

พฤติกรรมการบริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



Consumption Behavior Influencing a Student's Decision to Buy Fast Food, Faculty Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon.

ธิดารัตน์ สิงห์บุญพงศ์¹ ฉันทนา ปาปัดถา² และ ชาวลิต อูปฐาก³

Thidarat Singhabunpong Chantana Papattha and Chaowalit Auppathak

¹นักศึกษานิเทศศาสตร์, เทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร E-mail: nidthidaratsing@gmail.com

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร E-mail: chantana.p@rmutp.ac.th

³ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร E-mail: chaowalit.a@rmutp.ac.th

Received: 2023-10-21 Revised: 2024-03-14 Accepted: 2024-03-20

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร (2) ศึกษาการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนของนักศึกษา (3) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนของนักศึกษา และ (4) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วน ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษา คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร จำนวน 80 คน โดยใช้การคำนวณด้วยโปรแกรม G*Power ได้มาด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การนับจำนวน ความถี่ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การทดสอบค่าที (t-Test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และด้วยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย ผลการวิจัยพบว่า (1) พฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนของนักศึกษา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$) (2) การตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนของนักศึกษา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า (3) ปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษา ได้แก่ เพศต่างกันมีการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนอายุ ระดับชั้นที่กำลังศึกษา การนับถือศาสนา และจำนวนเงินที่ได้รับมาในแต่ละวันต่างมีการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนไม่แตกต่างกัน และ (4) พฤติกรรมการบริโภคมีผลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนของนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : พฤติกรรมการบริโภค การตัดสินใจซื้อ อาหารจานด่วน

Abstract

The objectives of this research were to (1) study the fast-food consumption behavior of students in the Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon (HET, RMUTP), (2) study students' decisions to buy fast food, (3) compare personal factors with students' decisions to buy fast food, and (4) study consumption behavior that affects fast food purchasing decisions of college students.

This research was quantitative research by using a questionnaire. The sample group was the students of HET, RMUTP, a total of 80 students by using calculations with the G*Power program, obtained by using a convenience sampling method. Statistics used in the research included frequency, percentage, mean ($\bar{x}$), standard deviation (S.D.), value test (t-Test), one-way analysis of variance, and with simple linear regression analysis. The results of the research found that: (1) fast food consumption behavior of college students was at a high level ($\bar{x}=3.90$), (2) decision to buy fast food of students was at a high level ($\bar{x}=4.19$). The results of the hypothesis testing found that: (3) students' individual features, including their gender, significantly influenced their decisions to buy fast food at the .05 level. Age, level of education, religious affiliation, and amount of money earned each day had similar effects on the decision to purchase fast food. Consumption behavior had a positive effect on students' decision to purchase fast food. Statistically significant at the .05 level.

Keywords : Consumption Behavior, Purchasing Decision, Fast food

1. บทนำ

ปัจจุบันพฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนไทยเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เนื่องจากเศรษฐกิจและสังคมเปลี่ยนไปส่งผลให้รสนิยมการบริโภคต้องปรับรูปแบบการบริโภคอาหารจากต่างถิ่นมากขึ้น มีทั้งวัตถุดิบนำเข้าอย่างหลากหลาย หรือผสมผสานวัฒนธรรมความเป็นไทยและต่างชาติทำให้พฤติกรรมการบริโภคของคนไทยเปิดรับรูปแบบการบริโภคอาหารต่างถิ่นเต็มรูปแบบเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ [1] และจากเหตุผลหลากหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นสภาพแวดล้อม ที่อยู่อาศัย สังคม และเศรษฐกิจ ล้วนแล้วแต่ส่งผลต่อการดำรงชีวิตในการเลือกซื้ออาหาร สังคมในปัจจุบันมีลักษณะอยู่ในภาวะที่เร่งด่วน ต้องเผชิญกับปัญหานานัปการ จึงทำให้ทุกคนไม่มีเวลาหันมาให้ความสนใจกับการเลือกอาหารที่ดูแลสุขภาพมากนัก ซึ่งคนส่วนใหญ่นั้นอยู่ในสถานการณ์เร่งรีบ ทุกอย่างจะต้องสะดวกและรวดเร็ว แม้กระทั่งในวันหยุดหรือเทศกาลต่าง ๆ เองก็ตาม บุคคลเหล่านี้ก็มีความต้องการที่จะพักผ่อนหรือมีกิจกรรมอื่น ๆ ดังนั้นจึงมีความต้องการความสะดวกในการบริโภคเป็น

อย่างมาก เช่น ในการเดินทางท่องเที่ยวและมีการพักผ่อนค้างคืนนั้น สถานที่ที่ได้ไปพักผ่อนค้างคืนอาจจะไม่มีร้านอาหารให้บริการ จึงก่อให้เกิดความไม่สะดวกในการบริโภค อาหารจานด่วนจึงเป็นทางเลือกที่ดีเนื่องจากมีความสะดวกทั้งในด้านการหาซื้อ ด้านการปรุงแต่ง ด้านการบริโภคตอบสนองความต้องการได้ดีในระดับหนึ่ง เป็นต้น [2]

