

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทานของนักศึกษาคณะ  
สาธารณสุขศาสตร์และสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

Factors Affecting Ready-To-Eat Frozen Food Consumption Behaviors among  
Undergraduate Students in Faculty of Public and Environmental Health at  
Huachiew Chalermprakiet University

ชนพร ถาวรพันธ์, ศิวาภรณ์ สิทธิกุล, วาริชาติ ทิมา, รัตติยากร ชูชิต,  
อาภาภรณ์ บุลสถาพร\*, จิริสุดา สินธุศิริ, ดวงหทัย แสงสว่าง, อุมารัตน์ ศิริจรูญวงศ์  
คณะสาธารณสุขศาสตร์และสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

\*Email : apaporn.bul@gmail.com

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทานของนักศึกษาคณะสาธารณสุขศาสตร์และสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ มีกลุ่มตัวอย่าง 169 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความถี่ ร้อยละ การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การทดสอบสถิติไคสแควร์ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบแกมมา (ระดับนัยสำคัญ 0.05) ผลการศึกษาพบว่านักศึกษามีพฤติกรรมการบริโภคในระดับมาก ( $x = 3.93 \pm 0.67$ ) ส่วนใหญ่บริโภคเป็นอาหารเช้าและชอบอาหารว่าง ผู้ที่ชื่นชอบอาหารหลักและขนมหวานมีพฤติกรรมการบริโภคบ่อยมากที่สุด ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ รายได้ต่อเดือน และประเภทอาหารที่ชอบมีผลต่อพฤติกรรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ปัจจัยอื่นๆ ด้านการจัดจำหน่ายมีผลต่อพฤติกรรมในระดับมาก (หาซื้อได้ง่าย) ในขณะที่ ด้านบุคคลแวดล้อมมีความสัมพันธ์ทางลบในระดับต่ำต่อพฤติกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

**คำสำคัญ :** นักศึกษา พฤติกรรมการบริโภค อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทาน

### Abstract

The objectives of this research were to study ready-to-eat frozen food consumption behaviors and find factors affecting ready-to-eat frozen food consumption behaviors among undergraduate students in Faculty of Public and Environmental Health at Huachiew Chalermprakiet University. The population sample consisted of 169 students. Data were collected using a questionnaire. The statistical analysis used mean, standard deviation, frequency, percentage, Independent T-Test, One-Way ANOVA, Chi-Square Test, and the Gamma (significant level of 0.05). The results of the study revealed that the students' consumption behaviors were in a high level ( $x = 3.93 \pm 0.67$ ). Most students consumed it for breakfast and were lovers of snack. The lovers of main dishes and desserts had the most frequent consumption behaviors. The individual factors including income and favorite food type were significantly affected to

the different behaviors. Among other factors, the distribution had a large impact on the behaviors (easy to buy). The interpersonal factors were significantly negligible negative correlated to the behaviors.

