

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจกินเจของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

Factors Affecting Vegetarian Intention of Consumers in Hat Yai District, Songkhla Province

วันวิสาข์ เพชรบุรี¹ เสกสรรค์ วีระสุข¹ สมภรณ์ นวลสุทธิ์¹ และ สุจินดา พรหมขำ¹
Wanwisa Phetburi¹ Seksan Weerasuk¹ Samaporn Nualsut¹ and Sujinda Promkum¹

วันที่รับบทความ : 07/12/2563
วันแก้ไขบทความ : 18/02/2564
วันตอบรับบทความ : 12/03/2564

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยต่อความตั้งใจกินเจในช่วงเทศกาลกินเจของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยศึกษาใน 4 ปัจจัย ดังนี้ (1) ทักษะการตัดสินใจ (2) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (3) การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และ (4) ความตระหนักรู้ในสุขภาพ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้บริโภคที่อยู่ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 400 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น แบบการสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ในการทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นคนไทยเชื้อสายจีน โดยในเทศกาลกินเจมักจะกินแค่บางมื้อ และนิยมซื้ออาหารเจ ไม่นิยมปรุงเอง ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านทักษะการตัดสินใจต่อการควบคุมพฤติกรรมกินเจ และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจกินเจในช่วงเทศกาลถือศีลกินเจของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และ ความตระหนักรู้ในสุขภาพมีอิทธิพลเชิงลบต่อความตั้งใจกินเจในช่วงเทศกาลถือศีลกินเจของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ: ความตระหนักรู้ในสุขภาพ ความตั้งใจ เทศกาลถือศีลกินเจ

¹ อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

¹Lecturer, Faculty of Management Science, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University

Abstract

The objective of this research is to study the factors influence on vegetarianism during the vegetarian festival of consumers in Hat Yai district, Songkhla province. The study focus on 4 factors as follows: (1) Attitude towards vegetarianism behavior. (2) The reference groups (3) Perceived ability to control behavior and (4) Health consciousness. The sample groups were 400 consumers located in Hat Yai district, Songkhla province by using a Simple random sampling. The research instruments were questionnaires. The statistics used for data analysis consisted of frequency, percentage, mean and standard deviation. And multiple regression analysis was used to test the hypothesis. The research results were found that The sample group were Chinese-Thai. In which vegetarian festivals usually eat only some meals and prefer to buy vegetarian food. The results of hypothesis testing showed that factors of attitudes towards vegetarianism and the perceived ability to control behavior had a positive influence on vegetarian intentions during the festival of vegetarianism of the consumers in Hat Yai District were statistically significant at 0.05. And health consciousness had a negative influence on vegetarian intention during the festival of consumers in Hat Yai district was statistically significant at 0.05.

Keywords: Health Consciousness, Intention, Vegetarian Festival

บทนำ

เทศกาลต่าง ๆ ในแต่ละพื้นที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมและความเชื่อของพื้นที่เหล่านั้น มีทั้งที่เผยแพร่จากพื้นที่อื่น และการหลอมรวมวัฒนธรรมปรับให้เข้ากับพื้นที่นั้น ๆ ซึ่งวัฒนธรรมที่มีการสืบทอด และปฏิบัติต่อ ๆ กันเรื่อยมาจะกลายเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่ เกิดอัตลักษณ์และการรับรู้ในวงกว้าง อีกทั้งเทศกาลสามารถเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ท้องถิ่น และกระตุ้นเศรษฐกิจของท้องถิ่นนั้นได้ (Felsenstein, 2003) เทศกาลถือศีลกินเจ หรือเทศกาลถือศีลกินผัก ถือเป็นประเพณีวัฒนธรรมที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศจีนแพร่หลายเข้ามาในประเทศไทย เริ่มจากการปฏิบัติในกลุ่มคนไทยเชื้อสายจีน มีลักษณะคือการไม่รับประทานอาหารที่ทำจากสัตว์ รับประทานอาหารประเภทผักแต่ก็มีการยกเว้นผักกลิ่นฉุนบางชนิด ทั้งนี้เทศกาลกินเจจะเริ่มต้นตั้งแต่วันขึ้น 1 ค่ำ ถึง ขึ้น 9 ค่ำ เดือน 9 ตามปฏิทินจีนของทุกปี เป็นเวลาทั้งสิ้น 9 วัน โดยระหว่างนี้ก็มีการปฏิบัติธรรม และมีพิธีกรรม เช่น พิธีขึ้นเสาโกเต้ง การแสดงอิทธิฤทธิ์ของม้าทรง(เทพเจ้า) เช่น พิธีลุยไฟ การใช้ของแหลมทิ่มแทงตามร่างกาย และขบวนแห่ของศาลเจ้าต่าง ๆ ไปรอบเมือง โดยจากการรายงานของ Kasikon Research Center (2019) กล่าวว่า ในปี2562 มีอัตราส่วนการกินเจเพิ่มขึ้น ทำให้มูลค่าตลาดปี 2562 เพิ่มขึ้น 2.4% เมื่อเทียบกับปี2561 เทศกาลกินเจในช่วงหลายปีที่ผ่านมา มีจำนวนผู้ที่สนใจบริโภคเพิ่มขึ้นทุกปี

โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่อายุระหว่าง 20-39 ปี จะให้ความสนใจทานอาหารเจเช่นเดียวกับปีก่อนๆ โดยมีสัดส่วนถึง 66.7% ของผู้ตอบแบบสอบถาม เทียบกับ 57.1% ของปีก่อน ซึ่งในปี 2563 ที่ผ่านมามีการระบาดของโรค COVID-19 ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายโดยรวมของแต่ละคนในช่วงเทศกาลกินเจปีนี้อยู่ที่ 11,469 บาท สูงกว่าปีที่ผ่านมาซึ่งอยู่ที่ 11,155 บาท ทำให้บรรยากาศของการกินเจในปี 2563 ขยายตัวลดลง 0.9% แต่ขยายตัวต่ำสุดในรอบ 13 ปีนับตั้งแต่ปี 2551 ที่ผ่านมา (Prachachat, 2020)

เทศกาลกินเจมีชื่อเสียงมากในภาคใต้ของประเทศ เนื่องจากเป็นจุดที่มีการตั้งรกรากของคนจีนที่อพยพมาจากจีนแผ่นดินใหญ่ โดยเฉพาะ ในจังหวัดภูเก็ต จังหวัดตรัง และในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่มีการจัดเทศกาลกินเจยิ่งใหญ่เป็นประจำทุกปี จนสามารถเป็นสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดการท่องเที่ยวมาสู่จังหวัด (Phetvaroon, 2016) ในขณะเดียวกัน เทศกาลถือศีลกินเจก็เป็นที่รู้จักและแพร่หลายมากขึ้น คนไทยที่ไม่ใช่เชื้อสายจีนก็มีความสนใจในการเข้าร่วมเทศกาลดังกล่าว (Chinfuk, LalitSasivimon, Nontikarn, Nilsawat and WittayaPhanpracha, 2017) ผู้วิจัยจึงเกิดข้อสังเกตว่า ปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจกินเจในช่วงเทศกาลถือศีลกินเจ โดยผู้วิจัยเลือกศึกษาผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เนื่องจากมองว่าอำเภอหาดใหญ่เป็นเมืองที่มีความหลากหลายของวัฒนธรรม ทั้งเชื้อสายจีน ทั้งศาสนาและความเชื่อ โดยศึกษาใน 4 ปัจจัยได้แก่ 1.ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมการกินเจ 2.การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง 3.การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และ 4.ความตระหนักรู้ในสุขภาพ เพื่อทราบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจกินเจในช่วงเทศกาลถือศีลกินเจ ซึ่งสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ในการวางแผนการสื่อสาร ส่งเสริม และรณรงค์การกินเจในช่วงเทศกาลถือศีลกินเจต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัย 4 ด้าน ได้แก่ ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมการกินเจ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และ ความตระหนักรู้ในสุขภาพ ต่อความตั้งใจกินเจในช่วงเทศกาลถือศีลกินเจของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

บททวนวรรณกรรม

1.เทศกาลถือศีลกินเจ

เทศกาลกินเจหรือเทศกาลถือศีลกินผัก เริ่มขึ้นเมื่อประมาณ 400 ปีมาแล้วในประเทศจีน เป็นช่วงวันที่กำหนดตามจันทรคติ คือ เริ่มต้นตั้งแต่วันขึ้น 1 ค่ำ ถึง ขึ้น 9 ค่ำ เดือน 9 ตามปฏิทินจีนของทุกปี ซึ่งลักษณะของการกินเจคือ การไม่ทานเนื้อสัตว์ บริโภคอาหารประเภทผักที่ไม่มีส่วนผสมของของสดหรือของเหลว ซึ่งคำว่า เจ มีมาจากรากศัพท์คำภาษาจีนที่ว่า “เจียฉ่าย” หมายถึง การกินอาหารผัก อาหารที่มาจากพืชผักธรรมชาติ ไม่มีเนื้อสัตว์ปะปน และไม่ปรุงด้วยผักฉุน 5 ชนิด ได้แก่ กระเทียม หัวหอม หลักเกียว กุยช่าย ใบยาสูบ และงคเวน น้ำนมสด นมข้นด้วย เพราะถือว่าเป็นของสดของควา

