือ แกงเขียวหวานมีไขมันสูง (ร้อยละ 64.7) (ตารางที่ 4.13)

ตารางที่ 4.12 จำนวน และร้อยละเหตุผลของการบริโภคแกงเขียวหวาน

เหตุผลที่บริโภค	จำนวน	ร้อยละ
คุณค่าทางโภชนาการ	41	35.3
ผลดีต่อสุขภาพ	15	12.9
กลิ่นเครื่องเทศ	34	29.3
ลักษณะปรากฏที่ชอบ	14	12.1
บริโภคได้สะดวก รวดเร็ว	86	74.1
หาซื้อได้ง่าย	18	15.5
ความอร่อย	19	16.4
ราคาไม่แพง	10	8.6

ตารางที่ 4.13 จำนวน และร้อยละของสาเหตุที่อาจทำให้แกงเขียวหวานไม่เป็นที่นิยม

เหตุผลที่ไม่บริโภค	จำนวน	ร้อยละ
รสชาติ	19	16.0
ความเลี่ยนของกะทิ	34	28.6
ไขมันสูง	77	64.7
มีคอลเลสเตอรอล	58	48.7
ให้พลังงานสูง	10	8.4
กรรมวิธีทำที่ยุ่งยาก	14	11.8

## 4.2.2.3 เหตุผลที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้ที่บริโภคนมถั่วเหลือง

เหตุผล ในการบริโภคโดยส่วนใหญ่บริโภคเพราะ นมถั่วเหลืองมีประโยชน์ ร้อยละ 83.9

ดังตารางที่ 4.14

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.14 จำนวน และร้อยละ ของเหตุผลที่ผู้บริโภคนมถั่วเหลือง

เหตุผลที่บริโภค	จำนวน	ร้อยละ
ราคาถูก	19	16.1
หาซื้อได้ง่าย	30	25.4
รสชาติอร่อย	30	25.4
มีประโยชน์	99	83.9

## 4.2.3 ผลการทดสอบทางประสาทสัมผัสของผู้บริโภคที่มีต่อแกงเขียวหวานไก่ที่ใช้นมถั่วเหลือง

การสำรวจการยอมรับแกงเขียวหวานไก่ที่ใช้นมถั่วเหลืองของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ทำโดยการทดสอบทางประสาทสัมผัสแบบให้คะแนนความชอบเก้าระดับ (9 - Point hedonic scale) ผลการทดสอบทางประสาทสัมผัส แสดงดังตารางที่ 4.15 พบว่า คะแนนการยอมรับในด้านสีของน้ำแกง ลักษณะปรากฏ และความชอบโดยรวมอยู่ในระดับความชอบมาก และกลิ่น รสชาติ ความขื่นของน้ำแกง อยู่ในระดับชอบปานกลาง

ตารางที่ 4.15 ผลการทดสอบทางประสาทสัมผัสของผู้บริโภคที่มีต่อแกงเขียวหวานไก่ที่ใช้นมถั่วเหลือง (n=120)

คุณลักษณะ	MEAN $\pm$ SD	ระดับความชอบ
สีของน้ำแกง	7.2 $\pm$ 1.4	ชอบมาก
กลิ่น	6.4 $\pm$ 1.6	ชอบปานกลาง
รสชาติ	6.5 $\pm$ 1.4	ชอบปานกลาง
ลักษณะปรากฏ	7.0 $\pm$ 1.5	ชอบมาก
ความขื่นของน้ำแกง	6.6 $\pm$ 1.8	ชอบปานกลาง
ความชอบโดยรวม	7.1 $\pm$ 1.2	ชอบมาก

## 4.2.4 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทางชีวสังคมกับผลการทดสอบทางประสาทสัมผัสของผู้บริโภคที่มีต่อแกงเขียวหวานไก่ที่ใช้นมถั่วเหลือง

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ข้อมูลทางชีวสังคมไม่มีผลต่อการทดสอบการยอมรับของผลิตภัณฑ์แกงเขียวหวานไก่ไม่ว่าจะเป็นด้าน อายุ การศึกษา อาชีพของผู้ทดสอบการยอมรับ แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคให้การยอมรับต่อผลิตภัณฑ์ด้วยความชอบที่มีต่อผลิตภัณฑ์เท่านั้นไม่ได้นำเรื่องด้านทางชีวสังคม มาตัดสินใจในการยอมรับผลิตภัณฑ์ ซึ่งเห็นได้จากผลสำรวจพฤติกรรม ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคแกงเขียวหวานและนมถั่วเหลืองและความต้องการในการบริโภคแกงเขียวหวานเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและ

การศึกษาการยอมรับแกงเขียวหวานไก่ที่ใช้นมถั่วเหลืองของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ที่ผู้ตอบแบบสอบถามและผู้ทดสอบให้เหตุผลในการบริโภค แกงเขียวหวาน เพราะ ความอร่อย (ร้อยละ 73.0) และเพราะ ความสะดวก รวดเร็ว (ร้อยละ 74.1)

