

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารชีวจิตในเขตกรุงเทพมหานคร
A Study on Consumer Behavior of Shevajit Food in Bangkok

โดย

นางสาวมารีสา ศรีเกียรติศักดิ์

ปท.

๑๕๔๖ ก

๑๕๔๑

เลขหมู่.....

เลขทะเบียน.....๑๗๑๒๘

วัน,เดือน,ปี.....

เสนอ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. ๒๕๔๒

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



1946

ใบรับรองปัญหาพิเศษ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารชีวจิตในเขตกรุงเทพมหานคร

A Study on Consumer Behavior of Shevajit Food in Bangkok

ของ


นางสาวมาริส่า ศรีเกียรติศักดิ์

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร


วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 19 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2542


อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ

 19 / 2 / 2542
(อาจารย์สุภาวดี ปิตทวิคองคา)

กรรมการปัญหาพิเศษ

 19 / 2 / 2542
(อาจารย์ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์)

หัวหน้าภาควิชาฯ

 19 / 2 / 42
(อาจารย์เสาวคนธ์ เลิศกาญจนะ)

15815

ฟพ.

- 7 ส.ย. 2542

24767

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง: การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารชีวจิตในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย: นางสาวมารีสา ศรีเกียรติศักดิ์

ชื่อปริญญา: วิทยาศาสตร์บัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก: บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ: _____, _____

(สุภาวดี ปัตทวิคองคา)

ในปัจจุบันนี้ผู้บริโภคได้ให้ความสนใจเกี่ยวกับเรื่องอาหารเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะกระแสความตื่นตัวเกี่ยวกับอาหารชีวจิต ซึ่งมีต้นตำรับเดิมเป็นอาหารญี่ปุ่น ซึ่งถือว่าเป็นอาหารที่มีคุณค่าสูง มีประโยชน์ต่อร่างกาย และช่วยรักษาโรคต่างๆ ได้ ซึ่งได้ถูกนำมาเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักกันโดยทั่วไป โดยดร.สาทิส อินทรกำแหง ผู้ที่เคยเป็นมะเร็งที่โพรงจมูกแล้วหายขาด ทั้งนี้เนื่องมาจากการบริโภคอาหารชีวจิตและการปฏิบัติตัวตามแนวชีวจิต ทำให้ผู้บริโภคต่างให้ความสนใจเป็นอย่างมาก ประกอบกับในปัจจุบันนี้ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่มีปัญหาเรื่องสุขภาพกันมากขึ้นเนื่องจากอาหารและสิ่งแวดล้อมที่เป็นพิษ จึงทำให้อาหารชีวจิตได้กลายเป็นที่ต้องการสำหรับคนทุกเพศทุกวัยที่ใส่ใจเรื่องสุขภาพ ดังนั้นความต้องการที่จะบริโภคก็มีมากขึ้น ด้วยเหตุนี้จึงทำให้มีผลิตภัณฑ์จำหน่ายเป็นจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด ดังนั้นจึงเป็นเหตุให้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารชีวจิตในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีจุดประสงค์เพื่อที่จะได้ทราบถึงพฤติกรรม ตลอดจนปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการบริโภค และทัศนคติต่างๆต่อการบริโภคอาหารชีวจิตของผู้บริโภค ซึ่งผู้ศึกษาจะกระจ่ายการศึกษาไปตามสถานที่ต่างๆ ดังนี้ สวนลุมพินี สวนจตุจักร สวนธนบุรีรมย์ ร้านอาหารชีวจิต ห้างสรรพสินค้า และซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไป โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบบังเอิญ ซึ่งผลการศึกษาที่ได้จะใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงานของผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด

ผลการศึกษาผู้บริโภคอาหารชีวจิตจำนวน 120 คน ในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี สถานภาพสมรสแล้ว ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพรับราชการ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาท จำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน พฤติกรรมการบริโภคส่วนใหญ่นิยมบริโภคนานๆ ครั้ง และมักจะบริโภคที่บ้าน โดยนิยมลักษณะที่ซื้อส่วนประกอบจากตลาดสดแล้วนำมาประกอบอาหารเอง

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถานที่เลือกซื้อมากที่สุดคือร้านขายอาหารมีชีวิตเพราะสามารถเลือกซื้อได้หลายอย่าง แต่ถ้าผู้บริโภคหาซื้ออาหารมีชีวิตไม่ได้ก็จะซื้ออาหารทั่วไปไปบริโภคแทน ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบบริโภคอาหารมีชีวิตเพราะทำให้สุขภาพดี สาเหตุที่ไม่ชอบบริโภคเพราะหาซื้อยาก ส่วนสื่อต่างๆมีส่วนช่วยมากในการตัดสินใจบริโภคอาหารมีชีวิตของผู้บริโภค ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารมีชีวิตนั้นปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจซื้อคือ คุณค่าทางอาหาร อิทธิพลที่ทำให้บริโภคครั้งแรกคือการลองด้วยตนเอง และถ้าอาหารมีชีวิตมีราคาสูงขึ้นหรือลดลงก็ตามผู้บริโภคก็ยังคงบริโภคปริมาณเท่าเดิม ส่วนสื่อที่ทำให้รู้จักอาหารมีชีวิตมากที่สุดคือ โทรทัศน์ นอกจากนี้ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่จะเชื่อกับคำกล่าวที่ว่าอาหารมีชีวิตมีคุณค่าทางอาหารมากกว่าอาหารทั่วไปทำให้ร่างกายแข็งแรงป้องกันโรค ช่วยรักษาโรคบางชนิด ช่วยชะลอความแก่ ส่วนผลที่เกิดขึ้นกับร่างกายหลังการบริโภคแล้วผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่จะมีสุขภาพแข็งแรงขึ้น และในบางคนสามารถรักษาโรคบางชนิดได้

สำหรับสรุปและข้อเสนอแนะในการศึกษามีทั้งหมด 4 ประการ ได้แก่ ประการแรก ด้านผลิตภัณฑ์ ถ้าเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปควรมีการปรับปรุงเรื่องรสชาติ ส่วนผลิตภัณฑ์กึ่งสำเร็จรูปควรมีการปรับปรุงทางด้านมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ ให้มีคุณภาพเหมาะสมกับราคารวมถึงในบรรจุภัณฑ์ควรมีสลากบอกรวบรวมวิธีการประกอบอาหารเพื่อความสะดวกของผู้บริโภค ประการที่สองด้านราคา ควรจะมีการตั้งราคาให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นเพราะอาหารมีชีวิตโดยส่วนใหญ่มักมีราคาสูงกว่าอาหารโดยทั่วไป ผู้บริโภคที่มีรายได้น้อยกว่าจะสามารถซื้อบริโภคได้ ประการที่สามด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรมีการกระจายผลิตภัณฑ์สู่ผู้บริโภคอย่างทั่วถึงมากยิ่งขึ้น เพื่อความสะดวกในการหาซื้อได้ง่ายขึ้น และประการที่สี่ด้านการส่งเสริมการขาย ควรใช้สื่อโฆษณาให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้นเพื่อให้ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจมากยิ่งขึ้น โดยใช้สื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และอื่นๆ

คำนิยม

ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จเรียบร้อยได้อย่างสมบูรณ์ก็ด้วยความกรุณาของอาจารย์ทั้งสองท่านคือ อาจารย์สุภาวดี ปัตทวิทงคา อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์ กรรมการปัญหาพิเศษ ซึ่งท่านทั้งสองได้ให้คำแนะนำต่างๆ รวมถึงช่วยตรวจสอบแก้ไขข้อผิดพลาดต่างๆ จนทำให้ปัญหาพิเศษฉบับนี้เสร็จสิ้นอย่างสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ต้องขอขอบคุณผู้บริโภครุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถาม หรือการให้คำแนะนำในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัญหาพิเศษฉบับนี้ ซึ่งถ้าหากไม่มีทุกท่านเหล่านี้ คงจะไม่มีปัญหาพิเศษฉบับนี้เช่นเดียวกัน และที่สำคัญต้องขอขอบคุณเพื่อนๆ และน้องๆ ทุกคน ที่คอยให้กำลังใจ และคอยช่วยเหลือในทุกๆ เรื่องตลอดมาจนการทำปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จลง

สุดท้ายนี้ต้องขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ที่เลี้ยงดูจนเติบโตและให้โอกาสทางการศึกษาแก่ผู้เขียนตลอดจนคอยสนับสนุนทางด้านกำลังใจ และทุนทรัพย์ นอกจากนี้ต้องขอขอบคุณพี่ชายที่เป็นผู้คอยผลักดันให้ผู้เขียนมีความพยายาม อดทน จนทำให้ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จเรียบร้อยด้วยดี

มาริสา ศรีเกียรติศักดิ์
มีนาคม 2542

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(4)
สารบัญภาพ	(6)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
ขอบเขตการศึกษา	2
นิยามศัพท์	3
การตรวจเอกสาร	4
วิธีการศึกษา	7
การเก็บรวบรวมข้อมูล	7
การวิเคราะห์ข้อมูล	8
สมมติฐานของการศึกษา	8
บทที่ 2 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับชีวิต	9
การปฏิบัติตามแนวชีวิต	9
ลักษณะของอาหารชีวิต	10
หลักของแมคโครไบโอดิกส์	10
หลักการบริโภคอาหารแมคโครไบโอดิกส์	10
อาหารตามแนวแมคโครไบโอดิกส์และชีวิต	12
อาหารชีวิต	13
อาหารที่ควรงด	14
การเตรียมตัวก่อนการบริโภคอาหารชีวิตภายใน 14 วัน	14
ตัวอย่างอาหารชีวิต	15
น้ำอาร์.ซี.	16

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการเรียนการสอนเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อเสนอเพิ่มเติมเกี่ยวกับอาหาร	24
การตลาดของอาหารชีวจิต	25
สภาพการตลาดและการแข่งขัน	25
กลุ่มเป้าหมาย	26
ส่วนผสมทางการตลาด	26
แนวโน้มในอนาคต	28
บทที่ 3 ผลการศึกษาและผลการทดสอบสมมติฐาน	30
ผลการศึกษา	30
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภคร	30
ตอนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคอาหารชีวจิต	34
ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารชีวจิต	42
ตอนที่ 4 ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารชีวจิต	46
ผลการทดสอบสมมติฐาน	50
สมมติฐานข้อที่ 1	50
สมมติฐานข้อที่ 2	52
สมมติฐานข้อที่ 3	53
บทที่ 4 สรุปและข้อเสนอแนะ	56
สรุป	56
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภคร	56
พฤติกรรมการบริโภคอาหารชีวจิต	57
ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารชีวจิต	57
ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารชีวจิต	57
ข้อเสนอแนะ	58
ด้านผลิตภัณฑ์	58
ด้านราคา	58
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	59

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(3)

หน้า

ด้านการส่งเสริมการตลาด

59

เอกสารอ้างอิง

60

ภาคผนวก

62

ภาคผนวก ก.

63

ภาคผนวก ข.

69

ภาคผนวก ค.

73



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ผู้บริโภคนำแนกตามเพศ	30
2	ผู้บริโภคนำแนกตามอายุ	31
3	สถานภาพของผู้บริโภค	32
4	ระดับการศึกษาของผู้บริโภค	32
5	ผู้บริโภคนำแนกตามอาชีพ	33
6	ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภค	33
7	จำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้บริโภค	34
8	ความถี่ในการบริโภคอาหารชีวจิตของผู้บริโภค	35
9	ลักษณะของอาหารชีวจิตที่ผู้บริโภคนิยมซื้อ	35
10	แหล่งที่ผู้บริโภคนิยมซื้อ	36
11	เหตุผลที่ผู้บริโภคซื้ออาหารชีวจิตจากแหล่งที่ผู้บริโภคนิยมซื้อ	37
12	อาหารที่ผู้บริโภคจะเลือกซื้อบริโภคเมื่อซื้ออาหารชีวจิตไม่ได้	38
13	ความถี่ในการบริโภคของผู้บริโภคถ้ามีร้านอาหารชีวจิตกระจายอยู่ทั่วไปมากขึ้น	38
14	การบริโภคน้ำอาร์.ซี.ของผู้บริโภค	39
15	สถานที่ที่ผู้บริโภคนิยมบริโภคอาหารชีวจิต	39
16	เหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคนิยมบริโภคอาหารชีวจิต	40
17	เหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคนิยมไม่บริโภคอาหารชีวจิต	41
18	ความถี่ในการบริโภคอาหารชีวจิตของผู้บริโภคเมื่อมีการแก้ไขสาเหตุที่ทำให้ไม่ชอบบริโภค	41
19	ความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อต่างๆ ที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจบริโภค	42
20	จำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้บริโภคที่บริโภคอาหารชีวจิต	43
21	เหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคนิยมบริโภคอาหารชีวจิตครั้งแรก	43
22	ปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้พิจารณาในการซื้ออาหารชีวจิต	44
23	สื่อที่ทำให้ผู้บริโภครู้จักอาหารชีวจิต	45
24	ปริมาณการบริโภคของผู้บริโภคเมื่ออาหารชีวจิตมีราคาสูงขึ้น	45
25	ปริมาณการบริโภคของผู้บริโภคเมื่ออาหารชีวจิตมีราคาลดลง	46

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น ไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์อื่นใดได้

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่		หน้า
26	ความคิดเห็นของผู้บริโภคอาหารชีวจิตในเรื่องต่างๆ	47
27	ความคิดเห็นของผู้บริโภคอาหารชีวจิตต่อกำกล่าวต่อไปนี้	48
28	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้บริโภคเกี่ยวกับอาหารชีวจิต	49
29	การเปลี่ยนแปลงกับร่างกายของผู้บริโภคหลังจากที่บริโภคอาหารชีวจิต	49
30	ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการบริโภคกับรู้สึกรู้สึกว่าการดูแลสุขภาพเป็นสิ่งสำคัญ	51
31	ค่าสถิติที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1	51
32	ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการบริโภคอาหารชีวจิตและราคา	52
33	ค่าสถิติที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2	53
34	ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการบริโภคอาหารชีวจิตและการกระจายร้านอาหารชีวจิตให้มากขึ้น	54
35	ค่าสถิติที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3	54
36	แสดงค่าไคลส์แควร์ (X^2) ณ ระดับความมีนัยสำคัญต่างๆ	73

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	หน่วยของสารอาหาร	18
2	ช่องทางการจำหน่าย	27



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ในปัจจุบันนี้คนไทยกำลังประสบปัญหาอย่างมากเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพซึ่งทั้งนี้สาเหตุสำคัญเนื่องมาจากเรื่องอาหารที่บริโภคเข้าไปในแต่ละวัน คือเรื่องอาหารที่เป็นพิษ อย่างเช่นผักที่ใช้ยาฆ่าแมลง นอกไปจากนั้นยังมีพวกอาหารซึ่งมีสารที่ทำให้บูดเน่า สารที่ทำให้อาหารมีสีสวย เช่น ลูกชิ้นจะมีสารที่ทำให้กรอบ สารเหล่านี้ล้วนเป็นพิษ และอันตรายมากนอกจากนี้ยังมีสารที่ปนมากับผักและผลไม้ต่างๆที่บริโภคเข้าไป เช่น ยาปราบศัตรูพืช ยาฆ่าแมลง โดยที่ผู้บริโภคไม่สามารถรับรู้และไม่มีทางเลือก จึงบริโภคเข้าไปและส่งผลถึงสุขภาพ ในที่สุดก็เจ็บป่วยเป็นโรคตามมามากมาย

จากปัญหาดังกล่าวที่เกิดขึ้นประกอบกับกระแสความตื่นตัวของผู้บริโภคโดยทั่วไปเกี่ยวกับธรรมชาติบำบัดหรือการใช้ชีวิตแบบธรรมชาติ (ตามแนวทางชีวิต) ได้เข้ามาโดยผ่านทางสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และสื่อต่างๆ ทำให้ผู้บริโภคต่างให้ความสนใจเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะอาหารชีวิต ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการใช้ชีวิตในทางชีวิต และเป็นคำตอบสำหรับคำถามที่ว่าบริโภคอย่างไรที่จะเป็นประโยชน์ต่อร่างกาย นอกจากนี้ยังช่วยรักษาโรคบางชนิดได้ด้วย ทั้งนี้ได้นำมาเผยแพร่เป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางโดย ดร.สาทิส อินทรกำแหง ซึ่งท่านได้เปิดเผยจากประสบการณ์ตรงของท่าน ท่านบริโภคและปฏิบัติตามแนวทางชีวิต ในอดีตนั้นท่านเป็นผู้ที่โรคมะเร็งร้ายเคยคุกคามชีวิตของท่านมาแล้ว และท่านก็สามารถเอาชนะโรคมะเร็งที่โพรงงมูกได้อย่างเด็ดขาดด้วยอาหารที่ท่านบริโภคเข้าไปมิใช่ยา ตอนนีสุขภาพของท่านแข็งแรง นอกจากนี้ใบหน้าของท่านยังดูอ่อนกว่าวัยอีกด้วย จึงทำให้อาหารชีวิตดูเหมือนเป็นที่ต้องการสำหรับผู้บริโภคทั่วไปไม่เฉพาะผู้ป่วยด้วยโรคต่างๆ แต่ยังเป็นที่ต้องการสำหรับผู้ที่ต้องการมีสุขภาพดีและผู้ที่อยากชะลอความแก่อีกด้วย อาหารชีวิตไม่เหมือนอาหารมังสวิรัต เพราะยังต้องการโปรตีนจากกุ้ง หอย ปู ปลา และจากถั่วเหลือง สำหรับเด็กๆที่อายุยังน้อยก็เห็นว่าต้องให้ร่างกายได้โปรตีนจากพืชมากขึ้น ส่วนข่าวทั่วไปที่บริโภคแนะนำให้ผู้บริโภคข้าวกล้องหรือข้าวซ้อมมือเป็นต้น ซึ่งผลจากการเผยแพร่ความรู้ให้กับประชาชน ทำให้ประชาชนจำนวนมากให้ความสนใจ และต้องการคำแนะนำในการบริโภค และปฏิบัติตัวตามแนวดำรงชีวิตแบบชีวิตมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาดูเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า จนมีการจัดตั้งเป็นชมรมชีวิตขึ้นโดย ดร.สาทิส อินทรกำแหง เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของบุคคลดังกล่าวและให้บุคคลโดยทั่วไปได้สังเกตเห็นความสำคัญเรื่องอาหารมากยิ่งขึ้น เพราะเป็นจุดเริ่มของการมีสุขภาพที่ดี ปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ พยายามหลีกเลี่ยงอาหารที่ไม่มีประโยชน์ ทั้งนี้ การที่จะได้ผลดีหรือไม่ มากน้อยเพียงใดต้องอาศัยความเข้าใจอย่างถูกต้องในการบริโภคและการดำรงชีวิตตามแนวทางชีวิตของแต่ละคนด้วย

การที่ผู้บริโภคต่างให้ความสนใจกับเรื่องอาหารชีวิตมากยิ่งขึ้นจนทำให้ผู้บริโภคบางคนเปลี่ยนมาบริโภคอาหารชีวิตเป็นอาหารแต่ละมื้อในชีวิตประจำวัน ทำให้ผู้ศึกษาเห็นว่าควรจะศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารชีวิต ปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคและทัศนคติความคิดเห็นของผู้บริโภคอาหารชีวิต โดยจะศึกษาเฉพาะผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารชีวิตในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารชีวิตในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคอาหารชีวิตในเขตกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถรับรู้ และเข้าใจในพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารชีวิตมากขึ้น
2. ทำให้ทราบปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารชีวิต
3. ทำให้ทราบทัศนคติของผู้บริโภคอาหารชีวิต
4. เพื่อใช้เป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคตลอดจนปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคและทัศนคติของผู้บริโภคอาหารชีวิต โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างประชากรที่เป็นผู้บริโภคอาหารชีวิตเท่านั้นโดยไม่จำกัดเพศและวัย นอกจากนี้ผู้ศึกษาจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลและประเมินผลจากแบบสอบถามจำนวน 120 ตัวอย่างเพื่อให้เหมาะสมกับเวลาและงบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัด ซึ่งเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การสอบถามผู้บริโภคอาหารชีวจิตในครั้งนี้ได้มีการกระจายการศึกษาไปตามสถานที่ต่างๆ ของเขตกรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์

แมคโครไบโอดิกส์ (macrobiotics) มาจากการรวมคำว่า แมคโคร (macro) ซึ่งเป็นภาษากรีก แปลว่ายิ่งใหญ่หรือยืนยาว และไบโอ (bio) แปลว่าชีวิต เมื่อรวมกันจึงหมายถึงวิถีชีวิตที่ยิ่งใหญ่ หรือความมีอายุยืนยาว (สาทิส, 2541ง)

อาหารแมคโครไบโอดิกส์ หมายถึง อาหารที่เป็นธรรมชาติที่สุดที่ยังไม่ได้ดัดแปลง ไม่ว่าจะ ข้าวไทย ข้าวฝรั่ง ข้าวสาลี ข้าวบาร์เลย์ ข้าวโอ๊ต ก็เป็นข้าวทั้งเปลือก ถั่วก็เป็นถั่วทั้งเปลือก ผักก็เป็นผักทั้งหัวและเปลือก ถ้าเป็นอาหารเมล็ดก็ต้องไม่ได้เอาเมล็ดนั้นไปขัดขาวเป็นแป้งนั่นเอง (สาทิส, 2541ง)

อาหารชีวจิต หมายถึง อาหารแบบเดียวกับอาหารแมคโครไบโอดิกส์ ที่นำมาปรับให้เข้ากับอาหารของคนไทย ต้นตำรับเดิมของอาหารประเภทนี้เป็นอาหารแบบญี่ปุ่นซึ่งเชื่อกันว่าให้ผลดีอย่างมากต่อสุขภาพ และการรักษาโรคร้ายต่างๆ (สาทิส, 2541ก)

พฤติกรรมผู้บริโภค (consumer behavior) หมายถึง การกระทำของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับ และการใช้สินค้าหรือบริการทางเศรษฐกิจ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อนและเป็นตัวกำหนดให้เกิดการกระทำต่างๆ ขึ้น ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้จะศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคอาหารชีวจิตต่างๆ

ทัศนคติ (attitude) หมายถึง ความรู้สึกหรือความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดโดยความคิดเห็นเหล่านี้จะมีผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลนั้น และในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้ศึกษาจะศึกษาถึงความคิดเห็นของผู้บริโภคอาหารชีวจิตต่อข่าวที่ว่าอาหารชีวจิตสามารถรักษาโรคและช่วยชะลอความแก่ได้ และความคิดที่ทำให้ตัดสินใจบริโภคอาหารชีวจิต

ชีวจิต หมายถึง ร่างกายและจิตใจ (ชีวหมายถึงร่างกาย และ จิตหมายถึงจิตใจ)

การใช้ชีวิตแบบธรรมชาติหรือในทางชีวจิต หมายถึง การปรับตัวให้เข้ากับธรรมชาติ และยึดธรรมชาติเป็นหลักในการดำรงชีวิต ซึ่งในที่นี่จะศึกษาในส่วนของกรบริโภคอาหารชีวจิต

การตรวจเอกสาร

ศรีสมร คงพันธุ์ และ มณี สุวรรณพ่อง (2526) กล่าวถึงข้อแตกต่างและเหตุผลในการบริโภคอาหารมังสวิรัตินี้และอาหารเจ โดยผู้บริโภคอาหารมังสวิรัตินี้ไม่มีปัญหาในการบริโภคเท่ากับผู้บริโภคอาหารเจ เพราะอาหารเจมีข้อห้ามหลายประการคือ ห้ามบริโภคผักมีกลิ่น เช่น กระเทียม ห้ามบริโภคนมและไข่ สามารถบริโภคได้เพียงแต่ผัก ผลไม้และแป้งเท่านั้น โดยใช้แป้งทำเป็นอาหารเนื้อสัตว์เทียม เช่น ขาหมู ขาไก่ ไส้หมู เป็นต้น ผู้บริโภคอาหารมังสวิรัตินี้ส่วนใหญ่จะบริโภคกันตลอดชีวิต บางคนบริโภคเฉพาะวันพระ หรือบางคนบริโภคเพราะโรคบังคับต้องบริโภคมังสวิรัตินี้แต่ผู้บริโภคอาหารเจจะบริโภคกันเฉพาะในช่วงเทศกาลเป็นเวลา 10 วันเท่านั้น จึงไม่มีปัญหาด้านโภชนาการเกิดขึ้น

