

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนของ
ผู้บริโภควัยทำงาน ย่านสีลม เขตกรุงเทพมหานคร

สารนิพนธ์

ของ

นางสาวสายชล บุญศิริเอื้อเฟื้อ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการแนะแนว

พฤษภาคม 2546

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

๒๕๘.๙๓๔๒

ส ๒๕๗๐

ร. ๓

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมกรบริโภคอาหารจานด่วนของ
ผู้บริโภควัยทำงาน ย่านสีลม เขตกรุงเทพมหานคร

บทคัดย่อ

ของ

นางสาวสายชล บุญศิริเอื้อเฟื้อ

-๔ ก.ก. ๒๕๔๖



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการแนะแนว

พฤษภาคม ๒๕๔๖

๒๕๔๓๖

สาขชล บุญศิริเอื้อเฟื้อ. (2546) การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงาน ย่านสีลม เขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาการแนะแนว). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : อาจารย์ไพศาล อันประเสริฐ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงาน ย่านสีลม เขตกรุงเทพมหานคร

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้บริโภคอาหารจานด่วนวัยทำงานซึ่งทำงานหรืออยู่อาศัยในย่านสีลม เขตกรุงเทพมหานคร อายุระหว่าง 25 ปีถึง 50 ปี เพศชาย 101 คน เพศหญิง 199 คน จำนวนทั้งหมด 300 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็น แบบสอบถามความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงาน ย่านสีลม เขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ที่มีความรู้ทางโภชนาการในการบริโภคอาหารจานด่วนมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับทักษะและพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2. จากการเปรียบเทียบความรู้ทางโภชนาการ ทักษะ และพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วน พบว่าความรู้ทางโภชนาการและทักษะในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม เขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อจำแนกตามรายได้และระดับการศึกษาส่วนพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม เขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อจำแนกตามรายได้

THE RELATIONSHIP BETWEEN NUTRITION KNOWLEDGE, NUTRITION ATTITUDES
AND FAST FOOD EATING BEHAVIOR OF ADULT AT SILOM AREA, BANGKOK

AN ABSTRACT

BY

MISS SAICHON BUNSIRIUARFUAR

Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Education degree in Guidance and Counselling Psychology
at Srinakharinwirot University

May 2003

Miss Saichon Bunsiriarfuar. (2546) The Relationship Between Nutrition Knowledge, Nutrition Attitudes and Fast Foods Eating Behavior of Adult at Silom Area, Bangkok.

Master Project, M.Ed. (Guidance and Counselling Psychology). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Master Project Advisor : Mr.Pisan Uanprasert

The purpose of this study was to examine the relationship between knowledge attitudes and behavior about fast foods eating of adolescents at Silom area Bangkok.

The subject consisted of was 300 adolescents consumer whose work or live at Silom area Bangkok. The data was collected by using questionnaires and analyzed by using pearson product moment correlation and F-test.

The results were as follows :

1. There was positive relationship between nutrition knowledge, nutrition attitude and fast foods eating behavior of adult at Silom area Bangkok showed a statistically significant at the level of .01.


2. There was significant different between nutrition knowledge and nutrition attitude of adult at Silom area Bangkok by income and education level.

There was no significant different between fast foods eating behavior of adult at Silom area Bangkok by income.

There was significant different between fast foods eating behavior of adult at Silom area Bangkok by education level.

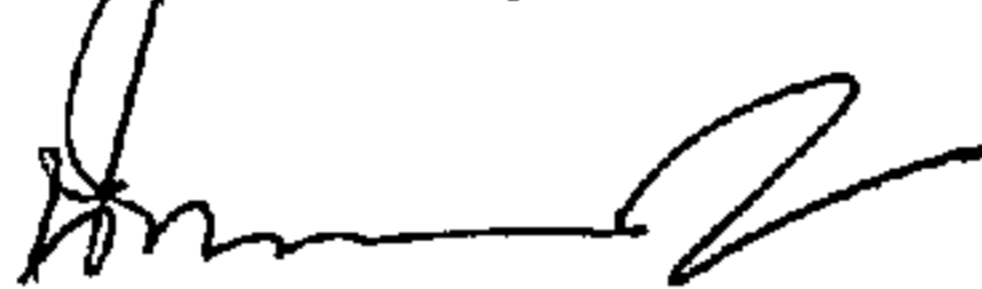
อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการแนะแนว ของมหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์



.....
(อาจารย์ไพศาล อ้นประเสริฐ)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

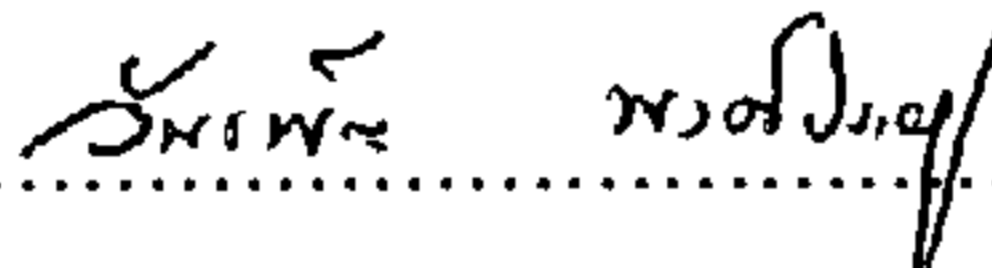


.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทนา วงษ์อินทร์)

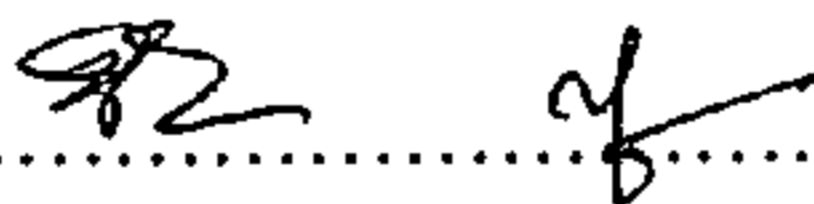
คณะกรรมการสอบ



..... ประธาน
(อาจารย์ไพศาล อ้นประเสริฐ)

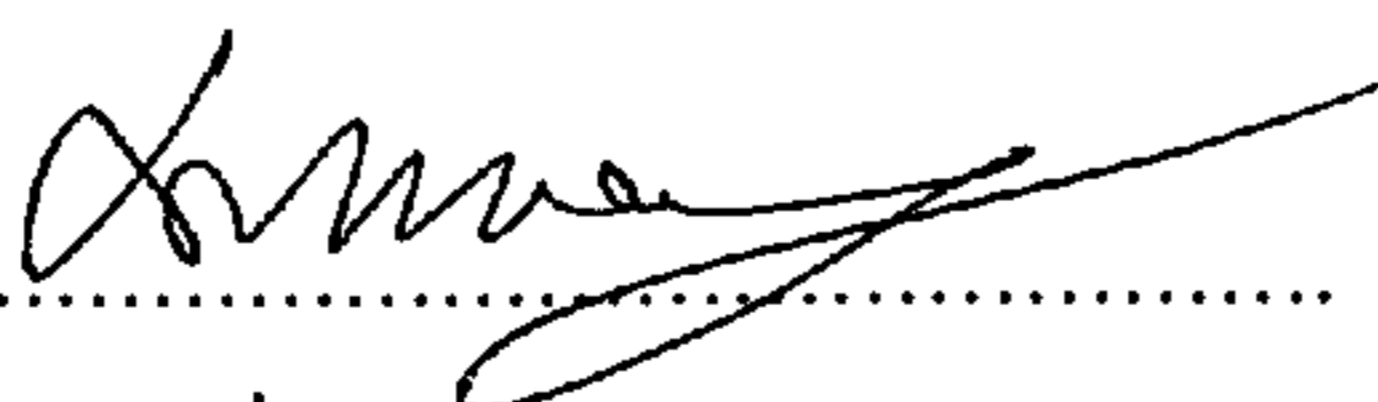


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วันเพ็ญ พงศ์ประยูร)



..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นันทา สุรักษา)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการแนะแนว ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



..... คณบดีคณะศึกษาศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.คมเพชร นิตรสกุล)

วันที่ ๔ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2546

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจากอาจารย์ไพศาล อ้นประเสริฐ ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์วันเพ็ญ พงศ์ประยูร และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.นันทา ผู้รักษาคณะกรรมการพิจารณาสารนิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำให้กำลังใจตลอดจนช่วยตรวจสอบแก้ไขเพื่อให้สารนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

กราบขอบพระคุณ อาจารย์ไพศาล อ้นประเสริฐ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.นันทา ผู้รักษาที่ได้กรุณาเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

ความสำเร็จใด ๆ ในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยกราบขอบพระคุณคณาจารย์ภาควิชาการแนะแนวและจิตวิทยาการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ทุกท่านที่ได้กรุณาให้การอบรมสั่งสอน ถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ที่ดีและมีคุณค่ายิ่งแก่ผู้วิจัย

กราบขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ คุณน้า และขอขอบคุณ คุณยุทธศักดิ์ บุญศิริเอื้อเพื่อคุณวัชรชัย มกรพันธุ์ คุณสุรินทร์ เชิญศิริดำรงค์ ที่ให้ความช่วยเหลือ สนับสนุน และเป็นกำลังใจตลอดมาจนกระทั่งงานวิจัยสำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอขอบคุณอาจารย์รัชณี ก้นภัยที่ให้ความอนุเคราะห์วิเคราะห์สถิติข้อมูล Mr.Robert L. Hull ที่ให้โอกาสในการศึกษา อาจารย์ธัญญาภัทร์ รัตนวงศา อาจารย์เพิ่มสุข บินสะอาด คุณสุภาหมั่นแก้ว และเพื่อนร่วมรุ่นจิตวิทยาการแนะแนวทุกคน

คุณค่าและประโยชน์ใด ๆ ของสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณแก่คุณพ่อสมหมาย และคุณแม่เตือนใจ บุญศิริเอื้อเพื่อ และคุณน้าอรวิดี ภูบัตติชัย ซึ่งเป็นผู้ให้ชีวิต และเป็นผู้มีพระคุณแก่ผู้วิจัย รวมถึงบูรพคณาจารย์และผู้มีพระคุณทุกท่าน

สายชล บุญศิริเอื้อเพื่อ

สารบัญ

บทที่	หน้า
1	บทนำ 1
	ภูมิหลัง 1
	✓ <u>ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า</u> 3
	ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า 3
	ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า..... 4
	แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า 4
	ตัวแปรที่ศึกษา 4
	นิยามศัพท์เฉพาะ 4
	กรอบแนวคิดในการศึกษาค้นคว้า..... 6
	สมมติฐานของการศึกษาค้นคว้า 7
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 8
	เอกสารเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม 10
	แนวคิดเกี่ยวกับทักษะ 10
	ความหมายของทักษะ 10
	ลักษณะของทักษะ 11
	องค์ประกอบของทักษะ 12
	ด้านพุทธิปัญญาหรือสติปัญญาหรือความรู้ความคิด 12
	ด้านอารมณ์ ความรู้สึกรหรือทักษะ 14
	ด้านทักษะ การกระทำ หรือพฤติกรรม 15
	ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ความคิด ด้านความรู้สึกรและด้านพฤติกรรม..... 16
	เอกสารที่เกี่ยวข้องกับอาหารและโภชนาการ 20
	ความหมายของคำว่า “ อาหารจานด่วน (FAST FOOD) ” 20
	ประวัติอาหารจานด่วนในต่างประเทศ..... 22

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
2 (ต่อ) ประวัติอาหารจานด่วนในประเทศไทย.....	23
อันตรายจากอาหารจานด่วน	25
โภชนาการสำหรับวัยผู้ใหญ่	29
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ และ พฤติกรรมในการบริโภคอาหาร.....	31
ทฤษฎีการบริโภคมวลรวม	33
โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค	34
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ศึกษา.....	38
ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้และทัศนคติ	38
ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรม	38
ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้และพฤติกรรม	39
ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับทัศนคติและพฤติกรรม.....	39
ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับทัศนคติและพฤติกรรม	40
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	40
งานวิจัยภายในประเทศ.....	40
งานวิจัยต่างประเทศ.....	43
3 วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า	45
แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า.....	45
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า.....	48
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	49
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	50
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	55
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	55
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	55

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
5	
สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ	69
สังเขปความมุ่งหมาย สมมุติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า	69
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	71
อภิปรายผล	74
ข้อเสนอแนะ	81
บรรณานุกรม.....	83
ภาคผนวก.....	91
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	108

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1	ชนิดอาหารและปริมาณอาหารที่ผู้ใหญ่ควรรับประทานใน 1 วัน 29
2	จำนวนและค่าร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ 56
3	จำนวนและค่าร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ 57
4	จำนวนและค่าร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา..... 57
5	จำนวนและค่าร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ 58
6	จำนวนและค่าร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ 58
7	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแบบทดสอบความรู้ทางโภชนาการ ตามลำดับขั้น 59
8	ค่าสหสัมพันธ์ความรู้ทางโภชนาการ ทักษะคิดและพฤติกรรมในการบริโภคอาหาร งานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม กรุงเทพมหานคร 60
9	เปรียบเทียบความรู้ทางโภชนาการในการบริโภคอาหารงานด่วนของผู้บริโภควัย ทำงานย่านสีลม เมื่อมีรายได้แตกต่างกัน 61
10	เปรียบเทียบความรู้ทางโภชนาการในการบริโภคอาหารงานด่วนของผู้บริโภควัย ทำงานย่านสีลม เมื่อมีรายได้แตกต่างกันเป็นรายคู่ 61
11	เปรียบเทียบทักษะคิดในการบริโภคอาหารงานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่าน สีลม เมื่อมีรายได้แตกต่างกัน..... 62
12	เปรียบเทียบทักษะคิดในการบริโภคอาหารงานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่าน สีลม เมื่อมีรายได้แตกต่างกันเป็นรายคู่..... 63
13	เปรียบเทียบพฤติกรรมในการบริโภคอาหารงานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่าน สีลม เมื่อมีรายได้แตกต่างกัน..... 64
14	เปรียบเทียบความรู้ทางโภชนาการในการบริโภคอาหารงานด่วนของผู้บริโภควัย ทำงานย่านสีลม เมื่อมีระดับการศึกษาแตกต่างกัน 64
15	เปรียบเทียบความรู้ทางโภชนาการในการบริโภคอาหารงานด่วนของผู้บริโภควัย ทำงานย่านสีลม เมื่อมีระดับการศึกษาแตกต่างกันเป็นรายคู่..... 65
16	เปรียบเทียบทักษะคิดในการบริโภคอาหารงานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่าน สีลม เมื่อระดับการศึกษาแตกต่างกัน..... 66

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง		หน้า
17	เปรียบเทียบทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่าน สีลม เมื่อระดับการศึกษาแตกต่างกันเป็นรายคู่.....	66
18	เปรียบเทียบพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่าน สีลม เมื่อระดับการศึกษาแตกต่างกัน.....	67
19	เปรียบเทียบพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่าน สีลม เมื่อระดับการศึกษาแตกต่างกันเป็นรายคู่.....	68

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในสังคมปัจจุบันความเจริญทางเทคโนโลยีทำให้ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกร่วมมือและแลกเปลี่ยนในเรื่องต่าง ๆ มากขึ้น จนทำให้เสมือนว่าทุกประเทศได้หลอมรวมเข้ามาอยู่ภายใต้ระบบและกติกาเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ การเมืองการปกครอง การศึกษา และวัฒนธรรม (สุทธิลักษณ์ สมิตะศิริ และคณะ.2537 : 1) ความเจริญทางด้านเทคโนโลยีและสารสนเทศ ทำให้การเชื่อมโยงสื่อสารจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่งเป็นไปด้วยความสะดวกรวดเร็ว ส่งผลให้เกิดการเผยแพร่วัฒนธรรมจากนานาประเทศเข้าสู่ประเทศไทย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นวัฒนธรรมตะวันตก วัฒนธรรมเหล่านี้ได้แพร่กระจายเข้ามาสู่วิถีการดำเนินชีวิตทำให้วิถีชีวิตของคนไทยเปลี่ยนแปลงไป (อักรฤทธิ หอมประเสริฐ.2543 : 1) โดยเฉพาะในช่วงระยะเวลา 20 ปีที่ผ่านมาประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงภาวะเศรษฐกิจและสังคมอย่างรวดเร็วเนื่องจากความเจริญก้าวหน้าทางด้านอุตสาหกรรม ชีวิตความเป็นอยู่ของคนเมืองมีสิ่งอำนวยความสะดวกสบายมากขึ้นแต่ก็เร่งรีบมากขึ้นด้วย ทำให้เกิดปัญหาตามมาหลายประการ เช่น ปัญหาการจราจรคับคั่ง ทำให้ต้องเสียเวลาในการเดินทางมาก คนส่วนใหญ่ต้องแบ่งเวลาให้กับการเดินทางมากขึ้น ปัญหาการประกอบอาชีพที่มีเวลาหยุดพักซึ่งมีจำกัดเพียงหนึ่งชั่วโมง หรือมีเวลาพักไม่ตรงกับคนอื่น ต้องมีการสลับเปลี่ยนเวลากันในการทำงาน หรือบางทีแทบจะไม่มีเวลาหยุดพัก ดังนั้นหลายคนจึงต้องการความรวดเร็วสำหรับการประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ในช่วงเวลาดังกล่าว สังคมจึงอยู่ในสภาพที่รีบเร่ง แข่งขันแย่งชิงกันในการดำเนินชีวิตประจำวัน การมีเวลาจำกัดทำให้คนส่วนใหญ่จำเป็นต้องใช้เวลาทำกิจกรรมต่าง ๆ น้อยลง โดยเฉพาะเรื่องสำคัญประการหนึ่งคือ การรับประทานอาหารและการประกอบอาหาร โดยที่อาหารสำเร็จรูป อาหารพร้อมบริโภค หรืออาหารที่สามารถรับประทานได้ทันทีได้เข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมากกับวิถีชีวิตของคนเมืองที่ไม่มีเวลามากพอ (รัชณี ยนต์นิยม.2530 : 1)

ในประเทศไทยมีอาหารสำเร็จรูป อาหารพร้อมบริโภคหรืออาหารที่สามารถรับประทานได้ทันทีหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นอาหารสำเร็จรูปบรรจุซอง เช่น บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ขนมขบเคี้ยวรูปแบบต่าง ๆ หรืออาหารที่ซื้อใส่ถุงไปรับประทาน (ประณีต ผ่องแผ้ว.2539 : 35) อาหารสำเร็จรูปอีกประเภทหนึ่งที่ได้รับคามนิยมในต่างประเทศ และได้รับความนิยมและการต้อนรับจากคนไทยเป็นอย่างดี คืออาหารฟาสต์ฟู้ด

(Fast Food) หรืออาหารจานด่วน ได้แก่ โคนัท ฮอทดอก พิซซ่า แฮมเบอร์เกอร์ ฯลฯ อาหารประเภทนี้ได้เข้ามาแทนที่อาหารที่ต้องใช้เวลาในการปรุงมากและสามารถสนองความต้องการของบุคคลได้อย่างเหมาะสมกับชีวิตประจำวัน โดยที่อาหารจานด่วนหรืออาหารฟาสต์ฟู้ดเหล่านี้มีต้นกำเนิดในประเทศสหรัฐอเมริกาในยุคของการปฏิวัติอุตสาหกรรมซึ่งพัฒนามาจากธรรมเนียมและความจำเป็นที่ต้องรีบเร่งแข่งกับเวลาอันมีค่า และในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาการประกอบธุรกิจอาหารประเภทนี้ได้ขยายตัวอย่างรวดเร็วในแถบเอเชีย รวมทั้งประเทศไทยที่รับวัฒนธรรมการบริโภคอาหารเหล่านี้เข้ามาพร้อมกับการรับวัฒนธรรมตะวันตก และได้เข้ามามีบทบาทกับการดำเนินชีวิตของคนทุกเพศ ทุกวัย โดยเฉพาะวัยรุ่น และบุคคลที่ประกอบอาชีพนอกบ้าน (อัครฤทธิ หอมประเสริฐ.2543 : 1)

* การบริโภคอาหารจานด่วนทำให้เกิดผลเสียบางประการกับคนไทย คือทำให้คนไทยได้รับอาหารที่มีน้ำตาล โปรตีน และไขมันสูง และรับประทานผัก ผลไม้ น้อยลง คนไทยในปัจจุบันจึงเกิดปัญหาความสมดุลทางโภชนาการ หรือภาวะทุพโภชนาการ ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญที่เกี่ยวข้องและส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตและสุขภาพร่างกายและจิตใจของคนไทย เนื่องจากอาหารจานด่วนเหล่านี้ให้พลังงานและไขมันในปริมาณสูง ทำให้ร่างกายได้รับสารอาหารบางอย่างมากเกินไป ความต้องการของร่างกายจึงส่งผลให้เกิดโรคต่าง ๆ เช่น มะเร็งลำไส้ใหญ่ ซึ่งเกิดจากการรับประทานอาหารที่มีไขมันและเนื้อสัตว์มากเกินไป มะเร็งเต้านม ซึ่งเกิดจากการรับประทานอาหารที่ให้พลังงานและมีไขมันมากเกินไป โดยเฉพาะไขมันจากสัตว์ เป็นต้น นอกจากนี้อาจจะยังก่อให้เกิดโรคหัวใจ และหลอดเลือด (ประณีต ผ่องแผ้ว.2539 : 35) และเนื่องจากอาหารจานด่วนส่วนใหญ่เป็นอาหารที่ต้องซื้อลิขสิทธิ์แฟรนไชส์จากต่างประเทศแทบทั้งสิ้น อาหารจานด่วนจึงมีราคาค่อนข้างแพง ซึ่งเป็นการสร้างวัฒนธรรมการบริโภคที่ฟุ่มเฟือยให้เกิดกับคนไทย และทำให้ประเทศไทยเสียดุลการค้ากับต่างชาติ นอกจากนี้การบริโภคอาหารจานด่วนยังทำให้วัฒนธรรมการบริโภคอาหารของคนไทยเปลี่ยนไปจากการบริโภคอาหารเป็นมื้อที่มีอาหารหลายชนิด และมีสารอาหารครบห้าหมู่ มาเป็นการบริโภคอาหารจานเดียว ขึ้นเดียว ทำให้ร่างกายขาดสารอาหารที่จำเป็นต่อร่างกาย

ถึงแม้ว่าอาหารจานด่วนจะก่อให้เกิดผลเสียอย่างมากมาดั่งกล่าวมาแล้ว แต่คนไทยส่วนใหญ่ก็ยังนิยมบริโภคอาหารจานด่วนอย่างต่อเนื่อง และจำนวนผู้ที่นิยมบริโภคอาหารประเภทนี้ก็มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ทั้ง ๆ ที่ผู้บริโภคบางคนก็มีความรู้เกี่ยวกับอาหารประเภทนี้ว่ามีคุณประโยชน์น้อย และก่อให้เกิดโรคร้ายแรงแก่ร่างกาย แต่ก็ยังนิยมและชื่นชอบที่จะบริโภคอาหารดังกล่าว จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะโภชนาการกับความรู้ ความเชื่อและบริโภคนิสัยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ในโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร

ของยุพิน ตริรส (ยุพิน ตริรส.2529 : บทคัดย่อ) พบว่ามีความสัมพันธ์กันระหว่างความรู้ ความเชื่อ และบริโภคนิสัย ส่วนการศึกษาเรื่องความรู้ เจตคติ และการปฏิบัติเกี่ยวกับสุขภาพผู้บริโภคของ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในโรงเรียนมัธยมศึกษา กรุงเทพมหานครของสุภาภรณ์ ไรจน์รังสี ธรรม (สุภาภรณ์ ไรจน์รังสีธรรม.2530 : บทคัดย่อ) กลับพบว่า ความรู้ทางโภชนาการมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติเกี่ยวกับสุขภาพ แต่ไม่สัมพันธ์กับเจตคติ | ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ทางด้านโภชนาการ ทักษะ และพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจาน ค่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม กรุงเทพมหานครว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่ และสัมพันธ์ กันอย่างไร เนื่องจากผู้บริโภควัยทำงานเป็นกำลังคนที่มีค่าทั้งต่อองค์กร ต่อสังคม และต่อประเทศ ชาติ เพื่อที่ผลการศึกษาที่ได้จะเป็นข้อมูลพื้นฐานที่จะทำให้ทราบระดับความรู้ทางโภชนาการ ทิศ ทางของความคิดและความรู้ที่กรวมทั้งแนวโน้มของพฤติกรรมในการบริโภคอาหารประเภทนี้ของ คนในสังคมไทยเพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องสำหรับการรณรงค์ให้ผู้บริโภคที่อยู่ในวัย ทำงานได้ตระหนักถึงความสำคัญของผลเสียต่อสุขภาพที่เกิดจากบริโภคอาหาร

✓ ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ทางโภชนาการ ทักษะ และพฤติกรรมในการ บริโภคอาหารจานค่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบความรู้ทางโภชนาการ ทักษะ และพฤติกรรมในการบริโภคอาหาร จานค่วน ของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม กรุงเทพมหานครโดยจำแนกตามรายได้ และระดับการศึกษา

ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า

ผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ทำงานทางด้านโภชนาการ ทางด้านการ ศึกษา และผู้สนใจในการที่จะศึกษาค้นคว้าหาความรู้ทางด้านโภชนาการอาหารจานค่วนเพื่อนำ ไปใช้ประโยชน์ในการให้ความรู้แก่นิสิต นักศึกษา หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งจะเป็นประโยชน์กับ องค์กรทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในการดูแลรักษาสุขภาพของพนักงานโดยการให้คำแนะนำ จัด โครงการให้ความรู้ หรือจัดการฝึกอบรมเกี่ยวกับการบริโภคอาหารให้กับพนักงานเพื่อลดความเจ็บ ป่วยของพนักงานซึ่งจะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลที่เกิดขึ้นให้กับองค์กร และอาจเป็นข้อ มูลสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจอาหารจานค่วนจะได้ตระหนักถึงความสำคัญของการบริโภคอาหาร ที่เป็นประโยชน์เพื่อที่จะได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ในธุรกิจให้มีคุณค่าทางโภชนาการมากขึ้น

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

แหล่งข้อมูลเป็นผู้บริโภคซึ่งอยู่ในวัยทำงานอายุระหว่าง 25 -50 ปีซึ่งเคยบริโภคหรือกำลังบริโภคอาหารจานด่วนและทำงานหรืออาศัยอยู่ในย่านสีลม กรุงเทพมหานคร จำนวน 300 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

ตัวแปรที่ศึกษา

2.1 ตัวแปรต้น ประกอบด้วย

- รายได้
- ระดับการศึกษา

2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่

- ความรู้ทางโภชนาการ
- ทักษะในการบริโภคอาหารจานด่วน
- พฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วน

นิยามศัพท์เฉพาะ

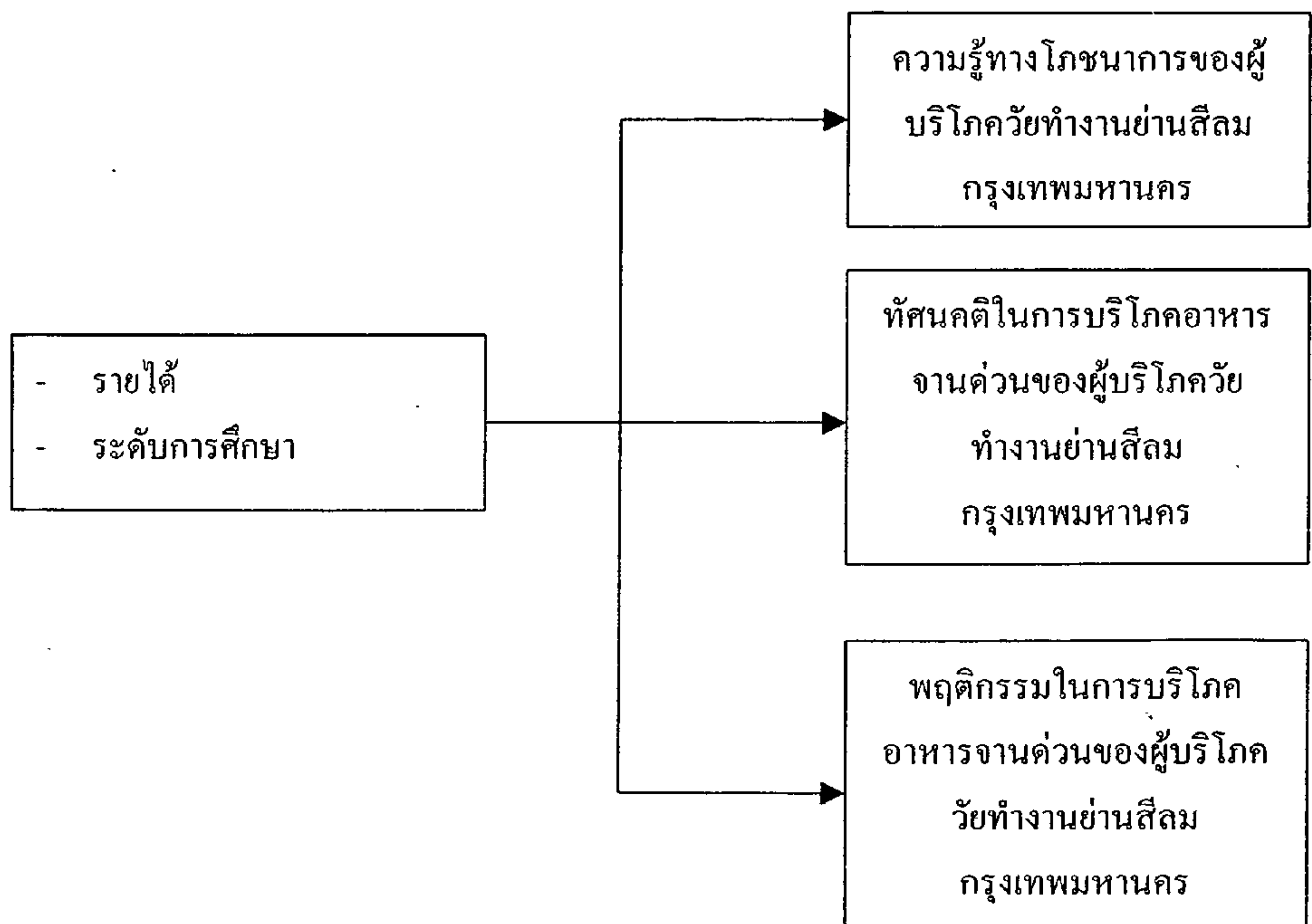
1. ความรู้ทางโภชนาการ หมายถึง ประสบการณ์ต่าง ๆ เกี่ยวกับอาหาร โภชนาการ และการบริโภคอาหารที่ผู้บริโภคได้รับ ซึ่งเป็นผลให้สามารถแสดงออกได้ในลักษณะต่าง ๆ ดังต่อไปนี้
 - 1.1 ความจำ หมายถึง การจำ การระลึกได้ถึงความรู้เกี่ยวกับอาหาร โภชนาการ และการบริโภคอาหารที่ผู้บริโภคเคยได้รับ
 - 1.1 ความเข้าใจ หมายถึง การแปลความ การตีความ และการคาดคะเนต่อความรู้เกี่ยวกับอาหาร โภชนาการ และการบริโภคอาหารที่ผู้บริโภคเคยได้รับมา
 - 1.2 ความสามารถในการนำไปใช้ หมายถึง การรู้จักนำวิธีการ ทฤษฎี หลักการ กฎเกณฑ์ต่าง ๆ นำไปใช้เพื่อแก้ปัญหาในเหตุการณ์ใหม่ได้
 - 1.3 การวิเคราะห์ หมายถึง ความสามารถในการจำแนกข้อมูลหรือเรื่องราวที่สมบูรณ์เกี่ยวกับอาหาร โภชนาการ และการบริโภคอาหารให้แยกเป็นส่วนประกอบย่อยได้และมองเห็นความสัมพันธ์ของส่วนประกอบย่อยเหล่านั้น

- 1.4 การสังเคราะห์ หมายถึง ความสามารถในการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับอาหาร โภชนาการ และการบริโภคอาหารที่เป็นส่วนย่อยเข้ามารวมกันเป็นส่วนรวมที่มีโครงสร้างใหม่
- 1.5 การประเมินค่า หมายถึง ความสามารถในการตัดสินใจเกี่ยวกับ แนวความคิด วิธีการ แนวทางเกี่ยวกับอาหาร โภชนาการ และการบริโภคอาหารที่ถูกนำมาใช้
2. ทักษะในการบริโภคอาหาร หมายถึง ความคิดเห็น ความรู้สึก ที่มีต่ออาหาร และการบริโภคอาหารซึ่งทำให้ผู้บริโภคแสดงออกมาในลักษณะดังต่อไปนี้
 - 2.1 พึงพอใจ ชอบ อาหารและต้องการบริโภคอาหาร
 - 2.2 ไม่พึงพอใจ ไม่ชอบ อาหารและไม่ต้องการบริโภคอาหาร
3. อาหารจานด่วน หมายถึง อาหารที่จัดเตรียม และปรุงไว้สำเร็จรูปแล้วสามารถรับประทานได้ทันที หรือใช้เวลาสำหรับกรรมวิธีขั้นสุดท้ายก่อนรับประทานเพียงไม่กี่นาที สามารถรับประทานในร้าน หรือนำออกไปรับประทานนอกร้านก็ได้ ได้แก่ อาหารประเภท พิซซ่า ไก่ทอด มันฝรั่งทอด แฮมเบอร์เกอร์ แซนวิช ฮีทดอก
4. ผู้บริโภควัยทำงาน หมายถึง ประชากรซึ่งเป็นผู้บริโภคที่อยู่ในวัยที่สามารถทำงานได้และมีรายได้เป็นของตนเองซึ่งมีอายุระหว่าง 25-50 ปี
5. รายได้ หมายถึง เงินหรือค่าตอบแทนต่าง ๆ ที่ได้จากการประกอบอาชีพเฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภควัยทำงาน ซึ่งแบ่งเป็น 5 กลุ่ม คือ
 - 5.1 รายได้น้อยกว่า 5,000 บาท
 - 5.2 รายได้ตั้งแต่ 5,001 - 10,000 บาท
 - 5.3 รายได้ตั้งแต่ 10,001 - 15,000 บาท
 - 5.4 รายได้ตั้งแต่ 15,001 - 20,000 บาท
 - 5.5 รายได้มากกว่า 20,000 บาท

6. ระดับการศึกษา หมายถึง การศึกษาสูงสุดของผู้บริโภควัยทำงาน ซึ่งแบ่งเป็น 5 กลุ่ม คือ
- 6.1 น้อยกว่ามัธยมศึกษา
 - 6.2 มัธยมศึกษา
 - 6.3 อนุปริญญา, อาชีวศึกษา
 - 6.4 ปริญญาตรี
 - 6.5 สูงกว่าปริญญาตรี

