พฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อ และภาวะโภชนาการของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น

Ready to eat purchasing behavior from convenience store and nutritional status of senior high school students in Khon Kaen municipality

วิชุตา สมจิตร ส.ม. (โภชนศาสตร์เพื่อสุขภาพ) *Wichuta Somchit M.P.H. (Nutrition For Health)*
ณิตชาธร ภาโนมัย ปร.ด. (สาธารณสุขศาสตร์) *Nitchatorn Panomai Ph.D. (Public Health)*
คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น *Faculty of Public Health, Khon Kaen University*

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อ และภาวะโภชนาการของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายปีที่ 4-6 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ที่เป็นโรงเรียนขนาดใหญ่พิเศษ ได้แก่ โรงเรียนขอนแก่นวิทยายน โรงเรียนกัลยาณวัตร โรงเรียนแก่นนครวิทยาลัย และโรงเรียนขามแก่นนคร จำนวน 726 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา สถิติเชิงอนุมาณ ไค-สแควร์ (Chi-Square Test) ในการหาความสัมพันธ์ของตัวแปรเชิงกลุ่ม และใช้โปรแกรมสำเร็จรูป INMU Thai Growth ในการประเมินภาวะโภชนาการของนักเรียน

ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมในการบริโภคอาหารพร้อมรับประทานนักเรียนบริโภคมากที่สุดคือ ข้าวกล่อง (อีซี่โก) ร้อยละ 37.33 ปัจจัยด้านสังคมที่ทำให้นักเรียนส่วนใหญ่เลือกรับประทานอาหารจากร้านสะดวกซื้อ คือ เพื่อนของนักเรียนบริโภคอาหารพร้อมรับประทานสม่ำเสมอ และแบ่งให้นักเรียนรับประทานด้วยร้อยละ 68.18 ปัจจัยด้านข้อมูลข่าวสารในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อของนักเรียนพบว่า นักเรียนส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาหารพร้อมรับประทานในเรื่อง ชนิด ประเภท ราคา การส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่น) จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุดร้อยละ 75.62 ปัจจัยด้านจิตวิทยาพบว่า นักเรียนมีความรู้อยู่ในเกณฑ์ดีโดยข้อความรู้ที่นักเรียนตอบถูกมากที่สุดคือ อาหารพร้อมรับประทานทุกชนิดจำเป็นต้องมีเลขสารบบกำกับอยู่ด้วยทุกครั้งร้อยละ 82.51 ด้านทัศนคติพบว่า นักเรียนมีทัศนคติในระดับสูง มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดคือ ควรสังเกตฉลากโภชนาการที่กำกับอยู่บนบรรจุภัณฑ์ของอาหารพร้อมรับประทานเสมอมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ปัจจัยทางส่วนประสมตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีระดับความสำคัญที่มากที่สุด คือ รสชาติอาหารถูกใจผู้บริโภค ราคาเหมาะสมสำหรับผู้บริโภค มีบริการไมโครเวฟสำหรับการรับประทานในเวลาที่รวดเร็ว และมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต่าง ๆ ตามลำดับ และภาวะโภชนาการของนักเรียน ส่วนใหญ่มีภาวะ

โภชนาการในเกณฑ์สมส่วนร้อยละ 69.83 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาลนครขอนแก่น ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยทางจิตวิทยาด้านความรู้ ปัจจัยทางจิตวิทยาด้านข้อมูลข่าวสารและด้านทัศนคติ ปัจจัยส่วนประสมตลาด ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

คำสำคัญ: พฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทาน ร้านสะดวกซื้อ ภาวะโภชนาการ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาลนครขอนแก่น

Abstract

This study is a survey research was aimed to study the ready to eat purchasing behavior from convenience store, and investigate nutritional status of senior high school students in Khon Kaen municipality with quantitative format research. The multi-stage sampling was performed from the groups of senior high school students in the extra-large school in Khon Kaen such as Khonkaenwitthayayon, Kanlayanawat, Kaennakornwitthayalai and Kamkaennakorn School. This study included 726 students. Data collecting were performed by questionnaire method, and analyzed by statistic description, Chi-square test to determine the relationship of parameter groups. In part of nutritional status, the INMU THAI GROWTH was used to assess nutritional status of the students.

The study was found that the frequency of ready-made food consumption behavior was rated into moderate level. The result was also shown that Easy Go ready-made food was consumed in the rated of 37.33%. The social factors influencing most participants to choose the ready-made food was that their friends bought it from the convenient store and share it with them (68.18%). The information factors influencing them on choosing ready-made food from the convenient store were kind of foods, type, prices, and promotions which mostly came from television (75.62). In terms of psychological factor, it was found the participants' knowledge were rated into good level. The item they mostly answered correctly was the item stating that every type of ready-made food must have food serial number (82.51%). In terms of participants' attitudes, it was found that their attitude was rated into high level. The item with highest score was that the customer should notice the nutrition label averagely 4.35. In terms of marketing-mix factors, the most influencing ones were the test, appropriate price, heating service, and promotion activities, respectively. In terms of participants' nutritional conditions, it was found they had a properly nutritional condition (69.83%). The factors relating with the frequency of ready-made food purchased from the convenient store were personal factor, social factor, psychological knowledge factor, psychological information and attitude factor, and marketing-mix factor with statistical significance of .05.

Keywords: Ready to eat Purchasing behavior, Convinience store, Nutrition status Senior high school students in Khon Kaen Municipality

บทนำ

"อาหาร" เป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่ง ซึ่งจำเป็นต้องมีการบริโภคทุกวันเพราะอาหารเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ และมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์เป็นอย่างมาก อุตสาหกรรมอาหารได้มีการเจริญเติบโตขึ้น และพัฒนามาเป็นอาหารแช่แข็งในปัจจุบัน ส่งผลให้มีการผลิตอาหารพร้อมรับประทานหลายชนิดตามมา