นิรนาม (2536) การบริโภคอาหารเจของชาวจีนเป็นอีกลักษณะหนึ่งของการบริโภคอาหารมังสวิรัตินี้ แต่มีข้อกำหนดเพิ่มเติมเข้าไปอีก เช่น ไม่ให้ใช้เครื่องปรุง เครื่องเทศที่มีกลิ่นจัดหรือการบริโภคอาหารของกลุ่มแมโครไบโอติกส์ (macrobiotics) ก็มีหลายขั้นตอนเช่น ขั้นแรกจะไม่บริโภคเนื้อสัตว์แต่ยังบริโภคพวกปลาต่างๆได้ และจะค่อยๆเพิ่มความเคร่งครัดขึ้นไปเรื่อยๆ จนถึงขั้นสุดท้ายจะเหลือแต่ผักและผลไม้เท่านั้น การบริโภคอาหารมังสวิรัตินี้โดยทั่วไป จะถือว่าสัตว์ทุกชนิดไม่ว่าจะเป็นสัตว์น้ำหรือสัตว์บก ต่างก็เป็นสิ่งมีชีวิตซึ่งจะอยู่ในข้อห้ามของผู้บริโภคอาหารมังสวิรัตินี้แล้ว รวมทั้งผลิตภัณฑ์ที่ได้จากสัตว์น้ำต่างๆ เช่น กะปิ น้ำปลา ฯลฯ ยกเว้นผู้บริโภคอาหารมังสวิรัตินี้บางกลุ่มที่มีการอนุโลมให้บริโภคปลาที่มีกระดูกได้

นิรนาม (2541) กล่าวถึงหลักการทำน้ำอาร์.ซี. โดยสามารถซื้อวัตถุดิบไปต้มบริโภคเองที่บ้านได้ โดยมีหลักอยู่ 4 ข้อคือ ข้อที่ 1 ใช้คาร์โบไฮเดรตบริสุทธิ์ผสมกันรวมๆหลายอย่างให้เป็นคอมเพล็กซ์คาร์โบไฮเดรต ข้อที่ 2 ใช้วิธีต้มเอาแต่น้ำมาต้มเพื่อให้ได้เฉพาะกลูโคสที่ดีไม่มีแป้งปนเหมือนการปั่นนอกจากนี้ยังไม่มีส่วนของกากมาปนอยู่ด้วย ข้อที่ 3 เลือกใช้เฉพาะอาหารประเภทที่มีดีออกซีไรโบนิวคลีอิกแอซิก (Deoxyribonucleic Acid: DNA) และ ไรโบนิวคลีอิกแอซิก (Ribonucleic Acid: RNA) ข้อที่ 4 เลือกอาหารกลุ่มที่มีแร่ธาตุซึ่งส่วนผสมได้แก่ ข้าวซ้อมมือ 2 กำมือ ข้าวแดงหรืออาจจะเป็นข้าวมันปู 2 กำมือ ข้าวบาร์เลย์ 1 กำมือ ข้าวเหนียวซ้อมมือ 2 กำมือ ข้าวสาลี 1 กำมือ ข้าวฟ่าง 1 กำมือ ลูกเดือย 1 กำมือ ลูกบัว 1 กำมือ ข้าวโอ๊ต 1 กำมือ น้ำ 2 ลิตร

วิธีทำมีดังต่อไปนี้ คือ

ขั้นตอนที่ 1 ให้นำข้าวที่มีเปลือกแข็งที่สุด คือข้าวสาลี ข้าวบาร์เลย์ ลูกเดือย และลูกบัว อย่างละ 1 กำมือ ต้มกับน้ำ 2 ลิตร ต้มจนเดือด (ครั้งที่ 1)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขั้นตอนที่ 2 ใส่ข้าวซ้อมมือ ข้าวเหนียวซ้อมมือ และข้าวแดงหรือข้าวมันปู อย่างละ 2 กำมือ ตามลงไป ต้มให้เดือด (ครั้งที่ 2)

ขั้นตอนที่ 3 ให้ใส่ข้าวโอ๊ตตามลงไปอีก 1 กำมือ ต้มให้เดือดอีกครั้งปิดไฟให้ข้าวต่างๆ นอนกัน แล้วตักแต่น้ำใส่ๆ คั้นขณะยังร้อน แต่หากต้องการเพิ่มคุณค่าทางอาหารจะโรยงาดำป่น และจมูกข้าวสาลีหรือวีทเจอร์ม (Wheat Germ) ลงไปด้วยก็ได้ ส่วนข้าวที่เหลือก้นหม้อต้มต่อแล้ว นำมาบริโภคนเป็นข้าวต้มตอนเช้าได้เลยหรือจะนำไปดองไฟให้แห้งเป็นข้าวสวยก็ได้

สง่า คามาพงษ์ (2541) ได้เขียนไว้ว่าคนเราจะดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างปกติสุขก็ด้วยการบริโภคอาหารที่ถูกต้องเพียงพอ อยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี หมั่นออกกำลังกาย และผ่อนคลายจิตใจ โดยเฉพาะการบริโภคอาหารนั้นถ้าร่างกายอยู่ในสภาวะปกติไม่เจ็บไข้ได้ป่วย ก็ไม่มีความจำเป็นอันใดเลยที่จะต้องเสาะหาอาหารพิเศษต่างๆ มาบริโภคตามกระแสโฆษณาชวนเชื่อ เพียงแต่หมั่นใส่ใจให้ความสำคัญต่อการบริโภคอาหารแต่ละมื้อ โดยบริโภคให้ครบ 5 หมู่ แต่ละหมู่บริโภคให้หลากหลายอย่างบริโภคอาหารชนิดใดชนิดหนึ่งซ้ำๆ เพราะเสี่ยงต่อการเป็นโรคขาดสารอาหาร เนื่องจากไม่มีอาหารชนิดใดชนิดเดียวที่จะให้สารอาหารครบทั้ง 5 อย่าง นอกจากนี้หากบริโภคอาหารที่หนักไปทางประเภทข้าว แป้ง น้ำตาลและไขมันเป็นประจำ ก็เสี่ยงต่อการเกิดโรคอ้วนได้ ในน้ำผักหรือน้ำผลไม้มีคุณค่าทางโภชนาการในแง่มีสารอาหารประเภทแร่ธาตุ และวิตามิน แต่มีโปรตีน คาร์โบไฮเดรต และไขมันน้อยส่วนน้ำอาร์.ซี. แม้จะให้สารอาหารต่างๆ ครบถ้วนกว่า และให้คุณค่าทางโภชนาการของสารอาหารดังกล่าวข้างต้นมากกว่า แต่ก็ไม่ควรบริโภคเป็นอาหารหลัก หากผู้บริโภครายใดบริโภคน้ำผัก หรือน้ำอาร์.ซี. เป็นประจำในปริมาณมากๆ โดยบริโภคอาหารมื้อหลักไม่เพียงพอ จะด้วยเหตุผลใดก็ตามแล้วแต่จะทำให้ร่างกายได้รับสารอาหารไม่ครบถ้วน นาน ๆ เข้าจะเกิดภาวะขาดสารอาหารที่จำเป็นบางอย่างได้

สาทิส อินทรกำแหง (2541 ก) ได้เขียนบทความไว้ว่าการปฏิบัติตามแนวชีวิตจะมุ่งไปในด้านการสร้างสุขภาพและใจก่อน โดยการใช้อาหารสุขภาพ การใช้เครื่องอุปโภคที่มาจากธรรมชาติหรือใกล้กับธรรมชาติมากที่สุดที่จะทำได้ ในขณะที่เดียวกัน ชีวิตความเป็นอยู่ก็ต้องไปตามธรรมชาติ คือใช้ชีวิตที่บริสุทธิ์และเรียบง่าย และโดยเหตุที่สังคมปัจจุบันได้เปลี่ยนไป ยึดเรื่องวัตถุนิยมมากมายเหลือเกิน จึงควรพยายามละเรื่องวัตถุนิยมให้มากที่สุดที่จะทำได้ สิ่งไหนที่จะเปลี่ยนความหลงผิดของสังคมได้ก็ให้เปลี่ยน ถ้าเปลี่ยนไม่ได้ก็อย่าไปยึดติดกับสังคมนั้น ชีวิตที่เป็นไปตามธรรมชาติ จะเป็นชีวิตที่มีอายุยืน แข็งแรงมีความสุขสดชื่นตลอดเวลา ชีวิตในสังคมปัจจุบันไม่เป็นเช่นนั้น บางคนอาจจะอายุยืนแต่สุขภาพอ่อนแอ ร่างกายเต็มไปด้วยความเจ็บปวดทรมาน สมองและสติปัญญาไม่สมประกอบ ความจำลอะเลือน นี้ไม่ใช่อายุยืนตามทัศนะของชีวิต เมื่อมีการปฏิบัติทางกายแล้ว ก็ต้องมีการปฏิบัติทางใจด้วย ในด้านจิตใจ เป้าหมายที่สำคัญไม่ว่ากรรมใดทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่สุดคือความสงบ ความสงบทางกายซึ่งอาศัยธรรมชาติเป็นปัจจัยจะทำให้เกิดความสงบทางใจ เกิดปัญญา มองเห็นสังขารของโลกและชีวิตนั่นเอง

สาทิส อินทรกำแหง (2541 ข) ได้เขียนไว้ในบทความกล่าวไว้ว่าเราสามารถจะสร้างเซลล์ ที่กำลังจะเสื่อมนั้นให้กระปรี่ประเปร่าหรือเป็นหนุ่มเป็นสาวขึ้นมาได้ ถ้าหากมีการให้อาหารหรือยา ที่ถูกแก่นิวเคลียสของเซลล์อาหารหรือยาที่ถูกนั้นก็คือ DNA และ RNA นั่นเอง ถ้าร่างกายได้ DNA และ RNA ที่ถูกต้อง อย่างน้อยประมาณวันละ 1.5 กรัม ทุกวัน รับรองว่าร่างกายจะแข็งแรงและเป็นหนุ่มเป็นสาวขึ้นกว่าเดิมถึง 10 หรือ 15 ปี อาหารที่ประกอบไปด้วย DNA และ RNA ก็คือข้าวซ้อมมือ จมูกข้าวซึ่งใช้ได้ทั้งจมูกข้าวสาลีและข้าวธรรมดา รำข้าว ผักโขม หน่อไม้ฝรั่ง เห็ดทุกชนิดแต่เห็ดหอมสดดีที่สุด ปลาทะเลโดยเฉพาะอย่างยิ่งปลาซาร์ดีนและปลา แซลมอน ดับไก่อ (ไก่ที่เลี้ยงแบบปัจจุบันใช้ไม่ได้ สารพิษมากมาย ต้องใช้ไก่อบ้านหรือไก่อป่า) ข้าวโอ๊ต ข้าวหอม อาหารดังกล่าวนี้จะได้ผลดียิ่งขึ้น ถ้าตามด้วยผลไม้หรือน้ำคั้นจากผักต่างๆวัน ละหนึ่งแก้ว การคั้นน้ำผลไม้หรือน้ำจากผักนั้น คั้นด้วยวิธีธรรมชาติ โดยการหั่นละเอียดแล้วตำ และบีบด้วยผ้าขาวบางสะอาดเป็นดีที่สุด อย่าใช้เครื่องปั่นไฟฟ้าหรือต้มเอาน้ำ ใช้ไม่ได้ เพราะน้ำ ผลไม้หรือน้ำผักนั้นเราต้องการเอนไซม์สดจากผักและผลไม้ เอนไซม์จะตายถ้าด้วยความร้อนหรือ กระแสไฟฟ้า และแม่เหล็ก ยกเว้นเครื่องปั่นผักผลไม้ที่มีประสิทธิภาพซึ่งแยกกากไปทาง แยกน้ำ ไปทางใช้ได้ แต่มีราคาแพง ในขณะเดียวกัน เมื่อมีอาหารดังกล่าวครบถ้วนแล้วก็ต้องจัดสัดส่วน อาหารให้ถูกต้องด้วย ความสำคัญของอาหารนั้นมีอยู่ 2 ประการคือ

1. ต้องบริโภคอาหารให้ครบถ้วน
2. ต้องมีสัดส่วนที่ถูกต้อง และสำหรับสัดส่วนของอาหาร และวิธีบริโภคให้ถูกต้องนั้น

แนะนำวิธีของแมคโครไบโอติกส์และวิธีของชีวจิต

สาทิส อินทรกำแหง (2541 ค) ได้เขียนบทความไว้ในนิตยสารไว้ว่า หัวใจสำคัญของ ชีวจิตอยู่ที่การทำความเข้าใจเรื่องภูมิชีวิต โดยมีหลักการง่ายๆว่า ถ้าภูมิชีวิตของเราดี เราก็ไม่ป่วย แต่ถ้าเราป่วย นั่นหมายถึงภูมิชีวิตของเราไม่ดี ก่อนนั้นเรารู้จักภูมิชีวิตกันในนามของภูมิต้านทาน ซึ่งหมายถึงระบบป้องกันทั้งหมดของร่างกาย ที่ทำหน้าที่ป้องกันไม่ให้สารหรือสิ่งมีชีวิตซึ่งมี อันตรายและอยู่นอกร่างกายเข้ามาในร่างกายได้ กับทำลายหรือไล่สิ่งที่มีอันตรายต่อร่างกายให้ หหมดไป ในระยะหลังๆความสนใจเรื่ององค์รวมของร่างกายมีมากขึ้น แพทย์และนักวิทยาศาสตร์ จึงพบว่าภูมิต้านทานไม่ใช่ระบบอิสระ หากแต่จะต้องพึ่งพาการทำงานทั้งหมดของร่างกาย และระบบต่างๆที่มีอยู่ในร่างกายของคนเราด้วย ซึ่งเมื่อลองลึกลงไปในรายละเอียดก็พบว่า ระบบที่มีความสำคัญต่อภูมิชีวิตมากที่สุดก็คือ ระบบย่อยหรือระบบที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคของคนเรานั้นเอง นี่เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาในครั้งนี้ผู้ศึกษาจะเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งปฐมภูมิและทุติยภูมิจากแหล่งต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ได้จากการรวบรวมข้อมูลโดยการออกแบบสอบถามผู้บริโภคาหารชีวิตในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้

1.1 การสร้างแบบสอบถาม แบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาเพื่อใช้ในการศึกษานี้ประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 4 ตอนคือ ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค พฤติกรรมการบริโภค ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภค และทัศนคติในการบริโภค เมื่อสร้างแบบสอบถามแล้วจะทำการทดสอบแบบสอบถาม (pretest) จำนวน 10 ชุด เพื่อเปลี่ยนแปลงแก้ไขให้มีความเหมาะสมและให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและตรงตามวัตถุประสงค์มากยิ่งขึ้น

1.2 การสุ่มตัวอย่างเพื่อการสัมภาษณ์ตามแบบสอบถาม โดยมีตัวอย่างประชากรที่ทำการศึกษาจำนวน 120 ตัวอย่าง นอกจากนี้การสัมภาษณ์ผู้บริโภคจะใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบบังเอิญ (accidental sampling) โดยกระจายการศึกษาไปตามสถานที่ต่างๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร ดังต่อไปนี้

1.2.1 สวนลุมพินี

1.2.2 สวนจตุจักร

1.2.3 สวนธนบุรีรมย์

1.2.4 ร้านขายอาหารชีวิต

1.2.5 ห้างสรรพสินค้า

1.2.6 ซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไป

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ได้จากการรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ เอกสารวารสาร และสิ่งพิมพ์ต่างๆ ทั้งที่เป็นของหน่วยงานรัฐบาลและเอกชน เช่น หอสมุดแห่งชาติ หอสมุดสถาบันการศึกษาต่างๆ หอสมุดของหนังสือพิมพ์ต่างๆ เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นจะนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาทำการวิเคราะห์ ซึ่งวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้มี 2 วิธีคือ

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive analysis) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยทำการเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กับตัวแปรต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการบริโภครวมทั้งปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคและทัศนคติของผู้บริโภคอาหารชีวจิต
2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (quantitative analysis) เป็นการนำเสนอข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งนำมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติโดยเสนอผลการวิเคราะห์และทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป (SPSS)

สมมติฐานของการศึกษา

1. H_0 : รู้สึกว่าการดูแลสุขภาพเป็นสิ่งสำคัญเป็นอิสระต่อความถี่ในการบริโภคอาหารชีวจิต
 H_1 : ความถี่ในการบริโภคอาหารชีวจิตกับรู้สึกว่าการดูแลสุขภาพเป็นสิ่งสำคัญ มีความสัมพันธ์กัน
2. H_0 : ราคาไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการบริโภคอาหารชีวจิต
 H_1 : ราคามีความสัมพันธ์กับความถี่ในการบริโภคอาหารชีวจิต
3. H_0 : การกระจายร้านอาหารชีวจิตให้มากขึ้นเป็นอิสระต่อความถี่ในการบริโภคอาหารชีวจิต
 H_1 : การกระจายร้านอาหารชีวจิตให้มากขึ้นสัมพันธ์กับความถี่ในการบริโภคอาหารชีวจิต

บทที่ 2

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับชีวจิต

ชีวจิต คือ ร่างกายและจิตใจ จุดประสงค์ของชีวจิต คือ ความสุขสมบูรณ์ทั้งกายและใจ โดยยึดเอาวิถีปฏิบัติและความคิดในแนวธรรมชาติเป็นหลัก ในด้านของร่างกายและจิตใจนั้นชีวจิตถือว่าเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ร่างกายมีผลต่อจิตใจ และจิตใจก็มีผลต่อร่างกายด้วย ดังนั้น ความสมบูรณ์ที่แท้จริงจึงขึ้นอยู่กับความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของร่างกาย (สาทิส, 2541ก: 8)

การปฏิบัติตามแนวชีวจิต

จะมุ่งไปในด้านการสร้างสุขภาพและใจก่อน โดยการใช้อาหารสุขภาพ การใช้เครื่องอุปโภคที่มาจากธรรมชาติหรือใกล้เคียงธรรมชาติมากที่สุด ในขณะที่เดียวกันชีวิตความเป็นอยู่ก็ต้องไปตามธรรมชาติคือใช้ชีวิตที่บริสุทธิ์และเรียบง่าย และเหตุที่สังคมปัจจุบันได้เปลี่ยนไปยึดเรื่องวัตถุนิยมมากจึงควรพยายามละเรื่องวัตถุนิยมให้มากที่สุด ชีวิตที่เป็นไปตามธรรมชาติจะเป็นชีวิตที่มีอายุยืนแข็งแรง มีความสุขสดชื่นตลอดเวลา แต่ชีวิตในสังคมปัจจุบันไม่เป็นเช่นนั้น ร่างกายเต็มไปด้วยความเจ็บปวด สมอและสติปัญญาไม่สมประกอบ นี้ไม่ใช่อายุยืนตามทัศนะของชีวจิต นอกจากนี้เมื่อมีการปฏิบัติทางกายแล้วก็ต้องมีการปฏิบัติทางใจด้วย ในด้านจิตใจเป้าหมายที่สำคัญที่สุดคือความสงบนั่นเอง โดยวิธีการปฏิบัติตามแนวชีวจิต มีด้วยกันดังต่อไปนี้

ในเรื่องความเจ็บป่วย จากความรู้ การค้นคว้า และประสบการณ์ที่ผ่านมา ทำให้เราได้ค้นพบว่า วิธีบำบัดที่ดีคือการผสมผสานกันในเรื่องสิ่งต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ใช้ธรรมชาติเป็นยา
2. ใช้อาหารเป็นยา
3. ใช้แนวทางการแพทย์แบบผสมผสาน
 - 3.1 แผนปัจจุบัน
 - 3.2 โฮลลิสติก (wholistic)
 - 3.3 แมคโครไบโอดิกส์ (macrobiotics)
 - 3.4 แบบจีน และการฝังเข็ม
 - 3.5 อายุรเวช และ โยคะ

เอกสารนี้เป็น 3.6 สมุนไพร ใช้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.7 การนวดจุด การนวดฝ่าเท้า และบริหารแบบอื่นๆ

ในเรื่องการบริหารและออกกำลังใช้แบบผสมผสาน ซึ่งมีดังต่อไปนี้

1. โยคะหรือนวดกดจุด
2. การยืด ส่ง และดัน
3. ไคโรแพคติก (chiropractic)
4. การใช้ตะบอง

จะเห็นว่าในความเป็นจริงแล้วการปฏิบัติตนตามแนวทางชีวิต ไม่ได้หมายถึงการบริโภคอาหารแบบธรรมชาติเท่านั้นแต่ยังหมายถึงการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตให้เข้าสู่แนวทางที่ถูกต้องด้วย เช่น การฝึกสมาธิ การฝึกลดความตึงเครียดในชีวิตประจำวัน การเข้าไปอยู่ใกล้ชีวิตธรรมชาติ ปลูกต้นไม้ ที่เคยนอนดึกตื่นสาย ก็ให้เข้านอนให้เร็วขึ้น ฝึกวิธีนอนหลับให้สนิทจากชีวิตนั้นเอง แต่ในที่นี้ผู้ศึกษาจะนำเฉพาะเรื่องอาหารชีวิต ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการปฏิบัติตามแนวทางชีวิต และนับว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญโดยตรงต่อร่างกายของแต่ละคน มาทำการศึกษาวิจัยเท่านั้น

ลักษณะของอาหารชีวิต

หลักของแมคโครไบโอติกส์

หลักของแมคโครไบโอติกส์เป็นการนำข้อดีระหว่างวิถีแห่งตะวันออกกับวิถีตะวันตก ผสมผสานกันบนพื้นฐานของการมีชีวิตสอดคล้องกับธรรมชาติรอบตัวและจักรวาล ซึ่งจะช่วยให้ร่างกายแข็งแรง โดยอาศัยเงื่อนไขสำคัญสองข้อ คือ อาหารที่เราบริโภคเข้าไปทุกวัน กับวิถีชีวิตและพฤติกรรมของตนเอง ซึ่งเรื่องที่ย่างที่สุดและเป็นพื้นฐานของชีวิตมากที่สุด คือเรื่องอาหาร จอร์จ โอซาวา (ชื่อญี่ปุ่นดั้งเดิม คือ ยูคิกาสึ ซากุระซาว) เป็นผู้แต่งหนังสือเกี่ยวกับทฤษฎีอย่างใหม่ของโภชนาการที่สวนทางกับความเชื่อทางโภชนาการของคนทั่วไป ซึ่งเขายืนยันว่าวิธีการบริโภคอาหารแบบใหม่ที่เขาเรียกว่าแมคโครไบโอติกส์ นี้ทำให้เขาหายจากโรคโดยสิ้นเชิง เชื่อว่าอาหารสามารถรักษาโรคได้ และในทางเดียวกันก็สามารถใช้อาหารป้องกันไม่ให้เกิดโรคได้เช่นกัน