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้า เรื่องการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ทางโภชนาการ ทักษะคิด และพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม กรุงเทพมหานคร มีกรอบแนวคิดในการศึกษาค้นคว้า รายละเอียดดังแสดงในภาพประกอบ



✓ สมมติฐานของการวิจัย

1. ความรู้ทางโภชนาการ ทักษะ และพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม กรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กัน
2. ความรู้ทางโภชนาการในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลมต่างกันเมื่อมีรายได้แตกต่างกัน
3. ทักษะในการบริโภคอาหารจานด่วนต่างกันเมื่อผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลมมีรายได้แตกต่างกัน
4. พฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนต่างกันเมื่อผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลมมีรายได้แตกต่างกัน
5. ความรู้ทางโภชนาการในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลมต่างกันเมื่อมีระดับการศึกษาแตกต่างกัน
6. ทักษะในการบริโภคอาหารจานด่วนต่างกันเมื่อผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลมมีระดับการศึกษาแตกต่างกัน
7. พฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนต่างกันเมื่อผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลมมีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามลำดับดังต่อไปนี้

1. เอกสารเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม
 - 1.1 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
 - 1.1.1 ความหมายของทัศนคติ
 - 1.1.2 ลักษณะของทัศนคติ
 - 1.1.3 องค์ประกอบของทัศนคติ
 - 1.1.3.1 ด้านพุทธิปัญญา หรือสติปัญญา หรือความรู้ความคิด
 - 1.1.3.2 ด้านอารมณ์ ความรู้สึกหรือทัศนคติ
 - 1.1.3.3 ด้านทักษะ การกระทำ หรือพฤติกรรม
 - 1.1.4 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ความรู้สึก และพฤติกรรม
2. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับอาหารและโภชนาการ
 - ✓ 2.1 ความหมายของคำว่า “ อาหารจานด่วน (Fast Food) ”
 - 2.2 ประวัติอาหารจานด่วนในต่างประเทศ
 - 2.3 ประวัติอาหารจานด่วนในประเทศไทย
 - 2.4 อันตรายจากอาหารจานด่วน
 - 2.5 โภชนาการสำหรับวัยผู้ใหญ่
3. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับระหว่างความรู้ ทักษะ และ พฤติกรรมในการบริโภคอาหาร
 - 3.1 ทฤษฎีการบริโภคมวลรวม
 - 3.2 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค
4. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ศึกษา
 - ✓ 4.1 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้และทัศนคติ
 - ✓ 4.2 ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรม
 - ✓ 4.3 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้และพฤติกรรม
 - ✓ 4.4 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับทัศนคติและพฤติกรรม
 - ✓ 4.5 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับทัศนคติและพฤติกรรม

✓5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

5.1 งานวิจัยภายในประเทศ

5.2 งานวิจัยต่างประเทศ

1. เอกสารที่เกี่ยวข้องความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม

1.1 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

1.1.1 ความหมายของทัศนคติ

ทัศนคติ (Attitude) มาจากคำศัพท์ภาษาละตินว่า "Aptus" ซึ่งหมายถึง ความเหมาะสม (Fitness) และการปรับเปลี่ยน (Adaptedness) เป็นพฤติกรรมเตรียมความพร้อมทางสมองในการที่จะกระทำ ซึ่งจะบ่งบอกถึงหน้าที่ของภาวะจิตใจหรือสภาพของอารมณ์ (ชูลีกร โชดีตี. 2541 : 10)

ศศิธร หาคำ (2533 : 14) สรุปความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึก ทำที่ที่ดี และไม่ดี เห็นด้วยและไม่เห็นด้วย พอใจหรือไม่พอใจ เฉย ๆ ของบุคคลหรือคณะที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ อันเป็นผลเนื่องมาจากการเรียนรู้ ประสบการณ์จากสังคมหรือสิ่งแวดล้อม

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541 : 92) อธิบายว่าทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งผู้บริโภครู้จักจากประสบการณ์ในอดีต โดยใช้เป็นตัวเชื่อมระหว่างความคิดและพฤติกรรม นักการตลาดนิยมใช้โฆษณาเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์และตราสินค้า เสริมแรงและ(หรือ) เปลี่ยนทัศนคติ

ลำอาน งามวิชา (2544 : 101) กล่าวว่า ทัศนคติ คือ ความโน้มเอียงของความรู้สึกในทางที่ชอบ ไม่ชอบต่อสิ่งใด ๆ ทัศนคติเกิดขึ้นหลังจากที่ได้ประเมินข้อเท็จจริงหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ แล้วทัศนคติเป็นเรื่องของอารมณ์ของคน บุคคลเมื่อมีทัศนคติในทางใดทางหนึ่งต่อสิ่งใดแล้วก็จะตัดสินใจกระทำกับสิ่งนั้นเลยโดยไม่เสียเวลาคิดนาน

แอสเซล (Assael.1992 : 194) ได้กล่าวถึงทัศนคติว่า เป็นความเชื่อ และความชอบ ซึ่งเป็นตัวกำหนดทัศนคติของผู้บริโภคต่อสินค้า โดยทัศนคติที่มีต่อสินค้านั้นจะมีอิทธิพลโดยตรงต่อการบริโภค

โบวี, ฮุสตัน และทริล (Bovee,Houston & Thrill. 1995 : 121) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง ความโน้มเอียงด้านบวก (Positive) หรือความโน้มเอียงด้านลบ (Negative Inclination) ของบุคคลที่มีต่อสินค้า บุคคล สถานที่ แนวคิด หรือประเด็นต่าง ๆ ซึ่งทัศนคติมีความสำคัญมากต่อนักการตลาดเพราะทัศนคติมีความสัมพันธ์ต่อกระบวนการเลือกซื้อ และการกระทำการซื้อของผู้บริโภค

คอตเลอร์ (Kotler. 2000 : 175) กล่าวว่า ทัศนคติ คือ ความโน้มเอียงของการปฏิบัติและอารมณ์ของบุคคลที่ประเมินบางสิ่งบางอย่างว่าพอใจหรือไม่พอใจ สิ่งนั้นอาจเป็นวัตถุบางสิ่งหรือแนวคิดก็ได้

ชิฟแมน และคานุก (Schiffman and Kanuk.2000 : 200) ให้ความหมายทัศนคติว่า หมายถึง ความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ทำให้มีพฤติกรรมลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบที่มีต่อสิ่งหนึ่ง

สรุปได้ว่า ทัศนคติ หมายถึง ความคิด หรือความรู้ที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันเกิดจากประสบการณ์ของบุคคลนั้น สามารถแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมในลักษณะที่ชอบ หรือไม่ชอบพอใจหรือไม่พอใจต่อวัตถุสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือต่อสถานการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง

1.1.2 ลักษณะของทัศนคติ

กฤษฎา ศักดิ์ศรี (2530 : 185-188) กล่าวว่าทัศนคติมีลักษณะสำคัญดังนี้

1. ทัศนคติเกิดจากการเรียนรู้ หรือประสบการณ์ มิได้เป็นสิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด คนเกิดการเรียนรู้ ย่อมจะมีความรู้สึกและความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งที่ได้เรียนรู้ นั้นคือเกิดทัศนคติขึ้นนั่นเอง

2. ทัศนคติเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ มิใช่ว่าคนเราชอบหรือเกลียดอะไรแล้วจะต้องชอบหรือเกลียดไปตลอดชีวิต อาจเปลี่ยนแปลงเป็นตรงกันข้ามได้ ถ้าสภาพแวดล้อม สถานการณ์ และเหตุการณ์เปลี่ยนแปลงไป ทัศนคติของคนจะเปลี่ยนจากทัศนคติที่ยอมรับเป็นทัศนคติที่ไม่ยอมรับ หรือจากไม่ยอมรับไปสู่ยอมรับได้

3. ทัศนคติเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมทั้งภายในและภายนอก เราสามารถทราบได้ว่าบุคคลใดมีทัศนคติในทางยอมรับหรือไม่ยอมรับ โดยการสังเกตพฤติกรรมที่บุคคลนั้นแสดงออก อาจแสดงด้วยคำพูด หรือสีหน้าท่าทางพอใจ ไม่พอใจก็ได้ ทัศนคติจึงกำหนดพฤติกรรมทั่ว ๆ ไปของบุคคลแม้จะไม่ทุกกรณี แต่ก็สามารถทำนายพฤติกรรมโดยทั่วๆ ไปได้ ทัศนคติเป็นสิ่งที่โน้มเอียงให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ เช่น มีทัศนคติที่ดีต่อศาสนา ก็มักจะไม่ปฏิเสธเรื่องการบริจาค เป็นต้น

4. ทัศนคติเป็นสิ่งที่ซับซ้อน มีที่มาสลับซับซ้อนเพราะทัศนคติขึ้นอยู่กับหลายประการ เช่น ประสบการณ์ การรับรู้ ความรู้สึก ความคิดเห็น อารมณ์ สิ่งแวดล้อม จึงผันแปรได้

5. ทัศนคติเกิดจากการเลียนแบบ ทัศนคติสามารถถ่ายทอดออกไปสู่บุคคลอื่น ๆ ได้ การคล้อยตามเป็นของธรรมดาที่พึงมี ถ้าเรารักนับถือใครก็ย่อมมีศรัทธา เห็นว่าพฤติกรรมของบุคคลที่เรายอมรับนั้นดีงาม จึงเลียนแบบเป็นเยี่ยงอย่างไม่ว่าจะเป็นท่วงทำนองการพูดจา ท่าทาง หรืออุปนิสัยใจคอ

6. ทิศทางและปริมาณของทัศนคติ ปริมาณความเข้มข้นของทัศนคติจะมีตั้งแต่พอใจอย่างยิ่ง ปานกลาง จนถึงไม่พอใจอย่างยิ่ง ส่วนความเข้มข้นก็แล้วแต่ว่าจะมีความรู้สึกสุดปลายไปด้านใด ทิศทางของทัศนคติมี 2 ทิศทาง คือสนับสนุน หรือต่อต้าน

7. ทัศนคติอาจเกิดขึ้นจากความมีจิตสำนึก หรือจากจิตใต้สำนึกก็ได้

8. ทักษะที่มีลักษณะคงทนถาวรพอสมควร ทักษะบางอย่างอยู่ในสภาพไม่มั่นคงพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงได้ ส่วนทักษะที่มั่นคงถาวร เปลี่ยนแปลงได้ยากและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและบุคลิกภาพมาก

สุรางค์ ไคว์ตระกูล (2533 : 246-247) ได้กล่าวถึงลักษณะของทักษะไว้ดังนี้

1. ทักษะเป็นสิ่งที่เรียนรู้
2. ทักษะเป็นแรงจูงใจที่จะทำให้บุคคลกล้าเผชิญกับสิ่งเร้าหรือหลีกเลี่ยง ฉะนั้นทักษะจึงมีทั้งบวกและลบ
3. ทักษะประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 อย่าง คือ องค์ประกอบเชิงความรู้สึก อารมณ์ องค์ประกอบเชิงปัญญาหรือการรู้จัก และองค์ประกอบเชิงพฤติกรรม
4. ทักษะเปลี่ยนแปลงได้ง่าย การเปลี่ยนแปลงของทักษะอาจจะเปลี่ยนแปลงจากบวกเป็นลบหรือจากลบเป็นบวก ซึ่งบางครั้งเรียกว่า การเปลี่ยนแปลงทิศทางของทักษะ หรืออาจจะเปลี่ยนแปลงความเข้มข้น หรือความมากน้อย ทักษะบางอย่างอาจจะหยุดเลิกไปได้
5. ทักษะเปลี่ยนแปลงตามชุมชนหรือสังคมที่บุคคลนั้นเป็นสมาชิก เนื่องจากชุมชนหรือสังคมหนึ่ง ๆ อาจจะไม่มีการนิยามที่เป็นอุดมการณ์พิเศษเฉพาะ ฉะนั้นค่านิยมเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อทักษะของบุคคลที่เป็นสมาชิก ในกรณีที่ต้องการเปลี่ยนทักษะจะต้องเปลี่ยนค่านิยม
6. สังคมประกิต (Socialization) มีความสำคัญต่อพัฒนาการทักษะของเด็ก โดยเฉพาะทักษะต่อความคิดและหลักการที่เป็นนามธรรม อุดมคติ

สรุปได้ว่า ทักษะจะมีลักษณะเป็นสิ่งที่เรียนรู้ได้ เปลี่ยนแปลงได้ เป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมของบุคคล และสามารถถ่ายทอดจากบุคคลหนึ่งไปสู่อีกบุคคลหนึ่งได้

1.1.3 องค์ประกอบของทักษะ

1.1.3.1 ด้านพุทธิปัญญาหรือสติปัญญาหรือความรู้ความคิด (The Cognitive Component)

กมลรัตน์ หล้าสุวรรณ (2527 : 183-184) กล่าวถึงองค์ประกอบด้าน ความรู้ หรือความคิดว่าหมายถึง การที่บุคคลมีความคิด หรือมีมโนคติ (Concept) เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ซึ่งอาจเป็นจริงหรือไม่เป็นจริง รวมทั้งความเชื่อต่างๆ ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง

ขงยุทธ วงศ์ภิรมย์ศาสตร์ (2536 : 181-183) กล่าวถึงองค์ประกอบส่วนที่เป็นความคิด ความรู้ว่าเป็นกระบวนการจัดระเบียบข้อมูลพื้นฐานของสิ่งที่บุคคลรู้หรือเข้าใจ รวมทั้งความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งที่คิดว่าดีมีประโยชน์ หรือคิดว่าไม่ดีและมีโทษ ขึ้นอยู่กับประสบการณ์โดยตรงที่ได้รับ อาจทำให้เป็นความเชื่อ แนวคิด หรือการรับรู้ที่เสริมให้มีมากขึ้นหรือเป็นประสบการณ์ในทางลบก็ได้

โรเซนเบิร์ก และโฮแลนด์ (Rosenberg and Hovland.1960 : 1) กล่าวถึง องค์ประกอบด้านพุทธิปัญญา หรือความรู้ ความคิดว่าจะประกอบด้วยความเชื่อ (Belief) แนวคิด (Concept) การรับรู้ (Perception) ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งแง่ดีหรือแง่ไม่ดี

ฟรีแมน (Freeman. 1970 : 247) กล่าวถึงองค์ประกอบด้านความรู้ว่าเป็นเรื่องของการรู้ของบุคคลในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง อาจเป็นการรับรู้เกี่ยวกับวัตถุ สิ่งของ บุคคล หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ว่ารู้สิ่งต่าง ๆ ดังกล่าวได้อย่างไร รู้ในทางที่ดีหรือไม่ดี ทางบวกหรือทางลบ ซึ่งก่อให้เกิดทัศนคติขึ้น ถ้าเรารู้สิ่งใดในทางที่ดี ก็จะมีทัศนคติต่อสิ่งนั้นในทางที่ดี และถ้ารู้สิ่งใดในทางที่ไม่ดี ก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น ถ้าไม่รู้จักสิ่งใดเลย ทัศนคติก็จะไม่เกิดขึ้น

ชิฟแมนและคานุก (Schiffman and Kanuk.2000 : 200) กล่าวถึงองค์ประกอบด้านนี้ว่าเป็นส่วนของความเข้าใจ (Cognitive Component) คือ ความรู้ (Knowledge) การรับรู้ (Perception) ความเชื่อ (Beliefs) อาจแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ซึ่งในส่วนของความรู้และการรับรู้ จะได้รับจากประสบการณ์และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับหลายแหล่งข้อมูล และความรู้ี้จะมีผลกระทบต่อความเชื่อ (Beliefs)

บลูม (บุพิน ตีรธ. 2529 : 26-27 ; อ้างอิงจาก Bloom. 1975 : 18) ได้กล่าว องค์ประกอบด้านนี้คือการที่บุคคลมีประสบการณ์เกี่ยวกับข้อเท็จจริงหรือหลักการต่าง ๆ ซึ่งเกิดการจำแนกออกได้ และความรู้จัดเป็นความสามารถทางสติปัญญา ซึ่งการพัฒนาความสามารถในด้านสติปัญญาสามารถแบ่งเป็นลำดับขั้นจากง่ายไปหายากดังนี้

1. ความรู้ (Knowledge) หมายถึงพฤติกรรมที่เกี่ยวกับความรู้ ความจำ การระลึกได้
2. ความเข้าใจ (Comprehension) เมื่อได้รับความรู้มาก่อนแล้ว ผู้เรียนจะเกิดความเข้าใจ ซึ่งจะออกมาในรูปของการแปลความ การตีความ และการคาดคะเนความสามารถในการนำไปใช้ (Application) หมายถึง การรู้จักนำวิธีการ ทฤษฎี หลักการ กฎเกณฑ์ต่าง ๆ นำไปใช้เพื่อแก้ปัญหาในเหตุการณ์ใหม่ได้
3. การวิเคราะห์ (Analysis) หมายถึง ความสามารถและทักษะในการจำแนกข้อมูลที่สมบูรณ์ให้แยกเป็นส่วนประกอบย่อยๆ ได้ และมองเห็นความสัมพันธ์เกี่ยวข้องของส่วนประกอบย่อยเหล่านั้น รวมทั้งมองเห็นส่วนประกอบย่อยรวมกันแล้วจะเกิดเป็นปัญหาหรือสภาพการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง
4. การสังเคราะห์ (Synthesis) หมายถึง ความสามารถในการรวบรวมข้อมูลที่เป็นส่วนย่อยต่าง ๆ เข้ามารวมกันเป็นส่วนรวมที่มีโครงสร้างใหม่ซึ่งมีความชัดเจนและมีคุณภาพ
5. การประเมินค่า (Evaluation) หมายถึง การตัดสินใจเกี่ยวกับคุณค่าของความคิด

วิธีการ แนวทาง และมาตรฐานต่าง ๆ ถูกนำมาใช้เพื่อตัดสินประเมินค่าเป็นความสามารถในการวินิจฉัย โดยมีกฎเกณฑ์ และมาตรฐานเป็นเครื่องประกอบในการวินิจฉัย

สรุปว่า องค์ประกอบด้านพุทธิปัญญา หรือสติปัญญา หรือความรู้ ความคิด หมายถึง เป็นองค์ประกอบที่เกิดจากการรับรู้ และการมีประสบการณ์ต่อสิ่งเร้าใดสิ่งเร้าหนึ่งซึ่งเป็นข้อเท็จจริง ก่อให้เกิดเป็นความรู้ ความเชื่อของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคลซึ่งจัดเป็นความสามารถทางสติปัญญาซึ่งแบ่งได้เป็น 5 ระดับ คือ ความรู้ ความเข้าใจ การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ การประเมินค่า

1.1.3.2 ด้านอารมณ์ ความรู้สึกหรือทัศนคติ (The Affective Component)

กมลรัตน์ หล้าสุวรรณ (2527 : 183-184) กล่าวถึงองค์ประกอบด้านความรู้สึกว่า หมายถึง การที่บุคคลมีการประเมินค่า ประมาณความรู้สึก ความชอบ หรือการตอบสนองทางอารมณ์ของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง

ขงยุทธ วงศ์ภิรมย์ศานติ์ (2536 : 181-183) กล่าวถึงองค์ประกอบส่วนที่เป็นความรู้สึกว่าเป็นกระบวนการเกิดอารมณ์และความรู้สึกต่อสิ่งที่บุคคลมีทัศนคติ ซึ่งมี 2 ทิศทาง คือ ทางบวกและทางลบ เช่น โกรธเกลียด รัก ชอบ ดี ไม่ดี

โรเซนเบิร์ก และโฮแลนด์ (Rosenberg and Hovland.1960 : 1) กล่าวถึง องค์ประกอบด้านท่าทีความรู้สึกส่วนตัวว่า ได้แก่ ความรู้สึกส่วนบุคคลที่เขามีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น โกรธ เกลียด รัก ชอบ เป็นต้น เป็นเรื่องความแตกต่างกันตามบุคลิกภาพของแต่ละบุคคล

ฟรีแมน (Freeman. 1970 : 247) กล่าวถึงองค์ประกอบทางด้านความรู้สึกเป็นองค์ประกอบทางด้านอารมณ์ ความรู้สึก ซึ่งถูกเร้าขึ้นจากการรู้ เมื่อเกิดการรู้สิ่งใดแล้ว จะทำให้เกิดความรู้สึกในทางที่ดีหรือไม่ดี และเมื่อรู้สึกต่อสิ่งใดในทางที่ไม่ดี ก็จะทำให้เราไม่ชอบหรือไม่พอใจสิ่งนั้น ซึ่งความรู้สึกทำให้เกิดทัศนคติในทางใดทางหนึ่ง เมื่อความรู้สึกเกิดขึ้นแล้วเปลี่ยนแปลงได้ยากไม่เหมือนกับความจริง (Facts) ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงได้ง่ายกว่าถ้ามีเหตุผลเพียงพอ

ชิฟแมนและคานุก (Schiffman and Kanuk.2000 : 200) กล่าวถึงองค์ประกอบที่เป็นส่วนของความรู้สึกจะสะท้อนถึงอารมณ์ (Emotion) หรือความรู้สึก (Feeling) ของผู้บริโภคที่มีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น ในเรื่องของความชอบและอารมณ์ที่มีต่อสิ่งนั้น ๆ

บลูม (บุพิน ตีรรส. 2529 : 26-27 ; อ้างอิงจาก Bloom. 1975 : 18) ได้กล่าว องค์ประกอบด้านนี้ว่าความสนใจ ความรู้สึกท่าที ความชอบในการให้คุณค่าหรือปรับปรุงค่านิยมที่ยึดถืออยู่ เป็นสิ่งที่ยากแก่การอธิบายเพราะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของตน การเกิดความรู้สึกสามารถ แบ่งขั้นตอนได้ดังนี้

1. การรับหรือการให้ความสนใจ (Receiving of Attending) เป็นขั้นตอนที่

บุคคลถูกกระตุ้นให้ทราบว่ามีการเกิดหรือสิ่งเร้าบางอย่างเกิดขึ้น และบุคคลนั้นมีความยินดี หรือมีภาวะจิตใจพร้อมที่จะรับหรือการให้ความพอใจต่อสิ่งเร้านั้นในการยอมรับนี้ ประกอบด้วยความตระหนักความยินดีที่ควรรับและการเลือกรับ

2. การตอบสนอง (Responding) เป็นขั้นที่บุคคลถูกจูงใจให้เกิดความรู้สึกผูกมัดต่อสิ่งเร้า เป็นเหตุให้บุคคลพยายามทำให้เกิดการตอบสนอง ซึ่งขั้นนี้ประกอบด้วยความยินยอม ความพอใจ และพอใจที่จะตอบสนอง

3. การให้ค่านิยม (Valuing) เป็นขั้นที่บุคคลมีปฏิกิริยาซึ่งแสดงให้เห็นว่าบุคคลนั้นยอมรับว่าเป็นสิ่งที่มีคุณค่าสำหรับตนเอง และนำไปพัฒนาให้เป็นของตนเองอย่างแท้จริง ขั้นนี้ส่วนมากใช้คำว่า “ค่านิยม” ซึ่งการเกิดค่านิยมประกอบด้วยการยอมรับความชอบและผูกมัดค่านิยมเข้ากับตนเอง

4. การจัดกลุ่มค่านิยม (Organization) เป็นขั้นที่บุคคลจัดระบบค่านิยมต่าง ๆ ให้เข้ากลุ่มโดยพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมเหล่านี้ในการจัดกลุ่มนี้ประกอบด้วยการสร้างแนวคิดเกี่ยวกับค่านิยมและจัดระบบค่านิยม

5. การแสดงลักษณะตามค่านิยมที่ยึดถือ (Characterization by a value or a value complex) ขั้นนี้ถือว่าบุคคลมีค่านิยมหลายชนิดและจัดอันดับของค่านิยมเหล่านั้นจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด และค่านิยมจะเป็นตัวคอยควบคุมพฤติกรรมของบุคคล ขั้นนี้ประกอบด้วยการวางแนวทางของการปฏิบัติและแสดงลักษณะที่จะปฏิบัติตามแนวทางที่เขากำหนด

สรุปได้ว่าองค์ประกอบทางด้านความรู้สึกเป็นองค์ประกอบที่บุคคลประเมินความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งเกิดจากการรับรู้ ทำให้เกิดการให้คุณค่าความชอบ หรือไม่ชอบพอใจ หรือไม่ชอบจนก่อเกิดเป็นค่านิยมที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ ซึ่งอธิบายได้ยาก และเปลี่ยนแปลงยาก แบ่งเป็น 5 ขั้นตอนคือ การรับหรือการให้ความสนใจ การตอบสนอง การให้ค่านิยม การจัดกลุ่มค่านิยม การแสดงลักษณะตามค่านิยมที่ยึดถือ

1.1.3.3 ด้านทักษะ การกระทำ หรือพฤติกรรม (The Behavioral Component)

กมลรัตน์ หล้าสุวรรณ (2527 : 183-184) กล่าวถึงองค์ประกอบด้านพฤติกรรมว่า หมายถึง การแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง องค์ประกอบด้านพฤติกรรมเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความคิด และด้านความรู้สึก ดังนั้นเมื่อบุคคลมีทัศนคติทางด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึกอย่างใด ก็แสดงพฤติกรรมอย่างนั้นด้วย

ยงยุทธ วงศ์ภิรมย์ศานติ์ (2536 : 181-183) กล่าวถึงองค์ประกอบส่วนที่เป็นพฤติกรรม เป็นการแสดงออกตามทัศนคติหรือแนวโน้มที่จะกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งต่อสิ่งของ

บุคคล หรือสถานการณ์หนึ่ง ๆ ถ้ามีสิ่งเร้าที่เหมาะสมก็จะเกิดการปฏิบัติหรือปฏิกิริยาตอบสนองในลักษณะการยอมรับหรือปฏิเสธ

โรเซนเบิร์ก และ โฮแลนด์ (Rosenberg and Hovland.1960 : 1) กล่าวถึง องค์ประกอบด้านพฤติกรรม ว่าคือแนวโน้มที่จะกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งต่อสิ่งของ บุคคล หรือสถานการณ์ ถ้ามีสิ่งเร้าที่เหมาะสมก็จะเกิดการปฏิบัติหรือมีปฏิกิริยาอย่างใดอย่างหนึ่งตอบสนอง

ฟรีแมน (Freeman. 1970 : 247) กล่าวถึงองค์ประกอบทางด้านพฤติกรรมเป็นความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งนั้น ๆ ในทางใดทางหนึ่ง คือ พร้อมที่จะสนับสนุน ส่งเสริมช่วยเหลือ หรือในทางทำลายขัดขวาง ต่อสู้ เป็นต้น

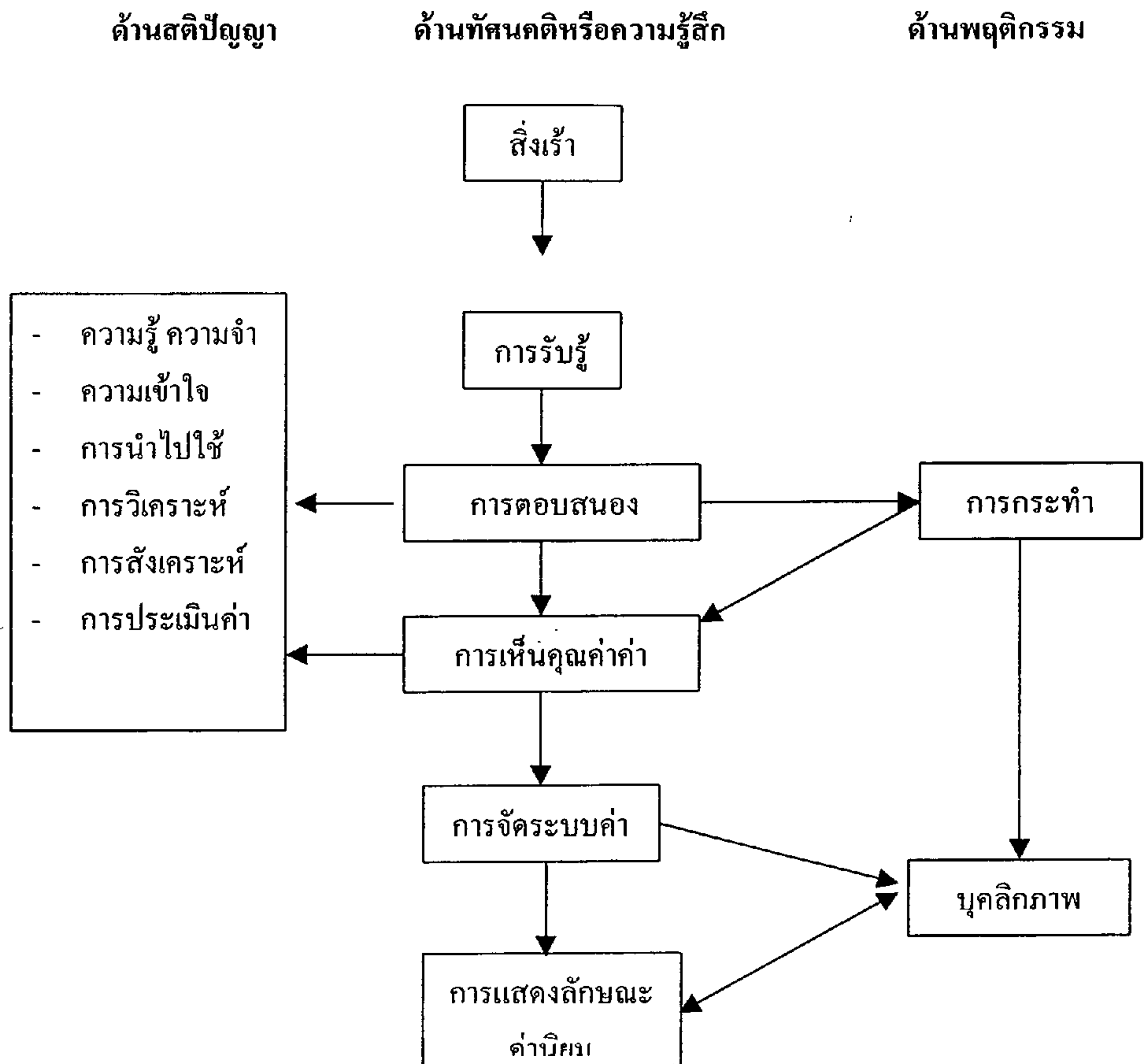
ชิฟแมนและคานุก (Schiffman and Kanuk.2000 : 200) กล่าวถึงองค์ประกอบส่วนของพฤติกรรมว่าจะสะท้อนถึงแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมของผู้บริโภค หรือแนวโน้มการกระทำที่แสดงออก หรือความโน้มเอียงที่จะซื้อสินค้า

บลูม (ยูพิน ตรัส. 2529 : 26-27 ; อ้างอิงจาก Bloom. 1975 : 18) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบทางด้านพฤติกรรมว่าเป็นความสามารถในการแสดงออกของร่างกาย รวมถึง การปฏิบัติที่อาจแสดงออกในสถานการณ์หนึ่ง ๆ หรืออาจเป็นพฤติกรรมที่คาดคะเนว่าอาจจะปฏิบัติในโอกาสต่อไป องค์ประกอบด้านนี้เป็นขั้นสุดท้ายซึ่งต้องอาศัยองค์ประกอบด้านสติปัญญา และด้านความรู้สึกเป็นส่วนประกอบ องค์ประกอบด้านนี้เมื่อแสดงออกมาจะสามารถประเมินผลได้ง่าย แต่กระบวนการในการจะก่อให้เกิดพฤติกรรมนี้ต้องอาศัยระยะเวลาและการตัดสินใจหลายขั้นตอน

สรุปได้ว่าองค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม หมายถึงแนวโน้มหรือความพร้อมที่จะแสดงการตอบสนองของร่างกายต่อสิ่งเร้าใดสิ่งเร้าหนึ่งในแนวทางใดแนวทางหนึ่งซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความคิดและความรู้สึก และสามารถประเมินผลได้ง่ายกว่าองค์ประกอบด้านอื่น ๆ

1.1.4 ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด ด้านความรู้สึกและด้านพฤติกรรม

รวีวรรณ อังคนุรักษ์พันธุ์ (2533 : 4) ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบด้านสติปัญญา องค์ประกอบด้านความรู้สึก และองค์ประกอบด้านพฤติกรรมไว้ดังนี้



จะเห็นได้ว่าการกระทำเป็นการแสดงการตอบสนองต่อสิ่งเร้าจนเกิดเป็นการเห็นคุณค่าของสิ่งเร้าและเกิดเป็นค่านิยม ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนเกิดจากระบวนการขององค์ประกอบทางด้านสติปัญญา ส่วนการจัดระบบเป็นการจัดลำดับคุณค่าของสิ่งเร้าของบุคคล และบุคคลจะแสดงพฤติกรรมออกมาตามค่านิยมที่เขาปรับไว้จนเกิดเป็นบุคลิกภาพ

พรทิพย์ สัมปตตวนิช (2536 : 159-160) สรุปว่าทัศนคติเกิดจากการเรียนรู้ของมนุษย์ การจะพิจารณาว่าทัศนคติเกิดขึ้นได้อย่างไรจำเป็นต้องพิจารณาทฤษฎีการเรียนรู้ควบคู่ไปด้วย เพราะมีวิธีการเรียนรู้ของมนุษย์ต่างกัน คือ

1. การเรียนรู้โดยการวางเงื่อนไขแบบคลาสสิก (Classical Conditioning) จากสิ่งเร้าปกติธรรมดา เช่น สิ่งเร้าสามารถก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีหรือไม่ดีได้โดยการทำให้สิ่งเร้านั้นเชื่อมโยง

กับรางวัลหรือการลงโทษ ถ้าบุคคลเชื่อมโยงสิ่งเร้ากับรางวัลก็จะก่อให้เกิดทัศนคติในเชิงบวก แต่ ถ้าบุคคลเชื่อมโยงกับสิ่งที่เป็นการลงโทษก็จะก่อให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งเร้าในเชิงลบ

2. การเรียนรู้วางเงื่อนไขโดยใช้เครื่องมือ (Instrumental Conditioning) คือการเรียนรู้ของบุคคลที่เกิดขึ้นจากการทดลองกับสิ่งเร้าแล้วเกิดความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจ ถ้าพอใจก็จะเกิดทัศนคติในเชิงบวก และถ้าไม่พอใจก็จะเกิดทัศนคติในเชิงลบ