อาหารจานด่วน หรืออาหารจานเดียว หรือฟาสต์ฟู้ด (Fast Food) เป็นอาหารที่ผู้ผลิตมีการเตรียมและปรุงไว้จนสำเร็จรูปหรือเกือบสำเร็จรูปเพื่อจำหน่ายแก่ผู้บริโภคสามารถบริโภคได้ทันทีหรือใช้กรรมวิธีขั้นสุดท้ายก่อนรับประทานเพียงแค่นำมาทอดโดยผู้บริโภคสามารถรับประทานภายในร้านหรือซื้อไปรับประทานภายนอกร้านก็ได้ ซึ่งเหมาะสมกับสังคมและวิถีชีวิตที่เร่งรีบ แบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ อาหารจานด่วนแบบตะวันตก หมายถึงอาหาร หรือขนม ทั้งประเภทกินอิ่มหรือกินเป็นของว่างของชาติตะวันตกที่เข้ามาในประเทศไทยในลักษณะแฟรนไชส์ (Franchise) จุดเด่นของอาหารประเภทนี้คือนับบริการที่รวดเร็ว สะดวก สะอาด และประหยัด เช่น ไก่ทอด แอ้มเบอร์เกอร์โดนัท พิชซ่า เค้กแซนด์วิช พายและไอศกรีม เป็นต้น ส่วนอาหารจานด่วนอีกประเภทหนึ่งคืออาหารจานด่วนแบบไทย ๆ ซึ่งหมายถึงอาหารหรือขนม ทั้งประเภทกินอิ่มหรือกินเป็นของว่างของชาติไทย เช่น ขนมจีน ไก่ย่าง ข้าวราดแกง ก๋วยเตี๋ยว ข้าวมันไก่ เป็นต้น [3] ซึ่งเฉพาะอาหารฟาสต์ฟู้ด อาหารญี่ปุ่นที่หลากหลายจากร้านจำหน่ายทั่วไปตั้งแต่รูปแบบร้านสะดวกซื้อห้างสรรพสินค้า และภัตตาคาร [4] และอาหารเหล่านี้เป็นที่นิยมกันมากในวัยรุ่นส่วนใหญ่เป็นแป้ง โซเดียม ไขมัน และน้ำตาลในปริมาณค่อนข้างสูงเมื่อรับประทานบ่อย ๆ ในปริมาณมากจะสะสมในร่างกายจนเกิดเป็นไขมันสะสมมีพลังงานเกินกว่าที่ร่างกายต้องการเป็นผลกระทบต่อสุขภาพจนเกิดโทษต่อตนเองเช่น โรคอ้วน โรคไขมันในเลือดสูง โรคความดันโลหิตสูง เป็นต้น [5] นอกจากนี้การเลือกบริโภคอาหารที่เน้นคุณประโยชน์เป็นเรื่องที่อยู่ในอันดับรองลงมา แต่ในชีวิตประจำวันที่เร่งรีบในช่วงเวลาเช้าหรือช่วงเวลาพักเที่ยงนั้น นักศึกษาส่วนมากต้องรับประทานอาหาร เพื่อให้ทันตามช่วงเวลาทางมหาวิทยาลัยได้กำหนดไว้ นักศึกษาจึงต้องเผชิญกับการแข่งขันทั้งกับบุคคลอื่น ๆ ที่ต้องเร่งรีบในช่วงเวลานั้น ๆ เช่นเดียวกัน จึงทำให้ไม่มีเวลาในการคัดสรรในการรับประทานอาหารมากมายนัก ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการเลือกที่จะบริโภคอาหารจานด่วน เพื่อความสะดวกรวดเร็วและประหยัดเวลา จนลืมนึกถึงคุณค่าทางโภชนาการอาหารไป แต่ด้วยรสชาติของอาหารจานด่วนที่มีหลากหลายรูปแบบ ประกอบกับรายการอาหารที่มีให้เลือกสรรมากมาย จึงทำให้เป็นที่นิยม [6]

จากที่มาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวข้างต้นทำให้ผู้ศึกษาสนใจศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร จึงคาดว่าผลการศึกษารั้้นนี้เพื่อจะได้ข้อมูลพื้นฐานเพื่อเป็นแนวทางวางแผนดำเนินงานศึกษาหรือพัฒนาเป็นกิจกรรมส่งเสริมการบริโภคอาหารให้ถูกต้องตามหลักโภชนาการ และบริโภคอาหารให้ครบ 5 หมู่ในกลุ่มนักศึกษา ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มเยาวชนที่ควรต้องได้รับสารอาหารให้ครบถ้วน เนื่องจากยังเป็นกลุ่มที่อยู่ในวัยเรียนและต้องใช้พลังงานในการศึกษาเล่าเรียนให้ประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะในรายวิชาปฏิบัติการที่



