



พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น
โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี
Snack Consumption Behavior of Middle School Students in
Thepmitsuksa School, Surat Thani

สุชาดา ธรรมเจริญ
SUCHADA TOUMJARERN

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

2560



พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น
โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี
Snack Consumption Behavior of Middle School Students in
Thepmitsuksa School, Surat Thani

สุชาดา ธรรมเจริญ
SUCHADA TOUMJARERN

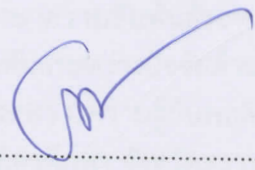
วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร


2560

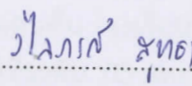
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ชื่อวิทยานิพนธ์ พหุติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น
โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี
ชื่อ นามสกุล สุขาดา ธรรมเจริญ
ชื่อปริญญา คหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา คหกรรมศาสตร์
คณะ เทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.วไลภรณ์ สุทธา

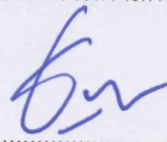
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ได้ให้ความเห็นชอบวิทยานิพนธ์ฉบับนี้แล้ว


.....ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เทพนารินทร์ ประพันธ์พัฒน์)


.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชฎาภัทร์ กี่อารีโย)


.....กรรมการ
(ดร.วไลภรณ์ สุทธา)

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร อนุมัติให้นับ
วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร


.....คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชฎาภัทร์ กี่อารีโย)

วันที่23..... เดือนกันยายน..... พ.ศ.2560.....

ชื่อวิทยานิพนธ์	พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี
ชื่อ นามสกุล	สุชาดา ธรรมเจริญ
ชื่อปริญญา	คหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา และคณะ	คหกรรมศาสตร์ เทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา	2560

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยว 2) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว 4) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว และ 5) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่กำลังศึกษาในภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2559 จำนวน 301 คน เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าไคสแควร์ (Chi-Square) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ผลการวิจัยพบว่า 1) นักเรียนส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวอยู่ในระดับสูง 2) พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวพบว่า นักเรียนมีพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวเป็นบางครั้ง โดยบริโภคลูกอมมากที่สุด 3) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ลักษณะการอยู่อาศัย ลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง และจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่ามีความสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ในด้านของระดับชั้นปีการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 4) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านครอบครัว ได้แก่ การศึกษาของผู้ปกครอง และ ขนาดของครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 5) ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ขนมขบเคี้ยว พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น
ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยว

Thesis title	Snack Consumption Behavior of Middle School Students in Thepmitrusuksa School, Surat Thani
Author	Suchada Toumjarern
Degree	Master of Home Economics
Major program	Home Economics
Academic Year	2017

ABSTRACT

The purposes of this study were: 1) to studied of knowledge about snack consumption, 2) to studied the behavior of snack consumption, 3) to studied the association between personal factors or behavior of snack consumption, 4) to studied the relationship between family factors or behavior of snack consumption, and 5) to studied the association between the knowledge or the snack consumption behavior of middle school students in Thepmitrusuksa School, Surat Thani Province. Samples were the middle school students in Thepmitrusuksa School, Surat Thani Province, that were studying in 2^{sd} semester of academic year 2016 of 301 students. The Research instrument was a questionnaire. The statistics used to data analysis such as; frequency value, percentage value, average, standard deviation, and the Chi-squared test, that were performing the data analysis used to SPSS statistics.

The results of research were found: 1) most of students had highly knowledge about snack consumption, 2) the students behavior of snack consumption sometimes had the behavior of snack consumption that consumed candies more than anything else. 3) the association between personal factors such as sex, age, habitation characteristics, amount was being received characteristics from guardian and amount was being received characteristics from the guardian with snack consumption behavior of middle school students in Thepmitrusuksa School, Surat Thani Province, there were associated statistically significant at 0.05, however the association between personal factors in grade level of study, there were not statistically significant in association with snack consumption behavior at .05. 4) the relationship between family factors such as education of guardian and the size of family with snack consumption behavior of middle school student in Thepmitrusuksa School, Surat Thani Province, that will have found the relationship were statistically significant at .05. and, 5) the knowledge about snack consumption behavior of middle school students in Thepmitrusuksa School, Surat Thani Province, that will has been finding the association was statistically significant at .05.

Keyword: snack, snack consumption behavior, middle school students, snack consumption knowledge

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ด้วยความเมตตา กรุณา และความช่วยเหลือ เป็นอย่างดียิ่งของ ดร.วไลภรณ์ สุทธา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ให้คำปรึกษา คำแนะนำ ด้าน วิชาการ ตรวจสอบ แก้ไขข้อบกพร่อง และข้อคิดเห็นต่างๆ รวมถึงการให้กำลังใจจนวิทยานิพนธ์สำเร็จ สมบูรณ์ไปด้วยดี ผู้ศึกษาวิจัยขอขอบคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เทพนารินทร์ ประพันธ์พัฒน์ ประธานกรรมการ ผู้ช่วย ศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ กีอาริโอ และ ดร.วไลภรณ์ สุทธา กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่เสียสละ เวลามาเป็นคณะกรรมการในการสอบวิทยานิพนธ์ พร้อมทั้งให้คำแนะนำ และข้อเสนอแนะที่เป็น ประโยชน์ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณ ผู้ทรงคุณวุฒิในการพิจารณาเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาทุกท่าน อันประกอบด้วย ศาสตราจารย์ ดร.อมรรัตน์ เจริญชัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรานี ภาวัตกุล คุณนันทวัน วโรทัย คุณสุพจน์ รื่นเรืองกลิ่น และ คุณวาสนา อินโพธิ์ ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการพิจารณาเครื่องมือ ตลอดจนให้คำแนะนำ และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์

ขอขอบคุณ ผู้อำนวยการโรงเรียนเทพมิตรศึกษา และคณะครู ที่ให้ความอนุเคราะห์ด้าน สถานที่ ในการเก็บข้อมูล ขอขอบคุณนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ที่ให้ความร่วมมือในการตอบ แบบสอบถามในการศึกษาวิจัย

ขอขอบคุณ เจ้าหน้าที่ของ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พระนคร ที่ให้ความช่วยเหลือในด้านข้อมูล ประสานงาน ตลอดจนให้คำแนะนำในการทำวิทยานิพนธ์ เป็นอย่างดี

ขอขอบคุณบิดา-มารดา ที่ให้ความรัก การศึกษา กำลังใจ และการสนับสนุนในทุก ๆ ด้าน รวมถึงเพื่อน ๆ นักศึกษาปริญญาโททุกท่าน ที่ให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็นต่าง ๆ ในสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อ การศึกษาวิทยานิพนธ์เป็นอย่างดี

นอกจากรายนามที่กล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาต้องขอขอบคุณผู้มีส่วนที่ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จ สมบูรณ์ และขอภัยที่ไม่สามารถกล่าวถึงได้หมด ความดีอันเกิดจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้ศึกษาขอมอบ แต่ผู้มีพระคุณทุกท่านไว้ ณ โอกาสนี้

สุชาดา ธรรมเจริญ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
Abstract	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญ	(4)
สารบัญตาราง	(6)
สารบัญภาพ	(14)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	2
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	2
1.4 ตัวแปร	3
1.5 สมมติฐาน	3
1.6 กรอบแนวความคิด	4
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.8 นิยามศัพท์	5
1.9 คำสำคัญ	6
บทที่ 2 เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยว	7
2.2 โภชนาการของวัยรุ่น	15
2.3 พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว	29
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	39
บทที่ 3 วิธีดำเนินการ	50
3.1 กำหนดประชากร และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	50
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	52
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้	54
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผล	55
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	56
4.2 การอภิปรายผล	150
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	158
5.1 สรุปผลการศึกษา	158
5.2 ข้อเสนอแนะ	160

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
เอกสารอ้างอิง	162
ภาคผนวก	168
ภาคผนวก ก รายนามผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือในการศึกษา	169
ภาคผนวก ข หนังสือเชิญผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือในการศึกษา	171
ภาคผนวก ค หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลในการศึกษา	177
ภาคผนวก ง แบบสอบถาม เรื่อง พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียน มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี	180
ประวัติการศึกษาและการทำงาน	186



สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	อัตราค่าเพิ่มของส่วนสูงของวัยรุ่นชาย และวัยรุ่นหญิงช่วงอายุ 10 ½ - 13 ปี	20
2.2	การเพิ่มน้ำหนักตัวของวัยรุ่นชาย และวัยรุ่นหญิง	20
2.3	พลังงาน และปริมาณสารอาหารที่อ้างอิงที่ควรได้รับประจำวันของวัยรุ่น	21
3.1	จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่ลงทะเบียนเรียนในภาคศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2559	51
4.1	ความถี่ และ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	56
4.2	ความถี่ และ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	56
4.3	ความถี่ และ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับชั้นปีที่ศึกษา	57
4.4	ความถี่ และ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการอยู่อาศัย	57
4.5	ความถี่ และ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง	58
4.6	ความถี่ และ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวัน	58
4.7	ความถี่ และ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง	59
4.8	ความถี่ และ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	59
4.9	ความถี่ และ ร้อยละของคะแนนความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง	60
4.10	ความถี่ และ ร้อยละของระดับความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง	62
4.11	ความถี่ ร้อยละ และลำดับที่ของชนิดขนมขบเคี้ยวที่กลุ่มตัวอย่างบริโภค	63
4.12	จำนวน ร้อยละ และระดับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค	64
4.13	จำนวน และ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง	65
4.14	จำนวน และ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง	65
4.15	จำนวน และ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	66
4.16	จำนวน ร้อยละ และลำดับที่ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา	66

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.17	จำนวน ร้อยละ และลำดับที่ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย	67
4.18	ค่าโคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกรายด้าน	68
4.19	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค	69
4.20	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค	71
4.21	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง	72
4.22	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง	73
4.23	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	74
4.24	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา	75
4.25	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย	76
4.26	ค่าโคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกรายด้าน	77
4.27	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค	78
4.28	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค	80
4.29	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง	81
4.30	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง	82
4.31	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	83

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.32	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา	84
4.33	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย	85
4.34	ค่าโคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับชั้นปีที่ศึกษากับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง	86
4.35	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับชั้นปีที่ศึกษากับพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค	87
4.36	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับชั้นปีที่ศึกษากับพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค	89
4.37	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับชั้นปีที่ศึกษากับพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง	90
4.38	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับชั้นปีที่ศึกษากับพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง	91
4.39	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับชั้นปีที่ศึกษากับพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	92
4.40	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับชั้นปีที่ศึกษากับพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา	93
4.41	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับชั้นปีที่ศึกษากับพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย	94
4.42	ค่าโคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะการอยู่อาศัยกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง	95
4.43	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะการอยู่อาศัยกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค	96
4.44	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะการอยู่อาศัยกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค	98
4.45	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะการอยู่อาศัยกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง	99

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.46	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะการอยู่อาศัยกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง	100
4.47	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะการอยู่อาศัยกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	101
4.48	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะการอยู่อาศัยกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา	102
4.49	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะการอยู่อาศัยกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย	103
4.50	ค่าโคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง	104
4.51	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค	105
4.52	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค	107
4.53	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง	108
4.54	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง	109
4.55	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	110

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.56	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา	111
4.57	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย	112
4.58	ค่าโคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวันกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง	113
4.59	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวันกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค	114
4.60	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวันกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค	116
4.61	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวันกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง	117
4.62	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวันกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง	118
4.63	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวันกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	119
4.64	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวันกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา	120
4.65	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวันกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย	121
4.66	ค่าโคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยครอบครัว ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง	122

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.67	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยครอบครัว ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค	124
4.68	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยครอบครัว ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค	126
4.69	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยครอบครัว ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง	127
4.70	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยครอบครัว ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง	128
4.71	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยครอบครัว ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	129
4.72	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยครอบครัว ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา	130
4.73	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยครอบครัว ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย	131
4.74	ค่าโคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยครอบครัว ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง	132
4.75	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยครอบครัว ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค	133
4.76	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยครอบครัว ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค	135

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.77	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยครอบครัว ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง	136
4.78	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยครอบครัว ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง	137
4.79	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยครอบครัว ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	138
4.80	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยครอบครัว ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา	139
4.81	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยครอบครัว ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย	140
4.82	ค่าโคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง	141
4.83	ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค	142
4.84	ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค	144
4.85	ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง	145
4.86	ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง	146
4.87	ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	147

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.88	ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา	148
4.89	ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย	149



สารบัญภาพ

ภาพที่

1.1 กรอบแนวคิด

หน้า

4



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

ขนมขบเคี้ยวเป็นอาหารว่างประเภทหนึ่งมีลักษณะรูปร่างขนาดเล็ก อาจเป็นของหวาน หรือของคาวโดยผ่านกระบวนการแปรรูปมาแล้วพร้อมบริโภคได้ทันที หรือมีการเตรียมเพียงเล็กน้อย มีลักษณะเป็นซอง หรือบรรจุอยู่ในถุงพลาสติกที่มีลวดลายสีสันสดใส มีส่วนประกอบของแป้ง น้ำตาล และไขมัน นอกจากนี้ยังมีผงชูรส เกลือ กลิ่น และสีปรุงแต่งอาหาร มีคุณค่าทางโภชนาการน้อย หรือแทบไม่มีเลย ส่วนสารอาหารประเภทโปรตีน วิตามิน และเกลือแร่มีน้อยมาก เมื่อพิจารณาถึงสัดส่วนของการกระจายพลังงานของขนมขบเคี้ยว พบว่า ได้จากไขมัน และคาร์โบไฮเดรตเป็นหลัก โดยขนมบางประเภทจะให้สัดส่วนของพลังงานจากไขมันสูงมากถึงร้อยละ 60 นอกจากนี้เกลือโซเดียม และผงชูรสในขนมขบเคี้ยว ถ้าบริโภคมากเกินไปจะทำให้ส่งผลต่อการทำงานของไต และทำให้เกิดโรคความดันโลหิตสูงได้ (สำนักโภชนาการ, 2547) เมื่อรับประทานขนมขบเคี้ยวเข้าไปแล้วจะรู้สึกอึด เนื่องจากมีส่วนประกอบของแป้ง น้ำตาล และไขมันเป็นหลัก จึงทำให้อึดง่าย ทำให้ความอยากอาหารมื้อหลักลดลง ขนมขบเคี้ยวมีอยู่มากมายหลายประเภท ตามแต่ลักษณะของผลิตภัณฑ์ และวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต เช่น มันฝรั่ง ปลาเส้น ถั่ว ข้าวเกรียบกุ้ง ไรซ์แคร็กเกอร์ ปลาหมึก ป๊อปคอร์น เป็นต้น (นิติธร, 2556)

ปัจจุบันพฤติกรรมกรรมการบริโภคของวัยรุ่นไทยมีผลโดยตรงต่อสุขภาพ ส่งผลให้มีแนวโน้มน้ำหนักตัวเกินมาตรฐาน และอ้วนเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชญานิกา และคณะ (2556) นอกจากนี้ยังมีผลกระทบต่อสุขภาพในระยะยาว ซึ่งเป็นสิ่งที่น่ากังวลเนื่องจากพฤติกรรมกรรมการบริโภคเป็นสาเหตุหลักของปัญหาภาวะน้ำหนักเกินมาตรฐาน และโรคอ้วน หากไม่มีทางแก้ไขหรือหาแนวทางป้องกันที่ถูกต้องก็จะเกิดปัญหาต่อเนื่อง เพราะวัยรุ่นอ้วน มีโอกาสโตเป็นผู้ใหญ่อ้วนสูงถึงร้อยละ 30 - 80 (ณัฐวรรณ, 2553) ปัจจุบันพบกลุ่มวัยรุ่นไทยอ้วนประมาณ 15 ล้านคน ซึ่งสาเหตุหลักมาจากพฤติกรรมกรรมการบริโภค (ปราชัญญ์, 2551) และจากการสำรวจพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ตั้งแต่ปี 2546 - 2556 พบว่า การบริโภคของกลุ่มวัยรุ่นมีการบริโภคอาหารที่มีพลังงานสูง ขนมทานเล่น หรือขนมกรุบกรอบมากขึ้น (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2556)

นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นมีอายุในช่วง 12-15 ปี เมื่อพิจารณาตามช่วงวัย พบว่าเด็กวัยนี้มักมีปัญหาโรคอ้วน โดยเฉพาะเด็กวัยรุ่นที่อาศัยในเขตเมือง (ชนิกา, 2553) ซึ่งจากการสำรวจของกองโภชนาการ กรมอนามัย พบว่า วัยรุ่นมีพฤติกรรมกรรมการบริโภคขนมกรุบกรอบสูงกว่าประชาชนกลุ่มอื่น และมีแนวโน้มการบริโภคสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (โสภณ, 2552) ทั้งนี้เนื่องมาจาก เป็นวัยที่มีความเป็นอิสระมากขึ้น มีส่วนร่วมในสังคมมากขึ้น อีกทั้งเพื่อนจะมีบทบาทสำคัญ ช่วงวัยนี้มักมีกิจกรรมมากมายทั้งที่โรงเรียน และกิจกรรมหลังเลิกเรียน โดยเด็กจะบริโภคอาหารนอกบ้านมากขึ้น จะเริ่มซื้อกินเองมากขึ้น ชอบกินอาหารแปลกใหม่ และปฏิเสธอาหารแบบเดิมๆ (เบญญา, 2542)

รวมถึงสภาพแวดล้อมของโรงเรียนที่เอื้อต่อการเข้าถึงแหล่งอาหารต่าง ๆ ได้อย่างหลากหลาย และสะดวก เป็นการเพิ่มโอกาสให้เด็กบริโภคอาหารที่มีความเสี่ยงต่อสุขภาพ (เนตรนภา และเบญจา, 2556) จากการศึกษาของปรีชา (2555) พบว่า ขนมขบเคี้ยวที่มีการซื้อเป็นประจำมากที่สุดคือ มันฝรั่งทอดกรอบ ส่วนใหญ่ซื้อขนมขบเคี้ยวครั้งละ 1-2 ถุง เป็นการเลือกซื้อแบบคละประเภท มักจะซื้อขนมขบเคี้ยวขนาดกลาง โอกาสที่เลือกซื้อขนมขบเคี้ยวรับประทานคือเมื่อดูทีวี/ดูหนัง โดยจะรับประทานในเวลากลางวัน หลังอาหารมื้อหลัก และซื้อขนมขบเคี้ยวช่วงเวลา 12.01 น.-18.00 น. มักจะซื้อที่ร้านสะดวกซื้อ สาเหตุที่ซื้อเพราะรสชาติอร่อย (ปิยฉัตร, 2550) พฤติกรรมการบริโภคในลักษณะแบบนี้ นำไปสู่สภาวะน้ำหนักเกินมาตรฐานส่งผลต่อปัญหาสุขภาพในอนาคต

จากแบบรายงานตรวจสุขภาพของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นของโรงเรียนเทพมิตรศึกษา สังกัดการศึกษาของเอกชน ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3 ปีการศึกษา 2558 (งานทะเบียนโรงเรียนเทพมิตรศึกษา, 2558) พบว่า นักเรียนที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน ร้อยละ 23 น้ำหนักตามมาตรฐาน ร้อยละ 62 และน้ำหนักน้อยกว่ามาตรฐาน ร้อยละ 9 ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมสุขภาพให้แก่นักเรียนในการบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.2.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.2.4 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.2.5 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดขอบเขตของงานวิจัยดังนี้

1.3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ทำการเก็บข้อมูลภายในพื้นที่โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.3.2 ขอบเขตเนื้อหาที่จะศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มุ่งศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.3.3 ขอบเขตด้านเวลาที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ทำการเก็บข้อมูลโดยนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี เดือนมกราคม พ.ศ. 2560

1.3.4 ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นที่ลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2559 โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวนทั้งหมด 1,222 คน

1.3.5 ขอบเขตกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ นักเรียนที่กำลังศึกษาในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 - 3 จำนวน 301 คน ได้มาจากคำนวณกลุ่มตัวอย่างของทาโร ยามานะ (Taro Yamane, 1973) แล้วทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยวิธีการจับฉลาก โดยกำหนดจำนวนห้องเรียนที่จะให้ข้อมูล ซึ่งได้ระดับชั้นละ 9 ห้อง จากนั้นเขียนรายชื่อนักเรียน พร้อมหมายเลขกำกับ แล้วนำมาจับฉลากแบบไม่คืนที่ (Sampling Without Replacement) เพื่อต้องการให้กลุ่มตัวอย่างแต่ละหน่วยมีสิทธิในการเป็นตัวแทนประชากรอย่างแท้จริง และเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนที่กำหนดไว้ หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปแจกให้กับกลุ่มตัวอย่างที่ถูกเลือก

1.4 ตัวแปร

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดตัวแปรที่ศึกษาไว้ดังนี้

1.4.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1.4.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นปีที่ศึกษา ลักษณะการอยู่อาศัย ลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง จำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง

1.4.1.2 ปัจจัยด้านครอบครัว ได้แก่ ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง จำนวนสมาชิกในครอบครัว

1.4.1.3 ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยว

1.4.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวประกอบด้วย ชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค ความถี่ในการบริโภค ปริมาณในการซื้อต่อครั้ง ราคาซื้อต่อถุง ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง สื่อโฆษณา การส่งเสริมการขาย

1.5 สมมติฐาน

จากการรวบรวมเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้ศึกษาได้กำหนดสมมติฐานงานวิจัยไว้ดังนี้

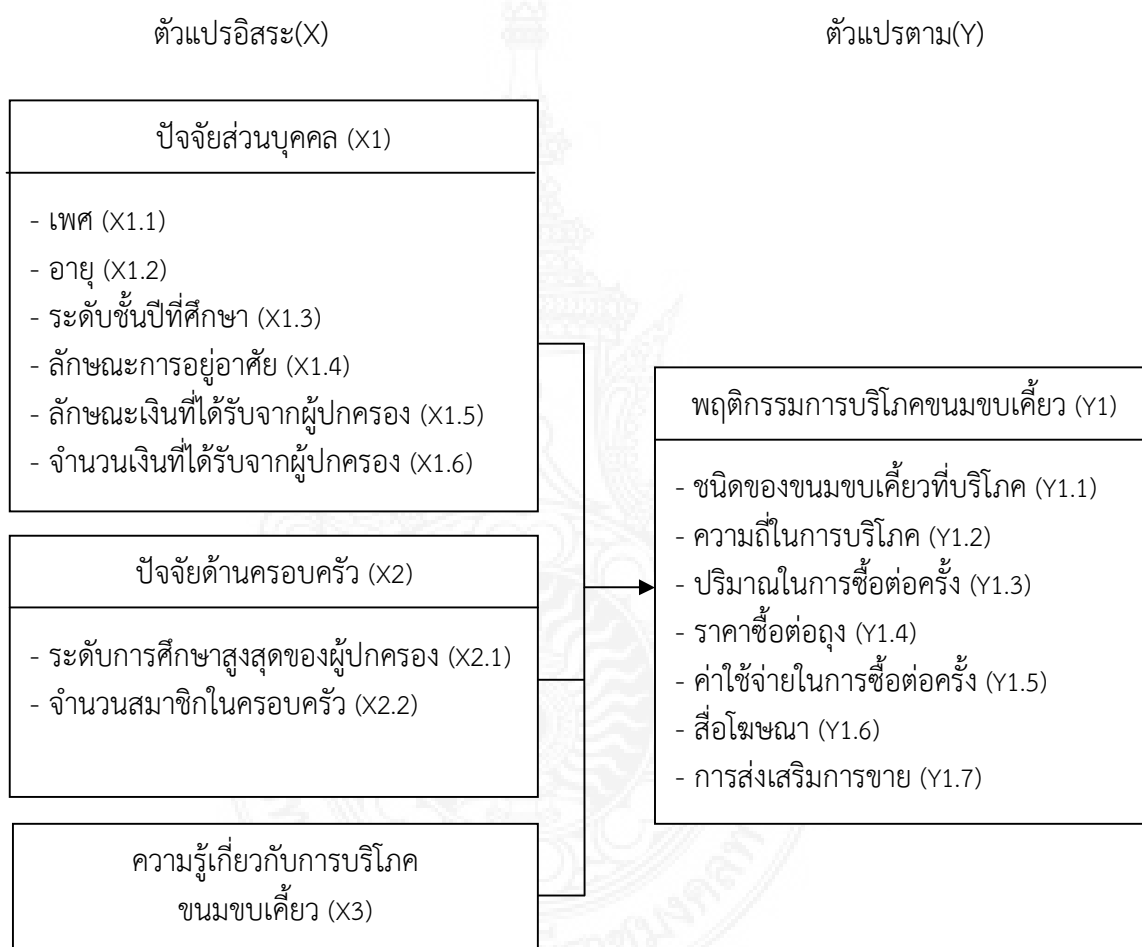
1.5.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นปีที่ศึกษา ลักษณะการอยู่อาศัย ลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง และจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.5.2 ปัจจัยด้านครอบครัว ได้แก่ ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง และจำนวนสมาชิกในครอบครัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.5.3 ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.6 กรอบแนวคิด

การวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้กำหนดแนวคิดในการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิด

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ทราบถึงความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อเป็นแนวทางในการให้ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคที่ถูกต้อง

1.7.2 ทราบถึงพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อกำหนดนโยบายในการจัดจำหน่ายขนมขบเคี้ยวในโรงเรียน