ปัจจุบันการได้มาของอาหารมาจากการซื้อเปลี่ยนด้วยเงิน และเน้นการซื้อจ่ายสินค้าที่ความสะดวกสบาย ทำให้มีธุรกิจร้านสะดวกซื้อเข้ามาแพร่หลายในประเทศไทย โดยเฉพาะร้านสะดวกซื้อ เป็นธุรกิจค้าปลีกที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน จำหน่ายสินค้าทั้งอุปโภคและบริโภคทุกชนิด เปิดให้บริการทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง ขอนแก่นก็เป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่มีการเจริญเติบโตด้านเศรษฐกิจสูง มีห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อจำนวนมาก และมีสถานศึกษาเป็นจำนวนมากเช่นกัน โดยมีโรงเรียนในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน จะเห็นได้ว่าโรงเรียนมัธยมขนาดใหญ่พิเศษคือมีนักเรียนตั้งแต่ 2,501 คนขึ้นไป ในเขตเทศบาลนครขอนแก่นมีทั้งหมด 4 โรงเรียนได้แก่ โรงเรียนขอนแก่นวิทยายน โรงเรียนกัลยาณวัตร โรงเรียนแก่นนครวิทยาลัย และโรงเรียนขามแก่นนคร ซึ่งโรงเรียนมีร้านสะดวกซื้อตั้งอยู่บริเวณใกล้เคียงเป็นจำนวนมาก ส่วนใหญ่คือร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น จึงทำให้ผู้บริโภคในกลุ่มวัยเรียนเลือกใช้บริการเป็นจำนวนมาก เนื่องจากมีความสะดวกสบายในการให้บริการ และมีบริการส่งเสริมการขายที่เหมาะกับกลุ่มลูกค้ากลุ่มวัยเรียน โดยเฉพาะการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทาน ซึ่งอาหารประเภทนี้จะมีความสะดวกและง่ายในการเตรียมอาหาร มีอายุของผลิตภัณฑ์ในการเก็บรักษาได้นาน คุณภาพและรสชาติของอาหารก็มีความใกล้เคียงกับอาหารปรุงสดทั่วไป หากขาดความรอบคอบในการเลือกซื้ออาหาร ก็จะส่งผลเสียต่อสุขภาพของผู้ที่เลือกซื้ออาหารเช่นเดียวกัน เช่น หากรับประทานเกินความต้องการของร่างกาย อาจจะทำให้สารอาหารที่ไม่จำเป็นเกิดการสะสม หรือรับประทานอาหารที่หมดอายุ ใช้อุณหภูมิและระยะเวลาการอุ่นที่ผิดอาจจะส่งผลเสียต่อสุขภาพได้ จากความเป็นมาดังกล่าวจะเห็นได้ว่า การบริโภคอาหารในเด็กวัยเรียนมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อพัฒนาการด้านร่างกาย สติปัญญา วุฒิภาวะทางอารมณ์ และจิตใจ หากเด็กขาดพัฒนาการด้านต่าง ๆ ดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อการเรียน ทำให้ผลการเรียนไม่ดี เด็กก็จะขาดความรู้ในด้านที่ควรจะได้รับอย่างเต็มที่ เมื่อเติบโตเป็นผู้ใหญ่ เด็กก็จะไม่สามารถนำความรู้ที่มีไปพัฒนาประเทศชาติต่อไปได้

ดังนั้นทางผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อ และภาวะโภชนาการของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาภาวะโภชนาการของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางจิตวิทยา และปัจจัยด้านส่วนประสมตลาด (ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางจิตวิทยา และปัจจัยด้านส่วนประสมตลาด) กับพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

นิยามศัพท์

1. พฤติกรรมการเลือกซื้อ หมายถึง การแสดงออกของบุคคลที่เกี่ยวกับการเลือกซื้ออาหาร

2. ภาวะโภชนาการ หมายถึง ภาวการณ์เจริญเติบโตทางด้านร่างกายของเด็กนักเรียนโดยอ้างอิงจากกองโภชนาการ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข 2543 มีเกณฑ์การประเมินได้แก่ ค่อนข้างผอม ผอม สมส่วน ท้วม เริ่มอ้วน อ้วน โดยการศึกษานี้จะใช้วิธีการประเมิน คือ น้ำหนักเทียบกับส่วนสูง (Weight for Height) เพื่อบอกว่าบุคคลนั้นมีน้ำหนักและส่วนสูงเหมาะสมกันหรือไม่ เป็นเครื่องมือชี้วัดถึงภาวะโภชนาการในปัจจุบัน

3. อาหารพร้อมรับประทาน หมายถึง อาหารที่สามารถรับประทานได้ทันทีหลังจากการละลายหรือปรุงประกอบอาหารแล้ว โดยใช้ความเย็นในการรักษาคุณภาพอาหารให้คงความสดอยู่เสมอ ก่อนนำมารับประทานต้องนำมาอุ่นในอุณหภูมิที่เหมาะสม

4. ร้านสะดวกซื้อ หมายถึง ร้านจำหน่ายสินค้าปลีก มีทั้งสินค้าอุปโภค บริโภคในชีวิตประจำวัน เปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมง ทุกวัน

วิธีดำเนินการ

1. รูปแบบการวิจัย เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research)

2. ประชากรศึกษา คือ เด็กนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4-6 มีอายุระหว่าง 15-18 ปี จำนวน 726 คน

3. การคำนวณขนาดตัวอย่าง ใช้สูตรการประมาณค่าสัดส่วนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาลนครขอนแก่น[1] จะได้จำนวนขนาดตัวอย่างประมาณ 363 คน นำจำนวนตัวอย่างมาคูณด้วยค่า Design Effect คือ 2 จะได้ขนาดตัวอย่าง เท่ากับ 726 คน การวิจัยนี้จึงใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 726 คน

4. การสุ่มตัวอย่าง ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) โดยแบ่งขั้นตอนการสุ่มออกดังนี้ 1) การสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ โดยแบ่งชั้นภูมิตามขนาดโรงเรียน และแบ่งชั้นภูมิตามระดับชั้นมัธยมปลายปีที่ 4 5 และ 6 2) การสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster Random Sampling) ตามห้องเรียนโดยการเลือกตัวแทนนักเรียนในแต่ละชั้น ของแต่ละโรงเรียน

5. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม โดยจะแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทาน

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามปัจจัยในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลภาวะโภชนาการ (แบบบันทึกน้ำหนักและส่วนสูง)

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวมรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 26 ถึง 28 กุมภาพันธ์ 2557 โดยผู้วิจัยให้นักเรียนตอบแบบสอบถาม เมื่อเสร็จแล้วผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถาม จากนั้นมอบของที่ระลึกแก่นักเรียน

7. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

7.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) จะใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปโดยมีการแจกแจงความถี่ และข้อมูลภาวะโภชนาการของนักเรียน นำเสนอเป็นค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

7.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inference statistics) การทดสอบสมมติฐาน วิเคราะห์ความสัมพันธ์ใช้ตัวสถิติไค-สแควร์ (Chi-Square Test) ในการหาความสัมพันธ์ของตัวแปรเชิงกลุ่ม

ผลการศึกษา

1.1 ข้อมูลทั่วไป (ปัจจัยส่วนบุคคล)