นักศึกษาจะต้องใช้พลังงานในการฝึกปฏิบัติค่อนข้างมาก และการส่งเสริมการบริโภคอาหารครบตามหลักโภชนาการจะส่งผลดีให้มีสุขภาพที่แข็งแรงสมบูรณ์

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
3. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
4. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

3. สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นที่กำลังศึกษา การนับถือศาสนา และจำนวนเงินที่ได้รับมาในแต่ละวัน ต่างกันมีการการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

4. วิธีการดำเนินการวิจัย

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

4.1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ นักศึกษาคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่กำลังศึกษาในปีการศึกษา 2566 มีจำนวนทั้งสิ้น 1,240 คน [7]

4.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้คือ นักศึกษาคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่กำลังศึกษาในปีการศึกษา 2566 โดยใช้วิธีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง ด้วยโปรแกรม G*power โดยกำหนดความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ 95% หรือกำหนดให้เกิดความคลาดเคลื่อนที่ .05 หรือ ($\pm$) 5% ทำให้ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 74 คน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการกำหนดตัวอย่างในการศึกษาค้างนี้ จำนวน 80 คน ทำการสุ่มตัวอย่างแบบ Nonprobability Sampling ด้วยการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยอาศัยความสมัครใจของผู้ให้ข้อมูล

4.2 เครื่องมือที่ใช้การวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในวิจัยค้างนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม มีจำนวน 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นที่กำลังศึกษา การนับถือศาสนา และจำนวนเงินที่ได้รับมาในแต่ละวัน มีลักษณะแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ซึ่งเป็นข้อมูลระดับนามบัญญัติ (Normal Scale) ได้แก่ เพศ และระดับข้อมูลมาตรอันดับ (Ordinal Scale) ได้แก่ อายุ ระดับชั้นที่กำลังศึกษา การนับถือศาสนา จำนวนเงินที่ได้รับมาในแต่ละวัน

ตอนที่ 2 พฤติกรรมของผู้บริโภคอาหารจานด่วนของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มีลักษณะแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Interval Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale) ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ตอนที่ 3 การตัดสินใจที่มีผลต่อการซื้ออาหารจานด่วนของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มีลักษณะแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Interval Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale) ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

4.3 การหาคุณภาพเครื่องมือ

4.3.1 การหาความตรงเชิงเนื้อหา โดยการประเมินความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย ด้วยการประเมินค่า IOC (Index of item objective Congruence) โดยอาศัยผู้ทรงคุณวุฒิในการประเมินความเหมาะสมของข้อคำถาม จำนวน 3 คน ผลการประเมินทางตรงเชิงเนื้อหาพบว่า มีผลการประเมินระหว่าง 0.66-1.00 และมีข้อเสนอแนะเพื่อการปรับแก้ให้คำถามมีความสมบูรณ์ และตรงกับเนื้อหามากขึ้น

4.3.2 การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปทดลองใช้ (Try Out) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 30 คน และเมื่อรวบรวมข้อมูลนำมาวิเคราะห์ของชุดแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับ .933 ซึ่งถือว่าเป็นความเชื่อมั่นที่สูงมาก

4.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล 100 เปอร์เซนต์ ด้วยแบบสอบถามออนไลน์ Google Form ทำการรวบรวมข้อมูลระหว่าง กันยายน – ตุลาคม 2566

4.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

4.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษาที่ตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)

4.5.2 พฤติกรรมการบริโภค และการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ใช้การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาค่าเฉลี่ย ดังนี้ [8]



ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
1.00-1.50	น้อยที่สุด
1.51-2.50	น้อย
2.51-3.50	ปานกลาง
3.51-4.50	มาก
4.51-5.00	มากที่สุด

4.5.3 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนของ นักศึกษาคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร สำหรับตัวแปร ที่มีตัวแปรย่อย 2 ตัวแปร ได้แก่ เพศ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบค่าที (t-Test) โดย กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และตัวแปรที่มีตัวแปรย่อยมากกว่า 2 ตัวแปร ได้แก่ อายุ ระดับชั้นที่กำลังศึกษา การนับถือศาสนา และจำนวนเงินที่ได้รับมาในแต่ละวัน วิเคราะห์ด้วยการ วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่าง จะทำการวิเคราะห์ เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยด้วยวิธี LSD โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ .05

4.5.4 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วน ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ด้วยการ วิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย (Simple Linear Regression Analysis) โดยกำหนดระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่ .05

5. ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม สามารถสรุปผลการวิจัยตามลำดับ ได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ความถี่และร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด	80	100.00
เพศ		
ชาย	24	30.00
หญิง	56	70.00
อายุ		
18-19 ปี	21	26.25
20-21 ปี	50	62.50
มากกว่า 22 ปี	9	11.25