1.7.3 ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อนำไปปรับพฤติกรรมการบริโภคของนักเรียน

1.7.4 ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อให้ทางครอบครัวปลูกฝังพฤติกรรมการบริโภค พร้อมทั้งให้คำแนะนำการบริโภคที่ถูกหลักโภชนาการ

1.7.5 ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อพัฒนา และส่งเสริมแผนการสร้างเสริมพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวที่ดีต่อสุขภาพแก่นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น และนักเรียนในระดับอื่น และกลุ่มอื่น ของโรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อนำไปสู่การมีสุขภาพที่ดี

1.8 นิยามศัพท์

1.8.1 **ขนมขบเคี้ยว** หมายถึง อาหารหรือขนม ที่มีลักษณะรูปร่างขนาดเล็ก ที่ผ่านกระบวนการแปรรูปมาแล้วพร้อมบริโภคได้ทันที มีลักษณะเป็นซอง หรือบรรจุอยู่ในถุงพลาสติก มีลวดลายสีสันทันตีสวย สามารถรับประทานเป็นอาหารว่างระหว่างมื้ออาหารหรือโอกาสต่าง ๆ ตามต้องการแบ่งเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1.8.1.1 ประเภทลูกอม หมากฝรั่ง เยลลี่

1.8.1.2 ประเภทช็อกโกแลต

1.8.1.3 ประเภทถั่วอบกรอบ

1.8.1.4 ประเภทปลาและปลาหมึกอบกรอบ

1.8.1.5 ประเภทมันฝรั่งทอด ข้าวเกรียบ ข้าวอบกรอบ ข้าวโพดอบกรอบ

1.8.2 **พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว** หมายถึง การปฏิบัติหรือการแสดงออกเกี่ยวกับความชอบในการรับประทานขนมขบเคี้ยวที่ปฏิบัติเป็นประจำ แบ่งเป็น 7 ด้าน ได้แก่

1.8.2.1 ชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค หมายถึง ลักษณะของวัตถุดิบ หรือการผลิตที่แตกต่างกันของขนมขบเคี้ยว ที่นักเรียนนิยมบริโภค ได้แก่ มันฝรั่งทอด ข้าวเกรียบ ข้าวโพดอบกรอบ ข้าวอบกรอบ ลูกอม หมากฝรั่ง เยลลี่ ช็อกโกแลต ถั่วลิสงอบกรอบ ถั่วลันเตาอบกรอบ ถั่วอัลมอนต์อบกรอบ เม็ดมะม่วงหิมพานต์ เมล็ดทานตะวันอบ ปลาเส้นปรุงรส และปลาหมึกอบกรอบ

1.8.2.2 ความถี่ในการบริโภค หมายถึง จำนวนครั้งที่รับประทานขนมขบเคี้ยวต่อสัปดาห์

1.8.2.3 ปริมาณในการซื้อต่อครั้ง หมายถึง จำนวนของขนมขบเคี้ยวที่นักเรียนซื้อมาบริโภคในแต่ละครั้ง

1.8.2.4 ราคาซื้อต่อถุง หมายถึง จำนวนเงินที่นักเรียนใช้เป็นค่าใช้จ่ายในการซื้อขนมขบเคี้ยวต่อถุงมาบริโภค

1.8.2.5 ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง หมายถึง จำนวนเงินที่นักเรียนใช้เป็นค่าใช้จ่ายในการซื้อขนมขบเคี้ยวต่อครั้งมาบริโภค

1.8.2.6 สื่อโฆษณา หมายถึง แหล่งที่มาของขนมขบเคี้ยว ที่ทำให้นักเรียนรู้จัก ได้แก่ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา ห้างสรรพสินค้า ป้ายรถประจำทาง เป็นต้น

1.8.2.7 การส่งเสริมการขาย หมายถึง วิธีการที่ร้านจำหน่ายขนมขบเคี้ยว ใช้ในการดึงความสนใจ หรือจูงใจนักเรียนให้มาซื้อขนมขบเคี้ยวที่ร้านค้า เช่น สะสมของรางวัลเพื่อแลกของแถม มีภาพโฆษณาที่ทำให้อยากรับประทาน มีของแถมที่มาพร้อมกับขนม มีขนมรูปแบบใหม่ และรสชาติใหม่ มีขนมหลากหลายให้เลือก นำขนมที่มีประโยชน์มาขาย

1.8.3 ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยว หมายถึง ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการรับประทานขนมขบเคี้ยว ในด้านคุณประโยชน์และโทษ วิธีการรับประทาน และการเลือกซื้อประเภทของขนมขบเคี้ยว

1.8.4 ระดับชั้นปีที่ศึกษา หมายถึง นักเรียนที่กำลังศึกษาในภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2559 ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ได้แก่ ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 และระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ของโรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.8.5 ลักษณะการอยู่อาศัย หมายถึง การพักอาศัยอยู่กับครอบครัว หรือผู้ปกครอง หรืออยู่ตามลำพังในหอพัก ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.8.6 ลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง หมายถึง วิธีการได้มาของค่าใช้จ่ายเป็นตัวเงินที่นักเรียนได้รับจากผู้ปกครอง เป็นรายวัน รายสัปดาห์ รายเดือน

1.8.7 จำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง หมายถึง จำนวนเงินที่ใช้เป็นค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน ที่ได้รับจากบิดา มารดา หรือ ผู้ปกครอง

1.8.8 ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง หมายถึง คุณวุฒิทางการศึกษาของบิดา มารดา หรือผู้ปกครอง ของเด็กนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.8.9 จำนวนสมาชิกในครอบครัว หมายถึง จำนวนคนภายในครอบครัวที่พักอาศัยอยู่ในบ้านเดียวกันกับนักเรียน แต่ไม่รวมถึงผู้ที่ถูกว่าจ้างให้มาดูแลเด็ก หรือทำงานบ้านในครอบครัว

1.9 คำสำคัญ

ขนมขบเคี้ยว พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยว

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี 4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี 5) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

- 2.1 ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยว
- 2.2 โภชนาการของวัยรุ่น
- 2.3 พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยว

2.1.1 ความหมายของขนมขบเคี้ยว

ขนมขบเคี้ยว หมายถึง อาหารว่างที่มีขนาดเล็ก อาจ เป็นของหวาน หรือของเคี้ยว โดยผ่านกระบวนการแปรรูปซึ่งมีอยู่หลากหลายรูปแบบ และหลากหลายรสชาติ รับประทานเพื่อระงับความหิวระหว่างมื้ออาหารหลัก (นิภาธร, 2557)

ขนมขบเคี้ยว หมายถึง อาหารว่างที่ใช้รับประทานระหว่างมื้อ โดยส่วนมากจะมีรสหวาน ซึ่งเกิดจากส่วนประกอบของแป้ง น้ำตาล และไขมันในขนม ซึ่งให้เพียงพลังงาน แต่มีสารอาหารอื่นที่จำเป็นค่อนข้างน้อย ปัจจุบันขนมได้รับความนิยมจากคนไทยค่อนข้างสูง โดยเฉพาะกลุ่มเด็ก วัยรุ่น วัยทำงานถือเป็นเป้าหมายหลักของสินค้า เนื่องจากขนมขบเคี้ยวมีรูปแบบ และรสชาติที่หลากหลาย สามารถรับประทานในขณะที่เรียน ดูโทรทัศน์ หรือช่วงระหว่างเวลาทำงาน (ศูนย์วิจัยกสิกรไทยออนไลน์, 2558 อ่างไฉ มนธน์ช, 2558)

ขนมขบเคี้ยว หรือตามภาษาที่เรียกอย่างเป็นทางการว่า อาหารว่าง (Snack) จะเป็นอาหารที่มักรับประทาน ระหว่างมื้อในยามพักผ่อน หรือยามว่าง หรือจัดให้รับประทานในงานเลี้ยงสังสรรค์ต่าง ๆ มักทำจากมันฝรั่ง ข้าว ข้าวโพด ถั่ว เนื้อ หรือปลา นำมาปรุงรสแล้วผ่านกรรมวิธีต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นอบ ทอด แล้วนำมาฉีก หรือรีดเป็นเส้นๆ หรือแผ่นบางๆ (อุตสาหกรรมพัฒนามูลนิธิเพื่อสถาบันอาหาร, 2559)

จากการรวบรวมความหมายของขนมขบเคี้ยว (Snack) หรืออาหารขบเคี้ยว (Snack food) ของ Blendford (1982) และ Tettweiler (1991) พอสรุปได้ดังนี้ ขนมขบเคี้ยวเป็นอาหารว่างชนิดหนึ่งมีลักษณะรูปร่างขนาดเล็ก อาจเป็นของหวาน หรือ ของคาว โดยผ่านกระบวนการแปรรูปมาแล้วพร้อมบริโภคได้ทันที หรือมีการเตรียมเพียงเล็กน้อย มีลักษณะเป็นซอง หรือห่อด้วยกระดาษฟาง หรือกระดาษแก้วบรรจุอยู่ในถุงพลาสติก มีลวดลายสีสันสดใส สามารถใช้รับประทานเป็นอาหารว่างระหว่างมื้ออาหาร หรือโอกาสต่าง ๆ ตามที่ผู้บริโภคต้องการ ซึ่งทำให้เกิดความพึงพอใจหรือประทังความหิวในระยะเวลาดสั้น ๆ และสามารถเก็บรักษาได้นาน 6 สัปดาห์โดยไม่ต้องอาศัยความเย็น มีทั้งที่ผลิตในครัวเรือน และในระดับอุตสาหกรรม

จากความหมายของขนมขบเคี้ยวข้างต้น ผู้ศึกษาสรุปได้ว่า ขนมขบเคี้ยว หมายถึงอาหารว่าง หรือขนมมีลักษณะรูปร่างขนาดเล็ก อาจเป็นของหวานหรือของคาวโดยผ่านกระบวนการแปรรูปมาแล้วพร้อมบริโภคได้ทันที หรือมีการเตรียมเพียงเล็กน้อย มีลักษณะเป็นซอง หรือบรรจุอยู่ในถุงพลาสติก มีลวดลายสีสันสดใส สามารถใช้รับประทานเป็นอาหารว่างระหว่างมื้ออาหาร หรือโอกาสต่าง ๆ ตามที่ผู้บริโภคต้องการ

2.1.2 ประเภทของขนมขบเคี้ยว

มีการจัดแบ่งประเภทของขนมขบเคี้ยวไว้หลายกลุ่มตามลักษณะความต้องการในการศึกษา โดยแหล่งที่สำคัญ ได้แก่

2.1.2.1 บริษัทศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ได้จำแนกประเภทของขนมขบเคี้ยวตามชนิดที่มีจำหน่ายในท้องตลาดส่วนใหญ่เป็น 7 ประเภทหลัก ดังนี้

- 1) ขนมขบเคี้ยวประเภทแป้ง เช่น ปาปริกา คอนเน่ ปาร์ตี้
- 2) ขนมขบเคี้ยวประเภทมันฝรั่งทอด เช่น เลย์ เทสโต ก๊อบกอบ
- 3) ขนมขบเคี้ยวประเภทข้าวเกรียบกึ่ง เช่น ฮานามิ คาลบี้
- 4) ขนมขบเคี้ยวประเภทข้าวโพด เช่น คอร์นพัพพ์ โตโร
- 5) ขนมขบเคี้ยวประเภทปลาเส้น เช่น ทาโร
- 6) ขนมขบเคี้ยวประเภทปลาหมึกปรุงรส เช่น เบนโตะ เต้าทอง
- 7) ขนมขบเคี้ยวประเภทถั่วต่าง ๆ เช่น โก้แก้ว มิสเตอร์กรีน

2.1.2.2 กองบรรณาธิการวารสารฉลาดซื้อ แบ่งประเภทของขนมขบเคี้ยวตามการสำรวจปริมาณเกลือ โซเดียม โดยเรียงลำดับปริมาณ โซเดียมต่อ 100 กรัม จากมากไปหาน้อย ดังนี้ (กองบรรณาธิการวารสารฉลาดซื้อ, 2543)

- 1) ประเภทปลาและปลาหมึกกอบกรอบ

ขนมขบเคี้ยวประเภทนี้เป็นประเภทที่มีองค์ประกอบหลักเป็นโปรตีนจากเนื้อสัตว์จะพบปริมาณโซเดียมอยู่ระหว่าง 21.88-1870.7 มิลลิกรัม ต่อปริมาณ 100 กรัม ได้แก่ ปลาสวรรค์กอบกรอบ ตราทาโร ปลาหมึกกอบกรอบ ตราเบนโตะ เป็นต้น

- 2) ประเภทมันฝรั่ง มันฝรั่งอบ ทอดกรอบ

ขนมขบเคี้ยวประเภทนี้เป็นประเภทที่มีองค์ประกอบหลักเป็นแป้ง และไขมัน จะพบปริมาณโซเดียมอยู่ระหว่าง 53.97 - 844.50 มิลลิกรัมต่อปริมาณ 100 กรัม ได้แก่ เลย์ เทสโต ปาปริกา ก๊อบกอบ ฟริงเกิลส์ โปเต้ แจ็กซ์ ปอมสตัก เป็นต้น

3) ประเภทข้าวโพดอบทอดกรอบ

ขนมขบเคี้ยวประเภทนี้เป็นประเภทที่มีองค์ประกอบหลักเป็นแป้ง และไขมันเช่นเดียวกับประเภทที่ 2 พบปริมาณโซเดียมอยู่ระหว่าง 67.61 - 945.50 มิลลิกรัมต่อปริมาณ 100 กรัม ได้แก่ ข้าวโพดป๊อปคอร์น ตามตาม คอร์นพัพ โตร์โตร์ โตร์โตร์ ฮานามิ เป็นต้น

4) ประเภทถั่วอบกรอบ

ขนมขบเคี้ยวประเภทนี้เป็นประเภทที่มีถั่วเป็นองค์ประกอบหลัก เป็นแหล่งโปรตีนจากพืช และไขมัน จะพบปริมาณโซเดียมอยู่ระหว่าง 381.70 - 405.00 มิลลิกรัมต่อปริมาณ 100 กรัม ได้แก่ ขนมถั่วลันเตาอบกรอบ สแน็คแจ๊ค ถั่วลิสงตราโก้แก่ เป็นต้น

2.1.2.3 สถาบันวิจัยโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล ได้แบ่งประเภทของขนมขบเคี้ยว ตามการวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการ โดยแบ่งออกเป็น 5 ประเภทดังนี้ (สถาบันวิจัยโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2547)

1) ประเภทลูกอม หมากฝรั่ง เยลลี่

ขนมประเภทนี้จะมีน้ำตาล และสารให้ความหวานอื่น ๆ เป็นส่วนผสม อยู่เป็นจำนวนมาก ได้แก่ ลูกอมต่าง ๆ เช่น ฮาร์ทบีท ซูกัส คุกกี้ เยลลี่ บีบี เป็นต้น

2) ประเภทซ็อกโกแลต

ขนมประเภทนี้จะมีไขมันกับน้ำตาลในปริมาณสูง ได้แก่ ทิวลี่ กูลิโกะ ป็อกกี้ เชียงไฮ เป็นต้น

3) ประเภทถั่ว และเมล็ดพืช

ขนมประเภทนี้จะมีไขมันกับโซเดียมมาก ได้แก่ ถั่วลิสงอบกรอบรสกาแฟ ตราโก้แก่ เมล็ดทานตะวัน เป็นต้น

4) ประเภทปลาเส้นปรุงรสต่าง ๆ ปลาอบกรอบ

ขนมประเภทนี้ถึงแม้จะมีโปรตีนสูงแต่ก็มีโซเดียมในปริมาณสูงเช่นกัน ถ้าปรุงรสเข้มข้นมากขึ้น ได้แก่ ปลาหมึกอบกรอบเบนโตะ รสหัวหอมญี่ปุ่น ปลาสวรรค์ทาโร เป็นต้น

5) ประเภทมันฝรั่งทอด ข้าวเกรียบ ข้าวอบกรอบ ข้าวโพดอบกรอบ

ขนมประเภทนี้จะมีไขมันกับโซเดียมมาก ได้แก่ เลย์พริงเกิลส์ คาราต้า เทสโต แจ็กซ์ โปเต้ เป็นต้น

จากการแบ่งประเภทของขนมขบเคี้ยวข้างต้น ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษากำหนด ประเภทของขนมขบเคี้ยวตามสถาบันวิจัยโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล (2547) สามารถแบ่งออกได้ 5 ประเภท

1. ประเภทลูกอม หมากฝรั่ง เยลลี่

2. ประเภทซ็อกโกแลต

3. ประเภทถั่วอบกรอบ

4. ประเภทปลาและปลาหมึกอบกรอบ

5. ประเภทมันฝรั่งทอดข้าวเกรียบ ข้าวอบกรอบ ข้าวโพดอบกรอบ

จากการแบ่งประเภทของขนมขบเคี้ยว ผู้ศึกษาได้กำหนดชนิดของขนมขบเคี้ยวตาม ความนิยมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของเด็กนักเรียน สามารถแบ่งออกได้ 15 ชนิด ได้แก่

1. มันฝรั่งทอด
2. ข้าวเกรียบ
3. ข้าวโพดอบกรอบ
4. ข้าวอบกรอบ
5. ลูกอม
6. หมากฝรั่ง
7. เยลลี่
8. ช็อกโกแลต
9. ถั่วลิสงอบกรอบ
10. ถั่วลันเตาอบกรอบ
11. ถั่วอัลมอนด์อบกรอบ
12. เม็ดมะม่วงหิมพานต์
13. เมล็ดทานตะวันอบ
14. ปลาเส้นปรุงรส
15. ปลาหมึกอบกรอบ

2.1.3 วัตถุดิบในขนมขบเคี้ยว

ปรานต์ (2552) ได้กล่าวไว้ว่า วัตถุดิบอาหาร หมายถึง วัตถุดิบที่ตามปกติมิได้ใช้เป็นอาหาร หรือเป็นส่วนประกอบ ที่สำคัญของอาหาร ไม่ว่าจะวัตถุดิบนั้นมีคุณค่าทางอาหารหรือไม่ก็ตาม แต่ใช้เจือปนในอาหารเพื่อประโยชน์ทางเทคโนโลยีการผลิต การแต่งสี การปรุงแต่งกลิ่นรสอาหาร การบรรจุ การเก็บรักษา หรือ การขนส่ง ซึ่งมีผลต่อคุณภาพหรือมาตรฐาน หรือลักษณะของอาหาร ทั้งนี้ให้ความหมายรวมถึงวัตถุดิบที่ได้เจือปนในอาหาร แต่มีภาชนะบรรจุไว้เฉพาะแล้วใส่รวมอยู่กับอาหารเพื่อประโยชน์ดังกล่าวข้างต้นด้วย เช่น วัตถุกันชื้น วัตถุคุดอกซิเจน เป็นต้น ทั้งนี้ไม่รวมถึงสารอาหารที่เติมเพื่อเพิ่ม หรือปรับให้คงคุณค่าทางโภชนาการของอาหาร เช่น โปรตีน ไขมัน คาร์โบไฮเดรต วิตามิน และเกลือแร่

วัตถุดิบที่พบในขนมขบเคี้ยวนั้นมีหลายประเภท ได้แก่ สี กลิ่น รส เนื้อสัมผัส ดังนี้

2.1.3.1 วัตถุแต่งกลิ่นรสจะรวมทั้งที่ได้จากธรรมชาติ และสารสังเคราะห์ เป็นการใช้เพื่อเพิ่มความน่ารับประทานของผลิตภัณฑ์อาหาร วัตถุแต่งกลิ่นรส มีหลายประเภท ดังนี้

1) เครื่องเทศ เช่น กระเทียม หอม พริกชนิดต่าง ๆ พริกไทย อบเชย ผักชี กระวาน กานพลู

2) วัตถุแต่งกลิ่นรสที่ให้อาหารคาว (Savory Flavor) ผลิตได้จากวัตถุดิบตามธรรมชาติ และอาจผลิตจากสารเคมีสังเคราะห์ที่ให้กลิ่นรสที่คล้ายธรรมชาติ มีทั้งลักษณะที่เป็นผงเกล็ด หรือของเหลว ซึ่งส่วนใหญ่จะผสมกับเครื่องเทศ สารกันหืน สารกันเสีย สารกันการจับตัวเป็นก้อน และกลิ่นรส ได้แก่ กลิ่นรสบาร์บีคิว กลิ่นรสเบคอน

3) วัตถุแต่งกลิ่นรสที่ให้อาหารหวาน (Sweet Flavor) ใช้แต่งกลิ่นรสผลิตภัณฑ์อาหารว่างที่มีรสหวาน รวมถึงกลิ่นรสผลไม้ชนิดต่าง ๆ เช่น สตรอเบอร์รี่ ทูเรียน ส้ม มะนาว

4) วัตถุแต่งกลิ่นรสที่ให้รสเค็ม ใช้ในการควบคุมการเป็นกรด-เบส (pH) ป้องกันไม่ให้เกิดความเปลี่ยนแปลงระหว่างกระบวนการแปรรูปอาหาร เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพคงที่ ได้แก่ เกลือธรรมดา หรือเกลือแกง (Granulated or Common Salt) เกลือผง (Pulverized Salt)

2.1.3.2 สีผสมอาหาร เพื่อใช้แต่งสีของอาหารให้มีลักษณะคล้ายธรรมชาติ หรือให้มีสีสม่ำเสมอ และหากใช้เพื่อจำแนกกลิ่น รสชาติของอาหารก็ได้ สีที่ใช้ผสมอาหารมี 2 จำพวก ได้แก่

1) สีธรรมชาติ ได้แก่ สีเขียวจากใบเตยหอม หรือพริกเขียว สีน้ำเงินจากดอกอัญชัน

2) สีสังเคราะห์ซึ่งผลิตจากสารเคมี มีคุณสมบัติความคงตัวดีกว่าสีธรรมชาติ แต่ต้องใช้เฉพาะที่อนุญาตให้ใช้ และปริมาณที่กำหนดเท่านั้น และถึงแม้กฎหมายกำหนดให้ใช้สีสังเคราะห์สำหรับผสมอาหารได้ แต่หากใช้ในปริมาณมาก และบ่อยก็อาจก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพของผู้บริโภคได้

2.1.3.3 กัม (gum) เป็นสารที่ช่วยให้ผลิตภัณฑ์อาหารมีคุณลักษณะดีขึ้น มีการจับตัวดีขึ้น เนื้อสัมผัสเนียนสม่ำเสมอ เพิ่มความกรอบ ความหนืดให้ผลิตภัณฑ์ หรือเคลือบวัตถุแต่งกลิ่นรสในผลิตภัณฑ์ อาหารว่างประเภทขนมขบเคี้ยวให้จับติดแน่นยิ่งขึ้น กัมที่นิยมใช้ ได้แก่ คาราจีแนน แป้ง และแป้งดัดแปลงชนิดต่าง ๆ

2.1.3.4 สารกันหืน และสารเสริมสารกันหืน เป็นสารที่ใช้เพื่อการชะลอการเสียของอาหาร อันเนื่องมาจากปฏิกิริยาออกซิเดชัน ซึ่งลักษณะของการเสื่อมคุณภาพของอาหาร ได้แก่ การหืน อาหารมีสีผิดปกติ กลิ่นรส และลักษณะเนื้อสัมผัสของอาหารเปลี่ยนแปลงไปทำให้คุณค่าทางอาหารลดลง และบางครั้งอาจมีสารที่เป็นอันตรายต่อร่างกายเกิดขึ้นด้วย ได้แก่ บีเอชเอ (Butylated Hydroxy Anisole, BHA) บีเอชที (Butylated Hydroxy Toluene, BHT)

2.1.3.5 สารกันเสีย (preservative) เป็นสารที่ใช้เพื่อช่วยไม่ให้อาหารบูดเสีย ใช้ได้กับอาหารหลายประเภทซึ่งจะช่วยป้องกัน หรือทำลายเชื้อจุลินทรีย์ ไม่ให้เจริญเติบโตทำให้การเก็บรักษาอาหารอยู่ได้นาน แต่สารกันเสียอาจทำให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพ หากได้รับสารเหล่านี้ในปริมาณมาก สารกันเสียที่นิยมใช้ในผลิตภัณฑ์อาหารว่าง ได้แก่ กรดเบนโซอิก ซอร์เบตซัลไฟต์ ไนเตรต และไนไตรต์ สำหรับการเลือกที่จะใช้สารกันเสียชนิดใดนั้น จะต้องรู้วัตถุประสงค์การใช้คุณสมบัติของสารกันเสีย และองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์อาหารว่าง เช่น ข้าวเกรียบ และผลิตภัณฑ์อาหารกรอบพองชนิดต่าง ๆ ก็ไม่จำเป็นต้องใช้เนื่องจากผลิตภัณฑ์อาหารว่างดังกล่าวมีความชื้นต่ำมาก การเสียของผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากจุลินทรีย์จึงมีโอกาสน้อย และการใช้สารกันเสียนั้นต้องใช้ในปริมาณที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) กำหนด

2.1.3.6 เกลือ มีอันตรายต่อสุขภาพ ทำให้ไตทำงานหนัก และเสี่ยงต่อการเกิดโรคความดันโลหิตสูง และไตวาย ซึ่งจากผลการทดสอบปริมาณเกลือโซเดียมในขนมขบเคี้ยวที่ระบุปริมาณโซเดียมอยู่ระหว่าง 21.88 - 1870.7 มิลลิกรัม ต่อ 100 กรัม ประเภทมันฝรั่งทอดกรอบ จำนวน 34 ตัวอย่าง พบปริมาณโซเดียมอยู่ระหว่าง 53.97 - 844.50 มิลลิกรัม ต่อ 100 กรัม ประเภทข้าวโพดอบกรอบ จำนวน 21 ตัวอย่าง พบปริมาณโซเดียมอยู่ระหว่าง 67.61 - 945.50 มิลลิกรัม ต่อ 100 กรัม (กองบรรณาธิการวารสารฉลาดซื้อ, 2543) จากผลการทดสอบปริมาณเกลือโซเดียมในขนม