หลักการบริโภคอาหารแมคโครไบโอติกส์

หลักการบริโภคอาหารแมคโครไบโอติกส์ คือ บริโภคอาหารหลักที่มีอยู่ในท้องถิ่น ถ้าหากเป็นเมล็ดข้าวหรือธัญพืชต้องไม่ผ่านการขัดสีเพื่อให้คุณค่าที่มีอยู่มากในเมล็ดข้าวนั้นไม่สูญเสีย ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไปกับการขัดสี เพราะข้าวที่ผ่านการขัดสีนั้นทำลายเยื่อของเมล็ดข้าวที่อยู่ใต้เปลือกข้าว ซึ่งมีโปรตีนและธาตุต่าง ๆ เจือปนอยู่ และรำข้าวที่อุดมไปด้วยวิตามินบี1 วิตามินอี ฟอสฟอรัส ทองแดง เหล็ก และไขมัน เจือปนอยู่ ข้าวที่ไม่ผ่านการขัดสีนี้ ก็คือข้าวกล้องหรือข้าวซ้อมมือ นั่นเอง ข้าวกล้องนี้อุดมไปด้วยกากใย ซึ่งภายหลังเมื่อผ่านฟัน กระเพาะ ลำไส้แล้วจะกลายเป็นกากอาหารที่รอการขับถ่ายข้าวที่สีจนขาวกากใยที่มีอยู่ในเมล็ดข้าวจะหายไป กลายเป็นรำอาหารสำหรับหมู ส่วนสิ่งที่เราบริโภคกลายเป็นเพียงแป้งช่วยเพิ่มพูนเนื้อหนังเท่านั้น นอกจากนี้ข้าวกล้องยังมีประโยชน์อื่น ๆ อีก เช่น ทำให้เด็กเติบโตแข็งแรง ทำให้เจริญอาหาร ป้องกันโรคไขข้อ โรคหัวใจ และทำให้ไม่เป็นหมันด้วย นอกจากนี้ถ้าหากเราบริโภคอาหารที่มาจากต่างประเทศ ซึ่งมีสภาพแวดล้อม สภาพอากาศต่างกันแล้ว ความต้านทานทางธรรมชาติต่อโรคร้ายในเรื่องของสิ่งแวดล้อมของเราจะเสื่อมถอยลง นอกจากนี้อาหารที่มาจากต่างประเทศยังใส่สารเคมีหรืออาบรังสีเพื่อรักษาคุณภาพด้วยจึงเป็นอันตรายต่อร่างกาย ส่วนชนชาติที่บริโภคขนมปังเป็นอาหารหลัก ควรบริโภคขนมปังผิวดำหรือขนมปังที่ทำจากแป้งไม่ขัดสี ซึ่งเรียกว่า ขนมปังโฮลวีท

นอกจากนี้ยังมีตัวอย่างที่เห็นได้ชัด คือเมื่อประมาณ 40-50 ปีมาแล้ว พบว่า การเกิดมะเร็งมีความสัมพันธ์กับการบริโภคอาหารที่อุดมไปด้วยไขมัน แป้งที่ทำให้ขาวบริสุทธิ์ สารเคมีปรุงแต่งอาหารและอาหารดัดแปลง ขณะเดียวกันยังได้ค้นพบอีกว่า ผู้ที่บริโภคอาหารในท้องถิ่นซึ่งเป็นอาหารจากเมล็ดข้าวที่ไม่ผ่านการขัดสี เช่น คนอเมริกากลางบริโภคข้าวโพดและถั่วเป็นอาหารหลัก คนตะวันออกกลางบริโภคข้าวสาลีทั้งเมล็ดและข้าวบาร์เลย์ หรือขนมปังข้าวสาลีอย่างหยาบและถั่วเขียว คนเอเชียมีข้าวเจ้า ข้าวฟ่างเป็นที่นิยม คนยุโรปมีอาหารหลักคือ ข้าวสาลี ข้าวโอ๊ต และข้าวไรย์ ส่วนคนแอฟริกาบริโภคข้าวฟ่าง ชาวพื้นเมืองที่บริโภคอาหารหลักพวกนี้มีอัตราการเป็นมะเร็งน้อยมาก ซึ่งในปัจจุบันอาหารที่เราบริโภคในแต่ละวันเต็มไปด้วยสารกันบูด แต่งสี แต่งกลิ่นสังเคราะห์ ปรุงรสด้วยสารเคมีต่าง ๆ หรือในกรณีที่เป็นผัก ก็จะถูกเลี้ยงด้วยการใช้ฮอร์โมนเกินขนาด เพื่อให้สัตว์โตเร็ว และมีเนื้อนุ่ม ไม่นับชา กาแฟ เครื่องดองของเมาทั้งหลาย อาหารที่ปลอดสารพิษเหล่านี้เราแทบจะหาไม่ได้เลยในสังคมยุคคอมพิวเตอร์ นอกจากนี้คนไทยเริ่มบริโภคเนื้อสัตว์มากขึ้น หลายคนชอบสเต็ก บริโภคอาหารที่ผ่านขั้นตอนต่าง ๆ มากขึ้น บริโภคผักและเนื่องจากกล่องโฟมบรรจุสำเร็จวางขายในซูเปอร์มาร์เก็ต บริโภคดื่มยาสำเร็จรูป เพียงหลงหม้อโดยใช้เวลาในการประกอบอาหารไม่นานนักก็บริโภคได้ ซึ่งสิ่งต่างๆเหล่านี้ทำให้ร่างกายเจ็บป่วยด้วยโรคที่เกิดเพราะภูมิต้านทานร่างกายเสื่อมลงเพิ่มขึ้นทุกปีและนานๆเข้าทำให้สภาพสมดุลของร่างกายถูกระบบกระเทือนจนเปลี่ยนแปลงไป ก่อให้เกิดเนื้อร้ายชื่อมะเร็งเพราะว่าร่างกายต้องพยายามรักษาสภาพสมดุลระหว่างร่างกายกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งตามปกติจะขับของเสียออกมาทิ้งลงมหาสมุทร ทางเหงื่อและปัสสาวะ เมื่อของเสียหรือสารพิษมีมากจนร่างกายขับออกมาไม่พอก็จะสะสมในร่างกาย อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไม่ไหวแล้ว ของเสียและสารพิษเหล่านั้นจะทำให้เกิดการกลายของเซลล์ จนกระทั่งกลายเป็นเนื้อร้ายได้ในที่สุด ดังนั้นอาหารที่เราบริโภคเข้าไปจะส่งผลโดยตรงต่อร่างกายเสมอ กล่าวคืออาหารทำให้เกิดโรคได้ และในขณะเดียวกันอาหารก็ช่วยรักษาโรคได้ด้วย นอกจากข้าวแล้ว เรายังสามารถเลือกบริโภคธัญพืชอย่างอื่นได้ด้วย เช่น ข้าวโพด หรือลูกเดือย ข้าวฟ่าง ซึ่งยังไม่ผ่านการบดให้เป็นแป้งหรือผ่านการแปรรูป อาหารหลักที่เป็นข้าวกล้องและธัญพืชเหล่านี้ ควรบริโภคเป็นครึ่งหนึ่งของอาหารทั้งหมดในแต่ละวัน เรื่องสำคัญอีกเรื่องหนึ่งสำหรับแมคโครไบโอติกส์คือ บริโภคอาหารที่มีอยู่ตามฤดูกาล เพราะพืชผักผลไม้ที่ออกดอกออกผลในแต่ละฤดูกาลนั้น จะทำให้ร่างกายเรามีความสมดุลกับสภาพแวดล้อมที่อากาศเปลี่ยนแปลงได้ ลดอาหารประเภทไขมันในหน้าร้อน และควรบริโภคอาหารที่ให้พลังงานและความอบอุ่นมาก ๆ ในหน้าหนาว แต่การบริโภคข้าวอย่างเดียวยังไม่เพียงพอกับร่างกาย หลักของแมคโครไบโอติกส์ยังกำหนดให้บริโภคน้ำแกงจืด เช่น แกงเลียง ประมาณวันละ 1-2 ถ้วย บริโภคผักวันละร้อยละ 25-30 และควรปรุงด้วยวิธีนึ่ง ลวก อบ ต้ม ถ้าจะผัดก็ให้น้ำมันน้อยที่สุด ส่วนของหวานที่มีส่วนผสมน้ำตาลทรายขาวนั้น ไม่ควรบริโภคอย่างยิ่ง อาจบริโภคผลไม้หรือใช้น้ำตาลทรายแดงแทน อาหารที่บริโภคได้เป็นครั้งคราว ได้แก่ ปลา บริโภคได้ 1-2 ครั้งต่ออาทิตย์ และควรเป็นปลาเนื้อสีขาว เพราะจะมีไขมันน้อย เมล็ดพืชหรือถั่ว งา เมล็ดทานตะวัน เมล็ดฟักทอง ไม่ควรบริโภคบ่อยๆ และควรหลีกเลี่ยงเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ (เฉพาะตามแนวของแมคโครไบโอติกส์เท่านั้น แต่ของชีวจิตอนุญาตให้บริโภคได้บ้าง) เป็นต้น และควรดื่มน้ำสะอาด นอกจากนี้อาหารทุกอย่างควรปรุงรสอ่อนที่สุด เพื่อที่ว่าจะได้รู้ถึงรสชาติแท้ ๆ ของอาหารนั้น

อาหารตามแนวแมคโครไบโอติกส์และชีวจิต

1. อาหารประเภทแป้งซึ่งไม่ได้ขัดขาว หรือที่เรียกว่า โฮลเกรน (Whole Grain) เช่นที่เป็นข้าว ก็เป็นข้าวซ้อมมือ ข้าวกล้อง ถ้าเป็นข้าวโพดก็ข้าวโพดทั้งเมล็ดหรือทั้งฝัก ถ้าเป็นแป้งขนมปังก็เป็นขนมปังโฮลวีท เหล่านี้เป็นต้น (ปริมาณอาหารประเภทนี้ ประมาณร้อยละ 50 ของแต่ละมื้อ)
2. ผัก ใช้ทั้งผักดิบ ผักสุก อย่างละครึ่ง ทำเป็นสลัดผักสดก็ได้ ทำเป็นผักสุกจิ้มน้ำพริก บ้าง หรือผัดโดยใช้น้ำมันพืชแต่น้อย ผักถ้าปลูกเองไม่ใช่สารเคมีต่าง ๆ จะดีที่สุด แต่ถ้าต้องซื้อจากตลาดก็ต้องเลือกผักที่ปลอดสาร เช่นน้ำนางน และแช่ล้างทับทิมด้วย (ปริมาณของผัก ประมาณร้อยละ 25 ของแต่ละมื้อ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ถั่วต่าง ๆ เช่น ถั่วเขียว ถั่วแดง ถั่วเหลือง ถั่วดำ และผลิตภัณฑ์จากถั่ว เช่น เต้าหู้ โปรตีนเกษตร หรือผลิตภัณฑ์ซึ่งดัดแปลงจากถั่วในรูปแบบต่าง ๆ (ปริมาณของถั่วหรือโปรตีนจากพืช ประมาณร้อยละ 15 ของแต่ละมื้อ) นอกจากนี้จะใช้โปรตีนจากสัตว์เป็นครั้งคราว คือปลาและอาหารทะเลได้ประมาณอาทิตย์ละ 1 ครั้ง

4. เบ็ดเตล็ด คือ แอง หรือซूप ถ้าจะเป็นแองแบบไทยก็ใช้แองจืดหรือแองเลียง หรือจะทำเป็นซूपก็ใช้มิโซะหรือเต้าเจี้ยวญี่ปุ่นผสมในน้ำแอง สำหรับมิโซะนั้นจะใช้ปรุงรสอาหารอย่างอื่นด้วยก็ได้ ส่วนสิ่งที่ใช้ในการปรุงเป็นประจำก็คือสาหร่ายทะเล จะผสมอาหารต่าง ๆ เป็นเครื่องปรุงก็ได้ ใส่แองหรือผัดผักต่าง ๆ ก็ได้ เครื่องปรุงอีกอย่างซึ่งใส่อาหารได้ทุกอย่างก็คือ งา ใช้ทั้งงาสดและงาคั่ว โรยอาหารต่าง ๆ ได้ทุกอย่าง ส่วนถั่วต่าง ๆ และเมล็ดพืช เช่น ถั่วคั่ว เมล็ดฟักทอง เมล็ดแดงโม นอกจากนี้ผลไม้ ควรเป็นผลไม้เขียวและไม่วาน เช่น ฝรั่ง มะม่วงดิบ (กลุ่มเบ็ดเตล็ดซึ่งมีแอง และผลไม้ รวมปริมาณร้อยละ 10 ของแต่ละมื้อ) (สาทิส, 2541: 57)

อาหารชีวจิต

อาหารชีวจิต คืออาหารแบบแมคโครไบโอติกส์ ที่นำมาปรับให้เข้ากับอาหารของคนไทยนั่นเอง ต้นตำรับเดิมของอาหารประเภทนี้เป็นอาหารแบบญี่ปุ่นซึ่งเชื่อกันว่าให้ผลดีอย่างมากต่อสุขภาพ และการรักษาโรคร้ายต่าง ๆ ดร.สาทิส อินทรกำแหง ซึ่งเป็นผู้เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับอาหารชีวจิตได้แนะนำให้ผู้บริโภครวมไปบริโภคอาหารที่เป็นธรรมชาติให้มากที่สุด ซึ่งเป็นเรื่องหลักวิชาการเกี่ยวกับอาหาร เกี่ยวกับเรื่องวิทยาศาสตร์ทางอาหาร หมายความว่าบริโภคอาหารธรรมชาติ เช่น ข้าวก็เป็นข้าวกล้อง ข้าวซ้อมมือ ข้าวแดง เป็นต้น ถ้าเป็นพวกอาหารเมล็ดก็ใช้อย่างที่เรียกว่า โฮลเกรน หมายความว่ายังไม่ได้เอาเมล็ดนั้นไปขัดขาวเป็นแป้งขาวหรืออย่างขนมปังที่ทำมาจากข้าวสาลี เพราะข้าวสาลีจะต้องเอาไปขัดขาว แล้วเอามาฟอกให้เป็นแป้งขาว แล้วจึงนำมาทำเป็นขนมปัง ซึ่งไม่ควรบริโภค แต่ควรบริโภคขนมปังที่เรียกว่า โฮลวิท ที่ทำมาจากข้าวทั้งเมล็ด ไม่ได้เอาไปขัดขาว เอามาปั่นเป็นแป้งให้ละเอียด แล้วค่อยเอามาทำขนมปัง ซึ่งในด้านวิทยาศาสตร์ทางอาหารนั้นควรบริโภคข้าวเปลือกเพราะว่าตัวข้าวเปลือกนั้นเป็นอาหารธรรมชาติที่สมบูรณ์มีประโยชน์และก็เป็นยาด้วย เปลือกข้าวที่เราทิ้งไปรวมถึงรำข้าว มีทั้งวิตามิน มีทั้งโปรตีน มีทั้งสารที่เราเรียกว่า DNA และ RNA ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการเจริญเติบโตของเซลล์ เพราะร่างกายของคนเราประกอบไปด้วยเซลล์ถึง 50 ล้านล้านเซลล์เป็นอย่างน้อย นิวเคลียสของเซลล์เหล่านี้ต้องการอาหารพวก DNA ถ้าไม่ได้ เซลล์ก็ตาย วิธีชีวจิตในอดีต จะเห็นได้ว่าคนในอดีตบริโภคถูกหลักแล้วคือในสมัยก่อนมีข้าวเปลือกอยู่ในยุ้งมาตำแล้วนำมาบริโภค ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนหลังมีโรงสีข้าวที่ได้ข้าวขาวสวย นำบริโภค และคนก็เริ่มป่วยกัน คนเป็นโรคเบาหวานและ วัณโรคมีจำนวนน้อยมาก แต่เมื่อคนในปัจจุบันเปลี่ยนนิสัยการบริโภคไปตามชาวต่างประเทศ ซึ่งเป็นแบบการบริโภคอาหารที่ไม่ถูกต้อง นอกจากนี้อาหารในปัจจุบันยังประสบปัญหาอาหารเป็นพิษ เริ่มตั้งแต่ ข้าว ปลา อาหาร เนื้อทุกชนิด เพราะปัจจุบันนี้พวกวัว ไก่ หมู มีวิธีเลี้ยงแบบที่ ต้องมีอาหารสัตว์ ต้องมีการให้ยา ต้องมีการให้ฮอร์โมนและยาบำรุงต่าง ๆ ส่วนผักก็มีทั้งปุ๋ยเคมี ทั้งยาฆ่าแมลงมากมาย เมื่อนำมาบริโภคก็จะมีสารพิษตกค้างอยู่ซึ่งก่อให้เกิดอันตรายถึงขั้น ร้ายแรงที่สุดก็คือเป็นมะเร็งนั่นเอง (สาทิส, 2541ก: 33)

อาหารที่ควรงด

1. งดอาหารเนื้อสัตว์ เช่น เนื้อวัว เนื้อหมู เนื้อไก่ เป็นต้น
2. งดน้ำตาลขาวทุกชนิด รวมทั้งอาหาร ขนม และเครื่องดื่มที่ผลิตจากน้ำตาล เช่น เค้ก ทองหยิบ ฝอยทอง ไอศกรีม น้ำหวาน น้ำอัดลม ฯลฯ
3. งดอาหารมันที่ใช้ น้ำมัน นม เนย กะทิ
4. งดแป้งขาวทุกชนิด เช่น ข้าวขาว ก๋วยเตี๋ยว ขนมจีน ขนมปังสีขาว

การเตรียมตัวก่อนการบริโภคอาหารชีวจิตภายใน 14 วัน

เพื่อเป็นการเตรียมตัวก่อนการเริ่มบริโภคอาหารชีวจิต ในส่วนของอาหาร มีดังต่อไปนี้

1. งด น้ำชา กาแฟ และบุหรี่ ให้ดื่มชาสมุนไพร เช่น ชา เก๊กฮวย มะตูม คำฝอย แทน
2. ผู้ที่น้ำหนักเกิน 60 กิโลกรัม วันแรกของรายการให้งดอาหาร ดื่มน้ำมะนาวสดๆ คั้น 3 ลูก ตอนเช้า เย็น หลังจากนั้นให้ดื่มน้ำเปล่าให้ได้อย่างน้อย 3 ขวดต่อวัน จะดื่มสมุนไพรสลับ บ้างก็ได้ และวันแรกของรายการให้ออนพักตลอดวัน
3. บริโภคอาหารตามสูตรชีวจิต แต่ 3 วันแรกของรายการปรับปรุงจะเป็นอาหาร ผักและ ข้าว ทั้งหมด วันที่ 4-6 รับประทานชนิดเบาๆ ก่อน วันที่ 7 ขึ้นไปจนครบ จึงบริโภคเต็มที่ มีอาหารทะเลได้ ตลอดรายการห้ามปรุงอาหารรสจัด น้ำตาล และรสหวานห้ามเด็ดขาด
4. ดื่มน้ำคั้นจากผัก เช่น น้ำแตงกวา น้ำคั้นฉ่ำหรือเซเลอรี ครั้งละ 1 แก้ว วันเว้นวัน
5. ตั้งแต่วันที่ 4 เป็นต้นไป บริโภควิตามินและแร่ธาตุเสริมได้ แต่จะบริโภคอะไรบ้าง ให้ปรึกษาทางชมรมชีวจิตก่อน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับแจกจ่ายเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่สามารถให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แล้วควรเพิ่มผักชนิดที่มีกาก และ ประเภทคาร์โบไฮเดรตที่จะหล่อลื่นด้วย ผักที่มีกากที่เราเรียกว่า ไฟเบอร์ เช่น ผักนึ่ง ผักคะน้า บร็อคเคอลี่ และใบไม้ที่บริโภคได้ชนิดต่างๆ เช่น ใบขี้เหล็ก ใบเต้า ยอดมะตูม เป็นต้น

คาร์โบไฮเดรตที่จะหล่อลื่นลำไส้เล็กและลำไส้ใหญ่ คือมันชนิดต่างๆ เช่น มันฝรั่ง มันเทศ มันไข่ เป็นต้น นอกจากนั้นที่จะหล่อลื่นและเป็นอาหารบำรุงกำลังเป็นอย่างดีอีกอย่างหนึ่ง คือ งาดำบดผสมข้าวต้มซอมนม ใส่น้ำผึ้งเล็กน้อย และอย่าได้ดื่มน้ำวันละ 4-6 แก้ว อย่าดื่มพร้อมกับอาหาร แต่ดื่มก่อนหรือหลังอาหารประมาณ 1 ชั่วโมงขึ้นไป (สาทิส, 2541ก)

ตัวอย่างอาหารชีวิต

วันจันทร์	
เช้า	น้ำส้มคั้น ขนมปังโฮลวีทปิ้ง 2 แผ่นทาแยมหรือเนยถั่วหรือน้ำพริกเผา กล้วย น้ำว้า 1 ลูก มะละกอ 1 ชิ้นยาว ฝรั่งสุกครึ่งลูก
กลางวัน	เย็นตาโฟประยุกต์ ผักนึ่งมาก ๆ เต้าหู้มาก ๆ ผลไม้ ถั่วกินเล่น
เย็น	ข้าวซอมนม ผักน้ำพริกปลาเผา ผักถั่วงอก เต้าหู้เห็ด ยาเต้าหู้ใส่มันฝรั่ง ใสผักต่าง ๆ ใส่น้ำพริกเผา แกงเลียง
วันอังคาร	
เช้า	น้ำแดงโม ข้าวต้มซอมนมใสเห็ดเป่าฮื้อ ผลไม้ - แอปเปิ้ลเขียว มะละกอ 1 ชิ้น
กลางวัน	แซนวิช เต้าหู้ กล้วยน้ำว้า ถั่วกินเล่น
เย็น	ผัดน้ำพริก หน่อไม้ฝรั่งผัดซีอิ้ว แกงจืดเต้าหู้ขาว เห็ดหูหนู ข้าวซอมนม
วันพุธ	
เช้า	ข้าวต้มซอมนม ยาไชโป้ว เต้าหู้ยี้ ปลาสดคั้น น้ำส้มคั้นผสมมะนาว
กลางวัน	สลัดมันฝรั่ง ผักสดชิ้นยาว กล้วยตาก มะละกอ สับปะรด
เย็น	เมี่ยงปลาทุผัดสด ผัดเผ็ดเต้าหู้ ผัดมะเขือยาวใส่เต้าเจี้ยว ใบแมงลัก
วันพฤหัสบดี	
เช้า	ขนมปังโฮลวีทปิ้ง 2 แผ่น แยมผลไม้ น้ำส้มคั้น
กลางวัน	ข้าวผัดหน้าเลียบ ผักสดจิ้มสลัด ผลไม้
เย็น	ถั่วแดงทรงเครื่อง สลัดผัก ซุปหัวหอม ขนมปังปิ้ง ผลไม้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วันศุกร์

เช้า ข้าวต้มข้อมมือ เต้าหู้ยี้ ผักคองซีเช็กฉ่าย ผลไม้ น้ำแครอท
 กลางวัน ก๋วยเตี๋ยวเส้นฟักทองราดหน้า ผลไม้
 เย็น ยำถั่วหัวกลม เต้าหู้ทอดราดหน้าเห็ด ผักผักรวมมิตร ข้าวข้อมมือ

วันเสาร์

เช้า ข้าวต้มข้อมมือ ยำกุ้งแห้ง เต้าหู้ยี้ ผักคอง นมถั่วเหลืองใส่วิทเธิร์มบอบ น้ำผึ้ง
 ผลไม้
 กลางวัน ก๋วยเตี๋ยวผัดไทย ผลไม้ ถั่วกินเล่น น้ำแดงโม
 เย็น สลัดปลาทูน่า น้ำมันมะกอก น้ำพริกเผา ปลากระพงทอด (ไม่ใช่น้ำมัน)
 ยอดมะกรูด ตะไคร้ ซอสขาว ถั่วทรงเครื่องหน้าเห็ดหรือสตู ผักประดับ แครอท
 ไข่เห่า ดอกกะหล่ำ มะนาวผสมน้ำผึ้งโซดา ต่อด้วยสระระแห่น ผลไม้-แคนตาลูป
 สตรอว์เบอร์รี่ เงาะ 3 ลูก

วันอาทิตย์

เช้า กล้วยน้ำว้า ข้าวต้มเห็ดหอม น้ำส้ม-น้ำมะนาว
 กลางวัน ขนมะจินน้ำยาเห็ด เส้นโฮลหรือบะหมี่โซบะ ผักสดต่างๆ
 เย็น ซุปเต้าหู้อ่อน แองเกลียง ยำมะเขือยาว กุ้งแห้งมะม่วงดิบ กระเทียมคอง
 บร็อกโคลี่ผัดเต้าหู้ เห็ดเป่าฮื้อ น้ำพริกป่า ผักคิบ-ต้ม ข้าวข้อมมือ

น้ำอาร์.ซี. (Rejuvenating Concoction: R.C.)