จากการศึกษา พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 66.94 มีอายุอยู่ในช่วง 15-16 ปีร้อยละ 48.48 มีอายุเฉลี่ย 16.74 ปี ลำดับชั้นที่กำลังศึกษา พบว่านักเรียนส่วนใหญ่ศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ร้อยละ 36.78 รายได้ต่อวันของนักเรียนที่ได้รับจากผู้ปกครองน้อยกว่า 100 บาทต่อวันร้อยละ 72.31 ลักษณะที่พักอาศัยของนักเรียน ส่วนใหญ่พักอาศัยที่บ้านกับผู้ปกครอง ร้อยละ 89.26 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อมูลทั่วไป (N=726)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	240	33.06
หญิง	486	66.94
อายุ		
15-16 ปี	352	48.48
17-18 ปี	348	47.93
19-20 ปี	26	3.58
ค่าเฉลี่ย (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) : 16.74(1.09)		
ระดับชั้นที่กำลังศึกษา		
มัธยมศึกษาปีที่ 4	348	30.99
มัธยมศึกษาปีที่ 5	111	32.23
มัธยมศึกษาปีที่ 6	267	36.78
รายได้ต่อวันของนักเรียนที่ได้รับจากผู้ปกครอง (บาท)		
ต่ำกว่า 100	525	72.31
101 – 200	195	26.86
มากกว่า 200	6	0.83
ค่าเฉลี่ย (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) : 108.59(37.50)		
ลักษณะที่พักอาศัยของนักเรียน		
พักอาศัยที่บ้านกับผู้ปกครอง	648	89.26
พักหอพักเพียงลำพัง	51	7.02
พักหอพักร่วมกับเพื่อน	13	1.79
พักอาศัยกับญาติ	14	1.93

1.2 พฤติกรรมในการบริโภคอาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อ

จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่นักเรียนไม่มีโรคประจำตัวร้อยละ 86.36 นักเรียนมักบริโภคอาหารพร้อมรับประทานในมื้อเย็นร้อยละ 53.86 และประเภทอาหารที่นักเรียนบริโภคมากที่สุด 3 อันดับแรก คือข้าวกล่องร้อยละ 55.79 รองลงมาคือแซนวิชร้อยละ 26.31 และไส้กรอกแฮมร้อยละ 26.17 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 พฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อ (N=726)

พฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทาน	จำนวน	ร้อยละ
โรคประจำตัว		
มี	99	13.64
ไม่มี	627	86.36
ท่านมักเลือกซื้ออาหารจากร้านสะดวกซื้อในมื้อใดบ้าง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
เช้า	310	42.70
ว่างเช้า	110	15.15
กลางวัน	307	42.29
เย็น	391	53.86
ก่อนนอน	69	9.50
อื่นๆ	33	4.55
ประเภทของอาหารที่ท่านมักซื้อประจำ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
ข้าวกล่อง	405	55.79
แซนวิช	191	26.31
ไส้กรอก/แฮม	190	26.17
ซาลาเปา/ขนมจีบ/เกี๊ยวซ่า	87	11.99
แฮมเบอร์เกอร์	72	9.92
พิซซ่า ไก่จ๊อ หมูยอกริลล์	63	8.68

1.3 ภาวะโภชนาการของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างพบว่านักเรียนส่วนใหญ่มีภาวะโภชนาการในเกณฑ์สมส่วน ร้อยละ 69.83 รองลงมาคืออ้วน ร้อยละ 8.26 และท้วม ร้อยละ 7.58 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ข้อมูลภาวะโภชนาการของนักเรียน (N=726)

ภาวะโภชนาการ	จำนวน	ร้อยละ
ผอม (<–2 SD)	17	2.34
ค่อนข้างผอม (<–1.5 SD ถึง – 2 SD)	43	5.92
สมส่วน (–1.5 SD ถึง + 1.5 SD)	507	69.83
ท้วม (>+1.5 SD ถึง +2 SD)	55	7.58
เริ่มอ้วน (+2 SD ถึง +3 SD)	44	6.06
อ้วน (>+3 SD)	60	8.26

*** ใช้เกณฑ์อ้างอิงจากกองโภชนาการ 2543

1.4 การหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางจิตวิทยา และปัจจัยด้านส่วนประสมตลาด กับพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาลนครขอนแก่น ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ มื้ออาหารที่เลือกซื้อ ประเภทของอาหารที่มักซื้อประจำ ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยทางจิตวิทยาด้านความรู้ ปัจจัยทางจิตวิทยาด้านข้อมูลข่าวสารและด้านทัศนคติ ปัจจัยส่วนประสมตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลจำแนกได้ตามรายข้อของแต่ละปัจจัยดังต่อไปนี้

1.4.1 เมื่อพิจารณาด้านปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ พบว่าอายุของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาลนครขอนแก่น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อ (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ กับพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อ

อายุ (ปี)	พฤติกรรมในการบริโภคอาหารพร้อมรับประทาน				รวม	x^2	p-value
	บริโภคเป็นประจำ	บริโภคปานกลาง	บริโภคน้อย	บริโภคนาน ๆครั้ง/ไม่บริโภคเลย			
15-16	63	102	119	68	352	21.768	0.001*
	(60.58)	(55.14)	(47.04)	(36.96)	(48.48)		
17-18	39	80	123	106	348		
	(37.50)	(43.24)	(48.62)	(57.61)	(47.93)		
19-20	2	3	11	10	26		
	(1.92)	(1.62)	(4.35)	(5.43)	(3.58)		

*มีนัยสำคัญที่ $p < 0.05$

1.4.2 เมื่อพิจารณาด้านปัจจัยส่วนบุคคล ด้านมื้ออาหารที่เลือกซื้อจากร้านสะดวกซื้อ พบว่ามื้ออาหารที่ซื้อจากร้านสะดวกซื้อของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น ได้แก่ มื้อเช้า มื้อกลางวัน มื้อก่อนนอน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อ (ตารางที่ 5)

1.4.3 เมื่อพิจารณาด้านปัจจัยส่วนบุคคล ด้านประเภทของอาหารที่มักซื้อประจำ พบว่าประเภทของอาหารที่มักซื้อประจำของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตเทศบาลนครขอนแก่นคือประเภท ไก่จ๊อ พิซซ่า หมูยอกริลล์ เป็นต้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อ (ตารางที่ 6)

1.4.4 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านสังคม พบว่า ครอบครัวของนักเรียนบริโภคอาหารพร้อมรับประทานเป็นประจำ ครอบครัวของนักเรียนสนับสนุนให้นักเรียนบริโภคอาหารพร้อมรับประทาน เพื่อนของนักเรียนชักชวนนักเรียนบริโภคอาหารพร้อมรับประทานเสมอ เพื่อนของนักเรียนบริโภคอาหารพร้อมรับประทานสม่ำเสมอ และแบ่งให้นักเรียนรับประทาน และเมื่อนักเรียนเห็นเพื่อนรับประทานอาหารพร้อมรับประทานก็อยากรับประทานบ้าง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อ (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านมื้ออาหารที่เลือกซื้อจากร้านสะดวกซื้อ กับพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อ

มื้ออาหาร	พฤติกรรมในการบริโภคอาหารพร้อมรับประทาน				รวม	χ^2	p-value
	บริโภคเป็นประจำ	บริโภคปานกลาง	บริโภคน้อย	บริโภคนาน ๆครั้ง/ไม่บริโภคเลย			
เช้า							
ไม่เลือก	56	89	156	116	417	11.346	0.010*
	(53.85)	(48.11)	(61.66)	(63.04)	(57.44)		
เลือก	48	96	97	68	309		
	(46.15)	(51.89)	(38.34)	(36.96)	(42.56)		
กลางวัน							
ไม่เลือก	57	98	141	125	421	10.343	0.016*
	(54.81)	(52.97)	(55.73)	(67.93)	(57.99)		
เลือก	47	87	112	59	305		
	(45.19)	(47.03)	(44.27)	(32.07)	(42.01)		
เย็น							
ไม่เลือก	94	158	231	174	657	9.310	0.025*
	(90.38)	(85.41)	(91.30)	(94.57)	(90.50)		
เลือก	10	27	22	10	69		
	(9.62)	(14.59)	(8.70)	(5.43)	(9.50)		