ขบเคี้ยวดังกล่าวข้างต้น ทราบได้ว่า การบริโภคขนมขบเคี้ยวเป็นอีกทางหนึ่งที่ทำให้ได้รับโซเดียมเพิ่มมากขึ้นจากอาหารปกติ ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา แนะนำให้บริโภคโซเดียมไม่เกิน 2400 มิลลิกรัม ต่อวัน หากบริโภคเกินบ่อย ๆ ไตจะรับภาระหนักในการกำจัดส่วนที่เกินออกไป และส่งผลเสียต่อสุขภาพได้

2.1.3.7 ผงชูรส หรือโมโนโซเดียมกลูตาเมต เป็นเกลือโซเดียมของกรดกลูตามิก ซึ่งเป็นกรดอะมิโนชนิดหนึ่ง ที่มีอยู่ตามธรรมชาติในอาหารโปรตีน เช่น เนื้อสัตว์ ลักษณะของผลึกของผงชูรสเป็นเกล็ดยาวปลายทั้งสองข้างโต และมน ตรงกลางคอดเล็กลักษณะคล้ายกระดูก สีค่อนข้างขาว ใส และไม่มันวาว คุณสมบัติทั่วไป และปริมาณที่ใช้โมโนโซเดียมกลูตาเมตละลายได้ดีมากในน้ำ สารละลายที่มีฤทธิ์เป็นกลาง รสของผงชูรสคล้ายกับน้ำต้มเนื้อ บางคนกล่าวว่ามันทั้งรสเปรี้ยว เค็ม และหวานอยู่ด้วยกัน ผู้ผลิตนิยมเติมผงชูรสลงในอาหาร หรือขนมขบเคี้ยวโดยมีวัตถุประสงค์ใช้เสริมรสอาหารให้อร่อย และชวนรับประทานมากขึ้น จากการศึกษาพบว่า ผงชูรสมีคุณสมบัติในการกระตุ้นต่อมรับรสที่ลิ้น ทำให้รู้สึกไวต่อรสชาติมากขึ้น ทำให้อาหารมีรสชาติอร่อยขึ้น ปกติคนเราจะบริโภคผงชูรสได้ในปริมาณวันละ 120 มิลลิกรัม ต่อน้ำหนักร่างกาย 1 กิโลกรัม เช่น ถ้ามีน้ำหนัก 50 กิโลกรัม จะรับประทานผงชูรสได้ไม่เกินวันละ 6 มิลลิกรัม หรือประมาณ 1 ช้อนชาพูน ขณะเดียวกันผงชูรสก็เกิดอันตรายได้ เช่น ผู้ที่บริโภคบางรายอาจมีอาการแพ้ผงชูรส เกิดอาการที่เรียกว่า ไซนีสเรสตัวรอนท์ ซินโดม (Chinese Restaurant Syndrome) จะมีอาการชาที่หน้า ปาก ลิ้น ต้นคอ และหลัง จะมีอาการร้อนวูบวาบตามตัว ปวดกล้ามเนื้อบริเวณโหนกแก้ม หน้าอกหายใจไม่สะดวก ปวดท้อง คลื่นไส้ อาเจียน กระจายน้ำ บางคนมีผื่นแดงขึ้นตามตัว และอาจเป็นอัมพาตแขนขาชนิดชั่วคราว อาการเหล่านี้จะเป็นอยู่นานประมาณ 30 - 45 นาที และไม่เกิน 2 ชั่วโมง ก็จะค่อย ๆ หายไป

กล่าวโดยสรุป ขนมขบเคี้ยวส่วนใหญ่ที่กล่าวมาข้างต้นจะประกอบด้วยแป้ง น้ำตาล ไขมัน โปรตีน และวัตถุปรุงรสต่าง ๆ เช่น เกลือ โซเดียม ผงชูรส เป็นต้น เมื่อพิจารณาถึงสัดส่วนของการกระจายพลังงานของขนมขบเคี้ยว พบว่า ได้จากไขมัน และคาร์โบไฮเดรตเป็นหลัก โดยขนมบางชนิดจะให้สัดส่วนของพลังงานจากไขมันสูงมากถึงร้อยละ 60 ซึ่งเป็นปริมาณที่มากเกินไปอาจทำให้เกิดปัญหาในเรื่องอ้วน และไขมันในเลือดสูงได้ นอกจากนี้เกลือ โซเดียม และผงชูรสในขนมขบเคี้ยว ถ้าบริโภคมากเกินไปจะทำให้ร่างกายได้รับเกลือเกินความต้องการ ซึ่งจะส่งผลต่อการทำงานของไต และทำให้เกิดความดันโลหิตสูงได้

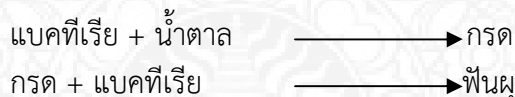
2.1.4 ผลกระทบของการบริโภคขนมขบเคี้ยวที่ไม่เหมาะสม

นิภาธร (2557) กล่าวว่า ผลกระทบที่เกิดจากการบริโภคขนมขบเคี้ยวที่ไม่เหมาะสม ประกอบด้วย

2.1.4.1 ทำให้ความอยากอาหารลดลง ปกติความหิว และความอิ่มเป็นอาการบอกความรู้สึกต้องการอาหารของร่างกาย ทำให้เกิดการปรับควบคุมปริมาณอาหารที่รับประทานเข้าไป ให้สมดุลกับการใช้ของร่างกาย การควบคุมความหิว และความอิ่ม มีศูนย์ควบคุมอยู่ในสมองส่วนไฮโปธาลามัส (Hypothalamus) 2 แห่ง คือ ศูนย์ควบคุมความอิ่ม (Satiety Center หรือ Appetat) ตั้งอยู่ที่สมองส่วนที่เรียกว่า Ventryomedial Nucleus เมื่อศูนย์นี้ถูกกระตุ้น ร่างกายจะปฏิเสธอาหาร เพราะเกิดความอิ่ม ถ้าศูนย์นี้ถูกทำลายร่างกายจะมีความต้องการอาหารมากกว่าปกติ จนทำให้น้ำหนักของร่างกายเพิ่มขึ้นมากมาจนในที่สุดจะกลายเป็นโรคอ้วน (Obesity) และศูนย์ควบคุมความหิว

(Feeding Center) ซึ่งตั้งอยู่สมองที่เรียกว่า Lateral hypothalamus เมื่อมีการกระตุ้น ร่างกายจะรับประทานอาหาร ถ้าถูกทำลายคนเราจะไม่อยากรับประทานอาหารจนอดตายได้ โดยปัจจัยของการควบคุมการรับอาหารนั้นมี 2 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยการควบคุมโดยอาหาร (Nutritional Regulation) ซึ่งเป็นการควบคุมเวลาที่นาน เพื่อปรับรักษาจำนวนอาหารที่เก็บสะสมในเนื้อเยื่อของร่างกายให้ปกติ มีปัจจัยที่สำคัญคือ จำนวนกลูโคสที่ไปยังเซลล์ต่าง ๆ ของร่างกาย ถ้าระดับน้ำตาลในเลือดลดลงมากจะเป็นสัญญาณเตือนให้คนเกิดความรู้สึกหิว และต้องการรับประทานอาหารมากขึ้น เพื่อชดเชยแก้ไขระดับกลูโคสในเลือดให้กลับสู่ระดับปกติ ในทางตรงกันข้ามเมื่อรับประทานอาหารแล้วเลือดจะมีระดับน้ำตาลสูงขึ้น มีการกระตุ้นศูนย์อิ่ม และส่งผลยับยั้งศูนย์หิวลดลง ดังนั้นการบริโภคน้ำตาลมาก ๆ จะทำให้ไม่ยอมกินอาหารนั่นเอง 2) ปัจจัยควบคุมโดยระบบทางเดินอาหาร (Alimentary Regulation) ซึ่งจะเป็นการควบคุมระยะสั้น ๆ ไม่เกี่ยวกับการครองธาตุ หรือกระบวนการเผาผลาญอาหาร (Metabolism) แต่เกิดจากระบบทางเดินอาหารเป็นสำคัญ เมื่อร่างกายได้รับอาหารเข้าไปจะมีผลทำให้กระเพาะอาหาร หรือลำไส้เล็กยืดออกตามปริมาณอาหาร และจะส่งสัญญาณยับยั้งไปที่ศูนย์หิวเป็นผลให้ร่างกายอยากอาหารลดลง

2.1.4.2 ปัญหาฟันผุ ในที่นี้หมายถึง เนื้อฟันมีการผุถูกทำลายไป สาเหตุเกิดจากการที่แบคทีเรียในช่องปากทำให้อาหารโดยเฉพาะพวกน้ำตาลกลายเป็นกรด และสารละลายพวกแคลเซียม ซึ่งเป็นส่วนประกอบของฟัน บริเวณคอฟันเหนือเหงือก และด้านประชิดของตัวฟัน (ด้านที่มีฟันสองซี่มาติดกัน) คราบอาหารนั้นมักเกิดจากอาหารจำพวกแป้ง หรือน้ำตาลเหนียว ๆ เช่น ขนมปัง ลูกกวาด ช็อกโกแลต เป็นต้น มักติดแน่นเป็นแผ่นคราบบาง ๆ บนตัวฟันในปาก ถ้าไม่ทำความสะอาดฟันที่เชื้อแบคทีเรียบางพวกจะเปลี่ยนแป้งให้เป็นน้ำตาลจากน้ำตาลเป็นกรด และละลายพวกแคลเซียมในตัวฟันทำให้ฟันผุกร่อน ดังนี้



2.1.4.3 ปัญหาการขาดสารอาหาร ในแง่ของคุณค่าทางโภชนาการ ขนมขบเคี้ยวส่วนใหญ่ประกอบด้วยแป้ง น้ำตาล และไขมัน เมื่อรับประทานเป็นอาหารมื้อหลักจะรู้สึกอิ่ม เพราะได้รับพลังงานสูงจากการบริโภคขนมขบเคี้ยว ทำให้รับประทานอาหารได้น้อย จึงทำให้ขาดสารอาหารที่จำเป็น และไม่เพียงพอต่อความต้องการของร่างกาย

2.1.4.4 ปัญหาการได้รับสารอาหารเกิน เนื่องจากในขนมขบเคี้ยวส่วนใหญ่เป็นอาหารที่ให้พลังงานมาก โดยเฉพาะให้สารอาหารจำพวกแป้ง น้ำตาล และไขมัน ซึ่งมีผลทำให้น้ำหนักมากกว่าเกณฑ์มาตรฐาน (Over-weight) จึงทำให้เป็นโรคอ้วน และยังเป็นปัจจัยเสี่ยงต่อการเกิดโรคต่าง ๆ อีกหลายโรค ได้แก่ โรคเบาหวาน ไขมันในเลือดสูง โรคหัวใจ โรคเก๊าท์ เป็นต้น

2.1.5 ประโยชน์ของการบริโภคขนมขบเคี้ยว

ขนมขบเคี้ยวเป็นอาหารว่างที่คั่นระหว่างมื้อ เพื่อประทังความหิว ช่วยผ่อนคลายความเครียด เมื่อรับประทานจะทำให้เพลิดเพลิน เกิดความสบายใจ มีความสุขเวลารับประทาน เช่น ดูโทรทัศน์ อ่านหนังสือ และยังช่วยเพิ่มบรรยากาศในงานเลี้ยงสังสรรค์ ให้มีสีสัน สดชื่น มีชีวิตชีวา เช่น งานวันเกิด งานปีใหม่ เป็นต้น นอกจากนี้ขนมขบเคี้ยวยังมีรสชาติที่แปลกใหม่ออกมาจัดจำหน่ายอยู่เสมอ ๆ มีหลากหลายรส หลากหลายรูปแบบให้เลือก และหาซื้อได้ง่าย ราคาถูก

2.1.6 โทษของขนมขบเคี้ยว

เว็บไซต์สุขภาพดี (2559) รายงานว่า ขนมขบเคี้ยวถือเป็นอาหารว่างที่รับประทานกันมาตั้งแต่เด็กจนโต เป็นอาหารที่รับประทานเพลิน ๆ ไม่ว่าจะทำกิจกรรมใด ทั้งดูหนัง อ่านหนังสือ หรือกระทั่งเดินเล่น หลายๆ คนก็มีอันต้องเดินไปกินไป นอกจากนี้ในปัจจุบันก็ได้มีการผลิตขนมขบเคี้ยวออกมาหลากหลายยี่ห้อ หลากหลายรสชาติ แถมยังจูงใจด้วยของแถม และโปรโมชั่นมากมาย ทำให้ขนมขบเคี้ยวกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันได้ไม่ยาก อย่างไรก็ตามแม้ขนมขบเคี้ยวจะเป็นของกินเล่นที่อร่อย แต่การรับประทานเข้าไปในปริมาณมากนั้นก็ก่อให้เกิดอันตรายได้เช่นกัน อันตรายของขนมขบเคี้ยว ได้แก่

2.1.6.1 เป็นสาเหตุของโรคอ้วน และฟันผุ ขนมขบเคี้ยวบางชนิดมีรสหวาน ไม่ว่าจะ เป็นลูกอม หมากรฝรั่ง เยลลี่ ซึ่งมีการเติมสารให้ความหวาน และน้ำตาลลงไปเป็นจำนวนมาก เมื่อรับประทานเข้าไปแล้วไม่มีการเผาผลาญ กลูโคสในน้ำตาลจะแปรสภาพเป็นไขมัน และเกาะตาม ส่วนต่าง ๆ ของร่างกายทำให้อ้วนได้ นอกจากนี้น้ำตาลยังเป็นสาเหตุของฟันผุ เมื่อน้ำตาลเข้าไปเกาะตามรูเล็ก ๆ บริเวณผิวฟัน จะเกิดเป็นคราบพลัคซ์ (Plaque) ทำให้ฟันดำ หรือผุในที่สุด

2.1.6.2 เป็นสาเหตุของโรคความดันโลหิตสูง ขนมขบเคี้ยวจำพวกซ็อกโกแลต หรือขนมอบเคลือบซ็อกโกแลตล้วนเป็นสาเหตุของโรคความดันโลหิตสูง เนื่องจากในซ็อกโกแลตมีสารหลายอย่าง ทั้ง เฟนิลเอทิลามีน ทีโอโบโรไมน์ และกาเฟอีน ซึ่งหากรับประทานมากเกินไปจะทำให้มีระดับน้ำตาลในเลือดสูง และทำให้เกิดความดันโลหิตสูงตามไปด้วย ดังนั้นหากจะรับประทานซ็อกโกแลต ควรรับประทานเป็นซ็อกโกแลตบริสุทธิ์ หรือ Dark chocolate แทน

2.1.6.3 เป็นสาเหตุของโรคไขมันอุดตันในเส้นเลือด และเส้นเลือดในสมองแตก ขนมขบเคี้ยวที่ใช้น้ำมันในการทอดไม่ว่าจะเป็นแป้ง ถั่ว และเมล็ดพืชทอดกรอบ เป็นสาเหตุของโรคไขมันอุดตันในเส้นเลือดสูงได้ทั้งนั้น หากรับประทานมากเกินไป ไขมันไม่ดีเหล่านั้นจะสะสมตามชั้นผิวหนังทำให้เกิดเซลล์ลูไลต์ และหากสะสมในเส้นเลือด จะทำให้การลำเลียงเฮโมโกลบินไปเลี้ยงส่วนต่างๆ ของร่างกายได้ไม่ดี เป็นสาเหตุของโรคไขมันอุดตันในเส้นเลือดสูง และเส้นเลือดในสมองแตกได้

2.1.6.4 เป็นสาเหตุของโรคไต ขนมขบเคี้ยวส่วนใหญ่จะมีการเติมเกลือ และโซเดียม เพื่อเพิ่มรสชาติ ยิ่งเป็นขนมทอดกรอบจำพวกมันฝรั่ง หรือแป้งทอดปรุงรสด้วยแล้ว ยิ่งมีทั้งการแต่งสี กลิ่น และใส่ผงชูรสร่วมด้วย หากรับประทานเข้าไปในปริมาณมาก ไตที่ทำหน้าที่กำจัดเกลือ และของเสียจะทำงานหนักขึ้น ซึ่งในบางรายอาจต้องมีการผ่าตัดเปลี่ยนไตซึ่งมีค่าใช้จ่ายสูง และต้องใช้เวลารักษานาน ดังนั้นควรรับประทานแต่พอดี หรือหากเป็นไปได้ให้งดรับประทานไปเลย

จะเห็นได้ว่าขนมขบเคี้ยวที่หลายคนชื่นชอบนำมาซึ่งโรคร้ายต่าง ๆ มากมาย ดังนั้นควรรับประทานแต่น้อย และออกกำลังกายเพื่อเพิ่มการเผาผลาญให้มาก ทางที่ดีควรหันมารับประทานขนมขบเคี้ยวที่มีประโยชน์แทน

2.1.7 ข้อเสนอแนะในการเลือกซื้อขนมขบเคี้ยว

ในสถานการณ์ปัจจุบัน วิธีการเดียวที่จะใช้ในการเลือกซื้อขนมขบเคี้ยวมารับประทานนั้น ผู้บริโภคควรที่จะมีความรู้ในส่วนประกอบของสารอาหารที่จะแสดงอยู่บนฉลากอาหารนั้น ๆ เพื่อนำมาพิจารณาก่อนการตัดสินใจว่าจะรับประทานหรือไม่ เพื่อสุขภาพที่ดีต่อไป ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขฉบับที่ 194 พ.ศ. 2543 เรื่องฉลาก จะต้องมามีข้อมูลต่อไปนี้

- 2.1.7.1 ชื่ออาหาร มีทั้งชื่อที่กฎหมายกำหนดและชื่อทางการค้า
- 2.1.7.2 ฉลากนั้นต้องมีเลขทะเบียนซึ่งกำหนดและออกโดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาโดยจะมีอักษรย่อ (อย.) หรือ สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.)
- 2.1.7.3 ชื่อ และที่ตั้งของผู้ผลิต หรือผู้แบ่งบรรจุ ถ้าเป็นอาหารนำเข้าต้องแสดงประเทศ ผู้ผลิตด้วย
- 2.1.7.4 พิจารณาน้ำหนักหรือปริมาตรสุทธิ
- 2.1.7.5 พิจารณาส่วนประกอบที่สำคัญโดยประมาณ
- 2.1.7.6 พิจารณาวิน เดือน ปี ที่ผลิตหรือหมดอายุ หรือที่อาหารยังมีคุณภาพดี
- 2.1.7.7 พิจารณาคำแนะนำในการเก็บรักษา
- 2.1.7.8 พิจารณาภาชนะที่บรรจุ
- 2.1.7.9 พิจารณาข้อมูลโภชนาการ ส่วนใหญ่จะอยู่ในกรอบสีเหลี่ยมเห็นได้ชัดเจน

2.2 โภชนาการของวัยรุ่น

2.2.1 ความหมายของวัยรุ่น

วัยรุ่น หมายถึง เด็กที่เริ่มเข้าเรียนในชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น เริ่มจากมัธยมศึกษาปีที่ 1 หรือม.1 (อายุประมาณ 12 - 13 ปี) ม.2 (อายุประมาณ 13 - 14) และ ม.3 (อายุประมาณ 14 - 15 ปี) จากนั้นเข้าสู่การเรียนในชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เริ่มจากชั้น ม.4 (อายุประมาณ 15 - 16 ปี) ม.5 (อายุประมาณ 16 - 17 ปี) และ ม.6 (อายุประมาณ 17 - 18 ปี) ทั้งนี้เด็กในระดับชั้นต่าง ๆ อาจมีอายุคาบเกี่ยวระหว่างชั้น น้อยกว่า หรือมากกว่ากัน เช่นเดียวกันกับในช่วงวัยประถม การกำหนดช่วงอายุของวัยรุ่นไม่ได้อยู่เพียงช่วง 13 - 18 ปี ตำราจิตวิทยาพัฒนาการในปัจจุบันได้กำหนดให้ช่วงของวัยรุ่นมีอายุไปถึง 25 ปี การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการทำงานของสมองในเด็กวัยรุ่นจะเริ่มมีวุฒิภาวะเต็มที่พร้อมจะเป็นผู้ใหญ่เมื่ออายุประมาณ 25 ปี (รุ่ง, 2558)

2.2.2 ลักษณะบุคลิกภาพทั่วไปของวัยรุ่น

รุ่ง (2558) กล่าวว่า วัยรุ่นเป็นช่วงคาบเกี่ยวระหว่างวัยเด็กกับผู้ใหญ่ตอนต้น นักทฤษฎีจิตวิทยาพัฒนาการทางบุคลิกภาพมีแนวทางในการกำหนดช่วงอายุ และ วัยต่าง ๆ กันไป หากพิจารณาจากทฤษฎี psychosexual development ของ Freud เด็กเข้าสู่วัยรุ่นตั้งแต่อายุ 11 ปี เป็นต้นไป ซึ่ง Freud เรียกว่าเข้าสู่ขั้น genital stage ซึ่งเป็นช่วงที่มีพัฒนาการทางอวัยวะสืบพันธุ์สมบูรณ์ขึ้น เด็กผู้หญิงเริ่มมีประจำเดือน มีหน้าอก รั้งไขผลิตไข่เพื่อสืบพันธุ์ได้ เด็กผู้ชายผลิตน้ำอสุจิได้ เป็นช่วงที่เริ่มมีความรู้สึก สนใจ ผูกพัน รักใคร่กับเพศตรงข้าม แล้วจะพัฒนาไปจนเป็นผู้ใหญ่ มีอาชีพ แต่งงาน และมีครอบครัว การแสวงหาความสุขทางเพศอย่างชัดเจนจึงเริ่มขึ้นในช่วงวัยรุ่นนี้ และอาจมีพฤติกรรมแสวงหาความสุขทางปาก และทางทวารหนักอยู่หากเกิดภาวะคับข้องใจในวัยเด็กทำให้มีพฤติกรรมไม่พึงประสงค์ เช่น สูบบุหรี่ กินเหล้า พิธีถัน วิตกกังวลกับรูปร่างหน้าตา ความหล่อ ความสวยมากเกินไป จนถึงภาวะคับข้องใจทางเพศ การเลียนแบบผิด ๆ ทางเพศจากต้นแบบ หรือบุคคลที่เด็กเคารพรัก และ นับถือ ทำให้รสนิยมทางเพศผิดไปจนเกิดความรักร่วมเพศเดียวกันได้

ในทางจิตสังคมหากพิจารณาจากทฤษฎีพัฒนาการบุคลิกภาพของ Erikson กำหนดให้วัยรุ่นอยู่ในช่วงอายุ 12-20 ปี Erikson เชื่อว่าช่วงนี้เป็นช่วงที่มีวิกฤติแห่งความขัดแย้งในด้านสังคม

และ จิตใจมากที่สุด นับเป็นช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อที่เด็กจะเกิดความสับสนว่า ตนยังเป็นเด็ก หรือเป็นผู้ใหญ่แล้ว เป็นช่วงที่เริ่มค้นหาอัตลักษณ์ของตนเองในเรื่องต่าง ๆ เช่น ความชอบ ความสนใจ ความถนัด ความต้องการในชีวิต ฯลฯ โดยเฉพาะในเรื่องการเลือกสาขาที่อยากเรียน อาชีพที่อยากทำ เป็นช่วงที่ไม่แน่ใจว่าจะเชื่อคำแนะนำ หรือทำตามความต้องการของพ่อแม่ดี หรือ จะเลือกตามกลุ่มเพื่อนดี หรือ จะเชื่อตามที่ตนเองคิดดี Erikson เรียกช่วงนี้ว่า ช่วงวิกฤติ และ สับสนในอัตลักษณ์ตนเอง (identity crises and confusions) อาจจะมีควมว้าวุ่นใจ ไม่เป็นตัวของตัวเอง วิดกกังวล เชื่องซึม ตัดสินใจไม่ได้ ในช่วงนี้เด็กอาจเกิด blind-self คือ ยังไม่สามารถมองเห็นจุดอ่อน และจุดแข็งของตนเองอย่างชัดเจน อาจมีความคิดเข้าข้างตนเอง หลงตัวเอง เชื่อมั่นในตนเองมากเกินไป คิดว่ารู้จักตนเองดีพอแต่แท้ที่จริงแล้วอาจยังไม่เข้าใจตนเองหรือเข้าใจไม่ถูกต้อง ช่วงภาวะวิกฤติ และ สับสนในวัยรุ่นจะหมดไปเมื่อเด็กรู้จัก และ สามารถเข้าใจตนเองดีขึ้น รู้ความต้องการของตนเองชัดเจนขึ้น สามารถตระหนักจุดแข็ง และ จุดอ่อนของตนเองตามความเป็นจริง ก็จะสามารถผ่านพ้นพัฒนาการในช่วงวัยรุ่นอย่างสมบูรณ์

หากพิจารณาตามทฤษฎีความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของ Harry stack Sullivan ซึ่งได้แบ่งช่วงของวัยรุ่นออกเป็น 3 ช่วง (อ้างอิงใน ศรีเรือน, 2551) ได้แก่ ช่วงแรก (ช่วงปีท้ายของชั้นประถมศึกษาต่อกับช่วงต้นของชั้นมัธยมศึกษา) วัยรุ่นตอนต้น (ช่วงปีท้ายมัธยมศึกษาตอนต้นต่อกับช่วงต้นของชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย) และ ช่วงวัยรุ่นตอนปลาย (ช่วงปีท้ายมัธยมศึกษาตอนปลายต่อกับช่วงต้นของอุดมศึกษา) Sullivan อธิบายลักษณะเด่นของการพัฒนาความสัมพันธ์กับผู้อื่นในช่วงวัยต่าง ๆ ว่าในช่วงแรกจะมีการพัฒนาสร้างความสัมพันธ์ และ มิตรไมตรีจิตกับเพื่อนในเพศเดียวกัน จากนั้นจะเริ่มพัฒนาความสัมพันธ์กับเพื่อนต่างเพศในช่วงวัยรุ่นตอนต้น จนถึงในช่วงวัยรุ่นตอนปลายจะพัฒนาความสัมพันธ์ทางเพศตามความพอใจของตนเอง และ พัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับผู้อื่นอย่างจริงจัง และ มั่นคง จะเห็นได้จากสามภรรยาบางคู่ที่คบกันมาตั้งแต่เรียนชั้นมัธยมศึกษา และ จริงจังมั่นคงจนแต่งงาน มีครอบครัวอยู่กินกันจนแก่ชรา

วัยรุ่นเป็นช่วงที่กลุ่มเพื่อนมีอิทธิพลต่อความคิดมาก เป็นช่วงที่เด็กจะชอบอยู่เป็นกลุ่มที่เรียกว่า gang age เป็นช่วงที่มีการสร้างกลุ่มให้เป็นเอกลักษณ์มีความชอบ และ ความสนใจในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน มีการคิดกฎระเบียบของกลุ่ม สร้างบรรทัดฐาน ค่านิยม ธรรมเนียม ประเพณีร่วมกัน เพื่อใช้เป็นข้อปฏิบัติเฉพาะสมาชิกในกลุ่ม ความรู้สึกกลัวเพื่อนไม่ยอมรับเข้ากลุ่มยังมีสูงมาก จึงมีพฤติกรรมทำตามกัน เช่น ถ้าเพื่อนเรียนก็จะชวนกันเรียนทั้งกลุ่ม หรือถ้าเพื่อนเล่นก็ชวนกันเล่นทั้งกลุ่ม ถ้าเพื่อนเกเร เสเพล ชวนหนีเที่ยว ชวนทำผิด ก็ชักชวนกันไปในทางเสียหายนับเป็นช่วงเวลาของกลุ่มเพื่อนมีอิทธิพลต่อการพัฒนาบุคลิกภาพมากกว่าครอบครัว จึงเป็นช่วงที่พ่อแม่จะรู้สึกห่วงลูกมากที่สุดเพราะกลัวลูกคบกลุ่มเพื่อนไม่ดี

การพูดคุยกับเด็กในวัยนี้ให้เข้าใจ และ เชื่อฟังเริ่มไม่ง่ายเหมือนเมื่อตอนวัยเด็ก เนื่องจากวัยรุ่นเป็นช่วงที่เกิดความขัดแย้งทางความคิดกับผู้ใหญ่มาก ผู้ใหญ่มักเอาชีวิตในวัยรุ่นของตนเองเป็นบรรทัดฐาน หรือบางทีลืมนึกไปว่าช่วงชีวิตวัยรุ่นเป็นอย่างไร ทำให้ไม่เข้าใจ หรือไม่พยายามเข้าใจวิถีคิดของเด็กวัยรุ่นจึงสื่อสารกันไม่ค่อยเข้าใจ เช่น วัยรุ่นคิดว่าตัวเองโตแล้วอยากให้ผู้อื่นปฏิบัติต่อตนเหมือนผู้ใหญ่ ในขณะที่ผู้ใหญ่คิดว่าวัยรุ่นก็ยังคงเด็กอยู่ยังต้องพึ่งพาพ่อแม่ วัยรุ่นอยากมีเอกลักษณ์ อยากเก่ง อยากหล่อ อยากสวย ในแบบของตัวเอง และ อยากได้รับการสนับสนุนจากผู้ใหญ่

แต่ผู้ใหญ่ชอบขัดขวางเพราะคิดว่าไม่เข้าท่า ไม่น่าดู พยายามจะให้วัยรุ่นในปัจจุบันเป็นวัยรุ่นแบบตนในอดีต วัยรุ่นอยากมีอิสระอยากใช้เวลาอยู่กับเพื่อน อยู่กับบุคคลที่เขาชื่นชอบ แต่ผู้ใหญ่กลับคิดว่าเสียเวลา กลัวเสียคน วัยรุ่นอยากได้อะไรของเครื่องใช้แบบเพื่อน แต่ผู้ใหญ่คิดว่าไม่จำเป็น ขัดขวางไม่ให้ซื้อตามที่ต้องการ ลูกวัยรุ่นอยากคบเพื่อนต่างเพศ อยากมีแฟน พ่อแม่ไม่เห็นด้วยโดยเฉพาะลูกผู้หญิง กลัวเสื่อมเสียเกียรติยศ ชื่อเสียง ฯลฯ หากผู้ใหญ่ซึ่งเป็นผู้ดูแลเด็กในช่วงวัยรุ่นเอาตนเองเป็นบรรทัดฐาน มองวัยรุ่นเป็นเด็ก ยังไม่โต ไม่พยายามเข้าใจความสับสนในชีวิตที่เด็กกำลังประสบในช่วงวัยรุ่น ไม่สามารถเป็นที่ปรึกษา หรือเป็นที่ไว้วางใจสำหรับเขา อาจส่งผลต่อการตัดสินใจที่ผิดพลาดในเรื่องสำคัญ ต่าง ๆ ในช่วงชีวิตตอนเป็นผู้ใหญ่ได้

วัยรุ่นเป็นช่วงที่มีความอ่อนไหวทางอารมณ์ สะเทือนใจง่าย วุฒิ ผลิผลามตัดสินใจโดยขาดความยั้งคิด การพูดคุยกับเด็กวัยนี้ต้องใจเย็น พูดดี ๆ พูดด้วยเหตุผล เด็กอาจจะรับฟังแต่ไม่ได้หมายความว่า จะปฏิบัติตาม การพูดด้วยน้ำเสียงดุแกมบังคับให้ปฏิบัติตามเด็กจะยิ่งต่อต้าน และตอบโต้ด้วยวิธีพูด และ น้ำเสียงเดียวกัน การพูดด้วยน้ำเสียงเดียวกัน นอกจากนี้ เด็กวัยนี้มีความต้องการเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว เขาจะรู้สึกไม่ชอบถ้าได้ยินผู้ใหญ่พูดจาเปรียบเทียบกับตัวเขาต่อยกกว่า และ ต้องการให้เป็นเหมือนเด็กอื่น เด็กวัยนี้ต้องการการตัดสินใจด้วยตัวเองแม้ว่าจะไม่แน่ใจว่าถูกหรือผิด ผู้ใหญ่จึงต้องมีจิตวิทยาในการสื่อสารที่จะให้ข้อคิดกับเด็กวัยนี้ การข่งน้าหนักข้อดี ข้อเสีย และ ให้เด็กตัดสินใจ และ ยอมรับผลของการตัดสินใจด้วยตัวเอง จะช่วยให้เด็กมีพัฒนาการในการคิดอย่างพินิจพิเคราะห์เพื่อการตัดสินใจที่ดีในการดำเนินชีวิตต่อไป

2.2.3 การแบ่งช่วงอายุของวัยรุ่น

การกำหนดช่วงอายุความเป็นวัยรุ่นนั้น มีหลายแนวคิด และ ยังขึ้นกับโครงสร้างของสังคมแต่ละสังคมด้วย อาจกล่าวได้ว่า ในยุคปัจจุบัน คนอาจใช้เวลาช่วงวัยรุ่นนานกว่าสมัยก่อน ดังที่ศรีเรือน ชีว่า ก่อนหน้านี้ มีการประมาณช่วงของวัยรุ่นว่ามีอายุตั้งแต่ 12 - 18 ปี แต่ในปัจจุบันยอมรับกันได้ว่า ช่วงเวลาของการเป็นวัยรุ่นได้ขยายออกไปเป็นประมาณ 12 - 25 ปี โดยมีเหตุผลจากการที่วัยรุ่นต้องอยู่ในสถาบันศึกษานานขึ้น การเป็นผู้ใหญ่ที่ดี หมายถึง การมีครอบครัว หรือความสามารถพึ่งตนเองด้านเศรษฐกิจได้ต้องยืดเวลาออกไป ทั้งรูปแบบการดำเนินชีวิตสมัยใหม่ทำให้วัยรุ่นปัจจุบันมีวุฒิภาวะทางจิตใจ (maturity) ช้ากว่าคนในยุคก่อน

2.2.3.1 ศรีเรือน (2538) กล่าวว่า ช่วงความเป็นวัยรุ่นอาจแบ่งได้ 3 ระยะ โดยใช้เกณฑ์ความเป็นเด็กผู้ใหญ่มาพิจารณาดังนี้ (อ้างถึงใน อูสา, 2559)

- 1) ระยะวัยรุ่นช่วงแรก อายุประมาณ 12 - 15 ปี เป็นช่วงที่ยังมีพฤติกรรมค่อนข้างไปทางเด็กอยู่มาก
- 2) ระยะวัยรุ่นตอนกลาง อายุ 16 - 17 ปี เป็นช่วงที่มีพฤติกรรมก้ำกึ่งระหว่างความเป็นเด็ก และ ผู้ใหญ่
- 3) ระยะวัยรุ่นตอนปลาย อายุ 18 - 25 ปี เป็นช่วงที่มีพฤติกรรมค่อนข้างไปทางผู้ใหญ่

2.2.3.2 ประไพพรรณ (2530) อธิบายไว้ว่า การแบ่งระยะของวัยรุ่นในสังคมไทยสามารถแบ่งได้เป็น 3 ระยะเช่นกัน ดังนี้ (อ้างถึงใน อูสา, 2559)

1) ระยะเวลาวัยรุ่นตอนต้น ช่วงอายุ 13 - 15 ปี เป็นระยะเริ่มเข้าสู่วัยรุ่น มีการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย พฤติกรรมในช่วงนี้มักสนใจตัวเอง ทั้งรูปร่างหน้าตา การเปลี่ยนแปลงทางร่างกายที่เกิดขึ้น ตลอดจนเริ่มมีความสนใจเพศตรงข้ามด้วย

2) ระยะเวลาวัยรุ่นตอนกลาง ช่วงอายุ 15 - 18 ปี เป็นระยะที่ผ่านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ได้บ้างแล้ว วัยรุ่นช่วงนี้มีความสนใจแสวงหาเอกลักษณ์แห่งตน ต้องการเป็นตัวของตัวเอง มีทัศนคติ และ ค่านิยมของตนเอง เริ่มมีการวางแผนอนาคต ชอบความเป็นอิสระ วัยรุ่นช่วงนี้จะมีความสัมพันธ์กับเพศตรงข้ามอย่างเห็นได้ชัด

3) ระยะเวลาวัยรุ่นตอนปลาย ช่วงอายุ 18 - 25 ปี เป็นระยะวัยรุ่นช่วงสุดท้าย ก่อนเข้าสู่ผู้ใหญ่เด็กวัยรุ่นจะเริ่มมีการวางรูปแบบเฉพาะของตนเอง เริ่มฝึกความชำนาญในอาชีพที่ตนสนใจอยากทำ รู้จักตนเองตลอดจนบทบาทตนเองมากขึ้น สร้างจุดมุ่งหมายในชีวิต ระยะนี้พัฒนาการวัยรุ่นเริ่มเข้าสู่วุฒิภาวะอย่างสมบูรณ์ และ มีการพัฒนาด้านจิตใจมากกว่าร่างกาย โดยเฉพาะด้านความรู้สึกนึกคิด และ ปรัชญาชีวิตต่าง ๆ

2.2.3.3 Steinberg อธิบายว่า ในสังคมอเมริกันผู้ที่ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องของวัยรุ่นมักแบ่งช่วงวัยรุ่นออกเป็น 3 ช่วงโดยใช้เกณฑ์คร่าว ๆ ในการเข้าชั้นเรียนในสถาบันการศึกษา คือ (อ้างถึงในอุสา, 2559)

1) วัยรุ่นตอนต้น ช่วงอายุประมาณ 10 - 13 ปี ช่วงเรียนชั้นประถมหรือมัธยมระดับกลาง

2) วัยรุ่นตอนกลาง ช่วงอายุประมาณ 14 - 17 ปี ช่วงเรียนชั้นมัธยมปลาย

3) วัยรุ่นตอนปลาย ช่วงอายุประมาณ 18 - 21 ปี ช่วงเข้ามหาวิทยาลัย

ในขณะที่องค์การอนามัยโลกให้นิยามวัยรุ่นว่า เป็นช่วงการเติบโต และ พัฒนาการที่เกิดขึ้นหลังวัยเด็ก และ ก่อนเข้าสู่ผู้ใหญ่ โดยมีช่วงอายุระหว่าง 10 - 19 ปี (WHO, 2015 อ้างถึงในอุสา, 2559)

ส่วนศูนย์การแพทย์ มหาวิทยาลัยแมริแลนด์ให้นิยามวัยรุ่นว่า เป็นช่วงเวลาที่อยู่ระหว่างการเริ่มต้นมีวุฒิภาวะทางเพศ (Puberty) และ วัยผู้ใหญ่ เป็นช่วงแห่งการวุฒิภาวะทางจิตใจที่ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมและการแสดงออกคล้ายผู้ใหญ่ วัยรุ่นมีช่วงอายุระหว่าง 13 - 19 ปี (Maryland Medical Center, 2015 อ้างถึงในอุสา, 2559)

ผู้เขียนเห็นด้วยกับการกำหนดช่วงวัยรุ่นของศรีเรือน และ ประไพพรรณ ที่น่าจะสอดคล้องกับบริบทของสังคมไทยมากกว่า เนื่องจากปัจจุบันวัยรุ่นไทยส่วนใหญ่ต้องอยู่ในสถาบันการศึกษาเป็นเวลานาน กว่าที่จะจบการศึกษาภาคบังคับหรือระดับมหาวิทยาลัยก็ตาม ทำให้วัยรุ่นยังไม่สามารถพึ่งตนเองด้านเศรษฐกิจได้อย่างเต็มที่ จึงยังไม่สามารถแสดงออกถึงการรับผิดชอบตนเองแบบผู้ใหญ่ได้ จนกว่าจะมีอายุราว 20 ปี ไปแล้ว (อุสา, 2559)

2.2.4 การเจริญเติบโต และการเปลี่ยนแปลงทางสรีรวิทยาของวัยรุ่น

อบเชย (2557) กล่าวว่า วัยรุ่นเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงของร่างกายภายนอก และ การทำงานของระบบต่าง ๆ ภายในร่างกายอย่างมาก เป็นช่วงที่เริ่มเข้าสู่วัยเจริญพันธุ์ (reproductive age) มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านจิตใจ และ อารมณ์เป็นอย่างมาก ระยะนี้ร่างกายจะมี การเปลี่ยนแปลง

ทางสรีรวิทยาหลายอย่าง ฮอร์โมนต่าง ๆ ถูกสร้างขึ้นมามาก เช่น โกรทฮอร์โมน (growth hormone) เป็นฮอร์โมนที่มีบทบาทโดยตรงต่อการเติบโตทางกาย ทำให้เกิดการเจริญเติบโตของเนื้อเยื่อต่าง ๆ โดยทำให้เกิดมีการหลั่งของสารต่าง ๆ ที่จำเป็นสำหรับการเจริญเติบโต มีการสะสมโปรตีนร่วมกับคาร์โบไฮเดรต และ ไขมัน โกรทฮอร์โมนจะทำงานผสมผสานกับฮอร์โมนอื่น ๆ ได้แก่ คอร์ติโคสเตอรอยด์ (corticosteroid) อินซูลิน (insulin) และไทรอยด์ฮอร์โมน (thyroid hormone) นอกจากนี้ ไทรอยด์ฮอร์โมนยังทำหน้าที่ควบคุมเมตาบอลิซึมของร่างกาย ควบคุมอัตราเมตาบอลิซึม เป็นตัวกำหนดปริมาณของพลังงานที่ใช้ แอนโดรเจน (androgen) เป็นฮอร์โมนที่กระตุ้นให้วัยรุ่นหญิงเจริญเติบโตพุ่งขึ้นอย่างรวดเร็ว มีขนรักแร้ มีขนที่หัวหน่าว เอสโตรเจน (estrogen) เป็นฮอร์โมนที่มีหน้าที่กระตุ้นการพัฒนาลักษณะทางเพศของผู้หญิง ได้แก่ การกระตุ้นการเจริญเติบโตของเต้านม หัวนม การกระจายของเนื้อเยื่อ ไขมัน ทำให้รูปร่างเป็นผู้หญิง และ เร่งให้กระดูกเข้าสู่ภาวะเร็วขึ้น เทสโทสเตอโรน (testosterone) มีหน้าที่โดยตรงต่อการเจริญเติบโตลักษณะทางเพศของวัยรุ่นชาย ทำให้วัยรุ่นชายมีโครงสร้างต่างไปจากเพศหญิง เช่น มีกล้ามเนื้อ โครงกระดูกที่โตกว่า และมีขนตามตัวมากกว่า

อายุเริ่มต้นของการเติบโตในวัยรุ่น เด็กผู้หญิงจะโตเร็วกว่าเด็กผู้ชาย 18 - 24 เดือน ความแตกต่างในรูปร่าง ก่อนเป็นหนุ่มสาว เด็กหญิง และ เด็กชายมีความกว้างของไหล่ และ สะโพกใกล้เคียงกัน เมื่อเข้าวัยรุ่น ความกว้างของไหล่ในเด็กชายจะเติบโตเร็ว และ กว้างกว่าของเด็กหญิง เด็กหญิงจะมีสะโพกเติบโตอย่างรวดเร็วในระยะวัยรุ่น แต่เมื่อถึงวุฒิภาวะ สะโพกของเด็กชาย และ เด็กหญิงจะมีขนาดใกล้เคียงกัน วัยรุ่นหญิง และ ชายจะมีการเติบโตของกล้ามเนื้อร่วมไปกับการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของกระดูก การเติบโตของกล้ามเนื้อนี้เกิดขึ้นจากการเพิ่มปริมาณการผลิตฮอร์โมนที่ชื่อว่า แอนโดรเจน ฮอร์โมนชนิดนี้จะกระตุ้นให้มีการเติบโตของกล้ามเนื้อ วัยรุ่นชายยังมีฮอร์โมนเทสโทสเตอโรนหลั่งออกมาด้วยจะเพิ่มการกระตุ้นการเติบโตของกล้ามเนื้อของวัยรุ่นชาย จึงทำให้กล้ามเนื้อของวัยรุ่นชายเติบโตทั้งขนาด และ มีความแข็งแรงมากกว่าในวัยรุ่นหญิง วัยรุ่นชายจะมีไขมันใต้ผิวหนังบางลงพร้อม ๆ กับมีกล้ามเนื้อเพิ่มมากขึ้น และ แข็งแรงขึ้น ทำให้เด็กแลดูผอมลงในระยะวัยรุ่นหญิง หลังจากที่มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ในระยะนี้จะมีไขมันสะสมที่เต้านม ต้นแขน ปลายแขน สะโพก และ น่อง ทำให้เห็นมีหน้าอกนูน สะโพกผาย มีรูปร่างของหญิงสาวเต็มตัว

การเพิ่มทางด้านน้ำหนัก และ ส่วนสูงของวัยรุ่น อัตราการเพิ่มส่วนสูงของวัยรุ่น ถ้าเปรียบเทียบกับวัยก่อน ๆ จะพบว่า ถึงแม้จะมีการเพิ่มของส่วนสูงเป็นลักษณะที่พุ่งขึ้นก็ตาม ก็ยังมีอัตราการเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับวัยทารกแล้ว อัตราการเพิ่มของส่วนสูงจะมากที่สุดในระยะที่ทารกอยู่ในครรภ์ และ ระยะที่ทารกเกิดแล้ว 2 ปี ต่อจากนั้นอัตราการเพิ่มของส่วนสูงจะลดลงเมื่อเริ่มเข้าสู่วัยรุ่น อัตราการเพิ่มของส่วนสูงจะ ปรากฏขึ้นมาเห็นเด่นชัดอีกช่วงหนึ่ง

ตารางที่ 2.1 อัตราการเพิ่มของส่วนสูงของวัยรุ่นชาย และวัยรุ่นหญิงช่วงอายุ 10 ½ - 13 ปี

เพศ	ความสูงเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ย	ช่วงอายุ
วัยรุ่นชาย	การเพิ่มส่วนสูง 6 - 8 ซม./ปี	10 ½ - 13 ปี
วัยรุ่นหญิง	การเพิ่มส่วนสูง 5 - 6 ซม./ปี	10 ½ - 13 ปี

ที่มา: ออบเชย (2557)

ด้านน้ำหนักตัว เมื่อเด็กเข้าสู่วัยรุ่น หากดูผิวเผินจะเห็นว่าร่างกายที่เคยสมบูรณ์ดีนั้นดูผอมลง เป็นโครงร่างแบบชะลูด โดยความเป็นจริงแล้ว เด็กวัยรุ่นเติบโตทั้งส่วนสูง และ น้ำหนัก แต่อัตราการเพิ่มทางส่วนสูงมากกว่าน้ำหนัก จึงดูผอมลง

ตารางที่ 2.2 การเพิ่มน้ำหนักตัวของวัยรุ่นชาย และวัยรุ่นหญิง

เพศ	การเพิ่มน้ำหนักตัว
วัยรุ่นชาย	น้ำหนักตัวจะเพิ่ม 5 - 6 กก./ปี
วัยรุ่นหญิง	น้ำหนักตัวจะเพิ่ม 4 - 5 กก./ปี

ที่มา: ออบเชย (2557)

2.2.5 ความต้องการพลังงาน และสารอาหารของวัยรุ่น

ชมรมโภชนาการเด็กแห่งประเทศไทย (2556) รายงานว่า ช่วงวัยรุ่นถือเป็นโอกาสที่ดีที่สุด ในการเพิ่มศักยภาพของการเจริญเติบโตสูงสุดตามพันธุกรรม ก่อนหยุดการเจริญเติบโตในวัยผู้ใหญ่ และ ยังเป็นช่วงเวลาของการเร่งการเจริญเติบโตในเด็กที่เคยมีปัญหาการเจริญเติบโตช้ามาก่อน ด้วยเหตุนี้จึงทำให้วัยรุ่นมีความต้องการพลังงาน และ สารอาหารเพิ่มขึ้นสูงที่สุด รองจากช่วงอายุขบปีแรกของชีวิต ขณะเดียวกัน วัยนี้ยังเป็นเวลาที่พฤติกรรมมารับประทานอาหารมีการเปลี่ยนแปลง จากวัยเด็กอย่างมาก โดยวัยรุ่นมักได้รับอิทธิพลจากกลุ่มเพื่อน โทรทัศน์ และ สื่ออินเทอร์เน็ต ต่าง ๆ ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดความหลากหลายของการได้รับพลังงาน และ สารอาหาร นำไปสู่ความผิดปกติ ทั้งการมีภาวะน้ำหนักเกิน และ โรคอ้วน และ ภาวะทุพโภชนาการ

2.2.5.1 ปัจจัยซึ่งส่งผลต่อความต้องการสารพลังงาน และ สารอาหาร มีความแตกต่างกันในวัยรุ่น ได้แก่

1) เพศ ความต้องการพลังงาน และ สารอาหารในช่วงก่อนที่จะมีการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่วัยหนุ่มสาวนั้น ไม่มีความแตกต่างกันมากนักระหว่างเพศหญิง กับเพศชาย แต่เมื่อเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงทางเพศ เช่น วัยรุ่นหญิงซึ่งเริ่มมีประจำเดือนจะมีความต้องการธาตุเหล็กมากขึ้นเป็น 2 เท่า เมื่อเปรียบเทียบกับวัยรุ่นชายในวัยเดียวกันเป็นต้น

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

สารอาหาร	วัยรุ่นชาย			วัยรุ่นหญิง		
	อายุ 9-12 ปี	อายุ 13-15 ปี	อายุ 16-18 ปี	อายุ 9-12 ปี	อายุ 13-15 ปี	อายุ 16-18 ปี
พอสฟอรัส (มิลลิกรัม)	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
แมกนีเซียม (มิลลิกรัม)	170	240	290	170	220	250
เหล็ก (มิลลิกรัม)	11.8	14	16.6	19.1	28.2	26.5
สังกะสี (มิลลิกรัม)	5	5	9	5	7	7
ไอโอดีน (ไมโครกรัม)	120	150	150	120	150	150

ที่มา: (คณะกรรมการจัดทำข้อกำหนดสารอาหารที่ควรได้รับประจำวันสำหรับคนไทย, 2546 อ้างถึงใน ออบเชย, 2557)

1) พลังงาน วัยรุ่นเป็นวัยที่มีการเพิ่มขึ้นของน้ำหนัก และ ส่วนสูงอย่างมาก สัดส่วนร่างกายมีการเปลี่ยนแปลง โดยวัยรุ่นหญิงมีการสะสมไขมันมากกว่าเพศชาย ในขณะเดียวกัน วัยรุ่นชายมีการเพิ่มมวลกล้ามเนื้อมากกว่าเพศหญิง กระบวนการเหล่านี้อาศัยพลังงาน และ โปรตีน จึงทำให้ความต้องการพลังงานของวัยรุ่นเพิ่มขึ้นมาก เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ของร่างกาย โดยความต้องการพลังงานนั้น ยังได้รับอิทธิพลจากกิจกรรมที่ทำ และ อัตราเมตาบอลิซึมพื้นฐาน (basal metabolic rate, BMR) ซึ่งอัตราเมตาบอลิซึมพื้นฐานจะขึ้นกับมวลกล้ามเนื้อ (lean body mass) ดังนั้น เพศชายซึ่งมีมวลกล้ามเนื้อมากกว่าเพศหญิงจึงมีความต้องการพลังงานมากกว่าเพศหญิง (ชมรมโภชนาการเด็กแห่งประเทศไทย, 2556) ความต้องการพลังงานของวัยรุ่นขึ้นอยู่กับอัตราการเจริญเติบโตของร่างกาย การเผาผลาญอาหารในร่างกาย และ แรงงานที่ใช้ในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ทั้ง การเรียนการเล่น ในวันหนึ่งควรได้รับพลังงานประมาณ 1,600 - 1,850 กิโลแคลอรีในวัยรุ่นหญิง และ ประมาณ 1,700 - 2,300 กิโลแคลอรีในวัยรุ่นชาย ซึ่งส่วนใหญ่มาจากอาหารจำพวกข้าว แป้ง และ ไขมัน (ออบเชย, 2557)