#### 4.2.5 ความคิดเห็นของผู้ทดสอบการยอมรับต่อการผลิตแกงเขียวหวานไก่ที่ใช้นมถั่วเหลือง

ก่อนการทดสอบทางประสาทสัมผัส ร้อยละ 71.7 ของผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในการนำนมถั่วเหลืองมาทดแทนกะทิในแกงเขียวหวาน เมื่อทำการทดสอบทางประสาทสัมผัส ผู้ทดสอบ ร้อยละ 47.9 มีความคิดเห็นที่จะซื้อผลิตภัณฑ์แน่นอน ร้อยละ 62.5 อาจจะซื้อหรือไม่ซื้อ และ ร้อยละ 5.9 ที่ไม่ซื้อแน่นอน



## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย

5.1 พฤติกรรม ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคแกงเขียวหวาน และนมถั่วเหลือง และความ ต้องการในการบริโภคแกงเขียวหวานเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสังคม จากผู้ตอบแบบสอบถาม 500 คน โดยมีช่วงอายุ 30 - 40 ปี ช่วงอายุ 41 - 50 ปี ช่วงอายุ 51 - 60 ปี และอายุ 60 ปีขึ้นไป มีค่าร้อยละที่ใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 20พบว่า เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 47.6 ผู้มีรายได้ น้อยกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 23.2 และด้านโรคประจำตัว ร้อยละ 54.8 เป็นผู้ไม่มีโรคประจำตัว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการบริโภค จากผู้ตอบแบบสอบถาม 500 คน พบว่า ร้อยละ 93.2 ของผู้ตอบแบบสอบถามบริโภคแกงเขียวหวาน และบริโภค เฉลี่ย 1-2 ครั้ง / เดือน (ร้อยละ 68) และแหล่งที่มาของแกงคือการซื้อ (ร้อยละ 39.2) โดยเหตุผลที่บริโภคแกงเขียวหวาน เพราะความอร่อย (ร้อยละ 73.3) และสาเหตุที่อาจทำให้แกงเขียวหวานไม่เป็นที่นิยม เพราะ มีไขมันสูง (ร้อยละ 65.3) ในกรณีของนมถั่วเหลือง พบว่า ร้อยละ 89.2 ของผู้ตอบแบบสอบถามการบริโภคนมถั่วเหลือง และบริโภคนมถั่วเหลือง 1- 2 ครั้ง / สัปดาห์ (ร้อยละ 27.4) เหตุผลที่บริโภคนมถั่วเหลือง เพราะมีประโยชน์ (ร้อยละ 83.9) ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทางชีวสังคมกับพฤติกรรมการบริโภคแกงเขียวหวานหรือนมถั่วเหลือง พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านทัศนคติต่อแกงเขียวหวาน พบว่า ทัศนคติที่เป็นเชิงบวกต่อแกงเขียวหวานอยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วยอย่างยิ่งและเห็นด้วย เช่น

1) แกงเขียวหวานเป็นแกงที่ได้รับความนิยม มากที่สุดในบรรดาแกงทั้งหมดหรือ

2) เพราะความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในรสชาติ กลิ่นและส่วนประกอบจึงทำให้แกงเขียวหวานจัดอยู่ในอันดับต้นๆของอาหารไทยที่ชาวต่างชาติชื่นชอบ เป็นต้น

ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามในด้านความต้องการในการบริโภคแกงเขียวหวานเพื่อสุขภาพ พบว่า ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในการผลิตแกงเขียวหวานเพื่อสุขภาพจำหน่ายในท้องตลาด อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วย และเห็นด้วยที่มีการนำนมถั่วเหลืองมาทดแทนกะทิ (ร้อยละ 61.6)

5.2 ผลการสำรวจการยอมรับแกงเขียวหวานไก่ที่ใช้นมถั่วเหลืองของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์จำนวน และค่าร้อยละ พบว่า จากผู้ทดสอบทั้งหมด 120 คน มีความหลากหลายทางชีวสังคม กล่าวคือ เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุของผู้ทดสอบ คือผู้ที่มีอายุ 30 ปีขึ้นไป ระดับการศึกษาเป็นผู้จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 47.1) ด้านอาชีพ แม่บ้าน / พ่อบ้าน (ร้อยละ 51.3) และด้านโรคประจำตัว ร้อยละ 48.3 เป็นผู้ไม่มีโรคประจำตัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลสำรวจการยอมรับผลิตภัณฑ์แกงเขียวหวานไก่ที่ใช้นมถั่วเหลือง โดยการทดสอบทางประสาทสัมผัส ด้วยวิธีการให้คะแนน (9-Point Hedonic Scale) พบว่า ผู้บริโภคให้คะแนนความชอบโดยรวมอยู่ในระดับที่ชอบมาก ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่าง ข้อมูลทางชีวสังคมและ ผลการทดสอบทางประสาทสัมผัส พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน



## บทที่ 6

### สรุปผลผลิตที่ได้จากงานวิจัย

จากการดำเนินการวิจัยโครงการ “สำรวจพฤติกรรมการบริโภคแกงกะทิและนมถั่วเหลืองดัดแปรเลียนแบบกะทิของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร (Consumer behavior survey of coconut milk curry and modified soybean milk for coconut milk in Bangkok) ที่ได้รับงบประมาณสนับสนุนจาก งบเงินรายได้ ของคณะอุตสาหกรรมเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ทำให้ได้ผลผลิตดังนี้

1. นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ปริญญาโท สาขาวิทยาศาสตร์การอาหาร คณะอุตสาหกรรมเกษตร จำนวน 1 คน ได้แก่ นางสาวทัศนีย์ จันทพันธ์

2. ผลงานวิชาการจำนวน 2 ฉบับ

2.1 ทัศนีย์ จันทพันธ์ จิราภรณ์ สิริสัมพันธ์ และยุพร พีชกมฺุท. 2553. การสำรวจพฤติกรรมการบริโภคแกงเขียวหวานของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. การประชุมวิชาการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ครั้งที่ 8 เรื่อง “วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อการพัฒนาชุมชน สังคมมีความสุข. วันที่ 19 มีนาคม 2553. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต

2.2 Jiraporn Sirison, Jantapun T and Peuchkamut Y. 2558. Consumers' acceptance of chicken green curry with soymilk in Bangkok. J. Sci.UBU. 17(2). 30-35.