*มีนัยสำคัญที่ $p < 0.05$

ตารางที่ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านประเภทของอาหารที่มักซื้อประจำ กับพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อ

ประเภทอาหาร	พฤติกรรมในการบริโภคอาหารพร้อมรับประทาน				รวม	χ^2	p-value
	บริโภคเป็นประจำ	บริโภคปานกลาง	บริโภคน้อย	บริโภคนาน ๆ ครั้ง/ไม่บริโภคเลย			
ไก่จ๊อ พิซซ่า หมูยอกริลล์							
ไม่เลือก	97	171	239	156	663	13.871	0.003*
	(93.27)	(92.43)	(94.47)	(84.78)	(91.32)		
เลือก	7	14	14	28	63		
	(6.73)	(7.57)	(5.53)	(15.22)	(8.68)		

*มีนัยสำคัญที่ $p < 0.05$

ตารางที่ 7 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสังคม กับพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อ

ด้านสังคม	พฤติกรรมในการบริโภคอาหารพร้อมรับประทาน				รวม	χ^2	p-value
	บริโภคเป็นประจำ	บริโภคปานกลาง	บริโภคน้อย	บริโภคนาน ๆครั้ง/ไม่บริโภคเลย			
ครอบครัวของนักเรียนบริโภคอาหารพร้อมรับประทานเป็นประจำ							
ไม่เลือก	36	88	124	113	361	19.948	<0.001*
	(34.62)	(47.57)	(49.01)	(61.41)	(49.72)		
เลือก	68	97	129	71	365		
	(65.38)	(52.43)	(50.99)	(38.59)	(50.28)		
ครอบครัวของนักเรียนสนับสนุนให้นักเรียนบริโภคอาหารพร้อมรับประทาน							
ไม่เลือก	29	73	116	115	333	37.106	<0.001*
	(27.88)	(39.46)	(45.85)	(62.50)	(45.87)		
เลือก	75	112	137	69	393		
	(72.12)	(60.54)	(54.15)	(37.50)	(54.13)		
เพื่อนของนักเรียนชักชวนนักเรียนบริโภคอาหารพร้อมรับประทานเสมอ							
ไม่เลือก	23	47	80	83	233	22.876	<0.001*
	(22.12)	(25.41)	(31.62)	(45.11)	(32.09)		
เลือก	81	138	173	101	493		
	(77.88)	(74.59)	(68.38)	(54.89)	(67.91)		

ตารางที่ 7 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสังคม กับพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อ (ต่อ)

ด้านสังคม	พฤติกรรมในการบริโภคอาหารพร้อมรับประทาน				รวม	χ^2	p-value
	บริโภคเป็นประจำ	บริโภคปานกลาง	บริโภคน้อย	บริโภคนาน ๆครั้ง/ไม่บริโภคเลย			
เพื่อนของนักเรียนบริโภคอาหารพร้อมรับประทานสม่ำเสมอและแบ่งให้นักเรียนรับประทาน							
ไม่เลือก	25	43	78	85	231	26.818	<0.001*
	(24.04)	(23.24)	(30.83)	(46.20)	(31.82)		
เลือก	79	142	175	99	495		
	(75.96)	(76.76)	(69.17)	(53.80)	(68.18)		
เมื่อนักเรียนเห็นเพื่อนรับประทานอาหารพร้อมรับประทานก็อยากรับประทานบ้าง							
ไม่เลือก	27	66	83	87	263	15.784	0.001*
	(25.96)	(35.68)	(32.81)	(47.28)	(36.23)		
เลือก	77	119	170	97	463		
	(74.04)	(64.32)	(67.19)	(52.72)	(63.77)		

*มีนัยสำคัญที่ $p < 0.05$

1.4.5 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านจิตวิทยา ในส่วนของข้อมูลข่าวสาร พบว่าหัวข้อสื่อที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทาน ข้อมูลของอาหารพร้อมรับประทานที่สนใจ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อ (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 8 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านจิตวิทยา กับพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อ

ด้านสังคม	พฤติกรรมในการบริโภคอาหารพร้อมรับประทาน				รวม	χ^2	p-value
	บริโภคเป็นประจำ	บริโภคปานกลาง	บริโภคน้อย	บริโภคนาน ๆครั้ง/ไม่บริโภคเลย			
สื่อที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทาน							
หนังสือพิมพ์	3	5	0	0	8	36.829	0.018*
	(2.88)	(2.70)	(0.00)	(0.00)	(1.10)		
โทรทัศน์	75	129	187	151	542		
	(72.12)	(69.73)	(73.91)	(82.07)	(74.66)		
โปสเตอร์	8.00	6.00	13.00	7.00	34.00		
	(7.69)	(3.24)	(5.14)	(3.80)	(4.68)		

ตารางที่ 8 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านจิตวิทยา กับพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อ (ต่อ)

ด้านสังคม	พฤติกรรมในการบริโภคอาหารพร้อมรับประทาน				รวม	χ^2	p-value
	บริโภคเป็นประจำ	บริโภคปานกลาง	บริโภคน้อย	บริโภคนาน ๆครั้ง/ไม่บริโภคเลย			
นิตยสาร	3.00	10.00	12.00	6.00	31.00		
	(2.88)	(5.41)	(4.74)	(3.26)	(4.27)		
อินเตอร์เน็ต	14.00	29.00	26.00	14.00	83.00		
	(13.46)	(15.68)	(10.28)	(7.61)	(11.43)		
วิทยุ	0.00	2.00	0.00	1.00	3.00		
	(0.00)	(1.08)	(0.00)	(0.54)	(0.41)		
แผ่นพับ	1.00	4.00	14.00	5.00	24.00		
	(0.96)	(2.16)	(5.53)	(2.72)	(3.31)		
อื่น ๆ	0.00	0.00	1.00	0.00	1.00		
	(0.00)	(0.00)	(0.40)	(0.00)	(0.14)		
ข้อมูลของอาหารพร้อมรับประทานที่สนใจ							
ฉลากโภชนาการ	18	18	40	28	104	24.013	0.020*
	(17.31)	(9.73)	(15.81)	(15.22)	(14.33)		
คุณค่าทางโภชนาการ	52	94	97	65	308		
	(50.00)	(50.81)	(38.34)	(35.33)	(42.42)		
คุณประโยชน์	24.00	59.00	78.00	58.00	219.00		
	(23.08)	(31.89)	(30.83)	(31.52)	(30.17)		
การส่งเสริมการขาย	10.00	14.00	36.00	32.00	92.00		
	(9.62)	(7.57)	(14.23)	(17.39)	(12.67)		
สะดวก รวดเร็ว	0.00	0.00	2.00	1.00	3.00		
	(0.00)	(0.00)	(0.79)	(0.54)	(0.41)		
บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทาน							
สมาชิกในครอบครัว	38	71	69	48	226	25.253	<0.001*
	(36.54)	(38.38)	(27.27)	(26.09)	(31.13)		
เพื่อน	63	109	160	111	443		
	(60.58)	(58.92)	(63.24)	(60.33)	(61.02)		
ตนเอง	3	5	24	25	57		
	(2.88)	(2.70)	(9.49)	(13.59)	(7.85)		