2) โปรตีน วัยรุ่นจะต้องการโปรตีนมากกว่าผู้ใหญ่ ทั้งนี้เนื่องจากวัยรุ่นอยู่ระยะที่ร่างกายกำลังเจริญเติบโต จึงต้องการโปรตีนเพื่อเสริมสร้างกล้ามเนื้อ กระดูก เนื้อเยื่อต่าง ๆ เลือด ฮอรโมน วัยรุ่นควรได้รับโปรตีนอย่างน้อยวันละ 1-2 กรัมต่อน้ำหนักตัว 1 กิโลกรัมของร่างกาย (ออบเชย, 2557) ความต้องการโปรตีนในวัยรุ่นเพิ่มสูงขึ้น เพื่อการสะสมมวลกล้ามเนื้อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่มี growth spurt ซึ่งมีอัตราการเพิ่มความสูงมากที่สุด (peak height velocity) โดยวัยรุ่นหญิงช่วงอายุ 11-14 ปี และ วัยรุ่นชายช่วงอายุ 15-18 ปี จะมีความต้องการโปรตีนเมื่อเปรียบเทียบกับส่วนสูงมากที่สุด ซึ่งคือ 0.29 และ 0.34 กรัม/ซม. ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงอายุอื่นของวัยรุ่น นอกจากนี้การบริโภคโปรตีนทำให้ร่างกายได้รับกรดอะมิโนจำเป็นซึ่งมีความสำคัญในการสร้างกล้ามเนื้อ และ เนื้อเยื่อของร่างกาย ดังนั้นวัยรุ่นจึงควรบริโภคทั้งโปรตีนจากสัตว์ เช่น เนื้อสัตว์ อาหารทะเล ไข่ นม และ ผลิตภัณฑ์จากนม เป็นต้น และ โปรตีนจาก พืช เช่น ถั่ว และ ผลิตภัณฑ์จากถั่ว เป็นต้น เพื่อให้ร่างกายได้รับกรดอะมิโนจำเป็นครบถ้วนทุกชนิด

3) เกลือแร่ ร่างกายต้องการเกลือแร่ต่าง ๆ มากขึ้น เพื่อใช้ในการเสริมสร้างร่างกายเกลือแร่ที่ต้องการมากในวัยรุ่น ได้แก่ (อบเชย, 2557)

4) แคลเซียม เป็นแร่ธาตุที่เป็นโครงสร้างหลักของกระดูก และ ฟัน ช่วงวัยรุ่นนับเป็นช่วงที่สำคัญมาก ในการสะสมมวลกระดูก โดยร้อยละ 45 ของมวลกระดูกทั้งหมดในร่างกายเมื่อมีการเจริญเติบโตเต็มที่ เกิดการสะสมในช่วงนี้ ดังนั้น เมื่อร่างกายได้รับปริมาณแคลเซียมเพียงพอ จะทำให้มีมวลกระดูกที่หนาแน่น และ ลดความเสี่ยงของการเกิดภาวะกระดูกพรุนในอนาคต (ชมรมโภชนาการเด็กแห่งประเทศไทย, 2556) วัยรุ่นจึงควรได้รับแคลเซียมให้เพียงพอ ในวันหนึ่งวัยรุ่นทั้งชาย และ หญิง (อายุ 9 - 18 ปี) ควรได้รับแคลเซียมประมาณ 1,000 มิลลิกรัม (อบเชย, 2557) ซึ่งแหล่งอาหารส่วนใหญ่มาจากนม และ ผลิตภัณฑ์จากนม แหล่งอาหารอื่นที่มีแคลเซียม ได้แก่ ปลาหรือกุ้งตัวเล็ก กะปิ เต้าหู้ ผัก เช่น คะน้า บล็อกโคลี สะเดา ชีเหล็ก ถั่วลันเตา เป็นต้น จากการศึกษาพฤติกรรมบริโภคในวัยรุ่นพบว่า จำนวนวัยรุ่นที่ดื่มนมทุกวันมีเพียงร้อยละ 57 ในขณะที่มีวัยรุ่นจำนวนมากถึงร้อยละ 55 ที่ดื่มน้ำอัดลมทุกวัน ซึ่งเครื่องดื่มเหล่านี้มักถูกนำมาบริโภคแทนเครื่องดื่มที่มีประโยชน์ เช่น นม หรือน้ำผลไม้ เป็นต้น นอกจากนี้ กรดฟอสฟอริกในน้ำอัดลมยังส่งผลทำให้มวลกระดูกลดลงได้อีกด้วย (ชมรมโภชนาการเด็กแห่งประเทศไทย, 2556)

5) ธาตุเหล็ก มีบทบาทหน้าที่สำคัญในการสร้างเม็ดเลือด กล้ามเนื้อ และ เป็นส่วนประกอบที่สำคัญของเอนไซม์หลายชนิดในร่างกาย การเจริญเติบโตที่รวดเร็ว และ การเพิ่มปริมาณเลือด และ มวลกล้ามเนื้อในร่างกาย ส่งผลให้ความต้องการธาตุเหล็กเพิ่มขึ้น ทั้งในวัยรุ่นหญิง และ ชาย เมื่อวัยรุ่นหญิงเริ่มมีประจำเดือน จะมีความต้องการธาตุเหล็กเพิ่มขึ้น จึงทำให้วัยรุ่นหญิงมีความเสี่ยงที่เพิ่มขึ้นต่อภาวะขาดธาตุเหล็ก ข้อมูลสถานการณ์ภาวะเลือดจางในเด็กวัยเรียนอายุ 6 -14 ปีจากการสำรวจภาวะอาหาร และ โภชนาการของประเทศไทย ครั้งที่ 5 ปี พ.ศ. 2546 โดยกรมอนามัยกระทรวงสาธารณสุข พบว่ามีความชุกเท่ากับร้อยละ 26.7 ซึ่งข้อมูลนี้บ่งชี้ว่าวัยรุ่น และ วัยรุ่นตอนต้นยังมีภาวะขาดธาตุเหล็กจำนวนไม่น้อย และ ย่อมส่งผลกระทบต่อเนื้อไปถึงวัยรุ่นตอนปลาย และ วัยผู้ใหญ่ซึ่งภาวะขาดธาตุเหล็กนี้ไม่เพียงทำให้เกิดภาวะเลือดจาง แต่ยังส่งผลกระทบต่อสติปัญญา การเรียนรู้ และ สมรรถภาพของเด็ก (ชมรมโภชนาการเด็กแห่งประเทศไทย, 2556) วัยรุ่นจึงจำเป็นต้องได้รับธาตุเหล็กให้เพียงพอ โดยเฉพาะในวัยรุ่นหญิงที่เริ่มมีประจำเดือนทำให้มีการสูญเสียธาตุเหล็กมากกว่าปกติ วัยรุ่นชายควรได้รับธาตุเหล็กวันละ 11.8 - 16.6 มิลลิกรัม วัยรุ่นหญิงควรได้รับวันละ 19.1 - 28.2 มิลลิกรัม ซึ่งจะได้จากตับสัตว์ เครื่องในสัตว์ ไข่แดง ผักใบเขียว (อบเชย, 2557)

6) ไอโอดีน ในระยะวัยรุ่น ความต้องการไอโอดีนจะเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากต่อมธัยรอยด์ทำงานหนักมากขึ้น ถ้าขาดจะทำให้เกิดโรคคอพอกได้ ในหนึ่งวันควรได้รับไอโอดีน 120 - 150 ไมโครกรัม เด็กวัยรุ่นจึงควรได้รับอาหารทะเลอย่างน้อยสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง วัยรุ่นที่อยู่ทางภาคเหนือ และ ภาคอีสานควรใช้เกลือที่เติมไอโอดีนในการประกอบอาหารเป็นประจำ

7) วิตามิน วัยรุ่นควรได้รับวิตามินต่าง ๆ ให้เพียงพอ เพื่อการเจริญเติบโต และ ป้องกันโรคขาดวิตามิน (อบเชย, 2557)

8) วิตามินเอ จำเป็นต่อการเจริญเติบโต และ สุขภาพเยื่อต่างๆ เช่น เยื่อบุชั้นตา และ เยื่อบุผิวหนัง วัยรุ่นชายอายุ 9 - 15 ปี ควรได้รับวิตามินเอ วันละ 600 ไมโครกรัม วิตามินเอ และ อายุ 16 - 18 ปี ควรได้รับวันละ 700 ไมโครกรัมวิตามินเอ วัยรุ่นหญิงอายุ 9 - 18 ปี

ควรได้รับวันละ 600 ไมโครกรัมวิตามินเอ ซึ่งจะได้จากตับสัตว์ ไข่แดง น้ำมัน เนย ผักที่มีสีเขียวจัด เช่น คะน้า ตำลึง ผักบุ้ง ผักที่มีสีเหลือง เช่น ฟักทอง มันเทศเหลือง

9) วิตามินบีสอง เป็นวิตามินที่ทำหน้าที่เป็นโคเอ็นซัยม์ในการเผาผลาญอาหารในร่างกาย พบว่ามีการขาดในเด็กวัยเรียน วัยรุ่น เพื่อป้องกันการขาด วัยรุ่นชายควรได้รับวันละ 0.9 - 1.3 มิลลิกรัม และ วัยรุ่นหญิงควรได้รับ 0.9 - 1.0 มิลลิกรัม

10) วิตามินซี จำเป็นในการสร้างคอลลาเจน ซึ่งเป็นส่วนประกอบของเนื้อเยื่อต่าง ๆ การขาดวิตามินซี จะทำให้แผลหายยาก และ เกิดโรคเลือดออกตามไรฟัน วัยรุ่นชายควรได้รับวิตามินซีประมาณ 45 - 90 มิลลิกรัม วัยรุ่นหญิงควรได้รับประมาณวันละ 45 - 75 มิลลิกรัม ซึ่งจะได้จากผักสด ผลไม้สด

11) คาร์โบไฮเดรต อาหารประเภทคาร์โบไฮเดรตเป็นแหล่งพลังงานที่สำคัญสำหรับร่างกาย โดยประมาณร้อยละ 50 ของพลังงานที่ร่างกายได้รับมาจากอาหารประเภทนี้ ซึ่งได้แก่ กลุ่มคาร์โบไฮเดรตเชิงซ้อน เช่น ข้าว แป้ง ผลไม้ เป็นต้น และ กลุ่มน้ำตาลทั้งที่มาจากธรรมชาติ เช่น น้ำตาลในผลไม้ น้ำผึ้ง เป็นต้น และ กลุ่มที่มาจาก การแปรรูป หรือ สังเคราะห์ใหม่ เช่น เครื่องดื่ม และ อาหารที่มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ เป็นต้น จากคำแนะนำการบริโภคน้ำตาลที่เติมลงในอาหาร (added sugar) กำหนดให้บริโภคไม่เกินร้อยละ 25 ของพลังงานทั้งหมดที่ได้รับต่อวัน และ หากบริโภคอาหารที่มีน้ำตาลตามธรรมชาติในปริมาณสูง ควรลดสัดส่วนการบริโภคอาหารที่มีการเติมน้ำตาลนอกจากนั้น ควรจำกัดการบริโภคน้ำตาลทรายให้ไม่เกิน 4, 6 และ 8 ช้อนชา สำหรับผู้ต้องการพลังงาน 1,600 และ 2,400 กิโลแคลอรี ตามลำดับ เพื่อป้องกันภาวะน้ำหนักเกิน โรคอ้วน เบาหวาน และ โรคติดต่อไม่เรื้อรังต่าง ๆ

12) ไขมัน และ กรดไขมันจำเป็นมีความสำคัญสำหรับการเจริญเติบโตของวัยรุ่นอย่างไรก็ตาม การบริโภคไขมันปริมาณมากเกินไปอาจทำให้เกิดภาวะน้ำหนักเกินโรคอ้วน และ กลุ่มอาการเมตาบอลิกในอนาคตได้ จึงมีคำแนะนำว่า ปริมาณไขมันรวม และ ไขมันอิ่มตัวที่วัยรุ่นบริโภค ไม่ควรเกินร้อยละ 30 และ 10 ของพลังงานทั้งหมดที่ได้รับต่อวัน ขณะเดียวกัน วัยรุ่นควรได้รับกรดไขมันจำเป็นจากอาหารในปริมาณที่เพียงพอ โดยกรดไขมันจำเป็น ได้แก่ กรดไขมันกลุ่มโอเมกา 3 เช่น กรดแอลฟาไลโนเลนิก ซึ่งวัยรุ่นควรได้รับคิดเป็นร้อยละ 0.6 - 1.2 ของพลังงานทั้งหมดที่ร่างกายควรได้รับต่อวัน และกรดไขมันกลุ่มโอเมกา 6 เช่น กรดลิโนเลอิก ซึ่งวัยรุ่นควรได้รับ คิดเป็นร้อยละ 5 - 10 ของพลังงานทั้งหมดที่ร่างกายควรจะได้รับต่อวัน แหล่งที่มาของไขมันจากอาหารที่วัยรุ่นมักรับประทาน คือ เนื้อสัตว์ติดมัน นม และ ผลิตภัณฑ์จากนม มาร์การีน รวมไปถึงอาหาร และ ขนมต่าง ๆ ที่มีน้ำมัน นม หรือเนยเป็นส่วนประกอบ ซึ่งหากรับประทานในปริมาณที่มากกว่าความต้องการของร่างกาย ไขมันเหล่านั้นจะถูกนำไปสะสมเป็นเนื้อเยื่อไขมัน ทำให้เพิ่มความเสี่ยงต่อการเกิดภาวะน้ำหนักเกิน โรคอ้วน ภาวะไขมันในเลือดสูง รวมถึงโรคหัวใจ และ หลอดเลือดในวัยผู้ใหญ่ได้

13) โฟเลต มีบทบาทที่สำคัญในการสร้างโปรตีน deoxyribonucleic acid (DNA) และ ribonucleic acid (RNA) ดังนั้นความต้องการโฟเลตจึงมีปริมาณเพิ่มสูงขึ้นในวัยรุ่น โดยความต้องการโฟเลตสำหรับวัยรุ่นจะอยู่ที่ 400 ไมโครกรัมต่อวัน ถ้ามีภาวะขาดโฟเลตจะทำให้เกิดภาวะเลือดจางชนิด megaloblastic anemia การขาดโฟเลตยังส่งผลกระทบต่อทารกในครรภ์ โดยทำให้เกิดความบกพร่องของการสร้างหลอดประสาท (neural tube defects) ซึ่งเป็นภาวะ

พิการแต่กำเนิดที่สามารถป้องกันได้ หญิงวัยเจริญพันธุ์ควรได้รับโฟเลตปริมาณอย่างน้อย 400 ไมโครกรัมต่อกรัม จึงจะเพียงพอที่จะป้องกันภาวะดังกล่าว ซึ่งผลในการป้องกันภาวะนี้ จะเกิดก่อนการตั้งครรภ์ ดังนั้น หญิงวัยรุ่นที่เข้าสู่วัยเจริญพันธุ์แล้ว ควรได้รับคำแนะนำให้รับประทานอาหารที่มีโฟเลตสูง เช่น ยีสต์ ตับ ผักใบเขียวต่าง ๆ ถั่วเมล็ดแห้งต่าง ๆ ธัญพืช ส้ม กลัวย มะขามเทศ เป็นต้น เพื่อลดความเสี่ยงต่อการเกิดภาวะพิการทางสมองในทารก และ ยังช่วยลดความเสี่ยงต่อการเกิด Down syndrome ได้อีกด้วย

14) โซเดียม เป็นสารอาหารที่วัยรุ่นมักจะได้รับในปริมาณมากเกินไปกว่าความต้องการ เนื่องจากอาหารสำเร็จรูป และอาหารฟาสต์ฟู้ดส่วนใหญ่มีโซเดียมในปริมาณสูง ความต้องการโซเดียมสำหรับวัยรุ่นหญิง คือ 350 - 1,275 มิลลิกรัมต่อวัน ส่วนวัยรุ่นชายต้องการ 400 - 1,600 มิลลิกรัมต่อวัน จากคำแนะนำการบริโภคโซเดียมกำหนดให้ไม่ควรเกิน 2,400 มิลลิกรัมต่อวัน ซึ่งเทียบเท่ากับเกลือแกงในปริมาณ 1 ช้อนชา อาหารที่มีเกลือโซเดียมสูง ได้แก่ น้ำปลา ผงชูรส ซอสหอยนางรม กะปิ น้ำพริกต่าง ๆ อาหารที่ผ่านวิธีการถนอมอาหาร เช่น ไข่เค็ม ผลไม้แช่อิ่ม เป็นต้น และ อาหารกึ่งสำเร็จรูป เช่น บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป เป็นต้น หากร่างกายได้รับโซเดียมมากเกินไป อาจจะทำให้เกิดภาวะน้ำคั่ง ผลเสียต่อไต และ ความดันเลือดสูง

15) คอเลสเตอรอล พบมากในอาหารประเภทเนื้อสัตว์ติดมัน อาหารทะเล นม ผลิตภัณฑ์จากนม และ เครื่องในสัตว์ วัยรุ่นไทยปัจจุบันนิยมบริโภคอาหารแบบตะวันตก ซึ่งมีส่วนประกอบของนม และ เนยมาก จึงอาจส่งผลให้วัยรุ่นมีความเสี่ยงต่อภาวะน้ำหนักเกิน โรคอ้วน ภาวะไขมันสูงในเลือด โรคหัวใจ และ โรคหลอดเลือดได้สำหรับวัยรุ่นผู้ใหญ่ มีคำแนะนำให้ปริมาณคอเลสเตอรอลที่ได้จากอาหาร ไม่ควรเกิน 300 มิลลิกรัมต่อวัน เพื่อป้องกันการเกิดโรคหัวใจ และ หลอดเลือด วัยรุ่นจึงควรได้รับคำแนะนำให้บริโภคอาหารกลุ่มนี้ในปริมาณน้อย เพื่อป้องกันการเกิดโรคดังกล่าว

2.2.6 ภาวะโภชนาการของวัยรุ่น

วัยรุ่นเป็นช่วงรอยต่อที่สำคัญของชีวิต ซึ่งเชื่อมระหว่างวัยเด็กสู่วัยผู้ใหญ่ เนื่องจากมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ร่วมกับมีการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ และทางด้านอารมณ์เป็นอย่างมาก ความต้องการพลังงาน และ สารอาหารในวัยนี้จึงมีความต้องการที่เพิ่มขึ้นจากวัยเด็กอย่างชัดเจน นอกจากนี้ ความต้องการสารอาหารบางชนิดยังมีความแตกต่างกันระหว่างเพศอีกด้วย เช่น วัยรุ่นหญิงมีความต้องการธาตุเหล็กมากกว่าเพศชายเกือบ 2 เท่าในวัยเดียวกัน เป็นต้น (ชมรมโภชนาการเด็กแห่งประเทศไทย, 2556)

ปัญหาด้านโภชนาการในวัยรุ่นที่พบบ่อย ได้แก่ พฤติกรรมการรับประทานอาหารที่ไม่ถูกต้องลักษณะ รับประทานอาหารไม่เพียงพอต่อความต้องการของร่างกาย หรือ รับประทานอาหารที่ส่งผลเสียต่อสุขภาพ เช่น น้ำอัดลม ขนมขบเคี้ยว เป็นต้น ซึ่งอาจส่งผลต่อการเจริญเติบโต การเปลี่ยนแปลงเพื่อเข้าสู่วัยหนุ่มสาวภาวะโภชนาการในวัยรุ่นผู้ใหญ่ และ ก่อโอกาสเกิดโรคเรื้อรังต่าง ๆ ในอนาคต เช่น ความดันเลือดสูง เบาหวาน ภาวะกระดูกพรุน โรคมะเร็ง เป็นต้น

กลุ่มทำวิจัยสถาบันวิจัยโภชนาการมหาวิทยาลัยมหิดล ได้รวบรวมข้อมูลทางด้านโภชนาการของกลุ่มวัยรุ่นในช่วงปี พ.ศ.2531 - 2536 ที่ได้เข้ามารับการปรึกษาทางด้านอาหาร และ โภชนาการ พบปัญหาโภชนาการเกินสูงกว่าร้อยละ 20 ในวัยรุ่นชายอายุ 16 - 19 ปี และ วัยรุ่นหญิง

อายุ 12 - 15 ปี มีปัญหาโภชนาการเกินสูงกว่าร้อยละ 19 และ พบปัญหาโภชนาการด้าน การขาดสารอาหารในวัยรุ่นทั้งชาย และ หญิงร้อยละ 3 (อบเชย, 2557)

จากการศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหาร และ ภาวะโภชนาการในวัยรุ่นของนักเรียนโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม โดยกมลพร สนวนทอง (การประชุมวิชาการโภชนาการแห่งชาติครั้งที่ 2, อ้างถึงใน อบเชย, 2557) พบว่า นักเรียนมีภาวะโภชนาการเกินร้อยละ 25.2 และ นักเรียนมีภาวะโภชนาการต่ำกว่าเกณฑ์ ร้อยละ 4.4

นอกจากจะพบปัญหาโภชนาการเกินในวัยรุ่นแล้ว วัยรุ่นหญิงของไทยกำลังมีความเสี่ยงสูงที่จะเป็นโรคความผิดปกติของการกิน เนื่องจากปัจจุบันกระแสรูปร่างผอมเพรียวเหมือนนางแบบกำลังเป็นที่นิยม วัยรุ่นหญิงหลายคนจึงหันมาลดความอ้วนเพื่อให้รูปร่างสวยงาม แต่แทนที่จะใช้การออกกำลังกาย และ ควบคุมอาหาร กลับใช้วิธีรับประทานยาถ่าย อดอาหาร และ ออกกำลังกายอย่างหักโหม หรืออีกวิธีอันตรายคือการล้างคอให้อาเจียนเพื่อเอาอาหารที่รับประทานเข้าไปออกมา

ในกลุ่มวัยรุ่นยังมีความเสี่ยงที่จะเกิดภาวะโลหิตจางได้เนื่องจากความไม่สมดุลของร่างกายที่ต้องการธาตุเหล็กเพิ่มขึ้นเพื่อไปสร้างฮีโมโกลบินกับปริมาณธาตุเหล็กที่มีในอาหารที่กิน และ ในวัยรุ่นหญิงที่มีประจำเดือนจะมีการสูญเสียธาตุเหล็กมากขึ้น

2.2.7 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ไม่ถูกสุขลักษณะในวัยรุ่น

ชมรมโภชนาการเด็กแห่งประเทศไทย (2556) ได้กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ไม่ถูกสุขลักษณะในวัยรุ่น ประกอบด้วย

2.2.7.1 ปัจจัยส่วนบุคคล

1) ความพึงพอใจอาหาร (food preferences) ซึ่งเป็นเหตุผลในการเลือกอาหารที่รับประทาน (food choices) วัยรุ่นมักจะเลือกอาหารที่มีลักษณะที่พึงพอใจ โดยไม่คำนึงถึงประโยชน์หรืออันตราย และ อิทธิพลนี้ส่งผลโดยตรงมาจากการเลี้ยงดูในวัยเยาว์ ร่วมกับประสบการณ์ในด้านบวก หรือลบที่เคยได้รับ ทั้งในอดีต และ ปัจจุบัน โดยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกอาหารในวัยรุ่นนั้นพบว่า อาหารที่วัยรุ่นเลือกจากปัจจัยจากความหิว และ ความชื่นชอบในรสชาติอาหาร

2) วัยรุ่นมีพฤติกรรมกรรมการรับประทานอาหารไม่ครบ 3 มื้อ โดยเฉพาะอาหารมื้อเช้า และ ยังพบว่า วัยรุ่นที่มีภาวะน้ำหนักเกิน หรือ อ้วนมีพฤติกรรมเช่นนี้ด้วย และเป็นที่น่าสนใจว่า วัยรุ่นที่อ้วนระดับปานกลาง หรือระดับมาก มักรับประทานอาหารเช้า มากกว่ากลุ่มอ้วนระดับน้อย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3) การรับประทานอาหารเช้าไม่ครบ 5 หมู่ โดยเฉพาะหมู่ผัก และ ผลไม้ จากการศึกษาวิจัยในต่างประเทศพบว่า เด็กรับประทานผัก และ ผลไม้ลดลง อย่างชัดเจนเมื่อเข้าวัยรุ่น จากการศึกษาสาเหตุการไม่รับประทานผัก และ ผลไม้ ในวัยรุ่นไทยที่มีภาวะน้ำหนักเกิน หรืออ้วนนั้น วัยรุ่นส่วนใหญ่ตอบว่า ไม่รับประทานเพราะไม่ชอบในรสชาติ ซึ่งเป็นเหตุผลเดียวกับวัยรุ่นในต่างประเทศ