ตารางที่ 1 ความถี่และร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล (ต่อ)

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
ระดับชั้นที่กำลังศึกษา		
ปีที่ 1	20	25.00
ปีที่ 2	27	33.75
ปีที่ 3	15	18.75
ปีที่ 4	18	22.50
การนับถือศาสนา		
พุทธ	76	95.00
คริสต์	1	1.25
อิสลาม	3	3.75
จำนวนเงินที่ได้รับมาต่อวัน		
น้อยกว่า 200 บาท	25	31.25
201-300 บาท	48	60.00
301-400 บาท	2	2.50
มากกว่า 400 บาท	5	6.25

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 70.00 มีอายุระหว่าง 20-21 ปี ร้อยละ 62.50 มีระดับชั้นที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรีปีที่ 2 ร้อยละ 33.75 มีการนับถือศาสนาพุทธ ร้อยละ 95.00 และจำนวนเงินที่ได้รับมาต่อวันได้รับเงินมา 201-300 บาท ร้อยละ 60.00

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และพฤติกรรมกาบริโภคอาหารจานด่วนของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

พฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วน	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
- อาหารจานด่วนหาซื้อได้ง่าย	4.33	0.69	มาก
- เลือกบริโภคอาหารจานด่วนโดยคำนึงถึง ความรวดเร็วและความสะอาด	4.14	0.72	มาก
- ประหยัดเวลาในการทำอาหารบริโภคเอง	4.13	0.77	มาก
- บริโภคอาหารจานด่วนหลากหลายชนิด	4.09	0.80	มาก
- ซื้ออาหารจานด่วนบริโภคเป็นประจำ	4.08	0.79	มาก
- บริโภคอาหารจานด่วนเป็นกลุ่ม	4.05	0.81	มาก



ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และพฤติกรรมกาบริโภคอาหารจานด่วนของ นักศึกษาคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร (ต่อ)

พฤติกรรมกาบริโภคอาหารจานด่วน	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
- บริโภคอาหารจานด่วนเป็นอาหารมื้อหลัก 1 มื้อ	3.95	0.86	มาก
- ร้านอาหารจานด่วนเจ้าดังในย่านต่าง ๆ	3.89	0.84	มาก
- บริโภคอาหารจานด่วนในห้างสรรพสินค้า	3.73	1.03	มาก
- เลือกบริโภคอาหารจานด่วนตามรายการ โฆษณาใหม่ ๆ	3.68	1.08	มาก
- ใช้เวลาในการบริโภคอาหารจานด่วนในแต่ละครั้งนานเกิน 1 ชั่วโมง	3.65	1.10	มาก
- สั่งอาหารจานด่วนที่มีราคาแพง	3.50	1.26	ปานกลาง
- สั่งอาหารจานด่วนหลายชนิดจนบริโภคไม่หมด	3.48	1.33	ปานกลาง
ภาพรวม	3.90	0.69	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า พฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.90 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ข้อแรกที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ อาหารจานด่วนหาซื้อได้ง่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.33 รองลงมาคือ เลือกบริโภคอาหารจานด่วนโดยคำนึงถึง ความรวดเร็ว และความสะดวก อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.14 และประหยัดเวลาในการทำอาหารบริโภคเอง อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.13 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ สั่งอาหารจานด่วนหลายชนิดจนบริโภคไม่หมด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.48

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนอาหารจานด่วนของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

การตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วน	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
- รสชาติของอาหารอร่อย	4.35	0.66	มาก
- ราคาเหมาะสมกับคุณภาพอาหารจานด่วน	4.25	0.63	มาก
- มีความสะดวกในการเลือกซื้อ	4.24	0.64	มาก
- ปริมาณเหมาะสมกับราคา	4.23	0.69	มาก
- ขั้นตอนการรับคำสั่งซื้อ การทำอาหาร และช่องทางการชำระเงิน ที่รวดเร็ว	4.21	0.69	มาก
- ร้านมีความสะอาด มีมาตรฐาน มีที่นั่งพร้อมทาน	4.18	0.65	มาก
- อาหารจานด่วนสะอาดและสดใหม่ถูกหลักอนามัย	4.18	0.65	มาก
- ผู้สัมผัสอาหารในร้านมีสุขอนามัยที่ดี (สะอาด ผ่ากันแป้น หมวกคลุมผม)	4.11	0.78	มาก

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนอาหารจานด่วนของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร (ต่อ)

การตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วน	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
- มีคุณค่าทางโภชนาการครบ 5 หมู่	4.10	0.74	มาก
- เพื่อนแนะนำ/มีโฆษณา	4.09	0.77	มาก
ภาพรวม	4.19	0.54	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า การตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.19 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ข้อแรกที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ รสชาติของอาหารอร่อยอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.35 รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพอาหารจานด่วน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.25 และมีความสะดวกในการเลือกซื้อ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.24 ส่วนข้อที่มีค่านี้น้อยที่สุด ได้แก่ เพื่อนแนะนำ/มีโฆษณา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.09