3. การเรียนรู้โดยใช้ความคิด (Cognitive Learning Theory) ความรู้และความเชื่อเป็นข้อมูลสำคัญที่สามารถสร้างทัศนคติได้ คือ ทัศนคติเกิดจากการที่มนุษย์เรียนรู้ และมีความรู้ความเข้าใจข้อมูลที่ได้รับมาซึ่งจะเป็นตัวสร้างทัศนคติ ถ้ามีข้อมูลมากพอก็จะเกิดทัศนคติต่อวัตถุ นั้นได้ทั้งในแง่บวกและแง่ลบ

4. กระบวนการใช้ข้อมูล (Information Processing) เน้นที่กระบวนการจัดการกับข้อมูลต่าง ๆ ที่เข้ามาว่าบุคคลจัดการกับข้อมูลอย่างไร คือ รับรู้ ตีความ และเก็บข้อมูลเข้าไปใช้ อย่างบ้างโดยมองว่ามนุษย์แต่ละคนมีขีดจำกัดในเรื่องความสามารถและความสนใจรับข้อมูล จึงจัดการกับข้อมูลบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับตนเองและที่ตนเองต้องการเท่านั้น เมื่อมนุษย์เลือกรับและเรียนรู้ข้อมูลแล้ว ข้อมูลเหล่านั้นจะเป็นตัวสร้างทัศนคติต่อไป

* ชีระ ชัยยุทธขรรยง และคนอื่น ๆ (2539 : 83-84) ได้กล่าวถึงทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมไว้ดังนี้

1. ทฤษฎีเสริมแรง (Reinforcement Theory) ฮอฟแลนด เจนนิส และเคลลี (Hovland Janis and Kelly) ได้ข้อสรุปว่าทัศนคติจะเปลี่ยนแปลงเมื่อบุคคลเปลี่ยนความคิดเห็น (Opinion) อันเนื่องมาจากการได้รับประสบการณ์ ถ้าบุคคลมีประสบการณ์ที่ดีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เนื่องจากการได้รับการเสริมแรงทางบวก บุคคลจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น และในทางตรงกันข้าม บุคคลจะมีประสบการณ์ที่ไม่ดีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่เป็นไปในทางลบ เช่น เคยได้รับการลงโทษ บุคคลก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น ดังนั้นการเรียนรู้จะเกิดได้มากน้อยเพียงใดต้องอาศัยการเสริมแรง นอกจากนี้องค์ประกอบที่สำคัญที่จะทำให้เกิดความคิดเห็นใหม่ ๆ ได้แก่ ความสนใจ ความเข้าใจ และการยอมรับ ก่อนที่บุคคลจะเกิดความคิดเห็นใหม่ ๆ จะต้องมีความสนใจอยู่กับสิ่งล่อใจ ซึ่งอยู่ในรูปต่าง ๆ กัน เช่น การให้เหตุผล หรือการสื่อสารชักจูง

2. ทฤษฎีการมีส่วนร่วม (Active Participation Theory) ทัศนคติหรือพฤติกรรมจะเปลี่ยนได้ถ้ามีส่วนร่วมในสถานการณ์นั้น ๆ ไทรแอนดิส (Triandis) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการทดลองของเลวิน (Lewin) เกี่ยวกับการบริโภคเครื่องในสัตว์ มีกลุ่มที่ฟังการบรรยายอย่างเดียวกับกลุ่มที่ฟังการบรรยายและมีการอภิปรายถึงประโยชน์และหลักโภชนาการ จากการติดตามผลปรากฏว่า กลุ่มที่ฟังบรรยายอย่างเดียวยุติปฏิบัติตามร้อยละ 3 ส่วนกลุ่มที่ฟังบรรยายและมีการอภิปรายร่วมด้วย

ปฏิบัติตามร้อยละ 32 จะเห็นว่าการมีส่วนร่วมจะมีผลต่อทัศนคติของบุคคลมาก ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ดังนั้น การมีส่วนร่วมโดยตรง (Active Participation) จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ยืนยาวกว่าการมีส่วนร่วมทางอ้อม (Passive Participation)

3. ทฤษฎีความสมดุล (Balance Theory) ซาเทิน (Sartain) กล่าวว่า โดยปกติบุคคลจะพยายามรักษาความสมดุลของทัศนคติของตนเองไว้ คือ เมื่อบุคคลมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งและได้รับข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับสิ่งนั้นในด้านดีก็จะทำให้ทัศนคติที่มีต่อสิ่งนั้นอยู่ในสภาพสมดุล ไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม แต่ในทางตรงกันข้ามถ้าบุคคลได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งนั้นในทางไม่ดี ก็จะทำให้เกิดความขัดแย้งกับทัศนคติเดิม ทำให้บุคคลเกิดความพยายามที่จะแก้ไขปัญห ความขัดแย้งนั้น ซึ่งอาจทำให้ทัศนคติเปลี่ยนแปลงไปในทางยอมรับหรือปฏิเสธข้อมูลใหม่ที่ได้รับก็ได้ เพื่อทำให้ความรู้สึกขัดแย้งลดน้อยลงมากที่สุด

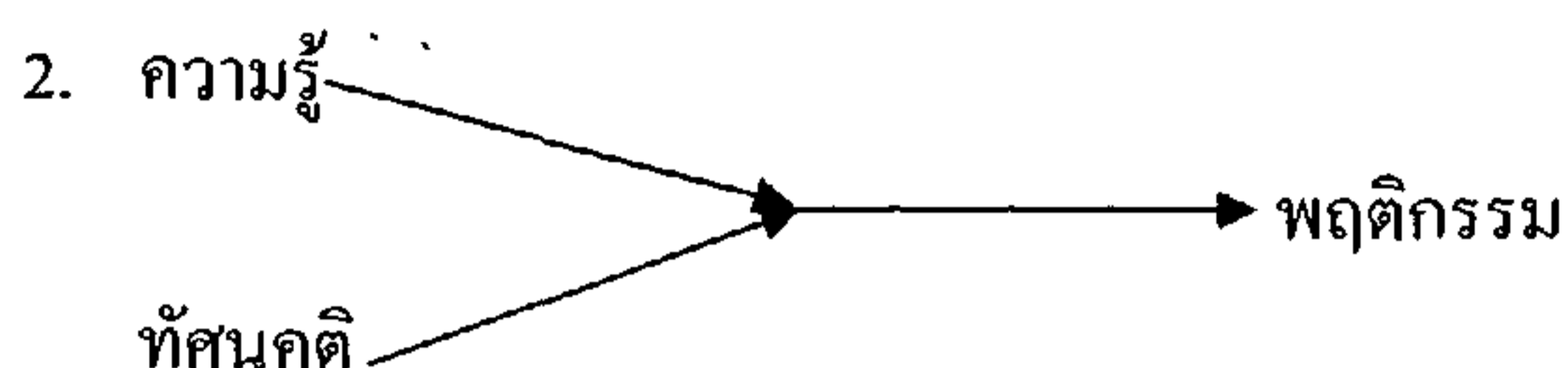
นอกจากนี้ ไคส์เลอร์ คอลลินส์ และมิลเลอร์ (Kiesler Collins and Miller) ได้ศึกษาทฤษฎีสอดคล้อง (Consistency) ซึ่งมีหลักการคล้ายคลึงกับทฤษฎีความสมดุล โดยกล่าวว่า ทฤษฎีสอดคล้อง เป็นภาวะที่ทุกอย่างผสมกลมกลืนกัน ไม่มีความกดดันด้านใดด้านหนึ่ง หากบุคคลมีความคิด ความเข้าใจและความรู้สึกที่ไม่สอดคล้องสมดุลกัน อันเนื่องจากการได้รับข้อมูลใหม่หรือประสบการณ์ใหม่ ซึ่งขัดแย้งกับความคิดเห็นหรือทัศนคติเดิม เมื่อถึงระดับหนึ่งที่ไม่สามารถทนได้ทัศนคติจะเปลี่ยนแปลงได้

จากทฤษฎีดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า ทัศนคติของบุคคลสามารถเกิดขึ้นได้เปลี่ยนแปลงได้โดยการเสริมแรง การให้บุคคลมีส่วนร่วม การให้ข้อมูลหรือประสบการณ์ใหม่ และการเรียนรู้ทางสังคม สิ่งเหล่านี้อาจจะทำให้บุคคลปรับเปลี่ยนทัศนคติให้เหมาะสมกับสังคมมากขึ้น

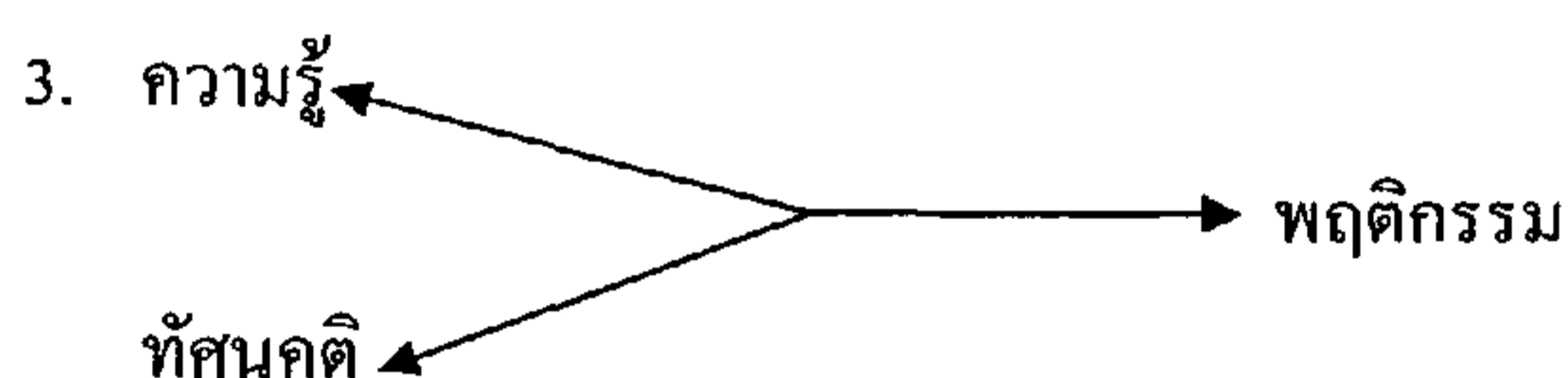
* สจ๊วต (Schwartz : 1975) ได้กล่าวถึงรูปแบบความสัมพันธ์ที่เกิดจากการเรียนรู้ 3 ด้าน คือ ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม โดยสรุปรูปแบบความสัมพันธ์ได้เป็น 4 ลักษณะ ดังนี้

1. ความรู้ → ทัศนคติ → พฤติกรรม

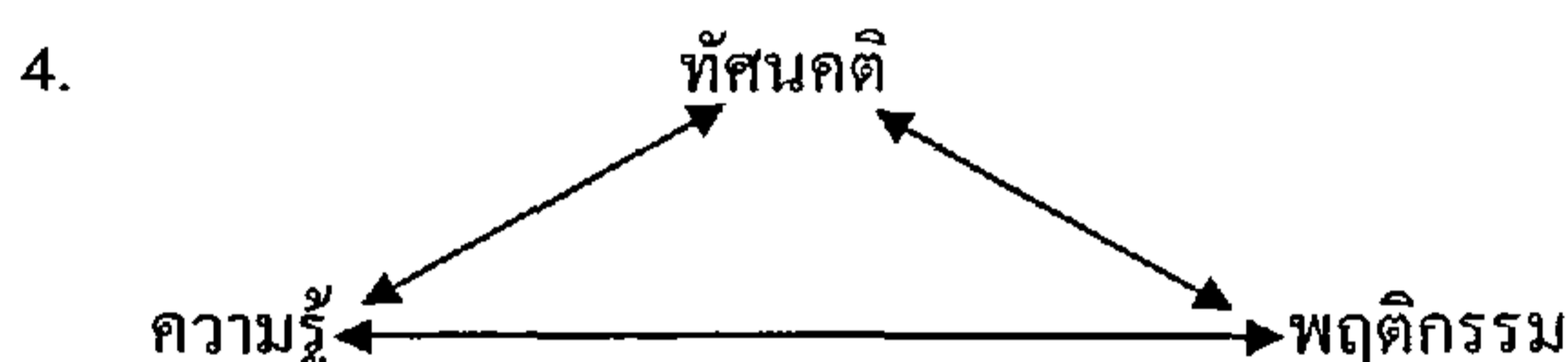
ทัศนคติเป็นตัวกลางทำให้เกิดความรู้ และการปฏิบัติ ดังนั้นความรู้จึงมีความสัมพันธ์กับทัศนคติ และทัศนคติมีผลต่อพฤติกรรม



ความรู้และทัศนคติมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันก่อให้เกิดพฤติกรรมตามมา



ความรู้และทัศนคติต่างกัน ทำให้เกิดพฤติกรรมได้ โดยที่ความรู้ และทัศนคติ ไม่จำเป็นต้องสัมพันธ์กัน



ความรู้มีผลต่อพฤติกรรมทั้งทางตรงและทางอ้อม สำหรับทางอ้อมนั้นทัศนคติเป็นตัวกลางทำให้เกิดพฤติกรรมตามมาได้

รูปแบบความสัมพันธ์นี้พบว่า องค์ประกอบแต่ละด้านส่งผลให้เกิดพฤติกรรมตามมาในตอนสุดท้าย ซึ่งเป็นการกระทำของสิ่งมีชีวิตที่สามารถวัดได้หรือสังเกตได้ มนุษย์มีพฤติกรรมต่าง ๆ มากมาย พฤติกรรมที่นับว่ามีความสำคัญอย่างหนึ่งคือพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ซึ่งเป็นปฏิบัติของบุคคลเกี่ยวกับอาหาร เพื่อช่วยทำให้ร่างกายเจริญเติบโต และสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างมีความสุขที่ดี ดังนั้น บุคคลควรจะมีความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมที่ถูกต้องเหมาะสมเกี่ยวกับอาหาร โดยเฉพาะอาหารจานด่วนซึ่งปัจจุบันเข้ามามีบทบาทกับชีวิตประจำวันมาก

2. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับอาหารและโภชนาการ

*2.1 ความหมายของคำว่า “อาหารจานด่วน (Fast Food) ”

ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและการตลาด ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (2526:480) ให้ความหมายของคำว่า “Fast” ในที่นี้หมายถึง “รวดเร็ว” หรือ “ไว” หรือ “ด่วน” ส่วนคำว่า “Food ” หมายถึง

“อาหารที่รับประทานได้” เมื่อรวมสองคำเข้าด้วยกันจึงน่าจะแปลว่า “อาหารเร็ว” หรือที่คนทั่วไปเรียกว่า “อาหารจานด่วน” ฟาสต์ฟู้ดเป็นศัพท์ที่คนอเมริกันคิดขึ้นมาสำหรับเรียกอาหารและขนม ทั้งที่เป็นประเภทรับประทานอิม หรือรับประทานเป็นอาหารว่างที่มีลักษณะเด่นเฉพาะตัวแตกต่าง จากอาหารประเภทอื่น กล่าวคือเป็นอาหารที่ทำเสร็จในเวลารวดเร็ว มีการเตรียมและปรุงไว้ จนสำเร็จรูปหรือเกือบสำเร็จรูปแล้ว สามารถส่งมอบให้แก่ผู้ซื้อได้ทันทีหรือใช้เวลาสำหรับ กรรมวิธีขั้นสุดท้ายก่อนส่งมอบเพียงไม่กี่นาที ลักษณะของอาหารให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภค ในแง่ที่จะรับประทานในร้านหรือนำออกไปรับประทานนอกร้านก็ได้ อีกทั้งอาหารประเภทนี้ยังสามารถทำไว้ล่วงหน้าได้คราวละมาก ๆ ทำให้นอกจากจะบริการได้รวดเร็วแล้ว ยังมีราคาถูกเมื่อเทียบกับอาหารประเภทเดียวกันในร้านทั่ว ๆ ไปด้วย

ดังนั้นการที่อาหารฟาสต์ฟู้ดเกิดขึ้นมาเพื่อตอบสนองการดำรงชีวิตที่ต้องการความ รวดเร็ว ความสะดวก ความสะอาด ความประหยัด และปราศจากพิธีรีตองใด ๆ ในการ รับประทานที่เร่งรีบ คำจำกัดความที่น่าจะเหมาะสมของคำว่า “ฟาสต์ฟู้ด (Fast Food)” ก็คือ “อาหารและขนมที่สั่งเร็ว ได้เร็ว รับประทานเร็ว สะดวก สะอาด และราคาถูก” นั่นเอง ฟาสต์ฟู้ด ยังมีชื่อเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าอาหารขยะ (Junk Food) ซึ่งมีความหมายว่า อาหารที่บรรจุใส่กล่องหรือ ห่อกระดาษ เมื่อรับประทานเรียบร้อยแล้วก็โยนกล่องหรือห่อกระดาษทิ้งลงถังขยะไป

บราวน์ (นพดล เวชสวัสดิ์ 2529: 22-23 ; อ้างอิงจาก Brown. 1986) ให้ความหมายฟาสต์ ฟู้ดว่า หมายถึง อาหารด่วนทันใจ เป็นอาหารที่คนซื้อสั่งแล้วได้รับประทานทันที ไม่ต้องเสียเวลา รอ เพราะคนขายทำเสร็จล่วงหน้า สะดวกรวดเร็วทันใจ และมีผู้เรียกอาหารจานด่วนทันใจเหล่านี้ ว่า “อาหารขยะ” (Junk Food) เพราะมีความเชื่อว่าอาหารด่วนทันใจเหล่านี้มีไขมันมากเกินไปทำให้เกิดมะเร็ง

ล้อม เฟ็งแก้ว (2531 : 23) เป็นผู้ให้คำแปลของฟาสต์ฟู้ด เป็นครั้งแรกว่า ฟาสต์ฟู้ด หมายถึง แดกด่วน

ปรีชา แดงโรจน์ (2533 : 52) ให้ความหมายของฟาสต์ฟู้ด 2 ความหมาย คือ ฟาสต์ฟู้ด หมายถึง อาหารสำเร็จรูปที่รับประทานได้ทันที เช่น แฮมเบอร์เกอร์ ไก่ทอด ฟาสต์ฟู้ด หมายถึง อาหารสำเร็จรูปประเภทแช่แข็ง ซึ่งสามารถอุ่นหรือเตรียมได้อย่าง รวดเร็ว

หมอพัตร (นามแฝง. 2534 : 72) ให้ความหมายไว้ว่า ฟาสต์ฟู้ด หมายถึง อาหารด่วน ได้แก่ แฮมเบอร์เกอร์ ไก่ทอด แซนด์วิช เป็นต้น เป็นอาหารด่วนที่ทางร้านเตรียมพร้อมไว้เรียบร้อยแล้วเมื่อสั่งอาหารจะได้ทันที

กองเผยแพร่และควบคุมการโฆษณา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข (2539 : 1) ให้ความหมายว่า ฟาสต์ฟู้ด หมายถึง อาหารจานด่วน เพราะสะดวก รวดเร็ว และง่ายต่อการบริโภค ซึ่งแบ่งประเภทฟาสต์ฟู้ดออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. ฟาสต์ฟู้ดแบบตะวันตก ได้แก่ พิซซ่า แฮมเบอร์เกอร์ มันฝรั่งทอด ไก่ทอด และ โดนัท
2. ฟาสต์ฟู้ดแบบไทย ได้แก่ อาหารจานเดียวประเภทก๋วยเตี๋ยว ข้าวราดแกง ข้าวมันไก่ ขนมหุ้น เป็นต้น

ทริสเวลล์ และ แดรมตัน (Truswell and Darnton. 1981 : 74) ให้ความหมายว่าฟาสต์ฟู้ด เป็นอาหารที่รับประทานเป็นอาหารหลัก ประกอบด้วยชนิดของอาหาร 2 ชนิดขึ้นไป สามารถเตรียม ได้ในเวลาอันรวดเร็วและรับประทานได้โดยไม่ต้องมีงานหรือช้อนล้อม ง่ายต่อการนำออกจากร้าน ไปรับประทานนอกสถานที่ หรือที่บ้าน

สจิวต์ (Stauart. 1991 : 8) ให้ความหมายว่าฟาสต์ฟู้ด ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบดังนี้

1. ราคาถูก
2. บริการอย่างรวดเร็ว ภายใน 2-5 นาที และ 30 นาที สำหรับการส่งถึงบ้าน
3. เหมาะสำหรับใช้มือหยิบรับประทาน และการห่อบรรจุใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้งหรือ ประยุกต์ใช้มีด และส้อมที่ใช้เพียงครั้งเดียวแล้วทิ้ง
4. อาหารที่สำเร็จแล้วสามารถเก็บได้เป็นนาทีหรือชั่วโมงเท่านั้น ต่างจากอาหารว่างซึ่ง สามารถอยู่ได้นานกว่า

จากความหมายทั้งหมดสามารถสรุปได้ว่า อาหารฟาสต์ฟู้ด หรือ “ อาหารจานด่วน ” หรือเรียกอีกอย่างว่า “ อาหารขยะ ” หมายถึง อาหารที่เตรียมและปรุงไว้จนสำเร็จรูปสามารถที่จะ รับประทานได้ทันที ไม่ว่าจะรับประทานในร้านหรือนำกลับไปรับประทานที่บ้าน ง่ายต่อการรับ ประทานเนื่องจากไม่ต้องใช้อุปกรณ์ประเภทจานหรือช้อนส้อมในการรับประทาน ก่อให้เกิดความ สะดวก รวดเร็วแก่ผู้รับประทาน แต่ก็ เป็นอาหารที่มีไขมันมากเกินไป และทำให้เกิดโรคมะเร็งได้ อาหารประเภทนี้ ได้แก่ แฮมเบอร์เกอร์ แซนด์วิช ไส้กรอก ฮีทดอก ไก่ทอด ไก่ย่าง มันฝรั่งทอด พิซซ่า เป็นต้น

2.2 ประวัติอาหารจานด่วนในต่างประเทศ

นพดล เวชสวัสดิ์ (2529 : 23) กล่าวถึงประวัติของอาหารฟาสต์ฟู้ดหรืออาหารจานด่วน ว่าจุดเริ่มต้นน่าจะมาจากการทอดไส้กรอกเยอรมัน หรือแฟรงเฟอ์เตอร์เร่ขายไปตามท้องถนน ต่อมา มีการนำขนมปังเข้ามาร่วมด้วยกลายเป็นฮอตดอก และวิวัฒนาการมาเป็นแฮมเบอร์เกอร์ ซึ่ง ในระยะแรก ๆ ก็มีแต่เนื้อกับขนมปัง เครื่องปรุงรสก็มีแค่ซอสมะเขือเทศและมัสตาร์ด ต่อมาจึงมี

การเพิ่มเครื่องเคียงเข้าไป ต่อมาแฮมเบอร์เกอร์กลายเป็นอาหารที่นิยม บริษัทผู้จำหน่ายจึงหาสิ่งแปลกใหม่เพื่อดึงดูดความสนใจจากลูกค้า คือเปลี่ยนจากแฮมเบอร์วงกลม เป็นขนมปังแท่งยาวหรือแฮมเบอร์เกอร์ยักษ์สองชั้นหรือสามชั้น

ฟาสต์ฟู้ดถือกำเนิดขึ้นในประเทศสหรัฐอเมริกาประมาณปี ค.ศ. 1930 (พ.ศ.2473) ซึ่งเป็นยุคของการปฏิวัติอุตสาหกรรม สภาพเศรษฐกิจตามเมืองต่างๆ มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว เมืองใหญ่ที่เป็นเมืองอุตสาหกรรมจะมีประชากรอาศัยอยู่กันอย่างแออัด และมีผลทำให้ค่าครองชีพสูง ทำให้เวลาทุกนาทีที่เสียไปต้องเกิดประโยชน์มากที่สุด และมีความต้องการการใช้แรงงานสูง ฉะนั้นคนงานต้องทำงานกันเกินกว่าวันละ 12 ชั่วโมงในแต่ละวัน จนแทบจะลืมเวลาอาหาร ลืมการพักผ่อน (อัครฤทธิ์ หอมประเสริฐ. 2543 : 31)

อาหารฟาสต์ฟู้ด หรืออาหารจานด่วน จึงเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการดำรงชีวิตของชาวอเมริกัน คือต้องการความสะดวก รวดเร็ว ความประหยัด ความสะดวก ใช้เวลาในการรับประทานน้อย และราคาไม่แพง สาเหตุที่ราคาไม่แพงเนื่องจากต้องบวกค่าบริการ (Service Charge) ไม่ต้องเสียค่าทิป และมีราคาอาหารระบุไว้แน่นอน และอาหารเหล่านี้มักจะราคาถูกกว่าอาหารที่เป็นงาน ๆ ที่ขายตามร้านอาหารทั่วไป ด้วยเหตุนี้อาหารฟาสต์ฟู้ดจึงได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วจากผู้บริโภคชาวอเมริกันที่มีรายได้ปานกลาง กลุ่มคนงาน หรือพวกที่มีเวลาน้อยที่จำเป็นต้องบริโภคอาหารประเภทอิ่มท้อง รับประทานง่าย และราคาไม่แพง คิดเป็นร้อยละ 80 ของจำนวนประชากรทั้งหมด หรืออย่างน้อยที่สุดก็รับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ดเดือนละครั้ง ด้วยเหตุนี้ทำให้วงการอาหารฟาสต์ฟู้ดเจริญเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว จากที่ไม่มีใครรู้จักมาก่อนตั้งแต่ปี ค.ศ.1930 (พ.ศ.2473) เพียงช่วงระยะเวลาอันสั้นกลับกลายเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย (รัชนิย นต์นิยม. 2530 : 10)

2.3 ประวัติอาหารจานด่วนในประเทศไทย

ประเทศไทยและคนไทยรู้จักและคุ้นเคยกับอาหารฟาสต์ฟู้ดมานานกว่า 10 ปีแล้ว แต่ในสมัยนั้นอาหารประเภทนี้ยังไม่เป็นที่แพร่หลาย เนื่องจากพฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนไทยยังมองว่า “ อาหารฟาสต์ฟู้ดเป็นสิ่งฟุ่มเฟือย เป็นสินค้าแฟชั่น ไม่มีประโยชน์ หรือคุณค่าทางอาหาร กินไม่อิ่มเหมือนข้าว และราคาแพงเกินไป ” (สุนิสา พิลาสกุล.2540 : 21 ; อ้างอิงจาก ยัง เอ็คเชคคิวทีฟ.2536 : 85)

สำหรับอาหารฟาสต์ฟู้ดเริ่มเข้ามามีบทบาทในประเทศไทยในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา ในขณะที่สภาพเศรษฐกิจของไทยเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว มีการลงทุน และการขยายตัวของกิจการต่าง ๆ ซึ่งส่งผลให้สภาพเศรษฐกิจขยายตัวอย่างรวดเร็ว สภาพการจราจรติดขัด โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งกลายเป็นศูนย์กลางความเจริญของประเทศไทยทำให้ภาพลักษณ์ของ

กรุงเทพมหานครไม่แตกต่างจากเมืองหลวงใหญ่ๆ ในต่างประเทศ เช่น นิวยอร์ก โตเกียว จึงทำให้วิถีชีวิตของคนกรุงเทพมหานครเปลี่ยนไปเป็นวิถีชีวิตที่มีความรีบเร่ง เวลาทุกนาทีมีค่า ด้วยเหตุนี้จึงทำให้อาหารฟาสต์ฟู้ดได้รับความนิยมจากคนทำงานในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานได้เป็นอย่างดี (อัครฤทธิ์ หอมประเสริฐ. 2543 : 32)

ปีพ.ศ. 2508 จึงได้มีร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดร้านแรกเปิดกิจการขึ้นมาเพื่อขายแฮมเบอร์เกอร์ และน้ำส้มคั้นชื่อว่าร้านวิมปี (Wimpy) ตั้งอยู่ที่ศูนย์การค้าราชประสงค์ ได้รับการต้อนรับเป็นอย่างดีจากคนไทยสมัยนั้น เนื่องจากอาหารอเมริกันเป็นของใหม่ น่าลิ้มลอง แต่หลังจากนั้นอีก 8 ปี ศูนย์การค้าราชประสงค์ซบเซาลงเนื่องจากการเปิดศูนย์การค้าราชดำริขึ้น ทำให้ร้านวิมปีขาดลูกค้า และต้องปิดกิจการลง แต่อาหารจานด่วนก็ยังไม่ได้หายไป

ต่อมาปี พ.ศ. 2513 จึงมีร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดอีกลักษณะหนึ่งมาเปิดกิจการในประเทศไทย คือ ไก่ทอดกรอบเคนดิกกี (Kentucky Fried Chicken) เนื่องจากมีทหารอเมริกันและชาวต่างชาติเข้ามาอาศัยอยู่ในประเทศไทยจำนวนมาก แต่ไม่ได้รับความนิยมมากนักเนื่องจากคนไทยคุ้นเคยกับอาหารประเภทนี้มานานแล้ว อาหารประเภทไก่ทอดจึงไม่ใช่ของใหม่สำหรับคนไทยเหมือนแฮมเบอร์เกอร์ ดังนั้นเมื่อทหารอเมริกันถอนทัพกลับประเทศ กิจการร้านไก่ทอดจึงต้องปิดตัวเองลง และกลับเข้ามาเปิดกิจการอีกครั้งเมื่อกลางปีพ.ศ. 2527

พ.ศ. 2518 ร้านพิซซาฮัท (Pizza Hut) ได้เข้ามาเปิดสาขาแรกที่พัทยาโดยนักธุรกิจอเมริกันที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยและขยายสาขาเข้าสู่กรุงเทพ และสามารถดำเนินกิจการไปได้ด้วยดี

ระยะต่อมาปี พ.ศ. 2520 ร้านโฮเบอร์เกอร์ (Ho – Berger) ได้ถือกำเนิดขึ้นที่สยามสแควร์ ซึ่งเป็นทำเลที่ใกล้กับสถาบันการศึกษา มีผู้คนสัญจรไปมาตลอดเวลา จำหน่ายแฮมเบอร์เกอร์หลายรูปแบบ รวมทั้งฮอทดอก พาย พิชซ่า โคนัท ไอศกรีม และเครื่องดื่มชนิดต่างๆ โดยมีการปรุงแต่งรสชาติอาหารให้เหมาะกับคนไทย การสร้างบรรยากาศโดยการจัดร้าน การบริการใช้การบริการตัวเอง (Self - Service) สินค้าอยู่ในราคาที่เหมาะสม จึงทำให้ได้รับการตอบสนองเป็นอย่างดีจากลูกค้า จากความสำเร็จของร้านโฮเบอร์เกอร์ทำให้มีร้านฟาสต์ฟู้ดอื่นๆ เกิดขึ้นตามมาอีกหลายอย่าง

ในปีพ.ศ. 2521 ร้านมิสเตอร์โคนัทซึ่งเป็นเจ้าดำรับขนมโคนัทก็เข้ามาเปิดกิจการในประเทศไทย ซึ่งขายดีมากในเวลานั้น เนื่องจากความที่คนไทยในช่วงนั้นนิยมรับประทานอาหารและขนมฝรั่งเป็นอย่างมาก และหลังจากนั้นไม่นานในปีพ.ศ. 2523 ดังกินโคนัท (Dunkin' Donuts) ก็ก้าวเข้ามาเป็นคู่แข่งคนสำคัญกับมิสเตอร์โคนัท

พ.ศ. 2526 ธุรกิจฟาสต์ฟู้ดที่มีชื่อเสียงทางด้านไก่ทอดและเครื่องดื่มร้อนเบียร์จากอเมริกา คือ เอ แอนด์ ดับบลิว (A&W) ก็ได้เข้ามาเปิดกิจการในประเทศไทย

พ.ศ. 2529 กิจการร้านฟาสต์ฟู้ดที่จำหน่ายแฮมเบอร์เกอร์อันลือชื่อของโลก คือ แมคโดนัลด์ (McDonald's) ได้ร่วมลงทุนกับนักธุรกิจชาวไทยเพื่อดำเนินกิจการร้านแมคโดนัลด์ในประเทศไทย

ปัจจุบันตลาดธุรกิจทางด้านนี้มีการแข่งขันกันสูง มีการวิจัยกลุ่มเป้าหมาย การโฆษณา ประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นการดึงดูดใจลูกค้าให้ใช้บริการและบริโภคมากขึ้น แม้ว่าการแข่งขันของ ตลาดอาหารจานด่วนจะมีมากขึ้น แต่ก็ไม่ได้เป็นปัญหาหรือเป็นอุปสรรคต่อการขยายตัวของธุรกิจ นี้แต่อย่างใด แต่กลับเป็นผลให้อาหารฟาสต์ฟู้ดหรืออาหารจานด่วนกลับเป็นที่นิยมบริโภคกันอย่าง แพร่หลายและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคมากขึ้น เนื่องจากสังคมไทยได้รับวัฒนธรรมจากตะวันตก อย่างต่อเนื่อง และแต่ละวัฒนธรรมตะวันตกก็มีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้นตามลำดับ เป็นผล ให้วิถีการดำเนินชีวิตของคนไทยเปลี่ยนแปลงไปมากขึ้น ประกอบกับการขยายตัวของธุรกิจ ฟาสต์ฟู้ด

✓ 2.4 อันตรายจากอาหารจานด่วน

✓ ประณีต ผ่องแผ้ว (2539 : 9) ภาวะทุพโภชนาการ (Malnutrition) เป็นพยาธิสภาพซึ่งเกิด จากการได้รับสารอาหารที่จำเป็นต่อร่างกายในปริมาณที่ไม่เพียงพอ หรือมากเกินไป ในช่วงระยะเวลา นานแสดงให้เห็นได้จากความผิดปกติทางด้านร่างกาย จิตใจ และระดับของสารประกอบ ชีวเคมีที่เป็นส่วนประกอบของร่างกาย ภาวะทุพโภชนาการแบ่งออกได้เป็น

- ภาวะขาดสารอาหาร (Undernutrition) เป็นพยาธิสภาพที่เกิดจากการได้รับสารอาหารที่ จำเป็นต่อร่างกายไม่เพียงพอในช่วงระยะเวลาาน ๆ เช่น ภาวะการขาดสารอาหารโปรตีนและ พลังงาน (Protein Energy Malnutrition) ทำให้เกิดปัญหาการขาดสารอาหารโปรตีนและพลังงาน หรือภาวะการขาดสารอาหารจำพวก Micronutrients ทำให้เกิดปัญหาการขาดธาตุเหล็ก ไอโอดีน และวิตามินต่าง ๆ

- ภาวะโภชนาการเกิน (Overnutrition) เป็นพยาธิสภาพที่เกิดจากการได้รับสารอาหาร มากเกินไปหรือไม่สมดุลในช่วงระยะเวลาาน เช่น เมื่อได้รับพลังงานหรือแคลอรีในจำนวนมาก เกินความต้องการของร่างกาย สารอาหารที่มากเกินไปจะถูกเปลี่ยนเป็นไขมันเก็บสะสมไว้ใน ร่างกาย ทำให้เป็นโรคอ้วน และโรคอื่น ๆ เช่น โรคเบาหวาน โรคหัวใจ โรคความดันโลหิตสูง เป็นต้น การรับประทานอาหารที่ไม่สมดุล และรับประทานสารอาหารบางชนิด เช่น ไขมัน หรือ โปรตีนมากเกินไป หรือได้รับสารพิษที่ปนเปื้อนในอาหารและสิ่งแวดล้อม อาจจะเป็นปัจจัยเสี่ยง

หรือปัจจัยเสริมทำให้เกิดโรคมะเร็งในอวัยวะต่าง ๆ ขึ้นได้ เช่น มะเร็งเต้านม มะเร็งลำไส้ใหญ่ มะเร็งทางเดินอาหาร ฯลฯ .