## เอกสารอ้างอิง

- กองโภชนาการ กระทรวงสาธารณสุข. 2549. รายงานการสำรวจภาวะอาหารและโภชนาการของประเทศไทย ครั้งที่ 5. พ. ศ. 2546. องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ (ร.ส.พ). กรุงเทพมหานคร.
- กึ่งกาญจนา ศรีทองสุข. 2550. ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อกะทิสดและกะทิสสำเร็จรูปของผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้. เชียงใหม่.
- จรรยา เดชกฤษ. 2551. อาหารไทยภาคกลาง. สถาพรบุ๊คส์. กรุงเทพมหานคร.
- ฉัตรยาพร เสมอใจ และฐิตินันท์ วารวีนิช. 2551. หลักการตลาด. ยูเอ็ดยูเคชั่น. กรุงเทพมหานคร.
- ชัยสิทธิ์ เฉลิมมีประเสริฐ. 2537. สถิติเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร
- ชนวรรณ บุญปิ่น, สายพิน มณีพันธ์, เย็นใจ ฐิตะฐาน, ช่อลัดดา เทียงพุก และอุษา ภูค์สมาศ. 2542. การประเมินผลโดยวิธีประสาทสัมผัสและคุณค่าทางโภชนาการของอาหารไทยที่ใช้ soy/oat-1 ทดแทนกะทิ. วารสารเกษตรศาสตร์ (วิททย์.). 33 : 609 - 619.
- ธรา วิริยะพานิช. 2548. อาหารพื้นเมือง: อาหารไทยหนีไม่พ้นมะพร้าว และกะทิ. วารสารเกษตรกรรมธรรมชาติ. (2) 42-43
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2550. การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. กรุงเทพมหานคร.
- ทศพรพรรณ รัตน์ภักดี และสุคนธ์ ศรีงาม. 2546. การผลิตน้ำกะทิตดแปลงไขมัน. กรุงเทพมหานคร.
- ทัศนีย์ โรจนโพบูลย์. 2546. เอกสารประกอบการอบรม: การพัฒนาผู้ประกอบการอาหารไทยมีอาชีพ. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพมหานคร.
- นัฐพล ตั้งสุภูมิ. 2546. การพัฒนาผลิตภัณฑ์กะทิสสำเร็จรูปบรรจุกระป๋องชนิดดัดแปลงสัดส่วนของกรดไขมัน. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาอาหารและโภชนาการเพื่อการพัฒนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- นันทิยา ญาณสุภาพ. 2550. ผลของแซนแทนกัมและไขมันชั้นผงต่อคุณภาพผลิตภัณฑ์แกงเขียวหวานไก่แห้งแข็ง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาพัฒนาผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมอาหาร. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพมหานคร.
- น้ำทิพย์ ตาทิพย์. 2552. การดัดแปรลักษณะของนมถั่วเหลืองเพื่อใช้ทดแทนกะทิ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิทยาศาสตร์การอาหาร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. กรุงเทพมหานคร.
- นิเวศน์ ธรรมะ. 2552. การจัดการตลาด. แมคกรัด - ฮิล. กรุงเทพมหานคร.
- ประภาศรี ภูวเสถียร และประไพศรี ศิริจักรวาล. 2547. ถั่วเหลืองกับสุขภาพ. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: [www.immu.mahidol.ac.th/th/knowledge](http://www.immu.mahidol.ac.th/th/knowledge), 19 พฤษภาคม 2553.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ประหยัด สายวิเชียร. 2542. แกะรอยสำรับไทย. สำนักพิมพ์วรรณลักษณ์. เชียงใหม่
- พงษ์ศักดิ์ ทรงพระนาม. 2547. อาหารไทย. ยูเอ็ดยูเคชั่น. กรุงเทพมหานคร.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2540. วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 7. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร. กรุงเทพมหานคร.
- เพ็ญแข แสงแก้ว. 2540. การวิจัยทางสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 2. หจก. ฟันนี่พับบลิชซิ่ง. กรุงเทพมหานคร.
- ยุทธ ไกยวรรณ. 2546. สถิติเพื่อการวิจัย. ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ. กรุงเทพมหานคร.
- วิสนันท์ พงษ์สวัสดิ์ 2549. พฤติกรรมการบริโภคคนมั่วเหลืองของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอาหาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพมหานคร.
- ลักขมี คงลาภ, บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ และกัญจูลดา เนียมแสง. 2546. วิธีการวิจัยเบื้องต้น. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร.
- วิสิฐ จะวะสิต. 2551. การสำรวจสถานการณ์การปนเปื้อนของกรดไขมันชนิดทรานส์ในผลิตภัณฑ์อาหารในประเทศไทย. วารสารโภชนาการ. 43(3):8-15.
- ศิวะ กาญจน์อร่ามกุล. 2549. โครงสร้างตลาด และพฤติกรรมผู้บริโภคคนมั่วเหลืองพร้อมดื่มใน กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพมหานคร.
- สมาน ดอกกุหลาบ. 2546. ทักษะของพ่อครัวไทยที่มีต่อความนิยมอาหารไทยของชาวต่างชาติ: ศึกษาเฉพาะพ่อครัวไทยในเขตกรุงเทพฯ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาคหกรรมศาสตร์ศึกษา. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สิน พันธุ์. 2549. เทคนิคการวิจัยทางสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 9. วิทยพัฒน์. กรุงเทพมหานคร.
- สิริรักษ์ บางสุด. 2553. กะทิเอกลักษณ์รสหวานนุ่มมันในอาหารไทย. นิตยสารครัว. 194: 60-71.
- สุคนธ์ชื่น ศรีงาม. 2542. การพัฒนากะทิแปลงไขมันบางส่วนด้วยน้ำมันพืช. วิทยาสารเกษตรศาสตร์. 33: 444-451.
- สุจิตรา ชีวะธนรัชช์ และนภาพรณัฏ์ จันทร์ศัพท์. 2546. วิธีการวิจัยเบื้องต้น. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร.
- สุลลี โลวีกรณณ์ . 2548. “ถั่วเหลืองกับสุขภาพ”. ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. 13(1) : 21-23 [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: [www.nutritionthailand.or.th](http://www.nutritionthailand.or.th), 19 พฤษภาคม 2553.
- สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. 2533. มาตรฐานผลิตภัณฑ์น้ำมันถั่วเหลือง. มอก.1018-2533.
- สำนักบริหารการทะเบียน. 2552. จำนวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร พ.ศ 2544 - 2549.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- กองปกครองและทะเบียน สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :  
<http://www.nso.go.th>. 21 ตุลาคม 2553.
- สำนักผังเมือง. 2553. “การแบ่งพื้นที่ กทม. ใหม่จาก 12 กลุ่มเขตเป็น 6 กลุ่มเขต” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:  
<http://www.bma-cpd.go.th/cpd/news/diarynews/Groupdist01.htm>, 20 ตุลาคม 2553.
- อดุลย์ และตลยา จาตุรงกุล. 2550. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 2. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.  
 กรุงเทพมหานคร.
- อัชนีย์ อุทัยพัฒนาชีพ. อาหารไทยควบคุมน้ำหนัก. Thailand Restaurant News. 134 : 80.
- อาณัติ นิตติธรรมยง และประไพศรี ศิริจักรวาล. 2543. คุณค่าทางโภชนาการถั่วเหลือง. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:  
[www.immu.mahidol.ac.th/th/knowledge](http://www.immu.mahidol.ac.th/th/knowledge), 26 เมษายน 2544.
- McClement, D. J. 2005. Food emulsion : Practices and Techniques. CRC Press, New York.
- Peter, G. and Jordan, J. 2006. Soy applications in food: Market and Product. Taylor and Francis Group LLL. US.
- Salunkhe, D. k., J. K. Chavan, R. N. Adsule and Kadam. S. S. 1992. World oilseed: Chemistry, Technology and Utilization. Van Nostrand, New York.
- Seow, C. C. and Gwee., C. N. 1997. Coconut milk: Chemistry and technology. Int. J. Food Sci. Tech. 32(3) : 189-20.
- Yanwen,W. and Peter, J. H., 2004. “Soy protein reduces triglyceride levels and triglyceride fatty acid fractional synthesis rate in hypercholesterolemic subjects.” J. Food Sci. 173 : 269-275.
- Zikmund, W. G. 2003. Business Research Methods. Mason, OH : South-Western.