ตัวอาร์ (R) หมายถึงความกระปรี้กระเปร่าเป็นหนุ่มเป็นสาว

ตัวซี (C) หมายถึงเครื่องดื่มที่ปรุงขึ้น

น้ำอาร์.ซี. หมายถึงเครื่องดื่มที่ปรุงขึ้นเพื่อความกระปรี้กระเปร่าเป็นหนุ่มเป็นสาว

ส่วนผสม มีดังต่อไปนี้

ข้าวแดง ข้าวข้อมมือ ข้าวเหนียวข้อมมือ 2 กำมือ ถ้าข้าวเหนียวข้อมมือหายากก็สามารถ
 ใช้เพียงข้าวแดง ข้าวข้อมมือก็ได้ ข้าวสาลิเม็ด ข้าวบาร์เลย์ ข้าวฟ่าง ลูกเดือย ลูกบัว 1 กำมือ
 ข้าวโอ๊ต 1 กำมือ น้ำ 2 ลิตร เวลาต้ม เลือกเอาข้าวที่แข็งๆ รวมต้มพร้อมกัน คือ ลูกบัว
 ลูกเดือย ข้าวสาลิเม็ด ข้าวบาร์เลย์ ข้าวฟ่าง ต้มก่อนจนเดือด พอเดือดแล้วใส่ข้าวข้อมมือ ข้าวเหนียว
 ข้อมมือ ข้าวแดง ตามลงไป ต้มต่อไปจนเดือดอีกครั้ง จากนั้นใส่ข้าวโอ๊ตเป็นส่วนสุดท้าย เดือด
 แล้วปิดไฟ ปล่อยให้ข้าวต่าง ๆ นอนกัน ตักแต่น้ำใสๆ ต้มร้อนๆ ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนกากข้าวเอาไปทำข้าวต้มต่อ เวลาทำข้าวต้มจะเติมฟักทอง มันเทศ เผือกลงไปอีกก็จะ มีรสชาติดีมากยิ่งขึ้น แต่ต้องต้มจนข้าวเป็นยางจึงจะใช้ได้

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการบริโภคอาหารชีวจิต

สารอาหาร

แมคโคร แผลว่า ยาวใหญ่กว้าง ที่แบ่งออกเป็นกลุ่มแมคโครก็เพราะเป็นกลุ่มที่ให้หรือ สร้างพลังงาน และให้พลังงานได้ก็เพราะกลุ่มสามกลุ่ม คือ คาร์โบไฮเดรต โปรตีน และไขมัน

คาร์โบไฮเดรต ก็คือสารประกอบซึ่งมีแป้ง น้ำตาล และเซลลูโลส เป็นสารประกอบ ซึ่ง ให้พลังงานสูงสุดแก่ร่างกาย คาร์โบไฮเดรตจะถูกย่อยเป็นน้ำตาลกลูโคส การย่อยนี้จะย่อยตั้งแต่อยู่ใน ปากก่อนลงกระเพาะ อย่างเช่น ข้าว แป้ง และน้ำตาลในข้าว จะถูกย่อยโดยน้ำลายซึ่งมี เอนไซม์ซึ่งเป็นตัวเปลี่ยนแป้งให้เป็นน้ำตาลกลูโคส กลูโคสเป็นอาหารสำคัญสำหรับสมองและ ระบบประสาทส่วนกลาง ด้วยเหตุนี้จึงมีการแนะนำให้ดื่ม น้ำอาร์.ซี. ในตอนเช้า นอกจากนี้ ตามหลักของชีวจิตยังสนับสนุนให้บริโภคข้าวที่ไม่ได้ผ่านการขัดสี หรือถ้าเป็นคาร์โบไฮเดรตหรือ แป้งก็เป็นชนิดที่ไม่ผ่านการขัดขาวอีกด้วย เพราะจะทำให้สูญเสียวิตามินและแร่ธาตุบางตัวไป

โปรตีน คือสารที่มีส่วนประกอบส่วนใหญ่เป็นไนโตรเจนและตัวประกอบที่สำคัญที่สุด ของโปรตีนก็คือ กรดอะมิโนนั่นเอง โปรตีนในหลักของชีวจิตจะนิยมบริโภคจากพืชและสัตว์ บางชนิด เช่น ถั่วต่างๆ สาหร่ายบางชนิด กุ้ง หอย ปู ปลาบางชนิด เป็นต้น สารอาหารประเภท โปรตีนนี้จะช่วยซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอนั่นเอง

ไขมัน เป็นสารซึ่งประกอบไปด้วยกรดไขมัน ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็นไขมันอิ่มตัว ซึ่ง มักจะมีคอเลสเตอรอลสูงจะอยู่ในเนื้อสัตว์ เช่น เนื้อวัว เนื้อหมู เนื้อแกะ เนื้อไก่ นม เนย มะพร้าว น้ำมันปาล์ม เป็นต้น แต่ตามหลักของชีวจิตจะไม่นิยมบริโภคอาหารเหล่านี้ ส่วนไขมัน ไม่อิ่มตัวและมีคอเลสเตอรอลต่ำ จะมีอยู่ในปลา เป็ด ไก่ ข้าวโพด เมล็ดพืช เช่น ทานตะวัน เมล็ดฟักทอง เม็ดมะม่วงหิมพานต์ ถั่วลิสง ถั่วเหลือง และมีในน้ำมันฝ้าย น้ำมันดอกคำฝอย เป็นต้น ซึ่งอาหารเหล่านี้ส่วนใหญ่จะเป็นส่วนประกอบของอาหารชีวจิตนั่นเอง

ไมโคร แผลว่า เล็ก กลุ่มที่จัดว่าเป็นพวกเล็กนี้ คือ วิตามินและแร่ธาตุ กลุ่มเหล่านี้มี หน้าที่ดังต่อไปนี้ คือ

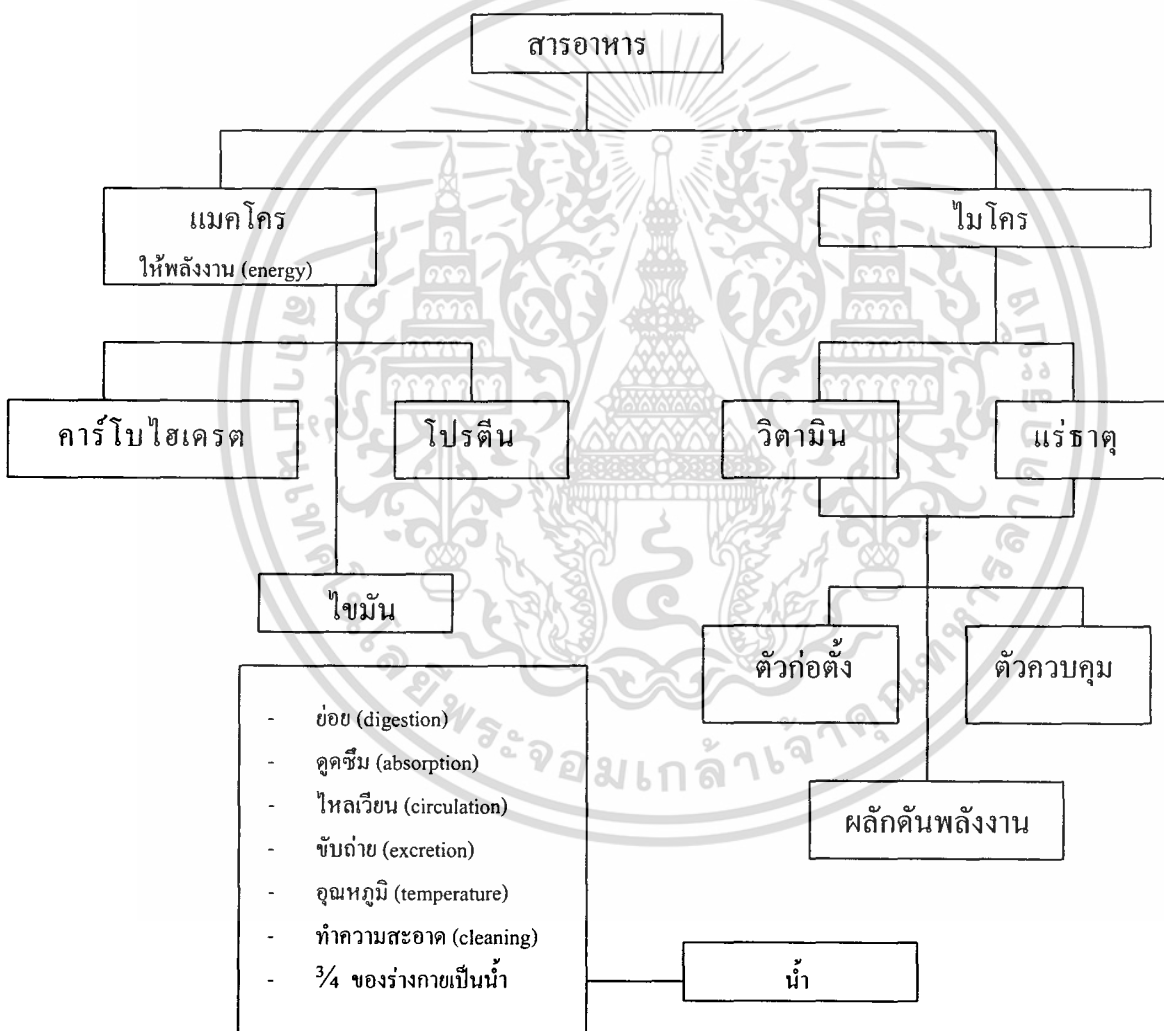
1. เป็นตัวก่อตั้ง หมายความว่าต้องเริ่มต้นสั่งงานว่าจะทำอะไรก่อนอะไรหลัง จะเริ่มต้น อย่างไร

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ผลักดันพลังงาน งานทุกขั้นตอนที่เกิดในร่างกายมักจะเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางเคมีทั้งสิ้น การเปลี่ยนแปลงนี้จะเกิดพลังแต่ละอย่างไม่เหมือนกัน

3. ควบคุม กลุ่มไมโครจะทำงานเป็นทอดๆ และเมื่องานเสร็จแล้วก็ต้องควบคุมต่ออีกว่างานนั้นจะไปที่ไหนนั่นเอง

นอกจากสิ่งที่กล่าวมาแล้วนี้ มีหน้าที่ในการรักษาอุณหภูมิภายในร่างกาย ช่วยระบบขับถ่าย ช่วยในการดูดซึมวิตามิน แร่ธาตุ และอื่นๆ ได้ดีมากยิ่งขึ้น ฯลฯ ดังตัวอย่างภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 1 หน่วยของสารอาหาร

ที่มา: (สาทิส, 2541 ง)

การนอนหลับ

การทำงานของสมองไม่เหมือนการทำงานของร่างกายส่วนอื่นๆ ในระหว่างที่เรากำลังตื่น แต่เซลล์ของสมองติดต่อกันเองไม่ได้ ถ้าติดต่อดังผ่านตัวกลาง ทั้งนี้ตัวกลางจะผ่อนคลายตัวเองก็ต่อเมื่อร่างกายอยู่ในขณะนอนหลับโดยการคลายตัวและจะเกิดการระบาย ที่อกซิม

ที่อกซิม คือพิษ แต่ไม่ใช่ยาพิษ ซึ่งพิษนี้จะทำลายร่างกายได้ต้องเกิดกรรมวิธจากปฏิกิริยาทางเคมีเสียก่อน และพิษของ ที่อกซิม นั้นจะเกิดได้ 2 อย่าง คือเกิดจากจุลินทรีย์โดยตรงอย่างหนึ่ง และเกิดจากปฏิกิริยาทางเคมี โดยมีจุลินทรีย์เป็นตัวคอยผสมหรือคอยหนุนให้เกิดเป็นพิษร้ายแรงขึ้นอีกอย่างหนึ่ง ซึ่งนิสัยการบริโภคของคนไทยโดยทั่วไปจะนิยมอาหารรสจัดมาก ทั้งเปรี้ยวหวานมันเค็มเผ็ด นอกจากนี้ก็ยังมีอาหารที่ประกอบไปด้วยเนื้อต่างชนิดมากเกินไป มีทั้งเนื้อ ไขมัน ซึ่งการย่อยอาหารเหล่านี้ย่อยได้ยากและย่อยไม่ทัน อาหารที่ค้างอยู่ในกระเพาะจะเกิดการหมักหมม บูดขึ้น ความเป็นกรดในกระเพาะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ของเหลว(น้ำ) ที่เกิดจากการบูดจะเพิ่มมากขึ้น เกิดในกระเพาะถ้าไส้ที่เกิดจากการบูดก็จะเพิ่มมากขึ้น ผลทั้งหมดนี้เกิดจากปฏิกิริยาทางเคมี และเป็นตัว ที่อกซิม โดยตรง

โดยเหตุนี้เมื่อนอนหลับสนิท สมองได้พักผ่อนคลาย ระบายออก เมื่อตื่นขึ้นมาสมองจึงแจ่มใสและสดชื่น ในระหว่างหลับ สมองต้องการระบาย ที่อกซิม ในระหว่างตื่น สมองต้องการอาหาร อาหารที่จำเป็นและบำรุงสมองและระบบประสาท คือน้ำตาลในเลือดหรือกลูโคส ซึ่งได้จากอาหารประเภทคาร์โบไฮเดรต และตัวสำคัญที่ช่วยให้คาร์โบไฮเดรตกลายเป็นกลูโคส คือวิตามินบีต่างๆ เช่น บี1 บี6 บี12 บีคอมเพล็กซ์ เป็นต้น ส่วนตัวสำคัญที่สุดในการนำอาหารไปเลี้ยงสมองและระบบประสาท คือวิตามินบี1 หรือ ไทอะมีน (Thiamine)

วิตามินบี1 บำรุงและเลี้ยงสมองและระบบประสาทดีมาก จนกระทั่งเอาไปเป็นยารักษาโรคจิตได้ รักษาโรคบางอย่างเกี่ยวกับประสาทหรือปลายประสาทอักเสบก็ได้ รักษาโรคพิษสุราเรื้อรังก็ได้ นอกจากนี้ยังป้องกันการแพ้ โดยเฉพาะการอาเจียน เมารถ เมาเรือได้ และโดยเหตุที่วิตามินบี1 ช่วยสร้าง น้ำย่อยในกระเพาะ วิตามินบี1จึงช่วยในเรื่องระบบการย่อยและทำให้อุณหภูมิของอาหารมากขึ้น ดังนั้นถ้าบริโภควิตามินบีอื่นๆ เช่น บี1 บี5 บี6 บี12 บีคอมเพล็กซ์ ก็จะได้ผลดียิ่งขึ้น คนที่นอนตื่นสาย ส่วนมากจะขาดวิตามินบี1 และคนที่ชอบอาหารหวานมากๆ บริโภคน้ำตาลทราย บริโภคขนม ดื่มน้ำอัดลมเป็นประจำ น้ำตาลจะเข้าไปทำลายบี1 ด้วยเหตุนี้คนชอบรสหวานจึงมักง่วงนอน และนอนตื่นสายเป็นประจำ และด้วยเหตุที่วิตามินบี1 เกี่ยวข้องกับน้ำตาลในเลือด เกี่ยวข้องกับระบบย่อย เป็นตัวการเลี้ยงบำรุงสมองระบบประสาท ช่วยให้นอนหลับสนิท เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิตามินบี1จึงเป็นวิตามินตัวสำคัญตัวหนึ่งที่ทำให้อายุยืนและแข็งแรงสดชื่น แต่ควรบริโภคอย่างพอเหมาะ ถ้าบริโภคมากเกินไปอาจทำให้เกิดโทษได้

วิธีบริโภควิตามินบี1ให้ถูกวิธี คือบริโภคจากอาหารด้วยวิธีธรรมชาติ อาหารที่มีวิตามินบี1 ได้แก่ ยีสต์ เป็นยีสต์สกัดจากพืชดีที่สุด ถ้าบริโภคข้าวหมากแบบของไทย ซึ่งทำจากข้าวเหนียวซ้อมมือ เช่น ข้าวหมากข้าวเหนียวดำ ก็จะได้วิตามินบี1ด้วย รำข้าว โฮลวีท ข้าวโอ๊ต ถั่วลิสง ผักใบเขียว นม บริโภคอาหารอย่างนี้พอสมควร ไม่มากไม่น้อยจนเกินไป เช่น ถั่วครึ่งละหนึ่งกำมือก็เพียงพอ ถ้าบริโภคอาหารอย่างอื่นครบสูตรของชีวิตแล้ว ทุกอย่างก็จะดีไปเองตามธรรมชาติ

คุณค่าของข้าวกล้อง

หากบริโภคข้าวกล้องทุกมื้อแล้วโรคดังต่อไปนี้จะลดลง

1. โรคเหน็บชา
2. โรคปากนกกระจอก
3. โรคขาดโปรตีน
4. โรคโลหิตจาง
5. โรคนิวในกระเพาะปัสสาวะ
6. โรคผิวหนังบางชนิด
7. โรคท้องผูก
8. โรคทางระบบประสาทบางชนิด
9. โรคชัก

ฯลฯ

ปริมาณสารอาหารของข้าวกล้องใน 100 กรัมเมื่อเทียบกับข้าวขาว ข้าวกล้องมีแมกนีเซียมมากกว่าร้อยละ 271 มีแมงกานีสมากกว่าร้อยละ 67 มีสังกะสีมากกว่าร้อยละ 27 มีโคบอลต์มากกว่าร้อยละ 367 มีทองแดงมากกว่าร้อยละ 57 มีซีลีเนียมมากกว่าร้อยละ 22 มีไอโอดีนมากกว่าร้อยละ 10 มีวิตามินบี6มากกว่าร้อยละ 463 มีกรดแพนโทนิคมากกว่าร้อยละ 581 และมีกรดโฟลิกมากกว่าร้อยละ 454 (สาทิส, 2541ก: 79)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การชะลอความแก่

จากหลักแพทย์ปัจจุบัน และตามหลักชีวเคมี กล่าวว่า ความแก่เกิดขึ้นเพราะความเสื่อมของเซลล์ ร่างกายของคนประกอบไปด้วยเซลล์หลายล้านล้านเซลล์ เซลล์เหล่านี้ยังแบ่งเป็นกลุ่มต่างๆไม่เหมือนกัน แต่ละกลุ่มก็มีอายุต่างกัน เมื่อครบอายุ เซลล์เหล่านี้ก็จะตาย แต่ก่อนจะตายก็จะต้องสร้างตัวทดแทนขึ้นมาใหม่ หรือเกิดใหม่นั้นเอง การเกิดใหม่ของเซลล์นี้แหละคือ ความแก่ของคน เพราะ การเกิดใหม่แต่ละครั้งนั้น ก็จะเกิดความเสี่ยงของเซลล์พร้อมกันไปด้วย ดังนั้นคนอายุ 30 ปีจึงเปลี่ยนไปจากตอนอายุ 20 ปีหรืออายุ 50 ปีก็เปลี่ยนไปจากตอนอายุ 30 ปีอย่างมาก ทั้งนี้เพราะการเกิดใหม่ของเซลล์แต่ละครั้งนั้นต้องเกิดความเสี่ยงพร้อมกันไปด้วย เซลล์ประกอบไปด้วยส่วนสำคัญ 3 ส่วน คือ นิวเคลียส ไซโตพลาสซึม และออร์แกเนลล์ หัวใจของเซลล์ ก็คือนิวเคลียส และในหัวใจของนิวเคลียสก็คือ นิวคลีโอไลต์ ซึ่งประกอบไปด้วยโปรตีนและ DNA กับ RNA หมายความว่าในนิวคลีโอไลต์ซึ่งควบคุมการทำงานของนิวเคลียสนั้น ตัวที่สำคัญที่สุดก็คือ DNA กับ RNA

เมื่อเซลล์ตายไปตามอายุและจะต้องเกิดใหม่ ก่อนตายต้องอาศัย DNA เป็นตัวสร้าง DNA จะต้องอาศัย RNA เป็นตัวทำงาน และ RNA จะไปทำงานหรือไปสร้างไม่ได้ ถ้าไม่ได้รับคำสั่งจาก DNA นั่นเอง และจากความลับข้อนี้ทำให้เข้าใจได้ว่าเราสามารถจะสร้างเซลล์ที่กำลังจะเสื่อมนั้นให้กระปรี้กระเปร่าหรือเป็นหนุ่มเป็นสาวขึ้นมาได้ ถ้าหากเราให้อาหารหรือยาที่ถูกแก่นิวเคลียสของเซลล์ อาหารหรือยาที่ถูกนั้นก็คือ DNA กับ RNA นั่นเอง ถ้าร่างกายได้ DNA กับ RNA ที่ถูกต้อง อย่างน้อยประมาณวันละ 15 กรัม ทุกวัน รับรองว่าคนเราจะแข็งแรงและเป็นหนุ่มเป็นสาวขึ้นกว่าเดิมถึง 10 หรือ 15 ปี

อาหารที่ประกอบไปด้วย DNA กับ RNA ก็คือ ข้าวซ้อมมือ จมูกข้าว ไข่ได้ทั้งจมูกข้าวสาลีและข้าวธรรมชาติ ไร่ข้าว ผักโขม หน่อไม้ฝรั่ง เห็ดทุกชนิดแต่เห็ดหอมสดดีที่สุด ปลาทะเล โดยเฉพาะอย่างยิ่งปลาทูน่าและปลาแซลมอน ตับไก่แต่ไก่ที่เลี้ยงแบบปัจจุบันใช้ไม่ได้ สารพิษมีมาก ต้องใช้ไก่บ้านหรือไก่ป่า ข้าวโอ๊ต ข้าวหอม อาหารดังกล่าวนี้จะได้ผลดียิ่งขึ้นถ้าตามด้วยผลไม้หรือน้ำจากผักนั้น คั้นด้วยวิธีธรรมชาติ โดยการหั่นละเอียดแล้วตำ และบีบด้วยผ้าขาวบางสะอาดเป็นดีที่สุด อย่าใช้เครื่องปั่นไฟฟ้าหรือดัมเอาน้ำ ใช้ไม่ได้ เพราะน้ำผลไม้หรือน้ำผักนั้นเราต้องการเอนไซม์สดจากผักและผลไม้ เอนไซม์จะตายถ้าโดนความร้อนหรือกระแสไฟฟ้าและแม่เหล็ก ในขณะที่เดียวกันเมื่อมีอาหารดังกล่าวครบถ้วนแล้ว ก็ต้องจัดสัดส่วนอาหารให้ถูกต้องด้วยความสำคัญของอาหารนั้นจึงมีอยู่ 2 ประการ คือ

1. ต้องบริโภคอาหารให้ครบถ้วน
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ต้องมีส่วนที่ถูกต้อง สำหรับสัดส่วนของอาหารและวิธีบริโภคที่ถูกต้องนั้นสามารถที่จะใช้การบริโภคอาหารตามแบบวิธีแมคโครไบโอติกส์และวิธีของชีวิต

การทำให้ลูกมีสมองที่ดี

ในด้านการแพทย์และจิตวิทยานั้นได้มีการศึกษาและทดลองเรื่องการพัฒนาเด็ก มาเป็นเวลากว่า 40 ปีแล้ว การศึกษาและทดลองในระยะหลังๆนี้ ได้ศึกษาหนักไปถึงระยะตั้งแต่เกิด ปฏิสนธิ และเด็กยังอยู่ในท้องของมารดา ได้ทดลองได้ผลลัพธ์ตรงกันว่า เราสามารถจะกระตุ้นการพัฒนาการของเด็กให้ดีขึ้นและเร็วขึ้นตั้งแต่เด็กอยู่ในท้องของมารดา การกระตุ้นเช่นนี้เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างเด็กให้มีสมองที่ดี การเตรียมตัวและการสร้างลูกให้มีสมองที่ดีนั้น ต้องอาศัยปัจจัยหลายประการ แต่ที่สำคัญที่สุดนั้นมีอยู่ 4 อย่างคือ