จะเห็นได้ว่าอาหารจานด่วนทำให้ร่างกายเกิดภาวะทุพโภชนาการได้ทั้ง 2 ประเภท ไม่ว่าจะ เป็นภาวะขาดสารอาหารจำพวกวิตามินที่จำเป็นแก่ร่างกายที่ได้จากการรับประทานผัก ผลไม้ รวมทั้งภาวะโภชนาการเกินซึ่งเกิดจากการที่ร่างกายได้รับไขมันและโปรตีนมากเกินไปทำให้เกิด การสะสมไขมันและโปรตีนส่วนเกินไว้ในร่างกายจนทำให้เกิด โรคต่าง ๆ กับร่างกาย ✓

ฮิลด์ (วิธี แจ่มระทึก. 2541 : 43 ; อ้างอิงจาก Heald. 1992 : 380) ได้อธิบายถึงผลกระทบ ของการบริโภคอาหารจานด่วนต่อภาวะโภชนาการไว้ 3 ประการ คือ

1. จากพลังงานที่มีปริมาณสูง
2. จากไขมันอิ่มตัวและโคเลสเตอรอลในปริมาณสูง
3. จากเกลือในปริมาณสูง

จากรายงานของศูนย์กิจการวิทยาศาสตร์เพื่อประโยชน์สาธารณะ (Center for science in the Public Interest ; CSPI) ในรัฐวอชิงตันดี.ซี. (สมฤดี วีระพงษ์. 2535 : 29 ; อ้างอิงจาก Truswell and Darnton. 1981 : 73-88) ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภค ก่อให้เกิดความตระหนกอย่างใหญ่หลวงสำหรับ ผู้นิยมบริโภคอาหารจานด่วน รวมไปถึงบริษัทที่มีกิจการอาหารจานด่วนด้วย เพราะการทอดอาหาร จานด่วนนั้นใช้ไขมันสัตว์ (Tallow) เป็นน้ำมันทอดเกือบทั้งหมด ซึ่งไขมันสัตว์เป็นไขมันชนิด อิ่มตัว และพบว่ามันฝรั่งทอดมีไขมัน 11.50 กรัม

แฟรงค์ แซคส์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์แห่งคณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ด ได้ทำ การทดสอบเฟรนช์ฟรายส์หรือมันฝรั่งทอด ของบริษัทอาหารจานด่วนยักษ์ใหญ่ที่มีชื่อเสียง ทั้งหลาย ผลปรากฏว่าบริษัทเหล่านี้ใช้น้ำมันปาล์มในการทอดมันฝรั่งมากกว่าไขมันสัตว์ และ พบว่ากว่าร้อยละ 50 ของกรดไขมันในน้ำมันปาล์มในมันฝรั่งทอดเป็นไขมันอิ่มตัว

ปัจจุบันประชากรเป็นจำนวนมากในประเทศไทยโดยเฉพาะในเขตชุมชนเมืองประสบกับ ปัญหาภาวะโภชนาการเกินจนทำให้เป็นโรคอ้วนซึ่งสาเหตุส่วนหนึ่งก็มาจากการบริโภคอาหารที่มี ไขมันและโปรตีนสูง เช่น อาหารจานด่วน จากการสำรวจภาวะโภชนาการเกินในผู้ใหญ่ (ประณีต ผ่องแผ้ว. 2539 : 50) ซึ่งได้มาจากข้อมูลการตรวจสุขภาพพนักงานการไฟฟ้าฝ่ายผลิตในปี พ.ศ. 2528 จำนวน 3,494 คน อายุ 35-54 ปี พบว่าร้อยละ 23.3 ของพนักงานชาย และร้อยละ 18.8 ของ พนักงานหญิงมีภาวะโภชนาการเกิน นอกจากนี้ร้อยละ 2 ของพนักงานชาย และร้อยละ 3 ของ พนักงานหญิงอ้วนมาก เมื่อสำรวจปริมาณสารอาหารที่รับประทานปรากฏว่ามีปริมาณไขมันที่ รับประทานในแต่ละวันสูงถึงร้อยละ 38 – 40 ของปริมาณแคลอรีทั้งหมดตามลำดับ เมื่อทำการ

ตรวจระดับไขมันชนิดต่างๆ และน้ำตาลในเลือดพนักงานกลุ่มนี้มีระดับไขมันในเลือดสูง และมีโรคเบาหวานในผู้ชายร้อยละ 6 ในผู้หญิงสูงถึงร้อยละ 22

จากการรายงานในการสำรวจภาวะโภชนาการเกินของข้าราชการ และเจ้าหน้าที่จากกระทรวงสาธารณสุขในปี พ.ศ. 2531 ปรากฏว่ามีภาวะโภชนาการเกินในกลุ่มผู้ที่มีอายุ 20-29 ปี ประมาณ 4 % และเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทุกช่วงระยะ 10 ปีของอายุ คือ เมื่ออายุ 30-39 ปีมีภาวะโภชนาการเกินร้อยละ 13.3 ช่วงอายุ 40-49 ปีเพิ่มเป็นร้อยละ 27.5 และเพิ่มเป็นร้อยละ 37.0 ในช่วงอายุ 50-59 ปี

ในปีพ.ศ. 2537 มีการตรวจระดับโคเรสเตอรอลและไตรกลีเซอไรด์ในเลือดของกลุ่มคนที่ทำงานในกรุงเทพฯ อายุ 35-59 ปีจำนวน 696 คน ที่มารับการตรวจสุขภาพประจำปี พบระดับโคเรสเตอรอลในเลือดที่มีความเสี่ยงต่อการเป็นโรคหลอดเลือดหัวใจอุดตันร้อยละ 15 และผู้ที่มีความเสี่ยงอยู่ในระดับกำกึ่งร้อยละ 17

✓ จะเห็นได้ว่าบุคคลที่มีภาวะโภชนาการเกินหรือเป็นโรคอ้วนจะเพิ่มปัจจัยเสี่ยงต่อการเป็นโรคหลายโรค ได้แก่

✓ 1. โรคความดันโลหิตสูง ปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมให้เกิดภาวะความดันโลหิตสูงคืออาหารประเภทเกลือโซเดียม การศึกษาในคนพบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญสูงระหว่างการบริโภคโซเดียมและความดันหลอดเลือดแดงในผู้ใหญ่ (วลัย อินทร์มพรรษ์. 2530 : 205-213) ปกติร่างกายต้องการโซเดียมอยู่ระหว่าง 1,100 – 3,000 มิลลิกรัมต่อวัน แต่อาหารจานด่วนมีปริมาณโซเดียมค่อนข้างสูง การบริโภคเกลือโซเดียมมากเกินไปจะมีเป็นอันตรายต่อหัวใจและไต ถ้าบริโภคเกลือโซเดียมมาก (มากกว่า 14 กรัมต่อวัน) ก็จะเพิ่มความดันเลือดซึ่งเป็นสาเหตุของการเกิดความดันโลหิตสูง ในผู้ที่มีพยาธิสภาพของไตและหัวใจจะทำให้ความรุนแรงของโรคเพิ่มมากขึ้น เกลือโซเดียมเป็นสาเหตุของการเกิดภาวะบวมหน้า (Adema) ในผู้ป่วยโรคไตและหัวใจ เนื่องจากคุณสมบัติในการอุ้มน้ำของมัน (คุณณี สุทธิปรียาศรี. 2531 : 11)

✓ 2. โรคมะเร็ง (ประณีต ผ่องแผ้ว. 2539: 53) โรคมะเร็งที่พบได้บ่อยในแถบประเทศเอเชียคือ มะเร็งทางเดินอาหาร และกระเพาะอาหาร และจากการศึกษาทางระบาดวิทยาถึงความสัมพันธ์ของอาหารที่รับประทานและการเกิดโรคมะเร็งได้ผลสรุปว่า อาหารเป็นปัจจัยร่วมที่ทำให้เกิดโรคมะเร็งได้ประมาณ 35% ของโรคมะเร็งทั้งหมด ซึ่งมีความสำคัญพอ ๆ กับการสูบบุหรี่ ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงรูปแบบอาหารที่รับประทานของคนไทยซึ่งเปลี่ยนแปลงไปตามวิถีชีวิตและสังคมสิ่งแวดล้อม ทำให้อัตราการเป็นโรคมะเร็งบางชนิดมีแนวโน้มสูงขึ้น เช่น มะเร็งลำไส้ใหญ่ และมะเร็งเต้านม ปัจจัยเสี่ยงที่ทำให้เกิดมะเร็งลำไส้ใหญ่ คือ การรับประทานอาหารไม่สมดุลโดยรับประทานอาหารที่มีไขมันและเนื้อสัตว์มากเกินไป รับประทานอาหารที่มีใยอาหารน้อย ส่วน

มะเร็งเต้านมมีปัจจัยเสี่ยงมาจากการรับประทานอาหารที่ให้พลังงานและมีไขมันมากเกินไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งไขมันจากสัตว์ จากการสำรวจภาวะโภชนาการของบุคคลบางกลุ่มในประเทศไทย จะเห็นได้แล้วว่าคนไทยรับประทานอาหารประเภทไขมันเพิ่มขึ้นอาหารจานด่วนเป็นอาหารที่มีไขมันสูงแต่มีเส้นใยอาหารต่ำหากบริโภคเป็นประจำย่อมมีโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดโรคมะเร็งลำไส้ใหญ่ เนื่องจากในลำไส้ใหญ่ของกลุ่มที่กินอาหารเส้นใยสูงจะมีเชื้อแบคทีเรียพวกสเตรปโตคอคคัส (Streptococcus) และเชื้อแบคทีเรียแลคโตบาซิลลัส (Lactobacillus) มาก ซึ่งแบคทีเรียพวกนี้จะไม่ทำลายน้ำดีให้เปลี่ยนแปลงเป็นสารที่เป็นพิษต่อร่างกาย แต่ถ้าบริโภคอาหารที่มีเส้นใยต่ำกรดน้ำดีจะถูกเปลี่ยนเป็นสารพิษ ซึ่งถ้าสะสมอยู่ในลำไส้ นาน ๆ ก็ยิ่งทำให้เพิ่มโอกาสที่จะเกิดโรคมะเร็งขึ้น (อภิชาติ พงษ์ศรีหกุลชัย และสุรเกียรติ อชาณุภาพ. 2531 : 16)

✓3. โรคระบบไหลเวียนโลหิต ได้แก่ โรคหัวใจขาดเลือด โรคหลอดเลือดสมองตีบตัน ฮอปกินส์ (วิธี แจ่มระทีก. 2541 : 44 อ้างอิงจาก; Hopkins. 1992 : 1,060-1,070) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริโภคอาหารที่มีกรดไขมันกับอัตราการตายจากโรคหัวใจขาดเลือด ใน 7 ประเทศ ได้แก่ ประเทศฟินแลนด์ กรีซ ญี่ปุ่น อิตาลี เนเธอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา ยูโกสลาเวียพบว่า การบริโภคกรดไขมันชนิดอิ่มตัวมีความสัมพันธ์ทางด้านบวกอย่างมากกับอัตราการตายด้วยโรคหัวใจขาดเลือด ประชากรที่มีการบริโภคกรดไขมันชนิดอิ่มตัวสูงจะมีอัตราการตายจากโรคหัวใจขาดเลือดสูงด้วย

✓ การศึกษาของพาร์คเกอร์ (วิธี แจ่มระทีก. 2541 : 45 ; อ้างอิงจาก Parker. 1987 : 1729 – 1739) ในกลุ่มชายหนุ่มที่มีสุขภาพดีโดยควบคุมอาหารและไขมันที่บริโภค แล้วเจาะเลือดดู พบว่าโคเลสเตอรอลลดลงเมื่อบริโภคอาหารไขมันไม่อิ่มตัวในปริมาณสูง โคเรสเตอรอลเพิ่มขึ้นเมื่อบริโภคอาหารที่มีไขมันอิ่มตัวในปริมาณสูง นอกจากนี้ยังศึกษาความเกี่ยวข้องของการบริโภคใยอาหารและระดับโคเลสเตอรอลในเลือดพบว่าเส้นใยอาหารทำให้เกิดสารเพคติน (Pectin) และ กัม (Gum) ในทางเดินอาหารที่สามารถลดการดูดซึมโคเลสเตอรอลในลำไส้ ทำให้ระดับโคเลสเตอรอลในเลือดลดลงได้ ดังนั้นการบริโภคอาหารจานด่วนที่มีเส้นใยอาหารน้อยแต่มีไขมันสูง ซึ่งเป็นกรดไขมันอิ่มตัวจากเนื้อสัตว์ในอาหารจานด่วนจึงเป็นปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมให้โคเลสเตอรอลในเลือดสูงขึ้น ถึงแม้โรคหลอดเลือดแดงแข็งและโรคหัวใจขาดเลือดจะมีอาการแสดงเมื่อเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ แต่พยาธิสภาพของการเกิดโรคเริ่มตั้งแต่ในวัยเด็กและวัยรุ่น โดยมีการสะสมไขมันในหลอดเลือดทำให้หลอดเลือดแดงถูกทำลาย

✓ จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นว่าการเกิดโรคต่าง ๆ สาเหตุที่สำคัญส่วนหนึ่งเกิดจากการรับประทานอาหาร โดยเฉพาะอาหารที่ประกอบด้วยไขมันและ โปรตีนที่มีสัดส่วนมากเกินไป ความจำเป็นของร่างกาย ในขณะที่เดียวกันร่างกายกลับขาดสารอาหารบางอย่างที่จำเป็นต่อกระบวนการ

การทำงานภายในร่างกาย นั่นก็คือวิตามิน และแร่ธาตุ เนื่องจากคนปัจจุบันหันไปให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารพวกแป้ง น้ำตาล เนื้อสัตว์ รวมทั้งการบริโภคอาหารตามสมัยนิยม มากกว่าการรับประทานผัก ผลไม้และอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย

2.5 โภชนาการสำหรับวัยผู้ใหญ่

วัยผู้ใหญ่เป็นวัยที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป เป็นวัยที่ร่างกายหยุดการเจริญเติบโตแล้ว ความสูงจะคงที่ แต่น้ำหนักอาจเปลี่ยนแปลงได้ ความต้องการของร่างกายในด้านเสริมสร้างหมดไป แต่ร่างกายยังคงต้องการสารอาหารเพื่อบำรุงรักษาเซลล์และเนื้อเยื่อให้ปกติ ซ่อมแซมเซลล์และเนื้อเยื่อที่ชำรุดสึกหรอ และเพื่อให้พลังงานเพียงพอสำหรับการประกอบกิจกรรมทำงานอาชีพ และกิจกรรมภายในร่างกาย (ทัศนวิวรรณ ภู่อารีย์. 2537 : 574) ปัจจุบันพบว่าวัยนี้มีสมรรถภาพในการทำงานต่ำ เนื่องจากรากฐานสุขภาพไม่ดีพอ มีลักษณะแก่มาก่อนวัย ร่างกายขาดอาหารประเภทบำรุง และซ่อมแซม มีโรคขาดสารอาหารที่จำเป็น หรือไม่ก็บริโภคมากเกินไปทำให้เกิดภาวะโภชนาการเกิน (พรรณเพ็ญ คนจร ฌ อยุรยา. 2523 : 115) กองโภชนาการ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขได้แนะนำอาหารที่ผู้ใหญ่ปกติควรรับประทานใน 1 วัน ดังนี้

ตาราง 1 ชนิดอาหารและปริมาณอาหารที่ผู้ใหญ่ควรรับประทานใน 1 วัน

ชนิดอาหาร	ปริมาณที่ควรรับประทาน*
น้ำนม (แก้ว)	1
ไข่ (ฟอง)	1
(ฟอง/สัปดาห์)	3-4
เนื้อสัตว์ต่าง ๆ (กรัม)	100
ตับหรือเครื่องในสัตว์ (กรัม/สัปดาห์)	100
อาหารทะเล (กรัม/สัปดาห์)	100-200
ถั่วเมล็ดแข็งต้มสุก (ถ้วย)	1/2
ข้าวสวยหรือบะหมี่หรือก๋วยเตี๋ยวหรือขนมจีน (จาน)	3
เผือกหรือมัน (หัวเล็ก)	1
น้ำตาล (ช้อนโต๊ะ)	2
ผักใบเขียว (ถ้วย)	1/2
หรือผักใบเขียวสุก (ถ้วย)	1
และผักอื่น ๆ ชนิดผัก หัว ดอกหรือผล (ถ้วย)	1/2

ตาราง 1 (ต่อ)

ชนิดอาหาร	ปริมาณที่ควรรับประทาน*
ผลไม้จำพวกส้ม (ผลเล็ก)	1
หรือ (จีนใหญ่)	1
หรือน้ำผลไม้คั้น (ถ้วย)	1/2-1
หรือผลไม้อื่น ๆ (ผลเล็ก)	1
หรือ (จีนใหญ่)	1
น้ำมันหมูหรือน้ำมันพืชหรือกะทิ (ช้อนโต๊ะ)	2 1/2-3
น้ำตาลมุก (แก้ว)	6-8

* ผู้ใหญ่ที่มีร่างกายเล็กหรือใหญ่ ทำงานเบาหรือหนักให้รับประทานอาหารลดลงหรือเพิ่มขึ้นจากปริมาณดังกล่าวนี้

พรรณเพ็ญ คเนจร ณ อยุธา (2523 : 116) กล่าวถึงความต้องการพลังงานและสารอาหารของวัยผู้ใหญ่ซึ่งเป็นวัยทำงานไว้ดังนี้

1. พลังงาน วัยผู้ใหญ่ร่างกายมีการเคลื่อนไหวและออกกำลังกายน้อยกว่าเดิม การทำงานของต่อมต่างๆ ในร่างกายลดลง ทำให้ใช้พลังงานน้อย จึงสมควรบริโภคอาหารที่ให้พลังงานน้อยกว่าที่เคยบริโภคเมื่อตอนวัยรุ่น กองโภชนาการ กรมอนามัย แนะนำปริมาณพลังงานที่คนไทยควรได้รับดังต่อไปนี้

อายุ 20-29 ปี	ชาย	2,550	แคลอรี	หญิง	1,800	แคลอรี
อายุ 30-39 ปี	ชาย	2,450	แคลอรี	หญิง	1,700	แคลอรี
อายุ 40 ปี	ชาย	2,350	แคลอรี	หญิง	1,650	แคลอรี

2. คาร์โบไฮเดรต วัยผู้ใหญ่ควรบริโภคคาร์โบไฮเดรตไม่น้อยกว่าวันละ 100 กรัม จากการสำรวจไม่ปรากฏว่าคนไทยขาดสารอาหารประเภทนี้ มีแต่ได้มากเกินไปเกินความต้องการ

3. โปรตีน เป็นองค์ประกอบของส่วนต่างๆ ในร่างกาย จากผลการศึกษาวิจัยพบว่า วัยผู้ใหญ่ต้องการโปรตีนประมาณวันละ 0.59 กรัม ต่อน้ำหนัก 1 กิโลกรัม เพราะโปรตีนช่วยเสริมสร้างและซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอ ช่วยให้ร่างกายแข็งแรงมีความต้านทานโรค ตลอดจนช่วยให้พลังงานและควบคุมอวัยวะต่างๆ ให้ทำงานเป็นปกติ ถ้าวัยผู้ใหญ่ได้รับโปรตีนไม่เพียงพอร่างกายจะทรุดโทรมมากขึ้น

4. ไขมัน ใยผู้ใหญ่ควรบริโภคไขมันไม่น้อยกว่าร้อยละ 20-25 ของแคลอรีทั้งหมด และควรได้รับกรดไขมันเลวไม่น้อยกว่าร้อยละ 2 ของแคลอรีทั้งหมด สมาคมโรคหัวใจของสหรัฐอเมริกาแนะนำว่าอาหารที่ผู้ใหญ่บริโภค ไม่ควรจะได้พลังงานที่มาจากไขมันเกิน 35 เปอร์เซ็นต์

5. เกลือแร่

- แคลเซียม ใยผู้ใหญ่ควรบริโภคแคลเซียมวันละ 400-500 มิลลิกรัม
- ฟอสฟอรัส ใยผู้ใหญ่ควรบริโภคฟอสฟอรัสวันละ 0.8 มิลลิกรัม
- เหล็ก ผู้ใหญ่ชายควรได้รับเหล็กวันละ 6 มิลลิกรัม ผู้ใหญ่หญิงควรได้รับเหล็กวันละ 16 มิลลิกรัม
- ไอโอดีน ใยผู้ใหญ่ต้องการไอโอดีนวันละ 1 ไมโครกรัมต่อน้ำหนัก 1 กิโลกรัม หรือ 50-75 ไมโครกรัมต่อวัน ซึ่งเป็นปริมาณที่สามารถป้องกันโรคคอพอกในผู้ใหญ่ได้

6. วิตามิน

- วิตามินเอ ใยผู้ใหญ่ควรบริโภคอาหารที่ให้วิตามินเอวันละ 2,500 หน่วยสากล เพื่อสุขภาพที่ดีของผิวหนัง และเยื่อเมือกตา
- วิตามินบี ใยผู้ใหญ่ต้องการวิตามินบีวันละ 400 หน่วยสากล
- วิตามินบีหนึ่ง ใยผู้ใหญ่ควรได้รับวิตามินบีนี้ประมาณ 0.55 มิลลิกรัมต่อพลังงานอาหาร 1,000 แคลอรี หรือไม่น้อยกว่าวันละ 1 มิลลิกรัม
- วิตามินบีสอง ใยผู้ใหญ่ควรบริโภคอาหารที่ให้วิตามินบีสองวันละ 1-1.4 มิลลิกรัม
- วิตามินซี ใยผู้ใหญ่ควรบริโภคอาหารที่ให้วิตามินบีสองวันละ 30 มิลลิกรัม

7. น้ำ ปริมาณน้ำในร่างกายผู้ใหญ่มีประมาณ 50-60 เปอร์เซ็นต์ ใยผู้ใหญ่ต้องการน้ำวันละ 1 มิลลิลิตร ต่อ 1 แคลอรี หรือประมาณ 6-8 แก้ว

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมในการบริโภคอาหาร

ประจวบ อินออด (2520 : 36) กล่าวว่าการศึกษาของบุคคลมีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหาร เพราะค่านิยมที่ดี ความเชื่อ ตลอดจนทัศนคติที่ดีของบุคคลที่ระดับการศึกษาต่างกันก็มักแตกต่างกันไปด้วย

สวัสดิ์ บรรเทิงสุข (2528 : 4) ได้กล่าวถึงอาหารและการบริโภคว่าเป็นเครื่องแสดงออกทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งเป็นวัฒนธรรมการกิน เป็นวิถีชีวิตที่มีองค์ประกอบมาจากหลายด้านหรือหลายมิติ (Dimensions) ด้วยกัน เช่น รัฐศาสตร์ ประวัติศาสตร์ การศึกษา และเศรษฐกิจ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้หล่อหลอมกันโดยมิติของกาลเวลา จนในที่สุดก็จะก่อรูป (Form Up) และคงตัวเป็นแบบแผนของชีวิต (Pattern of Life) ในด้านต่าง ๆ โดยสามารถพัฒนาหรือเปลี่ยนแปลงต่อไปได้

สุทธิลักษณ์ สมิตตะสิริ (2537 : 4-5) การบริโภคอาหารมีความสัมพันธ์กับสิ่งอื่น เช่น

1. ความเชื่อในการบริโภค (Food Belief) เป็นความเข้าใจและประสบการณ์ที่ได้ถ่ายทอดสะสมกันมา โดยมักมีเหตุผลหรือข้ออ้างอิงเป็นคำอธิบายถึงผลของความเชื่อนั้น ๆ ซึ่งอาจจะจริงหรือไม่จริงก็ได้ เช่น หญิงมีครรภ์เชื่อว่ากินน้ำมะพร้าวจะช่วยล้างไขมันของทารกช่วยให้คลอดง่าย เป็นต้น

2. ข้อห้ามในการบริโภค (Food Taboo) เป็นกฎเกณฑ์ของสังคมที่ถือปฏิบัติสืบทอดกันมาในสภาวะ หรือสถานการณ์บางอย่าง เช่น ห้ามหญิงตั้งครรภ์กินไข่ หรือห้ามหญิงคลอดบุตรอยู่ไฟรับประทานของแสลง (ซึ่งแตกต่างกันไปในแต่ละชุมชน) เป็นต้น

3. ความนิยมในการบริโภค (Food Fad) เป็นการกระทำที่เอาอย่างกันเพื่อแสดงความมีส่วนร่วมหรือเพื่อรักษาสถานะของคนในสังคม หรือเพื่อความจำเป็นทางเศรษฐกิจและสภาพแวดล้อม โดยไม่จำเป็นต้องถูกต้องและไม่จำเป็นต้องมีเหตุผล เช่น การเลี้ยงลูกด้วยนมขวดที่แสดงถึงความทันสมัยหรือตามอย่างเพื่อน หรือเพราะความจำเป็นทางอาชีพที่เปลี่ยนไปตามลักษณะของสังคมสมัยใหม่

4. นิสัยการบริโภค (Food Habits) หมายถึง ลักษณะหรือการกระทำอันซ้ำซาก ซึ่งบุคคลใดบุคคลหนึ่งทำด้วยความเข้าใจ เพื่อให้การรับประทานอาหารของเขาบรรลุถึงความประสงค์ทางอารมณ์และสังคม บริโภคนิสัยมักจะเป็นสิ่งที่สืบเนื่องกันมาเป็นเวลานาน และเป็นการยากที่จะเปลี่ยน การที่บุคคลรับประทานอาหารแตกต่างกันไปนั้น เป็นผลการเรียนรู้จากประสบการณ์ ไม่ได้เกิดมาพร้อมกับการถ่ายทอดทางพันธุกรรม คือ ดูตัวอย่างจากผู้สูงอายุกว่าหรือจากเพื่อน นิสัยการบริโภคอาหารและความเชื่อในเรื่องคุณสมบัติและคุณภาพของอาหารจะมีอิทธิพลมากต่อภาวะโภชนาการของแต่ละบุคคลซึ่งสืบเนื่องจากการเลือกอาหารของเขา

นักพฤติกรรมศาสตร์ และนักสุขศึกษา (สุชาดา มะโนทัย, 2539 : 12-13) ได้สรุปแนวความคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมไว้เป็น 3 กลุ่มดังนี้

แนวความคิดที่ 1 เชื่อว่าเกิดจากปัจจัยภายในตัวบุคคล (Intra Individual Causal Assumption) รากฐานแนวความคิดนี้เชื่อสมมติฐานที่ว่าสาเหตุของการเกิดพฤติกรรมหรือปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนั้น ๆ มาจากองค์ประกอบภายในตัวบุคคล ได้แก่ ความรู้ ทักษะ ค่านิยม แรงจูงใจ ความตั้งใจใฝ่พฤติกรรม เป็นต้น

แนวความคิดที่ 2 เชื่อว่าเกิดจากปัจจัยภายนอกตัวบุคคล (Extra Individual) รากฐานแนวคิดนี้เชื่อว่าสาเหตุของการเกิดพฤติกรรมมาจากปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม ระบบสังคม การเมือง เศรษฐกิจ การศึกษา ศาสนา องค์ประกอบด้านประชากรศาสตร์ เป็นต้น

แนวความคิดที่ 3 เชื่อว่าเกิดจากสหปัจจัย (Multiple Assumption) กลุ่มนี้มีรากฐานแนวความคิดที่ว่าพฤติกรรมของคนเกิดจากหลายปัจจัย ทั้งปัจจัยภายในตัวบุคคล และ ปัจจัยภายนอกตัวบุคคล

ทฤษฎีการบริโภคมวลรวม

ปราณี ทินกร (2529: 6 –23) ได้กล่าวถึงทฤษฎีการบริโภคแบบมวลรวมต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับบริโภคไว้ดังนี้

2.1 ทฤษฎีการบริโภคแบบมวลรวมหรือทฤษฎีการบริโภคแบบรายได้สัมบูรณ์ (Absolute Income Hypothesis) เคนส์ (Keynes) ได้อธิบายถึงพฤติกรรมการบริโภคของมนุษย์ไว้ดังนี้ คนเรา จะเพิ่มการบริโภคเมื่อรายได้เพิ่มขึ้นแต่การบริโภคจะเพิ่มขึ้นไม่มากเท่ากับการเพิ่มขึ้นของรายได้ และเป็นที่ประจักษ์ด้วยว่า เมื่อระดับรายได้ลดลงจะทำให้ช่องว่างระหว่างรายได้กับการบริโภคมียากขึ้นเนื่องจากการจัดหาปัจจัยพื้นฐานให้กับตนเองและครอบครัวเป็นสิ่งที่สำคัญกว่าแรงจูงใจในการสะสม นั่นคือ การออมจะมีขึ้นเมื่อตนเองและครอบครัวมีการอุปโภค บริโภคเพียงพอ ฉะนั้นเมื่อรายได้สูงขึ้น สัดส่วนของการออมจะสูงขึ้น ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความต้องการในการบริโภคของบุคคลส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับอัตรารายได้ด้วย

2.2 ทฤษฎีการบริโภคแบบรายได้เปรียบเทียบ (Relative Income Hypothesis) ผู้คิดค้นคือ เจมส์ คิวเซนเบอร์รี่ (James S. Duesenberry) สมมติฐานที่สำคัญของทฤษฎีคือ

- ผู้บริโภคแต่ละคนมิได้ให้ความสำคัญแก่ระดับการบริโภคแบบสัมบูรณ์ (Absolute level of consumption) มากเท่ากับระดับการบริโภคแบบเปรียบเทียบ (Relative level of consumption) โดยผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระดับการบริโภคของตนเองกับคนอื่น ๆ ในสังคม บุคคลจะพยายามรักษาระดับการบริโภคให้ใกล้เคียงกับอื่น ๆ ในสังคม

- ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคในปัจจุบันที่สำคัญตัวหนึ่ง คือ ระดับการบริโภคที่เคยชินมาแล้วในอดีต ถ้ารายได้ของบุคคลลดลงการลดการออมจะง่ายกว่าการลดระดับการบริโภคที่เคยชินมาแล้ว แสดงให้เห็นว่าการบริโภคของบุคคลขึ้นอยู่กับค่านิยมและความเคยชินในการบริโภคของบุคคลนั้น ๆ

2.3 ทฤษฎีการบริโภคแบบช่วงอายุขัย (Life –Cycle Hypothesis) ซึ่งเป็นของ Modigliani และ Brumberg แนวคิดของทฤษฎีนี้กล่าวว่าในช่วงชีวิตของแต่ละคน อัตราการบริโภคจะค่อนข้างต่ำในช่วงเริ่มต้นชีวิต และบั้นปลายชีวิตเมื่อเทียบกับช่วงตอนกลางของชีวิต ซึ่งเป็นวัยทำงาน เนื่องจากกลุ่มคนในช่วงเริ่มต้นชีวิต และบั้นปลายชีวิตมีรายได้ต่ำกว่าคนในช่วงวัยทำงานซึ่งสามารถหารายได้เลี้ยงชีพตนเองได้และร่างกายมีความต้องการสารอาหารเพื่อมาใช้ในการทำ

กิจกรรมต่าง ๆ เป็นจำนวนสูงกว่า แสดงให้เห็นว่าการบริโภคก็จะผันแปรไปตามช่วงอายุขัยของบุคคลด้วย

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model)

คอตเลอร์ (นงเยาว์ เข้มเวช 2536 : 6 ; อ้างอิงจาก Philip Kotler. 1988 : 174) กล่าวถึงโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) ซึ่งเป็นการศึกษาเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยเริ่มจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ทำให้เกิดความต้องการเมื่อสิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ (Black Box) ที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ซึ่งความรู้สึกนึกคิดต่าง ๆ จะได้รับอิทธิพลต่าง ๆ ภายในใจผู้บริโภค แล้วจะมีการตอบสนองของผู้บริโภค (Buying's Response) หรือการตัดสินใจของผู้บริโภค (Buyer's Purchase Decision) โดยการซื้อหรือไม่ซื้อ

สรุปว่า จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่การมีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อนแล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนั้น โมเดลนี้อาจเรียกได้ว่า S-R Theory ดังภาพประกอบ



สิ่งกระตุ้น (Stimulus)

สิ่งกระตุ้นเป็นสิ่งที่ทำให้บุคคลเกิดการตอบสนองหรือตัดสินใจ สิ่งกระตุ้นประกอบด้วยสิ่งกระตุ้นภายนอก และสิ่งกระตุ้นภายใน มีรายละเอียดดังนี้

1. สิ่งกระตุ้นภายนอก (External Stimulus) ประกอบด้วยสิ่งกระตุ้นทางการตลาด และสิ่งกระตุ้นด้านสิ่งแวดล้อม

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างขึ้นมาเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ และต้องการอยากจะทำบริโภคอาหารซึ่งประกอบด้วยสิ่งกระตุ้นต่าง ๆ ดังนี้

1.1.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) ได้แก่การออกแบบอาหารฟาสต์ฟู้ดที่มีคุณค่า

สามารถสร้างความสนใจและความต้องการอยากจะบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดโดยคำนึงถึงชนิด รสชาติอาหาร คุณภาพ สี สัน ภาชนะที่ใช้บรรจุ ชื่อเสียง ยี่ห้อ ความรวดเร็วในการรับประทาน และการบริการ

1.1.2 ราคา (Price) ได้แก่ การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ การมีหลายราคาให้เลือก การมีป้ายแสดงราคาอาหารที่ชัดเจน

1.1.3 สถานที่ (Place) ได้แก่ ท่าที่ตั้งของร้าน การเปิดบริการหลายสาขา บรรยากาศภายในร้าน ตลอดจนช่วงเวลาเปิดขายที่เหมาะสม