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นที่กำลังศึกษา การนับถือศาสนา และจำนวนเงินที่ได้รับมาในแต่ละวัน ต่างกันมีการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครแตกต่างกัน

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนกับบุคคลการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร จำแนกตามเพศ

ตัวแปร	เพศ	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig
การเลือกซื้ออาหารจานด่วน	ชาย	24	4.35	0.76	0.95	.351
	หญิง	56	4.13	0.67		

จากตารางที่ 4 พบว่า เพศต่างกันมีการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 5 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนกับบุคคลการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร จำแนกตามอายุ

ตัวแปร	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	2	1.22	.611	.2129	.126
ภายในกลุ่ม	77	22.11	.287		
รวม	79	23.34			

จากตารางที่ 5 พบว่า อายุต่างกันมีการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์นครไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 6 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนกับบุคคลการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์นคร จำแนกตามระดับชั้นที่กำลังศึกษา

ตัวแปร	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	3	0.62	0.206	.689	.562
ภายในกลุ่ม	76	22.72	0.299		
รวม	79	23.34			

จากตารางที่ 6 พบว่า ระดับชั้นที่กำลังศึกษาต่างกันมีการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์นครไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 7 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนกับบุคคลการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์นคร จำแนกตามศาสนา

ตัวแปร	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	2	0.10	.049	.161	.851
ภายในกลุ่ม	77	2.24	.302		
รวม	79	23.34			

จากตารางที่ 7 พบว่า ศาสนาต่างกันมีการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์นครไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 8 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนกับบุคคลการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์นคร จำแนกตามจำนวนเงินที่ได้รับมาต่อวัน

ตัวแปร	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	3	0.73	.244	.822	.486
ภายในกลุ่ม	76	22.60	.297		
รวม	79	23.34			

จากตารางที่ 8 พบว่า จำนวนเงินที่ได้รับมาต่อวันต่างกันมีการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์นครไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนของนักศึกษา
คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์

ตารางที่ 9 วิเคราะห์พฤติกรรมกาบริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนของนักศึกษา
คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์

ตัวแปร		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
พฤติกรรมการบริโภค (Behavior)	ค่าคงที่ (Constant)	.071	.280		8.430	.000*
	การตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วน (Decision)	.470	.071	.600	6.631	.000*
R = .600 R ² = .360 Adjusted R Square = .352 Std. Error of the Estimate = .437 F = 43.969 Sig. = .000						

* .05 ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่

จากตารางที่ 9 แสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชภัฏวชิรเวศน์ เพื่อหาตัวแปรพยากรณ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชภัฏวชิรเวศน์ พบว่า พฤติกรรมการบริโภคมีผลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชภัฏวชิรเวศน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่อการเลือกซื้ออาหารจานด่วนเพิ่มขึ้น .470 หน่วย หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 47.00

6. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

6.1 สรุปผลการวิจัย

1) พฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชภัฏวชิรเวศน์ภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.90

2) การตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชภัฏวชิรเวศน์ภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.19

3) ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นที่กำลังศึกษา การนับถือศาสนา และจำนวนเงินที่ได้รับมาในแต่ละวัน ต่างกันมีการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนของนักศึกษา



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครแตกต่างกัน พบว่า เพศ อายุ ระดับชั้นที่กำลังศึกษา การนับถือศาสนา และจำนวนเงินที่ได้รับมาต่อวันต่างกัน มีการเลือกซื้ออาหารจานด่วนของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พบว่า พฤติกรรมการบริโภคมีผลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่อการเลือกซื้ออาหารจานด่วนเพิ่มขึ้น .470 หน่วย หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 47.00