*มีนัยสำคัญที่ $p < 0.05$

1.4.6 ปัจจัยด้านจิตวิทยาในส่วนของความรู้รายข้อพบว่าหัวข้อสังเกตวันเดือนปีที่หมดอายุในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานในแต่ละครั้ง และอาหารพร้อมรับประทานมีโซเดียมในอาหารปริมาณมากหากบริโภคประจำจะส่งผลเสียต่อร่างกายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อ (ตารางที่ 9)

1.4.7 ปัจจัยด้านจิตวิทยาในส่วนของทัศนคติพบว่าทัศนคติโดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าหัวข้อการรับประทานอาหารพร้อมรับประทานในแต่ละมื้อ ทำให้ร่างกายได้รับสารอาหารครบ 5 หมู่ การรับประทานอาหารพร้อมรับประทานเป็นประจำ ทำให้ร่างกายได้รับสารอาหารเพียงพอต่อความต้องการของร่างกาย อาหารพร้อมรับประทานให้สารอาหารจำพวกวิตามิน เกลือแร่ แต่มีไขอาหารน้อย อาหารพร้อมรับประทานทุกชนิดมีความปลอดภัย และบรรจุภัณฑ์ของอาหารไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค อาหารพร้อมรับประทานให้คุณค่าของอาหารเท่าเทียมกับอาหารปรุงสดใหม่ อาหารพร้อมรับประทานสด สะอาด เสมอ สารปรุงแต่งในอาหารพร้อมรับประทานไม่เป็นผลเสียต่อสุขภาพและอาหารพร้อมรับประทานทุกชนิดมีขั้นตอนการผลิตที่สะอาดปราศจากเชื้อโรคมากกว่าอาหารทั่วไปที่ผ่านการปรุงประกอบทันที มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อ (ตารางที่ 10)

ตารางที่ 9 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านจิตวิทยา ในส่วนของความรู้ กับพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อ

ความรู้	พฤติกรรมในการบริโภคอาหารพร้อมรับประทาน				รวม	χ^2	p-value
	บริโภคเป็นประจำ	บริโภคปานกลาง	บริโภคน้อย	บริโภคนาน ๆ ครั้ง/ไม่บริโภคเลย			
สังเกตวันเดือนปีที่หมดอายุในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานในแต่ละครั้ง							
ตอบถูก	73	136	199	161	569	15.372	0.002*
	(70.19)	(73.91)	(78.66)	(87.50)	(78.48)		
อาหารพร้อมรับประทานมีโซเดียมปริมาณมาก หากบริโภคประจำจะส่งผลเสียต่อร่างกายได้							
ตอบถูก	52	92	145	125	414	15.057	0.002*
	(50.00)	(49.73)	(57.31)	(67.93)	(57.02)		

*มีนัยสำคัญที่ $p < 0.05$

ตารางที่ 10 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านจิตวิทยา ด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อ

ทัศนคติ	พฤติกรรมในการบริโภคอาหารพร้อมรับประทาน				รวม	χ^2	p-value
	บริโภคเป็นประจำ	บริโภคปานกลาง	บริโภคน้อย	บริโภคนาน ๆครั้ง/ไม่บริโภคเลย			
การรับประทานอาหารพร้อมรับประทานในแต่ละมื้อ ทำให้ร่างกายได้รับสารอาหารครบ 5 หมู่							
ไม่เห็นด้วย	9	22	60	61	152	56.708	<0.001*
	(8.65)	(11.89)	(23.72)	(33.15)	(20.94)		
ไม่แน่ใจ	12	49	55	49	165		
	(11.54)	(26.49)	(21.74)	(26.63)	(22.73)		
เห็นด้วย	83.00	114.00	138.00	74.00	409.00		
	(79.81)	(61.62)	(54.55)	(40.22)	(56.34)		
การรับประทานอาหารพร้อมรับประทานเป็นประจำ ทำให้ร่างกายได้รับสารอาหารเพียงพอต่อความต้องการของร่างกาย							
ไม่เห็นด้วย	9	28	54	71	162	60.561	<0.001*
	(8.65)	(15.14)	(21.34)	(38.59)	(22.31)		
ไม่แน่ใจ	16	49	71	45	181		
	(15.38)	(26.49)	(28.06)	(24.46)	(24.93)		
เห็นด้วย	79.00	108.00	128.00	68.00	383.00		
	(75.96)	(58.38)	(50.59)	(36.96)	(52.75)		
อาหารพร้อมรับประทานให้สารอาหารจำพวกวิตามินเกลือแร่ แต่มีใยอาหารน้อย							
ไม่เห็นด้วย	8	15	16	17	56	23.582	0.001*
	(7.69)	(8.11)	(6.32)	(9.24)	(7.71)		
ไม่แน่ใจ	19	54	102	75	250		
	(18.27)	(29.19)	(40.32)	(40.76)	(34.44)		
เห็นด้วย	77.00	116.00	135.00	92.00	420.00		
	(74.04)	(62.70)	(53.36)	(50.00)	(57.85)		
อาหารพร้อมรับประทานทุกชนิดมีความปลอดภัย และบรรจุภัณฑ์ของอาหารไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค							
ไม่เห็นด้วย	13	19	31	41	104	40.148	<0.001*
	(12.50)	(10.27)	(12.25)	(22.28)	(14.33)		
ไม่แน่ใจ	19	65	111	72	267		
	(18.27)	(35.14)	(43.87)	(39.13)	(36.78)		
เห็นด้วย	72.00	101.00	111.00	71.00	355.00		
	(69.23)	(54.59)	(43.87)	(38.59)	(48.90)		

ตารางที่ 10 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านจิตวิทยา ด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อ (ต่อ)