ภาคผนวก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก  
เอกสารหลักฐานอ้างอิงของผลผลิตที่ได้จากงานวิจัย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้





18<sup>th</sup> World Congress on Clinical Nutrition (WCCN)  
 “Agriculture, Food and Nutrition for Health and Wellness”

## LETTER OF ACCEPTANCE

Technical Program Committee  
 Faculty of Agriculture,  
 Ubon Ratchathani University,  
 Warinchamrap, Ubon Ratchathani, 34190 THAILAND  
 Tel : +66-45-353-500, Fax : +66-45-288373  
 conference\_food@ubu.ac.th

9 October, 2014

Dear Miss jiraporn sirison,

We are pleased to inform you that the Technical Program committee of 18<sup>th</sup> WCCN has decided to **ACCEPT** your article to be presented in the 18<sup>th</sup> WCCN.

The 18<sup>th</sup> WCCN will be held at Sunee Grand Hotel & Convention Center, Ubon Ratchathani, Thailand, December 1-3, 2014.

**Article Title:** Acceptance of chicken green curry with soymilk of consumers in Bangkok

**Presentation Type:** Poster Presentation

Please visit our website at <http://18thwccn.ubu.ac.th/index.php> to prepare the abstract and manuscript separately regarding to the instructions and the template. The submission of manuscripts proceeds fully online by connecting to <http://www.ubu.ac.th/wccn/>, in the same way you have already submitted your abstract. Please note that if you wish to publish your abstract and full paper in our proceedings, you have to submit your paper by the deadline indicated in the Announcement.

Thank you in advance for your contribution toward the success of WCCN. We are looking forward to welcoming you in 18<sup>th</sup> WCCN 2014.

Yours sincerely,

(Asst. Prof. Dr. Wiriya Phomkong)  
 Chairman, 18<sup>th</sup> WCCN Technical Program

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ข  
แบบสอบถาม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หมายเลข

## แบบสอบถาม

เรื่อง ผลิตภัณฑ์แกงเขียวหวาน

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้มีทั้งหมด 3 ส่วนดังนี้
    - ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางชีวสังคม จำนวน 9 ข้อ
    - ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อแกงเขียวหวาน จำนวน 9 ข้อ
    - ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคแกงเขียวหวาน จำนวน 14 ข้อ
  2. แบบสอบถามนี้ใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยประกอบการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีการจัดการและบริการอาหาร คณะอุตสาหกรรมเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- คำตอบของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่องานวิจัยและ คำตอบของท่านจะเก็บเป็นความลับ

ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านมา ณ โอกาสนี้ที่ให้ความกรุณาเสียสละ  
เวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางชีวสังคม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน ( ) ที่เลือกหรือเติมข้อความลงในช่องว่าง ที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ ( ) ชาย ( ) หญิง
2. อายุ ( ) 20 - 30 ปี  
( ) 31 - 40 ปี  
( ) 41 - 50 ปี  
( ) 51 - 60 ปี  
( ) มากกว่า 60 ปี ขึ้นไป
3. สถานภาพสมรส ( ) โสด ( ) หย่า / แยกกันอยู่ / ม่าย ( ) สมรสอยู่ด้วยกัน
4. น้ำหนัก ..... กิโลกรัม ส่วนสูง ..... เซนติเมตร
5. ระดับการศึกษาสูงสุด ( ) ไม่ได้รับการศึกษา ( ) ประถมศึกษาปีที่ 6  
( ) มัธยมศึกษาปีที่ 3 ( ) ปวช. / ปวส  
( ) มัธยมศึกษาปีที่ 6 ( ) ปริญญาตรี  
( ) ปริญญาโท ( ) ปริญญาเอก  
( ) อื่นๆระบุ .....
6. ปัจจุบันท่านประกอบอาชีพ ( ) นักศึกษา ( ) แม่บ้าน / พ่อบ้าน  
( ) ข้าราชการ / พนักงานของรัฐ ( ) รัฐวิสาหกิจ  
( ) บริษัทเอกชน ( ) กิจการส่วนตัว / เจ้าของบริษัท  
( ) รับจ้าง ( ) อื่นๆ ระบุ .....
7. รายได้ครอบครัวต่อเดือน ( ) น้อยกว่า 15,000 บาท  
( ) 15,001 - 20,000 บาท  
( ) 20,001 - 30,000 บาท  
( ) 30,001 - 40,000 บาท  
( ) 40,001 - 50,000 บาท  
( ) 50,001 - 60,000 บาท  
( ) 60,001 บาท ขึ้นไป
8. จำนวนสมาชิกในครอบครัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อแกงเขียวหวาน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียวในแต่ละข้อความ โดยมีหลักเกณฑ์ดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	หมายถึง	ท่านมีความคิดเห็นตรงกับข้อความนั้นมากที่สุด
เห็นด้วย	หมายถึง	ท่านมีความคิดเห็นตรงกับข้อความนั้น
ไม่เห็นด้วย	หมายถึง	ท่านมีความคิดเห็นไม่ตรงกับข้อความนั้น
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	หมายถึง	ท่านมีความคิดเห็นไม่ตรงกับข้อความนั้นมากที่สุด