1.1.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ได้แก่ การแจ้งข่าวสาร การโน้มน้าว ชักจูงใจ หรือการส่งเสริมเพื่อเตือนความจำและกระตุ้นการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดให้มากกว่าเดิม อีกทั้งยังทำให้ชื่อของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดติดอยู่ในความทรงจำของผู้บริโภค โดยมักทำในรูปแบบ ของการโฆษณา การต้อนรับ การให้บริการของพนักงาน การลดราคา การมีโปรแกรมแลกซื้อ ของที่ระลึก การมีของแถม การมีบริการส่งถึงบ้านหรือที่ทำงาน

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคที่อยู่ ภายนอก ซึ่งผู้ประกอบการไม่สามารถควบคุมได้ สิ่งกระตุ้นอาจจะเป็นทั้งสิ่งส่งเสริมหรือเป็น อุปสรรคต่อการบริโภคก็ได้ ได้แก่

1.2.1 เศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจ ภาวะเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ย รายได้ของผู้บริโภค เป็นต้น

1.2.2 เทคโนโลยี (Technology) เช่น เทคโนโลยีในการควบคุมและผลิตวัตถุดิบ ที่ใช้ในการทำอาหารฟาสต์ฟู้ด เพื่อสร้างความเป็นมาตรฐานเดียวกันในแต่ละสาขา

1.2.3 กฎหมาย (Legal) เช่น การเพิ่มหรือลดอัตราการเก็บภาษีเงินได้ จะมี อิทธิพลต่อการเพิ่ม หรือลดอำนาจการซื้อของผู้บริโภค

1.2.4 วัฒนธรรม (Culture) เช่น เทศกาล หรือขนบธรรมเนียม ประเพณีต่าง ๆ มีผลให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการอยากจะรับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ดในเทศกาลนั้น ๆ

2. สิ่งกระตุ้นภายใน (Internal Stimulus) หมายถึงสิ่งกระตุ้นที่เกิดขึ้นจากสัญชาตญาณ หรือนิสัย กระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมา เช่น ความหิว จะเป็นสิ่ง กระตุ้นให้เกิดการไปซื้ออาหารรับประทาน

ความรู้สึกรู้สึกนึกคิดหรือความต้องการของผู้บริโภค

ความรู้สึกรู้สึกนึกคิดหรือความต้องการของผู้บริโภคเปรียบเสมือนกล่องดำ (Black Box) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดหรือความต้องการของผู้บริโภคที่ผู้ผลิตไม่สามารถทราบได้ต้องพยายาม ค้นหา ซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายในของผู้บริโภค และกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกรู้สึกนึกคิดและความต้องการของผู้บริโภค และต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค มีอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ คือ

1.1 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factors) วัฒนธรรมเป็นเครื่องผูกพันบุคคลในกลุ่มไว้ด้วยกัน วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการพื้นฐาน และพฤติกรรมของบุคคลโดยบุคคลจะเรียนรู้เรื่องค่านิยม ทักษะคติ ความชอบ การรับรู้ และมีพฤติกรรมอย่างไรนั้นจะต้องผ่านกระบวนการทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับครอบครัว และสถาบันต่าง ๆ ในสังคม คนที่อยู่ในวัฒนธรรมต่างกันย่อมมีพฤติกรรมผู้บริโภคแตกต่างกัน วัฒนธรรมแบ่งออกได้เป็น

1.1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) เป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการบริโภค และพฤติกรรมผู้บริโภคของบุคคล เช่น ลักษณะนิสัยของคนไทย ซึ่งเป็นผลมาจากการหล่อหลอมพฤติกรรมของสังคมไทย

1.1.2 วัฒนธรรมกลุ่มย่อย (Subculture) มีรากฐานมาจากเชื้อชาติ ศาสนา ลีลา และภูมิภาคที่แตกต่างกัน เป็นต้น กลุ่มย่อยนี้มีข้อปฏิบัติทางวัฒนธรรมสังคมที่แตกต่างกันไปจากกลุ่มอื่น ทำให้มีผลต่อชีวิตความเป็นอยู่ ความต้องการ แบบแผนการบริโภค พฤติกรรมผู้บริโภคที่แตกต่างกัน และในกลุ่มเดียวกันจะมีพฤติกรรมคล้ายคลึงกัน

1.1.3 ชั้นทางสังคม (Social Class) เป็นการจัดลำดับบุคคลในสังคมจากระดับสูงไประดับต่ำ โดยใช้ลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่ อาชีพ ฐานะ รายได้ ตระกูลหรือชาติกำเนิด ตำแหน่งหน้าที่ บุคลิกลักษณะของบุคคล ชั้นทางสังคมแบ่งเป็น 3 ระดับได้แก่ ชนชั้นสูง (Upper Class) ชนชั้นกลาง (Middle Class) และชนชั้นต่ำ (Lower Class) ชั้นทางสังคมสามารถเปลี่ยนแปลงได้โดยอาจเลื่อนขึ้นไปอยู่ในชั้นทางสังคมที่สูงกว่า หรือเลื่อนลงมาอยู่ในชั้นทางสังคมที่ต่ำกว่าได้ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงรายได้ อาชีพ ตำแหน่งหน้าที่การงาน เช่น เมื่อบุคคลมีรายได้เพิ่มขึ้นย่อมแสวงหาการบริโภคที่ดีขึ้น

1.2 ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อการบริโภค ลักษณะทางสังคมจะประกอบด้วย

1.2.1 กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องกับตัวซึ่งมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคล กลุ่มอ้างอิงแบ่งได้เป็น 2 ระดับคือ

1.2.1.1 กลุ่มปฐมภูมิ (Primary Group) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท

1.2.1.2 กลุ่มทุติยภูมิ (Secondary Group) ได้แก่ กลุ่มบุคคลชั้นนำในสังคม เพื่อนร่วมอาชีพ และร่วมสถาบัน บุคคลกลุ่มต่างๆ ในสังคม

กลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อบุคคลในกลุ่มทางการเลือก พฤติกรรม และการดำเนินชีวิตรวมทั้งทัศนคติและแนวคิดของบุคคล เนื่องจากบุคคลต้องการเป็นที่ยอมรับของกลุ่มจึงต้องปฏิบัติตามและยอมรับความคิดเห็นของกลุ่ม

1.2.2 ครอบครัว (Family) บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิด และค่านิยมของบุคคลมากที่สุด ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคของครอบครัว

1.2.3 บทบาทและสถานะ (Roles and Statuses) บุคคลมีความเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น กลุ่มครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กรและสถาบันต่าง ๆ บุคคลจะมีสถานแตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่ม

1.3 ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) การตัดสินใจในการบริโภคจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลด้านต่างๆ ได้แก่ ฐานะ รายได้ หรือโอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษารสนิยม แบบแผนการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหาร

1.4 ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา (Psychological Characteristics) การบริโภคของบุคคลได้รับอิทธิพลมาจากกระบวนการทางจิตวิทยา 5 อย่าง คือ

1.4.1 การจูงใจ (Motivation) เป็นการชักนำพฤติกรรมของบุคคลโดยอาศัยสิ่งจูงใจ หรือสิ่งกระตุ้นเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ (Need) และตอบสนองออกมาในรูปของพฤติกรรมการบริโภค

1.4.2 การเรียนรู้ (Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ของบุคคล การเรียนรู้ของบุคคลจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) และเกิดการตอบสนอง (Response) เช่น การโฆษณากระตุ้นซ้ำแล้วซ้ำอีกเพื่อให้เกิดพฤติกรรมการบริโภคเป็นประจำ การเรียนรู้เกิดจากอิทธิพลหลายอย่าง เช่น ทัศนคติ ความเชื่อ และประสบการณ์

1.4.3 ความเชื่อ (Beliefs) เป็นความคิดซึ่งบุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต

1.4.4 ทัศนคติ (Attitude) เป็นสภาวะทางจิตใจซึ่งแสดงถึงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้น ทัศนคติก่อตัวขึ้นมาจากประสบการณ์และส่งผลให้มีเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมซึ่งเป็นการประเมินความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคในแนวทางที่ชอบ ไม่ชอบ พอใจ หรือไม่พอใจต่ออาหารและการบริการของอาหารฟาสต์ฟู้ด ขณะเดียวกันก็เกิดจากการจัดระเบียบแนวความคิด ที่มาจากการรับรู้ การเรียนรู้ การจูงใจ ความเชื่อ และอุปนิสัยของผู้บริโภคที่รับมาจากกระบวนการที่

บุคคลเข้าไปสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมในสังคมนั้น ๆ ทักษะคติของบุคคลเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงยากมีผลทำให้พฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้นค่อนข้างคงที่

4. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ศึกษา

ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้และทัศนคติ

เยาวภา เวคะวากยานนท์ (2527 : บทคัดย่อ) ทำการวิจัยเรื่องความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับประชากรศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่สี่ โรงเรียนรัฐบาลในกรุงเทพมหานคร พบว่านักเรียนส่วนใหญ่ที่มีความรู้เกี่ยวกับประชากรศึกษามีทัศนคติเกี่ยวกับสุขภาพผู้บริโภคก่อนไปทางบวก ซึ่งสอดคล้องกับประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526 : 3) ที่กล่าวว่า ทัศนคติอาจเปลี่ยนแปลงได้ถ้าบุคคลเกิดการเรียนรู้ หรือมีความเข้าใจในประสบการณ์ใหม่ ส่วนกัลยา นาคเพ็ชร (2521 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อภาวะโภชนาการของเด็กก่อนวัยเรียนในท้องที่ตำบลค้ำพูล อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา สรุปผลได้ว่าระดับการศึกษามีผลทำให้ทัศนคติของมารดาในการบริโภคแตกต่างกัน ซึ่งคล้ายคลึงกับ สจีวิต (Schwartz, Nancy E. 1975 : 28-31) ทำการวิจัยเรื่องความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติทางด้านโภชนาการของนักเรียนที่สำเร็จชั้นมัธยมศึกษา พบว่ามีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญระหว่างความรู้ และทัศนคติทางโภชนาการคล้ายคลึงกับพัชรา กาญจนารัตน์ และคณะ (2520 : 107-157) ทำการศึกษาโครงการสุขภาพ และเปรียบเทียบพฤติกรรมสุขภาพของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 และ 7 ในอำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรีพบว่านักเรียนชาย-หญิงในเขตเทศบาลมีทัศนคติทางด้านสุขภาพดีกว่านักเรียนชาย-หญิงนอกเขตเทศบาลเนื่องจากได้รับความรู้จากสื่อมวลชนต่าง ๆ อยู่เสมอ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์

ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ และพฤติกรรม

กีฟ (Giff.1972 : 280) กล่าวว่า พฤติกรรมใด ๆ ที่บุคคลแสดงออกมาจะเป็นผลจากการตัดสินใจที่ใช้เกณฑ์การตัดสินใจ 3 ประการ คือ คุณค่า ทัศนคติ และความเชื่อ ซึ่งคล้ายคลึงกับวนิดา สิทธิธรรมฤทธิ์ (2523 : 7-8) ซึ่งกล่าวว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อบริโภคนิสัยส่วนหนึ่งก็คือความพึงพอใจในอาหาร ส่วนกัลยา นาคเพ็ชร (2521 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อภาวะโภชนาการของเด็กก่อนวัยเรียนในท้องที่ ตำบลค้ำพูล อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา สรุปผลได้ว่ามารดาที่มีทัศนคติในการบริโภคแตกต่างกันทำให้นิสัยการบริโภคของเด็กแตกต่างกันเนื่องจากนิสัยในการบริโภคของมารดาและเด็กมีความเกี่ยวข้องกัน เช่นเดียวกับ จาโซ เบิร์น และริเวอร์ (สุพร พูลสุข. 2522 : 6 ; อ้างอิงจาก Jalso, Burns and Rivers. : 1965 : 10) ศึกษาเรื่องความเชื่อและการปฏิบัติเกี่ยวกับโภชนาการ พบว่าความคิดเห็นทำให้เกิดการปฏิบัติทางด้านโภชนาการ

ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ และพฤติกรรม

ฟัสสิโล (Fusillo. 1976 : 29-30) ทำการทดสอบไอคิวผู้บริโภคในเรื่องอาหารพบว่า ผู้ที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาเข้าใจสิ่งที่พิมพ์อยู่บนฉลากสิ่งของได้ดีและตรวจสอบส่วนประกอบอาหารจากฉลากก่อนซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับชวลิต รัตกุล (2515 : 4) ซึ่งศึกษาพบว่า อิทธิพลของการศึกษา ความรู้เรื่องคุณค่าอาหาร อาจเป็นสาเหตุสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อ โดยพบว่าการศึกษาบุคคลนิยมกินอาหารเพราะรู้คุณค่าของอาหาร แสดงให้เห็นความสำคัญของการให้ความรู้ทางโภชนาการแก่ประชาชน และสอดคล้องกับเฟลค (Fleck. 1981 : 37) ที่กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคของบุคคล คือ อิทธิพลของการศึกษา เช่นเดียวกับวิณี ชิคเชิดวงศ์ (2521 : 122-123) ที่ศึกษาเปรียบเทียบลักษณะนิสัยในการบริโภคของเด็กก่อนวัยเรียนที่มาจากสภาพครอบครัวต่างกัน ในจังหวัดนครราชสีมา พบว่าเด็กที่มาจากครอบครัวที่แตกต่างกันในการศึกษามีลักษณะนิสัยในการบริโภคต่างกัน และชนิดของอาหารที่บริโภคก็ต่างกันด้วย คล้ายคลึงกับ ฟิชแมน (Fishman. 1985 : 2403-A) ศึกษาเกี่ยวกับการสอนเด็กในเรื่องการเลือกซื้ออาหารและสิ่งแวดล้อมทางด้านอาหารพบว่าเด็กที่ได้รับความรู้ในการเลือกอาหารที่ถูกต้องเหมาะสมจะสามารถเลือกซื้ออาหารได้อย่างเหมาะสม โดยมีการพิจารณาอาหารก่อนที่จะเลือกซื้อ

ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับทัศนคติและพฤติกรรม

จากการศึกษาของสง่า คามาพงษ์ และวิณะ วีระไวทยะ (2539: 40) พบว่าการได้ค่าจ้างหรือค่าแรงสูงขึ้นส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคของคนไทย คือมีกำลังซื้ออาหารมากขึ้น นอกจากนี้ยังกล่าวไว้ว่าสภาพพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติระบุว่าตั้งแต่ปี พ.ศ. 2531 เป็นต้นมาค่าใช้จ่ายรวมด้านอาหารของคนไทยได้เปลี่ยนแปลงไปจากที่เคยมีมูลค่าการซื้ออาหารพวกข้าว แป้งมากกว่ามาเป็นการซื้ออาหารพวกเนื้อสัตว์ ไข่ นม เนย มากขึ้นทั้งในเขตชนบทและเขตเมือง ผู้มีรายได้สูงจะหันไปสนใจและเลือกซื้ออาหารที่มีราคาแพงมาบริโภค เกิดค่านิยมและรสนิยมใหม่ ๆ ส่วนวิศินา จันทศิริ (2526 : 108-109) กล่าวว่าจากการสำรวจการบริโภคอาหารในสหรัฐอเมริกา พบว่ารายได้มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้ออาหารทั้งในด้านชนิดและปริมาณอาหารซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอาร์มสตรอง (Armstrong. 1985: 3746-3787) พบว่าฐานะทางเศรษฐกิจมีผลต่อความคิดเห็นด้านโภชนาการและบริโภคนิสัยในด้านบวก บุคคลที่มาจากครอบครัวที่มีฐานะดี มีคะแนนภาวะโภชนาการดีกว่าคนที่มาจากครอบครัวที่มีฐานะปานกลางและยากจน

ดังนั้น การศึกษาของสมฤดี วีระพงษ์ (2535 : 113) จึงพบว่านักเรียนที่มีผู้ปกครองที่มีรายได้หรือฐานะทางเศรษฐกิจต่างกันมีทัศนคติและการปฏิบัติในการบริโภคอาหารจานด่วน แตกต่างกันอย่างสอดคล้องกับการศึกษาของอักรฤทธิ์ หอมประเสริฐ (2543 : บทคัดย่อ) ซึ่งผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดแตกต่างกันอย่าง

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ภูษงค์ ภูษกุลบุตร (2524 ; 150-157) ซึ่งพบว่าปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจสังคมมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติตัวทางด้านสุขภาพเกี่ยวกับการบริโภค คือ หัวหน้าครอบครัวที่มีรายได้สูงและมีการศึกษาสูงจะมีความคิดและการปฏิบัติดีกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำและการศึกษาต่ำ

ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับทัศนคติและพฤติกรรม

ระดับการศึกษาเป็นตัวแปรที่มีผลต่อความคิด ความเชื่อ ค่านิยม และทัศนคติของบุคคลเกี่ยวกับการบริโภคอาหาร ถ้าบุคคลมีการศึกษาดี ก็จะทำให้บุคคลมีความรู้เกี่ยวกับโภชนาการดี รู้ว่าอาหารชนิดมีประโยชน์ควรรับประทาน อาหารชนิดมีโทษควรละเว้น ดังนั้นจากการศึกษาของ กัลยา นาคเพ็ชร (2521: 4) จึงพบว่าระดับการศึกษามีความสำคัญต่อเจตคติ การเลือกซื้ออาหารและพฤติกรรมการบริโภคของบุคคลเป็นอย่างมาก เพราะบุคคลที่มีการศึกษาสูงก็จะมีความรู้เรื่องโภชนาการดีจะรู้จักเลือกซื้ออาหารที่ดีมีประโยชน์ และมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ถูกต้องมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำ หรือไม่มีการศึกษา สอดคล้องกับ คำกล่าวของชวลิต รัตกุล. (2515 : 6) ที่ว่าอิทธิพลของการศึกษาเกี่ยวกับการมีความรู้เรื่องคุณค่าอาหารอาจเป็นเหตุผลสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อ และสอดคล้องกับงานวิจัยของสมฤดี วีระพงศ์ (2535 : 112) พบว่านักเรียนที่มีผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความรู้และทัศนคติในเรื่องการบริโภคอาหารจานด่วนแตกต่างกัน เช่นเดียวกับการศึกษาคุขณี สุทธปรียาศรี (ชลิตา อุ๋นกำเนิด. 2535 : 11 ; อ้างอิงจากคุขณี สุทธปรียาศรี.2531 : 18-19) ที่พบว่าปัจจัยทางสังคมวัฒนธรรมปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อนิสัยเกี่ยวกับการกินอาหาร คือการศึกษา และเป็นไปในแนวทางเดียวกันกับงานวิจัยของมนธิรา รัชตะสมบูรณ์ (2544 : 70-71) ซึ่งพบว่าระดับการศึกษาเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเกี่ยวกับการบริโภคอาหารชีวจิต

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

5.1 งานวิจัยภายในประเทศ

รัชณี ขนด้นิยม (2530 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อกิจการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักศึกษาร้อยละ 95 เคยใช้บริการที่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนประเภทอาหารฟาสต์ฟู้ดที่ชอบรับประทานมากที่สุด คือ ไก่ทอด รองลงมา ได้แก่ โคนัท และแฮมเบอร์เกอร์ ส่วนประเภทเครื่องดื่มที่นักศึกษาชอบมากที่สุด คือ น้ำอัดลม รองลงมา ได้แก่ น้ำผลไม้ น้ำหวาน และชา กาแฟ สำหรับเหตุผลที่นักศึกษาไปใช้บริการที่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด พบว่า ใช้ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดเป็นสถานที่นัดพบมากที่สุด รองลงมาคือเพื่อนชวน และต้องการเปลี่ยนรสชาติอาหาร ส่วนมูลเหตุจูงใจสำคัญที่ทำให้นักศึกษา

เข้าไปใช้บริการเป็นครั้งแรก คือ เพื่อนชวน รองลงมา ได้แก่ เห็นว่าเป็นกิจกรรมใหม่ อยากลองใช้บริการ และการตกแต่งร้านดึงดูดใจ

ดร.รชนี วิชาญจิตร (2535 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดประเภทไก่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นหญิง มีอายุในช่วง 16-25 ปี ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด อาชีพส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา และพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ในช่วง 1,501- 3,500 บาท ต่อเดือน ผู้บริโภครู้จักอาหารฟาสต์ฟู้ดประเภทไก่ เนื่องจากสื่อโฆษณาประเภทโทรทัศน์มากที่สุด ส่วนด้านทัศนคติและความคิดเห็นผู้บริโภคมีความเห็นว่าทั้งการส่งเสริมการขายและการโฆษณามีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดประเภทไก่โดยเฉพาะส่งเสริมการขายประเภทลดราคานอกจากนี้ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ราคาของอาหารฟาสต์ฟู้ดประเภทไก่ ในปัจจุบันราคาไม่เหมาะสม คือ ราคาแพงเกินไป ในด้านคุณค่าทางอาหารครบถ้วนและมีรสชาติที่ดีแล้วและถ้าหากว่ามีการคิดค้นอาหารฟาสต์ฟู้ดประเภทไก่สูตรใหม่ ๆ ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะทดลองบริโภค

ปฐมปัทม์ สระบัว (2536 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดของแมคโดนัลด์ในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่าในปัจจุบันอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดได้กลายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับชีวิตประจำวันของคนทั่วไปเพราะสังคมเปลี่ยนไป เวลาว่างของคนทำงานเริ่มน้อยลง เวลาส่วนใหญ่หมดไปกับการทำงานและการเดินทาง คนส่วนใหญ่จึงนิยมรับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ดมากขึ้น สาเหตุที่ทำให้ธุรกิจประเภทนี้เติบโตมากขึ้นคือ ผลทางเศรษฐกิจที่คนไทยมีรายได้เพิ่มขึ้นอีกทั้งสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ตลอดจนสื่อมวลชนต่าง ๆ ที่เข้ามามีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดของคนไทย

สุทธิลักษณ์ สมิตะสิริ และคณะ(2537 : 60-63) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อวัฒนธรรมการกินของผู้หญิงทำงานในกรุงเทพฯ : กรณีศึกษาย่านถนนสีลมและรัฐวิสาหกิจ โดยศึกษาจากผู้หญิงทำงานที่มีอายุ 20-50 ปี ที่ทำงานในย่านดังกล่าว พบว่าปัจจัยที่สำคัญได้แก่ ความสะดวกและเวลา รสชาติ ความเชื่อ ค่านิยม โฆษณา และข้อมูลข่าวสารทางโภชนาการซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีส่วนในการกำหนดพฤติกรรมการกินของผู้หญิงกลุ่มที่ศึกษา มีการทานอาหารไทยเป็นหลัก รับประทานอาหารนอกบ้านเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นเพราะบริบทของการทำงานและเป็นรูปแบบของการสังสรรค์อย่างหนึ่ง วัฒนธรรมในการรับประทานอาหารมีลักษณะสุขภาพตามมาตรฐานแบบไทยสมัยใหม่ ลักษณะอาหารที่รับประทานมีแนวโน้มที่จะเป็นประเภทแป้งน้อยลง แต่เป็นประเภทโปรตีนจากสัตว์และไขมันมากขึ้น โดยภาพรวมรับประทานอาหารที่มีวิตามินเอ ธาตุเหล็ก ฟอสฟอรัสเพียงพอต่อความต้องการของร่างกาย แต่ได้รับแคลเซียมไม่เพียงพอ แต่สภาวะโภชนาการโดยทั่วไปยังถือ

ได้ว่าอยู่ในระดับมาตรฐาน แต่ในกลุ่มที่มีรูปร่างท้วม/อ้วนซึ่งมีอายุมากกว่า 30 ปีขึ้นไป อาจมีความเสี่ยงต่อโรคที่เนื่องมาจากการรับประทานอาหารที่มีพลังงานและไขมันสูงเกินไป

✓ อัครฤทธิ์ หอมประเสริฐ (2543 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นที่มีต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดประเภทธุรกิจแฟรนไชส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคที่มีเพศและระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดประเภทธุรกิจแฟรนไชส์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมว่ามีความเหมาะสมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมว่ามีความเหมาะสมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ และทำเลที่ตั้งแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้บริโภคที่มีอาชีพ ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมว่ามีความเหมาะสมที่ระดับ .01 มีความคิดเห็นต่อด้านผลิตภัณฑ์ว่ามีความเหมาะสมแตกต่างกันที่ระดับ .05 ส่วนด้านทำเลที่ตั้งผู้บริโภคมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด ด้านราคาว่ามีความเหมาะสมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่ามีความเหมาะสมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สุนิสา พิลาสกุล (2540 : 87-89) ทำการศึกษาเรื่องฟาสต์ฟู้ด การบริโภคแบบใหม่ในสังคมไทย เป็นการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของคนไทย ผลการศึกษาพบว่าฟาสต์ฟู้ดเข้ามาสู่วัฒนธรรมไทย เจริญเติบโตและขยายตัวอย่างรวดเร็วทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดในรูปของธุรกิจแฟรนไชส์เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยเฉพาะคนไทยรุ่นใหม่ที่มีรายได้ปานกลางขึ้นไป รวมทั้งนักเรียน และนักศึกษาที่นิยมวัฒนธรรมการบริโภคแบบตะวันตกอันเป็นผลมาจากการสร้างค่านิยมด้วยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของสื่อมวลชน โดยที่กลุ่มผู้บริโภคเหล่านี้ไม่ได้ตระหนักถึงคุณค่าอาหารรวมทั้งอันตรายที่อาจเกิดขึ้นจากการบริโภคอาหารเกินความต้องการของร่างกาย ปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้การบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดแพร่หลายคือ ความสะดวกรวดเร็วของการบริการรวมทั้งมาตรฐานของการบริการและคุณภาพของอาหาร นอกจากนี้ผู้บริโภคสามารถใช้เวลาอยู่ในร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดได้อย่างอิสระซึ่งร้านอาหารไทยโดยทั่วไปไม่สามารถทำได้ การบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดจึงมีบทบาทมากขึ้นในสังคมไทย และมีความเป็นไปได้ว่าอาหารฟาสต์ฟู้ดจะเป็นแบบแผนทางการบริโภคของคนไทยกลุ่มหนึ่งได้ในอนาคต

5.2 งานวิจัยต่างประเทศ

เบรดเดนเนอร์ และคณะ (Bredenner et al.1984 : 385-387) ทำการศึกษาเรื่องหลักสูตรโภชนาการสำหรับการสอนสุขศึกษาที่มีผลต่อความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการบริโภคของนักเรียน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลการสอนโครงการตามหลักสูตรโภชนาการสำหรับนักเรียนเกรด 7,8,10 และ 11 (มัธยมศึกษา 1,2,4 และ 5) ตามสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ศึกษาจากคะแนนพัฒนาการด้านความรู้ ทักษะในการเลือกรับประทานอาหาร และพฤติกรรมการบริโภค แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มทดลอง 1 กลุ่ม กลุ่มควบคุม 2 กลุ่ม ทำการทดสอบก่อนและหลังเรียน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถามวัดความรู้ ทักษะ และแบบแสดงรายการการปฏิบัติ ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มที่ 1 มีคะแนนความรู้สูงขึ้นทักษะไม่เปลี่ยนแปลง กลุ่ม 2 และ 3 มีความรู้ ทักษะ และการปฏิบัติไม่แตกต่างกันและพบว่าความรู้ไม่มีผลต่อการปฏิบัติของนักเรียน

อาร์มสตรอง (Armstrong. 1985 : 3787) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อบริโภคนิสัยของชาวแอนติกันในอินเดียตะวันตกจำนวน 305 ครอบครัว พบว่าฐานะทางเศรษฐกิจและกลุ่มคนที่มีความคิดสมัยใหม่มีความคิดเห็นด้านโภชนาการและบริโภคนิสัยด้านบวก บุคคลที่มาจากครอบครัวที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดี มีคะแนนของภาวะโภชนาการดีกว่าบุคคลที่มาจากครอบครัวที่มีฐานะเศรษฐกิจปานกลางและยากจน

บริลฮาร์ท (Brillhart. 1991 : 270) ได้ทำการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งข้อมูลโภชนาการ ความรู้ เจตคติ ทางโภชนาการของวัยรุ่น ผลการศึกษาพบว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ทางโภชนาการกับระดับคะแนน ความรู้โภชนาการกับเพศ เจตคติกับความรู้โภชนาการ วัยรุ่นใช้แหล่งข้อมูลโภชนาการที่มีอยู่แล้วโดยไม่พิจารณาความถูกต้อง เพราะไม่มีความสัมพันธ์ของแหล่งข้อมูลกับระดับคะแนน เพศ เจตคติ และความรู้โภชนาการ

มูระตะ (Murata. 1992 : 52-143) ทำการศึกษาชาวญี่ปุ่นพบว่าปัจจุบันวิถีชีวิตของคนญี่ปุ่นเปลี่ยนไป มีลักษณะเป็นแบบตะวันตกและเป็นแบบสังคมอุตสาหกรรมมากขึ้น จึงส่งผลกระทบต่อในด้านลบต่ออาหารที่บริโภค และรูปแบบการบริโภคอาหารของคนรุ่นใหม่โดยการเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ชัดคือการบริโภคไขมันเพิ่มขึ้น บริโภคอาหารสำเร็จรูปที่ผ่านกระบวนการมากขึ้น บริโภคอาหารไม่เป็นเวลา มีการงอมือเข้าหรือบริโภคกลางคืน บริโภคอาหารจานด่วนมากขึ้น และขาดการออกกำลังกาย

สนั่นเมือง (Sananmuang. 1993 : 565) ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจในการรับประทานอาหารของวัยรุ่นไทย กับความรู้ และเจตคติของมารดาในเรื่องอาหารและโภชนาการ ผลการวิจัยพบว่า อาชีพของบิดา มารดา และรายได้ครอบครัวมีความสัมพันธ์กันมากต่อความรู้ และเจตคติของแม่ต่ออาหารและโภชนาการ อาชีพของมารดามีผลทางลบโดยตรงต่อเจตคติ การ

เตรียมอาหารและการดูแลโภชนาการ นอกจากนี้เจตคติของแม่มีความสำคัญต่อโภชนาการ และมีอาหารมีผลทางบวกโดยตรงต่อเจตคติการเตรียมอาหารและการดูแลโภชนาการ ยิ่งกว่านั้นความรู้ทางด้านโภชนาการของแม่ก็มีผลทางบวกโดยตรงต่อความรู้เกี่ยวกับส่วนประกอบของอาหารซึ่งมีผลโดยตรงต่อความรู้เกี่ยวกับอาหารและโปรตีนที่สมดุล ขณะที่เจตคติของแม่ต่อการเตรียมอาหารและการดูแลโภชนาการมีผลทางบวกโดยตรงต่อความพึงพอใจในอาหารของวัยรุ่น

เนลสัน (Nelson. 1994 : 215) ได้ทำการวิจัยเรื่องเจตคติและพฤติกรรมการกินปกติ และโรคเบื่ออาหารของนักศึกษาวัยรุ่นมหาวิทยาลัยเซนต์หลุยส์ ผลการวิจัยพบว่านักศึกษาชายเกิดอาการเบื่ออาหารร้อยละ 10 และนักศึกษาหญิงเกิดอาการเบื่ออาหารสูงสุคร้อยละ 20 การกินอาหารของนักศึกษาชายกับนักศึกษาหญิงมีการรับรู้ทางบวก และมีปัญหาทางด้านจิตใจน้อยกว่าผู้มีปัญหาการกินอาหารผิดปกติ โดยนักศึกษาชายมีปัญหาในการกินอาหารสูงมาก และเกิดจากบรรยากาศของครอบครัว คือ การควบคุมของพ่อ โดยผู้ที่มีปัญหาเกี่ยวกับการกินอาหารมีการควบคุมทางจิตใจสูง การเบื่ออาหารของนักศึกษาหญิงมีมากกว่านักศึกษาชาย

เจกเนอฟสกี (Jekanowski. 1998 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาค้นคว้าเรื่องการศึกษาความต้องการอาหารฟาสต์ฟู้ดในเขตชุมชนเมืองใหญ่และย่านธุรกิจ พบว่า ในสหรัฐอเมริกามีการรับประทานอาหารนอกบ้านค่อนข้างสูง โดยกลุ่มอาหารฟาสต์ฟู้ดมีการเจริญเติบโตสูงสุดระหว่างปี 1970-1992 มีเปอร์เซ็นต์เพิ่มขึ้น 5.8 เปอร์เซ็นต์ต่อปีซึ่งเป็น 2 เท่าของอัตราการขยายตัวของธุรกิจร้านอาหาร ข้อเสนอส่วนใหญ่ที่เกี่ยวกับธุรกิจนี้มาจากการวิจัยที่มุ่งเน้นอาหารทุกกลุ่มทุกประเภทนอกบ้าน พบว่า การบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปเนื่องมาจากการเปลี่ยนด้านประชากรศาสตร์ รสนิยม ความชอบ การเสียเวลา ความสะดวก ทำเลที่ตั้ง ความสะดวกในการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด และจากผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าตลาดของธุรกิจประเภทนี้ยังไม่อิ่มตัว ถึงแม้ว่าผู้ที่เกี่ยวข้องจะได้คาดการณ์เอาไว้ว่าอิ่มตัวแล้วก็ตาม สิ่งที่บอกเป็นนัยคือ การเข้าไปใช้บริการในร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดเพิ่มขึ้น และมีผลอย่างมากต่อการขยายตัวของธุรกิจประเภทนี้ ซึ่งชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อความสะดวกเป็นอย่างมาก ในขณะที่มีหลักฐานว่ารูปแบบการบริโภคจะแตกต่างกันระหว่างผู้บริโภค แต่การเปลี่ยนแปลงในลักษณะทางประชากรศาสตร์ เมื่อเวลาผ่านไปกลับไม่มีผลต่อการบริโภคที่เพิ่มขึ้นของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

*แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นผู้บริโภคอาหารจานด่วนที่อยู่ในวัยทำงานซึ่งทำงานหรืออยู่อาศัยในย่านสีลม กรุงเทพมหานคร จำนวน 300 คน ซึ่งอายุระหว่าง 25-50 ปีได้มาจากกลุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยนำแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างกรอกข้อมูลด้วยตนเอง ณ ห้างสรรพสินค้าสีลมคอมเพล็กซ์ ถนนสีลม

*เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นแบบสอบถามการศึกษาศักยภาพสัมพันธระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงาน ย่านสีลม เขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภควัยทำงาน เป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา เป็นลักษณะคำถามแบบเลือกตอบ

ตัวอย่างแบบสอบถาม

เพศ

() ชาย () หญิง

อายุ

() 25 - 30 ปี () 31 - 35 ปี

() 36 - 40 ปี () 41 ปีขึ้นไป

ตอนที่ 2 แบบทดสอบความรู้ทางโภชนาการ เป็นแบบทดสอบแบบเลือกตอบถูก-ผิดซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจ การนำความรู้ทางโภชนาการไปประยุกต์ใช้ และการวิเคราะห์ กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละข้อ โดยตอบถูกให้ 1 คะแนน ตอบผิดให้ 0 คะแนน กำหนดเกณฑ์การประเมินผลความรู้ทางโภชนาการ โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้ (กรมวิชาการ. 2535 : 24)