ทัศนคติ	พฤติกรรมในการบริโภคอาหารพร้อมรับประทาน				รวม	χ^2	p-value
	บริโภคเป็นประจำ	บริโภคปานกลาง	บริโภคน้อย	บริโภคนาน ๆครั้ง/ไม่บริโภคเลย			
อาหารพร้อมรับประทานให้คุณค่าของอาหารเท่าเทียมกับอาหารปรุงสดใหม่							
ไม่เห็นด้วย	19	44	78	96	237	71.737	<0.001*
	(18.27)	(23.78)	(30.83)	(52.17)	(32.64)		
ไม่แน่ใจ	17	59	85	33	194		
	(16.35)	(31.89)	(33.60)	(17.93)	(26.72)		
เห็นด้วย	68.00	82.00	90.00	55.00	295.00		
	(65.38)	(44.32)	(35.57)	(29.89)	(40.63)		
อาหารพร้อมรับประทานสด สะอาดเสมอ							
ไม่เห็นด้วย	12	32	71	75	190	48.925	<0.001*
	(11.54)	(17.30)	(28.06)	(40.76)	(26.17)		
ไม่แน่ใจ	24	60	74	49	207		
	(23.08)	(32.43)	(29.25)	(26.63)	(28.51)		
เห็นด้วย	68.00	93.00	108.00	60.00	329.00		
	(65.38)	(50.27)	(42.69)	(32.61)	(45.32)		
สารปรุงแต่งในอาหารพร้อมรับประทานไม่เป็นผลเสียต่อสุขภาพ							
ไม่เห็นด้วย	18	40	84	85	227	50.384	<0.001*
	(17.31)	(21.62)	(33.20)	(46.20)	(31.27)		
ไม่แน่ใจ	23	56	75	51	205		
	(22.12)	(30.27)	(29.64)	(27.72)	(28.24)		
เห็นด้วย	63.00	89.00	94.00	48.00	294.00		
	(60.58)	(48.11)	(37.15)	(26.09)	(40.50)		
อาหารพร้อมรับประทานทุกชนิดมีขั้นตอนการผลิตที่สะอาดปราศจากเชื้อโรคมากกว่าอาหารทั่วไปที่ผ่านการปรุงประกอบทันที							
ไม่เห็นด้วย	7	23	32	40	102	37.962	<0.001*
	(6.73)	(12.43)	(12.65)	(21.74)	(14.05)		
ไม่แน่ใจ	28	63	105	84	280		
	(26.92)	(34.05)	(41.50)	(45.65)	(38.57)		
เห็นด้วย	69.00	99.00	116.00	60.00	344.00		
	(66.35)	(53.51)	(45.85)	(32.61)	(47.38)		

*มีนัยสำคัญที่ $p < 0.05$

1.4.8 ปัจจัยทางส่วนประสมตลาดด้านผลิตภัณฑ์ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าปริมาณในการบรรจุเพียงพอต่อการบริโภค รสชาติอาหารถูกใจผู้บริโภค ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ และลักษณะ/สีสันของอาหารชวนให้รับประทานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อ (ตารางที่ 11)

ตารางที่ 11 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางส่วนประสมตลาดด้านผลิตภัณฑ์ กับพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อ

ด้านผลิตภัณฑ์	พฤติกรรมในการบริโภคอาหารพร้อมรับประทาน				รวม	χ^2	p-value
	บริโภคเป็นประจำ	บริโภคปานกลาง	บริโภคน้อย	บริโภคนาน ๆครั้ง/ไม่บริโภคเลย			
ปริมาณในการบรรจุเพียงพอต่อการบริโภค							
น้อยที่สุด	2	5	8	6	21	46.120	<0.001*
	(1.92)	(2.70)	(3.16)	(3.26)	(2.89)		
น้อย	2	13	33	28	76		
	(1.92)	(7.03)	(13.04)	(15.22)	(10.47)		
ปานกลาง	26.00	57.00	98.00	82.00	263.00		
	(25.00)	(30.81)	(38.74)	(44.57)	(36.23)		
มาก	42.00	67.00	61.00	36.00	206.00		
	(40.38)	(36.22)	(24.11)	(19.57)	(28.37)		
มากที่สุด	32.00	43.00	53.00	32.00	160.00		
	(30.77)	(23.24)	(20.95)	(17.39)	(22.04)		
รสชาติอาหารถูกใจผู้บริโภค							
น้อยที่สุด	2	2	2	4	10	23.068	0.027*
	(1.92)	(1.08)	(0.79)	(2.17)	(1.38)		
น้อย	2	6	9	18	35		
	(1.92)	(3.24)	(3.56)	(9.78)	(4.82)		
ปานกลาง	29.00	58.00	95.00	70.00	252.00		
	(27.88)	(31.35)	(37.55)	(38.04)	(34.71)		
มาก	44.00	76.00	94.00	59.00	273.00		
	(42.31)	(41.08)	(37.15)	(32.07)	(37.60)		
มากที่สุด	27.00	43.00	53.00	33.00	156.00		
	(25.96)	(23.24)	(20.95)	(17.93)	(21.49)		

ตารางที่ 11 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางส่วนประสมตลาดด้านผลิตภัณฑ์ กับพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อ (ต่อ)

ด้านผลิตภัณฑ์	พฤติกรรมในการบริโภคอาหารพร้อมรับประทาน				รวม	χ^2	p-value
	บริโภคเป็นประจำ	บริโภคปานกลาง	บริโภคน้อย	บริโภคนาน ๆครั้ง/ไม่บริโภคเลย			
ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์							
น้อยที่สุด	0	6	3	3	12	21.755	0.040*
	(0.00)	(3.24)	(1.19)	(1.63)	(1.65)		
น้อย	5	8	21	11	45		
	(4.81)	(4.32)	(8.30)	(5.98)	(6.20)		
ปานกลาง	31.00	54.00	97.00	79.00	261.00		
	(29.81)	(29.19)	(38.34)	(42.93)	(35.95)		
มาก	47.00	70.00	85.00	59.00	261.00		
	(45.19)	(37.84)	(33.60)	(32.07)	(35.95)		
มากที่สุด	21.00	47.00	47.00	32.00	147.00		
	(20.19)	(25.41)	(18.58)	(17.39)	(20.25)		
ลักษณะ/สีสันของอาหารชวนให้รับประทาน							
น้อยที่สุด	1	6	6	3	16	22.306	0.034*
	(0.96)	(3.24)	(2.37)	(1.63)	(2.20)		
น้อย	4	12	16	12	44		
	(3.85)	(6.49)	(6.32)	(6.52)	(6.06)		
ปานกลาง	28.00	60.00	88.00	81.00	257.00		
	(26.92)	(32.43)	(34.78)	(44.02)	(35.40)		
มาก	43.00	55.00	97.00	58.00	253.00		
	(41.35)	(29.73)	(38.34)	(31.52)	(34.85)		
มากที่สุด	28.00	52.00	46.00	30.00	156.00		
	(26.92)	(28.11)	(18.18)	(16.30)	(21.49)		

*มีนัยสำคัญที่ $p < 0.05$

1.4.9 ปัจจัยทางส่วนประสมตลาดด้านราคาเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าราคาเหมาะสมสำหรับผู้บริโภคผลิตภัณฑ์มีราคาหลายระดับให้เลือก และราคาคุ้มค่ากับปริมาณอาหารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อ (ตารางที่ 12)

ตารางที่ 12 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางส่วนประสมตลาดด้านราคา กับพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อ