ลำดับที่	ข้อความ	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1	แกงเขียวหวานเป็นแกงที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในบรรดาแกงทั้งหมด				
2	เพราะความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในรสชาติ กลิ่นและส่วนประกอบจึงทำให้แกงเขียวหวานจัดอยู่ในอันดับต้นๆของอาหารไทยที่ชาวต่างชาติชื่นชอบ				
3	แกงเขียวหวานเป็นแกงที่ได้รับความนิยมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ				
4	รสชาติที่หวานและสีเขียวที่พบในแกงเขียวหวานได้จากความหวานของกะทิที่เคี่ยวจนแตกมันและสีเขียวของพริกสด				
5	เครื่องเทศที่เป็นส่วนประกอบในเครื่องแกงของแกงเขียวหวานมีประโยชน์ต่อร่างกาย				
6	แกงเขียวหวานเป็นแกงที่มีปริมาณไขมันสูง				
7	การที่แกงเขียวหวานมีไขมันสูงเนื่องจากมีกะทิเป็นองค์ประกอบหลัก				
8	ควรมีการผลิตแกงเขียวหวานเพื่อสุขภาพจำหน่ายในท้องตลาด				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. แกงเขียวหวานที่มีพลังงานต่ำ ที่ท่านต้องการควรมีลักษณะอย่างไร (เลือก 3 ข้อ)

- ( ) มีปริมาณไขมันต่ำ
- ( ) มีสารอาหารเพิ่มมากขึ้น
- ( ) ใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีไขมันที่มีประโยชน์ทดแทนกะทิ
- ( ) มีราคาที่เหมาะสม
- ( ) มีรสชาติที่อร่อย
- ( ) มีลักษณะปรากฏที่ใกล้เคียงกับแกงเขียวหวานที่ทำจากกะทิ
- ( ) มีวิธีการปรุงที่ไม่ยุ่งยาก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมต่อการบริโภคแกงเขียวหวาน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน ( ) ที่เลือกหรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1. ท่านทานแกงเขียวหวานหรือไม่  
 ทาน  ไม่ทาน ( ถ้าท่านเลือกไม่ทานข้ามไปตอบข้อ 5 )
2. ทำไมท่านจึงทานแกงเขียวหวาน ( สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ )  
 มีคุณค่าทางโภชนาการ  มีผลดีต่อสุขภาพ  
 มีกลิ่นเครื่องเทศ  มีลักษณะปรากฏที่ชอบ  
 บริโภคได้สะดวก รวดเร็ว  หาซื้อได้ง่าย  
 มีความอร่อย  ราคาไม่แพง  
 อื่นๆ ระบุ .....
3. ท่านทานแกงเขียวหวาน บ่อยเพียงใด  
 1-2 ครั้ง / เดือน  3-4 ครั้ง / เดือน  มากกว่า 4 ครั้ง / เดือน
4. แกงเขียวหวานที่ท่านทานได้มาจากแหล่งใด  
 ประงเอง  ซื้อรับประทาน  ทั้งสองอย่าง
5. ท่านคิดว่าสาเหตุใดที่อาจทำให้แกงเขียวหวานไม่เป็นที่ยอมรับ (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)  
 รสชาติ  ความเลี่ยนของกะทิ  
 ไขมันสูง  มีคลอเรสเตอรอล  
 ให้พลังงานสูง  กรรมวิธีการทำที่ยุ่งยาก
6. ท่านทราบหรือไม่กะทิมีไขมันที่ไม่ดีต่อสุขภาพเป็นส่วนประกอบ  
 ทราบ  ไม่ทราบ  ไม่แน่ใจ
7. ท่านทราบหรือไม่ว่าผู้ที่มีความเสี่ยงต่อโรคความดันโลหิตสูง โรคหัวใจ โรคไขมันอุดตันในเส้นเลือดโรคเบาหวาน ควรหลีกเลี่ยงอาหารที่มีกะทิ  
 ทราบ  ไม่ทราบ  ไม่แน่ใจ
8. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ ถ้ามีแกงเขียวหวานที่ใช้วัตถุดิบที่ดีต่อสุขภาพทดแทนกะทิ  
 เห็นด้วยอย่างยิ่ง  เห็นด้วย  
 ไม่เห็นด้วย  ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
9. ท่านทราบหรือไม่ว่านมถั่วเหลืองหรือน้ำเต้าหู้มีสารอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย  
 ทราบ  ไม่ทราบ  ไม่แน่ใจ
10. ท่านดื่มนมถั่วเหลืองหรือไม่  
 ไม่ดื่ม (ไม่ต้องตอบข้อ 11)  
 ดื่ม 1-2 ครั้ง / สัปดาห์  ดื่ม 3-4 ครั้ง / สัปดาห์  
 ดื่ม มากกว่า 4 ครั้ง / สัปดาห์  ดื่ม 1-2 ครั้ง / เดือน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้





เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



### การทดสอบการยอมรับ

เรื่อง ขอความร่วมมือในการทดสอบการยอมรับแกงเขียวหวานเพื่อสุขภาพที่ใช้นมถั่วเหลือง

ทดแทนกะทิ

คำชี้แจง แกงเขียวหวานเพื่อสุขภาพ คือแกงที่ใช้นมถั่วเหลืองทดแทนกะทิปรุงแต่งด้วยเครื่องแกงเขียวหวาน และส่วนประกอบต่างๆ เช่น มะเขือ ใบโหระพา ใบมะกรูด พริกสดโดยยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของแกงเขียวหวาน

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเพื่อประกอบวิทยานิพนธ์ของ

นางสาว ทศนีย์ จันทพันธ์ นักศึกษาปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีการจัดการและบริการอาหาร คณะอุตสาหกรรมเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามให้สมบูรณ์แบบสอบถามนี้มีทั้งหมด 3

ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางชีวสังคม จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อแกงเขียวหวาน จำนวน 10 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบทดสอบการชิมแกงเขียวหวานเพื่อสุขภาพ

คำตอบของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่องานวิจัย และคำตอบของท่านจะเก็บเป็นความลับ

ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านมา ณ โอกาสนี้ที่ให้ความกรุณาเสียสละ  
เวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางชีวสังคม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน ( ) ที่เลือกหรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ ( ) ชาย ( ) หญิง

2. อายุ ( ) 30 - 40 ปี

( ) 41 - 50 ปี

( ) 51 - 60 ปี

( ) มากกว่า 60 ปี ขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

( ) ไม่ได้รับการศึกษา ( ) ประถมศึกษาปีที่ 6

( ) มัธยมศึกษาปีที่ 3 ( ) ปวช. / ปวส

( ) มัธยมศึกษาปีที่ 6 ( ) ปริญญาตรี

( ) ปริญญาโท ( ) ปริญญาเอก

( ) อื่นๆระบุ .....

4. ปัจจุบันท่านประกอบอาชีพ

( ) นักศึกษา ( ) แม่บ้าน / พ่อบ้าน

( ) ข้าราชการ / พนักงานของรัฐ ( ) รัฐวิสาหกิจ

( ) บริษัทเอกชน ( ) กิจการส่วนตัว / เจ้าของบริษัท

( ) รับจ้าง ( ) อื่นๆระบุ.....

5. ท่านมีโรคประจำตัวหรือไม่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

( ) โรคความดันโลหิตสูง ( ) โรคไขมันอุดตันในเส้นเลือด

( ) โรคเบาหวาน ( ) โรคอ้วน

( ) โรคข้อเข่าเสื่อม ( ) โรคมะเร็ง

( ) โรคภูมิแพ้ ( ) โรคหัวใจ

( ) ไม่มี ( ) อื่นๆ ระบุ.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ส่วนที่ 2 พฤติกรรมและทัศนคติ

### 1. ท่านทานแกงเขียวหวานหรือไม่

( ) ทาน ( ) ไม่ทาน(ถ้าท่านเลือกไม่ทานข้ามไปตอบข้อ 5)

### 2. ทำไมท่านจึงทานแกงเขียวหวาน (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

( ) มีคุณค่าทางโภชนาการ ( ) มีผลดีต่อสุขภาพ  
 ( ) มีกลิ่นเครื่องเทศ ( ) มีลักษณะปรากฏที่ชอบ  
 ( ) มีความอร่อย ( ) บริโภคได้สะดวก รวดเร็ว  
 ( ) หาซื้อได้ง่าย ( ) ราคาไม่แพง  
 ( ) อื่นๆระบุ.....