ความรู้ระดับดีมาก หมายถึง คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 0.80 ขึ้นไป

ความรู้ระดับดี หมายถึง คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 0.70-0.79

ความรู้ระดับปานกลาง	หมายถึง	คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	0.60-0.69
ความรู้ระดับต่ำ	หมายถึง	คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	0.50-0.59
ความรู้ระดับต่ำมาก	หมายถึง	คะแนนเฉลี่ยต่ำกว่า	0.49

ตัวอย่างแบบทดสอบ

-✓..... 1. การลดอาหารที่มีไขมันอิ่มตัว สามารถลดไขมันในเลือดได้
-X..... 2. คนทำงานควรได้รับสารอาหารพวกคาร์โบไฮเดรต และไขมันมาก ๆ เพื่อนำพลังงานไปใช้ในการทำงาน

ตอนที่ 3 แบบสอบถามทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วน เป็นแบบสอบถามแบบประเมินค่า (Rating Scales) ชนิด 5 ตัวเลือกกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละข้อดังนี้

	ข้อความทางบวก	ข้อความทางลบ
เห็นด้วยมากที่สุด	5 คะแนน	1 คะแนน
เห็นด้วยมาก	4 คะแนน	2 คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	3 คะแนน	3 คะแนน
เห็นด้วยน้อย	2 คะแนน	4 คะแนน
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1 คะแนน	5 คะแนน

กำหนดการแปลผลทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนด้วยการจัดระดับโดยใช้เกณฑ์ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538 : 9)

ทัศนคติดี	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย	3.67-5.00
ทัศนคติปานกลาง	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย	2.34-3.66
ทัศนคติไม่ดี	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย	1.00-2.33

ตัวอย่างแบบสอบถาม

ทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วน	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย มาก ที่สุด	เห็น ด้วย มาก	เห็น ด้วย ปาน กลาง	เห็น ด้วย น้อย	เห็น ด้วย น้อยที่ สุด
1. ข้าพเจ้าคิดว่าอาหารที่มีประโยชน์มักมีราคาแพง					

ตอนที่ 4 แบบสอบถามพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วน เป็นแบบสอบถามแบบประเมินค่า (Rating Scales) ชนิด 5 ตัวเลือกกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละข้อดังนี้

	การปฏิบัติทางบวก	การปฏิบัติทางลบ
ปฏิบัติเป็นประจำ	5 คะแนน	1 คะแนน
ปฏิบัติบ่อย	4 คะแนน	2 คะแนน
ปฏิบัติปานกลาง	3 คะแนน	3 คะแนน
ปฏิบัตินาน ๆ ครั้ง	2 คะแนน	4 คะแนน
ไม่ปฏิบัติเลย	1 คะแนน	5 คะแนน

กำหนดการแปลผลพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนด้วยการจัดระดับโดยใช้เกณฑ์ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538 : 9)

พฤติกรรมการบริโภคอาหารอยู่ในเกณฑ์ดี	หมายถึง ค่าเฉลี่ย 3.67-5.00
พฤติกรรมการบริโภคอาหารอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง	หมายถึง ค่าเฉลี่ย 2.34-3.66
พฤติกรรมการบริโภคอาหารอยู่ในเกณฑ์ไม่ดี	หมายถึง ค่าเฉลี่ย 1.00-2.33

ตัวอย่างแบบสอบถาม

พฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วน	ระดับการปฏิบัติ				
	ปฏิบัติ ประจำ	ปฏิบัติ บ่อย	ปฏิบัติ ปานกลาง	ปฏิบัติ นาน ๆ ครั้ง	ไม่ปฏิบัติ เลย
1. ข้าพเจ้าซื้ออาหารตามคำโฆษณา ในหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์					

วิธีการสร้างเครื่องมือและการหาคุณภาพเครื่องมือ

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษารวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากเอกสารทางวิชาการ หนังสือ ตำรา และรายงานการวิจัย รวมทั้งบทความ นิตยสาร หนังสือพิมพ์รายวันและรายสัปดาห์ที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคอาหารจานด่วน
2. สร้างแบบทดสอบและแบบสอบถามและนำเครื่องมือที่สร้างเสร็จแล้วนำไปให้อาจารย์ไพศาล อินประเสริฐ และผศ.ดร.นันทา สุรักษาทำการตรวจสอบ และเสนอแนะเพิ่มเติม
3. นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับผู้บริโภควัยทำงานที่เข้ามาใช้บริการในห้างสรรพสินค้าสีลมคอมเพล็กซ์ซึ่งเป็นผู้บริโภคที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 คน แล้วนำมาตรวจให้คะแนนทำการวิเคราะห์รายข้อ และหาคุณภาพของเครื่องมือ

การหาคุณภาพเครื่องมือ

1. การหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Validity)
 - 1.1 นำแบบทดสอบความรู้ทางโภชนาการ แบบสอบถามทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วน และแบบสอบถามพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนให้อาจารย์ไพศาล อินประเสริฐ และผศ.ดร.นันทา สุรักษาตรวจแล้วนำมาแก้ไข
 - 1.2 นำแบบทดสอบ และแบบสอบถามที่แก้ไขปรับปรุงแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 2 ท่านตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา และความเหมาะสมทางภาษาโดยอาศัยดุลยพินิจของผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเป็นรายข้อว่าแต่ละข้อคำถามมีความสอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการวัดหรือไม่
2. การหาความยากง่าย (Difficulty)

วิเคราะห์หาความยากง่ายของแบบทดสอบความรู้ทางโภชนาการเป็นรายข้อจำนวน 20 ข้อ และเลือกข้อที่มีค่าความยากง่ายอยู่ระหว่าง 0.2-0.8 ได้ทั้งหมด 20 ข้อ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์.2538 : 136)
3. การหาค่าอำนาจจำแนก (Discrimination Power)
 - 3.1 หาค่าอำนาจจำแนกของแบบทดสอบความรู้ทางโภชนาการ โดยวิเคราะห์ค่า สหสัมพันธ์แบบพอยท์ไบเซรียล (Point Biserial Correlation) เพื่อหาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อจำนวน 20 ข้อกับคะแนนรวมทั้งฉบับ แล้วเลือกข้อที่มีค่าอำนาจจำแนกตั้งแต่ 0.2 ขึ้นไป ได้ทั้งหมด 20 ข้อ (อัญชลิ อยู่พรหม. 2543 : 60)

3.2 หาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วน จำนวน 20 ข้อ และแบบสอบถามพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนจำนวน 20 ข้อ โดยใช้สูตรการแจกแจงแบบที (t - distribution) พิจารณาเลือกข้อที่มีค่าอำนาจจำแนกตั้งแต่ 0.2 ขึ้นไป โดยแบบสอบถามทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนได้ทั้งหมด 20 ข้อ และแบบสอบถามพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนได้ทั้งหมด 16 ข้อ (ล้วน สายยศและอังคณา สายยศ. 2528 : 215 - 217)

4. การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

4.1 นำแบบทดสอบความรู้ทางโภชนาการที่มีความยากง่าย และมีค่าอำนาจจำแนกที่ใช้ได้มาหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้สูตร KR-20 (Kuder- Richardson Formula 20) ได้คะแนนรวมของค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.968 (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2528 : 168-169)

4.2 นำแบบสอบถามทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วน และแบบสอบถามพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วน มาหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) โดยแบบสอบถามทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนได้คะแนนรวมของค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.5935 และแบบสอบถามพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนได้คะแนนรวมของค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.74 (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538 : 125)

✓ การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามลำดับดังนี้

1. ขออนุญาตจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร เพื่อขอความอนุเคราะห์จากห้างสรรพสินค้าสีลมคอมเพล็กซ์ในการอนุญาตเก็บแบบสอบถามจากลูกค้าที่มาใช้บริการในห้างสรรพสินค้าสีลมคอมเพล็กซ์

2. ผู้วิจัยเดินทางไปเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยการแจกแบบสอบถามทั้งสิ้นเป็นจำนวน 380 ฉบับระหว่างวันที่ 11 มกราคม 2546 ถึงวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2546 ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามและเก็บแบบสอบถามคืนภายในวันที่เก็บรวบรวมข้อมูลได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 300 ฉบับคิดเป็นร้อยละ 79 และไม่สมบูรณ์จำนวน 80 ฉบับคิดเป็นร้อยละ 21 โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้บริโภควัยทำงานที่เคยหรือกำลังเข้าไปใช้บริการและบริโภคอาหารจานด่วนในห้างสรรพสินค้าสีลมคอมเพล็กซ์ ถนนสีลมกรุงเทพมหานคร

3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมดมาตรวจสอบความเรียบร้อยและเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 300 ฉบับมาตรวจให้คะแนนและนำข้อมูลไปวิเคราะห์ต่อไป

✓การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. คัดเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์ นำมาตรวจสอบให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ นำมาลงรหัส เพื่อทำการวิเคราะห์ต่อไป
2. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ มีขั้นตอนดังนี้
 - 2.1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง
 - 2.2 แบบทดสอบความรู้ทางโภชนาการ แบบสอบถามทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วน และแบบสอบถามพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนโดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง
3. หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนความรู้ทางโภชนาการ ทัศนคติ และพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่าย (Simple Correlation) ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)
4. เปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ทางโภชนาการ ทัศนคติ และพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนจำแนกตามรายได้และระดับการศึกษาโดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) โดยใช้สูตร F-test ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการทดสอบรายคู่โดยวิธีการของเชฟเฟ้ (Scheffe')

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าสถิติพื้นฐาน

- 1.1 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Arithmetic Mean) โดยใช้สูตร (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ.2528 :73-74)

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{N}$$

เมื่อ	\bar{x}	แทน	ค่าเฉลี่ย
	$\sum x$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	N	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

1.2 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้สูตร (ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. 2528 : 79-80)

$$S.D. = \sqrt{\frac{N\sum x^2 - (\sum x)^2}{N(N-1)}}$$

เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	N	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	$\sum x$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	$(\sum x)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมือ

2.1 ค่าอำนาจจำแนกของแบบทดสอบความรู้ทาง โภชนาการ โดยใช้สูตรวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์แบบพอยท์ไบเซรียล (Point Biserial Correlation) (อัญชลี อยู่พรหม. 2543 : 60)

$$r_{p.bis} = \frac{\bar{X}_p - \bar{X}_f}{S_t} \cdot \sqrt{pq}$$

เมื่อ	$r_{p.bis}$	แทน	ค่าอำนาจจำแนกของข้อสอบ
	\bar{X}_p	แทน	คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มที่ทำข้อนั้นได้
	\bar{X}_f	แทน	คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มที่ทำข้อนั้นไม่ได้
	S_t	แทน	คะแนนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแบบทดสอบฉบับนั้น
	p	แทน	สัดส่วนของคนที่ทำข้อนั้นได้
	q	แทน	สัดส่วนของคนที่ทำข้อนั้นไม่ได้หรือ $1-p$

2.2 ค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วน และแบบสอบถามพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วน โดยใช้สูตรการแจกแจงที (t - distribution) (ล้วน สายยศและอังคณา สายยศ. 2528 : 215 - 217)

$$t = \frac{\bar{X}_H - \bar{X}_L}{\sqrt{\frac{S_H^2}{n_H} + \frac{S_L^2}{n_L}}}$$

เมื่อ t	แทน	ค่าอำนาจจำแนกของข้อสอบ
\bar{X}_H	แทน	คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มสูง
\bar{X}_L	แทน	คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มต่ำ
S_H^2	แทน	ความแปรปรวนของกลุ่มสูง
S_L^2	แทน	ความแปรปรวนของกลุ่มต่ำ
n_H	แทน	จำนวนในกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มสูง
n_L	แทน	จำนวนในกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มต่ำ

2.3 ค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบความรู้ทางโภชนาการ โดยใช้สูตร KR-20 (Kuder- Richardson Formula 20) (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ.2528 : 168-169)

$$r_{tt} = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum pq}{S_t^2} \right]$$

เมื่อ	r_{tt}	แทน	ค่าความเชื่อมั่น
	n	แทน	จำนวนข้อของเครื่องมือ
	p	แทน	สัดส่วนของผู้ทำได้ในข้อหนึ่ง ๆ นั่นคือ
	q	แทน	สัดส่วนของคนทำถูกกับคนทั้งหมด
	S_t^2	แทน	สัดส่วนของผู้ทำผิดในข้อหนึ่ง ๆ หรือ คือ 1-p
	S_t^2	แทน	คะแนนความแปรปรวนของเครื่องมือฉบับนั้น

2.4 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วน และแบบสอบถามพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วน โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค โดยใช้สูตร (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538 : 125)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

เมื่อ	α	แทน	สัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น
	n	แทน	จำนวนข้อของแบบสอบถาม
	$\sum S_i^2$	แทน	ผลรวมของค่าความแปรปรวนของคะแนนเป็นรายข้อ
	S_t^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนทั้งหมด

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่

3.1 หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนความรู้ทางโภชนาการ ทัศนคติ และพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วน โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่าย (Simple Correlation) ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) (สุณี รักษาเกียรติศักดิ์. 2539 : 117)

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{[N \sum x^2 - (\sum x)^2][N \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

เมื่อ	r_{xy}	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร x กับตัวแปร y
	N	แทน	จำนวนคนหรือจำนวนคู่ของข้อมูล
	$\sum x$	แทน	ผลรวมของคะแนนดิบของตัวแปร x
	$\sum y$	แทน	ผลรวมของคะแนนดิบของตัวแปร y
	$\sum xy$	แทน	ผลรวมของผลคูณของคะแนนตัวแปร x กับคะแนนของตัวแปร y เป็นคู่ๆ ในรูปคะแนนดิบ

$$\begin{array}{ll} \sum X^2 & \text{แทน ผลรวมของกำลังสองของคะแนนดิบตัวแปร x} \\ \sum Y^2 & \text{แทน ผลรวมของกำลังสองของคะแนนดิบตัวแปร y} \end{array}$$

3.2 เมื่อมีค่าเฉลี่ยของตัวแปรมากกว่า 3 กลุ่ม ใช้วิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2537 : 240)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ F แทน ค่าการแจกแจงของ F
 MS_b แทน ค่าความแปรปรวน (Mean Square) ระหว่างกลุ่ม
 MS_w แทน ค่าความแปรปรวน (Mean Square) ในกลุ่ม

3.3 ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการทดสอบรายคู่โดยวิธีการของเชฟเฟ้ (Scheffe') (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538 : 227)

$$S = \sqrt{(k-1)F(\alpha, df_b, df_w)} \sqrt{\frac{2}{n} MS_w}$$

S แทน ค่าวิกฤติ แบบเชฟเฟ้
 F แทน ค่าการแจกแจงของ F
 MS_w แทน ค่า Mean square ภายในกลุ่มที่ได้จากการคำนวณในการวิเคราะห์ความแปรปรวน
 n แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ผู้วิจัยจึงได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใส่แทนความหมายของข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

- N = จำนวนกลุ่มตัวอย่างในแหล่งข้อมูล
- \bar{X} = ค่าเฉลี่ย (Mean)
- S.D. = ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
- r_{xy} = ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนความรู้ทางโภชนาการ ทักษะคิด และพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วน
- F = ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรมากกว่า 3 กลุ่ม ใช้วิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance)
- df = ระดับชั้นแห่งความเป็นอิสระ (Degrees of Freedom)
- SS = ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
- MS = ค่าเฉลี่ยของผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean Squares)
- *
- ** = ค่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
- p = ความน่าจะเป็นที่ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบจะตกอยู่ในช่วงปฏิเสธสมมติฐาน

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน ตามลำดับ ดังนี้
ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษาโดยใช้ความถี่ ร้อยละ

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแบบทดสอบความรู้ทางโภชนาการ แบบสอบถามทักษะคิดในการบริโภคอาหารจานด่วนและแบบสอบถามพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วน

ตอนที่ 3 ทดสอบสมมติฐานในการวิจัย

1. หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนความรู้ทางโภชนาการ ทักษะคิด และพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วน โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่าย Simple Correlation

2. เปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ทางโภชนาการ ทักษะคิด และพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนจำแนกตามรายได้และระดับการศึกษาโดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว โดยใช้สูตร F-test ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการทดสอบรายคู่โดยวิธีการของเชฟเฟ้ (Scheffe')

การวิเคราะห์ข้อมูล

✓ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษาโดยใช้ความถี่ ร้อยละ ดังแสดงในตาราง 2 – 6

ตาราง 2 จำนวนและค่าร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	101 13	33.70 65
หญิง	199 7	66.30 35
รวม	300 20	100.00

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 300 คน เมื่อจำแนกตามเพศเป็นเพศชาย จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 33.70 และเป็นเพศหญิง จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 66.30 ตามลำดับ

$$\frac{101}{300} \times 100$$

$$\frac{13}{20} \times 100 = 65$$

$$\frac{7}{20} \times 100 = 35$$

ตาราง 3 จำนวนและค่าร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
25-30 ปี ๑๐↓	131 4	43.70 20
31-35 ปี ๒๐-๒๕	105 ๘	35.00 40
36-40 ปี ๒๖-๓๐	48 4	16.00 ๒๐
41 ปีขึ้นไป ๓๐↑	16 4	5.30 20
รวม	300 ๑๐	100.00

จากตาราง 3 พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 300 คน เมื่อจำแนกตามอายุเป็น อายุ 25-30 ปี จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 43.70 อายุ 31-35 ปี จำนวน 105 คน คิดเป็น ร้อยละ 35.00 อายุ 36-40 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 และอายุ 41 ปี ขึ้นไป จำนวน 16 คน คิดเป็น ร้อยละ 5.30 ตามลำดับ

ตาราง 4 จำนวนและค่าร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	14 ๐	4.70 ๐
มัธยมศึกษา	41 1๒	13.70 ๖๐
อนุปริญญา , อาชีวศึกษา	33 ๐	11.00 ๐
ปริญญาตรี	192 ๘	64.00 40
สูงกว่าปริญญาตรี	20 ๐	6.70 ๐
รวม	300 ๑๐	100.00

จากตาราง 4 พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 300 คน เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.70 ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 13.70 ระดับอนุปริญญา , อาชีวศึกษา จำนวน 33 คน คิดเป็น ร้อยละ 11.00 ระดับปริญญาตรี จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 64.00 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 20 คน คิดเป็น ร้อยละ 6.70 ตามลำดับ

ตาราง 5 จำนวนและค่าร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	34 1	11.30 5
พนักงานบริษัทเอกชน	214 3	71.30 15
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	30 2	10.00 10
อื่น ๆ	- 22 0	7.30 0
รวม	300 14	100.00 40

จากตาราง 5 พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 300 คน เมื่อจำแนกตามอาชีพ มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 11.30 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 71.30 อาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 30 คน คิดเป็น ร้อยละ 10.00 และอาชีพอื่น ๆ จำนวน 22 คน คิดเป็น ร้อยละ 7.30 ตามลำดับ

ตาราง 6 จำนวนและค่าร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	7 8	2.30 45
5,001 – 10,000 บาท	82 7	27.30 35
10,001 – 15,000 บาท	23 2	7.70 10
15,001 – 20,000 บาท	109 2	36.30 10
มากกว่า 20,000 บาท	79 0	26.30 0
รวม	300	100.00

จากตาราง 6 พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 300 คน เมื่อจำแนกตามรายได้ รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 รายได้ 5,001-10,000 บาท จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 27.30 รายได้ 10,001-15,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 7.70 รายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 36.30 และรายได้มากกว่า 20,000 บาท จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 26.30 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแบบทดสอบความรู้ทางโภชนาการ แบบสอบถามทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนและแบบสอบถามพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วน

วิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแบบทดสอบความรู้ทางโภชนาการ ดังแสดงในตาราง 7

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแบบทดสอบความรู้ทางโภชนาการตามลำดับขั้น

ลำดับขั้นของแบบทดสอบความรู้ทางโภชนาการ	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. ความรู้ ความจำ /	0.85	0.35	ดีมาก
2. ความเข้าใจ /	0.91	0.27	ดีมาก
3. ความสามารถในการนำไปใช้ /	0.84	0.36	ดีมาก
4. การวิเคราะห์	0.80	0.39	ดีมาก
รวม	0.86	0.34	ดีมาก

จากตาราง 7 พบว่า ผู้ที่ตอบแบบทดสอบความรู้ทางโภชนาการจำนวน 300 คน แบบทดสอบจำนวน 20 ข้อ มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมเท่ากับ 0.86 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.34 แสดงว่าผู้ตอบแบบทดสอบส่วนใหญ่มีความรู้ทางโภชนาการในระดับดีมาก เมื่อแบ่งตามลำดับขั้นคือ ขั้นความรู้ ความจำ ขั้นความเข้าใจ ขั้นความสามารถในการนำไปใช้ และขั้นการวิเคราะห์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.85 , 0.91 , 0.84 และ 0.80 ตามลำดับ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.35, 0.27, 0.36 และ 0.39 ตามลำดับ ซึ่งมีความรู้ทางโภชนาการอยู่ในระดับดีมากทุกลำดับขั้น

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแบบสอบถามทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วน พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนจำนวน 300 คน แบบสอบถามจำนวน 20 ข้อ มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมเท่ากับ 2.94 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.35 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อการบริโภคอาหารจานด่วนอยู่ในระดับปานกลาง

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแบบสอบถามพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วน พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนจำนวน 300 คน แบบสอบถามจำนวน 16 ข้อ มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมเท่ากับ 2.78 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.40 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนอยู่ในระดับปานกลาง

ตอนที่ 3 ทดสอบสมมติฐานในการวิจัย

1. หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนความรู้ทางโภชนาการ ทักษะคิด และพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วน โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่าย Simple Correlation เพื่อทดสอบสมมติฐานในข้อที่ 1 ดังแสดงในตาราง 8

ตาราง 8 ค่าสหสัมพันธ์ความรู้ทางโภชนาการ ทักษะคิดและพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม กรุงเทพมหานคร

ค่าสหสัมพันธ์ r_{xy}	ความรู้ทางโภชนาการ	ทักษะคิดในการบริโภคอาหารจานด่วน	พฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วน
ความรู้ทางโภชนาการ	-	0.044**	0.046**
ทักษะคิดในการบริโภคอาหารจานด่วน	0.044**	-	0.117**
พฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วน	0.046**	0.117**	-

จากตาราง 8 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ความรู้ทางโภชนาการ ทักษะคิด และพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ที่มีความรู้ทางโภชนาการในการบริโภคอาหารจานด่วนจะมีความสัมพันธ์กันในทางบวกกับทักษะคิด และพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความรู้ทางโภชนาการในการบริโภคอาหารจานด่วนกับทักษะคิดในการบริโภคอาหารจานด่วน ความรู้ทางโภชนาการในการบริโภคอาหารจานด่วนกับพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วน และทักษะคิดในการบริโภคอาหารจานด่วนกับพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนเท่ากับ 0.044 , 0.046 และ 0.117 ตามลำดับ

2. เปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ทางโภชนาการ ทักษะคิด และพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนจำแนกตามรายได้และระดับการศึกษาโดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว โดยใช้สูตร F-test เพื่อทดสอบสมมติฐานในข้อที่ 2 - 7 ดังแสดงในตาราง 9 - 19

ตาราง 9 เปรียบเทียบความรู้ทางโภชนาการในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงาน ย่านสีลม เมื่อมีรายได้แตกต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	Ms	F
ระหว่างกลุ่ม	129.864	4	32.466	5.614**
ภายในกลุ่ม	1705.882	295	5.783	
รวม	1835.747	299		

จากตาราง 9 ผลการเปรียบเทียบความรู้ทางโภชนาการในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม เมื่อมีรายได้ต่างกัน พบว่า ความรู้ทางโภชนาการในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อมีรายได้แตกต่างกัน

ตาราง 10 เปรียบเทียบความรู้ทางโภชนาการในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงาน ย่านสีลม เมื่อมีรายได้แตกต่างกันเป็นรายคู่

รายได้ของผู้ตอบ	ต่ำกว่า	5,001-	10,001-	15,001-	มากกว่า	
แบบสอบถาม	5,000	10,000	15,000	20,000	20,000	
ต่ำกว่า 5,000	$\bar{X} = 15.28$	-	1.05*	1.71*	2.54*	1.72*
5,001-10,000	$\bar{X} = 16.34$	-	-	0.65*	1.49*	0.67*
10,001-15,000	$\bar{X} = 17.00$	-	-	-	0.83*	0.01
15,001-20,000	$\bar{X} = 17.83$	-	-	-	-	0.82*
มากกว่า 20,000	$\bar{X} = 17.01$	-	-	-	-	-

ค่า $S = 0.36$ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 10 ผลการเปรียบเทียบความรู้ทางโภชนาการในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม เมื่อมีรายได้ต่างกันเป็นรายคู่ พบว่า ความรู้ทางโภชนาการในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

.05 ตามการแตกต่างกันของรายได้จำนวน 9 คู่ คือ รายได้ต่ำกว่า 5,000 กับ 5,001 – 10,000 บาท รายได้ต่ำกว่า 5,000 กับ 10,001 – 15,000 บาท รายได้ต่ำกว่า 5,000 กับ 15,001 – 20,000 บาท รายได้ต่ำกว่า 5,000 กับ มากกว่า 20,000 บาท รายได้ 5,001 – 10,000 กับ 10,001- 15,000 บาท รายได้ 5,001 – 10,000 กับ 15,001- 20,000 บาท รายได้ 5,001 – 10,000 กับ มากกว่า 20,000 บาท รายได้ 10,001 – 15,000 กับ 15,001 – 20,000 บาท รายได้ 15,001 – 20,000 กับ มากกว่า 20,000 บาท และสำหรับกลุ่มรายได้ของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลมที่มีความรู้ทางโภชนาการในการบริโภคอาหารจานด่วนแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติมี 1 คู่ คือ รายได้ 10,001–15,000 กับ มากกว่า 20,000 บาท

ตาราง 11 เปรียบเทียบทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม
เมื่อมีรายได้แตกต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	Ms	F
ระหว่างกลุ่ม	272.272	4	68.068	2.571**
ภายในกลุ่ม	7809.715	295	26.474	
รวม	8081.987	299		

จากตาราง 11 ผลการเปรียบเทียบทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม เมื่อมีรายได้ต่างกัน พบว่า ทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อมีรายได้แตกต่างกัน

ตาราง 12 เปรียบเทียบทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม
เมื่อมีรายได้แตกต่างกันเป็นรายคู่

รายได้ของผู้ตอบ แบบสอบถาม	ต่ำกว่า 5,000	5,001- 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	มากกว่า 20,000	
ต่ำกว่า 5,000	$\bar{X} = 55.42$	-	3.13*	6.26*	3.63*	3.39*
5,001-10,000	$\bar{X} = 58.56$	-	-	3.13*	0.50*	0.26
10,001-15,000	$\bar{X} = 61.69$	-	-	-	2.63*	2.87*
15,001-20,000	$\bar{X} = 59.06$	-	-	-	-	0.24
มากกว่า 20,000	$\bar{X} = 58.82$	-	-	-	-	-

ค่า $S = 0.38$ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 12 ผลการเปรียบเทียบทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม เมื่อมีรายได้ต่างกันเป็นรายคู่ พบว่า ทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามการแตกต่างกันของรายได้จำนวน 8 คู่ คือ รายได้ต่ำกว่า 5,000 กับ 5,001 – 10,000 บาท รายได้ต่ำกว่า 5,000 กับ 10,001 – 15,000 บาท รายได้ต่ำกว่า 5,000 กับ 15,001 – 20,000 บาท รายได้ต่ำกว่า 5,000 กับ มากกว่า 20,000 บาท รายได้ 5,001 – 10,000 กับ 10,001- 15,000 บาท รายได้ 5,001 – 10,000 กับ 15,001- 20,000 บาท รายได้ 10,001 – 15,000 กับ 15,001 – 20,000 บาท รายได้ 10,001-15,000 กับ มากกว่า 20,000 บาท สำหรับกลุ่มรายได้ของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลมที่มีทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติมี 2 คู่ คือ รายได้ 5,001 – 10,000 กับ มากกว่า 20,000 บาท รายได้ 15,001 – 20,000 กับ มากกว่า 20,000 บาท

ตาราง 13 เปรียบเทียบพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม
เมื่อมีรายได้แตกต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	Ms	F
ระหว่างกลุ่ม	132.673	4	33.168	1.454**
ภายในกลุ่ม	6728.993	295	22.810	
รวม	6861.667	299		

จากตาราง 13 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภค
วัยทำงานย่านสีลม เมื่อมีรายได้ต่างกัน พบว่า พฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนของ
ผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อมีรายได้แตกต่างกัน

ตาราง 14 เปรียบเทียบความรู้ทางโภชนาการในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงาน
ย่านสีลม เมื่อระดับการศึกษาแตกต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	Ms	F
ระหว่างกลุ่ม	349.201	4	87.300	17.324**
ภายในกลุ่ม	1486.546	295	5.039	
รวม	1835.747	299		

จากตาราง 14 ผลการเปรียบเทียบความรู้ทางโภชนาการในการบริโภคอาหารจานด่วน
ของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม เมื่อระดับการศึกษาต่างกัน พบว่า ความรู้ทางโภชนาการในการ
บริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
.01 เมื่อระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ตาราง 15 เปรียบเทียบความรู้ทางโภชนาการในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงาน ย่านสีลม เมื่อระดับการศึกษาแตกต่างกันเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม		ต่ำกว่า มัธยม ศึกษา	มัธยม ศึกษา	อนุปริญญา, อาชีวศึกษา	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	$\bar{X} = 15.35$	-	0.40	1.03*	2.26*	3.29*
มัธยมศึกษา	$\bar{X} = 14.95$		-	1.44*	2.67*	3.69*
อนุปริญญา,อาชีวศึกษา	$\bar{X} = 16.39$			-	1.23*	2.25*
ปริญญาตรี	$\bar{X} = 17.62$				-	1.02*
สูงกว่าปริญญาตรี	$\bar{X} = 18.65$					-

ค่า $S = 0.58$ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 15 ผลการเปรียบเทียบความรู้ทางโภชนาการในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม เมื่อระดับการศึกษาต่างกันเป็นรายคู่ พบว่า ความรู้ทางโภชนาการในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามการแตกต่างกันของระดับการศึกษาจำนวน 9 คู่ คือ ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา กับ อนุปริญญา,อาชีวศึกษา ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาและปริญญาตรี ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา กับ สูงกว่าปริญญาตรี ระดับมัธยมศึกษา กับ อนุปริญญาตรี,อาชีวศึกษา ระดับมัธยมศึกษา กับ ปริญญาตรี ระดับมัธยมศึกษา กับ สูงกว่าปริญญาตรี ระดับอนุปริญญา,อาชีวศึกษา กับ ปริญญาตรี ระดับอนุปริญญา,อาชีวศึกษา กับ สูงกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี กับ สูงกว่าปริญญาตรี สำหรับกลุ่มระดับการศึกษาของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลมที่มีความรู้ทางโภชนาการในการบริโภคอาหารจานด่วนแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติมี 1 คู่ คือ ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาและมัธยมศึกษา

ตาราง 16 เปรียบเทียบทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม
เมื่อระดับการศึกษาแตกต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	Ms	F
ระหว่างกลุ่ม	660.661	4	165.165	6.565**
ภายในกลุ่ม	7421.326	295	25.157	
รวม	8081.987	299		

จากตาราง 16 ผลการเปรียบเทียบทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม เมื่อระดับการศึกษาต่างกัน พบว่า ทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ตาราง 17 เปรียบเทียบทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม
เมื่อระดับการศึกษาแตกต่างกันเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม	ต่ำกว่า มัธยม ศึกษา	ต่ำกว่า มัธยม ศึกษา	มัธยม ศึกษา	อนุปริญญา, อาชีวศึกษา	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	$\bar{X} = 55.92$	-	1.31*	2.76*	2.88*	5.87*
มัธยมศึกษา	$\bar{X} = 57.24$		-	4.45*	1.56*	4.55*
อนุปริญญา, อาชีวศึกษา	$\bar{X} = 61.69$			-	2.88*	0.10
ปริญญาตรี	$\bar{X} = 58.81$				-	2.98*
สูงกว่าปริญญาตรี	$\bar{X} = 61.80$					-

ค่า $S = 0.34$ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 17 ผลการเปรียบเทียบทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม เมื่อระดับการศึกษาต่างกันเป็นรายคู่ พบว่า ทัศนคติในการบริโภคอาหารจาน

ค่าของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามการแตกต่างของระดับการศึกษาจำนวน 9 คู่ คือ ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาและมัธยมศึกษา ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษากับอนุปริญญา,อาชีวศึกษา ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาและปริญญาตรี ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา กับสูงกว่าปริญญาตรี ระดับมัธยมศึกษากับอนุปริญญา,อาชีวศึกษา ระดับมัธยมศึกษา กับปริญญาตรี ระดับมัธยมศึกษา กับสูงกว่าปริญญาตรี ระดับอนุปริญญา,อาชีวศึกษา กับปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี กับสูงกว่าปริญญาตรี สำหรับกลุ่มระดับการศึกษาของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม ที่มีทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติมี 1 คู่ คือ ระดับอนุปริญญา,อาชีวศึกษา กับสูงกว่าปริญญาตรี

ตาราง 18 เปรียบเทียบพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม เมื่อระดับการศึกษาแตกต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	Ms	F
ระหว่างกลุ่ม	801.005	4	200.251	9.747**
ภายในกลุ่ม	6060.662	295	20.545	
รวม	6861.667	299		

จากตาราง 18 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม เมื่อระดับการศึกษาต่างกัน พบว่า พฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ตาราง 19 เปรียบเทียบพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงาน
ย่านสีลม เมื่อระดับการศึกษาแตกต่างกันเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม		ต่ำกว่า มัธยม ศึกษา	มัธยม ศึกษา	อนุปริญญา, อาชีวศึกษา	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	$\bar{X} = 45.21$	-	0.60	1.15*	1.14*	5.93*
มัธยมศึกษา	$\bar{X} = 44.60$		-	0.54	0.54	6.54*
อนุปริญญา,อาชีวศึกษา	$\bar{X} = 44.06$			-	7.10*	7.08*
ปริญญาตรี	$\bar{X} = 44.06$				-	7.08*
สูงกว่าปริญญาตรี	$\bar{X} = 51.15$					-