4) การบริโภคอาหารที่พลังงานสูงแต่คุณค่าทางโภชนาการต่ำ วัยรุ่นนิยมรับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ดที่มีไขมันสูง ทั้งนี้เนื่องจากสะดวก รวดเร็ว หาง่าย และ เป็นที่นิยมรับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ด และ การรับประทานอาหารในภัตตาคาร มีสัมพันธ์กับพลังงานที่ได้รับ และ ปริมาณไขมันที่มากเกินไป ทำให้เกิดผลเสียต่อสุขภาพ เช่น ไขมันในเลือดสูง โรคอ้วน ความดัน

โลหิตสูง เป็นต้น นอกจากนี้ ขนมขบเคี้ยวซึ่งประกอบด้วยแป้ง น้ำตาล สารปรุงแต่งรส ซึ่งล้วนมีแต่พลังงาน โดยปราศจากคุณค่าทางสารอาหาร ยังเป็นที่นิยมในหมู่วัยรุ่น

5) การบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลเป็นส่วนผสม เครื่องดื่มผสมเกลือแร่ และเครื่องดื่มบำรุงกำลัง จากการศึกษาของกลุ่ม HELENA ที่รวบรวมข้อมูลในวัยรุ่นอายุ 12.5 - 17.5 ปี จำนวน 2,417 คน ที่อาศัยอยู่ใน 8 ประเทศแถบยุโรป โดยการสำรวจการบริโภคเครื่องดื่มต่าง ๆ พบว่า นอกจากน้ำแล้ว วัยรุ่นส่วนใหญ่ดื่มเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลเป็นส่วนผสม นมหวาน น้ำผลไม้ตามลำดับ

6) พฤติกรรมการบริโภคแบบควบคุมตนเองไม่ได้ พฤติกรรมในลักษณะนี้พบร้อยละ 16 - 25 ในวัยรุ่นหญิงที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย ซึ่งพฤติกรรมการบริโภคแบบควบคุมตนเองไม่ได้นี้ วัยรุ่นจะกินมากมายอย่างไม่หยุดยั้งเกินกว่าคนปกติจะกินได้ และ อาจจะพบพฤติกรรมการป้องกันน้ำหนักตัวเพิ่มร่วม หรือไม่ร่วมก็ได้ พฤติกรรมการบริโภคแบบนี้มักพบร่วมกับภาวะ หรือโรคต่าง ๆ เช่น ภาวะซึมเศร้า ความกังวล โรคอ้วน การใช้สารเสพติด เป็นต้น

2.2.7.2 ปัจจัยสิ่งแวดล้อม

1) เพื่อน ช่วงวัยรุ่นตอนต้น และ ตอนปลาย และตอนกลาง (อายุ 11-17 ปี) เป็นช่วงที่เพื่อนมีผลต่อพฤติกรรมต่าง ๆ มาก เพราะเพื่อนเป็นบุคคลที่ส่งเสริมความเป็นตัวตนของตนในสังคม บ่งบอกถึงความเป็นอิสระแห่งตน การแยกตนจากบิดามารดาเพื่อดำเนินชีวิตในสังคม จากงานวิจัยต่าง ๆ พบว่า เพื่อนเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคในวัยรุ่น ตัวอย่างเช่น พฤติกรรมการบริโภคในวัยรุ่นที่มีน้ำหนักตัวเกิน หรือ วัยรุ่นที่มีความผิดปกติด้านการเงิน เป็นต้น

2) โรงเรียน เป็นสถานที่ที่วัยรุ่นใช้เวลาเป็นส่วนใหญ่ และ รับประทานอาหารมื้อหลักที่โรงเรียน จากการสำรวจในโรงเรียนมัธยมแห่งหนึ่ง พบว่า อาหารมื้อกลางวันที่นักเรียนเลือก มีส่วนประกอบที่มีพลังงานจากไขมันมากกว่าร้อยละ 30 ของพลังงานทั้งหมดที่ได้รับจากอาหาร ซึ่งเกินปริมาณที่แนะนำ และ จากการสำรวจนักเรียนในประเทศยุโรป พบว่า อาหารกลางวันในโรงเรียนส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีประโยชน์ และไม่เหมาะสมแก่การบริโภค ดังนั้น โรงเรียนที่มีนโยบายส่งเสริมอาหารที่มีประโยชน์ ให้ความรู้เรื่องโภชนาการ สามารถลดภาวะน้ำหนักเกิน หรือโรคอ้วนได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3) ครอบครัว พฤติกรรมการบริโภคของคนในครอบครัว ส่งผลต่อพฤติกรรมการรับประทานอาหารของวัยรุ่น ถึงแม้ว่า ช่วงวัยนี้สามารถเลือกรับประทานตามใจตนเองได้ เพราะเริ่มมีการพัฒนาความเป็นอิสระแห่งตน มีความคิดวิเคราะห์ และ การตัดสินใจด้วยตนเอง แต่ทัศนคติต่าง ๆ ที่ได้รับการปลูกฝังจากครอบครัวยังคงอยู่กับตัว และ ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภค โดยพบว่า วัยรุ่นในครอบครัวที่รักษาสุขภาพ โดยการเลือกรับประทานอาหารประเภทผัก และ ผลไม้เป็นส่วนใหญ่ จะมีพฤติกรรมเช่นเดียวกับคนในครอบครัว ส่วนวัยรุ่นในครอบครัวที่ชอบรับประทานอาหารนอกบ้าน โดยเฉพาะอาหารบุฟเฟต์ ครอบครัวที่ชอบซื้ออาหารสะสมไว้ในบ้านครอบครัวที่รับประทานอาหารที่มีพลังงานสูง มักจะมีภาวะน้ำหนักเกินหรือโรคอ้วน

4) สังคม และ สื่อต่าง ๆ วัยรุ่นเป็นวัยที่ให้ความสนใจต่อเทคโนโลยี และการสื่อสาร สื่อสังคมออนไลน์เหมือนเป็นกิจวัตรประจำวันของวัยรุ่น การพูดคุยผ่านสังคมออนไลน์ การลงข้อความในหน้า facebook หรือการเขียนข้อความต่าง ๆ ล้วนเป็นสิ่งที่เชื่อมโยงวัยรุ่นเข้ากับ

พฤติกรรมเสี่ยงต่าง ๆ รวมทั้งพฤติกรรมกรบริโภค สังเกตได้จากโฆษณาต่าง ๆ ที่สร้างกระแสให้วัยรุ่นนิยมดื่มน้ำอัดลม รับประทานขนมขบเคี้ยว รับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ด ดื่มเครื่องดื่มชูกำลัง เป็นต้น หรือในทางกลับกัน การโฆษณาผลิตภัณฑ์ลดน้ำหนัก หรือควบคุมน้ำหนัก โดยใช้นางแบบ หรือนายแบบหุ่นดี เป็นการเชิญชวนให้วัยรุ่นที่อยากประสบความสำเร็จในการควบคุมน้ำหนักลองใช้ จากการศึกษาวิจัยพบว่า วัยรุ่นที่ใช้เวลากับสื่อการบริโภคมากกว่า 2 ชั่วโมงต่อวัน มีแนวโน้มที่จะเลือกรับประทานอาหารที่มีพลังงานสูงแต่คุณค่าทางโภชนาการต่ำ

2.2.8 ความสำคัญของอาหารในเด็กวัยรุ่น

อบเชย (2557) กล่าวว่า วัยรุ่นเป็นวัยที่ร่างกายมีการเจริญโตอย่างรวดเร็วมากอีกระยะหนึ่ง อาหารจึงมีความสำคัญต่อการเจริญเติบโตของร่างกายมาก ถ้าระยะนี้ร่างกายได้รับอาหารที่ดีก็จะมีผลทำให้ร่างกายเจริญเติบโตเต็มที่ และ เป็นผู้ใหญ่ที่มีสุขภาพสมบูรณ์ ดังนั้นจึงควรแนะนำให้เด็กวัยรุ่นเข้าใจถึงความสำคัญของการกินอาหารที่ถูกต้องตามหลักโภชนาการ และ นำไปปฏิบัติ

2.2.8.1 กินอาหารให้ครบทั้ง 5 หมู่ วัยรุ่นควรกินอาหารให้ครบทั้ง 5 หมู่ ในปริมาณที่เพียงพอเพื่อให้ร่างกายได้สารอาหารต่าง ๆ ครบถ้วน น้านม และ ไข่เป็นอาหารที่ให้โปรตีนคุณภาพดี โดยเฉพาะนมเป็นแหล่งที่ดีของแคลเซียม ซึ่งจะเป็นประโยชน์มากทางด้านเพิ่มส่วนสูง ข้าวเป็นอาหารที่ให้พลังงานซึ่งจำเป็นต่อการเจริญเติบโต และ กิจกรรมการทำงานต่าง ๆ จึงไม่ควรงด หรือจำกัดจนเกินไป และ ผลไม้เป็นแหล่งของวิตามิน และ เกลือแร่ ควรกินให้เพียงพออาหารที่มีไขมันกินพอสมควร

2.2.8.2 กินอาหารให้ครบทั้ง 3 มื้อ เด็กวัยรุ่นควรได้รับอาหารวันละ 3 มื้อ การกินอาหาร 3 มื้อจะช่วยให้อวัยวะได้รับสารอาหารต่าง ๆ ในปริมาณเพียงพอกับความต้องการ หากงดมื้อใดมื้อหนึ่ง เช่น มื้อเช้าจะทำให้ขาดสารอาหารที่ร่างกายควรได้รับไปอย่างน้อย 1 ใน 3 ของความต้องการทั้งวัน ซึ่งเป็นการยากที่จะชดเชยให้ร่างกายได้รับสารอาหาร และ พลังงานเพียงพอโดยการกินทดแทนในมื้ออื่น การกินอาหารไม่ครบ 3 มื้อ หรือกินไม่อิ่ม เด็กวัยรุ่นมักจะกินของว่างทดแทน ของว่างของเด็กวัยรุ่นนี้จะกินเพื่อสังคัมด้วย ไม่ใช่เพราะหิวอย่างเดียว

2.2.8.3 เด็กวัยรุ่นที่ต้องการควบคุมน้ำหนัก ควรกินอาหารทุกมื้อ และ ถูกต้องตามหลักโภชนาการ ควรจำกัดอาหารที่ให้พลังงานมาก และ ให้ประโยชน์น้อย ได้แก่ น้ำหวาน น้ำอัดลม ขนมขบเคี้ยว ลูกอมต่าง ๆ ทอฟฟี่ ช็อกโกแลต ขนมหวาน การกินอาหารเหล่านี้มาก ๆ จะทำให้เกิดโรคอ้วน และ ฟันผุ ควรจำกัดอาหารที่ให้ไขมันมากด้วย เพราะจะทำให้ได้พลังงานส่วนเกิน ซึ่งร่างกายเก็บสะสมเป็นไขมันทำให้น้ำหนักเพิ่มได้มาก ได้แก่ อาหารพวกเนื้อสัตว์ติดมัน หมูสามชั้น หนังเป็ด หนังไก่ อาหารทอดในน้ำมันมาก ๆ เช่น ปาท่องโก๋ ช้างเกี๊ยบ มันทอด ในขณะที่เดียวกันก็กินผัก และ ผลไม้ให้มากขึ้น โดยเฉพาะผลไม้ที่มีวิตามินซี และ มีใยอาหารมาก เช่น ส้ม ฝรั่ง มะละกอ สับปะรด ชมพู เป็นต้น

2.3 พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว

2.3.1 ความหมายของพฤติกรรมการบริโภค

พฤติกรรมการบริโภค หมายถึง เป็นการแสดงออกทั้งทางการกระทำ ความคิด ความรู้สึก ที่เกี่ยวข้องกับการกินอาหาร เช่น กินอะไร กินเท่าใด กินอย่างไร กินเพื่ออะไร กินเพื่อใคร เป็นต้น (จันทร์ทิพย์, 2538)

พฤติกรรมการบริโภค หมายถึง เป็นการกระทำการแสดงออกที่เกี่ยวกับอาหาร ทั้งด้านความรู้ เจตคติ และการปฏิบัติที่เกี่ยวกับการรับประทานอาหารที่สังเกตได้และสังเกตไม่ได้ (สุดาวรรณ, 2538)

พฤติกรรมการบริโภค หมายถึง เป็นพฤติกรรมการปฏิบัติหรือการแสดงออก เกี่ยวกับการรับประทานอาหาร ที่บุคคลกระทำเป็นประจำ ได้แก่ชนิดของอาหารที่รับประทาน เช่น การบริโภคอาหารหลัก 5 หมู่ การบริโภคอาหารที่ให้พลังงาน การบริโภคอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการน้อยและจำนวนมื้อของอาหารที่รับประทานในแต่ละวัน (กัลยา, 2541)

พฤติกรรมการบริโภค หมายถึง เป็นการปฏิบัติหรือการแสดงออกเกี่ยวกับการรับประทานอาหารที่บุคคลกระทำเป็นประจำ ซึ่งการแสดงออกนั้นอาจเป็นการแสดงออกทั้งทางด้านการกระทำ เช่น การเลือกชนิดของอาหาร ทางด้านความคิด ความรู้สึกต่างๆต่อการบริโภคอาหาร ซึ่งสิ่งเหล่านี้บุคคลได้ปฏิบัติอย่างถูกต้องตามหลักโภชนาการแล้ว ก็จะส่งผลให้บุคคลมีภาวะโภชนาการที่ดี ในทางตรงกันข้าม ถ้าบุคคลปฏิบัติไม่ถูกต้อง ก็จะส่งผลให้เกิดปัญหาโภชนาการตามมา ซึ่งอาจเป็นปัญหาโภชนาการต่ำกว่าปกติ หรือปัญหาโภชนาการเกิน (ภาวดี, 2547)

จากความหมายของพฤติกรรมการบริโภคอาหารข้างต้น สรุปได้ว่า พฤติกรรมการบริโภคอาหาร คือ การกระทำ หรือการแสดงออก ที่หมายรวมถึงด้านความรู้ เจตคติ และการปฏิบัติที่เกี่ยวกับการรับประทานอาหาร ซึ่งหากบุคคลได้ปฏิบัติอย่างถูกต้องตามหลักโภชนาการแล้ว ก็จะส่งผลให้บุคคลมีภาวะโภชนาการที่ดีในทางตรงกันข้าม ถ้าบุคคลปฏิบัติไม่ถูกต้อง ก็จะส่งผลให้เกิดปัญหาโภชนาการตามมา

2.3.2 ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค

ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลมาจากลักษณะของผู้บริโภค และกระบวนการตัดสินใจ ของผู้บริโภค (ศิริวรรณและคณะ, 2552) ลักษณะของผู้บริโภคมีอิทธิพลมาจากปัจจัยต่าง ๆ คือ

2.3.2.1 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural factors) วัฒนธรรมเป็นเครื่องผูกพันบุคคลในกลุ่มไว้ด้วยกัน บุคคลเรียนรู้วัฒนธรรมของเขาภายใต้กระบวนการทางสังคม วัฒนธรรมเป็นสิ่งกำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล วัฒนธรรมแบ่งออกเป็นวัฒนธรรมพื้นฐานวัฒนธรรมกลุ่มย่อยหรือชนบทรรมนิยมประเพณี และชั้นสังคม

2.3.2.2 ปัจจัยด้านสังคม (Social factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคมประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และ สถานะ

2.3.2.3 ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal factors) การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนด้านต่างๆ ได้แก่ อายุ วัฏจักรชีวิตครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคล

2.3.2.4 ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological factor) การเลือกซื้อของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากกระบวนการทางจิตวิทยา 6 อย่าง คือ การตั้งใจ ความเข้าใจ ความรับรู้ ความเชื่อ ทศนคติ และการเรียนรู้

2.3.3 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม

ทฤษฎีการเรียนรู้ (Learning theory) การเรียนรู้ คือ กระบวนการที่ทำให้คนเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ความคิด คนสามารถเรียนรู้ได้จากการได้ยินการสัมผัส การอ่าน การใช้เทคโนโลยี เป็นต้น

ทฤษฎีการเรียนรู้ของ เบนจามินบลูม และคณะ (Bloom et al, 1956) ได้มีการจำแนกจุดมุ่งหมายการเรียนรู้ ออกเป็น 3 ด้าน คือ

2.3.3.1 ด้านพุทธิพิสัย (Cognitive Domain) พฤติกรรมด้านสมองเป็นพฤติกรรมเกี่ยวกับสติปัญญา ความรู้ ความคิด ความเฉลียวฉลาด ความสามารถในการคิดเรื่องราวต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นความสามารถทางสติปัญญา พฤติกรรมทางพุทธิพิสัย แบ่งเป็น 6 ระดับ ได้แก่

1) ความรู้ ความจำ ความสามารถในการเก็บรักษามวลประสบการณ์ต่าง ๆ จากการที่ได้รับรู้ไว้ และระลึกสิ่งนั้นได้เมื่อต้องการเปรียบตงเทบบันทึกเสียง หรือวิธีที่ศันที่สามารถเก็บเสียง และภาพของเรื่องราวต่างๆได้ สามารถเปิดฟัง หรือดูภาพเหล่านั้นได้ เมื่อต้องการ

2) ความเข้าใจเป็นความสามารถในการจับใจความสำคัญของสื่อ และสามารถแสดงออกมาในรูปของการแปลความ ตีความ คาดคะเน ขยายความ หรือการกระทำอื่น ๆ

3) การนำความรู้ไปใช้ เป็นขั้นที่ผู้เรียนสามารถนำความรู้ ประสบการณ์ไปใช้ในการแก้ปัญหาในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ ซึ่งจะต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจ จึงจะสามารถนำไปใช้ได้

4) การวิเคราะห์ ผู้เรียนสามารถคิด หรือแยกแยะเรื่องราวสิ่งต่างๆ ออกเป็นส่วนย่อย เป็นองค์ประกอบที่สำคัญได้ และมองเห็นความสัมพันธ์ของส่วนที่เกี่ยวข้องกัน ความสามารถในการวิเคราะห์จะแตกต่างกันไปแล้วแต่ความคิดของแต่ละคน

5) การสังเคราะห์ ความสามารถในการที่ผสมผสานส่วนย่อย ๆ เข้าเป็นเรื่องราวเดียวกันอย่างมี ระบบ เพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ที่สมบูรณ์ และดีกว่าเดิม อาจเป็นการถ่ายทอดความคิดออกมาให้ผู้อื่นเข้าใจได้ง่าย การกำหนดวางแผนวิธีการดำเนินงานขึ้นใหม่ หรืออาจจะเกิดความคิดในอันที่จะสร้างความสัมพันธ์ของสิ่ง ที่เป็นนามธรรมขึ้นมาในรูปแบบ หรือแนวคิดใหม่

6) การประเมินค่า เป็นความสามารถในการตัดสินใจ ตีราคา หรือสรุปเกี่ยวกับคุณค่าของสิ่งต่าง ๆ ออกมาในรูปของคุณธรรมอย่างมีกฎเกณฑ์ที่เหมาะสม ซึ่งอาจเป็นไปตามเนื้อหาสาระในเรื่องนั้น ๆ หรืออาจเป็นกฎเกณฑ์ที่สังคมยอมรับก็ได้

2.3.3.2 ด้านจิตพิสัย (Affective Domain) พฤติกรรมด้านจิตใจ ค่านิยม ความรู้สึก ความซาบซึ้ง ทศนคติ ความเชื่อ ความสนใจ และคุณธรรม พฤติกรรมด้านนี้อาจไม่เกิดขึ้นทันที ดังนั้นหากจัดสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม และสอดแทรกสิ่งที่ดีงามอยู่ตลอดเวลา จะทำให้พฤติกรรมเปลี่ยนไปในแนวทางที่พึงประสงค์ได้ ด้านจิตพิสัยจะประกอบด้วย พฤติกรรมย่อย ๆ 5 ระดับ ได้แก่

1) การรับรู้ เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นต่อปรากฏการณ์ หรือสิ่งเร้าอย่างใดอย่างหนึ่งซึ่งเป็นไปในลักษณะของการแปลความหมายของสิ่งเร้านั้นว่าคืออะไร แล้วจะแสดงออกมาในรูปของความรู้สึกที่เกิดขึ้น

2) การตอบสนอง เป็นการกระทำที่แสดงออกมาในรูปของความเต็มใจ ยินยอม และพอใจต่อสิ่งเร้านั้น ซึ่งเป็นการตอบสนองที่เกิดจากการเลือกสรรแล้ว

3) การเกิดค่านิยม การเลือกปฏิบัติในสิ่งที่เป็นที่ยอมรับกันในสังคม การยอมรับนับถือในคุณค่า นั้น ๆ หรือปฏิบัติตามในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง จนกลายเป็นความเชื่อ แล้วจึงเกิดทัศนคติที่ดีในสิ่งนั้น

4) การจัดระบบ การสร้างแนวคิด จัดระบบของค่านิยมที่เกิดขึ้นโดยอาศัยความสัมพันธ์ถ้าเข้ากันได้ก็จะยึดถือต่อไป แต่ถ้าขัดกันอาจไม่ยอมรับอาจจะยอมรับค่านิยมใหม่โดยยกเลิกค่านิยมเก่า

5) บุคลิกภาพ การนำค่านิยมที่ยึดถือมาแสดงพฤติกรรมที่เป็นนิสัยประจำตัวให้ประพฤติปฏิบัติแต่สิ่งที่ถูกต้องดีงาม พฤติกรรมด้านนี้จะเกี่ยวกับความรู้สึก และจิตใจ ซึ่งจะเริ่มจากการได้รับรู้จาก สิ่งแวดล้อม แล้วจึงเกิดปฏิกิริยาโต้ตอบ ขยายกลายเป็นความรู้สึกด้านต่าง ๆ จนกลายเป็นค่านิยม และยังพัฒนาต่อไปเป็นความคิด อุดมคติ ซึ่งจะเป็นการควบคุมทิศทางพฤติกรรมของคนคนจะรู้ดีรู้ชั่วอย่างไรนั้น ก็เป็นผลของพฤติกรรมด้านนี้

2.3.3.3 ด้านทักษะพิสัย (Psychomotor Domain) เป็นพฤติกรรมที่บ่งบอกถึงความสามารถในการปฏิบัติงานได้อย่างคล่องแคล่วชำนาญ ซึ่งแสดงออกมาได้โดยตรง โดยมีเวลา และคุณภาพของงานเป็นตัวชี้ระดับของทักษะพฤติกรรมด้านทักษะพิสัย ประกอบด้วย พฤติกรรมย่อย ๆ 5 ชั้น ดังนี้

1) การรับรู้ เป็นการให้ผู้เรียนได้รับรู้หลักการปฏิบัติที่ถูกต้อง หรือเป็นการเลือกหาตัวแบบที่สนใจ

2) กระทำตามแบบ หรือเครื่องชี้แนะ เป็นพฤติกรรมที่ผู้เรียนพยายามฝึกตามแบบที่ตนสนใจ และพยายามทำซ้ำ เพื่อที่จะให้เกิดทักษะตามแบบที่ตนสนใจให้ได้ หรือสามารถปฏิบัติงานได้ตามข้อแนะนำ

3) การหาความถูกต้อง พฤติกรรมสามารถปฏิบัติได้ด้วยตนเอง โดยไม่ต้องอาศัยเครื่องชี้แนะ เมื่อได้กระทำซ้ำแล้ว ก็พยายามหาความถูกต้องในการปฏิบัติ

4) การกระทำอย่างต่อเนื่อง หลังจากตัดสินใจเลือกรูปแบบที่เป็นของตนเอง จะกระทำตามรูปแบบนั้นอย่างต่อเนื่อง จนปฏิบัติงานที่ย่างยากซับซ้อนได้อย่างรวดเร็วถูกต้องคล่องแคล่ว การที่ผู้เรียนเกิดทักษะได้ต้องอาศัยการฝึกฝน และกระทำอย่างสม่ำเสมอ

5) การกระทำได้อย่างเป็นธรรมชาติ พฤติกรรมที่ได้จากการฝึกอย่างต่อเนื่องจนสามารถปฏิบัติได้คล่องแคล่วว่องไวโดยอัตโนมัติ เป็นไปอย่างธรรมชาติ ซึ่งถือเป็นความสามารถของการปฏิบัติในระดับสูง

2.3.4 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ เจตคติ และการปฏิบัติ

ประภาเพ็ญ (2537) ได้กล่าวว่า ความรู้อย่างเดียวไม่ได้เป็นข้อยืนยันว่าคุณคนจะปฏิบัติตามสิ่งที่ตนเองรู้เสมอไป เจตคติเป็นตัวเชื่อมระหว่างความรู้ที่ได้รับกับการกระทำ หรือการปฏิบัติ

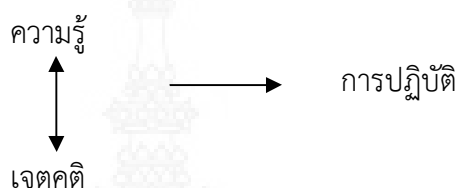
ศิริยญา (2543) ได้กล่าวว่า ความรู้ เจตคติ และการปฏิบัติมีความสัมพันธ์กันเป็นการเสริมสร้างความรู้ก็จะช่วย เสริมสร้างการปฏิบัติด้วยไม่ว่าจะทางตรง หรือทางอ้อม สำหรับทางอ้อมมีเจตคติเป็นตัวกลางทำให้การปฏิบัติตามมาได้

นิภา (2531) ได้เสนอความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ เจตคติ และการปฏิบัติ ไว้ดังนี้

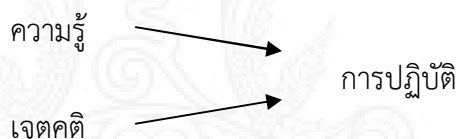
- ความรู้มีความสัมพันธ์กับเจตคติมีผลทำให้เกิดการปฏิบัติ