1. กรรมพันธุ์ หรือพันธุกรรม
2. อาหารบำรุงสมองและระบบประสาทของแม่และลูก
3. การสร้างสภาพและความสัมพันธ์ของลูกและแม่
4. การส่งเสริมทักษะเฉพาะให้แก่ลูก

แต่ในที่นี้จะขอกล่าวเฉพาะในหัวข้ออาหารบำรุงสมองและระบบประสาทเท่านั้น

อาหารบำรุงสมองและระบบประสาท พืชจะแบ่งออกได้เป็นยาและวิตามินกับอาหารธรรมชาติ อาหารธรรมชาติ อาหารกลุ่มนี้จะมีคุณค่าสูงทางโภชนาการและมียาและวิตามินอยู่ในอาหารเหล่านี้ด้วย ข้อสำคัญเป็นอาหารที่หาได้ง่ายในท้องตลาด และราคาไม่แพงมากเกินไป อาหารธรรมชาติที่ประกอบด้วยยา และวิตามินต่างๆที่มีประโยชน์ต่อการบำรุงสมอง และระบบประสาท ตัวอย่างเช่น

โฟลิกแอซิก (Folic Acid) มีอยู่ในผักใบเขียวจัดทุกชนิด แครอท ดับและไข่แดง แคนตาลูป ฟักทอง อะโวคาโด ถั่วแดง ถั่วดำ ถั่วเหลือง ข้าวซ้อมมือ และข้าวสาลีไม่ขัดขาว

ไนอะซิน (Niacin) มีอยู่ใน ข้าวซ้อมมือ ข้าวสาลีไม่ขัดขาว จมูกข้าว ปลา ไข่ ถั่วลิสงคั่ว อะโวคาโด อินทผลัม มะเดื่อ ไข่ (เนื้อขาว)

ซิงค์ (Zinc) มีอยู่ใน จมูกข้าว เมล็ดฟักทอง บริวเวอร์รี่สดี ไข่ นม มัสตาร์ดผง

โพแทสเซียม (Potassium) มีอยู่ใน ส้ม ส้มโอ แคนตาลูป มะเขือเทศ แห้ว ผักใบเขียว ละครแห่น เมล็ดทานตะวัน กล้วยน้ำว้า มันเทศ มันฝรั่ง

วิตามินบี1 มีอยู่ใน ข้าวซ้อมมือ รำข้าว ข้าวสาลีไม่ขัดขาว ข้าวโอ๊ต ถั่วลิสง เนื้อหมู ผัก นม

นวมสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิตามินบี6 มีอยู่ใน ข้าวซ้อมมือ ข้าวสาลีไม่ขัดขาว จมูกข้าว ตับ แคนตาลูป กะหล่ำปลี โมลาส นม ไข่ เนื้อ

วิตามินบี12 มีอยู่ใน ตับ เนื้อสัตว์ ไข่ นม เนย

DNA กับ RNA มีอยู่ใน จมูกข้าว รำข้าว ผักโขม หน่อไม้ฝรั่ง เห็ดทุกชนิด ปลา ตับ ไก่ ข้าวโอ๊ต หัวหอม

จะเห็นว่าอาหารบางอย่างมีทั้งด้วย วิตามินและแร่ธาตุครบ เช่น ข้าวซ้อมมือ นอกจากจะมีสารอาหารครบหมู่แล้วยังมีทั้ง โฟลิกแอซิก ไนอะซิน ซิงค์ วิตามินบี1 วิตามินบี6 และ DNA กับ RNA รวมทั้งแร่ธาตุอื่นๆเกือบจะครบถ้วน มีอาหารประเภทถั่วเหลือง ถั่วแดง ถั่วดำ หรือจะใช้ผลผลิตจากถั่ว เช่น เต้าหู้ โปรตีนเกษตร ก็ได้ ซึ่งส่วนประกอบส่วนใหญ่จะมีอยู่ในอาหารชีวจิตทั้งสิ้น

โรคมะเร็ง

ในสังคมปัจจุบันได้เริ่มตระหนักมากยิ่งขึ้นเกี่ยวกับข้อจำกัดของเกษตรกรรมแบบเคมีและเทคโนโลยีการผลิตอาหาร จากการศึกษาทางการแพทย์ ได้แสดงให้เห็นว่า อาหารส่วนใหญ่ป้องกันมะเร็งและโรคความเสื่อมอื่นๆได้ อย่างไรก็ตาม อาหารก็ถือว่าเป็นฐานในการช่วยลดอัตราเสี่ยงในการเกิดมะเร็ง ดังนั้นการเลือกอาหารมาบริโภคถือว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง

หลักในการเลือกอาหาร มีดังต่อไปนี้

1. เมล็ดธัญพืชที่ไม่ผ่านการขัดสี จากการศึกษาด้วยวิธีการต่างๆ แสดงให้เห็นว่า เมล็ดธัญพืชที่ไม่ผ่านการขัดสีซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของอาหารที่ได้สมดุล มีใยและรำข้าวสูง เช่น ข้าวกล้อง ข้าวฟ่าง ข้าวบาร์เลย์ ข้าวโอ๊ต และข้าวสาลี สามารถป้องกันมะเร็งได้เกือบทุกแบบ ในรายงานของคณะกรรมการของวุฒิสภาสหรัฐอเมริกาเรื่องเป้าหมายของอาหาร

2. น้ำซूप ศูนย์มะเร็งแห่งชาติของญี่ปุ่นได้รายงานว่ประชาชนที่บริโภคน้ำซूपมิโซ่ ทุกๆ วัน จะเป็นมะเร็งกระเพาะอาหารน้อยกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคน้ำซूपนี้ ถึงร้อยละ 33 การศึกษานี้ยังพบว่า น้ำซूपมิโซ่ยังมีผลในการป้องกันโรคหัวใจและโรคตับอีกด้วย

3. ผัก การศึกษาเกี่ยวกับประชาชนทั่วโลก พบว่าการบริโภคผักเป็นอาหารอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะผักที่มีสีเขียวคล้ำและเหลืองคล้ำ เช่น บร็อกเคอลี่ แครอท และกะหล่ำปลี ช่วยป้องกันมะเร็งได้

4. ถั่วและสาหร่ายทะเล การศึกษาทางระบาดวิทยาพิสูจน์ว่าการบริโภคถั่วชนิดต่างๆ เช่น เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ถั่วแขก จะลดอัตราเสี่ยงการเกิดมะเร็ง นอกจากนี้ ถั่วเหลืองซึ่งเป็นแหล่งโปรตีนที่สำคัญ ก็เป็น ถั่วชนิดที่มีประสิทธิภาพดีในการลดการเกิดเนื้องอก ส่วนประกอบของถั่วเหลืองที่มีผลต้านเนื้องอก เรียกว่า สารยับยั้งการย่อยโปรตีน นอกจากนี้ยังพบอีกว่า ถั่วเหลืองและถั่วบางชนิดและเมล็ดพืชที่มีสารนี้ เมื่อประกอบกับอาหารจะป้องกันการเกิดเนื้องอกในด้านม กระเพาะ และผิวหนัง ถั่วเหลืองทั้งเมล็ดและผลิตภัณฑ์จากถั่วเหลือง เช่น มิโซ่ เต้าหู้ เป็นต้น นอกจากนี้การศึกษาทางการแพทย์ในปัจจุบันยังได้ระบุอีกด้วยว่า สาหร่ายทะเลช่วยในการขับสารที่มีกัมมันตภาพรังสี ออกจากร่างกาย ซึ่งสามารถช่วยป้องกันการเกิดมะเร็งได้อย่างดีเยี่ยม

ข้อเสนอเพิ่มเติมเกี่ยวกับอาหาร

น้ำมันปรุงอาหาร สำหรับปรุงอาหารประจำวันควรใช้เฉพาะน้ำมันที่ไม่ผ่านการกลั่น หรือ ทำให้บริสุทธิ์ เช่น น้ำมันงา น้ำมันข้าวโพด ในปริมาณปานกลางเท่านั้น สำหรับน้ำมันพืช ชนิดอื่นที่ไม่ผ่านการกลั่นหรือทำให้บริสุทธิ์เช่น ดอกคำฝอย ทานตะวัน ถั่วเหลือง และมะกอก ควรใช้เป็นครั้งคราว ควรหลีกเลี่ยงอาหารที่ผ่านกรรมวิธีทางเคมี เช่น น้ำมันพืช เนย น้ำมันหมู และไข่ หรือเนยเทียมที่ทำจากถั่วเหลือง

เกลือ เกลือที่ได้จากธรรมชาติ เช่น เกลือทะเลซึ่งอุดมไปด้วยแร่ธาตุและของพื้นบ้าน บางชนิด ไม่ควรปรุงรสเค็มจนเกินไป และเครื่องชुरสนั้นควรใส่ระหว่างปรุงอาหาร ไม่ควรใส่ เมื่ออาหารทำเสร็จแล้ว ยกเว้นเพื่อเป็นเครื่องปรุงรสเท่านั้น

ของหมักดอง อาจบริโภคของหมักดองที่ทำเองในบ้านได้ทุกวัน ในปริมาณน้อยเพื่อช่วย ในการย่อยอาหาร ในการเตรียมอาหารหมักดองแบบธรรมชาตินี้ทำจากพวกธัญพืช หั้ว หรือผักที่มี หั้วกลมชนิดต่างๆ เช่น หัวไชเท้าหรือแรดดิช ผักกาดหัว แครอท กะหล่ำปลี และกะหล่ำดอก โดยหมักด้วยเกลือทะเล ข้าวหรือข้าวสาลี มิโซ่ ไม่ควรใส่พริก น้ำตาล หรือน้ำส้มสายชู ของหมักดองที่อ่อนและหมักระยะสั้นควรบริโภคในน้ำร้อนหรืออากาศอบอุ่น หรือสำหรับผู้ที่ ต้องการลดการบริโภคเกลือหรือของเค็ม สำหรับของหมักดองที่เค็มและหมักนานสามารถบริโภค ในระหว่างหน้าหนาว หรือเป็นอาหารสำหรับผู้ที่มีสุขภาพอ่อนแอ นอกจากนี้อายุการหมักดองมี ตั้งแต่หลายชั่วโมง หลายอาทิตย์ หลายเดือน หลายปี ทั้งนี้ระยะเวลาการหมักดองขึ้นอยู่กับ วัตถุประสงค์ที่ใช้ในการหมักดองนั่นเอง ในการทำการหมักดองสิ่งแรกจะต้องคำนึงถึงความสะอาดและ ความปลอดภัยเป็นอันดับแรกอีกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การตลาดของอาหารชีวจิต

การตลาดของอาหารชีวจิตสามารถแบ่งออกได้เป็นสภาพการตลาดและการแข่งขัน กลุ่มเป้าหมาย ส่วนผสมทางการตลาดและแนวโน้มในอนาคต

สภาพการตลาดและการแข่งขัน

ในปัจจุบันผู้บริโภคต่างให้ความสนใจในเรื่องการบริโภคอาหารประจำวันมากขึ้น และมีความใส่ใจในเรื่องสุขภาพมากยิ่งขึ้นกว่าในอดีตรวมถึงการบริโภคอาหารที่ช่วยรักษาโรคบางชนิดได้เพราะในปัจจุบันนี้มีมลพิษเกิดขึ้นมากมายและเป็นบ่อเกิดของโรคต่างๆ นอกจากนี้ผู้บริโภคยังพยายามในการสร้างความเข้าใจและการเรียนรู้ในเรื่องโภชนาการมากยิ่งขึ้น จึงทำให้ตลาดของอาหารชีวจิตเป็นตลาดที่มีอัตราการขยายตัวสูงมากยิ่งขึ้นเรื่อยๆ อีกตลาดหนึ่ง ส่งผลให้ส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มมากขึ้นด้วย ส่วนกำลังการผลิตในปัจจุบันนี้ยังถือว่ามีพอเพียงกับความต้องการของผู้บริโภคอยู่เนื่องจากส่วนประกอบต่างๆที่จะนำมาประกอบอาหารก็คือวัตถุดิบที่มาจากเกษตรกรรมนั่นเอง เช่น ข้าวกล้อง ข้าวซ้อมมือ ผัก ผลไม้ต่างๆ และอื่นๆ นอกจากนี้รัฐบาลยังให้การสนับสนุนหรือส่งเสริมในเรื่องผลผลิตของเกษตรกรอีกด้วย

การแข่งขันของตลาดอาหารชีวจิต ยังถือว่ามีการแข่งขันกันไม่มากนักเมื่อเทียบกับตลาดอาหารมังสวิรัต และตลาดของอาหารเจ เนื่องมาจากยังมีผู้บริโภคอีกจำนวนมากที่ไม่มีความรู้และความเข้าใจอย่างแท้จริงเกี่ยวกับอาหารชีวจิต จึงทำให้ผู้ที่ใส่ใจในเรื่องสุขภาพโดยส่วนใหญ่จะนิยมบริโภคอาหารมังสวิรัตและอาหารเจมากกว่าทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารชีวจิตมีจำนวนน้อยอยู่ เพราะเป็นการเสี่ยงต่อการขาดทุนนั่นเอง แต่อาหารชีวจิตมีจุดขายที่เป็นอาหารเพื่อสุขภาพที่แท้จริงคือมีประโยชน์และคุณค่าทางอาหารต่อร่างกาย ส่วนประกอบที่สำคัญที่นำมาประกอบอาหารก็มาจากธรรมชาติโดยตรงซึ่งจะไม่ผ่านกรรมวิธีทางเคมีใดๆทั้งสิ้นทำให้ไม่มีการสูญเสียสารอาหารหรือวิตามินใดๆไปหรือถ้ามีการสูญเสียก็มีการสูญเสียน้อยที่สุด ส่วนการขายจะมีทั้งในตลาดระดับบนสำหรับผู้บริโภคที่มีรายได้ค่อนข้างสูง และตลาดระดับล่าง เพื่อรองรับผู้บริโภคที่มีรายได้ค่อนข้างต่ำนั่นเอง นอกจากนี้ในปัจจุบันก็ยังมีผู้ประกอบการอีกหลายรายที่เข้าสู่ตลาดอาหารชีวจิตซึ่งมีทั้งที่จำหน่ายในรูปอาหารสำเร็จรูป แต่ถ้าในเรื่องการแข่งขันนั้นถ้าเป็นอาหารสำเร็จรูปผู้ประกอบการโดยส่วนใหญ่จะแข่งขันกันในเรื่องรสชาติและความสะอาด ส่วนอาหารกึ่งสำเร็จรูปจะมีการแข่งขันกันในเรื่องปริมาณมากกว่าเรื่องราคาเพราะราคาของสินค้าแต่ละตลาดมักไม่ต่างกันมากนัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายของตลาดอาหารชีวิต ก็คือผู้บริโภคทุกคนที่มีความรู้และความเข้าใจในเรื่องการบริโภคอาหาร นอกจากนี้ก็ยังเป็นผู้ที่มีความใส่ใจในเรื่องสุขภาพร่างกายและยังเป็นผู้ที่มีระดับรายได้ค่อนข้างดีเพราะอาหารชีวิตส่วนใหญ่จะมีราคาสูงกว่าอาหารทั่วไป

ส่วนผสมทางการตลาด

ส่วนผสมทางการตลาด หมายถึง การผสมเข้าด้วยกันให้รวมกันเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการเสนอขาย ซึ่งเป็นที่ต้องการของลูกค้า ในราคาที่เหมาะสม ในสถานที่ที่เข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และด้วยความพยายามส่งเสริมการจำหน่ายอย่างเพียงพอ ทั้งนี้กิจกรรมทางการตลาดจะต้องจัดทำหรือออกแบบเพื่อให้เข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเป็นสำคัญ

ส่วนผสมทางการตลาดของอาหารชีวิตสามารถแบ่งได้ 4 อย่างคือ

1. ผลิตภัณฑ์ (product)
2. ราคา (price)
3. ช่องทางการจำหน่าย (place)
4. การส่งเสริมการจำหน่าย (promotion)

ผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์อาหารชีวิตที่ออกมาจำหน่ายมีทั้งที่เป็นอาหารสำเร็จรูปและอาหารกึ่งสำเร็จรูป อาหารสำเร็จรูปจะนิยมมากในหมู่ผู้บริโภคที่มีความจำกัดทางด้านเวลา เป็นพวกอาหารจานด่วน จะพบมากตามร้านอาหารชีวิตทั่วไป หรืออาจจะเป็นตามห้างสรรพสินค้าต่างๆ ถ้าเป็นอาหารกึ่งสำเร็จรูปจะนิยมบรรจุในถุงพลาสติกรวมกันหลายๆอย่าง เพื่อสะดวกในการนำไปประกอบอาหารแต่ละอย่าง ส่วนใหญ่จะไม่มีตราหรือยี่ห้อเนื่องจากส่วนผสมต่างๆเป็นวัตถุดิบทางการเกษตรทั้งหมดจึงทำให้ไม่มีการแข่งขันทางด้านราคา เพราะจะใช้ราคาตลาดเป็นเกณฑ์ในการตั้งราคาสินค้าเพื่อจำหน่าย แต่การแข่งขันอาจจะมีเนื่องจากความเหลื่อมล้ำกันในเรื่องปริมาณและความสะอาดเพื่อจูงใจผู้บริโภคให้สนใจมากกว่าของผู้ประกอบการรายอื่นในตลาดเดียวกัน

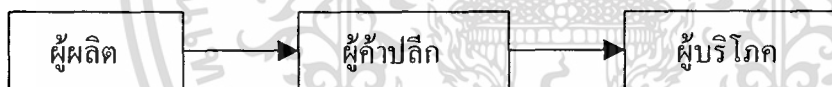
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ราคา (Price)

เนื่องจากอาหารชีวจิตส่วนใหญ่จะนำส่วนประกอบที่นำมาประกอบอาหารจากการเกษตรกรรมส่วนใหญ่จึงไม่มีการแข่งขันกันในเรื่องราคาเหมือนผลิตภัณฑ์อื่นๆ โดยทั่วไป ซึ่งผู้ประกอบการแต่ละรายในตลาดจะใช้ราคาตลาดของสินค้าเกษตรเป็นเกณฑ์ในการตั้งราคาสินค้า หรืออาจจะมีความแตกต่างกันบ้างในเรื่องความสะอาดและปริมาณการบรรจุเพื่อดึงดูดผู้บริโภคจำนวนมากให้สนใจแล้วหันมาซื้อหรือบริโภคของตนมากยิ่งขึ้น

ช่องทางการจำหน่าย (Place)

ช่องทางการจำหน่ายของอาหารชีวจิตจะมีระยะเวลานับเนื่องมาจากส่วนประกอบของอาหารชีวจิตเป็นพวกพืชและผักต่างๆ ซึ่งยิ่งระยะเวลานานจะทำให้เกิดการสูญเสียคุณค่าทางอาหารได้ และเพื่อเป็นการรักษาคุณภาพของอาหารให้คงอยู่นานที่สุด ช่องทางการจำหน่ายจึงสั้นและรวดเร็ว ซึ่งช่องทางการจำหน่ายที่พบมากที่สุด ได้แก่



ภาพที่ 2 ช่องทางการจำหน่าย
ที่มา: (สุภาดวง, 2540: 286)

ส่วนสถานที่ที่วางจำหน่าย ได้แก่ ซูเปอร์มาร์เก็ต ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหารชีวจิตทั่วไป และตลาดสดต่างๆ เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายโดยส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีการศึกษาและความรู้ในเรื่องการบริโภคอาหาร ฐานะค่อนข้างดี และใส่ใจในเรื่องสุขภาพเป็นอย่างดี ซึ่งผู้บริโภคเหล่านี้นิยมซื้อสินค้าจากในซูเปอร์มาร์เก็ต ห้างสรรพสินค้า ร้านขายอาหารชีวจิตทั่วไป และรวมถึงตลาดสดในแหล่งต่างๆ ดังนั้นแหล่งจำหน่ายดังกล่าวควรกระจายอยู่ทั่วไป โดยเฉพาะในเขตชุมชนที่ให้ความสำคัญกับเรื่องสุขภาพเป็นพิเศษอย่างเช่นย่านเยาวราชหรือในสถานที่ที่คาดว่าจะมีผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายมากพอสมควร เนื่องจากจะได้มีการหมุนเวียนของสินค้ามากขึ้นเพราะอาหารมีข้อจำกัดทางด้านเวลาเพื่อไม่ให้เกิดการเสียประโยชน์และคุณค่าทางโภชนาการนั่นเอง นอกจากนี้ตลาดโดยส่วนใหญ่จึงควรอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร แต่ก็สามารถขยายช่องทางตลาดไปยังทุกสารคามได้อีกด้วยในส่วนนี้ ส่วนเรื่องการให้งานเพื่อการศึกษาเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าทั่วประเทศได้เช่นเดียวกันแต่จะต้องมีการเผยแพร่ข่าวสารความรู้แก่ผู้บริโภคในเขตอื่นๆมากยิ่งขึ้นไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การส่งเสริมการขาย (Promotion)

อาหารชีวจิตแรกเริ่มนั้น ไม่ได้มีจุดมุ่งหมายในการทำเป็นธุรกิจแต่อย่างใด การที่ผู้บริโภคต่างให้ความสนใจและเปลี่ยนมาบริโภคอาหารชีวจิตเพราะเห็นประโยชน์รวมถึงคุณค่าของอาหารอย่างแท้จริง แต่หลังจากการเผยแพร่ข่าวสารต่างๆออกไปทำให้อาหารชีวจิตกลายเป็นธุรกิจใหม่ที่นำจับตามองและได้เริ่มดำเนินการทางธุรกิจโดยผู้ประกอบการจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ส่วนแบ่งทางการตลาดมีมากขึ้นเรื่อยๆ ฉะนั้นการส่งเสริมการขายจึงถือว่ามีผลสำคัญเป็นอย่างยิ่ง

ส่วนผสมของการส่งเสริมการขาย (promotion mix) ของอาหารชีวจิต เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ

การโฆษณานับว่าเป็นการช่วยทำให้ผู้บริโภครู้จักและเข้าใจเกี่ยวกับอาหารชีวจิตมากยิ่งขึ้น และถือว่ามีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยเฉพาะสื่อโฆษณาประเภทโทรทัศน์ นอกจากนี้ยังช่วยกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการบริโภคอาหารในชีวิตประจำวันให้เปลี่ยนไปในทางที่ดีมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังมีสื่ออื่นๆที่ใช้ เช่น วิทยุเป็นการพูดหรือสัมภาษณ์ประสบการณ์ต่างๆ ต่อเนื่องกัน หนังสือพิมพ์ที่มีผู้อ่านมากที่สุดเพื่อสร้างความตื่นตัวแก่ผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น นิตยสารเพื่อเป็นการสื่อไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยตรง เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคสนใจและบริโภคอาหารชีวจิตกันมากยิ่งขึ้น

หลังจากการใช้สื่อโฆษณาแล้ว ก็ยังมีการใช้การโฆษณา ณ จุดขายโดยใช้โปสเตอร์ และการโฆษณาผ่านนิตยสาร วารสารมากยิ่งขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคเริ่มคุ้นเคยและรู้จักอาหารชีวจิตมากยิ่งขึ้นแล้ว ส่วนการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆนั้นถ้าเป็นอาหารกึ่งสำเร็จรูป ก็จะมีการลดราคาเมื่อผู้บริโภคซื้อเป็นจำนวนมาก หรือให้ส่วนลดในรูปแบบของคูปอง เป็นต้น