ค่า $S = 0.92$ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 19 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม เมื่อระดับการศึกษาต่างกันเป็นรายคู่ พบว่า พฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามการแตกต่างของระดับการศึกษาจำนวน 7 คู่ คือ ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษากับอนุปริญญา,อาชีวศึกษา ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาและปริญญาตรี ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษากับสูงกว่าปริญญาตรี ระดับมัธยมศึกษากับสูงกว่าปริญญาตรี ระดับอนุปริญญา,อาชีวศึกษากับปริญญาตรี ระดับอนุปริญญา,อาชีวศึกษากับสูงกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรีกับสูงกว่าปริญญาตรี สำหรับกลุ่มระดับการศึกษาของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลมที่มีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติมี 3 คู่ คือ ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษากับมัธยมศึกษา ระดับมัธยมศึกษากับอนุปริญญา,อาชีวศึกษา ระดับมัธยมศึกษากับปริญญาตรี

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ทางโภชนาการ ทักษะคิด และพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม กรุงเทพมหานคร และเพื่อเปรียบเทียบความรู้ทางโภชนาการ ทักษะคิด และพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามรายได้และระดับการศึกษา ผู้วิจัยได้ดำเนินการเป็นขั้นตอนของการวิจัยและผลสรุป ดังนี้

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ทางโภชนาการ ทักษะคิด และพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบความรู้ทางโภชนาการ ทักษะคิด และพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามรายได้และระดับการศึกษา

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นผู้บริโภคอาหารจานด่วนที่อยู่ในวัยทำงานซึ่งทำงานหรืออยู่อาศัยในย่านสีลม กรุงเทพมหานคร จำนวน 300 คน ซึ่งมีอายุระหว่าง 25-50 ปีได้มาจากสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยนำแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างกรอกข้อมูลด้วยตนเอง ณ ห้างสรรพสินค้าสีลมคอมเพล็กซ์ ถนนสีลม

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นแบบสอบถามการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงาน ย่านสีลม เขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภควัยทำงาน เป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา เป็นลักษณะคำถามแบบเลือกตอบ

ตอนที่ 2 แบบทดสอบความรู้ทางโภชนาการ เป็นแบบทดสอบแบบเลือกตอบถูก-ผิดซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจ การนำความรู้ทางโภชนาการไปประยุกต์ใช้ และการวิเคราะห์ กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละข้อ โดยตอบถูกให้ 1 คะแนน ตอบผิดให้ 0 คะแนน

ตอนที่ 3 แบบสอบถามทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วน เป็นแบบสอบถามแบบประเมินค่า (Rating Scales) ชนิด 5 ตัวเลือก

ตอนที่ 4 แบบสอบถามพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วน เป็นแบบสอบถามแบบประเมินค่า (Rating Scales) ชนิด 5 ตัวเลือก

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ขออนุญาตจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร เพื่อขอความอนุเคราะห์จากห้างสรรพสินค้าสีลมคอมเพล็กซ์ในการอนุญาตเก็บแบบสอบถามจากลูกค้าที่มาใช้บริการในห้างสรรพสินค้าสีลมคอมเพล็กซ์

2. ผู้วิจัยเดินทางไปเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยการแจกแบบสอบถามทั้งสิ้นเป็นจำนวน 380 ฉบับระหว่างวันที่ 11 มกราคม 2546 ถึงวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2546 ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามและเก็บแบบสอบถามคืนภายในวันที่เก็บรวบรวมข้อมูลได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 300 ฉบับคิดเป็นร้อยละ 79 และไม่สมบูรณ์จำนวน 80 ฉบับคิดเป็นร้อยละ 21 โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้บริโภควัยทำงานที่เคยหรือกำลังเข้าไปใช้บริการและบริโภคอาหารจานด่วนในห้างสรรพสินค้าสีลมคอมเพล็กซ์ ถนนสีลม เขตกรุงเทพมหานคร

3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมดมาตรวจสอบความเรียบร้อยและเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 300 ฉบับมาตรวจให้คะแนนและนำข้อมูลไปวิเคราะห์ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. คัดเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์ นำมาตรวจสอบให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ นำมาลงรหัส เพื่อทำการวิเคราะห์ต่อไป

2. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ มีขั้นตอนดังนี้

2.1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

2.2 แบบทดสอบความรู้ทางโภชนาการ แบบสอบถามทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วน และแบบสอบถามพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนโดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

3. หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนความรู้ทางโภชนาการ ทัศนคติ และพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่าย (Simple Correlation) ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

4. เปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ทางโภชนาการ ทัศนคติ และพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนจำแนกตามรายได้และระดับการศึกษาโดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) โดยใช้สูตร F-test ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการทดสอบรายคู่ โดยวิธีการของ เชฟเฟ้ (Scheffe')

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยขอเสนอสรุปผลการวิจัย ตามลำดับดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 300 คน เพศชายจำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 33.70 เพศหญิงจำนวน 199 คิดเป็นร้อยละ 66.30 อายุระหว่าง 25-30 ปี จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 43.70 อายุระหว่าง 31-35 ปี จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 อายุระหว่าง 36-40 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 อายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 16

คน คิดเป็นร้อยละ 5.30 ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.70 ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 13.70 ระดับอนุปริญญา, อาชีวศึกษา จำนวน 33 คน คิดเป็น ร้อยละ 11.00 ระดับปริญญาตรี จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 64.00 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 6.70 อาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 11.30 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 71.30 ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และอื่นๆ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 7.30 รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 รายได้ 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 27.30 รายได้ 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็น ร้อยละ 7.70 รายได้ 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 36.30 และรายได้มากกว่า 20,000 บาท จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 26.30

2. จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ทางโภชนาการ ทักษะและพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม กรุงเทพมหานคร ตามสมมติฐานข้อที่ 1 ผลการศึกษา พบว่า ผู้ที่มีความรู้ทางโภชนาการในการบริโภคอาหารจานด่วนจะมีความสัมพันธ์กันในทางบวกกับทักษะและพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3. จากการศึกษาเปรียบเทียบความรู้ทางโภชนาการ ทักษะ และพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามรายได้และระดับการศึกษา ตามสมมติฐานข้อที่ 2-7

* - ผลการเปรียบเทียบความรู้ทางโภชนาการในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม เมื่อมีรายได้ต่างกัน พบว่า ความรู้ทางโภชนาการในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อมีรายได้แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ พบว่า ความรู้ทางโภชนาการในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามรายได้ที่แตกต่างกัน คือ ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000-10,000 บาท และ 15,001 บาทถึงรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความรู้ทางโภชนาการแตกต่างกัน โดยผู้ที่มีรายได้สูงจะมีความรู้ทางโภชนาการดีกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำ ส่วน ผู้บริโภคที่มีรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาทจะมีความรู้ทางโภชนาการไม่แตกต่างกันกับผู้บริโภคที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท

- ผลการเปรียบเทียบทักษะในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม เมื่อมีรายได้ต่างกัน พบว่า ทักษะในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อมีรายได้แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็น

รายคู่ พบว่า ทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามรายได้ที่แตกต่างกัน คือ ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท และรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาท จะมีทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนแตกต่างจากผู้บริโภคที่มีรายได้สูงกว่า โดยผู้บริโภคที่มีรายได้สูงกว่าจะมีทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนที่เหมาะสมมากกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำ ส่วนผู้บริโภคที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท และรายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท มีทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนแตกต่างจากผู้บริโภคที่มีรายได้สูงกว่า โดยผู้บริโภคที่มีรายได้สูงกว่าจะมีทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนที่เหมาะสมมากกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำ แต่มีทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนไม่แตกต่างกันกับผู้บริโภคที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท

- ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภค วัยทำงาน ย่านสีลม เมื่อมีรายได้ต่างกัน พบว่า พฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัย (ไม่พบค่า)
ทำงานย่านสีลมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อมีรายได้แตกต่างกัน

- ผลการเปรียบเทียบความรู้ทางโภชนาการในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภค
วัยทำงานย่านสีลม เมื่อระดับการศึกษาต่างกัน พบว่า ความรู้ทางโภชนาการในการบริโภคอาหาร
จานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อ
ระดับการศึกษาแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ พบว่า ความรู้ทางโภชนาการในการบริโภค
อาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
ตามระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน คือ ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีความรู้ทาง
โภชนาการแตกต่างจากผู้บริโภคทุกกลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงกว่า โดยผู้บริโภคที่มีระดับการ
ศึกษาสูงจะมีความรู้ทางโภชนาการดีกว่าผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่ำ แต่มีความรู้ไม่แตกต่างจาก
ผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ๘. ๒๓. ๒๓.๖.

- ผลการเปรียบเทียบทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภค วัยทำงานย่าน
สีลม เมื่อระดับการศึกษาต่างกัน พบว่า ทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนของ ผู้บริโภควัย
ทำงานย่านสีลมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อระดับการศึกษาแตกต่างกัน
และเมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ พบว่า ทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภค วัยทำงาน
ย่านสีลมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน คือ ผู้
บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาจนถึงระดับปริญญาตรีจะมีทัศนคติในการบริโภค
อาหารจานด่วนแตกต่างกัน โดยผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงจะมีทัศนคติในการบริโภคอาหาร
จานด่วนเหมาะสมมากกว่าผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่ำ แต่ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา

อนุปริญญา, อาชีวศึกษามีทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนไม่แตกต่างจากผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

- ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภค วิทยาลัยทำงานย่านสีลม เมื่อระดับการศึกษาต่างกัน พบว่า พฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภค วิทยาลัยทำงานย่านสีลมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อระดับ การศึกษาแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ พบว่า พฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภค วิทยาลัยทำงานย่านสีลม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน คือ ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาค่ำกว่ามัธยมศึกษาจะมีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนแตกต่างจากผู้บริโภคทุกกลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงกว่า โดยผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงจะมีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนเหมาะสมกว่าผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาค่ำ แต่มีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนไม่แตกต่างจากผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ส่วนผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับมัศึกษามีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนแตกต่างจากผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี โดยผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงจะมีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนเหมาะสมกว่าผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาค่ำ แต่มีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนไม่แตกต่างจากผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา, อาชีวศึกษา และระดับปริญญาตรี

อภิปรายผล

1. จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ทางโภชนาการ ทัศนคติและพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควิทยาลัยทำงานย่านสีลม กรุงเทพมหานคร ตามสมมติฐานข้อที่ 1 ผลการศึกษา พบว่า ผู้ที่มีความรู้ทางโภชนาการในการบริโภคอาหารจานด่วนจะมีความสัมพันธ์กันในทางบวกกับทัศนคติและพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

- ความรู้ทางโภชนาการในการบริโภคอาหารจานด่วนมีความสัมพันธ์ในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กับทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วน แสดงว่า ผู้บริโภคที่มีความรู้ทางโภชนาการดีก็จะมีทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนที่เหมาะสม ซึ่งเป็นเพราะความรู้ทางโภชนาการจะเป็นข้อมูลที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจและเกิดการเรียนรู้ว่าอาหารประเภทใดเป็นอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพร่างกายควรรับประทาน อาหารประเภทใดที่มีโทษต่อร่างกายไม่ควรรับประทาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเขาวภา เวคะวากยานนท์ (2527 :บทคัดย่อ)

ทำการวิจัยเรื่องความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับประชากรศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่สี่โรงเรียนรัฐบาลในกรุงเทพมหานคร พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ที่มีความรู้เกี่ยวกับประชากรศึกษามีทัศนคติเกี่ยวกับสุขภาพผู้บริโภคก่อนไปทางบวก และสอดคล้องกับประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526 : 3) ที่กล่าวว่า ทัศนคติอาจเปลี่ยนแปลงได้ ถ้าบุคคลเกิดการเรียนรู้ หรือมีความเข้าใจในประสบการณ์ใหม่ ส่วนกัลยา นาคเพ็ชร (2521 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อภาวะโภชนาการของเด็กก่อนวัยเรียนในท้องที่ ตำบลค้ำพล อำเภอนอนไทย จังหวัดนครราชสีมา สรุปผลได้ว่าระดับการศึกษามีผลทำให้ทัศนคติของมารดาในการบริโภคแตกต่างกัน ซึ่งคล้ายคลึงกับสจ๊วต (Schwartz. 1975 : 28-31) ทำการวิจัยเรื่องความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติทางด้านโภชนาการของนักเรียนที่สำเร็จชั้นมัธยมศึกษา พบว่ามีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญระหว่างความรู้ และทัศนคติทางโภชนาการ คล้ายคลึงกับพัชรา กาญจนารัตน์ และคณะ (2520 : 107-157) ทำการศึกษาโครงการสุขภาพ และเปรียบเทียบพฤติกรรมสุขภาพของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 และ 7 ในอำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรีพบว่านักเรียนชาย-หญิงในเขตเทศบาลมีทัศนคติทางด้านสุขภาพดีกว่านักเรียนชาย-หญิงนอกเขตเทศบาลเนื่องจากได้รับความรู้จากสื่อมวลชนต่าง ๆ อยู่เสมอ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์

- ความรู้ทางโภชนาการในการบริโภคอาหารจานด่วนมีความสัมพันธ์กันในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 กับพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วน แสดงว่า ผู้บริโภคที่มีความรู้ทางโภชนาการดีก็จะมีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนที่เหมาะสม ซึ่งเป็นเพราะผู้บริโภคที่มีความรู้ทางโภชนาการที่ถูกต้อง มีความเข้าใจเกี่ยวกับคุณค่าของอาหาร ก็จะสามารเลือกซื้อและเลือกบริโภคอาหารได้อย่างเหมาะสม มีการพิจารณาก่อนจะเลือกซื้อหรือบริโภคอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับฟัสสิโล (Fusillo. 1976 : 29-30) ที่ทำการทดสอบไควผู้บริโภครู้ในเรื่องอาหารพบว่าผู้ที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาเข้าใจสิ่งที่พิมพ์อยู่บนฉลากสิ่งของได้ดีและตรวจสอบส่วนประกอบอาหารจากฉลากก่อนซื้อ และสอดคล้องกับชวลิต รัตกุล (2515 : 4) ซึ่งศึกษาพบว่า อิทธิพลของการศึกษา ความรู้เรื่องคุณค่าอาหาร อาจเป็นสาเหตุสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อ โดยพบว่าการที่บุคคลนิยมกินอาหารก็เพราะรู้คุณค่าของอาหาร แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการให้ความรู้ทางโภชนาการแก่ประชาชน และสอดคล้องกับเฟลค (Fleck. 1981 : 37) ที่กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคของบุคคล คือ อิทธิพลของการศึกษา เช่นเดียวกับวิณี ชิดเชิดวงศ์ (2521 : 122-123) ที่ศึกษาเปรียบเทียบลักษณะนิสัยในการบริโภคของเด็กก่อนวัยเรียนที่มาจากสภาพครอบครัวต่างกัน ในจังหวัดนราธิวาส พบว่าเด็กที่มาจากครอบครัวที่แตกต่างกันในด้านการศึกษามีลักษณะนิสัยในการบริโภคต่างกัน และชนิดของอาหารที่บริโภคก็ต่างกันด้วย คล้ายคลึงกับ ฟิชแมน (Fishman. 1985 : 2403-A) ศึกษาเกี่ยวกับการสอนเด็กในเรื่องการเลือกซื้ออาหารและสิ่งแวดล้อม

ล้อมทางด้านอาหารพบว่าเด็กที่ ได้รับความรู้ในการเลือกอาหารที่ถูกต้องเหมาะสมจะสามารถเลือกซื้ออาหารได้อย่างเหมาะสม โดยมีการพิจารณาอาหารก่อนที่จะเลือกซื้อ

- ทัศนคติในการบริโภคอาหารงานคำนวณมีความสัมพันธ์กันในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กับพฤติกรรมในการบริโภคอาหารงานคำนวณ แสดงว่า ผู้บริโภคที่มีทัศนคติในการบริโภคอาหารงานคำนวณที่เหมาะสมก็จะมีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารงานคำนวณที่เหมาะสม ซึ่งเป็นเพราะทัศนคติเป็นสิ่งที่กำหนดและจูงใจให้เกิดพฤติกรรม หากบุคคลมีทัศนคติไปในแนวทางใด ก็มักจะมีพฤติกรรมเป็นไปในแนวทางเดียวกันกับทัศนคติ เช่นเดียวกับพฤติกรรมในการบริโภคอาหารงานคำนวณก็เกิดจากทัศนคติ ความพึงพอใจ ความชอบ หรือไม่ชอบ การยอมรับต่อการบริโภคอาหารงานคำนวณ ดังนั้นทัศนคติในการบริโภคอาหารงานคำนวณจึงมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อและเลือกบริโภคอาหารงานคำนวณของผู้บริโภคซึ่งสอดคล้องกับ กิฟท์ (Giffit. 1972 : 280) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมใด ๆ ที่บุคคลแสดงออกมาจะเป็นผลจากการตัดสินใจที่ใช้เกณฑ์การตัดสินใจ 3 ประการ คือ คุณค่า ทัศนคติ และความเชื่อ และคล้ายคลึงกับวนิดา สิทธิธรรณฤทธิ์ (2523 : 7-8) ซึ่งกล่าวว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อบริโภคนิสัยส่วนหนึ่งก็คือความพึงพอใจในอาหาร ส่วนกัลยานาคเพ็ชร (2521 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อภาวะโภชนาการของเด็กก่อนวัยเรียนในท้องที่ ตำบลคางพลู อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา สรุปผลได้ว่ามารดาที่มีทัศนคติในการบริโภคแตกต่างกันทำให้นิสัยการบริโภคของเด็กแตกต่างกันเนื่องจากนิสัยในการบริโภคของมารดาและเด็กมีความเกี่ยวข้องกัน เช่นเดียวกับ จาลโซ เบิร์น และริเวอร์ (สุพร พูลสุข. 2522 : 6 อ้างอิงจาก Jalso, Burns and Rivers : 1965 : 10) ศึกษาเรื่องความเชื่อ และการปฏิบัติเกี่ยวกับโภชนาการ พบว่าความคิดเห็นทำให้เกิดการปฏิบัติทางด้านโภชนาการ

2. เพื่อเปรียบเทียบความรู้ทางโภชนาการ ทัศนคติ และพฤติกรรมในการบริโภคอาหารงานคำนวณของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามรายได้และระดับการศึกษา ตามสมมติฐานข้อที่ 2-7

- ผลการเปรียบเทียบความรู้ทางโภชนาการในการบริโภคอาหารงานคำนวณของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม เมื่อมีรายได้ต่างกัน พบว่า ความรู้ทางโภชนาการในการบริโภคอาหารงานคำนวณของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อมีรายได้ แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายคู่พบว่า ความรู้ทางโภชนาการในการบริโภคอาหารงานคำนวณของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ตามรายได้ที่แตกต่างกันซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานในข้อ 2 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้สูงจะมีความรู้ทางโภชนาการดีกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำ ส่วนผู้บริโภคที่มีรายได้ใกล้เคียงกันความรู้ทางโภชนาการในการบริโภคอาหารงานคำนวณจะไม่แตกต่างกัน ซึ่งน่าจะมีสาเหตุมาจาก ผู้บริโภคที่มีรายได้สูงมี

ความสามารถ และมีกำลังทรัพย์ที่จะแสวงหาข้อมูลความรู้จากสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ตำราวิชาการต่าง ๆ ได้มากกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้น้อย จึงทำให้มีความรู้ หลากหลายและกว้างขวางซึ่งรวมถึงความรู้ทางด้านอาหารและโภชนาการด้วย นอกจากนี้ตัวแปร รายได้อาจเป็นเพียงตัวแปรกลางซึ่งแท้จริงแล้วอาจมีตัวแปรระดับการศึกษาที่ส่งผลต่อการมีรายได้ และมีผลต่อความรู้ทางโภชนาการเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอาร์มสตรอง (Armstrong, 1985 : 3787) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อบริโภคนิสัยของชาวแอนติกัน ใน อินเดียนตะวันตกจำนวน 305 ครอบครัว พบว่าฐานะทางเศรษฐกิจและกลุ่มคนที่มีความคิดสมัย ใหม่มีความคิดเห็นด้านโภชนาการและบริโภคนิสัยด้านบวก บุคคลที่มาจากครอบครัวที่มีฐานะทาง เศรษฐกิจดี มีคะแนนของภาวะโภชนาการดีกว่าบุคคลที่มาจากครอบครัวที่มีฐานะทาง เศรษฐกิจ ปานกลางและยากจน

- ผลการเปรียบเทียบทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภค วิทยทำงานย่าน สีสลม เมื่อมีรายได้น้อยต่างกัน พบว่า ทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภค วิทยทำงานย่าน สีสลมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อมีรายได้น้อยแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณา เป็นรายคู่พบว่า ทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภค วิทยทำงานย่าน สีสลมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามรายได้น้อยที่แตกต่างกันซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานในข้อ 3 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้น้อยจะมีทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนเหมาะสมกว่าผู้ บริโภคที่มีรายได้น้อย ส่วนผู้บริโภคที่มีรายได้น้อยใกล้เคียงกันทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนจะ ไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะว่าเมื่อผู้บริโภคมีรายได้น้อยจะทำให้มีโอกาสได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร โฆษณาเกี่ยวกับอาหารจานด่วนจากสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ เป็นต้น รวมถึงได้รับรู้อันตรายจากการบริโภคอาหารจานด่วนที่มีต่อสุขภาพ ได้มากกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้น้อย ข้อมูลข่าวสารเหล่านี้จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความคิด ความรู้ ซึ่งจะก่อให้เกิดทัศนคติต่อการ บริโภคอาหารจานด่วนทั้งในทางที่เหมาะสมและไม่เหมาะสม นอกจากนี้สังคมและสภาพแวดล้อม ต่าง ๆ รอบตัวผู้บริโภค ซึ่งอาจจะเป็นวัฒนธรรมการบริโภคอาหารภายในครอบครัว รูปแบบของ การดำเนินชีวิตประจำวัน ก็เป็นตัวแปรหนึ่งที่มีผลต่อทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนได้เช่น เดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสมฤดี วีระพงษ์ (2535 : 113) จึงพบว่านักเรียนที่มีผู้ปกครองที่มี รายได้หรือฐานะทางเศรษฐกิจต่างกันมีทัศนคติและการปฏิบัติในการบริโภคอาหารจาน ด่วน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางการศึกษาของอัครฤทธิ์ หอมประเสริฐ (2543 : บทคัดย่อ) ซึ่ง ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคที่มีรายได้น้อยมีความคิดเห็นต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดแตกต่าง กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนภูษชงค์ ภูมณฑลบุตร (2524 ; 150-157) พบว่า ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจสังคมมีความสัมพันธ์กับความคิดและการปฏิบัติตัวทางด้านสุขภาพเกี่ยวกับ

การบริโภค คือ หัวหน้าครอบครัวที่มีรายได้สูงและมีการศึกษาสูงจะมีความคิดและการปฏิบัติตัวดีกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำและการศึกษาต่ำ

- ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภค วิทยาลัยทำงานย่านสีลม เมื่อมีรายได้ต่างกัน พบว่า พฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควิทยาลัยทำงานย่านสีลมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อมีรายได้แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานในข้อ 4 แสดงว่าถึงแม้ผู้บริโภคจะมีรายได้สูง หรือต่ำก็ตาม ผู้บริโภคก็ยังคงมีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนอยู่ในระดับเดียวกัน อาจเป็นเพราะอาหารจานด่วนได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากต่อชีวิตประจำวันของคนไทย และอาหารจานด่วนยังสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ในหลาย ๆ ด้าน เช่น ความสะดวกในการรับประทาน ความรีบเร่งที่เกิดจากสภาพการทำงาน ความพึงพอใจในรสชาติและความแปลกใหม่ ความต้องการการยอมรับจากสังคม ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการธุรกิจอาหารจานด่วนแต่ละรายก็มีการแข่งขันกันสูงเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาด ทำให้ผู้ประกอบการต้องแข่งขันกันในด้านคุณภาพของอาหารและราคาจึงทำให้ราคาอาหารจานด่วนไม่สูงมากนัก ส่งผลให้ผู้บริโภคทุกกลุ่มรายได้ไม่ว่าจะมีรายได้สูง ปานกลาง หรือต่ำมีกำลังซื้อ สามารถที่จะซื้อหาอาหารจานด่วนมารับประทานเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองได้ไม่ยากนัก/ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของสง่า ดามาพงษ์ และวิณะ วีระไวทยะ (2539: 40) ที่พบว่าการได้ค่าจ้างหรือค่าแรงสูงขึ้นส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคของคนไทย คือมีกำลังซื้ออาหารมากขึ้น นอกจากนี้ยังกล่าวถึงสภาพพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติระบุว่าตั้งแต่ปี พ.ศ. 2531 เป็นต้นมา ค่าใช้จ่ายรวมด้านอาหารของคนไทยได้เปลี่ยนแปลงไปจากที่เคยมีมูลค่าการซื้ออาหารพวกข้าว แป้งมากกว่า มาเป็นการซื้ออาหารพวกเนื้อสัตว์ ไข่ นม เนย มากขึ้นทั้งในเขตชนบทและเขตเมือง ผู้มีรายได้สูงจะหันไปสนใจและเลือกซื้ออาหารที่มีราคาแพงมาบริโภค เกิดค่านิยมและรสนิยมใหม่ ๆ และไม่สอดคล้องกับวศิณา จันทศิริ (2526 : 108-109) ที่กล่าวถึงการสำรวจการบริโภคอาหารในสหรัฐอเมริกาซึ่งพบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้ออาหารทั้งในด้านชนิดและปริมาณอาหารซึ่งรวมทั้งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของอาร์มสตรอง (Armstrong. 1985 : 3787) ซึ่งพบว่าฐานะทางเศรษฐกิจมีผลต่อความคิดเห็นด้านโภชนาการและบริโภคนิสัยในด้านบวก บุคคลที่มาจากครอบครัวที่มีฐานะดี มีคะแนนภาวะโภชนาการดีกว่าคนที่มาจากครอบครัวที่มีฐานะปานกลางและยากจน

✓ - ผลการเปรียบเทียบความรู้ทางโภชนาการในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภค วิทยาลัยทำงานย่านสีลม เมื่อระดับการศึกษาต่างกัน พบว่า ความรู้ทางโภชนาการในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควิทยาลัยทำงานย่านสีลมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อระดับการศึกษาแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายคู่พบว่า ความรู้ทางโภชนาการในการบริโภค

อาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ตามระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานในข้อ 5 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงจะมีความรู้ทางโภชนาการในการบริโภคอาหารจานด่วนดีกว่าผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่ำ ส่วนผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาใกล้เคียงกันจะมีความรู้ทางโภชนาการในการบริโภคอาหารจานด่วนไม่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นเพราะว่าผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงมีโอกาสมากกว่าผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่ำ ในการที่จะได้รับความรู้ทางโภชนาการ และความรู้อื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการบริโภคและการดูแลสุขภาพอนามัยของตนเองจากการเรียนรู้ในระบบการศึกษาของโรงเรียน นอกจากนี้ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงยังมีความสามารถมากกว่าในการที่จะแสวงหาความรู้อื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการบริโภคอาหารและต่อสุขภาพของตนเองจากสื่อประเภทต่าง ๆ ที่อยู่นอกระบบการศึกษาของโรงเรียน จึงทำให้บุคคลที่มีระดับการศึกษาสูงมีความรู้เกี่ยวกับโภชนาการดี และรู้ว่าอาหารชนิดใดมีประโยชน์ควรรับประทาน อาหารชนิดใดมีโทษควรละเว้น ซึ่งสอดคล้องกับสมฤติ วีระพงศ์ (2535 : 112) พบว่านักเรียนที่มี ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความรู้และทัศนคติในเรื่องการบริโภคอาหารจานด่วนแตกต่างกัน เช่นเดียวกับการศึกษาคุขณี สุทธปรียาศรี (ชลิตา อุ่นกำเนิด. 2535 : 11 อ้างอิงจากคุขณี สุทธปรียาศรี. 2523 : 18-19) ที่พบว่าปัจจัยทางสังคมวัฒนธรรมปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อนิสัยเกี่ยวกับการกินอาหาร คือการศึกษา และเป็นไปในแนวทางเดียวกันกับงานวิจัยของมนธิรา รัชตะสมบุรณ์ (2544 : 70-71) ซึ่งพบว่าระดับการศึกษาเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเกี่ยวกับการบริโภคอาหารชีวิต

✓ - ผลการเปรียบเทียบทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภค วัยทำงานย่านสีลม เมื่อระดับการศึกษาต่างกัน พบว่า ทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อระดับการศึกษาแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายกลุ่มพบว่า ทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ตามระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานในข้อ 6 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงจะมีทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนเหมาะสมกว่าผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่ำ ส่วนผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาใกล้เคียงกันจะมีทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนไม่แตกต่างกัน ซึ่งอาจเป็นเพราะว่าการศึกษาทั้งในและนอกระบบโรงเรียนทำให้บุคคลเกิดความรู้ เกิดการเรียนรู้ และเกิดประสบการณ์ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญที่จะกำหนดทัศนคติของบุคคลได้ เช่นเดียวกับทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วน ผู้บริโภคที่ได้รับการศึกษาอยู่ในระดับสูงก็จะได้รับความรู้ ประสบการณ์ทางด้านโภชนาการ สุขลักษณะในการบริโภคอาหาร และการดูแลสุขภาพของตนเองทั้งในและนอกระบบโรงเรียนได้มากกว่า และได้รับในระยะเวลายาวนานกว่า ความรู้และประสบการณ์เหล่านี้จะเป็น

ข้อมูลสำคัญต่อการสร้างและกำหนดทัศนคติที่เหมาะสมต่อการบริโภคอาหารให้กับผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงมีทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วนเหมาะสมกว่าผู้ที่ได้รับการศึกษาในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกัลยา นาคเพ็ชร (2521 : 4) จึงพบว่าระดับการศึกษา มีความสำคัญต่อเจตคติ การเลือกซื้ออาหารและพฤติกรรมการบริโภคของบุคคลเป็นอย่างมาก เพราะบุคคลที่มีการศึกษาสูงก็จะมีความรู้เรื่องโภชนาการดีจะรู้จักเลือกซื้ออาหารที่ดี มีประโยชน์ และมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ถูกต้องมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำ หรือไม่มีการศึกษา สอดคล้องกับคำกล่าวของชวลิต รัตกุล. (2515 : 6) ที่ว่าอิทธิพลของการศึกษาเกี่ยวกับการมีความรู้เรื่องคุณค่าอาหารอาจเป็นเหตุผลสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อ และสอดคล้องกับงานวิจัยของสมฤดี วีระพงศ์ (2535 : 112) พบว่านักเรียนที่มี ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษา ต่างกันมีความรู้และทัศนคติในเรื่องการบริโภคอาหารจานด่วนแตกต่างกัน เช่นเดียวกับการศึกษาคุณิ สุทธปริยาศรี (ชลิตา อุ่นกำเนิด. 2535 : 11 อ้างอิงจากคุณิ สุทธปริยาศรี. 2523 : 18-19) ที่พบว่าปัจจัยทางสังคมวัฒนธรรมปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อนิสัยเกี่ยวกับการกินอาหาร คือการศึกษา และเป็นไปในแนวทางเดียวกันกับงานวิจัยของมนธิรา รัชตะสมบุรณ์ (2544 : 70-71) ซึ่งพบว่าระดับการศึกษาเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเกี่ยวกับการบริโภคอาหารชีวิต

- ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภค วิทยาลัยงาน ย่านสีลม เมื่อระดับการศึกษาต่างกัน พบว่า พฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภค วิทยาลัยงาน ย่านสีลมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อระดับการศึกษาแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายคู่พบว่า พฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภค วิทยาลัยงาน ย่านสีลมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ตามระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานในข้อ 7 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าจะมีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนเหมาะสมกว่าผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่ำ ส่วนผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาใกล้เคียงกันจะมีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนไม่แตกต่างกันอาจเป็นเพราะว่า เมื่อผู้บริโภคมีการศึกษาอยู่ในระดับสูงก็จะมีความรู้ทางโภชนาการดีกว่าผู้บริโภคที่มีการศึกษาอยู่ในระดับต่ำ และความรู้เหล่านี้นำไปสู่การสร้างและกำหนดความคิด ทัศนคติต่อการบริโภคอาหารที่เหมาะสมซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่เหมาะสม นั่นคือผู้บริโภค รู้จักที่จะเลือกซื้อและเลือกบริโภคอาหารที่ดีมีประโยชน์ต่อสุขภาพร่างกาย และให้ความสนใจที่จะศึกษาหาข้อมูลทางโภชนาการมาประกอบการตัดสินใจเลือกซื้ออาหาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกัลยา นาคเพ็ชร (2521 : 4) ที่พบว่าระดับการศึกษา มีความสำคัญต่อเจตคติ การเลือกซื้ออาหาร และพฤติกรรมการบริโภคของบุคคลเป็นอย่างมาก เพราะบุคคลที่มีการศึกษาสูงก็จะมีความรู้เรื่องโภชนาการดีจะรู้จักเลือกซื้ออาหารที่ดีมีประโยชน์ และมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ถูกต้องมาก

กว่าผู้มีการศึกษาคำ หรือไม่มีการศึกษา สอดคล้องกับ คำกล่าวของชวลิต รัตกุล. (2515 : 6) ที่ว่าอิทธิพลของการศึกษาเกี่ยวกับการมีความรู้เรื่องคุณค่าอาหารอาจเป็นเหตุผลสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อ

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการนำไปใช้และการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

จากผลการศึกษาที่พบว่าผู้บริโภคอาหารจานด่วนซึ่งเป็นผู้ที่อยู่ในวัยทำงานโดยส่วนใหญ่มีความรู้ทางโภชนาการอยู่ในระดับดีมาก และมีทัศนคติที่เหมาะสมต่อการบริโภคอาหารจานด่วน แต่กลับมีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนที่ไม่เหมาะสม นั่นคือ ผู้บริโภควัยทำงานยังมีการบริโภคอาหารจานด่วนอย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง ถึงแม้ว่าจะมีรายได้อยู่ในระดับสูงปานกลาง หรือต่ำก็ตาม ดังนั้นองค์กรภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการดูแล และให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพอนามัยของประชาชนควรเอาใจใส่และให้ความสำคัญกับปัญหานี้ โดยการรณรงค์ให้ประชาชนดูแลรักษาสุขภาพของตนเอง บริโภคอาหารที่เป็นประโยชน์ และละเว้นอาหารที่ก่อให้เกิดโทษกับสุขภาพร่างกาย ทั้งนี้เพื่อลดพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ไม่เหมาะสมของประชาชน รวมทั้งควรรณรงค์ให้องค์กรภาคเอกชนหันมาให้ความสำคัญและดูแลเอาใจใส่บุคลากรในองค์กรให้มีความรู้ และคำนึงถึงการดูแลสุขภาพของตนเองด้วยการบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการควบคุมผู้ประกอบการธุรกิจอาหารจานด่วนให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณค่าทางโภชนาการต่อผู้บริโภคมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการลดความเจ็บป่วยของประชากรในสังคมไทย ลดภาระค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการเจ็บป่วยดังกล่าว และลดการสูญเสียบุคลากรอันมีค่าของสังคม