**Keywords :** undergraduate students, consumption behaviors, ready-to-eat frozen food.

## บทนำ

ปัจจุบันมีการพัฒนาเทคโนโลยีต่างๆที่ทันสมัย ทำให้สามารถทำสิ่งต่างๆได้อย่างรวดเร็วส่งผลให้วิถีชีวิตของมนุษย์มีการเปลี่ยนแปลงไป เห็นได้ชัดในสังคมเมืองที่ต้องอาศัยความสะดวกรวดเร็วในการทำสิ่งต่างๆ ด้วยเหตุนี้ธุรกิจทางด้านอาหารก็มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงตามวิถีชีวิตของคน การพัฒนาของอุตสาหกรรมอาหารและเทคโนโลยีแบบก้าวกระโดด ส่งผลให้ธุรกิจอาหารมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทานเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งเห็นได้จากภาวะเศรษฐกิจจากการผลิตสินค้าในกลุ่มอาหารที่มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.5 โดยทางด้านตลาดอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น 3-5% และยังคงมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นอีกในระยะยาว (ศุนย์วิจัยกสิกรไทย, 2563) ทั้งนี้ รูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในสังคมได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างเห็นได้ชัดจากครอบครัวขนาดใหญ่ในอดีตไปเป็นครอบครัวขนาดเล็กในปัจจุบัน ด้วยวิถีชีวิตที่ถูกบีบให้เน้นความสะดวกและความรวดเร็วเป็นหลัก ประกอบกับสามารถหาซื้อได้ง่ายตามร้านสะดวกซื้อที่กระจายอยู่ในแหล่งชุมชน และราคาที่ใกล้เคียงกับอาหารทั่วไป ดังนั้น กิจกรรมในแต่ละวันนำไปสู่การเลือกซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคจากร้านค้าปลีกหรือร้านสะดวกซื้อเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทานซึ่งเป็นอาหารที่สามารถรับประทานได้ทันทีหลังจากผ่านขั้นตอนการละลายหรือปรุงแล้ว โดยมีการรักษาคุณภาพของอาหารให้มีความสดใหม่ เปรียบเหมือนอาหารที่มีการปรุงสุกใหม่ๆ โดยทำให้อาหารมีอุณหภูมิต่ำและนำมาอุ่นก่อนรับประทานซึ่งใช้เวลาในการอุ่นไม่กี่นาที (เซียน ไป, 2556: 1-10) อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งทั้งที่เป็นอาหารหลักและอาหารว่างเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นบุคลากรและนักศึกษาในสถาบันการศึกษา โดยมีทั้งปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง (อภิสิทธิ์ หลังไธสง และคณะ, 2562: 24-36) นอกจากนี้ จากการสังเกตของผู้วิจัยพบว่าอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทานในร้านสะดวกซื้อบริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติเป็นที่นิยมของนักศึกษาเช่นกัน อาหารประเภทนี้มักจำหน่ายได้หมดอย่างรวดเร็วเนื่องจากตอบสนองความต้องการที่สะดวกรวดเร็ว อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาข้อเสียของการบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งในปริมาณที่มากเกินไปนั้นย่อมมีความเสี่ยงต่อปัญหาสุขภาพได้เช่นกัน เช่น การได้รับโซเดียมจากอาหารแช่แข็งในปริมาณที่สูงและไม่เหมาะสมต่อร่างกายจะมีผลกระทบต่อการทำงานของร่างกายที่เสี่ยงต่อการเกิดโรคความดันโลหิตสูง โรคหัวใจและหลอดเลือด และภาวะไตวายเรื้อรัง เนื่องจากอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งมีปริมาณโซเดียมเฉลี่ยประมาณ 460 - 2,200 มิลลิกรัมต่อหน่วยบริโภค ทั้งที่ฉลากโภชนาการแนะนำให้บริโภคได้สูงสุดไม่เกิน 2,400 มิลลิกรัมต่อวัน (ฉัตรชัย หมั่นก่อนแก้ว, 2552: 7-10) ทั้งนี้ การมีความรู้ความเข้าใจที่ดีเรื่องอาหารและโภชนาการนั้นเป็นสิ่งจำเป็นที่สามารถนำไปสู่พฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารที่ดีต่อไปได้ (ศลาสิน ดอกเข็ม, 2554: 38-39) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทานของนักศึกษาคณะสาธารณสุขศาสตร์และสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ซึ่งเป็นกลุ่มวัยเรียนที่อยู่ในชั้นปีที่แตกต่างกันและมีรายได้แตกต่างกัน (เมื่อพิจารณาข้อมูลการกู้และไม่กู้ยืมทุนเรียนของนักศึกษา) ทั้งนี้ ผลการศึกษาที่ได้สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงการให้ความรู้และกิจกรรมนักศึกษาด้านอาหารและโภชนาการเพื่อให้นักศึกษาได้มีการปฏิบัติหรือพฤติกรรมบริโภคที่ดีและลดความเสี่ยงในปัญหาสุขภาพต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทานของนักศึกษาคณะสาธารณสุขศาสตร์และสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทานของนักศึกษาคณะสาธารณสุขศาสตร์และสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

## สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ หลักสูตรที่ศึกษา ชั้นปีการศึกษา รายได้ต่อเดือน ลักษณะการอยู่อาศัย การได้รับข้อมูลข่าวสารความรู้ ประเภทอาหารที่ชื่นชอบ) ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทานของนักศึกษาคณะสาธารณสุขศาสตร์และสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ แตกต่างกัน
2. ปัจจัยอื่นๆที่ศึกษา ได้แก่ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคคลแวดล้อม มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทานของนักศึกษาคณะสาธารณสุขศาสตร์และสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

## วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) มุ่งเน้นศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทานของนักศึกษาคณะสาธารณสุขศาสตร์และสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ในช่วงภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2563 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะสาธารณสุขศาสตร์และสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ จำนวน 301 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรของเครจซีและมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970: 607-610) ได้จำนวน 169 คน และนำมาสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ตามสัดส่วนของชั้นปีการศึกษา ได้ดังนี้คือ ชั้นปีที่ 1 จำนวน 36 คน (ร้อยละ 21.3) ชั้นปีที่ 2 จำนวน 20 คน (ร้อยละ 11.8) ชั้นปีที่ 3 จำนวน 40 คน (ร้อยละ 23.7) และชั้นปีที่ 4 จำนวน 73 คน (ร้อยละ 43.2)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทาน จำนวน 1 ฉบับ แบบสอบถามมี 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้กรอกแบบสอบถาม ตอนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทาน สอบถามความถี่ของพฤติกรรมกรรมการบริโภคด้วยลักษณะมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ได้แก่ 1 คะแนน คือไม่เคยปฏิบัติเลย 2 คะแนน คือ ปฏิบัติน้อย (มีพฤติกรรมนั้นๆ ประมาณ 1-3 ครั้งต่อเดือน) 3 คะแนน คือปฏิบัติบางครั้ง (มีพฤติกรรมนั้นๆ ประมาณ 4-6 ครั้งต่อเดือน) 4 คะแนน คือปฏิบัติบ่อย (มีพฤติกรรมนั้นๆ ประมาณ 7-9 ครั้งต่อเดือน) และ 5 คะแนน คือปฏิบัติบ่อยที่สุด (มีพฤติกรรมนั้นๆ มากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน) ตอนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยอื่นๆ จำนวน 13 ข้อ แบ่งออกเป็น 4 ด้านคือ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคคลแวดล้อม ด้วยลักษณะมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ทั้งนี้ เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยของคะแนนพฤติกรรมกรรมการบริโภคและความคิดเห็น แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ คะแนน 4.21 - 5.00 หมายถึงมากที่สุด คะแนน 3.41 - 4.20 หมายถึงมาก คะแนน 2.61 - 3.40 หมายถึงปานกลาง คะแนน 1.81 - 2.60 หมายถึงน้อย และคะแนน 1.00 - 1.80 หมายถึงน้อยที่สุด (วิเชียร

เกตุสิงห์, 2538: 8-11) ทั้งนี้ แบบสอบถามชุดนี้ได้สร้างข้อคำถามขึ้นใหม่ ผู้วิจัยจึงได้นำไปตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำผลการพิจารณามาคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence : IOC) (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553: 95-96) โดยเลือกใช้ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ซึ่งข้อคำถามที่ใช้มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.67 ถึง 1.00 ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาทดลองใช้กับนักศึกษาคณะพยาบาลศาสตร์ จำนวน 30 คน หลังจากนั้นนำมาคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งได้เท่ากับ 0.8 แล้วผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามชุดนี้ไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง โดยการแจกให้กับกลุ่มตัวอย่างในเวลาหลังเลิกเรียนจนกระทั่งครบตามจำนวนที่กำหนด การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความถี่ ร้อยละ สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ได้แก่ การทดสอบค่าที (Independent T-Test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ได้แก่ การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test) และใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบแกมมา (Gamma) อธิบายทิศทางและขนาดความสัมพันธ์ จากนั้นนำมาสรุปและอภิปรายผล

### ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 154 คน (ร้อยละ 91.1) มีอายุ 21 ปี จำนวน 56 คน (ร้อยละ 33.1) กำลังศึกษาในชั้นปีที่ 4 จำนวน 73 คน (ร้อยละ 42.3) หลักสูตรอาชีวอนามัยและความปลอดภัย จำนวน 69 คน (ร้อยละ 40.8) มีรายได้ต่อเดือน 5001-10,000 บาท จำนวน 101 คน (ร้อยละ 59.8) พักคนเดียวในหอพัก/ห้องเช่า จำนวน 74 คน (ร้อยละ 42.8) เคยได้รับข้อมูลข่าวสารความรู้เรื่องอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทานจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 114 คน (ร้อยละ 67.5) และชื่นชอบอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทานประเภทอาหารว่าง (ประเภทเดียว) จำนวน 43 คน (ร้อยละ 25.4) รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 1 และรูปที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลและการเปรียบเทียบพฤติกรรมกรบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทาน

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ	การเปรียบเทียบพฤติกรรม (n=169)			
			Mean ± S.D. (ระดับ)	t	F	P-value
เพศ	ชาย	15	8.9	3.83 ± 0.30 (มาก)	-0.802	0.424
	หญิง	154	91.1	3.94 ± 0.04 (มาก)		
อายุ	18 ปี	8	4.7	3.97 ± 0.34 (มาก)	0.627	0.680
	19 ปี	24	14.2	4.02 ± 0.33 (มาก)		
	20 ปี	30	17.8	3.84 ± 0.50 (มาก)		
	21 ปี	56	33.1	3.88 ± 0.62 (มาก)		
	22 ปี	44	26.0	3.98 ± 0.34 (มาก)		
	23 ปี	7	4.1	3.96 ± 0.26 (มาก)		
ชั้นปี	1	36	21.3	4.03 ± 0.33 (มาก)	2.193	0.091

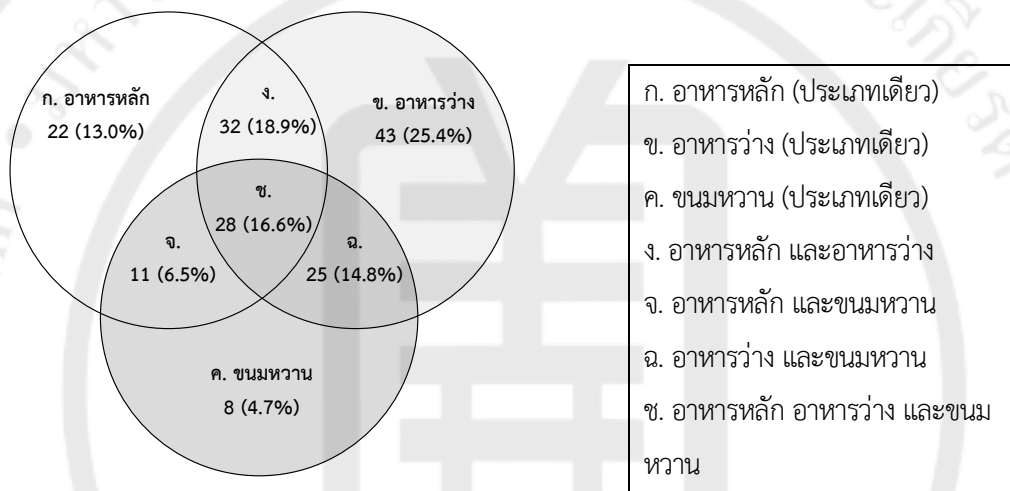
การศึกษา	2	20	11.8	3.70 ± 0.50 (มาก)		
	3	40	23.7	3.91 ± 0.62 (มาก)		
	4	73	43.2	3.95 ± 0.43 (มาก)		
หลักสูตร	การจัดการโรงพยาบาล	56	33.1	3.90 ± 0.45 (มาก)	0.553	0.697
ที่ศึกษา	อนามัยสิ่งแวดล้อม	8	4.7	4.03 ± 0.24 (มาก)		
	อาชีพอนามัยและความปลอดภัย	69	40.8	3.93 ± 0.51 (มาก)		
	สาธารณสุขชุมชน	27	16.0	3.88 ± 0.55 (มาก)		
	การบริการทางการแพทย์	9	5.3	4.11 ± 0.22 (มาก)		
รายได้	ต่ำกว่า 5001 บาท	58	34.3	3.94 ± 0.46 (มาก)	3.286*	0.013
ต่อเดือน	5001 – 10,000 บาท	101	59.8	3.95 ± 0.45 (มาก)		

ตารางที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลและการเปรียบเทียบพฤติกรรมบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทาน

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ	การเปรียบเทียบพฤติกรรม (n=169)			
			Mean ± S.D.	t	F	P-value
	10,001 – 15,000 บาท	6	3.6	3.71 ± 0.37 (มาก)		
	15,000 บาทขึ้นไป	4	2.3	3.08 ± 1.01 (ปานกลาง)		
ลักษณะการอยู่อาศัย	พักอยู่คนเดียวในหอพัก/ห้องเช่า	74	43.8	3.93 ± 0.45 (มาก)	0.207	0.813
	พักอยู่กับเพื่อนในหอพัก/ห้องเช่า	44	26.0	3.96 ± 0.40 (มาก)		
	พักอยู่กับครอบครัวหรือญาติ	51	30.2	3.90 ± 0.48 (มาก)		
การได้รับข้อมูลข่าวสาร	ไม่เคย	24	14.2	4.06 ± 0.56 (มาก)	0.608	0.657
	เคย จากวิทยุ/โทรทัศน์	17	10.1	3.94 ± 0.39 (มาก)		
	จากสื่อสิ่งพิมพ์	8	4.7	3.90 ± 0.33 (มาก)		
	จากอินเทอร์เน็ต	114	67.5	3.90 ± 0.49 (มาก)		
	จากรายวิชาที่เรียน	6	3.6	3.96 ± 0.12 (มาก)		
ประเภทของอาหาร	อาหารหลัก (ประเภทเดียว)	22	13.0	3.59 ± 0.74 (มาก)	3.704*	0.002
	อาหารว่าง (ประเภทเดียว)	43	25.4	3.97 ± 0.40 (มาก)		

ที่ชื่นชอบ	ขนมหวาน (ประเภทเดียว)	8	4.7	4.06 ± 0.18 (มาก)
	อาหารหลัก และอาหารว่าง	32	18.9	3.94 ± 0.43 (มาก)
	อาหารหลัก และขนมหวาน	11	6.5	4.27 ± 0.26 (มากที่สุด)
	อาหารว่าง และขนมหวาน	25	14.8	4.03 ± 0.37 (มาก)
	อาหารหลัก อาหารว่าง และขนมหวาน	28	16.6	3.83 ± 0.43 (มาก)

\* มีนัยสำคัญทางสถิติ (P<0.05)



n = 169

รูปที่ 1 ประเภทของอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทานที่นักศึกษาในกลุ่มตัวอย่างชื่นชอบ

2. ผลการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทานของนักศึกษาคณะสาธารณสุขศาสตร์และสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ( $x = 3.93 \pm 0.67$ ,  $n = 169$ ) เมื่อพิจารณาจำแนกตามมื้ออาหาร 4 มื้อ (ดังตารางที่ 2) พบว่านักศึกษามีพฤติกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทาน อยู่ในระดับมากทุกมื้อ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือรับประทานเป็นอาหารมื้อเช้า ( $x = 4.11 \pm 0.62$ ,  $n = 169$ ) รองลงมาคือรับประทานเป็นอาหารมื้อกลางวัน ( $x = 3.99 \pm 0.66$ ,  $n = 169$ ) รับประทานเป็นอาหารมื้อเย็น ( $x = 3.88 \pm 0.67$ ,  $n = 169$ ) และรับประทานเป็นอาหารว่างหรืออาหารระหว่างมื้อ ( $x = 3.73 \pm 0.72$ ,  $n = 169$ ) ตามลำดับ ในขณะที่เมื่อพิจารณาจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล (ดังตารางที่ 1) พบว่ามีค่าเฉลี่ยสูงสุดในกลุ่มนักศึกษาเพศหญิง ( $x = 3.94 \pm 0.04$ ,  $n = 154$ , ระดับมาก) กลุ่มอายุ 19 ปี ( $x = 4.02 \pm 0.33$ ,  $n = 24$ , ระดับมาก) ชั้นปีที่ 1 ( $x = 4.03 \pm 0.33$ ,  $n = 36$ , ระดับมาก) หลักสูตรการบริการทางการแพทย์ ( $x = 4.11 \pm 0.22$ ,  $n = 9$ , ระดับมาก) รายได้ต่อเดือน 5001-10,000 บาท ( $x = 3.95 \pm 0.45$ ,  $n = 101$ , ระดับมาก) พักอยู่กับเพื่อนในหอพัก/ห้องเช่า ( $x = 3.96 \pm 0.40$ ,  $n = 44$ , ระดับมาก)