แนวโน้มในอนาคต

จากการที่ได้มีการเผยแพร่ข่าวสารความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารชีวจิตมากขึ้น โดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ รวมถึงการใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการขายอื่นๆแล้ว ทำให้อาหารชีวจิตเป็นที่รู้จักกันมากยิ่งขึ้นกว่าที่ผ่านมา และส่งผลให้ตลาดมีการขยายตัวสูงขึ้นเพราะผู้บริโภคเริ่มเห็นคุณค่าและประโยชน์ที่จะได้รับประกอบกับการที่ผู้บริโภคในปัจจุบันให้ความสนใจในเรื่องการบริโภคอาหารมากขึ้น และใส่ใจกับสุขภาพจึงทำให้ผู้ประกอบการเริ่มมีการแข่งขันกันมากขึ้นสินค้าเริ่มมีการเหลื่อมล้ำกันมากยิ่งขึ้นเพื่อที่จะจูงใจลูกค้าและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด นอกจากนี้ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้ประกอบการควรมีการตั้งกลุ่มเป้าหมายโดยส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีความรู้ดี เป็นผู้ใส่ใจในเรื่องสุขภาพ มีกำลังซื้อมาก และถ้าหากผู้ประกอบการได้มีการวางแผนและดำเนินการต่างๆอย่างเป็นระบบแล้ว ก็จะทำให้สามารถที่จะครองส่วนแบ่งทางการตลาดที่มีการเติบโตสูงขึ้นในอนาคตได้ เนื่องจากการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศในอนาคต



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

ผลการศึกษาและผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการศึกษา

การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารชีวจิต โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างด้วยแบบสอบถาม จำนวน 120 ตัวอย่าง ซึ่งทำให้ได้ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภค พฤติกรรมการบริโภคพร้อมทั้งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภค และทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารชีวจิต ซึ่งจะได้กล่าวในรายละเอียดต่อไป

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภค

เพศ

จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคเป็นเพศหญิงจำนวน 78 คนคิดเป็นร้อยละ 65.00 และเพศชายจำนวน 42 คนคิดเป็นร้อยละ 35.00 แสดงว่า พฤติกรรมการบริโภคอาหารชีวจิตที่ได้จากการศึกษามีผลมาจากตัวอย่างของผู้หญิงที่มีมากกว่าผู้ชาย จึงทำให้พฤติกรรมการบริโภคอาหารชีวจิตอาจมาจากผลของผู้บริโภคที่เป็นผู้หญิง (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ผู้บริโภคจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หญิง	78	65.00
ชาย	42	35.00
รวม	120	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อายุ

ระดับอายุของผู้บริโภคแบ่งออกเป็น 6 ระดับ จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี โดยมีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 31.70 รองลงมาคือผู้ที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 26.70 และผู้ที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 19.20 (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ผู้บริโภคจำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 21	4	3.30
21-30	32	26.70
31-40	38	31.70
41-50	23	19.20
51-60	14	11.70
สูงกว่า 60	9	7.50
รวม	120	100.00

สถานภาพ

จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 49.20 สมรสแล้ว รองลงมาคือเป็นโสดจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 48.30 และหม้ายจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 (ตารางที่ 3)

ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษาของผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 51.70 รองลงมาได้แก่ผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี และระดับประถมศึกษา ซึ่งมีจำนวนเท่ากัน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 11.70 ระดับมัธยมศึกษา เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ตอนปลายหรือปวช. จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ระดับที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือระดับ
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามเผยแพร่ต่อและต้องอ้างอิงเจ้าของเอกสารทุกครั้งหากนำไปใช้

มัธยมศึกษาตอนต้น และระดับอนุปริญาหรือปวส. ที่มีจำนวนเท่ากัน จำนวน 9 คน คิดเป็น ร้อยละ 7.50 (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 3 สถานภาพของผู้บริโภค

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สมรสแล้ว	59	49.20
โสด	58	48.30
หม้าย	3	2.50
รวม	120	100.00

ตารางที่ 4 ระดับการศึกษาของผู้บริโภค

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปริญญาตรี	62	51.70
ประถมศึกษา	14	11.70
สูงกว่าปริญญาตรี	14	11.70
มัธยมศึกษาตอนปลาย	12	10.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	9	7.50
อนุปริญา	9	7.50
รวม	120	100.00

อาชีพ

อาชีพของผู้บริโภคส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 24.20 รองลงมาได้แก่ อาชีพรับจ้าง พนักงานเอกชน จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 23.30 ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 16.70 อาชีพนักเรียน นักศึกษา จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 14.20 (ตารางที่ 5)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5 ผู้บริโภคจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รับราชการ	29	24.20
รับจ้าง พนักงานเอกชน	28	23.30
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	20	16.70
นักเรียน นักศึกษา	17	14.20
แม่บ้าน	13	10.80
รัฐวิสาหกิจ	10	8.30
ไม่มีอาชีพ	3	2.50
รวม	120	100.00

ระดับรายได้เฉลี่ย

จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่มีระดับรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 23.30 รองลงมาได้แก่ผู้ที่มีระดับรายได้เฉลี่ยมากกว่า 30,000 บาท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 20.80 ผู้ที่มีระดับรายได้เฉลี่ยระหว่าง 3,000-5,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 19.20 (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภค

ระดับรายได้ (บาท)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 3,000	7	5.80
3,000-5,000	23	19.20
5,001-10,000	18	15.00
10,001-20,000	28	23.30
20,001-30,000	19	15.80
มากกว่า 30,000	25	20.80
รวม	120	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จำนวนสมาชิกในครอบครัว

ได้แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่ม 1-2 คน กลุ่ม 3-4 คน กลุ่ม 5-6 คน และ กลุ่มมากกว่า 6 คน เพื่อให้ผู้ให้สัมภาษณ์สะดวกในการตอบแบบสอบถามมากยิ่งขึ้น จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภครายส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คนมากที่สุด จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาได้แก่ ผู้บริโภคที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 5-6 คน จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 28.30 ผู้บริโภคที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวมากกว่า 6 คน จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 18.30 (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 จำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้บริโภค

จำนวนสมาชิกในครอบครัว (คน)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-2	10	8.30
3-4	54	45.00
5-6	34	28.30
มากกว่า 6 คน	22	18.30
รวม	120	100.00

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคอาหารชีวจิต

ความถี่ในการบริโภคอาหารชีวจิต

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความถี่ในการบริโภคคนาน ๆ ครั้ง จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 31.70 รองลงมาได้แก่ ผู้บริโภคที่บริโภคบางมื้อ ทุกวัน จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ผู้บริโภคที่บริโภคทุกสัปดาห์ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 18.30 ผู้บริโภคที่บริโภคทุกมื้อ ทุกวัน จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 16.70 เดือนละครั้ง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.80 ส่วนที่เหลือคือ ไม่ได้บริโภคแล้ว จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 8 ความถี่ในการบริโภคอาหารชีวิตของผู้บริโภค

ความถี่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นาน ๆ ครั้ง	38	31.70
บางมื้อ ทุกวัน	30	25.00
ทุกสัปดาห์	22	18.30
ทุกมื้อ ทุกวัน	20	16.70
เดือนละครั้ง	7	5.80
ไม่ได้บริโภคแล้ว	3	2.50
รวม	120	100.00

ลักษณะของอาหารชีวิตที่ผู้บริโภคนิยมซื้อ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมซื้อส่วนประกอบของอาหารชีวิตจากตลาดสดแล้วนำมาประกอบอาหารเอง จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 รองลงมาได้แก่ ผู้บริโภคที่ซื้อเป็นอาหารสำเร็จรูป จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ผู้บริโภคที่ซื้อมาเป็นแพ็คเกจสำเร็จรูปแล้วนำมาประกอบอาหารเอง จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 9 ลักษณะของอาหารชีวิตที่ผู้บริโภคนิยมซื้อ

ลักษณะของอาหารชีวิต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ซื้อส่วนประกอบจากตลาดสด- แล้วนำมาประกอบอาหารเอง	63	52.50
อาหารสำเร็จรูป	36	30.00
แพ็คเกจสำเร็จรูป	21	17.50
รวม	120	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แหล่งที่ผู้บริโภคนิยมซื้อ

ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่นิยมซื้ออาหารชีวจิตจากร้านขายอาหารชีวจิตมากที่สุด จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาได้แก่ ผู้บริโภคที่ซื้อจากตลาดสด จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ผู้บริโภคที่ซื้อจากห้างสรรพสินค้า จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 ผู้บริโภคที่ซื้อจากแหล่งอื่น ๆ เช่น ปิมน้ำมัน จตุจักร จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 11.70 ส่วนที่เหลือผู้บริโภคจะซื้อจากสถานที่ที่จัดเทศกาลอาหารชีวจิต (ตารางที่ 10)

ตารางที่ 10 แหล่งที่ผู้บริโภคนิยมซื้อ

แหล่ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ร้านขายอาหารชีวจิต	48	40.00
ตลาดสด	30	25.00
ห้างสรรพสินค้า	21	17.50
สถานที่ที่จัดเทศกาลอาหารชีวจิต	7	5.80
อื่น ๆ ¹	14	11.70
รวม	120	100.00

หมายเหตุ¹ อื่น ๆ ได้แก่ ปิมน้ำมัน จตุจักร

เหตุผลที่ซื้ออาหารชีวจิตจากแหล่งที่ผู้บริโภคนิยมซื้อ

เหตุผลโดยส่วนใหญ่ที่ทำให้ผู้บริโภคซื้ออาหารชีวจิตจากแหล่งต่าง ๆ ตามตารางที่ 12 คือ สามารถเลือกซื้อได้หลายอย่าง จำนวน 53 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 32.12 รองลงมาได้แก่ ใกล้บ้าน จำนวน 41 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 24.85 ซื้อได้ราคาถูก จำนวน 26 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 15.76 การจัดร้านดี สะอาด จำนวน 25 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 15.15 เหตุผลอื่น ๆ ได้แก่ ใกล้ที่ทำงาน สะดวก จำนวน 13 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 7.88 ส่วนเหตุผลที่น้อยที่สุด คือ มีบริการที่ดี จำนวน 7 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 4.24 แสดงว่าผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการบริการมากนัก (ตารางที่ 11)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 11 เหตุผลที่ผู้บริโภครู้จักซื้ออาหารชีวจิตจากแหล่งที่ผู้บริโภคนิยมซื้อ¹

เหตุผล	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
สามารถเลือกซื้อได้หลายอย่าง	53	32.12
ใกล้บ้าน	41	24.85
ซื้อได้ราคาถูก	26	15.76
การจัดร้านค้า สะอาด	25	15.15
สะดวก	13	7.88
มีบริการที่ดี	7	4.24
รวม	165	100.00

หมายเหตุ¹ สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อาหารที่ผู้บริโภครู้จักซื้อบริโภคเมื่อซื้ออาหารชีวจิตไม่ได้

จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่จะเลือกซื้ออาหารทั่วไปบริโภคแทน จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 44.20 รองลงมาได้แก่ ผู้บริโภคจะเลือกซื้อส่วนประกอบอาหารชีวจิตจากตลาดสดหรือที่อื่น ๆ แล้วมาประกอบอาหารเอง จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 30.80 ผู้บริโภคที่ซื้ออาหารมังสวิรัตบริโภคแทน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 20.80 ผู้บริโภคที่ซื้ออาหารเสริมอื่น ๆ บริโภคแทน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30 ส่วนที่เหลือคือผู้บริโภครู้จักซื้อ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80 (ตารางที่ 12)

ความถี่ในการบริโภคถ้ามีร้านอาหารชีวจิตกระจายอยู่ทั่วไปมากขึ้น

ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่จะบริโภคบ่อยมากขึ้น จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมาได้แก่ ผู้บริโภคที่บริโภคเท่าเดิม จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 24.20 ส่วนที่เหลือเป็นผู้บริโภคที่ยังไม่ทราบ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 10.80 (ตารางที่ 13)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 12 อาหารที่ผู้บริโภครู้จักจะเลือกซื้อบริโภคเมื่อซื้ออาหารชีวจิตไม่ได้

อาหารที่เลือกซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ซื้ออาหารทั่วไปแทน	53	44.20
ซื้อส่วนประกอบจากตลาดสดหรือที่อื่น ๆ แล้วมาประกอบเอง	37	30.80
ซื้ออาหารมังสวิรัตแทน	25	20.80
ซื้ออาหารเสริมอื่น ๆ แทน	4	3.30
เลิกซื้อ	1	0.80
รวม	120	100.00

ตารางที่ 13 ความถี่ในการบริโภคของผู้บริโภคที่มีร้านอาหารชีวจิตกระจายอยู่ทั่วไปมากขึ้น

ความถี่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บ่อยขึ้น	78	65.00
เท่าเดิม	29	24.20
ไม่ทราบ	13	10.80
รวม	120	100.00

การบริโภคน้ำอาร์.ซี.

จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่เคยบริโภคน้ำอาร์.ซี. จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 74.20 ส่วนที่เหลือเป็นผู้บริโภคที่ไม่เคยบริโภคน้ำอาร์.ซี. จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 25.80 (ตารางที่ 14)

สถานที่ที่นิยมบริโภคอาหารชีวจิต

ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่มักจะบริโภคอาหารชีวจิตที่บ้าน จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 66.70 รองลงมาได้แก่ บริโภคที่ร้านขายอาหารชีวจิต จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริโคนที่ทำงาน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.20 และห้างสรรพสินค้า จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.70 (ตารางที่ 15)

ตารางที่ 14 การบริโภคน้ำอาร์.ซี.ของผู้บริโภค

การบริโภคน้ำอาร์.ซี.	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคย	89	74.20
ไม่เคย	31	25.80
รวม	120	100.00

ตารางที่ 15 สถานที่ที่ผู้บริโภคนิยมบริโภคอาหารชีวจิต

สถานที่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บ้าน	80	66.70
ร้านขายอาหารชีวจิต	33	27.50
ที่ทำงาน	5	4.20
ห้างสรรพสินค้า	2	1.70
รวม	120	100.00

เหตุผลที่ชอบบริโภคอาหารชีวจิต

เหตุผลที่ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่ชอบบริโภคอาหารชีวจิต คือ ทำให้สุขภาพดี จำนวน 101 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 31.56 รองลงมาได้แก่ ตระหนักถึงคุณค่าทางอาหาร จำนวน 82 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 25.63 ช่วยรักษาโรคบางชนิด จำนวน 42 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 13.13 ป้องกันโรค จำนวน 28 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 8.75 ส่วนเหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคชอบน้อยที่สุด คือ ความทันสมัยและอยากทดลอง ซึ่งมีอัตราเท่ากัน จำนวน 2 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 0.62 แสดงว่าผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเรื่องสุขภาพมากที่สุด โดยไม่สนใจเรื่องความทันสมัยเท่าใดนัก (ตารางที่ 16)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 16 เหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคชอบบริโภคอาหารชีวจิต¹

เหตุผล	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ทำให้สุขภาพดี	101	31.56
ตระหนักถึงคุณค่าทางอาหาร	82	25.63
ช่วยรักษาโรคบางชนิด	42	13.13
ป้องกันโรค	28	8.75
รสชาติดี	22	6.88
ช่วยชะลอความแก่	16	5.00
หาซื้อง่าย	13	4.06
ราคาถูก	7	2.19
บริโภคตามบุคคลอื่นๆ	5	1.56
ความทันสมัย	2	0.62
อยากทดลอง	2	0.62
รวม	320	100.00

หมายเหตุ¹ สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

เหตุผลที่ไม่ชอบบริโภคอาหารชีวจิต

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่ไม่ชอบบริโภคอาหารชีวจิตเนื่องจาก หาซื้อยาก จำนวน 46 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 29.49 รองลงมาได้แก่ ราคาสูง จำนวน 31 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 19.87 เสียเวลาประกอบอาหารนาน จำนวน 26 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 16.67 รสชาติไม่อร่อย จำนวน 23 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 14.74 ไม่มีความรู้ในการประกอบอาหาร จำนวน 22 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 14.10 วิธีทำยุ่งยาก จำนวน 8 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 5.13 ส่วนที่เหลือเป็นเหตุผลที่ผู้บริโภคไม่ได้เลือกเลย คือ ไม่เห็นประโยชน์ แสดงว่าการบริโภคอาหารชีวจิตของผู้บริโภคทุกคนเพราะเห็นประโยชน์ที่จะได้รับนั่นเอง (ตารางที่ 17)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 17 เหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคนิยมบริโภคอาหารชีวจิต¹

เหตุผล	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
หาซื้อยาก	46	29.49
ราคาสูง	31	19.87
เสียเวลาประกอบอาหารนาน	26	16.67
รสชาติไม่อร่อย	23	14.74
ไม่มีความรู้ในการประกอบอาหาร	22	14.10
วิธีทำยุ่งยาก	8	5.13
รวม	156	100.00

หมายเหตุ¹ สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ความถี่ในการบริโภคอาหารชีวจิตเมื่อมีการแก้ไขสาเหตุที่ทำให้ผู้บริโภคนิยมบริโภค

ผู้บริโภคนิยมบริโภคอาหารชีวจิตบ่อยขึ้น จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 58.30 รองลงมาได้แก่ บริโภคเหมือนเดิม จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 21.70 ส่วนที่เหลือเป็นผู้บริโภคนิยมไม่ทราบ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 จากการศึกษาทำให้ทราบว่าถ้ามีการแก้ไขปัญหาดังกล่าว เช่น ทำให้หาซื้ออาหารชีวจิตง่ายขึ้น ราคาถูกลง ฯลฯ จะทำให้ผู้บริโภคนิยมบริโภคบ่อยขึ้น (ตารางที่ 18)

ตารางที่ 18 ความถี่ในการบริโภคของผู้บริโภคนิยมเมื่อมีการแก้ไขสาเหตุที่ทำให้ไม่ชอบบริโภค

ความถี่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บ่อยขึ้น	70	58.30
เหมือนเดิม	26	21.70
ไม่ทราบ	24	20.00
รวม	120	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อต่าง ๆ

จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคร้อยละส่วนใหญ่คิดว่าสื่อต่าง ๆ มีส่วนช่วยมากในการตัดสินใจบริโภคอาหารชีวจิต จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 69.20 รองลงมาได้แก่ ผู้บริโภคคิดว่าสื่อต่าง ๆ มีส่วนช่วยน้อย จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 25.80 ผู้บริโภคคิดว่าสื่อต่าง ๆ ไม่มีส่วนช่วยเลย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 (ตารางที่ 19)

ตารางที่ 19 ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับสื่อต่าง ๆ ที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจบริโภค

ความคิดเห็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีส่วนช่วยมาก	83	69.20
มีบ้างเล็กน้อย	31	25.80
ไม่มีเลย	6	5.00
รวม	120	100.00

จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่บริโภคอาหารชีวจิต

จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่บริโภคอาหารชีวจิตของผู้บริโภคจะแบ่งออกเป็น 4 ระดับ และจากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1-2 คน ที่บริโภคอาหารชีวจิต จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 54.20 รองลงมาได้แก่ ผู้บริโภคที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน ที่บริโภคอาหารชีวจิต จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 25.80 ผู้บริโภคที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวมากกว่า 6 คน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 10.80 (ตารางที่ 20)

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารชีวจิต

เหตุผลที่ทำให้บริโภคอาหารชีวจิตครั้งแรก

จากการศึกษาพบว่าโดยส่วนใหญ่แล้วอิทธิพลที่ทำให้ผู้บริโภคบริโภคอาหารชีวจิตครั้งแรกคือ ลองด้วยตนเอง จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 45.80 รองลงมาได้แก่ บริโภคตามบุคคลในเอกสารเป็นเอกสารที่ส่งวันไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นับญาติเห็นไปไซ้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ครอบครัว จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 19.20 อธิพิลจากกระแสบ่าว จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 11.70 บุคคลอื่นซึ่้อมาให้ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 9.20 (ตารางที่ 21)

ตารางที่ 20 จำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้บริโภคที่บริโภคอาหารชีวจิต

จำนวนสมาชิกในครอบครัว ที่บริโภคอาหารชีวจิต (คน)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-2	65	54.20
3-4	31	25.80
5-6	11	9.20
มากกว่า 6	13	10.80
รวม	120	100.00

ตารางที่ 21 เหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคบริโภคอาหารชีวจิตครั้งแรก

เหตุผล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ลองด้วยตนเอง	55	45.80
บริโภคตามบุคคลในครอบครัว	23	19.20
กระแสบ่าว	14	11.70
บุคคลอื่นซึ่้อมาให้	11	9.20
เพื่อนชักชวน	9	7.50
บริโภคมานานแล้ว	8	6.70
รวม	120	100.00

ปัจจัยที่ใช้พิจารณาในการซื้ออาหารชีวจิต

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่พิจารณาถึงคุณค่าทางอาหารมากที่สุด จำนวน 102 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 42.15 รองลงมาได้แก่ โรค จำนวน 37 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 15.29 ความสะดวกในการซื้อ จำนวน 36 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 14.88 ราคา จำนวน 20 ข้อการสนทนเป็นเอกสารที่ส่งงานไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่ขึ้นด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 8.26 ส่วนปัจจัยที่ใช้พิจารณาในการซื้อน้อยที่สุด คือความปลอดภัยจากสารพิษหรือวัตถุเจือปน จำนวน 1 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 0.41 (ตารางที่ 22)

สื่อที่ทำให้รู้จักอาหารชีวจิต

ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่รู้จักอาหารชีวจิตจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด จำนวน 63 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 27.63 รองลงมาได้แก่ นิตยสารและหนังสือชีวจิต จำนวน 55 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 24.12 เพื่อนและคนรู้จัก จำนวน 52 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 22.81 หนังสือพิมพ์ จำนวน 36 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 15.79 วิทยู จำนวน 12 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 5.26 ส่วนวารสารต่างๆ จำนวน 10 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 4.39 (ตารางที่ 23)

ตารางที่ 22 ปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้พิจารณาในการซื้ออาหารชีวจิต¹

ปัจจัย	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
คุณค่าทางอาหาร	102	42.15
โรค	37	15.29
ความสะดวกในการซื้อ	36	14.88
ราคา	20	8.26
คนสูงอายุ	19	7.85
รสชาติ	18	7.44
การชะลอความแก่	9	3.72
ความปลอดภัยจากสารพิษ- หรือวัตถุเจือปน	1	0.41
รวม	242	100.00

หมายเหตุ¹ สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 23 สื่อที่ทำให้ผู้บริโภครู้จักอาหารชีวจิต¹

สื่อ	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
โทรทัศน์	63	27.63
นิตยสารและหนังสือชีวจิต	55	24.12
เพื่อนและคนรู้จัก	52	22.81
หนังสือพิมพ์	36	15.79
วิทยุ	12	5.26
วารสารต่าง ๆ	10	4.39
รวม	228	100.00

หมายเหตุ¹ สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ปริมาณการบริโภคเมื่ออาหารชีวจิตมีราคาสูงขึ้น

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่จะบริโภคปริมาณเท่าเดิม จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 61.70 รองลงมาได้แก่ บริโภคปริมาณลดลง จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 25.80 บริโภคปริมาณเพิ่มขึ้น จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ส่วนที่เหลือเป็นผู้บริโภคที่ยังไม่ทราบ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 (ตารางที่ 24)

ตารางที่ 24 ปริมาณการบริโภคของผู้บริโภคเมื่ออาหารชีวจิตมีราคาสูงขึ้น

ปริมาณ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพิ่มขึ้น	3	2.50
เท่าเดิม	74	61.70
ลดลง	31	25.80
ไม่ทราบ	12	10.00
รวม	120	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปริมาณการบริโภคเมื่ออาหารมีชีวิตมีราคาตกลง

ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่จะบริโภคปริมาณเท่าเดิม จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 59.20 รองลงมาได้แก่ บริโภคปริมาณเพิ่มขึ้น จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30 ส่วนที่เหลือเป็นผู้บริโภคที่ยังไม่ทราบ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 และไม่มีผู้ใดเลยที่บริโภคปริมาณลดลง (ตารางที่ 25)

ตารางที่ 25 ปริมาณการบริโภคของผู้บริโภคเมื่ออาหารมีชีวิตมีราคาตกลง

ปริมาณ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพิ่มขึ้น	40	33.30
เท่าเดิม	71	59.20
ลดลง	0	0.00
ไม่ทราบ	9	7.50
รวม	120	100.0