ด้านราคา	ความถี่ในการบริโภคอาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อโดยรวม				รวม	χ^2	p-value
	บริโภคเป็นประจำ	บริโภคปานกลาง	บริโภคน้อย	บริโภคนาน ๆครั้ง/ไม่บริโภคเลย			
ราคาเหมาะสมสำหรับผู้บริโภค							
น้อยที่สุด	2	8	8	5	23	35.089	<0.001*
	(1.92)	(4.32)	(3.16)	(2.72)	(3.17)		
น้อย	6	7	26	31	70		
	(5.77)	(3.78)	(10.28)	(16.85)	(9.64)		
ปานกลาง	25.00	62.00	95.00	67.00	249.00		
	(24.04)	(33.51)	(37.55)	(36.41)	(34.30)		
มาก	34.00	58.00	69.00	38.00	199.00		
	(32.69)	(31.35)	(27.27)	(20.65)	(27.41)		
มากที่สุด	37.00	50.00	55.00	43.00	185.00		
	(35.58)	(27.03)	(21.74)	(23.37)	(25.48)		
ผลิตภัณฑ์มีราคาหลายระดับให้เลือก							
น้อยที่สุด	0	4	4	3	11	24.605	0.017*
	(0.00)	(2.16)	(1.58)	(1.63)	(1.52)		
น้อย	3	8	20	19	50		
	(2.88)	(4.32)	(7.91)	(10.33)	(6.89)		
ปานกลาง	30.00	48.00	74.00	62.00	214.00		
	(28.85)	(25.95)	(29.25)	(33.70)	(29.48)		
มาก	35.00	72.00	103.00	69.00	279.00		
	(33.65)	(38.92)	(40.71)	(37.50)	(38.43)		
มากที่สุด	36.00	53.00	52.00	31.00	172.00		
	(34.62)	(28.65)	(20.55)	(16.85)	(23.69)		

ตารางที่ 12 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางส่วนประสมตลาดด้านราคา กับพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อ (ต่อ)

ด้านราคา	ความถี่ในการบริโภคอาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อโดยรวม				รวม	χ^2	p-value
	บริโภคเป็นประจำ	บริโภคปานกลาง	บริโภคน้อย	บริโภคนาน ๆครั้ง/ไม่บริโภคเลย			
ราคาคุ้มค่ากับปริมาณอาหาร							
น้อยที่สุด	4	9	14	14	41	29.431	0.003*
	(3.85)	(4.86)	(5.53)	(7.61)	(5.65)		
น้อย	4	14	33	32	83		
	(3.85)	(7.57)	(13.04)	(17.39)	(11.43)		
ปานกลาง	27.00	58.00	80.00	62.00	227.00		
	(25.96)	(31.35)	(31.62)	(33.70)	(31.27)		
มาก	43.00	54.00	71.00	38.00	206.00		
	(41.35)	(29.19)	(28.06)	(20.65)	(28.37)		
มากที่สุด	26.00	50.00	55.00	38.00	169.00		
	(25.00)	(27.03)	(21.74)	(20.65)	(23.28)		

*มีนัยสำคัญที่ $p < 0.05$

อภิปรายผล

1. ข้อมูลทั่วไป

นักเรียนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 15-16 ปี ระดับชั้นที่กำลังศึกษาส่วนใหญ่เป็นนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 รายได้ต่อวันของนักเรียนที่ได้รับจากผู้ปกครองส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 100-200 บาท ลักษณะที่พักอาศัยของนักเรียนส่วนใหญ่คือพักอาศัยที่บ้านกับผู้ปกครอง ซึ่งสอดคล้องกับ นุชนาฎ แก้วเบ้า[2] ที่พบว่าปัจจุบันนักศึกษาส่วนใหญ่อาศัยกับผู้ปกครอง และสอดคล้องกับ อินทิรา แก้วมาตร[3] ที่พบว่านักศึกษามีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อวันอยู่ระหว่าง 101-120 บาท ซึ่งตรงกับผลการศึกษาที่รายได้ต่อวันของนักเรียนเท่ากับ 100-200 บาท และลักษณะที่พักอาศัยของนักเรียนคือพักบ้านกับผู้ปกครอง

2. พฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อ

จากการศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อของนักเรียนส่วนใหญ่นักเรียนไม่มีโรคประจำตัว นักเรียนมักบริโภคอาหารพร้อมรับประทานในมื้อเย็น และประเภทอาหารที่นักเรียนบริโภคมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ข้าวกล่องรองลงมาคือ แซนวิช และไส้กรอกแฮมตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับเจตนี ตันจันทร์พงศ์[4] ที่พบว่านักศึกษามักซื้ออาหารจากร้านสะดวกซื้อในมื้อเย็น เพราะจากการศึกษาพบว่านักเรียนส่วนใหญ่จะมักซื้ออาหารพร้อมรับประทานบริโภคในมื้อเย็นหลังเลิกเรียน และสอดคล้องกับ นุชนาฎ แก้วเบ้า[2] ที่พบว่านักศึกษานิยมซื้อ และชอบบริโภคอาหารแช่แข็งที่พร้อมบริโภคประเภทอาหารมื้อหลัก ประเภทอาหารจานเดียว เช่น ข้าวผัด ข้าว

กะเพรา อาจเพราะสะดวกในการบริโภค และราคาไม่แพง และคล้ายกับ วรรณปกรณ์ สุดตะนา[5] ที่พบว่านักศึกษาส่วนใหญ่มีรูปแบบการบริโภคอาหารต่างจากเดิม คือ มีรูปแบบการบริโภคแบบสังคมเมืองมากขึ้น มีการบริโภคอาหารสำเร็จรูป และอาหารจานเดียวแบบง่าย ๆ

3. ภาวะโภชนาการของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ภาวะโภชนาการ โดยใช้เกณฑ์อ้างอิงจากกองโภชนาการ 2534 [6] พบว่านักเรียนส่วนใหญ่อยู่ในเกณฑ์สมส่วนร้อยละ 69.83 รองลงมาคืออ้วนและท้วม ซึ่งคล้ายกับ อินทิรา แก้วมาตร[3] ที่พบว่าด้านภาวะโภชนาการของนักศึกษาส่วนใหญ่ที่ร่างกายสมส่วน

4. การหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางจิตวิทยา และปัจจัยด้านส่วนประสมตลาดกับพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น

ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับชั้นที่กำลังศึกษา มื้ออาหารที่เลือกซื้อ ประเภทของอาหารที่มักซื้อประจำ ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยทางจิตวิทยาด้านความรู้ ปัจจัยทางจิตวิทยาด้านข้อมูลข่าวสาร และด้านทัศนคติ ปัจจัยส่วนประสมตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาลนครขอนแก่น ซึ่งสอดคล้องกับ นิตยา กุลวงษ์[7] ที่พบว่า และระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร แต่ในส่วนของเพศนั้นไม่สอดคล้องกัน เพราะจากการหาความสัมพันธ์ในส่วนของเพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อของนักเรียนส่วนใหญ่นักเรียนไม่มีโรคประจำตัว นักเรียนมักบริโภคอาหารพร้อมรับประทานในมื้อเย็น และประเภทอาหารที่นักเรียนบริโภคมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ข้าวกล่อง รองลงมาคือ แซนวิช และไส้กรอกแฮมตามลำดับ