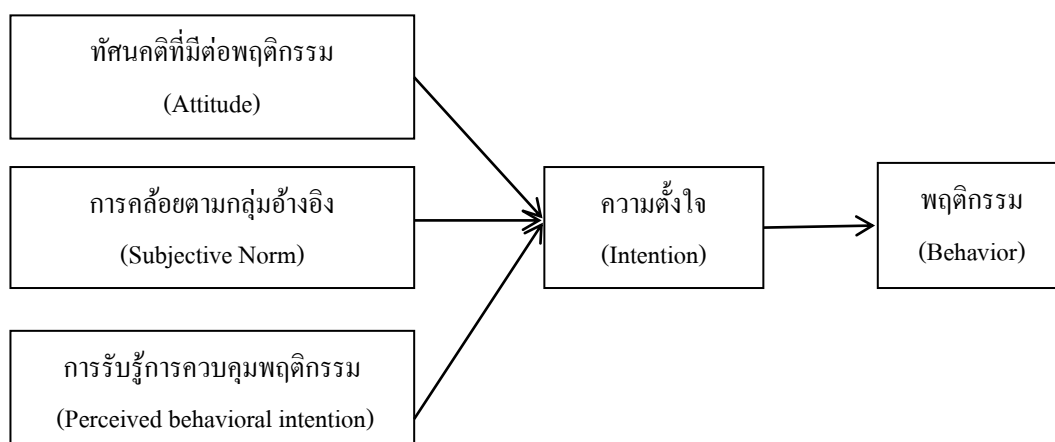
(Chinfuk et al, 2017) ทั้งนี้ การกินเจนั้นเป็นเรื่องเฉพาะถิ่น ไม่แพร่หลายทั่วทั้งประเทศจีน และในประเทศจีนเทศกาลกินเจก็หลงเหลืออยู่เพียงเล็กน้อย เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงการปกครองเป็นคอมมิวนิสต์ และการถูกปกครองโดยอังกฤษทำให้ประเพณีวัฒนธรรมบางส่วนค่อยๆหายไป โดยคนจีนที่กินเจส่วนใหญ่เป็นชาวจีนฮกเกี้ยน และแต้จิ๋ว อยู่ในมณฑลฟูเจี้ยน ซึ่งมักอพยพย้ายถิ่นฐานมาอาศัยอยู่ในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น มาเลเซีย สิงคโปร์ และภาคใต้ของประเทศไทย ก็นำเอาเทศกาลกินเจมาปฏิบัติด้วย โดยมีการผสมผสานกับความเชื่อของท้องถิ่น จนกลายเป็นเทศกาลกินเจในรูปแบบของลูกหลานชาวจีนในประเทศไทยในปัจจุบัน ซึ่งสำหรับเทศกาลกินเจในประเทศไทย มักเป็นไปในแนวทางของการละเว้นการเอาชีวิตของสัตว์ เพื่อเป็นสักการะบูชาแก่พระพุทธเจ้า และมหาโพธิสัตว์กวนอิม

ทั้งนี้ Ranong Cultural Office (2019) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการกินเจไว้ ดังนี้

- กินเพื่อสุขภาพ อาหารเจเป็นอาหารประเภทชีวิต เมื่อกินติดต่อกันไปช่วงเวลาหนึ่งจะทำให้ร่างกายเกิดการปรับตัวให้อยู่ในสภาวะสมดุล สามารถขับพิษของเสียต่างๆ ออกจากร่างกาย ได้ ปรับระบบไหลเวียนโลหิต ระบบทางเดินอาหารให้มีเสถียรภาพ
- กินด้วยจิตเมตตา เนื่องจากอาหารที่เรากินอยู่ในชีวิตประจำวัน ประกอบด้วยเลือดเนื้อของสรรพสัตว์ การกินเจจะเป็นการกินเพื่อความเมตตา มีคุณธรรมและมีจิตสำนึก
- กินเพื่อเว้นกรรม เกิดจากการตระหนักว่า อาหารทั่วไปทำจากสัตว์อาจเป็นการเบียดเบียน สร้างกรรมต่อกัน การกินเจจึงเพื่อละเว้นการทำบาปกรรมกับสิ่งมีชีวิตอื่น

2. ทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน (Theory of Planned Behavior: TPB)

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) เป็นทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคม (Social psychology) ที่คิดค้น โดย Fishbein and Ajzen (1975) โดยมีแนวคิดพื้นฐานว่าพฤติกรรมของบุคคลเป็นการกระทำที่มีเป้าหมาย (Goal-directed) และการกระทำสิ่งใดของบุคคลย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยหลักคือเจตนา หรือความตั้งใจ นั่นคือหากบุคคลมีเจตนาในการกระทำสูงก็มีโอกาสที่จะแสดงพฤติกรรมนั้นออกมามากขึ้น



ภาพที่ 1 แสดงแผนภาพทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน(TPB)

โดยทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน (TPB) ระบุว่า ความตั้งใจของบุคคลนั้นขึ้นอยู่กับ 3 ปัจจัยสำคัญ ได้แก่

1) ทศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward the Behavior) เป็นความเชื่อในการประเมินผล การกระทำนั้น ๆ หากบุคคลมีเจตคติทางบวกก็มีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมนั้น ๆ ออกมา

2) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norms) คือการที่บุคคลมีความเชื่อหรือมีการคล้อยตาม บุคคลที่เขาเห็นว่ามีความสำคัญ เช่น บุคคลในครอบครัว เพื่อน ผู้เชี่ยวชาญในด้านนั้น ๆ ซึ่งอาจมีผล ไปยังการแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ของบุคคล และ

3) การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) คือ การรับรู้ ของบุคคลที่จะพิจารณาว่าเป็นการยากหรือง่ายที่จะทำพฤติกรรมนั้น และสามารถควบคุมพฤติกรรม นั้นได้หรือไม่ ซึ่งหากเชื่อว่าสามารถควบคุมได้ก็จะแสดงพฤติกรรมนั้นออกมา

ทั้งนี้ ปัจจัยทั้ง 3 ด้านมีอิทธิพลต่อความเจตนาในการแสดงพฤติกรรมของบุคคล (Intention) และ เจตนานี้มีผลโดยตรงกับการกระทำของบุคคล (Behavior) ดังนั้น ในการศึกษาความตั้งใจในการ รับประทานอาหารเจ ในช่วงเทศกาลกินเจตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน ตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ทศนคติต่อพฤติกรรมการกินเจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจกินเจในช่วงเทศกาลถือศีล กินเจของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่

สมมติฐานที่ 2 กลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลต่อความตั้งใจกินเจในช่วงเทศกาลถือศีลกินเจของผู้บริโภคใน อำเภอหาดใหญ่

สมมติฐานที่ 3 การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมของผู้บริโภคมีอิทธิพลต่อความ ตั้งใจกินเจในช่วงเทศกาลถือศีลกินเจของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่

3.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตระหนักรู้เกี่ยวกับสุขภาพ (Health Consciousness)

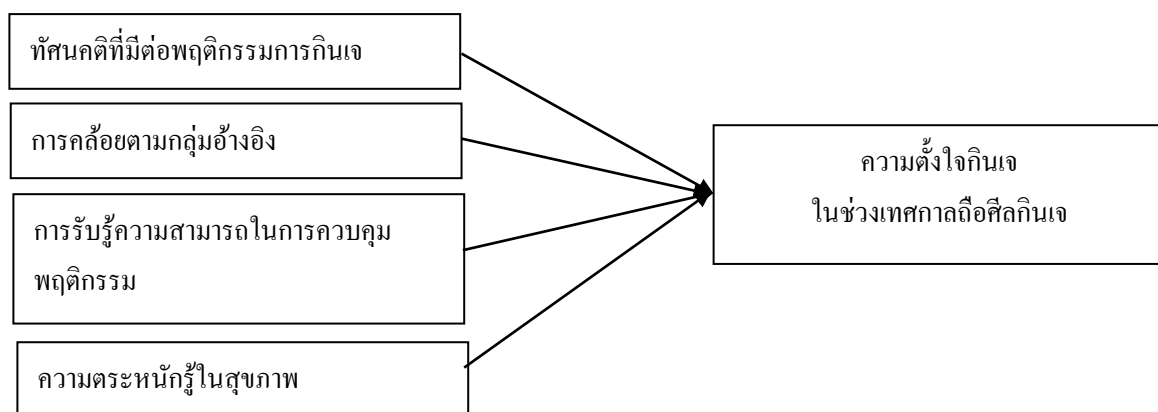
Royne, Fox, Deitz, and Gibson (2014) นำเสนอทฤษฎีเรื่อง การ ตระหนักรู้เกี่ยวกับสุขภาพ (health consciousness) กล่าวว่า การตระหนักรู้เรื่องสุขภาพส่งผลกระทบต่อทัศนคติ ของผู้บริโภคในเรื่องของการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภครู้สึกถึงประโยชน์ของ อาหารเพื่อ สุขภาพดังกล่าว การตระหนักรู้เกี่ยวกับสุขภาพเป็นการประเมินความพร้อมของกิจกรรมเพื่อสุขภาพ Becker, Maiman, Kirscht, Haefner and Drachman (1977) ซึ่งผู้ที่มีการตระหนักรู้เกี่ยวกับสุขภาพจะมี พฤติกรรมใส่ใจในสภาพความเป็นอยู่ที่ดีของสุขภาพ และมีความกังวลเกี่ยวกับสุขภาพเพื่อให้มี สุขภาพที่ดี ผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพจึงมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ทางเลือกที่ดีต่อสุขภาพ และมี แนวโน้มในการรับรู้และพยายามในด้านโภชนาการและการออกกำลังกาย (Kraft & Goodell, 1993) นอกจากนี้ Jayanti and Burns (1998) ได้ให้คำจำกัดความการตระหนักรู้เรื่องสุขภาพว่าเป็นการ เปลี่ยนแปลงความกังวลเรื่องสุขภาพไปสู่พฤติกรรมปรับเปลี่ยนการเลือกซื้อและรับประทาน อาหารเพื่อสุขภาพ โดยคำนึงถึงผลลัพธ์ที่ดีต่อร่างกาย นอกจากนั้น Hong (2011) มีการกล่าวถึง การ ตระหนักรู้เรื่องสุขภาพผ่านงานศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับงานวิจัยทางการตลาดควบคู่ไปกับบริบท

ทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งจากการศึกษาของ Ling-Yu and Shang-Hui (2013) ระบุว่าผู้บริโภคที่มีความตระหนักรู้เรื่องสุขภาพคือ คนที่มีความต้องการที่จะมีสุขภาพที่ดีควบคู่ไปกับมีพฤติกรรมที่ดี เช่น การเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพและอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย และ Mai and Hoffmann (2012) กล่าวว่า ผู้บริโภคออกเป็น 2 กลุ่ม เมื่อวัดจากระดับการรับรู้เรื่องสุขภาพ กลุ่มแรกคือกลุ่มผู้ชื่นชอบในรสชาติ (Taste Lover) และอีกกลุ่มคือผู้ให้ความสำคัญกับคุณค่าทางอาหาร (Nutrition Fact Seekers) พวกเขาอธิบายว่าพวกกลุ่มผู้บริโภคที่ชื่นชอบในรสชาติ จะไม่ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและคุณค่าทางอาหาร ในขณะที่ ผู้ที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพจะเลือกผลิตภัณฑ์ด้วยความระมัดระวังเพื่อให้แน่ใจว่าผลิตภัณฑ์ไม่ส่งผลต่อสุขภาพ จากผลการศึกษาข้างต้นยืนยันว่าผู้บริโภคที่ตระหนักรู้เรื่องสุขภาพจะพิจารณาผลิตภัณฑ์โดยคำนึงถึงเงื่อนไขเรื่องสุขภาพเป็นหลัก

ในการศึกษาความตระหนักรู้เกี่ยวกับสุขภาพมีความสำคัญในการศึกษารั้งนี้ เนื่องจากการตระหนักรู้เรื่องสุขภาพมีส่วนสำคัญในด้านทัศนคติของผู้บริโภคในเรื่องของการบริโภคอาหารเพื่อให้เกิดผลดีต่อสุขภาพและประโยชน์ของอาหาร (Royne, Fox, Deitz & Gibson, 2014) ซึ่งในเทศกาลถือศีลกินผัก เป็นการทานเจ ที่งดทานเนื้อสัตว์ แต่เลือกทานเฉพาะอาหารประเภทผัก ซึ่งมีประโยชน์ต่อร่างกาย จึงเป็นไปได้ว่า ความตระหนักรู้ในสุขภาพจะมีอิทธิพลต่อความตั้งใจกินเจในช่วงเทศกาลกินเจ ดังสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 4 ความตระหนักรู้ในสุขภาพมีอิทธิพลต่อความตั้งใจกินเจในช่วงเทศกาลถือศีลกินเจของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดงานวิจัย

ระเบียบวิธีการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้บริโภคนในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงทำการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรการคำนวณของ Cochran ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น สุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ทั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่เข้าร่วมงานเทศกาลถือศีลกินเจ ณ สวนหย่อมศุภสารรังสรรค์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา งานวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และมีการตรวจสอบค่าความเที่ยงตรง (IOC) จากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน และตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Cronbach's Alpha) พบว่า ด้านทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมการกินเจ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.822 ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.725 ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.744 ด้านตระหนักรู้ในสุขภาพ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.873 และด้านความตั้งใจกินเจ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.800 โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการอธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ในการทดสอบสมมติฐานทางสถิติ ระหว่างตัวแปรอิสระ 4 ด้าน ได้แก่ (1) ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมการกินเจ (2) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (3) การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และ (4) ความตระหนักรู้ในสุขภาพ และตัวแปรตาม ได้แก่ ความตั้งใจกินเจ

ผลการศึกษา

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

	ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	131	32.8
	หญิง	269	67.2
อายุ	ต่ำกว่า 21 ปี	33	8.2
	21-30 ปี	262	65.5
	31-40 ปี	86	21.5
	41-50 ปี	19	4.8

ตารางที่ 1 (ต่อ)

	ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	น้อยกว่า 10,000 บาท	120	30.0
	10,001-20,000	115	28.7
	20,001-30,000	70	17.5
	30,001-40,000	35	8.8
	40,001 บาทขึ้นไป	60	15.0
เชื้อสาย	เชื้อสายจีน	246	61.5
	ไม่มีเชื้อสายจีน	154	38.5
พฤติกรรมการกินเจที่ผ่านมา	กินครบทั้ง 9 วัน	113	28.2
	กินแค่บางมื้อ	287	71.8
พฤติกรรมการปรุงอาหารในช่วงกินเจ	ซื้อจากร้าน	259	64.8
	ปรุงอาหารเอง	21	5.2
	ซื้อและปรุงเองพอๆกัน	120	30.0