ไม่เคยได้รับข้อมูลข่าวสารความรู้เกี่ยวกับอาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง ( $x = 4.06 \pm 0.56$ ,  $n = 24$ , ระดับมาก) และกลุ่มที่ชื่นชอบทั้งอาหารหลักและขนมหวาน ( $x = 4.27 \pm 0.26$ ,  $n = 11$ , ระดับมากที่สุด)

ตารางที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทาน จำแนกตามมื้ออาหาร

มื้ออาหาร	พฤติกรรมการบริโภค	
	Mean $\pm$ S.D.	ระดับ
รับประทานเป็น อาหารมือเช้า	4.11 $\pm$ 0.62	มาก
รับประทานเป็น อาหารมือกลางวัน	3.99 $\pm$ 0.67	มาก
รับประทานเป็น อาหารมือเย็น	3.88 $\pm$ 0.66	มาก
รับประทานเป็น อาหารว่างหรืออาหารระหว่างมือ	3.73 $\pm$ 0.72	มาก
ภาพรวมค่าเฉลี่ย (n=169)	3.93 $\pm$ 0.67	มาก

3. ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล (ได้แก่ เพศ อายุ ชั้นปีการศึกษา หลักสูตรที่ศึกษา รายได้ต่อเดือน ลักษณะการอยู่อาศัย การได้รับข้อมูลข่าวสารความรู้ ประเภทอาหารที่ชื่นชอบ) ที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทานของนักศึกษาคณะสาธารณสุขศาสตร์และสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ โดยใช้การทดสอบค่าที (Independent T-Test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ รายได้ต่อเดือน ( $F = 3.286$ ,  $P < 0.05$ ) และประเภทอาหารที่ชื่นชอบ ( $F = 3.704$ ,  $P < 0.05$ ) ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ชั้นปีการศึกษา หลักสูตรที่ศึกษา ลักษณะการอยู่อาศัย และการได้รับข้อมูลข่าวสารความรู้ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทาน ไม่แตกต่างกันทางสถิติ ( $P > 0.05$ ) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 บางส่วน (ดังตารางที่ 1)

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยอื่น ๆ ที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทาน

ปัจจัยที่ศึกษา	ความคิดเห็น		ความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรม (n=169)			
	Mean $\pm$ S.D.	ระดับ	$\chi^2$	P-value	Gamma	P-value
ด้านราคา						
1. ราคาเหมาะสมกับปริมาณอาหาร	3.13 $\pm$ 0.89	ปานกลาง				
2. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพอาหาร	3.27 $\pm$ 1.00	ปานกลาง				
3. ราคาเหมาะสมกับคุณค่าทางโภชนาการ	3.11 $\pm$ 0.90	ปานกลาง				
ค่าเฉลี่ยด้านราคา	3.17 $\pm$ 0.80	ปานกลาง	12.398	0.414	- 0.039	0.706
ด้านการจัดจำหน่าย						
4. หาซื้อได้ง่าย	3.89 $\pm$ 1.00	มาก				
5. การจัดวางสินค้าที่มีตำแหน่งที่มองเห็นและหยิบง่าย	3.60 $\pm$ 0.95	มาก				
6. สถานที่จำหน่ายใกล้หอพัก/บ้าน	3.69 $\pm$ 0.93	มาก				

ค่าเฉลี่ยด้านการจัดจำหน่าย	3.73 ± 0.81	มาก	7.260	0.840	0.005	0.963
ด้านการส่งเสริมการตลาด						
7. การโฆษณา ณ จุดขาย	3.27 ± 0.92	ปานกลาง				
8. การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม ซิม ฯลฯ	3.46 ± 0.96	มาก				
9. รับประทานเป็นอาหารว่างหรืออาหารระหว่างมื้อ	3.26 ± 0.98	ปานกลาง				
10. ช่องทางการโฆษณา เช่น โทรทัศน์ วิทยุ และสื่อสิ่งพิมพ์	2.92 ± 0.95	ปานกลาง				
ค่าเฉลี่ยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.23 ± 0.77	ปานกลาง	10.898	0.538	- 0.071	0.480
ด้านบุคคลแวดล้อม						
11. เพื่อนหรือคนรู้จัก	3.05 ± 1.00	ปานกลาง				
12. ครอบครัว	2.79 ± 1.08	ปานกลาง				
13. บุคคลที่มีชื่อเสียงในโฆษณา	2.85 ± 1.08	ปานกลาง				
ค่าเฉลี่ยด้านบุคคลแวดล้อม	2.90 ± 0.93	ปานกลาง	21.934*	0.038	- 0.292*	0.005
ภาพรวมค่าเฉลี่ย (n=169)	3.26 ± 0.83	ปานกลาง				