ในส่วนของภาวะโภชนาการพบว่า นักเรียนส่วนใหญ่มีภาวะโภชนาการในเกณฑ์สมส่วน รองลงมาคือ อ้วน และท้วมตามลำดับ และในส่วนของปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาลนครขอนแก่น ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ มื้ออาหารที่เลือกซื้อ (มื้อเช้า มื้อกลางวัน และมื้อก่อนนอน) ประเภทของอาหารที่มักซื้อประจำ (ไก่จ๊อ พิซซ่า และหมูยอกริลล์) ปัจจัยด้านสังคม (ครอบครัวของนักเรียนบริโภคอาหารพร้อมรับประทานเป็นประจำ ครอบครัวของนักเรียนสนับสนุนให้นักเรียนบริโภคอาหารพร้อมรับประทาน เพื่อนของนักเรียนชักชวนนักเรียนบริโภคอาหารพร้อมรับประทานเสมอ เพื่อนของนักเรียนบริโภคอาหารพร้อมรับประทานสม่ำเสมอและแบ่งให้นักเรียนรับประทาน และเมื่อนักเรียนเห็นเพื่อนรับประทานอาหารพร้อมรับประทานก็อยากรับประทานบ้าง) ปัจจัยทางจิตวิทยาในส่วนของข้อมูลข่าวสาร (สื่อที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทาน และข้อมูลของอาหารพร้อมรับประทานที่สนใจ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทาน) ปัจจัยทางจิตวิทยาในส่วนของความรู้ (ข้อสังเกตวันเดือนปีที่หมดอายุในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานในแต่ละครั้ง และอาหารพร้อมรับประทานมีโซเดียมในอาหารปริมาณมาก หากบริโภคประจำจะส่งผลเสียต่อร่างกาย) และในส่วนของทัศนคติ (การรับประทานอาหารพร้อมรับประทานในแต่ละมื้อทำให้ร่างกายได้รับสารอาหารครบ 5 หมู่ การรับประทานอาหารพร้อมรับประทานเป็นประจำทำให้ร่างกายได้รับสารอาหารเพียงพอต่อความต้องการของร่างกาย อาหารพร้อมรับประทานให้สารอาหารจำพวกวิตามิน เกลือแร่ แต่มีใยอาหารน้อย อาหารพร้อมรับประทานทุกชนิดมีความปลอดภัย บรรจุภัณฑ์ของอาหารไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภคอาหารพร้อมรับประทานให้

คุณค่าของอาหารเท่าเทียมกับอาหารปรุงสดใหม่ อาหารพร้อมรับประทานสด สะอาด เสมอสารปรุงแต่งในอาหารพร้อมรับประทานไม่เป็นผลเสียต่อสุขภาพ และอาหารพร้อมรับประทานทุกชนิดมีขั้นตอนการผลิตที่สะอาด ปราศจากเชื้อโรคมากกว่าอาหารทั่วไปที่ผ่านการปรุงประกอบทันที) ปัจจัยส่วนประสมตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (ปริมาณในการบรรจุเพียงพอต่อการบริโภค รสชาติอาหารถูกใจผู้บริโภค ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ และลักษณะ/สีสันของอาหารชวนให้รับประทาน) และด้านราคา (ราคาเหมาะสมสำหรับผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์มีราคาหลายระดับให้เลือก และราคาคุ้มค่ากับปริมาณอาหาร) ปัจจัยต่าง ๆดังที่กล่าวมามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาลนครขอนแก่นที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัย

นักเรียนส่วนใหญ่ที่มักมีการบริโภคอาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อเป็นประจำ อาจจะก่อให้เกิดโรคแทรกซ้อนอื่น ๆ ตามมา เช่น โรคอ้วน เบาหวาน ความดันโลหิตสูง เป็นต้น จึงควรเน้นการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภค เช่น การรับประทานอาหารให้ครบ 5 หมู่ รับประทานผักและผลไม้เป็นประจำ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานจากร้านสะดวกซื้อ และภาวะโภชนาการระหว่างนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลาย เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานในแต่ละช่วงวัย ว่าแตกต่างกันอย่างไร

2. ควรส่งเสริมการบริโภคผักและผลไม้ ส่งเสริมการบริโภคอาหารให้ครบ 5 หมู่ และส่งเสริมการออกกำลังกายให้กับนักเรียน เพื่อให้นักเรียนมีภาวะโภชนาการที่ปกติ และเพื่อป้องกันการเกิดโรคแทรกซ้อนต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นจากการบริโภคอาหารพร้อมรับประทาน

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณิตชาธร ภาโนมัย ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และคณาจารย์ภาควิชาโภชนศาสตร์เพื่อสุขภาพ คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่นทุกท่าน สำหรับข้อแนะนำ คำปรึกษา และได้ถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับผู้วิจัยได้นำมาใช้ประโยชน์ในการทำวิจัยครั้งนี้

ขอขอบพระคุณผู้อำนวยการ และคณาจารย์โรงเรียนขอนแก่นวิทยายน กัลยาณวัตร แก่นนครวิทยาลัย และขามแก่นนคร ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลของผู้วิจัยให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

1. อรุณ จิรวัฒน์กุล. ชีวสถิติ. พิมพ์ครั้งที่ 4. ขอนแก่น: คลังนานาวิทยา; 2550.
2. นุชนาฎ แก้วเบ้า. พฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนของนักศึกษาวิทยาลัยอาชีวศึกษาอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี [วิทยานิพนธ์ปริญญาสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาโภชนศาสตร์เพื่อสุขภาพ]. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น; 2554.
3. อินทิรา แก้วมาตร. ภาวะโภชนาการ พฤติกรรมการบริโภคอาหาร และพฤติกรรมสุขภาพของนักศึกษาสาขาอาหารและโภชนาการ วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น [วิทยานิพนธ์ปริญญาสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาโภชนศาสตร์เพื่อสุขภาพ]. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น; 2553.
4. เจตนี ตันจันทร์พงศ์. ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อ และพฤติกรรมในการซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ [วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต]. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่; 2552.
5. วรรณปกรณ์ สุดตะนา. โภชนาการพฤติกรรมการบริโภคอาหารและวิถีชีวิตเกี่ยวข้องกับสุขภาพของนักศึกษาสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตกาฬสินธุ์ [วิทยานิพนธ์ปริญญาสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต]. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น; 2549.

6. กองโภชนาการ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. คู่มือแนวทางการใช้เกณฑ์อ้างอิงน้ำหนักส่วนสูงเพื่อประเมินภาวะการเจริญเติบโตของเด็กไทย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์องค์การทหารผ่านศึก; 2543.
7. นิตยา กุลวงษ์. พฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร [ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม; 2549.