6.2 อภิปรายผลการวิจัย

1) พฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครภาพรวม อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากอาหารจานด่วนเป็นอาหารที่มีราคาไม่สูงมากสามารถหาซื้อได้ง่ายเหมาะกับคนที่มีความเร่งรีบในการใช้ชีวิต และอาหารจานด่วนเป็นอาหารที่ผู้ผลิตมีการเตรียมและปรุงไว้จนสำเร็จรูปหรือเกือบสำเร็จรูปเพื่อจำหน่ายแก่ผู้บริโภคสามารถบริโภคได้ทันทีหรือใช้กรรมวิธีขั้นสุดท้ายก่อนรับประทานเพียงแค่มั่นึกินทันที โดยผู้บริโภคสามารถรับประทานภายในร้านหรือซื้อไปรับประทานภายนอกร้านก็ได้ ซึ่งเหมาะสมกับสังคมและวิถีชีวิตที่เร่งรีบ [3] เช่นเดียวกับวรารณ แสงรัสมิ [9] กล่าวว่า อาหารจานด่วน (Fast Food) เป็นอาหารที่ใช้เวลาน้อยในการปรุง หรืออาหารที่เตรียมเสร็จเรียบร้อยแล้วพร้อมจำหน่าย หรืออาหารพร้อมบริโภค เช่น ข้าวแกง ข้าวมันไก่ แซนด์วิช แฮมเบอร์เกอร์ มันฝรั่งทอด ไก่ทอด อาหารเหล่านี้อาจมีสารอาหารไม่ครบถ้วน หรือบางชนิดอาจมีไขมันมากเกินไป ความต้องการ ในขณะที่เดียวกันนักศึกษาของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มีพฤติกรรมเลือกบริโภคอาหารจานด่วนโดยคำนึงถึงความรวดเร็ว และความสะดวกหาซื้อได้ง่ายเลือกบริโภคอาหารจานด่วนตามรายการโฆษณาใหม่ ๆ และสอดคล้องกับการศึกษาของกิตติ กรุโณเพชร [10] ที่พบว่า พฤติกรรมการบริโภคอาหารของนิสิตปริญญาตรีที่กำลังศึกษาอยู่ในคณะภูมิวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยบูรพา อยู่ในระดับดี สอดคล้องกับการศึกษาของ สมฤดี ฉันทโชติ [11] ที่พบว่า พฤติกรรมการบริโภคอาหารจานเดียวของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครสงขลา จังหวัดสงขลา อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับการศึกษาของ อรุณทิพย์ ภวภูตานนท์ ณ มหาสารคาม [12] ที่พบว่า พฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของบุคคลวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก

2) การตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครภาพรวม อยู่ในระดับมาก เนื่องจากอาหารจานด่วนเป็นอาหารที่มีรสชาติของอาหารอร่อย ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีความสะดวกในการเลือกซื้อซึ่งธงชัย สันติวงษ์ [13] กล่าวว่า ปัจจุบันผู้บริโภคอาจเกี่ยวข้องกับปัญหาของการตัดสินใจเพื่อจัดหาสิ่งของมาบริโภคเพราะสืบเนื่องจากสิ่งกระตุ้นที่เกิดจากภายนอก หรืออาจเกิดจากความต้องการที่เกิดขึ้นภายใน หรือทั้งสองอย่างพร้อมกัน ซึ่งในแต่ละบุคคลมีความเหมือน หรือแตกต่าง

กันออกไป โดยไพจิตร วราชิต [14] ได้นำเสนอไว้ว่า ปัญหาการบริโภคอาหารเป็นเรื่องที่สำคัญของการพัฒนาบุคคลโดยเฉพาะบุคคลที่อยู่ในวัยเรียนระดับอุดมศึกษา เป็นวัยที่มีอิสระทางด้านความคิดและการตัดสินใจทำอะไรได้ด้วยตนเองในหลาย ๆ ด้าน ควรมีความรู้ที่ถูกต้องในการเลือกบริโภคอาหาร ตลอดจนตระหนักถึงผลเสียต่อสุขภาพหากนักศึกษาที่มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ไม่ถูกต้องและสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคให้เหมาะสมเนื่องจากบุคคลกลุ่มนี้เป็นกลุ่มประชากรที่สำคัญกลุ่มหนึ่งของประเทศ เพราะจะเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศชาติต่อไปในอนาคต สอดคล้องกับการศึกษาของ วิภาดา เนียมรักษา [15] ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อบริโภค อยู่ในระดับมาก

3) ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครแตกต่างกัน พบว่า เพศ อายุ ระดับชั้นที่กำลังศึกษา การนับถือศาสนา และจำนวนเงินที่ได้รับมาต่อวันต่างกัน มีการเลือกซื้ออาหารจานด่วนของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องมาจาก อาหาร และโภชนาการที่ดียังเป็นพื้นฐานของการมีสุขภาพที่ดีของทุกเพศ และทุกวัย [16] ซึ่งพฤติกรรมการบริโภคอาหารของวัยรุ่นไทยในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ทั้งนี้เป็นเพราะสภาพสังคมวัฒนธรรม และความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ทันสมัยขึ้น จากวิถีชีวิตที่เคยรับประทานอาหารพร้อมหน้ากันทั้งครอบครัวในบ้าน โดยเฉพาะอาหารมื้อเช้าแต่ด้วยวิถีชีวิตที่เร่งรีบในปัจจุบันก็เปลี่ยนเป็นการเลือกรับประทานอาหารนอกบ้าน รับประทานอาหารจานด่วน (Fast food) และเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปกันมากขึ้นเพราะความสะดวกและรวดเร็ว [17] สอดคล้องกับการศึกษาของศิษฐ์ เกตุเอี่ยม [18] ที่พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับอดิศักดิ์ หวานใจ, มรณิ เจอะอาลี, นูรีดา ดือราซอ, และไพซอล เจะยอ [19] ที่พบว่า นักศึกษาที่มีเพศ ค่าใช้จ่ายต่อเดือนที่พักอาศัย และค่าดัชนีมวลกายที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับวรรงค์ ภูระหงษ์ [20] ที่พบว่า พฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วน จำแนกตามเพศ อายุชั้นปีที่ศึกษา และกลุ่มสาขาวิชาที่ศึกษาที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พบว่า พฤติกรรมการบริโภคมีผลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่อการเลือกซื้ออาหารจานด่วนเพิ่มขึ้น .470 หน่วย หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 47.00 ทั้งนี้เนื่องมาจากนักศึกษา คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มีแนวโน้มที่จะเพิ่มการซื้ออาหารจานด่วน โดยปัจจัยที่ส่งผลมาจากพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษา ซึ่งธีรวิทย์ วราธร