\* มีนัยสำคัญทางสถิติ (P<0.05)

4. ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทาน จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคคลแวดล้อม พบว่ามีภาพรวมค่าเฉลี่ยความคิดเห็น อยู่ในระดับปานกลาง ( $x = 3.26 \pm 0.83$ ,  $n = 169$ ) เมื่อพิจารณาจำแนกรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการจัดจำหน่าย ( $x = 3.73 \pm 0.81$ , ระดับมาก) รองลงมาคือด้านการส่งเสริมการตลาด ( $x = 3.23 \pm 0.77$ , ระดับปานกลาง) ด้านราคา ( $x = 3.17 \pm 0.80$ , ระดับปานกลาง) และด้านบุคคลแวดล้อม ( $x = 2.90 \pm 0.93$ , ระดับปานกลาง) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาจำแนกรายข้อ พบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นที่สูงสุด 3 อันดับแรกอยู่ในด้านการจัดจำหน่ายทั้งหมด คือ หาซื้อได้ง่าย ( $x = 3.89 \pm 1.00$ , ระดับมาก) สถานที่จำหน่ายใกล้หอพัก/บ้าน ( $x = 3.69 \pm 0.93$ , ระดับมาก) และการจัดวางสินค้าที่มีตำแหน่งที่มองเห็นและหยิบง่าย ( $x = 3.60 \pm 0.95$ , ระดับมาก) (ดังตารางที่ 3)

5. ผลการศึกษาปัจจัยอื่นๆ (ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคคลแวดล้อม) ที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทานของนักศึกษาคณะสาธารณสุขศาสตร์และสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ โดยใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test) เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 2 และใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบแกมมา (Gamma) อธิบายทิศทางและขนาดความสัมพันธ์ พบว่าปัจจัยด้านราคา ( $\chi^2 = 12.398$ ) ด้านการจัดจำหน่าย ( $\chi^2 = 7.260$ ) ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $\chi^2 = 21.934$ ) ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทานของนักศึกษา ( $P > 0.05$ ) แต่พบว่าปัจจัยด้านบุคคลแวดล้อมมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทานของนักศึกษาด้วยความสัมพันธ์ทางลบในระดับต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $\chi^2 = 21.934$ ,  $\text{Gamma} = -0.292$ ,  $P < 0.05$ ) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 2 บางส่วน



## อภิปรายและสรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย ได้ดังนี้คือ ผลการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทานของนักศึกษาคณะสาธารณสุขศาสตร์และสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ในภาพรวมพบว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการบริโภคอยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่บริโภคเป็นอาหารมื้อเช้าและชื่นชอบอาหารว่างมากที่สุด ในขณะที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ชื่นชอบอาหารหลักและขนมหวานมีพฤติกรรมการบริโภคบ่อยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกันกับกลุ่มนักศึกษาและบุคลากรในสถาบันการศึกษาอื่นที่มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารแช่แข็งอยู่ในระดับมาก และบริโภคอาหารแช่แข็งที่เป็นข้าวกล่องและอาหารว่างมากที่สุด (อภิสิทธิ์ หลังโສ๊ะ และคณะ, 2562: 24-36) ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทานของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง โดยได้ศึกษาทั้งปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ อายุ ชั้นปีการศึกษา หลักสูตรที่ศึกษา รายได้ต่อเดือน ลักษณะการอยู่อาศัย การได้รับข้อมูลข่าวสารความรู้ ประเภทอาหารที่ชื่นชอบ) และปัจจัยอื่นๆ (ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคคลแวดล้อม) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ รายได้ต่อเดือนและประเภทอาหารที่ชอบที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 บางส่วน) นอกจากนี้ ผลการศึกษาปัจจัยอื่นๆ พบว่าปัจจัยด้านบุคคลแวดล้อมมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างด้วยความสัมพันธ์ทางลบในระดับต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $\text{Gamma} = -0.29$ ) (ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 2 บางส่วน) ซึ่งสอดคล้องกันกับงานวิจัยอื่นในบางส่วนที่พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารแช่แข็งของนักศึกษาและบุคลากรในสถาบัน การศึกษา คือ รายได้และระดับการศึกษา สำหรับปัจจัยอื่นๆคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และด้านส่งเสริมการตลาด (อภิสิทธิ์ หลังโສ๊ะ และคณะ, 2562: 24-36) ในขณะที่ พฤติกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของชนชั้นกลางในกรุงเทพมหานคร ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านราคา และด้านส่งเสริมการตลาด (ดวงสมร มะโนวรรณ, 2560: 68-83) และพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารแช่แข็งของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด (เขียน ไป, 2558: 68-72) ทั้งนี้ นักศึกษากลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้และการศึกษาอื่นมีความคิดเห็นต่อการบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งสอดคล้องกันว่า สามารถหาซื้อได้ง่าย สะดวกรวดเร็ว และตอบสนองความต้องการของผู้ที่เร่งรีบหรือมีเวลาน้อย (อภิสิทธิ์ หลังโສ๊ะ และคณะ, 2562: 24-36; ดวงสมร มะโนวรรณ, 2560: 68-83) จากผลการศึกษาเหล่านี้ได้สะท้อนให้เห็นว่านักศึกษาคณะสาธารณสุขศาสตร์และสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ นิยมรับประทานอาหารที่หาซื้อได้ง่าย สะดวกและรวดเร็ว อย่างไรก็ตามหากมีการบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งซ้ำๆมากเกินไปจะสามารถส่งผลกระทบต่อสุขภาพได้ (ฉัตรชัย หมั่นก้อนแก้ว, 2555: 7-10) ด้วยเหตุนี้ คณะวิชาหรือมหาวิทยาลัยอาจนำไปปรับปรุงหรือส่งเสริมกิจกรรมให้ความรู้ความเข้าใจด้านอาหารและโภชนาการเพิ่มเติมเพื่อให้นักศึกษาเกิดความตระหนักและนำไปสู่การปฏิบัติหรือพฤติกรรมการบริโภคที่ดีต่อสุขภาพต่อไป

## ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการปรับปรุงการให้ความรู้และกิจกรรมนักศึกษาด้านอาหารและโภชนาการเพื่อให้นักศึกษาได้มีการปฏิบัติหรือพฤติกรรมการบริโภคที่ดีต่อไป และจากผลการศึกษาและการทบทวนวรรณกรรมมีข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยในอนาคต คือ ควรศึกษาเพิ่มเติมในปัจจัยอื่นๆที่อาจมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง เช่น ปัจจัยด้านวิถีการดำรงชีวิต ด้านการตัดสินใจ และความรู้

ความเข้าใจเรื่องอาหารและโภชนาการ เป็นต้น เพื่อประโยชน์ในการขยายผลการศึกษาวิจัยไปในกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ในอนาคตต่อไป

### เอกสารอ้างอิง

- ฉัตรชัย หมื่นก้อนแก้ว. (2552). ปริมาณโซเดียมและโพแทสเซียมในอาหารพร้อมบริโภคแช่แข็ง. การค้นคว้าอิสระ วิทยา ศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เขียนไป. (2556). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้ออาหารแช่แข็งของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ดวงสมร มะโนวรรณ. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งของชนชั้นกลางใน กรุงเทพมหานคร. *เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์*, 13(2), 68-83.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2553). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2538). ค่าเฉลี่ยและการแปลความหมาย. *ข่าวสารวิจัยทางการศึกษา*, 18(3), 8-11.
- ศलगลิน ดอกเข็ม. (2554). การบริโภคอาหารของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นในกรุงเทพมหานคร. ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2563). "อาหารพร้อมทาน" ปี 63 แม้ยังโตโดดเด่นกว่าตลาดรวม. สืบค้นเมื่อ 15 กันยายน 2563, จาก ศูนย์วิจัยกสิกรไทย เว็บไซต์: <https://kasikomresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/FB-ReadytoEat-10-01-20.aspx>
- อภิสิทธิ์ หลังไสยะ และฉันทนา ปาปัดถา. (2562). พฤติกรรมการบริโภคอาหารแช่แข็งของบุคลากรและนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย. *วารสารความปลอดภัยและสุขภาพ*, 12(1), 24-36.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607- 610.