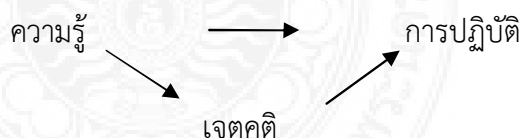
- ความรู้ และเจตคติมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันทำให้เกิดการปฏิบัติตามมา



- ความรู้ และเจตคติต่างก็ทำให้เกิดพฤติกรรมได้โดยที่ความรู้ และเจตคติไม่จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์กัน



- ความรู้มีผลต่อพฤติกรรมทั้งทางตรง และทางอ้อม สำหรับทางอ้อมมีเจตคติเป็นตัวกลางทำให้เกิดการปฏิบัติตามมา



2.3.5 พฤติกรรมการบริโภคอาหารของวัยรุ่น

ชมรมโภชนาการเด็กแห่งประเทศไทย (2556) รายงานว่า วัยรุ่นเป็นช่วงวัยที่มีความซับซ้อน และ มีการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ตั้งแต่การเจริญเติบโตทางร่างกาย และ พัฒนาการทางด้านจิตใจ และ สังคม นำไปสู่การมีพฤติกรรมเสี่ยงต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดปัญหา ทั้งทางตรง และ ทางอ้อมต่อตัววัยรุ่นเองรวมถึงครอบครัว สังคม และ ประเทศชาติ นอกจากนี้ในช่วงวัยรุ่น การพัฒนาการของสมองยังมีการพัฒนาในด้านความคิด จิตสำนึกตลอดช่วงวัยรุ่น ซึ่งเป็นส่วนที่ทำให้เกิดการขาดความสามารถในการควบคุมตัวเอง การตัดสินใจในการแก้ไขปัญหา การควบคุมอารมณ์ไม่สมบูรณ์ จนกว่าจะเข้าสู่วัยผู้ใหญ่

เพื่อน และ สังคมเป็นปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมทั้งในด้านบวก และ ด้านลบ ครอบครัว และ โรงเรียนเป็นส่วนส่งเสริม หรือให้การสนับสนุนพฤติกรรมเชิงบวก ดังนั้น พฤติกรรมการบริโภคในวัยรุ่นที่มีความเสี่ยง จึงเป็นสิ่งที่ควรศึกษาเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหา และการให้คำแนะนำล่วงหน้า เพื่อป้องกันมิให้เกิดความเสี่ยงต่อสุขภาพกาย และสุขภาพใจ

การตรวจคัดกรองหาพฤติกรรมเสี่ยงด้านการบริโภคอาหารในวัยรุ่น สามารถประเมิน ได้จากการสัมภาษณ์ โดยใช้แนวทางการประเมินทางด้านจิตใจ และสังคม (HEEADSSS interview) ซึ่งย่อมาจาก

- H : Home ครอบครัว บ้าน และ สิ่งแวดล้อม
- E : Education/Employment การศึกษา/การทำงาน
- E : Eating พฤติกรรมการกิน
- A : Activities and friends กิจกรรมต่าง ๆ และ เพื่อน ๆ
- D : Drugs การใช้สารเสพติด เหล้า บุหรี่
- S : Sexuality เรื่องเพศ
- S : Suicide ปัญหาทางอารมณ์
- S : Safety ความปลอดภัย

จากแนวทางข้างต้น บุคลากรทางการแพทย์สามารถประเมินพฤติกรรมการบริโภคใน วัยรุ่น ผ่านการสัมภาษณ์ในลักษณะนี้ คำถามที่ควรใช้เพื่อประเมินตามหลักโภชนาการ เป็นต้น รวมถึง ความวิตกกังวลเรื่องน้ำหนักตัว ความพึงพอใจ และ การมองรูปลักษณ์ตนเอง และ พฤติกรรมการใช้ สารเสพติด ซึ่งพฤติกรรมการบริโภคที่ไม่ถูกต้อง ล้วนเป็นที่มาของปัญหาสุขภาพที่พบบ่อยในวัยรุ่น เช่น ภาวะเลือดจาง โรคอ้วน ความผิดปกติด้านการกิน (Eating disorders) เป็นต้น

พฤติกรรมการบริโภคที่พบได้ในวัยรุ่น คือ

2.3.5.1 พฤติกรรมการรับประทานอาหารไม่ถูกสุขลักษณะ (Unhealthy eating behaviors) เช่น การไม่รับประทานอาหารเช้า การรับประทานอาหารไม่ครบ 5 หมู่ การบริโภคอาหาร หรือขนมขบเคี้ยวที่มีพลังงานสูง อาหารฟาสต์ฟู้ด หรือ อาหารจานด่วน (fast food) การดื่มเครื่องดื่ม น้ำตาลสูง ชา กาแฟ เครื่องดื่มชูกำลัง อาหารเสริม เป็นต้น

2.3.5.2 พฤติกรรมการลดน้ำหนัก และการอดอาหาร (Weight loss and dieting behaviors) วัยรุ่นส่วนใหญ่มักมีพฤติกรรมควบคุมการบริโภคอาหาร เพื่อให้มีรูปร่างที่ดี วัยรุ่นบางคนอาจ ควบคุมการบริโภคอาหารมาก จนเกิดภาวะผิดปกติของการกินอาหาร

2.3.5.3 พฤติกรรมการใช้สารเสพติด (Substance use behaviors) เช่น สูบบุหรี่ ดื่มเหล้า ใช้ยาเสพติดต่าง ๆ เป็นต้น

นอกจากนี้ ออบเชย (2557) ยังได้กล่าวไว้ว่า ในวัยรุ่น ร่างกายมีการเจริญเติบโตขึ้น อย่างรวดเร็ว มีกิจกรรมต่าง ๆ มากขึ้น มีการไม่สมดุลของกระบวนการเผาผลาญในร่างกาย อันเนื่องมาจากการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของอวัยวะต่าง ๆ นอกจากนี้ วัยรุ่นชอบความเป็นอิสระ และ ตัดสินใจด้วยตนเองมักมีความกดดันทางอารมณ์จากการเรียน ความสัมพันธ์ในครอบครัว ยิ่งใน ปัจจุบันอิทธิพลของการโฆษณาที่มีบทบาทต่อเด็กวัยรุ่นเป็นอย่างมากสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนมีผลต่อ พฤติกรรมการบริโภคทั้งสิ้นพฤติกรรมการบริโภคดังกล่าวนี้ ได้แก่ 1) บริโภคตามกระแสนิยม อาหาร

ที่เป็นที่นิยมกันมากในกลุ่มวัยรุ่นในขณะนี้ ได้แก่อาหารฟาสต์ฟู้ด มีการสำรวจกลุ่มคนที่ใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด พบว่า กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา อายุ 15 - 20 ปี และ อายุ 21 - 25 ปี เข้าร้านอาหารประเภทนี้ถึงร้อยละ 52 และ 58 ตามลำดับ และนิยมเข้าร้านประเภทขนมโดนัทมากที่สุด รองลงมา คือ ร้านอาหารที่มีไก่ทอด แฮมเบอร์เกอร์ สเต็ก พิซซ่า ซึ่งอาหารประเภทนี้มีส่วนประกอบหลักเป็นแป้ง ไขมัน น้ำตาลเป็นส่วนใหญ่ นอกจากนี้ ไขมันที่ทอดอาหารเหล่านี้โดยมากได้จากการตัดขึ้นเนื้อปมน้ำมันมาสกัดน้ำมัน ทำเป็นไขสัตว์ ไขมันดังกล่าวนับเป็นอันตรายร้ายแรง เนื่องจากไขมันอิ่มตัวเป็นสารที่ไปกระตุ้นร่างกายให้ผลิตโคเลสเตอรอล ทั้งยังลดความสามารถในการกำจัดโคเลสเตอรอล จากพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทนี้ แสดงให้เห็นว่าเด็กวัยรุ่นไทยมีความเสี่ยงต่ออันตรายที่จะทำลายสุขภาพมากขึ้นทุกวัน 2) งดยอาหารบางมื้อ กินอาหารไม่เป็นเวลา เด็กวัยรุ่นมักงดอาหารมื้อเช้า ซึ่งอาจเนื่องมาจากหลายสาเหตุด้วยกัน เด็กวัยรุ่นบางคนตื่นสายเนื่องจากนอนดึก ทำให้ไม่ได้กินอาหารเช้า มักจะรวมไปกินเป็นมื้อเดียวในมื้อกลางวัน การกินอาหารนั้นแต่ละมื้อคงจะกินทดแทนกันไม่ได้เหมือนกับการทำงาน มื้อไหนที่ไม่ได้กิน มื้อนั้นร่างกายก็ไม่ได้รับสารอาหาร เด็กวัยรุ่นหญิงบางคนงดอาหารเช้าเพราะกลัวอ้วน ซึ่งถ้าปฏิบัติเป็นประจำจะทำให้เกิดภาวะบกพร่องทางโภชนาการได้ นอกจากนี้เด็กวัยรุ่นยังกินอาหารไม่เป็นเวลาตามมื้ออาหาร มักกินอาหารตามใจตัวเอง เมื่อมีอาหารไม่ถูกใจก็อาจไม่กิน หันไปกินอาหารที่ถูกใจแต่ไม่มีประโยชน์แทน

นอกจากนี้ อาหารฟาสต์ฟู้ดยังเป็นที่นิยมในวัยรุ่นมากขึ้นทุกทีแล้ว อาหารสำเร็จรูป และ อาหารประเภทจิ้งพุดก็เข้ามาเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคของวัยรุ่นไทยค่อนข้างมาก และรวดเร็ว อาหารจิ้งพุด ได้แก่อาหารใส่ถุงสวยงาม สะดวกในการซื้อ และหยิบรับประทานได้ทันที มักเป็นของทอด เช่น มันฝรั่งทอด ช่างโปดอบเนย โดนัท และอาหารอื่น ๆ เด็กชอบเพราะติดในรสชาติที่มีการเติมผงชูรส น้ำตาล และ เกลือ เมื่อเด็กกินมาก ๆ ก็ทำให้เด็กไม่หิว ไม่อยากกินอาหารมื้อหลักจากการที่อาหารจิ้งพุดส่วนใหญ่เป็นไขมัน และ คาร์โบไฮเดรต จึงไม่สามารถตอบสนองความต้องการอาหารพื้นฐานทั้งหมดของร่างกายได้ สำหรับอาหารกึ่งสำเร็จรูปพวกบะหมี่ ส่วนผสมส่วนใหญ่เป็นแป้ง สาลีผสมกับผงชูรส และใส่สารกันหืนลงไปแล้วนำมาทอด และบรรจุถุง มักมีเครื่องปรุงในถุงพลาสติกเล็ก ๆ แยกต่างหาก

นอกจากอาหารฟาสต์ฟู้ด อาหารจิ้งพุด และอาหารสำเร็จรูปแล้ว วัยรุ่นในปัจจุบันนิยมดื่มชาเขียวกันมาก ค่านิยมการดื่มชาเขียวของวัยรุ่นมาจากการเลียนพฤติกรรมของวัยรุ่นญี่ปุ่น โดยไม่รู้ถึงประโยชน์ และโภชนาการ ที่แท้จริงของชาเขียว กระแสความนิยมของชาเขียวมีความรุนแรงเพิ่มขึ้นเมื่อมีการเผยแพร่ข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ออกมามากมายตามสื่อต่าง ๆ ที่มีส่วนผสมของชาเขียวนอกเหนือจากรูปแบบของเครื่องดื่มชาแท้ ๆ ออกมาสู่ท้องตลาดจำนวนมาก เช่น น้ำเก๊กฮวยชาเขียวนมผสมชาเขียว ไอศกรีมชาเขียวหมักฝรั่งเศสชาเขียว เป็นต้น ชาเขียวมีสารโพลีฟีนอล (Polyphenols) อยู่มากจะยับยั้งการดูดซึมวิตามินบีหนึ่ง และ ธาตุเหล็กจากทางเดินอาหาร นอกจากการดื่มชาเขียวแล้ว วัยรุ่นยังสนใจกับการดื่มกาแฟที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน ดังจะเห็นได้จากผลิตภัณฑ์กาแฟบรรจุกระป๋องที่วางจำหน่ายมากมายหลายยี่ห้อ การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ซึ่งพยายามสร้างแรงจูงใจให้วัยรุ่นเข้าใจว่า เป็นเครื่องดื่มที่สามารถผูกใจเพื่อนชายหญิงวัยรุ่นได้ การดื่มกาแฟจะทำให้ร่างกายได้รับสารคาเฟอีน ซึ่งคาเฟอีนเป็นสารที่มีฤทธิ์ต่อร่างกายหลายประการ เช่น กระตุ้นการไหลเวียนของโลหิตทำให้โลหิตไปเลี้ยงสมองมากขึ้น กระตุ้นประสาทส่วนกลาง ทำให้รู้สึกตื่นตัวไม่

ง่วงนอน กระตุ้นการหลั่งของกรดเกลือในกระเพาะอาหาร มีฤทธิ์เป็นยาขับปัสสาวะอย่างอ่อนเป็นผล ทำให้มีการขับถ่ายแคลเซียมออกจากร่างกายเพิ่มมากขึ้น วัยรุ่นเป็นวัยที่ต้องการแคลเซียมในปริมาณสูงเพื่อนำไปสร้างกระดูก เป็นวัยที่ร่างกายยังมีการเจริญเติบโตด้านความสูง การดื่มเครื่องดื่มที่มีคาเฟอีนในปริมาณมากเป็นประจำอาจเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการเสริมสร้างความสูง

2.3.6 สถานการณ์ของปัญหาการบริโภคอาหารในวัยรุ่น

ภายในระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา อุบัติการณ์โรคอ้วนในวัยรุ่นเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน ความชุกของภาวะน้ำหนักเกิน และ อ้วนพบถึงร้อยละ 12.6 ในวัยรุ่นอายุ 12 - 18 ปี ภาวะเลือดจางในวัยรุ่นพบมากเช่นกัน โดยพบความชุกของภาวะเลือดจางในวัยรุ่นไทยอายุ 15 - 17 ปีที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดเป็นร้อยละ 24.35 ส่วนโรค anorexia nervosa ก็พบอุบัติการณ์มากขึ้นชัดเจน ถึงแม้ไม่พบรายงานทางสถิติ แต่จากคลินิกวัยรุ่นที่โรงพยาบาลศิริราช ในปี พ.ศ. 2555 พบผู้ป่วยอย่างน้อย 2 รายที่ต้องรับการรักษาตัวในโรงพยาบาลด้วยโรคดังกล่าว

จากปัญหาที่พบข้างต้นนำไปสู่แนวทางการคัดกรอง เพื่อหาสาเหตุ และการป้องกัน เพื่อลดอุบัติการณ์ภาวะหรือโรคดังกล่าว โดยแยกตามพฤติกรรมกรรมการบริโภค(ชมรมโภชนาการเด็กแห่งประเทศไทย, 2556)

2.3.7 แนวทางการให้คำแนะนำเรื่องพฤติกรรมกรรมการบริโภคแก่วัยรุ่น

ชมรมโภชนาการเด็กแห่งประเทศไทย (2556) ได้กล่าวไว้ว่า แนวทางการให้คำแนะนำเรื่องพฤติกรรมกรรมการบริโภคแก่วัยรุ่น ควรประกอบด้วย ดังนี้

2.3.7.1 ควรแนะนำวัยรุ่นให้รับประทานอาหารครบทุกมื้อ รับประทานอาหารให้ครบ 5 หมู่ หลีกเลี่ยงอาหารที่มีพลังงานสูงแต่คุณค่าทางโภชนาการต่ำ อาหารฟาสต์ฟู้ด เครื่องดื่มผสมน้ำตาล และ เครื่องดื่มบำรุงกำลัง

2.3.7.2 ควรให้ความรู้เรื่องการลดน้ำหนัก และการควบคุมอาหารอย่างถูกสุขลักษณะ ไม่แนะนำยาลดความอ้วนโดยไม่จำเป็น ไม่แนะนำให้ใช้ผลิตภัณฑ์ควบคุมน้ำหนักที่ไม่ผ่านการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และ อาหารเสริมที่ไม่มีงานวิจัยที่รับรองประสิทธิผล

2.3.7.3 อธิบายถึงผลกระทบต่อสุขภาพอันเกิดจากการบริโภคอาหารที่ไม่ถูกสุขลักษณะ รวมถึงพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่เสี่ยงต่อการเกิดโรค พฤติกรรมการใช้สารเสพติด

2.3.7.4 สร้างความตระหนักคุณค่าแห่งตน เพื่อลดอิทธิพลจากการชักจูงจากเพื่อน สิ่งแวดล้อม และ สื่อต่าง ๆ ส่งเสริมให้วัยรุ่นมีวิจารณญาณในการคิดวิเคราะห์ผลกระทบ ทั้งทางตรงและ ทางอ้อมจากโฆษณาชวนเชื่อต่าง ๆ ส่งเสริมให้วัยรุ่นศึกษาหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอาหาร เครื่องดื่ม และ ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่สนใจ หรือปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ

2.3.8 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว

ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารมีอยู่หลายด้าน สามารถแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ และปัจจัยด้านจิตวิทยา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.3.8.1 ด้านปัจจัยส่วนบุคคล มนุษย์ทุกคนย่อมมีลักษณะที่แตกต่างกันไป ไม่ว่าจะเป็นเพศ อายุ รายได้ อาชีพ และรูปแบบการดำเนินชีวิต

1) เพศ ผู้หญิง และผู้ชายมีการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย และมีสรีระวิทยาที่แตกต่างกันออกไป โดยผู้ชายจะมีการสะสมกล้ามเนื้อมากกว่าผู้หญิง จึงเป็นสาเหตุให้ผู้ชายมีความต้องการโปรตีนมากกว่า ส่วนผู้หญิงจะมีการสะสมของไขมันมากขึ้นทำให้บางคนรู้สึกตัวเองอ้วน จะงดอาหารบางมื้อและเปลี่ยนนิสัยการบริโภคของตนเองเพื่อหวังที่จะลดความอ้วน (อบเชย, 2557)

2) รายได้ของนักเรียน รายได้เป็นตัวชี้ระดับความสามารถในการใช้จ่าย ครอบครัวที่มีรายได้น้อยมาก มีผลต่ออาหารที่บริโภคคือไม่เพียงพอกับความต้องการของร่างกาย ถ้าหากมีรายได้เพิ่มขึ้นจะสามารถปรับปรุงในเรื่องคุณภาพอาหาร และหากมีรายได้มากขึ้นอีกค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอาหารจะคงอยู่ตามเดิม หรือมากกว่าเดิมเล็กน้อย (วิณาและสง่า, 2549)

3) อิทธิพลทางการศึกษา ความรู้เกี่ยวกับสารอาหาร และปริมาณที่ร่างกายต้องการมีผลต่อความพึงพอใจในอาหาร ซึ่งมีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจเลือกบริโภค ความรู้เรื่องคุณค่าอาหารอาจเป็นเหตุผลสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อ การที่บุคคลนิยมบริโภคอาหารเพราะรู้คุณค่าของอาหารนั้นแสดงให้เห็นความสำคัญของการให้ความรู้ทางโภชนาการแก่ประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวัยเด็กอันเป็นวัยที่ควรปูพื้นฐานนิสัยการบริโภคอาหารที่ดี

4) อายุ กลุ่มผู้บริโภคแต่ละวัยจะมีพฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างกัน เด็กเล็ก วัยรุ่น และวัยผู้ใหญ่จะรับประทานอาหารได้มากน้อยต่างกัน ชนิดของอาหารที่ชอบ และต้องการแตกต่างกัน ซึ่งเด็กวัยรุ่นกำลังเจริญเติบโตจะเจริญอาหาร หิวเร็ว และบ่อยกว่าผู้ใหญ่

ประโยชน์ (2537) กล่าวว่า เด็กกำลังเจริญเติบโตควรกินอาหารจำพวกที่มีโปรตีนสูง ส่วนวัยเจริญพันธุ์ ควรกินอาหารที่มีแป้ง น้ำตาลถ้าต้องการทำงานหนัก

2.3.8.2 ปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วยปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการอยู่ร่วมกันในสังคม เช่น กลุ่มเพื่อน ครอบครัว บทบาท และสถานะกลุ่มเพื่อนถือว่ามีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของวัยรุ่น เพราะถือเป็นปัจจัยโน้มน้าวที่อาจนำไปสู่การมีทัศนคติที่ดีต่ออาหารชนิดใดชนิดหนึ่ง และมีผลต่อการตัดสินใจเลือกอาหารชนิดนั้น เช่น การชักชวนของเพื่อนให้เลือกบริโภคอาหารฟาส์ฟูด เพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่ทันสมัย นอกจากนี้บุคคลในครอบครัวมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร เพราะครอบครัวมีส่วนสำคัญในการถ่ายทอดสิ่งต่าง ๆ ให้แก่เด็ก รวมถึงมีอิทธิพลต่อทัศนคติ และความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคล (ศิริวรรณและคณะ, 2552) รวมถึงเพื่อน และครอบครัวเป็นกลุ่มที่สามารถช่วยเหลือแนะนำคุณภาพสินค้า โดยเฉพาะบิดา มารดา จะเป็นบุคคลแรกที่ผู้บริโภคจะขอคำปรึกษา (ปริญ, 2536) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ลักษณะของสังคมชนบท และสังคมเมืองไทยในชนบทของไทยโดยทั่วไปเป็นสังคมแบบเครือญาติ มีลักษณะครอบครัว คือครอบครัวหนึ่งๆ จะประกอบไปด้วย พ่อ แม่ ลูกหลานอยู่รวมกันเป็นสมาชิกครอบครัว พ่อ แม่ เป็นศูนย์กลางของครอบครัว สมาชิกในครอบครัวจะมีการแบ่งงานกันทำ หมู่บ้านมีขนาดเล็ก และกระจัดกระจาย ชาวบ้านชนบทส่วนใหญ่มีการศึกษาน้อย ในการทำอะไรก็มักจะมีการเลียนแบบกัน และไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงอะไรง่าย ๆ ซึ่งโดยทั่วไปสังคมชนบทมักจะเอื้อเฟื้อ มีอะไรจะแลกเปลี่ยนกัน

2) ด้านเศรษฐกิจ และสังคมของครอบครัวได้มีการพิจารณาในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องดังนี้

2.1) รายได้ของครอบครัว ฐานะทางเศรษฐกิจหรือรายได้ รายจ่าย ภายในครอบครัวมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อและการบริโภคอาหารในครอบครัว และมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของบุคคลด้วย

2.2) อาชีพของบิดา มารดา เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อนิสัย การกิน

2.3) ระดับการศึกษาของบิดา มารดา กล่าวคือ ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการบริโภค ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อค่านิยม ความเชื่อ รวมถึงทัศนคติของแต่ละบุคคล ความรู้เรื่องคุณค่าอาหาร เป็นเหตุผลหนึ่งที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อหรือเลือกที่จะบริโภค การที่บุคคลใดเลือกบริโภคอาหาร เพราะรู้เห็นถึงความสำคัญของความรู้ทางโภชนาการ การศึกษาของบิดา มารดามีความสำคัญต่อการบริโภคอาหารของครอบครัว จากการศึกษาของ (นเรศ, 2539) พบว่า มารดาที่ได้รับสอนโภชนาการ มีพฤติกรรมการให้อาหารแก่เด็กก่อนวัยเรียนดีกว่ามารดาที่ไม่ได้รับการสอน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าถ้าหากบิดา มารดา มีความรู้เรื่องอาหาร สามารถเลือกบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย หลีกเลี่ยงอาหารที่ไม่มีประโยชน์ และจัดอาหารให้คนในครอบครัวได้อย่างมีคุณภาพ แต่หากบิดา มารดา ไม่มีความรู้ในเรื่องอาหารหรือเรื่องโภชนาการ นิสัยการบริโภคอาหารของครอบครัวมีคุณภาพด้อยลงด้วย

3) ขนาดของครอบครัว หรือจำนวนสมาชิกของคนที่อยู่ในครอบครัว ก็มีผลกระทบต่อปริมาณ และคุณภาพของอาหารที่คนในครอบครัวนั้นกิน ครอบครัวใหญ่มีสมาชิกในครอบครัวหลายคน ค่าใช้จ่ายเรื่องอาหารจะสูง แต่ถ้าคิดเป็นค่าใช้จ่ายต่อคนจะน้อย ยิ่งถ้ารายได้คงที่ แต่ขนาดครอบครัวใหญ่ขึ้นคือมีสมาชิกมากขึ้น ปริมาณ และคุณภาพของอาหารที่คนในครอบครัวนั้นกินจะด้อยลง ดังนั้น ขนาดของครอบครัวจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งต่อการได้รับอาหารของสมาชิกในครอบครัว (วศิณา, 2532)

2.3.8.3 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

1) ระบบเศรษฐกิจ ประเทศไทยได้ตื่นตัวในการพัฒนาโดยการดำเนินการ แผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ที่มีกำหนดระยะเวลาแผนละ 5 ปี เป็นตัวนำทิศทางในการพัฒนาประเทศ และในช่วง 3 ทศวรรษที่ผ่านมาได้ส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจ และสังคมไทยเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม จากสังคมเกษตรกรรมที่ผลิตเพื่อบริโภค และจำหน่ายเพื่อให้ได้รายได้เลี้ยงตัวเอง ไปเป็นระบบเกษตรกรรมเพื่อระบบการส่งออก นำรายได้เข้าประเทศ ทำให้ประเทศไทยนำระบบอุตสาหกรรมตะวันตกมาใช้ และเปลี่ยนสังคมเกษตรกรรมไปสู่สังคมอุตสาหกรรมมากขึ้น การพัฒนาระบบเศรษฐกิจ นำไปสู่พฤติกรรมการบริโภคอาหารที่เปลี่ยนไป เนื่องจากการขยายตัวทางอุตสาหกรรมทำให้มีการจ้างงานมากขึ้น ประชาชนมีรายได้ต่อหัวมากขึ้น