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัย

* 2.1 ควรเพิ่มการศึกษาวิจัยอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานประเภทอื่นที่นอกเหนือไปจากอาหารจานด่วนซึ่งก็เป็นอาหารที่ทำให้เกิดภาวะทูปโภชนาการและโรคภัยไข้เจ็บเช่นเดียวกัน เช่น ขนมขบเคี้ยวบรรจุซอง บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป อาหารริมทางเท้า เป็นต้น

2.2 ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารไทยที่มีคุณค่าให้มีรูปลักษณะ สีสัน ที่น่ารับประทาน และสามารถรับประทานได้ในชั่วโมงทำงานที่เร่งด่วน เพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านความสะดวกรวดเร็วในการเลือกซื้อและรับประทานอาหาร

* 2.4 ควรขยายขอบเขตของการวิจัยในเรื่องของพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วน โดยทำการวิจัยต่อไปว่ามีตัวแปรใดอีกบ้างที่นอกเหนือไปจากตัวแปรรายได้ซึ่งมีผลทำให้ผู้บริโภค

วัยทำงานในสังคมไทยมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ไม่เหมาะสม เช่น ค่านิยมในการบริโภค
อิทธิพลจากสื่อโฆษณา เป็นต้น

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กมลรัตน์ หล้าสุวงษ์. (2527). *จิตวิทยาสังคม*. กรุงเทพฯ : ภาควิชาการแนะแนวและจิตวิทยาการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- กฤษณา ศักดิ์ศรี. (2530). *จิตวิทยาการศึกษา*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์นิยมวิทยา.
- กัลยา นาคเพชร. (2521). *การศึกษาองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อภาวะโภชนาการของเด็กวัยก่อนเรียน จังหวัดนครราชสีมา*. ปรินูญานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. ถ่ายเอกสาร.
- คู่มือวิทยากร. (2539). *โครงการรณรงค์ความรู้ด้านอาหารและยา*. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข. หน้า 9.
- ชวลิต รัตกุล. (2515). *โภชนาการศึกษ*. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ชลิดา อุ่่นกำเนิด. (2535). *ความสัมพันธ์ระหว่างแบบแผนการดำเนินชีวิตของผู้บริหารและภาวะโภชนาการเกิน*. วิทยานิพนธ์ สส.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.
- ชุลีกร โชติดี. (2541). *ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติต่อวิชาชีพครูของนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม*. ปรินูญานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. ถ่ายเอกสาร.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2537). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธนาคารกรุงเทพ จำกัด: ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและการตลาด. (2526). “ฟาสต์ฟู้ดธุรกิจอาหารกินเร็วที่กำลังมาแรง,” *วารสารเศรษฐกิจ*. หน้า 480.
- ธีระ ชัยยุทธขรรยง และคนอื่น ๆ. (2539). *ผลของการใช้กิจกรรมกลุ่มสร้างคุณภาพกับกิจกรรมการพิจารณาสร้างเสริมค่านิยมที่มีต่อระดับการพัฒนาค่านิยมและเจตคติเชิงจริยธรรมด้านความซื่อสัตย์*. กรุงเทพฯ : ศูนย์แนะแนวการศึกษาและอาชีพ กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ.
- ทัศนวิวรรณ ภู่อารีย์. (2537). *โภชนาการมนุษย์*. กรุงเทพฯ : ภาควิชาคหกรรมศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- นางเยาว์ เข้มเวช. (2536). *พฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักศึกษาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. สารนิพนธ์ บธ.ม.(บริหารธุรกิจ) กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- นพดล เวชสวัสดิ์. (2529, พฤษภาคม). “ฟาสต์ฟู้ด ภัยอันตรายที่แฝงเร้น, ” *รู้รอบตัว*. หน้า 22-23.
- ✓ ครรชนี วิชาญจิตร. (2535). *พฤติกรรมกรรมการบริโภคฟาสต์ฟู้ดประเภทไก่ในเขตกรุงเทพมหานคร*.
กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. ถ่ายเอกสาร.
- คุณณี สุทธิปริยาศรี. (2531). *โภชนศาสตร์คลินิก*. กรุงเทพฯ : โครงการตำราวิทยาศาสตร์สุขภาพ.
หน้า 11.
- ✓ ปฐมปัทม์ สระบัว. (2536). *การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดของแมคโดนัลด์ในเขต
กรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
ถ่ายเอกสาร.
- ปราณี ทินกร. (2529). “ทฤษฎีการบริโภคมวลรวม และกรณีศึกษาของประเทศไทย,” *วารสาร
เศรษฐศาสตร์ธรรมศาสตร์*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. หน้า 6 –23.
- ประจวบ อินออด. (2520, สิงหาคม). “การค้นคว้าหาข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภค,” *นิเทศสาร*. 6 : 35-40.
- ✓ ประณีต ผ่องแผ้ว. (2539). *โภชนาการชุมชน : ในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงภาวะเศรษฐกิจอย่าง
รวดเร็ว*. กรุงเทพฯ : ลิฟวิ้งทรานส์มีเดีย.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2526). *ทัศนคติ : การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย*. พิมพ์ครั้งที่ 2.
กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- ปรีชา แดงโรจน์. (2533). *การโรงแรม : พจนานุกรมศัพท์อาหารและเครื่องดื่ม*. กรุงเทพฯ : ยูไนเต็ด
โปรดักชั่น. หน้า 52.
- พรทิพย์ สัมปิตตวนิช. (2536). “ทัศนคติกับพฤติกรรมผู้บริโภค,” ใน *เอกสารประกอบการสอนชุด
วิชาพฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิทยา
การจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. หน้า 149-188.
- พรรณเพ็ญ คเนจร ณ อยุธยา. (2523). *โภชนาการสำหรับบุคคลปกติในแต่ละภาวะ*. ชลบุรี : ภาควิชา
คหกรรมศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ บางแสน. หน้า 111–117.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2538). *วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์
เจริญผล.
- พัชรา กาญจนารัตน์, รัชณี ขวัญบุญจัน และเพียว ต้นมณี. (2520). *การศึกษาโครงการสุขภาพและ
เปรียบเทียบพฤติกรรมสุขภาพของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 และชั้นประถมศึกษาปีที่ 7 ในอำเภอ
แก่งคอย จังหวัดสระบุรี*. รายงานการวิจัย กรุงเทพฯ : แผนกวิชาพลศึกษา คณะครุศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.

- ภูษชงค์ คุณทลบุตร. (2524). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติทางด้านการอนามัยของประชาชนในเขตหมู่บ้านประมง*. วิทยานิพนธ์ ค.ม. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- มนทิรา รัชตะสมบุรณ์. (2544). *ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารชีวิตจิตของประชาชนในกรุงเทพมหานคร*. ปริญญาานิพนธ์ วท.ม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.
- ยงยุทธ วงศ์ภิรมย์ศานติ์. (2536). *พฤติกรรมกรรมการสื่อสาร*. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัย
ธรรมาธิราช.
- ยุพิน ตรีส. (2529). *ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะโภชนาการกับความรู้ ความเชื่อ และบริโภคนิสัยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ในโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ ค.ม. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- เยาวภา เวคะวากยานนท์. (2527). *ความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับประชากรศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนรัฐบาลในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ สค.ม. (สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- รวีวรรณ อังคนุรักษ์พันธุ์. (2533). “การวัดทัศนคติเบื้องต้น,” *เอกสารคำสอนวิชา วศ 306*. ชลบุรี : มหาวิทยาลัยบูรพา. หน้า 4.
- รัชณี ยนต์นิยม. (2530). *ทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อกิจการร้านฟาสต์ฟู้ดในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2528). *หลักการวิจัยทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ : ศึกษาภัณฑ์.
- ล้อม เฟิงแก้ว. (2531). “ฟาสต์ฟู้ดควรแปลว่าอะไร,” *ฟ้าเมืองไทย*. หน้า 23.
- วลัย อินทร์มพรรษ์. (2530). *โภชนบำบัด*. กรุงเทพฯ : แสงทวีการพิมพ์. หน้า 205-213.
- วนิดา สิทธิธฤตย์. (2523). *โภชนาการ*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศิลปากร. หน้า 7-8.
- วศินา จันทศิริ. (2526). “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกิน,” ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาโภชนาการศึกษาระดับที่ 1 หน่วยที่ 4 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช*. หน้า 108-109. กรุงเทพฯ : รุ่งศิลป์การพิมพ์.
- วิชากร,กรม. (2535). *คู่มือครูประเมินผลการเรียน*. กรุงเทพฯ : กระทรวงศึกษาธิการ.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2538, กุมภาพันธ์-มีนาคม). “คำเฉลี่ยกับการแปลความหมาย : เรื่องง่าย ๆ ที่บางครั้งก็พลาดได้,” *ข่าวสารการวิจัยการศึกษา*. 18(3) : 8-11.

- วิณี ชิคเชิดวงศ์. (2521). การเปรียบเทียบสุขนิสัยในการบริโภคและการเจริญเติบโตของเด็กก่อนวัยเรียนที่มาจากสภาพครอบครัวต่างกันในจังหวัดนครราชสีมา. ปรินูญานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. ถ่ายเอกสาร.
- ✓ วิถี แจ่มระทึก. (2541). ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสังกัดกรมสามัญศึกษา กรุงเทพมหานคร. ปรินูญานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. ถ่ายสำเนา.
- ศศิธร หาดำ. (2533). การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและทัศนคติต่อวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ที่เรียนโดยได้รับการตรวจการบ้าน 3 แบบ. ปรินูญานิพนธ์ กศ.ม. (การประถมศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศิริลักษณ์ สิ้นธวาลัย. (2530, ตุลาคม). “ทัศนคติและพฤติกรรมของเด็กนักเรียนไทยในตัวเมืองที่มีต่ออาหารว่าง,” ใน โภชนาการสาร. 21(4) :309-329.
- สง่า คามาพงษ์ และวิณะ วีระไวทยะ. (2539). วิเคราะห์พฤติกรรมอาหารและโภชนาการของคนไทยสู่แผนพัฒนาฉบับที่ 8. นนทบุรี : กองโภชนาการ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข.
- สมฤดี วีระพงษ์. (2535). พฤติกรรมการบริโภคอาหารด่วนทันใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 ในโรงเรียนสังกัดกรมสามัญศึกษา กรุงเทพมหานคร. ปรินูญานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. ถ่ายเอกสาร.
- สวัสดิ์ บรรเทิงสุข. (2528). “ลักษณะทางสังคมและขนบธรรมเนียมประเพณีในการบริโภคอาหารของคนไทยในภาคเหนือ,” โรคพยาธิใบไม้ในตับ บริโภคนิสัยกับแนวคิดและการแก้ไขทางสังคมศาสตร์และสุขศึกษา. กรุงเทพฯ : งานส่งเสริมการวิจัยตำรา กองบริการการศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล. หน้า 4.
- สุชาดา มะโนทัย. (2539). การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ครุศาสตร์บัณฑิต. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- สุทธิลักษณ์ สมิตะศิริ และคณะ. (2537). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อวัฒนธรรมการกินของผู้หญิงทำงานในมหานครกรุงเทพ : กรณีศึกษาย่านสีลมและรัฐวิสาหกิจ. กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา. ถ่ายเอกสาร.

สุนิสา พิลาสกุล. (2540). ฟาสต์ฟู้ด : บริโภคแบบใหม่ในสังคมไทย. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. กรุงเทพฯ :

มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.

สุนี รักษาเกียรติศักดิ์. (2539). การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพฯ : สำนักคอมพิวเตอร์

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. ถ่ายเอกสาร.

สุพร พูลสุข. (2522). การศึกษาเปรียบเทียบความรู้ ทักษะ และ การปฏิบัติเกี่ยวกับการบริโภค

ระหว่างนักศึกษาวิชาเอกสุขศึกษา กับนักศึกษาวิชาเอกอื่น ๆ ในวิทยาลัยครู. วิทยานิพนธ์

ปริญญาโท สาขาสุขศึกษา. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.

สุภาภรณ์ โรจน์รังสีธรรม. (2530). การศึกษาเรื่องความรู้ ทักษะ และ การปฏิบัติเกี่ยวกับสุขภาพผู้

บริโภคของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ใน โรงเรียนมัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร. ปริญญา

นิพนธ์ ค.ม. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.

สุรางค์ ไคว้ตระกูล. (2533). จิตวิทยาการศึกษา. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ลำออง งามวิชา,รศ. (2544). การบริหารการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

หมอพัตร (นามแฝง). (2534). “ ฟาสต์ฟู้ด,” ใกล้เคียง. หน้า 72.

อภิชาติ พงษ์ศรีหกุลชัย และสุรเกียรติ อาษานุภาพ. (2531). อาหารต่ออายุ. กรุงเทพฯ : มีเดียปรินท์ .

อัญชลี อยู่พรหม. (2543). ความรู้และเจตคติของผู้ปกครองนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียน

ราชวินิตมัธยม กรมสามัญศึกษา กรุงเทพมหานครที่มีต่อการสอนเพศศึกษาในโรงเรียน.

วิทยานิพนธ์ กศม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. ถ่ายเอกสาร.

อัครฤทธิ์ หอมประเสริฐ. (2543). การศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นที่มีต่อการบริโภคอาหาร

ฟาสต์ฟู้ดประเภทธุรกิจแฟรนไชส์ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์

กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. ถ่ายเอกสาร.

Armstrong, Jill E. (1985). “Factors Influencing Food Habits in Antigua West Indias,”

Dissertation Abstracts International. 46 : 3787.

Assael, Henry. (1992). *Consumer Behavior & Marketing Action.* 4th ed. Boston : PWS-KENT

Publishing Company.

• Bredenner,Carol Byrd. (1984, November). “ A Nutrition Curriculum for Health Education ; Its Effect

on Student Knowledge, Attitude, and Behavior, ” *The Journal of School Health.* 54 :385-

387.

- Brillhart, Patricia Carolyn. (1991). *The Relationship Between Nutrition Information Sources, Nutrition Knowledge and Nutrition Attitudes of Adolescents*. Eastern Michigan University. 6456 : 270.
- Bovee, C., Houston, M. & Thrill, J. (1995). *Marketing*. 2nd ed. New York : McGraw-Hill.
- Giffit, Helen H., and others. (1972). *Nutritional Behavior and Change*, New Jersey : Prentice Hall Inc.
- Fishman, Paula Blumin. (1985, February). "Teaching Children about Food Purchasing and Ecology : An Exploratory Study," *Dissertation Abstracts International*, 45 : 2403-A.
- Fleck, Henriette. (1981). *Introduction to Nutrition*. 4th ed. New York : Mamillan Publishing Co., : 37.
- Fusillo, Alia E. (1976, May). "Testing Consumers' Food I.Q.," *Fda Consumer* 10. 29-30.
- J. Freeman, et al, (1970). *Social Psychology*. New Jersey : Englewood Cliffs Prentice-Hull Inc., : 247.
- Jekanowski, Mark David. (1998). "An Econometric analysis of the demand for fast food across metropolitan areas with an emphasis on the role of availability," *Dissertation Thesis*. Ph.D. (Economic agriculture). Purdue : Graduate School Purdue University. Photocopied.
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management*. New Jersey : Prentice-Hall.
- Murata M. (1992). *Nutrition for the young. Its current problem*. Hum and Nutr. 8 : 52-143.
- Nelson, Wendy Iynn. (1994). *Normal and Anorexic Eating Attitudes and Behaviors in Young Adult College Students : A Descriptive Study*. Saint Louis University : 215.
- Rosenberg, Milton J. and Carl I. Hovland. (1960). *Attitude Organization and Change*. New Haven : Yale University Press.
- Sananmuang. Ratana. (1993). *Food Preferences of Thai Adolescents and their Mother, Attitudes and Knowledge about Foods and Nutrition*. Oregon State University : 565.
- Schiffman, Leon G. and Kanuk, Leslie Lazar. (2000). *Consumer Behavior*. 7th ed. New Jersey : Prentice-Hall, Inc.
- Schwartz, Nancy E. (1975). "Nutrition Knowledge, Attitude, and Practice of High School Graduates," *Journal of The American Dietary Association*. 66 (1) : 28-31.

Stewart, Price. (1991, September-October). "Fast Food," *Nutrition and Food Science*. 132 : 8.

Truswell, Stewart and Ian Darnton. (1981). "Food Habits of Adolescents," *Nutrition Today*. 39
(14) :73-88.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

หนังสือขออนุญาตในการเก็บรวบรวมข้อมูล



บันทึกข้อความ

93

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มศว โทร. 5731, 5618

ที่ ทม 1012/0360

วันที่ 14 มกราคม 2546

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะศึกษาศาสตร์

เนื่องด้วย นางสาวสายชล บุญศิริเอื้อเพื่อ นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกจิตวิทยาการแนะแนว มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วน (Fast Foods) ของผู้บริโภควัยทำงาน ย่านสีลม เขตกรุงเทพมหานคร” โดยมี อาจารย์ไพศาล อันประเสริฐ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ ผู้ช่วยศาสตราจารย์นันทา สุรักษา เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วน (Fast Foods) ของผู้บริโภควัยทำงาน ย่านสีลม เขตกรุงเทพมหานคร

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม ให้ นางสาวสายชล บุญศิริเอื้อเพื่อ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์นันทา สุรักษา)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๒ / มกราคม 2546

เรื่อง ขออนุญาตเพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย

เรียน รองกรรมการผู้จัดการ ศูนย์การค้าสีลมคอมเพล็กซ์

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวสายชล บุญศิริเอื้อเพื่อ นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกจิตวิทยาการแนะแนว มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม เขตกรุงเทพมหานคร” โดยมี อาจารย์ไพศาล อันประเสริฐ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในกรณีนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย โดยขอใช้สถานที่ และขอให้ผู้บริโภคอาหารจานด่วนที่เป็นวัยทำงาน ซึ่งทำงานหรือพักอาศัยย่านสีลม เป็นกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม เขตกรุงเทพมหานคร ในระหว่างเดือน มกราคม - กุมภาพันธ์ 2546

จึงเรียนมาเพื่อขออนุญาตให้ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวสายชล บุญศิริเอื้อเพื่อ ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภาพรณี หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

โทรสาร. 02-258-4119

หมายเหตุ : หากต้องการสอบถามข้อมูล กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ที่ทำงาน 02-3131470-3, 02-4262733

มือถือ 09-1212236



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๒1 มกราคม 2546

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน รองกรรมการผู้จัดการ ศูนย์การค้าสีลมคอมเพล็กซ์

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวสายชล บุญศิริเอื้อเพื่อ นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกจิตวิทยาการแนะแนว มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม เขตกรุงเทพมหานคร” โดยมี อาจารย์ไพศาล อันประเสริฐ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในกรณี นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูล เพื่อการวิจัย โดยขอใช้สถานที่ และขอให้ผู้บริโภคอาหารจานด่วนที่เป็นวัยทำงาน ซึ่งทำงานหรือพักอาศัยย่านสีลม ตอบแบบสอบถามการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วน ของผู้บริโภควัยทำงานย่านสีลม เขตกรุงเทพมหานคร ในระหว่างเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ 2546

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวสายชล บุญศิริเอื้อเพื่อ ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณ เป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภภรณ์ หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

โทรสาร. 02-258-4119

หมายเหตุ : หากต้องการสอบถามข้อมูล กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ที่ทำงาน 02-3131470-3, 02-4262733

มือถือ 09-1212236

ภาคผนวก ข
แบบสอบถาม

**เรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมในการบริโภค
อาหารจานด่วนของผู้บริโภควัยทำงาน ย่านสีลม เขตกรุงเทพมหานคร**

แบบสอบถาม

เรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะและพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วน
ของผู้บริโภควัยทำงาน ย่านสีลม เขตกรุงเทพมหานคร

คำแนะนำในการตอบแบบสอบถาม

1. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
ตอนที่ 2 ความรู้ด้านโภชนาการ
ตอนที่ 3 ทักษะในการบริโภคอาหารจานด่วน
ตอนที่ 3 พฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วน
2. การตอบแบบสอบถามในแต่ละตอนให้ใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด
3. การตอบแบบสอบถามฉบับนี้จะไม่มีผลใด ๆ กับตัวท่านและผู้วิจัยจะเก็บรักษาคำตอบไว้เป็นความลับ

แบบสอบถาม

เรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะและพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วน
ของผู้บริโภควัยทำงาน ย่านสีลม เขตกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ

() ชาย () หญิง

อายุ

() 25 - 30 ปี () 31 - 35 ปี
() 36 - 40 ปี () 41 ปีขึ้นไป

ระดับการศึกษาสูงสุด

() น้อยกว่ามัธยมศึกษา () มัธยมศึกษา
() อนุปริญญา, อาชีวศึกษา () ปริญญาตรี
() สูงกว่าปริญญาตรี

อาชีพ

() ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ () พนักงานบริษัทเอกชน
() ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว () อื่น ๆ (โปรดระบุ)

รายได้

() น้อยกว่า 5,000 บาท () 5,001 - 10,000 บาท
() 10,001 - 15,000 บาท () 15,001 - 20,000 บาท
() มากกว่า 20,000 บาท

ตอนที่ 2 ความรู้ทางด้านโภชนาการ

คำชี้แจง โปรดอ่านข้อความต่อไปนี้แล้วทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่ท่านคิดว่าถูกต้อง และทำเครื่องหมาย X หน้าข้อความที่ท่านคิดว่าผิด

-1. สารอาหารที่ให้พลังงานแก่ร่างกาย คือ คาร์โบไฮเดรต โปรตีน และไขมัน (ความจำ)
-2. การกินผักและผลไม้จะทำให้ร่างกายได้รับวิตามินและแร่ธาตุ (ความจำ)
-3. อาหารจานด่วนส่วนใหญ่ประกอบด้วยคาร์โบไฮเดรต และโปรตีน (ความจำ)
-4. อาหารที่มีไขมันอิ่มตัวสูง ได้แก่ เนื้อสัตว์ติดมัน นม และน้ำมันที่ทำจากปาล์ม(ความจำ)
-5. อาหารที่มีไขมันอิ่มตัวดีกว่าอาหารที่มีไขมันไม่อิ่มตัว (ความจำ)
-6. การทานอาหารที่มีไขมันอิ่มตัวสูงทำให้โคเลสเตอรอลในเลือดสูง (ความเข้าใจ)
-7. อาหารจานด่วนทำให้โคเลสเตอรอลในร่างกายเพิ่มขึ้นได้ (ความเข้าใจ)
-8. ผู้ที่รับประทานอาหารแต่ละมื้อครบแปด เนื้อสัตว์ ไขมัน ผัก ผลไม้ จะมีภูมิคุ้มกันโรคดี และมีโอกาสเป็นโรคได้น้อย (ความเข้าใจ)
-9. วิตามินและแร่ธาตุจากผัก ผลไม้จะช่วยควบคุมความสมดุลในร่างกาย (ความเข้าใจ)
-10. การขาดแร่ธาตุและวิตามินไม่ได้ส่งผลต่อสุขภาพมากนัก เพราะร่างกายต้องการเพียงจำนวนน้อย (ความเข้าใจ)
-11. เราอาจได้โปรตีนจากการทานถั่วเหลืองแทนการทานเนื้อสัตว์ (ความสามารถในการนำไปใช้)
-12. เราควรทานอาหารที่ให้พลังงานจำพวกแป้ง และเนื้อสัตว์เก็บไว้ในร่างกายมาก ๆ เพื่อให้ร่างกายเก็บไว้ใช้ยามจำเป็น (ความสามารถในการนำไปใช้)
-13. เราควรทานอาหารประเภทเดียวกัน เหมือน ๆ กันทุกวัน เพราะเราจะได้รับสารอาหารเท่ากันทุกวันไม่ทำให้เกิดโรคอ้วน (ความสามารถในการนำไปใช้)
-14. เราควรรับประทานเนื้อไก่ และเนื้อปลาซึ่งมีไขมันน้อยกว่าเนื้อหมูและเนื้อสัตว์ (ความสามารถในการนำไปใช้)
-15. เราสามารถทานอาหารจานด่วนแทนข้าวได้เพราะมีคาร์โบไฮเดรตและโปรตีนที่ให้พลังงานกับร่างกายเหมือนกัน (ความสามารถในการนำไปใช้)
-16. ผู้ที่ทานอาหารที่มีโปรตีน และไขมันสูงจะมีความเสี่ยงต่อการเป็นโรคมะเร็งได้ (การวิเคราะห์)
-17. ผู้ใหญ่ต้องการโปรตีนมากกว่าเด็กและวัยรุ่น เพื่อไปเสริมสร้างเซลล์ต่าง ๆ ที่สึกหรอให้ทำงานได้อย่างปกติ (การวิเคราะห์)

-18. คนที่ทานอาหารจานด่วนมาก ๆ ทำให้เป็นโรคหัวใจขาดเลือด และ โรคอ้วนได้ เพราะ
อาหารจานด่วนมีไขมันอิ่มตัวสูง (การวิเคราะห์)
-19. อาหารที่ปิ้ง ย่าง ทอด และรมควันจะรักษาคูณค่าอาหารได้มากกว่าอาหารที่ต้มหรื
นึ่ง เนื่องจากผ่านความร้อนน้อยกว่า (การวิเคราะห์)
-20. ผู้ที่เป็นโรคหัวใจและความดันโลหิตสูงไม่ควรทานอาหารจานด่วน (การวิเคราะห์)

ตอนที่ 3 ทักษะในการบริโภคอาหารจานด่วน

คำชี้แจง โปรดอ่านข้อความต่อไปนี้แล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นและ
ความรู้สึกของท่านมากที่สุด โดยมีระดับความคิดเห็นดังนี้

ทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วน	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อยที่สุด
1. ข้าพเจ้าคิดว่าอาหารที่มีประ โยชน์มักมีราคาแพง (เชิงลบ)					
2. ข้าพเจ้าคิดว่าอาหารจานด่วนราคาแพง (เชิงลบ)					
3. ข้าพเจ้าคิดว่าอาหารจานด่วนมีประ โยชน์ (เชิงบวก)					
4. ข้าพเจ้าคิดว่าอาหารที่ดีมีคุณค่าควรมีเนื้อสัตว์มาก ๆ (เชิงลบ)					
5. ข้าพเจ้าคิดว่าอาหารจานด่วนมีคุณค่าทางอาหาร (เชิงบวก)					
6. ข้าพเจ้าคิดว่าอาหารจานด่วนเป็นอันตรายต่อสุขภาพ (เชิงลบ)					
7. ข้าพเจ้าคิดว่ากาซื้ออาหารตามคำโฆษณาจะได้ผลิต ภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี (เชิงบวก)					

ทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วน	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
8. ข้าพเจ้าคิดว่าอาหารจานด่วนทำให้เป็นคนทันสมัยและเป็นที่ยอมรับของสังคม (เชิงบวก)					
9. ข้าพเจ้าคิดว่าอาหารจานด่วนให้ความสะดวกรวดเร็วในการเลือกซื้อและรับประทาน (เชิงบวก)					
10. ข้าพเจ้าคิดว่าอาหารจานด่วนเหมาะสำหรับวัยรุ่นและคนทำงาน (เชิงบวก)					
11. ข้าพเจ้ารู้สึกที่อาหารจานด่วนมีรสชาติที่อร่อย(เชิงบวก)					
12. ข้าพเจ้ารู้สึกที่อาหารจานด่วนมีสีกลิ่นและกลิ่นหอมน่ารับประทาน (เชิงบวก)					
13. ข้าพเจ้ารู้สึกที่อาหารจานด่วนมีรูปร่างลักษณะที่ดึงดูดใจ (เชิงบวก)					
14. ข้าพเจ้าคิดว่าอาหารจานด่วนมีปริมาณและคุณค่าอาหารคุ้มกับราคา (เชิงบวก)					
15. ข้าพเจ้าคิดว่าอาหารจานด่วนประหยัดกว่าการทานอาหารประเภทอื่น (เชิงบวก)					
16. ข้าพเจ้าคิดว่าอาหารจานด่วนแสดงว่าผู้นั้นฐานะดี (เชิงบวก)					
17. ข้าพเจ้าคิดว่าสามารถทานอาหารจานด่วนแทนการทานข้าวได้ (เชิงบวก)					
18. ข้าพเจ้าคิดว่าอาหารจานด่วนได้มาตรฐานและมีคุณภาพ (เชิงบวก)					
19. ข้าพเจ้าคิดว่าอาหารจานด่วนหาซื้อได้ง่ายและมีให้เลือกหลายชนิด (เชิงบวก)					
20. ข้าพเจ้าคิดว่าอาหารจานด่วนเป็นอาหารที่เหมาะสมกับสภาพสังคมปัจจุบัน (เชิงบวก)					

ตอนที่ 4 พฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วน

คำชี้แจง โปรดอ่านข้อความต่อไปนี้แล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับการปฏิบัติในการเลือกซื้อและเลือกรับประทานอาหารจานด่วนของท่านมากที่สุด โดยมีระดับการปฏิบัติดังนี้

พฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วน	ระดับการปฏิบัติ				
	ปฏิบัติ ประจำ	ปฏิบัติบ่อย	ปฏิบัติ ปานกลาง	ปฏิบัติ นาน ๆ ครั้ง	ไม่เคย ปฏิบัติ
1. ข้าพเจ้าซื้ออาหารจานด่วนตามคำโฆษณาในหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ (เชิงลบ)					
2. ข้าพเจ้าศึกษาข้อมูลโภชนาการเกี่ยวกับสารอาหาร ก่อน ตัดสินใจซื้ออาหาร (เชิงบวก)					
3. ข้าพเจ้าทานอาหารที่มีคาร์โบไฮเดรต โปรตีน และไขมัน มาก ๆ (เชิงลบ)					
4. ข้าพเจ้าทานผัก ผลไม้ (เชิงบวก)					
5. ข้าพเจ้าทานอาหารเฉพาะอาหารที่ชอบ (เชิงลบ)					
6. ข้าพเจ้าทานอาหารเฉพาะที่มีลักษณะ และสีอันสวยงาม (เชิงลบ)					
7. ข้าพเจ้าทานอาหารเฉพาะที่มีกลิ่นหอมนำรับประทาน (เชิงลบ)					
8. ข้าพเจ้าทานอาหารจานด่วน (เชิงลบ)					
9. ข้าพเจ้าเลือกทานอาหารที่มีสารอาหารครบถ้วน (เชิงบวก)					
10. ข้าพเจ้าเลือกทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย (เชิง บวก)					
11. ข้าพเจ้าทานอาหารที่มีราคาคุ้มค่ากับคุณค่าอาหาร (เชิงบวก)					
12. ข้าพเจ้าทานอาหารที่สะอาด ปลอดภัย ถูกหลักอนามัย (เชิงบวก)					
13. ข้าพเจ้าทานอาหารจานด่วนแทนอาหารมื้อหลัก (เชิงลบ)					

พฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วน	ระดับการปฏิบัติ				
	ปฏิบัติ ประจำ	ปฏิบัติบ่อย	ปฏิบัติ ปานกลาง	ปฏิบัติ นาน ๆ ครั้ง	ไม่เคย ปฏิบัติ
14. ข้าพเจ้าทานอาหารแต่ละมื้อครบทั้งแป้ง เนื้อสัตว์ ไขมัน ผัก ผลไม้ (เชิงบวก)					
15. ข้าพเจ้าทานอาหารจานด่วนเมื่อมีเวลาจำกัด (เชิงบวก)					
16. ข้าพเจ้าทานอาหารจานด่วนตามคนที่ข้าพเจ้าชื่นชอบ เช่น เพื่อน ดารา (เชิงลบ)					

ภาคผนวก ค
คุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

คุณภาพของเครื่องมือ

ตอนที่ 1 แบบทดสอบความรู้ทางด้านโภชนาการ

ข้อที่	ค่าความยากง่าย	ค่าอำนาจจำแนก
1	0.76	0.23
2	0.74	0.29
3	0.72	0.27
4	0.66	0.22
5	0.72	0.29
6	0.70	0.24
7	0.68	0.42
8	0.74	0.38
9	0.78	0.45
10	0.70	0.46
11	0.76	0.24
12	0.66	0.60
13	0.68	0.39
14	0.68	0.49
15	0.70	0.44
16	0.72	0.42
17	0.56	0.42
18	0.76	0.48
19	0.72	0.53
20	0.68	0.56

ค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบ เท่ากับ 0.968

ตอนที่ 2 แบบสอบถามทัศนคติในการบริโภคอาหารจานด่วน

ข้อที่	ค่าอำนาจจำแนก
1	0.21
2	0.20
3	0.21
4	0.23
5	0.20
6	0.25
7	0.27
8	0.26
9	0.20
10	0.24
11	0.20
12	0.29
13	0.26
14	0.21
15	0.24
16	0.31
17	0.22
18	0.28
19	0.21
20	0.24

ค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบ เท่ากับ 0.5935

ตอนที่ 3 แบบสอบถามพฤติกรรมในการบริโภคอาหารจานด่วน

ข้อที่	ค่าอำนาจจำแนก
1	0.22
2	0.36
3	0.29
4	0.20
5	0.35
6	0.25
7	0.25
8	0.21
9	0.23
10	0.21
11	0.26
12	0.21
13	0.21
14	0.20
15	0.22
16	0.25

ค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบ เท่ากับ 0.7452

ประวัติผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวสายชล บุญศิริเอื้อเฟื้อ
วันเดือนปีเกิด	7 พฤศจิกายน 2513
สถานที่เกิด	เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	844/42 ประชาอุทิศ 44 แขวงบางมด เขตทุ่งครุกรุงเทพมหานคร
ตำแหน่งหน้าที่การงานในปัจจุบัน	หัวหน้าแผนกบุคคล
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัทเบอร์ลี่ ยุคเกอร์ ฟู้ดส์ จำกัด
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2533	มัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสตรีมหาพฤฒาราม กรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2536	รัฐประศาสนศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาบริหารรัฐกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
พ.ศ. 2546	การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการแนะแนว มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