### 3. ท่านทานแกงเขียวหวาน บ่อยเพียงใด

( ) 1-2 ครั้ง / เดือน ( ) 3-4 ครั้ง / เดือน ( ) มากกว่า 4 ครั้ง / เดือน

### 4. แกงเขียวหวานที่ท่านทานได้มาจากแหล่งใด

( ) ประงเอง ( ) ซื้อรับประทาน ( ) ทั้งสองอย่าง

### 5. ท่านคิดว่าสาเหตุใดที่อาจทำให้แกงเขียวหวานไม่เป็นที่ยอมรับ (สามารถเลือกได้มากกว่า 1ข้อ)

( ) รสชาติ ( ) ความเลี่ยนของกะทิ  
 ( ) ไขมันสูง ( ) มีคลอเลสเทอรอล  
 ( ) ให้พลังงานสูง ( ) กรรมวิธีการทำที่ยุ่งยาก

### 6. ท่านดื่มนมถั่วเหลืองบ่อยเพียงใด

( ) 1-2 ครั้ง / สัปดาห์ ( ) 3-4 ครั้ง / สัปดาห์  
 ( ) มากกว่า 4 ครั้ง / สัปดาห์ ( ) 1-2 ครั้ง / เดือน

### 7. ท่านดื่มนมถั่วเหลืองเพราะเหตุใด (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

( ) ราคาถูก ( ) หาซื้อได้ง่าย  
 ( ) รสชาติอร่อย ( ) มีประโยชน์  
 ( ) อื่นๆระบุ .....

### 9. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ถ้ามีการนำนมถั่วเหลืองมาทดแทนกะทิในแกงเขียวหวาน

( ) เห็นด้วย ( ) ไม่เห็นด้วย ( ) ไม่แน่ใจ

### 10. ท่านจะซื้อผลิตภัณฑ์แกงเขียวหวานที่ทำจากนมถั่วเหลืองหรือไม่

( ) ซื้อแน่นอน ( ) ไม่ซื้อแน่นอน ( ) อาจจะซื้อหรือไม่ซื้อ

ส่วนที่ 3 แบบทดสอบการยอมรับแกงเขียวหวานเพื่อสุขภาพ ที่ใช้นมถั่วเหลืองทดแทนกะทิ  
(9 – Point hedonic scale)

กรุณาทดสอบชิมตัวอย่างแล้วให้คะแนนตรงกับความสุขที่ท่านมีต่อผลิตภัณฑ์มากที่สุด

ระดับความสุข	คะแนน
ชอบมากที่สุด	= 9
ชอบมาก	= 8
ชอบปานกลาง	= 7
ชอบเล็กน้อย	= 6
เฉยๆ	= 5
ไม่ชอบเล็กน้อย	= 4
ไม่ชอบปานกลาง	= 3
ไม่ชอบมาก	= 2
ไม่ชอบมากที่สุด	= 1

คุณลักษณะ

1. สีของน้ำแกง \_\_\_\_\_
2. กลิ่น \_\_\_\_\_
3. รสชาติ \_\_\_\_\_
4. ลักษณะปรากฏ \_\_\_\_\_
5. ความข้นของน้ำแกง \_\_\_\_\_
6. ความชอบโดยรวม \_\_\_\_\_

หมายเหตุ ถ้ามีการวางขายผลิตภัณฑ์แกงเขียวหวานเพื่อสุขภาพที่ใช้นมถั่วเหลืองทดแทนกะทิ  
ที่ท่านชิมในท้องตลาด ท่านจะซื้อผลิตภัณฑ์นี้หรือไม่

( ) ซื้อแน่นอน ( ) ไม่ซื้อแน่นอน ( ) อาจจะซื้อหรือไม่ซื้อ

ข้อเสนอแนะ

.....  
.....

ขอบคุณค่ะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ง  
 สูตรเครื่องแกงเขียวหวาน ตราน้ำพริกแม่บำรุง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## เครื่องแกงเขียวหวาน ทราน้ำพริกแม่บ้าน

ส่วนประกอบ	ร้อยละ
กะปิ	12
พริกชี้หนู	30
ข่า	15
ตะไคร้	15
กระเทียม	17
ผิวมะกรูด	5
เครื่องเทศ	3
เกลือ	3

ผลิตโดย กลุ่มแม่บ้าน บ้านปรก อำเภอเมือง จังหวัด สมุทรสงคราม โทรศัพท์ 034-713132



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## ประวัตินักวิจัย

## ประวัติส่วนตัว

ชื่อ-สกุล นางสาวจิราภรณ์ สิริสัมพันธ์

ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์

## ประวัติการศึกษา

ชื่อย่อปริญญา	สาขา	สถาบันที่จบ	ปีที่จบ
วท.ม.	อาหารและโภชนาการเพื่อการพัฒนา	มหาวิทยาลัยมหิดล	พ.ศ.2545
วท.บ.	เทคโนโลยีอุตสาหกรรมอาหาร	มหาวิทยาลัยแม่โจ้	พ.ศ. 2541

สาขาวิจัยที่มีความชำนาญพิเศษ

1. การเปลี่ยนแปลงของสารอาหารของผลิตภัณฑ์อาหารในกระบวนการผลิต และ
2. ระบบคอลลอยด์ในอาหาร

ทุนการศึกษาและทุนวิจัยที่เคยได้รับ

ปี พ.ศ.	ทุนการศึกษาและทุนวิจัย	สถาบันที่ให้
2551	ทุนวิจัยจากงบประมาณเงินรายได้	คณะอุตสาหกรรมเกษตร สจล.
2552	ทุนวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ	สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้