ตอนที่ 4 ทักษะคิดของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารมีชีวิต

ความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ

จากการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคในเรื่องต่าง ๆ พบว่าผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในเรื่องความสะดวกในการซื้อพอใช้ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 43.30 ราคาพอใช้ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 55.80 การกระจายสินค้าควรปรับปรุง จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 51.70 การกระจายข่าวสารความรู้พอใช้ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 41.70 ความสะดวกในการบริโภคพอใช้ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 53.30 รสชาติพอใช้ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 48.30 การยอมรับของสังคมพอใช้ จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 54.20 (ตารางที่ 26)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความคิดเห็นต่อคำกล่าวต่อไปนี้

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคอาหารชีวจิตโดยส่วนใหญ่แล้วจะเชื่อกับคำกล่าวที่ว่าอาหารชีวจิตมีคุณค่าทางอาหารมากกว่าอาหารทั่วไป จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 85.80 ทำให้ร่างกายแข็งแรง ป้องกันโรค จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 91.60 ช่วยรักษาโรคบางชนิด จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 82.50 และช่วยชะลอความแก่ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 56.70 ส่วนที่ไม่เชื่อกับคำกล่าวที่ว่าอาหารชีวจิตมีคุณค่าทางอาหารมากกว่าอาหารทั่วไป จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ทำให้ร่างกายแข็งแรง ป้องกันโรค จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.20 ช่วยรักษาโรคบางชนิด จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 8.30 (ตารางที่ 27)

ตารางที่ 26 ความคิดเห็นของผู้บริโภคอาหารชีวจิตในเรื่องต่าง ๆ

เรื่อง	ดี	พอใช้	ควรปรับปรุง	รวม
ความสะดวกในการซื้อ	34 (28.30)	52 (43.30)	34 (28.30)	120 (100.00)
ราคา	14 (11.70)	67 (55.80)	39 (32.50)	120 (100.00)
การกระจายสินค้า	13 (10.80)	45 (37.50)	62 (51.70)	120 (100.00)
การกระจายข่าวสารความรู้	34 (28.30)	50 (41.70)	36 (30.00)	120 (100.00)
ความสะดวกในการบริโภค	27 (22.50)	64 (53.30)	29 (24.20)	120 (100.00)
รสชาติ	39 (32.50)	58 (48.30)	23 (19.20)	120 (100.00)
การยอมรับของสังคม	43 (35.80)	65 (54.20)	12 (10.00)	120 (100.00)

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บคือค่าร้อยละ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 27 ความคิดเห็นของผู้บริโภคอาหารชีวจิตต่อคำกล่าวต่อไปนี้

ความคิดเห็น	เชื่อ	ไม่เชื่อ	ไม่ทราบ	รวม
มีคุณค่าทางอาหารมากกว่า-	103	12	5	120
อาหารทั่วไป	(85.80)	(10.00)	(4.20)	(100.00)
ทำให้ร่างกายแข็งแรง ป้องกัน-	110	5	5	120
โรค	(91.60)	(4.20)	(4.20)	(100.00)
ช่วยรักษาโรคบางชนิด	99	10	11	120
	(82.50)	(8.30)	(9.20)	(100.00)
ช่วยชะลอความแก่	68	32	20	120
	(56.70)	(26.70)	(16.70)	(100.00)

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับอาหารชีวจิต

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะว่าควรมีการกระจายสินค้าให้มากขึ้น จำนวน 90 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 23.62 รองลงมาได้แก่ ควรมีการเผยแพร่ข่าวสารให้ผู้บริโภคเห็นประโยชน์มากขึ้น จำนวน 76 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 19.95 ราคาควรถูกลง จำนวน 62 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 16.27 ควรมีการสาธิตการประกอบอาหารชีวจิตผ่านทางสื่อต่าง ๆ มากขึ้นและควรมีการจัดตั้งชมรมชีวจิตเพิ่มขึ้นเพื่อให้คำปรึกษาแก่ผู้บริโภคทั่วไป ในอัตราเท่ากัน จำนวน 61 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 16.01 ส่วนที่เหลือควรมีการปรับปรุงรสชาติ จำนวน 31 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 8.14 (ตารางที่ 28)

การเปลี่ยนแปลงกับร่างกายหลังจากที่บริโภคอาหารชีวจิต

ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่มีสุขภาพแข็งแรงขึ้น จำนวน 63 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 40.91 รองลงมาได้แก่ ไม่มีการเปลี่ยนแปลง จำนวน 38 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 24.68 ตั้งแต่บริโภคยังไม่เกิดโรคใด ๆ กับร่างกาย จำนวน 26 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 16.89 รักษาโรคบางชนิดได้ เช่น โรคกระเพาะ เหน็บชา โรคมะเร็ง จำนวน 17 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 11.04 (ตารางที่ 29)

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 28 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้บริโภคเกี่ยวกับอาหารชีวจิต¹

ข้อเสนอแนะ	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ควรมีการกระจายสินค้าให้มากขึ้น	90	23.62
ควรมีการเผยแพร่ข่าวสารให้ผู้บริโภคเห็นประโยชน์มากขึ้น	76	19.95
ราคาควรถูกลง	62	16.27
ควรมีการสาธิตการประกอบอาหารชีวจิตผ่านทางสื่อต่าง ๆ มากขึ้น	61	16.01
ควรมีการจัดตั้งชมรมชีวจิตเพิ่มขึ้นเพื่อให้คำปรึกษาแก่ผู้บริโภคทั่วไป	61	16.01
ควรมีการปรับปรุงรสชาติ	31	8.14
รวม	381	100.00

หมายเหตุ¹ สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 29 การเปลี่ยนแปลงกับร่างกายของผู้บริโภคหลังจากที่บริโภคอาหารชีวจิต¹

การเปลี่ยนแปลง	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
สุขภาพแข็งแรงขึ้น	63	40.91
ไม่มีการเปลี่ยนแปลง	38	24.68
ตั้งแต่บริโภคยังไม่เกิดโรคใด ๆ กับร่างกาย	26	16.89
รักษาโรคบางชนิดได้	17	11.04
หน้าตาดูอ่อนกว่าเดิม	6	3.89
ไม่ทราบ	4	2.59
รวม	154	100.00

หมายเหตุ¹ สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1

H_0 : รู้สึกว่าการดูแลสุขภาพเป็นสิ่งสำคัญเป็นอิสระต่อความถี่ในการบริโภคอาหารชีวิต

H_1 : ความถี่ในการบริโภคอาหารชีวิตกับรู้สึกว่าการดูแลสุขภาพเป็นสิ่งสำคัญสัมพันธ์กัน

การทดสอบสมมติฐานในครั้งนี้จะกำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05 และใช้ค่าสถิติทดสอบคือ

$$X_c^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

O_{ij} คือ ค่าสังเกตที่ได้จากแถวที่ i และสดมภ์ที่ j

E_{ij} คือ ค่าคาดหวังที่คาดว่าจะเกิดจากแถวที่ i และสดมภ์ที่ j

i คือ ลำดับที่ของผู้ตอบแบบสอบถาม

r คือ ลำดับที่ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

j คือ ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

c คือ ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมด

เขตปฏิเสธ จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อนัยสำคัญของการทดสอบแบบ 2 ทาง (significance) ของค่าสถิติทดสอบมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด

เขตยอมรับ จะยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อนัยสำคัญของการทดสอบแบบ 2 ทาง (significance) ของค่าสถิติทดสอบมีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด

ตารางที่ 30 ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการบริโภคกับรู้สึว่าการดูแลสุขภาพเป็นสิ่งสำคัญ

ปัจจัย	ความถี่ในการบริโภค					ผลรวม
	ทุกมือ วัน	บางมือ วัน	ทุกสัปดาห์	เดือนละ ครั้ง	นานๆ ครั้ง และไม่ได้ บริโภค แล้ว	
รู้สึว่าการดูแลสุขภาพเป็นสิ่งสำคัญ	18 (17.80)	28 (27.70)	20 (19.80)	6 (5.90)	29 (28.70)	101 (100.00)
ไม่รู้สึกว่าการดูแลสุขภาพเป็นสิ่งสำคัญ	2 (10.50)	2 (10.50)	2 (10.50)	1 (5.30)	12 (63.20)	19 (100.00)
ผลรวม	20 (16.70)	30 (25.00)	22 (18.30)	7 (5.80)	41 (34.20)	120 (100.00)

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บคือค่าร้อยละ

ตารางที่ 31 ค่าสถิติที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1

ค่าสถิติ	ค่าไคส์แควร์ที่ คำนวณได้	ค่าชั้นแห่งความอิสระ	ค่านัยสำคัญของการ ทดสอบแบบ 2 ทาง
เพียสัน ไคส์แควร์	8.72	4	0.07

จากตารางที่ 30 จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคที่รู้สึว่าการดูแลสุขภาพเป็นสิ่งสำคัญโดยส่วนใหญ่จะมีความถี่ในการบริโภค คือนาน ๆ ครั้งและไม่ได้บริโภคแล้ว จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 28.70 จากผู้บริโภคจำนวน 101 คน รองลงมา คือบางมือ ทุกวัน จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 27.70 ส่วนผู้บริโภคที่ไม่รู้สึว่าการดูแลสุขภาพเป็นสิ่งสำคัญส่วนใหญ่ก็มีความถี่ในการบริโภค คือนาน ๆ ครั้งและไม่ได้บริโภคแล้ว เช่นกัน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 63.20 จากผู้บริโภคจำนวน 19 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 31 ค่าไคลส์แควร์ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 8.72 ค่าชั้นแห่งความอิสระเท่ากับ 4 ส่วนค่านัยสำคัญของการทดสอบแบบ 2 ทาง มีค่าเท่ากับ 0.07 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดไว้ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งสรุปได้ว่า การรู้สึกว่าการดูแลสุขภาพเป็นสิ่งสำคัญ เป็นอิสระต่อความถี่ในการบริโภคอาหารชีวจิต นั่นเอง ซึ่งก็หมายความว่า ความถี่ในการบริโภคอาหารชีวจิตจะมากหรือน้อยไม่ได้ขึ้นอยู่กับความรู้สึกว่าการดูแลสุขภาพเป็นสิ่งสำคัญของผู้บริโภค

สมมติฐานข้อที่ 2

H_0 : ราคาไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการบริโภคอาหารชีวจิต

H_1 : ราคามีความสัมพันธ์กับความถี่ในการบริโภคอาหารชีวจิต

ตารางที่ 32 ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการบริโภคอาหารชีวจิตและราคา

ปัจจัย	ความถี่ในการบริโภค					ผลรวม
	ทุกมื้อ ทุกวัน	บางมื้อ ทุกวัน	ทุก สัปดาห์	เดือนละ ครั้ง	นานๆ ครั้ง และไม่ได้ บริโภค แล้ว	
ค่านิ่งถึงราคา	6 (30.00)	3 (15.00)	1 (5.00)	2 (10.00)	8 (40.00)	20 (100.00)
ไม่ค่านิ่งถึงราคา	14 (14.00)	27 (27.00)	21 (21.00)	5 (5.00)	33 (33.00)	100 (100.00)
ผลรวม	20 (16.70)	30 (25.00)	22 (18.30)	7 (5.80)	41 (34.20)	120 (100.00)

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บคือค่าร้อยละ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 33 ค่าสถิติที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2

ค่าสถิติ	ค่าไคส์แควร์ที่ คำนวณได้	ค่าชั้นแห่งความอิสระ	ค่านัยสำคัญของการ ทดสอบแบบ 2 ทาง
เพียสันไคส์แควร์	6.80	4	0.15

จากตารางที่ 32 เป็นความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการบริโภคกับราคา จะเห็นได้ว่า ผู้บริโภคที่คำนึงถึงราคาโดยส่วนใหญ่ จะบริโภคอาหารชีวจิตนาน ๆ ครั้งและไม่ได้บริโภคแล้ว จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 จากจำนวนผู้บริโภค 20 คน ส่วนผู้บริโภคที่ไม่คำนึงถึงราคาระนั้นก็จะบริโภคนาน ๆ ครั้งและไม่ได้บริโภคแล้ว จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 จากผู้บริโภคจำนวน 100 คน รองลงมาคือบริโภคบางมื้อ ทุกวัน จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00

จากตารางที่ 33 ค่าไคส์แควร์ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 6.80 ค่าชั้นแห่งความอิสระมีค่าเท่ากับ 4 ส่วนค่านัยสำคัญของการทดสอบแบบ 2 ทางมีค่าเท่ากับ 0.15 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดไว้ แสดงว่าผลการทดสอบในที่นี้ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งสรุปได้ว่า ราคาไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการบริโภคอาหารชีวจิต หมายความว่าราคาไม่ใช่ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ความถี่ในการบริโภคอาหารชีวจิตของผู้บริโภคเปลี่ยนไป

สมมติฐานข้อที่ 3

H_0 : การกระจายร้านอาหารชีวจิตให้มากขึ้นเป็นอิสระต่อความถี่ในการบริโภคอาหารชีวจิต

H_1 : การกระจายร้านอาหารชีวจิตให้มากขึ้นสัมพันธ์กับความถี่ในการบริโภคอาหารชีวจิต

ตารางที่ 34 ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการบริโภคอาหารชีวิต และการกระจายร้านอาหารชีวิตให้มากขึ้น

การบริโภคเมื่อ มีการกระจาย ร้านอาหาร ชีวิตให้มากขึ้น	ความถี่ในการบริโภค			ผลรวม
	ทุกมื้อ ทุกวัน	ทุกสัปดาห์ และ เดือนละครั้ง	นาน ๆ ครั้ง และ ไม่ได้บริโภคแล้ว	
บ่อยขึ้น	35 (44.90)	12 (15.40)	31 (39.70)	78 (100.00)
เท่าเดิม	13 (44.80)	9 (31.00)	7 (24.10)	29 (100.00)
ไม่ทราบ	2 (15.40)	1 (7.70)	10 (76.90)	13 (100.00)
ผลรวม	50 (41.70)	22 (18.30)	48 (40.00)	120 (100.00)

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บคือค่าร้อยละ

ตารางที่ 35 ค่าสถิติที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3

ค่าสถิติ	ค่าไคส์แควร์ที่ คำนวณได้	ค่าชั้นแห่งความอิสระ	ค่านัยสำคัญของการ ทดสอบแบบ 2 ทาง
เพียสันไคส์แควร์	12.39	4	0.02

จากตารางที่ 34 จะเห็นได้ว่าถ้ามีร้านอาหารชีวิตกระจายอยู่มากขึ้น ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่ที่บริโภคบ่อยขึ้น มักจะบริโภค ทุกมื้อ ทุกวันและบางมื้อ ทุกวัน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 44.90 จากผู้บริโภคจำนวน 78 คน ส่วนผู้บริโภคที่บริโภคเท่าเดิมส่วนใหญ่ มักจะบริโภค ทุกมื้อ ทุกวันและบางมื้อ ทุกวันเช่นกัน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 44.80 จากจำนวนผู้บริโภคจำนวน 29 คน ส่วนที่เหลือเป็นผู้บริโภคที่ยังไม่ทราบ มักจะบริโภคนาน ๆ ครั้งและไม่ได้บริโภคแล้ว จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 76.90 จากจำนวนผู้บริโภค 13 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับบริการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 35 ค่าไคลส์แควร์ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 12.39 ค่าชั้นแห่งความอิสระมีค่าเท่ากับ 4 ส่วนค่านัยสำคัญของการทดสอบแบบ 2 ทางมีค่าเท่ากับ 0.02 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดไว้ ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งสรุปได้ว่า การกระจายร้านอาหารชีวิตให้มากขึ้นมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการบริโภคอาหารชีวิต ซึ่งก็หมายความว่าถ้ามีการกระจายร้านอาหารชีวิตออกไปให้มากขึ้นก็จะทำให้ความถี่ในการบริโภคอาหารชีวิตของผู้บริโภคเพิ่มมากยิ่งขึ้นด้วย ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการกระจายร้านขายอาหารชีวิตออกไปอย่างทั่วถึงมากขึ้นเพื่อสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคนั่นเอง



บทที่ 4

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

อาหารชีวจิต คือ อาหารแบบแมคโครไบโอติกส์ที่มีต้นตำรับเดิมมาจากประเทศญี่ปุ่นและปรับให้เข้ากับอาหารของคนไทย อาหารชีวจิตจะแตกต่างจากอาหารมังสวิรัต เพราะยังมีการบริโภค กุ้ง หอย ปู ปลา นอกจากนี้อาหารชีวจิตถือว่าเป็นอาหารที่เป็นธรรมชาติมากที่สุด ตัวอย่างเช่นข้าว ก็จะบริโภคข้าวที่ไม่ผ่านการขัดสี ได้แก่ ข้าวกล้อง ข้าวซ้อมมือ ข้าวแดง เป็นต้น ถ้าเป็นพวกอาหารเมล็ดก็ใช้อย่างที่เรียกว่า โฮลเกรน หมายความว่า ยังไม่ได้เอาเมล็ดนั้นไปขัดขาว เป็นแป้งขาวหรืออย่างขนมปัง ควรบริโภคขนมปังที่เรียกว่า โฮลวีท ที่ทำมาจากข้าวทั้งเมล็ดไม่ได้เอาไปขัดขาว นอกจากนี้อาหารที่ควรงดได้แก่ อาหารประเภทที่ทำมาจากน้ำตาลขาวทุกชนิด อาหารที่มีไขมัน อาหารประเภทแป้งขาวทุกชนิด อาหารประเภทเนื้อสัตว์ เช่น หมู ไก่ เนื้อวัว เป็นต้น นอกจากนี้แล้วยังบริโภคอาหารที่มีอยู่ตามฤดูกาลเพราะจะทำให้ร่างกายมีความสมดุลกับสภาพแวดล้อมที่อากาศเปลี่ยนแปลงได้ ส่วนประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการบริโภคอาหารชีวจิตในเรื่องต่างๆ ได้แก่ สารอาหาร การนอนหลับ การชะลอความแก่ การทำให้ลูกมีสมองที่ดี ลดอัตราการเสี่ยงต่อการเกิดโรคมะเร็ง เป็นต้น ในเรื่องการตลาดของอาหารชีวจิตนั้นมีอัตราการขยายตัวสูงมากยิ่งขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งส่งผลให้ส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มมากขึ้นด้วย แต่ในเรื่องการแข่งขันนั้นยังมีไม่มากนักเมื่อเทียบกับตลาดอาหารมังสวิรัตและตลาดอาหารเจ แต่อย่างไรก็ตามอาหารชีวจิตก็ยังคงมีจุดขายที่เป็นอาหารเพื่อสุขภาพ คือ เป็นอาหารที่มีประโยชน์และคุณค่าต่อร่างกายอย่างแท้จริง

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภค

จากการศึกษาข้อมูลจากผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 120 คน พบว่า ผู้บริโภคที่เป็นเพศหญิงจำนวน 78 คน เพศชายจำนวน 42 คน ระดับช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพสมรสแล้ว ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพรับราชการ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาท จำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารชีวจิต

จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่เคยบริโภคน้ำอาร์.ซี. ซึ่งจะบริโภคนานๆครั้ง และมักจะบริโภคที่บ้าน นอกจากนี้ยังนิยมซื้อมารับประทานในลักษณะที่ซื้อส่วนประกอบของอาหารชีวจิตจากตลาดสดตามแหล่งต่างๆแล้วนำมาประกอบอาหารเอง นอกจากนี้ผู้บริโภคจะนิยมซื้ออาหารชีวจิตจากร้านขายอาหารชีวจิตมากที่สุดเพราะสามารถเลือกซื้อได้หลายอย่างและถ้าผู้บริโภคหาซื้ออาหารชีวจิตบริโภคไม่ได้ ผู้บริโภคจะซื้ออาหารทั่วไปบริโภคแทน แต่ถ้าหากมีร้านอาหารชีวจิตกระจายอยู่ทั่วไปมากขึ้นผู้บริโภคจะบริโภคบ่อยขึ้น จำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่มีจำนวน 1-2 คนที่บริโภคอาหารชีวจิต ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบบริโภคอาหารชีวจิตโดยให้เหตุผลว่า ทำให้สุขภาพดี และตระหนักถึงคุณค่าทางอาหารเป็นเหตุผลรองลงมา ส่วนผู้บริโภคที่ไม่ชอบบริโภคให้เหตุผลว่า หาซื้อยาก รองลงมาคือ ราคาสูง สำหรับการเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางสื่อต่างๆผู้บริโภคคิดว่ามีส่วนช่วยมากในการตัดสินใจบริโภคอาหารชีวจิต

ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารชีวจิต

อิทธิพลที่ทำให้ผู้บริโภคบริโภคอาหารชีวจิตครั้งแรก คือ การลองด้วยตนเอง ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อคือ คุณค่าทางอาหาร รองลงมาคือ โรค ส่วนสื่อที่ทำให้ผู้บริโภครู้จักอาหารชีวจิตมากที่สุด คือ โทรทัศน์ รองลงมาคือ นิตยสารและหนังสือชีวจิต นอกจากนี้ถ้าอาหารชีวจิตมีราคาสูงขึ้นผู้บริโภคจะบริโภคปริมาณเท่าเดิม และถ้าอาหารชีวจิตมีราคาลดลงผู้บริโภคจะบริโภคปริมาณที่เท่าเดิมเช่นกัน

ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารชีวจิต

ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นในเรื่องความสะดวกในการซื้อ ราคา การกระจายข่าวสารความรู้ ความสะดวกในการบริโภค รสชาติ และการยอมรับของสังคม ว่ามีความเหมาะสมอยู่แล้ว แต่ในเรื่องการกระจายสินค้า ควรมีการปรับปรุง นอกจากนี้ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่เชื่อมั่นกับคำกล่าวที่ว่า อาหารชีวจิตมีคุณค่าทางอาหารมากกว่าอาหารทั่วไป ทำให้ร่างกายแข็งแรง ป้องกันโรค ช่วยรักษาโรคบางชนิด ช่วยชะลอความแก่ ส่วนข้อเสนอแนะ

เพิ่มเติมที่มีมากที่สุด คือ ควรมีการกระจายสินค้าให้มากขึ้น รองลงมาคือ ควรมีการเผยแพร่เอกสารที่เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกินใช้งานเพื่อการรักษาเท่านั้น ไม่นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ข่าวสารให้ผู้บริโภคเห็นประโยชน์มากขึ้น นอกจากนี้ผลการเปลี่ยนแปลงหลังจากการบริโภคของไม่ว่ากรรมใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่แล้วจะมีสุขภาพแข็งแรงมากยิ่งขึ้น ส่วนผู้บริโภคบางคนก็สามารถรักษาโรคบางชนิดได้ เช่น โรคมะเร็ง โรคกระเพาะ ท้องผูก ปากนกกระจอก เลือดออกตามไรฟัน เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

ด้านผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ของอาหารชีวจิตมีทั้งที่เป็นอาหารสำเร็จรูป และอาหารกึ่งสำเร็จรูป ปัญหาทางด้านผลิตภัณฑ์ที่พบ คือยังมีการกระจายผลิตภัณฑ์ไม่ทั่วถึงเท่าใดนัก ทำให้ผู้บริโภคที่ต้องการจะบริโภคหันไปบริโภคอาหารประเภทอื่นๆแทนเนื่องจากหาซื้อไม่ได้ ซึ่งเป็นอุปสรรคที่สำคัญในการบริโภค นอกจากนี้ในเรื่องของรสชาติ ถ้าเป็นอาหารสำเร็จรูปควรมีการปรับปรุงรสชาติให้มีรสชาติดีมากยิ่งขึ้น เนื่องมาจากอาหารชีวจิตเป็นอาหารธรรมชาติที่ไม่ผ่านกระบวนการทางเคมี อาจทำให้มีรสชาติแปลก และแตกต่างจากอาหารทั่วไปจึงควรมีการประยุกต์เพื่อให้มีรสชาติที่ดีขึ้น นอกจากนี้ถ้าเป็นผลิตภัณฑ์กึ่งสำเร็จรูป ควรมีความเข้มข้นของสลากว่ามีส่วนประกอบชนิดโดยอยู่บ้าง และควรมีวิธีการประกอบอาหารระนอยู่ในสลากอีกด้วย เพื่อความสะดวกในการประกอบอาหารนั่นเอง นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ควรได้มาตรฐาน ควรมีการคัดเลือกคุณภาพให้เหมาะสมกับราคา และให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้นด้วย