ไพบูลย์ [21] นำเสนอไว้ว่าพฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนไทยเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เนื่องจากเศรษฐกิจและสังคมเปลี่ยนไปส่งผลให้รสนิยมการบริโภคต้องปรับรูปแบบการบริโภคอาหารจากต่างถิ่นมากขึ้น มีทั้งวัตถุดิบนำเข้าอย่างหลากหลายหรือผสมผสานวัฒนธรรมความเป็นไทยและต่างชาติทำให้พฤติกรรมการบริโภคของคนไทยเปิดรับรูปแบบการบริโภคอาหารต่างถิ่นเต็มรูปแบบเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ และศิริรักษ์ กิจชนะไพบูลย์ [22] พฤติกรรมการบริโภคเป็นผลมาจากบริโภคนิสัยหรือการบริโภคอาหารที่คุ้นเคยอยู่เป็นประจำที่ได้สั่งสมมาตั้งแต่เยาว์วัย และถูกล้อมเฝ้าจากปัจจัยต่าง ๆ รอบ ๆ ตัวตั้งแต่เด็กจนโต โดยที่ พัชรพร เจริญประชา, สุดารัตน์ ศรีมูล, เหมหงส์ อ่อนชื้อจิตร, และนิรัตน์ธนา เรื่องสินทร [23] พบว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม จังหวัดพิษณุโลก มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนอยู่ในระดับปฏิบัติเป็นบางครั้ง คือ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ รับประทานอาหารจานด่วนเป็นกลุ่ม รับประทานอาหารจานด่วนในห้างสรรพสินค้า รับประทานอาหารจานด่วนคู่กับน้ำอัดลม รับประทานอาหารจานด่วนกับครอบครัว ไปรอพบเพื่อนในร้านอาหารจานด่วน หลีกเลี้ยงอาหารจานด่วนเป็นอาหารว่าง นัดเพื่อนไปสังสรรค์ในร้านอาหารจานด่วน เลือกรับประทานอาหารจานด่วนตามโฆษณาใหม่ ๆ จัดงานเลี้ยงสังสรรค์ในร้านอาหารจานด่วน โดยมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนอยู่ในระดับนาน ๆ ครั้ง

6.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

พฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วน และการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครภาพรวม อยู่ในระดับมาก ซึ่งการบริโภคอาหารจานด่วนมีความสะดวกสบายสำหรับผู้บริโภค แต่ทั้งนี้ผู้บริโภคต้องคำนึงถึงเมนูอาหารมีสารอาหารครบด้วย มีส่วนประกอบของอาหารที่มีเป็นประโยชน์ต่อร่างกาย ส่วนเรื่องรสชาติ ควรบริโภคในรสชาติกลาง ๆ ไม่หวาน ไม่เค็ม หรือเปรี้ยวจนเกินไป