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็น 67.3% มีอายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็น 65.5% และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,001-20,000 บาท/เดือน คิดเป็น 28.7% และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นคนไทยเชื้อสายจีน คิดเป็น 61.5% โดยในเทศกาลกินเจมักจะกินแค่บางมื้อ คิดเป็น 71.8% และซื้ออาหารจากร้าน คิดเป็น 64.8%

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นในภาพรวมของผู้บริโภคที่มีต่อตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจกินเจของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตัวแปร	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมการกินเจ	3.87	0.81	สูงที่สุด
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	3.94	0.57	สูงที่สุด
การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม	4.35	0.71	สูงที่สุด
ความตระหนักรู้ในสุขภาพ	4.11	0.79	สูงที่สุด
ความตั้งใจกินเจ	3.86	0.92	สูงที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้านทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมการกินเจอยู่ในระดับสูงที่สุด ($\bar{x}=3.87$, S.D.=0.81), การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ($\bar{x}=3.94$, S.D.=0.57), การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ($\bar{x}=4.35$, S.D.=0.71), ความตระหนักรู้ในสุขภาพ ($\bar{x}=4.11$, S.D.=0.79), และความตั้งใจกินเจ ($\bar{x}=3.86$, S.D.=0.92)

ตารางที่ 3 แสดงการทดสอบสมมติฐาน อิทธิพลของปัจจัยด้านทัศนคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม และการตระหนักรู้เกี่ยวกับสุขภาพต่อความตั้งใจกินเจ

	B	Beta	t	Sig
(Constant)	1.473		4.215	.000
ทัศนคติต่อพฤติกรรม	.253	.223	3.860	.000**
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	.180	.112	2.210	.028
การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม	.336	.260	1.564	.000**
การตระหนักรู้ในสุขภาพ	-.186	-.160	-2.718	.007*
R=.394 R ² =.146 F=18.110 Sig=0.05				

หมายเหตุ: * คือ มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

** คือ มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .001

จากตารางที่ 3 ปัจจัยทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ด้านทัศนคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม และการตระหนักรู้เกี่ยวกับสุขภาพ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นกับความตั้งใจกินเจ โดยใช้ค่าสถิติ F ในการทดสอบ ซึ่ง $F=18.110$ และค่า sig น้อยกว่า .001 และเมื่อวิเคราะห์สัมประสิทธิ์การถดถอย ($R^2=.146$) พบว่า ปัจจัยทั้ง 4 ด้านมีอิทธิพลต่อความตั้งใจกินเจ ร้อยละ 14.6 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .001

และจากผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยโดยใช้ค่าสถิติ T พบว่า มีเพียงปัจจัย 3 ด้านที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจกินเจ ได้แก่ ปัจจัยด้านทัศนคติต่อพฤติกรรม ($\beta=0.223$) ด้านการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม ($\beta=0.260$) มีอิทธิพลต่อการกินเจของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 และ การตระหนักรู้ในสุขภาพ ($\beta=-0.160$) มีอิทธิพลต่อการกินเจของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 และ มีเพียงด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงเพียงด้านเดียวที่ไม่มีอิทธิพลต่อการกินเจของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตารางที่ 4 แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	รายละเอียด	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1	ทัศนคติต่อพฤติกรรมการกินเจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจกินเจในช่วงเทศกาลถือศีลกินเจของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 2	กลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลต่อความตั้งใจกินเจในช่วงเทศกาลถือศีลกินเจของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 3	การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมของผู้บริโภคมีอิทธิพลต่อความตั้งใจกินเจในช่วงเทศกาลถือศีลกินเจของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 4	ความตระหนักรู้ในสุขภาพมีอิทธิพลต่อความตั้งใจกินเจในช่วงเทศกาลถือศีลกินเจของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่	ยอมรับ

สรุปและอภิปรายผล

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี มีรายได้เฉลี่ย น้อยกว่า 10,001-20,000 บาท/เดือน และส่วนใหญ่เป็นคนไทยเชื้อสายจีน โดยในเทศกาลกินเจมักจะกินแค่บางมื้อ และซื้ออาหารเจทาน มากกว่าการปรุงอาหารเอง

ผลการวิเคราะห์ระดับความเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจกินเจในช่วงเทศกาลถือศีลกินเจของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ อยู่ในระดับสูงที่สุดในทุกตัวแปร (1.ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมการกินเจ 2.การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง 3.การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม 4.ความตระหนักรู้ในสุขภาพ 5.ความตั้งใจกินเจ)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า มีเพียง 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจกินเจในช่วงเทศกาลถือศีลกินเจของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ 1.ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมการกินเจ 2.การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และ 3.ความตระหนักรู้ในสุขภาพ โดยอภิปรายได้ ดังนี้

1) ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมการกินเจ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจกินเจในช่วงเทศกาลถือศีลกินเจของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ โดยเทศกาลถือศีลกินเจเป็นเทศกาลที่เป็นที่รู้จัก และมีผู้บริโภคนิยมรับประทานกันในช่วงกว้างทั่วประเทศ ซึ่งในเทศบาลนครหาดใหญ่เองก็ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้เกี่ยวกับเทศกาลกินเจอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้บริโภครับรู้และเข้าใจลักษณะของการกินเจ เห็นว่าการกินเจมีประโยชน์ทั้งทางร่างกายและจิตใจ มองว่าการกินเจเป็นการปรับสมดุลในร่างกาย ทำให้จิตใจผ่องใสเนื่องจากละเว้นการเบียดเบียนสิ่งมีชีวิตอื่น เกิดเป็นทัศนคติที่ดีต่อการกินเจ และนำไปสู่แนวโน้มที่จะกินเจในอนาคต

2) การรับรู้การควบคุมพฤติกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจกินเจในช่วงเทศกาลถือศีลกินเจของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ เนื่องจากโดยผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ส่วนใหญ่เป็นชาวไทยเชื้อสายจีน และมีการกินเจอย่างแพร่หลายในอำเภอหาดใหญ่ โดยจะมีร้านที่ขายอาหารเจกระจายอยู่ทั่วเมือง โดยมีจุดศูนย์กลางอยู่บริเวณสวนหย่อมสุกสารรังสรรค์และบริเวณวัดจือฉาง อีกทั้งในช่วงเทศกาลจะมีการจัดงานขึ้นตลอดทั้งวัน อีกทั้งอาหารเจในปัจจุบันมีการปรุงแต่งที่มีรสชาติ มีการปรับเมนูให้เหมือนอาหารทั่วไป จึงทำให้ผู้บริโภคชาวหาดใหญ่เชื่อว่าจะสามารถรับประทานอาหารเจและรู้ว่าจะสามารถซื้ออาหารเจได้ที่ไหน เมื่อผู้บริโภครู้แหล่งที่จะสามารถซื้ออาหารเจได้ก็มีแนวโน้มที่จะกินเจในช่วงเทศกาลถือศีลกินเจ

3) ความตระหนักรู้ในสุขภาพมีอิทธิพลเชิงลบต่อความตั้งใจกินเจในช่วงเทศกาลถือศีลกินเจของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ หมายความว่า ยิ่งผู้บริโภคมีความตระหนักรู้ในสุขภาพมากขึ้นเท่าไรก็จะมีแนวโน้มที่จะไม่กินอาหารเจมากขึ้นเท่านั้น ทั้ง ๆ ที่เทศกาลกินเจเป็นเทศกาลถือศีลกินผัก โดยตามความเชื่อของบางบุคคลมองว่าการรับประทานอาหารประเภทผักดีต่อสุขภาพ โดยทั้งนี้ จากงานวิจัยของ Taweewattana and Kanthawongs (2015) พบว่า ผู้บริโภคที่ตระหนักรู้ในสุขภาพ สูงให้ความสำคัญกับปริมาณสารอาหารที่ได้รับ ให้ความสำคัญกับการออกกำลังกาย และการดูแลสุขภาพในระยะยาว โดยอาจมองว่าการรับประทานอาหารเจอาจไม่ตรงตามแนวคิดของการตระหนักรู้ในสุขภาพ อีกทั้ง หากละเว้นการกินเนื้อสัตว์กินของมันของทอด หรือกินอาหารประเภทเดียวกันติดต่อกันหลายวัน อาจทำให้ร่างกายเสียสมดุล และอาหารเจส่วนใหญ่มีส่วนประกอบของแป้ง มักเป็นประเภทผัดและทอด รสชาติหวานเค็มซึ่งอาจส่งผลเสียต่อสุขภาพได้ (Allwellhealthcare, 2020) จึงทำให้ความตระหนักรู้ในสุขภาพมีอิทธิพลเชิงลบต่อความตั้งใจกินเจในช่วงเทศกาลถือศีลกินเจของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่

ในขณะที่ ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจกินเจในช่วงเทศกาลถือศีลกินเจของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาจเพราะผู้บริโภคมีความเป็นปัจเจกบุคคลมากขึ้น และเน้นการใช้ชีวิตตามความสะดวกเป็นหลัก ทำให้การความตั้งใจกินเจไม่ได้ขึ้นอยู่กับกลุ่มอ้างอิงสักเท่าไร ไม่ว่าจะเป็นครอบครัว เพื่อน หรือเพื่อนร่วมงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Jaichuen (2018) ที่ผลการวิจัย พบว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสมุนไพรของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับปานกลาง และการคล้อยตามความคิดเห็นจากบุคลากรทางการแพทย์กลับไม่มีผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสมุนไพรของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นได้ว่า ในบางพฤติกรรมของผู้บริโภคอาจไม่ได้ขึ้นอยู่กับ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงเสมอไป

ข้อเสนอแนะ

- 1.ในการรณรงค์การกินเจในช่วงเทศกาลกินเจ ผู้จัดงานควรให้ความสำคัญกับการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเทศกาลกินเจว่ามีลักษณะเป็นอย่างไร เช่น การที่พิธีกรกล่าวอธิบายความสำคัญของการกินเจ การติดตั้งป้ายเพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับเทศกาลกินเจ รวมถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการกินเจ
- 2.ผู้ประกอบการร้านอาหารเจ อาจมีการประชาสัมพันธ์ร้านค้าเพื่อให้ผู้บริโภคเห็นชัดเจน เช่น อาจมีการประสานงานไปยังเทศบาลจัดทำแผนที่ร้านอาหารเจในอำเภอหาดใหญ่ หรือประชาสัมพันธ์ผ่านเพจท้องถิ่นต่างๆ เพื่อกระตุ้นการรับรู้แหล่งที่สามารถซื้ออาหารเจได้ และทำให้เกิดการกินเจมากขึ้น
- 3.ผู้เกี่ยวข้องสามารถใช้ผลการวิจัยไปใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ในการวางแผนการสื่อสาร ส่งเสริมและรณรงค์การกินเจในช่วงเทศกาลถือศีลกินเจต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- Ajzen, I. (1985). *From intentions to actions: a theory of planned behavior*. In *Action control: from cognition to behavior*. Berlin: Springer-Verlag.
- Allwellhealthcare. (2020). *Elderly vegetarian food: How to eat without getting fat, get both merit and health* Retrieved from <https://allwellhealthcare.com/vegetarian-food-for-elderly/>.
- Becker, M. H., Maiman, L. A., Kirscht, J. P., Haefner, D. P., & Drachman, R. H. (1977). The Health belief Model and prediction of dietary compliance: A field experiment. *Journal of Health and Social Behavior*, 18(4), 348–366.
- Chinfuk, N., LalitSasivimon, W., Nontikarn J., Nilsawat P. D., & WittayaPhanpracha, C. (2017). The Evaluation of Participant's Satisfaction towards Hatyai Vegetarian Festival in 2017. *The 9th Hatyai National and International Conference*, 1552-1556.
- Felsenstein, D. (2003). Local Festivals and Tourism Promotion: The Role of Public Assistance and Visitor Expenditure. *Journal of Travel Research*, 41(4), 385–392.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to theory and research*. Addison-Wesley Publishing Company: Inc.
- Hong, H. (2011). An Extension of The Extended Parallel Process Model (Eppm) In Television Health News: The Influence of Health Consciousness on Individual Message Processing and Acceptance. *Journal of Health Communication*, 26(4), 343-353.

- Jaichuen, P. (2018). *Factors affecting customer purchase decisions for herbal dietary supplement in the Bangkok Metropolitan area*. Thesis of Thammasat University.
- Jayanti, K. R., & Burns, C. A. (1998). The antecedents of preventive health care behavior: An empirical study. *Journal of the Academy Marketing Science*, 26(1), 6-15.
- Kasikon Research Center. (2019). *The new generation cares ... vegetarian, this year's vegetarian festival expects to spend 4,760 million*. Retrieved from <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/FB-J-27-09-19.aspx>.
- Kraft, F. B., & Goodell, P. W. (1993). Identifying the health-conscious consumer. *Journal of Marketing Health Services*, 13(3), 18-25.
- Ling-Yu, M. W., & Shang-Hui, L. (2013). A Study On The Relationship Amidst Health Consciousness, Ecological Affect, And Purchase Intention Of Green Production. *International Journal of Organizational Innovation*, 5(4), 124-137.
- Mai, R., & Hoffmann, S. (2012). Taste lovers versus nutrition fact seekers: How health consciousness and self-efficacy determine the way consumers choose food products. *Journal of Consumer Behavior*, 11(4), 316-328.
- Phetvaroon, K. (2016). A Model of Phuket Vegetarian Image. *Journal of Silpakorn University*, 36(3), 115-132.
- Prachachat. (2020). *Vegetarian vegetarian in 2020 not furiously spread 46,967 million, lowest in 13 years*. Retrieved from <https://www.prachachat.net/economy/news-534050>.
- Ranong Cultural Office. (2019). *Vegetarian Festival*. Retrieved from https://www.mculture.go.th/ranong/ewt_news.php?nid=574&filename=index.
- Royne, M. B., Fox, A. K., Deitz, G. D., & Gibson, T. (2014). The effects of health consciousness and familiarity with DTCA on perceptions of dietary supplements. *Journal of Consumer Affairs*, 48(3), 515-534.
- Taweewattana, T., & Kanthawongs, P. (2015). Factor Positively Influencing Healthy Food's Purchase Intention of Consumers in Bangkok. *The 55th Kasetsart University Academic Conference*, 400-407.