ด้านราคา

ปัญหาทางด้านราคาของอาหารชีวจิตไม่ค่อยมีปัญหามากนัก เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าราคามีความเหมาะสมอยู่แล้ว และราคาไม่ใช่ปัจจัยสำคัญในการพิจารณาซื้ออาหารชีวจิต แต่ผู้บริโภคจะคำนึงถึงคุณค่าทางอาหารมากที่สุด นอกจากนี้การตั้งราคาของอาหารชีวจิตไม่ว่าจะเป็นอาหารสำเร็จรูป หรืออาหารกึ่งสำเร็จรูปก็ตามมักจะตั้งตามราคาตลาดของสินค้าเกษตรจึงไม่ค่อยมีปัญหาในเรื่องการแข่งขันทางด้านราคามากนัก นอกจากนี้จากการศึกษายังสรุปได้ว่า ไม่ว่าอาหารชีวจิตจะมีราคาสูงขึ้นหรือลดลงก็ตาม ผู้บริโภคยังคงที่จะบริโภคปริมาณเท่าเดิม แต่ถึงอย่างไรก็ตามก็ควรจะมีการตั้งราคาให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อรองรับความสามารถในการซื้อของผู้บริโภคทุกกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนค่อนข้างต่ำ ราคาก็ยังคงเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อ เพราะอาหารชีวจิตโดยส่วนใหญ่จะมีราคาสูงกว่าอาหารทั่วไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายคือ สถานที่จำหน่ายอาหารชีวจิตในปัจจุบันนี้ยังไม่สามารถกระจายสู่กลุ่มผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง เนื่องจากในสังคมปัจจุบันผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคเพิ่มมากขึ้น แต่ผลิตภัณฑ์มีการกระจายสู่ผู้บริโภคอย่างไม่ทั่วถึง ส่วนช่องทางการจัดจำหน่ายที่สำคัญคือ ร้านขายอาหารชีวจิต ซูเปอร์มาร์เก็ต ห้างสรรพสินค้าและตลาดสดต่างๆ เพราะสะดวกในการเลือกซื้อและผู้บริโภคสามารถหาซื้อได้หลายอย่าง ดังนั้นจึงควรที่จะมีการขยายหรือกระจายช่องทางการจำหน่ายมากยิ่งขึ้น เพื่อรองรับกับความต้องการของผู้บริโภคที่มีอย่างไม่จำกัด เช่นทำการกระจายร้านขายอาหารออกไปให้มากขึ้น เพราะจากการศึกษาพบว่าเมื่อมีการกระจายร้านขายอาหารชีวจิตให้มากขึ้นผู้บริโภคก็จะบริโภคอาหารชีวจิตบ่อยขึ้นเช่นกัน เพราะฉะนั้นจึงควรมีการกระจายผลิตภัณฑ์ไปตามห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และที่อื่นๆ ให้มากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นการเพิ่มปริมาณการขาย

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดคือ การเลือกใช้สื่อในการส่งเสริมการตลาดที่ไม่ตรงกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย การเลือกใช้สื่อในการเข้าถึงผู้บริโภคนั้นมีความสำคัญมาก ในการที่จะกำหนดพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภค ควรมีการเลือกใช้สื่อในรูปแบบต่างๆมากขึ้น เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด นอกจากนี้ยังทำให้ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจมากยิ่งขึ้นในเรื่องการบริโภคอาหารชีวจิต และทำให้ผู้บริโภคเห็นประโยชน์มากยิ่งขึ้นด้วย ส่วนสื่อที่มีความสำคัญและเป็นสื่อที่ทำให้ผู้บริโภครู้จักผลิตภัณฑ์มากที่สุดคือ โทรทัศน์ ซึ่งอาจมีการนำเสนอผ่านทางรายการโทรทัศน์ต่างๆที่น่าสนใจและมีผู้ชมมาก นอกจากนี้ยังมีสื่ออื่นๆ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ นิตยสารและหนังสือชีวจิต ก็มีความสำคัญเช่นกันในการส่งเสริมการตลาดเพื่อทำให้ผู้บริโภคให้ความสนใจและบริโภคมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรุงเทพมหานคร. 2541. กรุงเทพมหานคร: 6 ตุลาคม 2541: น. 12.

จิตร จิรรัตน์สถิต และมณี แก้วปลั่ง. 2534. **ปรึกษาแพทย์เรื่องเบาหวาน**. เชียงใหม่: สำนักพิมพ์
โครงการตำรา หน่วยวารสารวิชาการ คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

นราดล วิสิษฐ์กุล. 2540. **ต้านมะเร็งด้วยโภชนาบำบัด**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์กึ่งหัน.

นิรนาม. 2536. “มังสวิรัต อาหารปลอดเนื้อสัตว์”. น. 20-22. **ผาสุก**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์
กึ่งหัน.

นิรนาม. 2541. “น้ำอาร์ซี-น้ำเพื่อชีวิต”. **กรุงเทพมหานคร**. (14 มิถุนายน 2541): น. 11.

รุ่งนภา วิเชียรณี. 2537. **พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารมังสวิรัตในเขตกรุงเทพมหานคร**.
กรุงเทพมหานคร: ปัญหาพิเศษ, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ศรีสมร คงพันธุ์ และมณี สุวรรณผ่อง. 2526. **อาหารมังสวิรัต**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์
ปลาตะเพียน.

สง่า ดามาพงษ์. 2541. “จากน้ำผักสู่น้ำอาร์ซี”. **มติชน**. (29 กรกฎาคม 2541): น. 4.

สาทิส อินทรกำแหง. 2541 ก. “ชีวิตคืออะไร”. น. 8-11. **ชีวิต** (พิมพ์ครั้งที่สิบหก).
กรุงเทพมหานคร: คลินิกบ้านและสวน.

สาทิส อินทรกำแหง. 2541 ข. “ชะลอความแก่ด้วยอาหาร”. น. 52-65. **ชีวิตเริ่มต้นเมื่อ70**
(พิมพ์ครั้งที่เก้า). กรุงเทพมหานคร: คลินิกบ้านและสวน.

สาทิส อินทรกำแหง. 2541 ค. “เปิดใจ ดร.สาทิส”. **ชีวิต**. (16 ตุลาคม 2541): น. 8.

สาทิส อินทรกำแหง. 2541 ง. “สารอาหาร”. น. 96-103. **มะเร็งแห่งชีวิต** (พิมพ์ครั้งที่แปด).
กรุงเทพมหานคร: คลินิกบ้านและสวน.

สุดาดวง เรื่องรุจีระ. 2540. **หลักการตลาด**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ประกายพริก.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สุรเดช สำราญจิตต์. 2530. **อนามัยครอบครั้ว (พิมพ์ครั้งที่สอง)**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยรามคำแหง.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก.

ตัวอย่างแบบสอบถาม

เลขที่แบบสอบถาม.....

เขตที่สอบถาม.....

แบบสอบถาม โครงการปัญหาพิเศษ

เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารชีวิตในเขตกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

1. เพศ

- () 1. ชาย () 2. หญิง

2. อายุ ปี

3. สถานภาพ

- () 1. โสด () 3. สมรส
() 2. หย่าร้าง () 4. หม้าย

4. จบการศึกษาระดับ

- () 1. ประถมศึกษา () 5. ปริญญาตรี
() 2. มัธยมศึกษาตอนต้น () 6. สูงกว่าปริญญาตรี
() 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย , ปวช. () 7. อื่น ๆ ระบุ.....
() 4. อนุปริญญา , ปวส.

5. อาชีพ

- () 1. นักเรียน , นักศึกษา () 5. รับจ้าง , พนักงานเอกชน
() 2. รับราชการ () 6. แม่บ้าน
() 3. ประกอบธุรกิจส่วนตัว () 7. อื่น ๆ ระบุ.....
() 4. รัฐวิสาหกิจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. รายได้เฉลี่ย (บาท / เดือน)

- () 1. น้อยกว่า 3,000 () 4. 10,001 - 20,000
 () 2. 3,000 - 5,000 () 5. 20,001 - 30,000
 () 3. 5,001 - 10,000 () 6. มากกว่า 30,000

7. จำนวนสมาชิกในครอบครัว

- () 1. 1-2 คน () 3. 5-6 คน
 () 2. 3-4 คน () 4. มากกว่า 6 คน

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคอาหารมีชีวิต

1. ท่านเคยบริโภคอาหารมีชีวิตหรือไม่

- () 1. เคย () 2. ไม่เคย

2. ท่านบริโภคอาหารมีชีวิตบ่อยเพียงใด

- () 1. ทุกมื้อ ทุกวัน () 4. เดือนละครั้ง
 () 2. บางมื้อ ทุกวัน () 5. นาน ๆ ครั้ง
 () 3. ทุกสัปดาห์ () 6. อื่น ๆ ระบุ.....

3. ปกติท่านนิยมซื้ออาหารมีชีวิตบริโภคในลักษณะใด

- () 1. อาหารสำเร็จรูป
 () 2. ซื้อส่วนประกอบของอาหารมีชีวิตจากตลาดสดแล้วนำมาประกอบอาหารเอง
 () 3. ซื้อมาเป็นแพ็คเกจสำเร็จรูปแล้วนำมาประกอบอาหารมีชีวิตเอง
 () 4. อื่น ๆ ระบุ.....

4. ปกติท่านนิยมซื้ออาหารมีชีวิตจากแหล่งใด

- () 1. ห้างสรรพสินค้า () 4. ร้านขายอาหารมีชีวิต
 () 2. ตลาดสด () 5. อื่น ๆ ระบุ.....
 () 3. ตามสถานที่ที่จัดเทศกาลอาหารมีชีวิต

5. สาเหตุที่ท่านซื้ออาหารมีชีวิตจากแหล่งดังกล่าว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ใกล้บ้าน () 4. มีบริการที่ดี
 () 2. ซื้อได้ราคาถูก () 5. สามารถเลือกซื้อได้หลายอย่าง
 () 3. การจัดร้านดี สะอาด () 6. อื่น ๆ ระบุ.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. เมื่อท่านหาซื้ออาหารชีวจิตบริโภคไม่ได้ ท่านจะ
- () 1. ซื้ออาหารทั่วไปบริโภคแทน
- () 2. ซื้ออาหารมังสวิรัตบริโภคแทน
- () 3. ซื้ออาหารเสริมอื่น ๆ บริโภคแทน
- () 4. ซื้อส่วนประกอบอาหารชีวจิตจากตลาดสดหรือที่อื่นๆแล้วมาประกอบอาหารเอง
- () 5. เลิกซื้อ
7. ท่านคิดว่าถ้ามีร้านอาหารชีวจิตกระจายอยู่ทั่วไปมากขึ้นท่านจะบริโภคบ่อยขึ้นหรือไม่
- () 1. บ่อยขึ้น
- () 2. เท่าเดิม
- () 3. ไม่ทราบ
8. ท่านเคยดื่มน้ำ R.C. หรือไม่
- () 1. เคย
- () 2. ไม่เคย เพราะ.....
9. ท่านมักจะบริโภคอาหารชีวจิตในสถานที่ใด
- () 1. บ้าน
- () 2. ที่ทำงาน
- () 3. ร้านขายอาหารชีวจิต
- () 4. อื่น ๆ ระบุ.....
10. สาเหตุที่ท่านชอบบริโภคอาหารชีวจิตดังกล่าว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () 1. รสชาติดี
- () 2. หาซื้อง่าย
- () 3. ราคาถูก
- () 4. ตระหนักถึงคุณค่าทางอาหาร
- () 5. บริโภคตามบุคคลอื่นๆ
- () 6. ป้องกันโรค
- () 7. ทำให้สุขภาพดี
- () 8. ช่วยชะลอความแก่
- () 9. ช่วยรักษาโรคบางชนิด
- () 10. ความทันสมัย
- () 11. อื่น ๆ ระบุ.....
11. สาเหตุที่ทำให้ท่านไม่ชอบบริโภคอาหารชีวจิต คืออะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () 1. หาซื้อยาก
- () 2. เสียเวลาประกอบอาหารนาน
- () 3. ราคาสูง
- () 4. ไม่เห็นประโยชน์
- () 5. รสชาติไม่อร่อย
- () 6. ไม่มีความรู้ในการประกอบอาหาร
- () 7. อื่น ๆ ระบุ.....
12. ถ้ามีการแก้ไขปัญหาตามข้อ 11 ท่านจะบริโภคอาหารชีวจิตบ่อยขึ้นหรือไม่
- () 1. บ่อยขึ้น
- () 2. เหมือนเดิม
- () 3. ไม่ทราบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

13. ท่านคิดว่าการเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางสื่อต่างๆมีส่วนช่วยในการตัดสินใจบริโภคอาหารชีวจิตหรือไม่

- () 1. ไม่มีเลย () 3. มีส่วนช่วยมาก
() 2. มีบ้างเล็กน้อย

14. จำนวนสมาชิกในครอบครัวของท่านมีกี่คนที่บริโภคอาหารชีวจิต

- () 1. 1-2 คน () 3. 5-6 คน
() 2. 3-4 คน () 4. มากกว่า 6 คนขึ้นไป

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้บริโภคอาหารชีวจิต

1. อิทธิพลที่ทำให้ท่านบริโภคอาหารชีวจิตครั้งแรก

- () 1. เพื่อนชักชวน () 4. ลองด้วยตนเอง
() 2. บุคคลอื่นซื้อมาให้ () 5. กระแสข่าว
() 3. บริโภคตามบุคคลในครอบครัว () 6. อื่น ๆ ระบุ.....

2. ในการซื้ออาหารชีวจิต ท่านพิจารณาถึงปัจจัยใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. รสชาติ () 5. คนสูงอายุ
() 2. ราคา () 6. คุณค่าทางอาหาร
() 3. ความสะดวกในการซื้อ () 7. โรค
() 4. การชะลอความแก่ () 8. อื่น ๆ ระบุ.....

3. สื่อที่ทำให้ท่านรู้จักอาหารชีวจิตคือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. โทรทัศน์ () 4. วิทยุ
() 2. นิตยสารและหนังสือชีวจิต () 5. หนังสือพิมพ์
() 3. เพื่อน , คนรู้จัก () 6. อื่น ๆ ระบุ.....

4. ถ้าอาหารชีวจิตมีราคาสูงขึ้นท่านจะบริโภค

- () 1. เพิ่มขึ้น () 3. ลดลง
() 2. เท่าเดิม () 4. ไม่ทราบ

5. ถ้าอาหารชีวจิตมีราคาลดลงท่านจะบริโภค

- () 1. เพิ่มขึ้น () 3. ลดลง
() 2. เท่าเดิม () 4. ไม่ทราบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 4 ทักษะคิดของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารชีวจิต

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการบริโภคอาหารชีวจิต

	ดี	พอใช้	ควรปรับปรุง	ข้อเสนอแนะ
- ความสะดวกในการซื้อ
- ราคา
- การกระจายสินค้า
- การกระจายข่าวสารความรู้
- ความสะดวกในการบริโภค
- รสชาติ
- การยอมรับของสังคม

2. ท่านคิดอย่างไรกับคำกล่าวต่อไปนี้

	เชื่อ	ไม่เชื่อ	ไม่ทราบ
- มีคุณค่าทางอาหารมากกว่าอาหารทั่วไป
- ทำให้ร่างกายแข็งแรง ป้องกันโรค
- ช่วยรักษาโรคบางชนิด
- ช่วยชะลอความแก่

3. ท่านมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับอาหารชีวจิตอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ควรมีการกระจายสินค้าให้มากขึ้น
- () 2. ราคาควรถูกลง
- () 3. ควรมีการสาธิตการประกอบอาหารชีวจิตผ่านทางสื่อต่างๆมากขึ้น
- () 4. ควรมีการจัดตั้งชมรมชีวจิตเพิ่มขึ้นเพื่อให้คำปรึกษาแก่ผู้บริโภคทั่วไป
- () 5. ควรมีการปรับปรุงรสชาติ
- () 6. ควรมีการเผยแพร่ข่าวสารให้ผู้บริโภคเห็นประโยชน์มากขึ้น
- () 7. อื่น ๆ ระบุ.....

4. ท่านคิดว่าหลังจากที่ท่านบริโภคแล้วมีการเปลี่ยนแปลงอย่างไรกับร่างกายของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ไม่มีการเปลี่ยนแปลง | <input type="checkbox"/> 5. หน้าตาดูอ่อนกว่าเดิม |
| <input type="checkbox"/> 2. สุขภาพแข็งแรงขึ้น | <input type="checkbox"/> 6. รักษาโรคบางชนิดได้ ระบุ..... |
| <input type="checkbox"/> 3. สุขภาพแย่ลง | <input type="checkbox"/> 7. อื่น ๆ ระบุ..... |
| <input type="checkbox"/> 4. ตั้งแต่บริโภคยังไม่เกิดโรคใดๆกับร่างกาย | |



ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ข.

ผลการทดสอบจากโปรแกรม SPSS for windows

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
health * NEWOFTEN	120	100.0%	0	.0%	120	100.0%

health * NEWOFTEN Crosstabulation

		NEWOFTEN					Total	
		1	2	3	4	5		
health	yes	Count	18	28	20	6	29	101
	% within health		17.8%	27.7%	19.8%	5.9%	28.7%	100.0%
	% within NEWOFTEN		90.0%	93.3%	90.9%	85.7%	70.7%	84.2%
	% of Total		15.0%	23.3%	16.7%	5.0%	24.2%	84.2%
no	Count		2	2	2	1	12	19
	% within health		10.5%	10.5%	10.5%	5.3%	63.2%	100.0%
	% within NEWOFTEN		10.0%	6.7%	9.1%	14.3%	29.3%	15.8%
	% of Total		1.7%	1.7%	1.7%	.8%	10.0%	15.8%
Total	Count		20	30	22	7	41	120
	% within health		16.7%	25.0%	18.3%	5.8%	34.2%	100.0%
	% within NEWOFTEN		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	% of Total		16.7%	25.0%	18.3%	5.8%	34.2%	100.0%

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	8.719 ^a	4	.069
Likelihood Ratio	8.438	4	.077
Linear-by-Linear Association	6.846	1	.009
N of Valid Cases	120		

a. 4 cells (40.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.11.

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
price1 * NEWOFTEN	120	100.0%	0	.0%	120	100.0%

price1 * NEWOFTEN Crosstabulation

			NEWOFTEN					Total
			1	2	3	4	5	
price1	yes	Count	6	3	1	2	8	20
		% within price1	30.0%	15.0%	5.0%	10.0%	40.0%	100.0%
		% within NEWOFTEN	30.0%	10.0%	4.5%	28.6%	19.5%	16.7%
		% of Total	5.0%	2.5%	.8%	1.7%	6.7%	16.7%
no	no	Count	14	27	21	5	33	100
		% within price1	14.0%	27.0%	21.0%	5.0%	33.0%	100.0%
		% within NEWOFTEN	70.0%	90.0%	95.5%	71.4%	80.5%	83.3%
		% of Total	11.7%	22.5%	17.5%	4.2%	27.5%	83.3%
Total	Total	Count	20	30	22	7	41	120
		% within price1	16.7%	25.0%	18.3%	5.8%	34.2%	100.0%
		% within NEWOFTEN	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% of Total	16.7%	25.0%	18.3%	5.8%	34.2%	100.0%

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6.801 ^a	4	.147
Likelihood Ratio	7.211	4	.125
Linear-by-Linear Association	.001	1	.979
N of Valid Cases	120		

a. 3 cells (30.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.17.

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
have many shops * MOREOF2	120	100.0%	0	.0%	120	100.0%

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

have many shops * MOREOF2 Crosstabulation

			MOREOF2			Total
			1	2	3	
have many shops	offener	Count	35	12	31	78
		% within have many shops	44.9%	15.4%	39.7%	100.0%
		% within MOREOF2	70.0%	54.5%	64.6%	65.0%
		% of Total	29.2%	10.0%	25.8%	65.0%
	equal	Count	13	9	7	29
		% within have many shops	44.8%	31.0%	24.1%	100.0%
		% within MOREOF2	26.0%	40.9%	14.6%	24.2%
		% of Total	10.8%	7.5%	5.8%	24.2%
	don't know	Count	2	1	10	13
		% within have many shops	15.4%	7.7%	76.9%	100.0%
		% within MOREOF2	4.0%	4.5%	20.8%	10.8%
		% of Total	1.7%	.8%	8.3%	10.8%
Total	Count	50	22	48	120	
	% within have many shops	41.7%	18.3%	40.0%	100.0%	
	% within MOREOF2	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
	% of Total	41.7%	18.3%	40.0%	100.0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	12.398 ^a	4	.015
Likelihood Ratio	12.241	4	.016
Linear-by-Linear Association	2.595	1	.107
N of Valid Cases	120		

a. 1 cells (11.1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.38.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ค.

ค่าไคลส์แควร์ (X^2) ณ ระดับความมีนัยสำคัญต่าง ๆตารางที่ 36 แสดงค่าไคลส์แควร์ (X^2) ณ ระดับความมีนัยสำคัญต่าง ๆ

df	α					
	.20	.10	.05	.02	.01	.001
1	1.64	2.71	3.84	5.41	6.64	10.83
2	3.22	4.60	5.99	7.82	9.21	13.82
3	4.64	6.25	7.82	9.84	11.34	16.27
4	5.99	7.78	9.49	11.67	13.28	18.46
5	7.29	9.24	11.07	13.39	15.09	20.52
6	8.56	10.64	12.59	15.03	16.81	22.46
7	9.80	12.02	14.07	16.62	18.48	24.32
8	11.03	13.36	15.51	18.17	20.09	26.12
9	12.24	14.68	16.92	19.68	21.67	27.88
10	13.44	15.99	18.31	21.16	23.21	29.59
11	14.63	17.28	19.68	22.62	24.72	31.26
12	15.81	18.55	21.03	24.05	26.22	32.91
13	16.98	19.81	22.36	25.47	27.69	34.53
14	18.15	21.06	23.68	26.87	29.14	36.12
15	19.31	22.31	25.00	28.26	30.58	37.70
16	20.46	23.54	26.30	29.63	32.00	39.29
17	21.62	24.77	27.59	31.00	33.41	40.75
18	22.76	25.99	28.87	32.35	34.80	42.31
19	23.90	27.20	30.14	33.69	36.19	43.82
20	25.04	27.41	31.41	35.02	37.57	45.32
21	26.17	29.62	32.67	36.34	38.93	46.80
22	27.30	30.81	33.92	37.66	40.29	48.27

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 36 (ต่อ)

Df	α					
	.20	.10	.05	.02	.01	.001
23	28.55	33.20	35.17	38.97	41.64	49.73
24	29.55	33.20	36.42	40.27	42.98	51.18
25	30.68	34.38	37.65	41.57	44.31	52.62
26	31.80	35.56	38.88	52.86	45.64	54.05
27	32.91	36.74	40.11	44.14	46.69	55.48
28	34.03	37.92	41.34	45.42	48.28	56.89
29	35.14	39.09	42.69	46.69	49.59	58.30
30	36.25	40.26	43.77	47.96	50.89	59.70
32	38.47	42.59	46.19	50.49	53.49	62.49
34	40.68	44.90	48.60	53.00	56.06	65.25
36	42.88	47.21	51.00	55.49	58.62	67.99
38	45.08	49.50	53.38	57.97	61.16	70.70
40	47.27	51.81	55.76	60.44	63.69	73.40
44	51.64	56.37	60.48	65.34	68.71	78.75
48	55.99	60.91	65.17	70.20	73.68	84.04
52	60.33	65.42	69.83	75.02	78.62	89.27
56	64.66	69.92	74.47	79.82	83.51	94.46
60	68.97	74.40	79.08	84.58	88.38	99.61



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้