6.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรศึกษาการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนของกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ เช่น กลุ่มวัยทำงาน ผู้สูงอายุ
- 2) ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลกับการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วน เช่น ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยความเชื่อ ปัจจัยทางการตลาด เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- [1] อีริวีร์ วราธรไพบูลย์. (2557). พฤติกรรมการบริโภค : อาหารนิยมบริโภคกับอาหารเพื่อสุขภาพ. วารสารปัญญาวิวัฒน์, 5,2 มกราคม-มิถุนายน 257.
- [2] เครือมาศ มีเกษม. (2554). การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนของบุคคลวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร การศึกษาเฉพาะบุคคลเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจ. รายงานผลการวิจัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- [3] ณัฐนิชา หวังมุทิตากุล. (2553). พฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดในกรุงเทพมหานคร เขตตลาดพร้าว ห้วยขวาง ดินแดง. การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- [4] สิริไพศาล ยัมประเสริฐ. (2560). พฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1. วารสารราชพฤกษ์, 15,1 มกราคม-เมษายน 34-35.
- [5] เอกพล บุญช่วยชู. (2559). ความรู้และพฤติกรรมการบริโภคอาหารไทยของนักศึกษาระดับปริญญาตรี วิทยาลัยดุสิตธานี กรุงเทพมหานคร. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 10,2 กรกฎาคม-กันยายน 168.
- [6] กรรกฎ เกตุเมธาวิทย์. (2556). พฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักศึกษาเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- [7] สำนักงานส่งเสริมและลงทะเบียนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. (2566). [ออนไลน์]. สถิตินักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ประจำปีการศึกษา 2566. สืบค้นจาก <https://regis.rmutp.ac.th/สถิตินักศึกษา/>
- [8] บุญชม ศรีสะอาด. (2560). การวิจัยเบื้องต้น. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- [9] วราภรณ์ แสงรัมย์. (2558). พฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. วิทยานิพนธ์ตามหลักสูตรศึกษาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาสุศึกษาคณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- [10] กิตติ กรุโกรเพชร. (2554). ความรู้ เจตคติ และพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนิสิตปริญญาตรีที่กำลังศึกษาอยู่ในคณะกลุ่มวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยบูรพา. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- [11] สมฤดี ฉันทโคติ. (2558). พฤติกรรมการบริโภคอาหารจานเดียวของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครสงขลาจังหวัดสงขลา. สารนิพนธ์การศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจเกษตร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- [12] อรวินท์ ภาณุตานนท์ ณ มหาสารคาม. (2561). [ออนไลน์]. พฤติกรรมการบริโภคอาหารฝรั่งเศสของบุคคลวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. สืบค้นจาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/twin-6/sec2/6014154069.pdf>
- [13] ธงชัย สันติวงษ์. (2546). พฤติกรรมบุคคลในองค์การ: 63-72. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์เจริญพัฒน์.
- [14] ไพจิตร วราชิต. (2553). [ออนไลน์]. สถ.จัดโครงการลดโรคเบาหวานความดันโลหิตสูงในคนไทยถวายเป็นพระราชกุศลแด่ในหลวง. หมอชาวบ้าน, สืบค้นจาก <https://www.doc-tor.or.th/Article/detail/10985>.
- [15] วิภาดา เนียมรักษา. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารเพื่อบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์การศึกษาตาม



- หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- [16] วันทนี เกรัมย์สินยศ และคณะ. (2559). องค์ความรู้ด้านอาหารและโภชนาการสำหรับทุกช่วงวัย. นนทบุรี: สำนักงานอาหารและยา.
- [17] สุลัดดา พงษ์อุทธา และวาที คุณเผือก. (2558). อาหารและโภชนาการในประเทศไทย: เราอยู่ตรงจุดใดในปัจจุบัน. นนทบุรี: แผนงานวิจัยนโยบายอาหารและโภชนาการเพื่อการสร้างเสริมสุขภาพมูลนิธิเพื่อการพัฒนา นโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ กระทรวงสาธารณสุข.
- [18] ศิษฏ์ เกตุเอี่ยม. (2564). ความรู้ทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์การศึกษาด้านหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬาและการออกกำลังกาย คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [19] อติศักดิ์ หวานใจ, มรณิ เจาะอาลี, นูรีดา ดือราซอ, และไฟซอล เจะยอ. (2563). [ออนไลน์]. พฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักศึกษาสาขาวิชาสาธารณสุขชุมชน คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยหาดใหญ่. ในการประชุมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 11. สืบค้นจาก [https://www.hu.ac.th/conference/proceedings2020/doc/G6/G6-2-062He-OP_อติศักดิ์%20หวานใจ%20\(P1042-1051\).pdf](https://www.hu.ac.th/conference/proceedings2020/doc/G6/G6-2-062He-OP_อติศักดิ์%20หวานใจ%20(P1042-1051).pdf)
- [20] วรงค์ ภูระหงษ์. (2565). ความรู้และพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนในสถานการณ์โควิด-19 ของนักศึกษาปริญญาตรีภาควิชาคหกรรมศาสตร์คณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยรามคำแหง. วารสารคหเศรษฐศาสตร์. 65(2), หน้า 44-57.
- [21] อีร์วีร์ วราธรไพบูลย์. (2557). พฤติกรรมการบริโภค : อาหารนิยมบริโภคกับอาหารเพื่อสุขภาพ. วารสารปัญญาวิวัฒน์, 5(2), หน้า 257.
- [22] ศิวรักษ์ กิจชนะไพบูลย์. (2555). พฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง. วารสารวิจัยสาธารณสุขศาสตร์, 39(ฉบับพิเศษ), หน้า 20.
- [23] พชรพร เจริญประชา, สุดารัตน์ ศรีมูล, เหมหงส์ อ่อนซื่อจิตร, และนิรัตน์มา เรืองสินทร. (2559). [ออนไลน์]. พฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม จังหวัดพิษณุโลก. ในการประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ครั้งที่ 3 (ฉบับที่ 1) สืบค้นจาก <https://research.kpru.ac.th/sac/fileconference/29832018-04-30.pdf>