2) ระบบการตลาด และราคาของอาหาร ระบบเศรษฐกิจของไทยเป็นแบบ การค้าเสรี สินค้าด้านอาหารซึ่งประเทศไทยเป็นผู้ผลิต ก็สามารถส่งสินค้าทั้งสด และแปรรูปออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ และยังมี การนำเข้าสินค้าที่เป็นอาหาร และผลิตภัณฑ์แปรรูป เข้ามาจำหน่าย เพื่อให้เลือกบริโภค นอกจากนี้ยังมีระบบการตลาดด้านอาหาร แต่เดิมผู้ที่อยู่ใกล้แหล่งผลิตอาหารจะมีโอกาสได้บริโภคอาหารที่ราคาถูก และได้อาหารที่มีคุณค่าเนื่องจากความสดใหม่แต่ปัจจุบัน ผู้ผลิต ต้องการรายได้ที่สูงกว่า ทำให้อาหารบางชนิดถูกส่งไปจำหน่ายที่อื่นที่ขายได้ราคาดีกว่าในแหล่งผลิต ทำให้คนท้องถิ่นนั้นไม่มีโอกาสบริโภคได้

2.3.8.4 ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา เป็นปัจจัยด้านจิตใจที่มีผลต่อการตัดสินใจของมนุษย์ เช่น การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อ ทศนคติ และบุคลิกภาพ ลักษณะความต้องการในการตอบสนองในเรื่องเดียวกัน แต่สภาพจิตใจไม่เหมือนกันมีผลต่อพฤติกรรมการแสดงออก เช่น บางคนบริโภคอาหารรถเข็นริมบาทวิถีได้ แต่บางคนต้องบริโภคอาหารในโรงแรม (นันทยง, 2549) มีรายละเอียดดังนี้

1) การจูงใจ (Motivation) หมายถึง พลังสิ่งกระตุ้นที่อยู่ภายในตัวบุคคล ซึ่งสิ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติ การจูงใจภายในตัวบุคคล แต่อาจจะถูกกระทบจากปัจจัยภายนอก เช่น วัฒนธรรม ชั้นทางสังคม หรือสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดใช้เป็นเครื่องมือการตลาดเพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการพฤติกรรมมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีแรงจูงใจ ซึ่งหมายถึง ความต้องการที่ได้รับการกระตุ้นจากภายในตัวบุคคลที่ต้องการแสวงหาความพอใจด้วยพฤติกรรมที่มีเป้าหมาย นักการตลาดต้องศึกษาถึงแรงจูงใจที่เกิดขึ้นภายในตัวมนุษย์ ซึ่งถือว่าเป็นความต้องการของมนุษย์อันประกอบด้วย ความต้องการทางร่างกาย และความต้องการทางด้านจิตวิทยาต่าง ๆ ความต้องการเหล่านี้ทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะหาสินค้ามาบำบัดความต้องการของตน

2) การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลได้รับการเลือกสรรจัดระเบียบและตีความหมายข้อมูลเพื่อที่จะสร้างภาพที่มีความหมาย หรือหมายถึงกระบวนการของความเข้าใจของบุคคลที่มีต่อโลกที่เข้าอาศัยอยู่ จากความหมายนี้ จะเห็นว่าการรับรู้เป็นกระบวนการของบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน เช่น ความเชื่อ ประสบการณ์ ความต้องการ และอารมณ์ และยังขึ้นกับลักษณะปัจจัยภายนอก คือ สิ่งกระตุ้น การรับรู้จะพิจารณาเป็นกระบวนการกลั่นกรองการรับรู้จะแสดงถึงความรู้สึกจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การได้เห็น ได้กลิ่น ได้ชิม ได้รสชาติ และได้รับความรู้สึก

3) การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรม และ (หรือ) ความโน้มเอียงของพฤติกรรมจากประสบการณ์ที่ผ่านมา การเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้นจะเกิดการตอบสนอง ซึ่งก็คือทฤษฎี สิ่งกระตุ้น และการตอบสนอง นักการตลาดได้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีนี้ด้วยการโฆษณาซ้ำแล้วซ้ำอีก หรือจัดการส่งเสริมการขาย เพื่อทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อและใช้สินค้าเป็นประจำ

4) ความเชื่อถือ (Belief) เป็นความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต

5) ทศนคติ (Attitude) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งมีอิทธิพลต่อความเชื่อ ในขณะที่เดียวกันความเชื่อก็มีอิทธิพลต่อทศนคติ จากการศึกษาว่าทศนคติของผู้บริโภคกับการตัดสินใจซื้อ จะมีความสัมพันธ์กัน นักการตลาดจึงต้องศึกษาว่าทศนคตินั้นเกิดขึ้นมาได้อย่างไร และเปลี่ยนแปลงอย่างไร การเกิดทศนคตินั้น เกิดจากข้อมูลที่แต่ละบุคคลได้รับ ถ้านักการตลาดต้องการให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าของเขา นักการตลาดมีทางเลือกคือ 1) สร้างทศนคติของผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสินค้าของธุรกิจ 2) พิจารณาทศนคติของผู้บริโภคเป็นอย่างไร แล้วจึงพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับทศนคติ ซึ่งจะทำให้ได้ง่ายกว่าการเปลี่ยนแปลงทศนคติของผู้บริโภค

6) บุคลิกภาพ (Personality) เป็นรูปแบบลักษณะของบุคคลที่จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรม การตอบสนอง หรืออาจหมายถึง ลักษณะด้านจิตวิทยาที่มีลักษณะแตกต่างของบุคคล ซึ่งนำไปสู่การตอบสนองที่สม่ำเสมอ และมีปฏิกิริยาต่อสิ่งกระตุ้น

7) แนวคิดของตนเอง (Self Concept) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเอง หรือความคิดที่บุคคลคิดว่าบุคคลอื่นมีความคิดเห็นอย่างไรต่อตน

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปิยฉัตร (2550) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของเด็กวัยเรียนในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างเป็นเด็กนักเรียนชั้น ประถมศึกษาปีที่ 4 – 6 ที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบ หลายขั้นตอน (Multistage Sampling) จำนวนทั้งสิ้น 120 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ฐานนิยมและการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า t - test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงเท่ากัน ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 11 –12 ปี ร้อยละ 52.5 กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 42.5 ได้รับค่าใช้จ่ายจาก ผู้ปกครอง 31 - 50 บาท ใช้จ่ายเพื่อซื้อขนมขบเคี้ยวน้อยกว่าวันละ 10 บาท กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 89.2 ชอบบริโภคขนมขบเคี้ยวในเวลา กลางวัน โดยร้อยละ 87.5 ชอบบริโภคขนมขบเคี้ยวในระหว่างดูโทรทัศน์ และ ร้อยละ 88.3 นิยมบริโภคขนมขบเคี้ยวในระยะเวลาหลังอาหารมื้อหลัก สถานที่ซื้อขนมขเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 70 ซื้อจากโรงอาหารของโรงเรียน และร้านสะดวกซื้อ โดยขนมขเคี้ยวประเภทมันฝรั่งเป็นขนมขเคี้ยวที่กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 27.4 บริโภคทุกวันมากที่สุด ส่วนขนมขเคี้ยวประเภทถั่วเป็นขนมขเคี้ยวที่กลุ่มตัวอย่างไม่นิยมบริโภคมากที่สุด ร้อยละ 29.2 ซึ่งส่วนใหญ่ ร้อยละ 94.2 รับรู้ผลิตภัณฑ์ขนมขเคี้ยวจากโฆษณาทางโทรทัศน์ ร้อยละ 90.8 มีความเข้าใจที่ถูกต้องในเรื่องของการบริโภคขนมขเคี้ยวมากเกินไปอาจก่อให้เกิดโรคอ้วน แต่ไม่มีความรู้ว่าการบริโภคขนมขเคี้ยวมากเกินไปอาจทำให้ร่างกายได้รับสารอาหารที่เป็นประโยชน์จากอาหารมื้อหลักลดลง ร้อยละ 26.7 ส่วนสิ่งที่เป็นแรงจูงใจในการตัดสินใจบริโภคขนมขเคี้ยวมากที่สุด คือ หาซื้อได้ง่ายร้อยละ 41.7 และมีรสชาติอร่อยถูกปาก ร้อยละ 35.8 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 60 มีระดับทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคขนมขเคี้ยวที่ดีในเชิงบวก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 33.3 มีความเห็นด้วยว่าการบริโภคขนมขเคี้ยวขณะดูรายการโทรทัศน์ช่วยทำให้เกิดความ เพลิดเพลินมากขึ้น ส่วนทัศนคติเชิงลบเห็นด้วยอย่างยิ่งมากที่สุด ร้อยละ 44.2 ว่าการบริโภคขนมขเคี้ยว บ่อยครั้งทำให้สิ้นเปลืองค่าใช้จ่าย โดยส่วนใหญ่มีความต้องการบริโภคขนมขเคี้ยวเพราะมีรสชาติอร่อย ร้อยละ 86.7 มีการพัฒนารสชาติใหม่ ๆ อยู่เสมอ ร้อยละ 75.8 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า แรงจูงใจ รายได้ การรับรู้ ความรู้ความเข้าใจ ทัศนคติ และความต้องการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคขนมขเคี้ยวของเด็กวัยเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จุฑารัตน์ (2554) ได้ศึกษาเรื่องโฆษณาขนมขเคี้ยวทางสื่อโทรทัศน์ที่มีผลต่อการรับรู้ และการตัดสินใจเลือกบริโภคของเด็กในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาค้นคว้ามีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโฆษณาขนมขเคี้ยวที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ของเด็กในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับ และการรับรู้สื่อ

โฆษณาขนมขบเคี้ยวที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคขนมขบเคี้ยวของเด็กในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งศึกษาผลกระทบที่เกิดจากการตัดสินใจเลือกบริโภคขนมขบเคี้ยวของเด็กในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นเด็กที่มีอายุระหว่าง 12 – 15 ปี ศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นปีที่ 1 – 3 ในโรงเรียนรัฐบาล และโรงเรียนเอกชน จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า 1) เด็กส่วนใหญ่นิยมดูโทรทัศน์มากที่สุดในวันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์ – อาทิตย์) มีความถี่ในการเปิดดูโทรทัศน์ทุกวัน โดยใช้เวลาในการดูต่อวันประมาณ 3-4 ชั่วโมง ส่วนใหญ่ชอบติดตามดูรายการต่าง ๆ จากสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 2) ความสนใจในการชมโฆษณาขนมขบเคี้ยวระหว่างรายการโทรทัศน์ของเด็ก ส่วนใหญ่ไม่สนใจชมโฆษณาขนมขบเคี้ยวระหว่างรายการโทรทัศน์ เนื่องจากเปลี่ยนช่องไปดูรายการอื่นที่ไม่ใช่โฆษณา แต่ส่วนใหญ่เมื่อชมโฆษณาขนมขบเคี้ยวระหว่างรายการโทรทัศน์แล้ว สามารถจับใจความของโฆษณาได้ และสนใจอยากซื้อสินค้าที่เห็นจากโฆษณา 3) สำหรับผลกระทบของโฆษณาขนมขบเคี้ยวที่มีต่อเด็กในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านสุขภาพ พบว่า เมื่อชมโฆษณาขนมขบเคี้ยวทางโทรทัศน์ ทำให้อยากบริโภคขนมขบเคี้ยวมากขึ้น และส่งผลให้มีปัญหาเกี่ยวกับน้ำหนักตัวมากเกินไป ส่งผลให้มีปัญหาภายในช่องปาก (ฟันผุ) ด้านจิตใจ พบว่า เมื่อชมโฆษณาขนมขบเคี้ยวทางโทรทัศน์แล้ว โฆษณามีส่วนทำให้อยากเลือกซื้อขนมขบเคี้ยวนั้นมาลองบริโภค มีส่วนทำให้คิดว่าขนมอร่อยอย่างไรในโฆษณา และลองซื้อมาบริโภค ด้านสังคม พบว่า มีการแสดงเลียนแบบในโฆษณาขนมขบเคี้ยว เช่น พุดจาเลียนแบบในโฆษณา หรือทำท่ากระโดดม้วนตัว ตีลังกา แปลงร่าง ฯลฯ และคิดว่าค่าใช้จ่ายที่ได้รับหมดไปกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวต่าง ๆ และผู้ปกครองควรให้ค่าใช้จ่ายเพิ่มเพื่อนำไปซื้อขนมขบเคี้ยวต่าง ๆ เพิ่ม

จรรยา (2555) ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของวัยรุ่นจังหวัดนนทบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของวัยรุ่นจังหวัดนนทบุรี 2) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของวัยรุ่น ปัจจัยด้านครอบครัว และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของวัยรุ่น 3) แนวทางในการปรับปรุงพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดเพื่อสุขภาพที่ดีของวัยรุ่น การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงวิเคราะห์ภาคตัดขวาง กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 ในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 518 คน ที่ได้มาจากการสุ่มแบบหลายขั้นตอนเครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าไคกำลังสอง การทดสอบที และ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ผลการวิจัยพบว่า 1) วัยรุ่นมากกว่าครึ่งชอบบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด คิดเป็นร้อยละ 64.3 โดยภาพรวม พบว่า ส่วนใหญ่มีการปฏิบัติเกี่ยวกับการบริโภคในระดับกลาง คือ บริโภคเป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 79.8 2) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของวัยรุ่นจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ ปัจจัยส่วนบุคคลของวัยรุ่น ได้แก่ เงินค่าอาหารที่ได้รับ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด เจตคติเกี่ยวกับการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด ปัจจัยด้านครอบครัวที่มีความสัมพันธ์ ได้แก่ การบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของครอบครัว ลักษณะการดูแลของบุตร ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่มีความสัมพันธ์ ได้แก่ แหล่งความรู้เรื่องการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ สื่อบุคคล และพฤติกรรมด้านการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของเพื่อนสำหรับแหล่งความรู้จากโรงเรียนมีความสัมพันธ์ในทางตรงกันข้ามในระดับต่ำ 3) แนวทางการปรับปรุง

พฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดควรเน้นบทบาทของครอบครัว และ สร้างเสริมเจตคติที่ดีทางด้านสุขภาพ

จิตลารวรรณ และสุวลี (2555) ศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหาร และพฤติกรรมสุขภาพของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นที่มีภาวะโภชนาการเกิน โรงเรียนเลยพิทยาคม อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหาร และ พฤติกรรมสุขภาพของนักเรียนที่มีภาวะโภชนาการเกิน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 - 3 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2554 จำนวน 142 คน ผลการศึกษาพบว่า ความรู้ทางโภชนาการของนักเรียนอยู่ในระดับสูง ร้อยละ 73.94 ส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อการบริโภคอาหารระดับสูง ร้อยละ 71.83 ส่วนการบริโภคอาหาร 3 มื้อ ร้อยละ 92.25 โดยบริโภคอาหารมื้อกลางวันทุกคนที่โรงเรียน อาหารระหว่างมื้อที่บริโภคเป็นประจำ คือ ต้มนม ร้อยละ 47.89 ขนมกรุบกรอบ ร้อยละ 45.07 นอกจากการบริโภคระหว่างวันปกติ และ วันหยุดแตกต่างกัน ร้อยละ 59.86 โดยบริโภคอาหารในวันหยุดมากกว่าวันปกติร้อยละ 70.59 ด้านความถี่การบริโภคอาหาร เช่น ข้าวเจ้า ข้าวเหนียว และ ก๋วยเตี๋ยว/ขนมจีนเป็นประจำทุกวัน ร้อยละ 80.26 ร้อยละ 55.63 และร้อยละ 36.62 ตามลำดับ นมสด และนมเปรี้ยวทุกวัน ร้อยละ 55.63 และ ร้อยละ 28.87 ตามลำดับ อาหารทอดอาหารผัดเป็นประจำทุกวัน ร้อยละ 47.89 และ ร้อยละ 54.23 ผัก และ ผลไม้เป็นประจำทุกวัน ร้อยละ 57.75 และ ร้อยละ 53.52 ตามลำดับ ต้มน้ำผลไม้ น้ำผักเป็นประจำทุกวัน ร้อยละ 34.51 ส่วนใหญ่บริโภคของหวาน และ ไอศกรีม 1 - 2 ครั้งต่อสัปดาห์เท่ากัน ร้อยละ 31.69 นอกจากนี้ พบว่าบริโภคขนมขบเคี้ยวเป็นประจำทุกวัน ร้อยละ 45.07 แบบแผนอาหารที่บริโภคประจำวันในวันปกติ ส่วนใหญ่บริโภคอาหารจานเดียวในมื้อเช้า อาหารกลางวันบริโภคก๋วยเตี๋ยว ขนม และ อาหารว่าง อาหารเย็นบริโภคอาหารจานเดียว วันหยุด เข้ากลางวัน และ เย็น ส่วนใหญ่บริโภคอาหารจานเดียวด้านการออกกำลังกาย พบว่า ในหนึ่งสัปดาห์ออกกำลังกาย 3 - 4 ครั้ง ครั้งละมากกว่าหรือเท่ากับ 30 นาที ร้อยละ 65.14 ออกกำลังกายในช่วงโรงเรียนวิชาพลศึกษา ชนิดกีฬา คือ วิ่ง ตะเตะฟุตบอล และ เดินเร็ว ร้อยละ 25.24 ไม่ออกกำลังกายโดยให้เหตุผลว่า ขี้เกียจออกกำลังกาย ส่วนการพักผ่อนนอนหลับประมาณ 7 - 8 ชั่วโมง และ ไม่มีปัญหาในเรื่องนอนหลับปัญหาโภชนาการเกินที่พบเกิดจากพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ไม่เหมาะสม ดังนั้นควรส่งเสริมการบริโภคอาหารที่มีไขมันน้อย และส่งเสริมการบริโภคผัก ผลไม้ ทั้งนี้โรงเรียนควรมีมาตรการที่เหมาะสมในการควบคุมอาหาร และ ขนมที่จำหน่ายในโรงเรียน และ กระตุ้นการเคลื่อนไหวร่างกายของนักเรียนให้มากขึ้น

ปรีชา (2555) ศึกษาพฤติกรรมของวัยรุ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในการซื้อขนมขบเคี้ยว ประชากรที่ศึกษา คือ กลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุ 15 - 24 ปี โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน เก็บรวบรวมข้อมูล โดยการใช้แบบสอบถาม และประมวลผลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อเดือน หรือรายได้ต่อเดือน 3,001 - 6,000 บาท โดยจะรับประทานขนมขบเคี้ยวทุกวัน ซึ่งขนมขบเคี้ยวที่มีการซื้อเป็นประจำมากที่สุด คือ มันฝรั่งทอดกรอบ ขนมขบเคี้ยวที่มีการซื้อเป็นครั้งคราวมากที่สุด คือขนมชิ้นรูป และขนมขบเคี้ยวที่ไม่เคยซื้อมากที่สุด คือ ถั่วประเภทต่าง ๆ ส่วนใหญ่ซื้อขนมขบเคี้ยวในแต่ละครั้ง 1 - 2 ถุง เป็นการเลือกซื้อแบบแบบคละประเภท และมักจะซื้อขนมขบเคี้ยวขนาดกลาง มีค่าใช้จ่ายในการซื้อขนมขบเคี้ยวแต่ละครั้งอยู่ที่

21 - 40 บาท สาเหตุที่เลือกซื้อขนมขบเคี้ยว อันดับ 1 คือ รสชาติอร่อย โอกาสที่เลือกซื้อขนมขบเคี้ยวรับประทานอันดับ 1 คือเมื่อดูทีวี/ดูหนัง/ที่บ้าน โดยจะรับประทานขนมขบเคี้ยวในเวลากลางวัน หลังอาหารมื้อหลัก และซื้อขนมขบเคี้ยวช่วงเวลา 12.01 - 18.00 มักจะซื้อที่ร้านสะดวกซื้อ ไม่เจาะจงเลือกซื้อ ขนมขบเคี้ยวเฉพาะตราสินค้า ถ้าหากขนมขบเคี้ยวตราสินค้าที่ต้องการซื้อหมด จะซื้อขนมขบเคี้ยวตราสินค้าอื่นแทน และถ้าหากไม่มีขนมขบเคี้ยวที่ต้องการ จะเลือกซื้อช็อกโกแลต ในการตัดสินใจเลือกซื้อขนมขบเคี้ยวส่วนใหญ่จะตัดสินใจด้วยตนเอง

สุขาวดี (2555) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของการโฆษณาทางโทรทัศน์ที่มีต่อการซื้อขนมขบเคี้ยวของนักเรียนระดับประถมศึกษา การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอิทธิพลของการโฆษณาขนมขบเคี้ยวทางโทรทัศน์ที่มีต่อการซื้อขนมขบเคี้ยวของนักเรียนระดับประถมศึกษา ประชากรที่ศึกษาครั้งนี้ คือ นักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 - 6 โรงเรียนบ้านแพะยันต์ดอยแช่ อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2555 จำนวน 70 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อใช้ในการ อธิบายคุณลักษณะส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ และระดับชั้นปี การศึกษา การรับชมโฆษณาขนมขบเคี้ยว ทางโทรทัศน์ของนักเรียนระดับประถมศึกษา การตัดสินใจซื้อขนมขบเคี้ยวของนักเรียนระดับประถมศึกษา และใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบ แครมเมอร์วี (Cramer's V) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่าง การรับชมโฆษณาขนมขบเคี้ยวทางโทรทัศน์ และการซื้อขนมขบเคี้ยวของนักเรียนระดับประถมศึกษา ผลการศึกษา พบว่า นักเรียนระดับประถมศึกษา ส่วนใหญ่ ร้อยละ 90.00 เปิดรับชมโทรทัศน์ ทุกวัน ช่วงที่เปิดรับชมโทรทัศน์มากที่สุด คือ ช่วงเวลา 18.30 - 20.59 น. และส่วนใหญ่ ร้อยละ 80.00 สนใจชมโฆษณาขนมขบเคี้ยวระหว่างรายการโทรทัศน์ โดยร้อยละ 67.86 สามารถจดจำเนื้อหาในโฆษณาขนมขบเคี้ยวได้ นอกจากนี้ยังพบว่า ร้อยละ 96.43 ชอบรับประทานขนมขบเคี้ยว โดยร้อยละ 77.78 มีความสนใจอยากซื้อขนมขบเคี้ยวที่เห็นในโฆษณา และร้อยละ 59.26 ซื้อขนมรับประทาน หลังจากที่ได้รับชมโฆษณาขนมขบเคี้ยว ผลการศึกษาอิทธิพลของการโฆษณาทางโทรทัศน์ที่มีผลต่อการซื้อขนมขบเคี้ยวของนักเรียนระดับประถมศึกษา พบว่า ความถี่ในการเห็นโฆษณาขนมขบเคี้ยวกับความถี่ในการซื้อขนมขบเคี้ยว มีความสัมพันธ์อยู่ระหว่าง .37 - .55 จึงสรุปได้ว่า การโฆษณาขนมขบเคี้ยวทางโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับการซื้อขนมขบเคี้ยวของนักเรียนชั้นประถมศึกษาในระดับปานกลาง แสดงว่าหากนักเรียนมีความถี่ในการชมโฆษณาบ่อย บางส่วนมีแนวโน้มว่าจะมีความต้องการซื้อขนมขบเคี้ยวสูงตามไปด้วย

เสกสัน (2555) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในจังหวัดชุมพร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในจังหวัดชุมพร 2) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในจังหวัดชุมพร และ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในจังหวัดชุมพร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในจังหวัดชุมพร จำนวน 321 คน โดยใช้สูตรการคำนวณตัวอย่างของทาร์ ยามาเน่ และทำการสุ่มแบบแบ่งชั้น เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมคือ แบบสอบถามปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียน วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบความสัมพันธ์ด้วย

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารของนักเรียนโดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านบุคคล โดยนักเรียนต้องการรับประทานอาหารเพราะความอยากกินอาหารที่ได้เคยรู้รสชาติมาก่อน และนักเรียนส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารในระดับดี 2) พฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การบริโภคขนมขบเคี้ยว ขนมกรุบกรอบของนักเรียนแทนอาหารเช้า 3) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียน โดยรวมมีความสัมพันธ์กันในทิศทางบวกอยู่ในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ เจตคติเกี่ยวกับการบริโภคอาหาร ความรู้ที่อยู่ในระดับต่ำมาก ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนมีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารมาก ส่งผลทำให้ความรู้ และเจตคติในการบริโภคอาหารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารในระดับสูง และส่วนใหญ่เด็กก็มีพฤติกรรมด้านการบริโภคขนมกรุบกรอบ หรือขนมขบเคี้ยวแทนอาหารเช้า ดังนั้น ผู้ปกครองควรกำชับให้เด็กกินอาหารเช้าเพื่อการส่งเสริมให้เด็กบริโภคอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกายรวมทั้งได้รับประทานอาหารที่เหมาะสมกับวัย

ชญาณิกา และคณะ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ภาวะโภชนาการเกินในเด็กนักเรียนชั้นประถมศึกษา 1 - 6 โรงเรียนวัดมูลจินดาราม และโรงเรียนธัญสิทธิ์ศิลป์ การศึกษาค้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาวะโภชนาการเกิน ในเด็กนักเรียนชั้นประถมศึกษา 1 - 6 โรงเรียนวัดมูลจินดารามและโรงเรียนธัญสิทธิ์ศิลป์ และปัจจัยที่มีผลต่อภาวะโภชนาการเกินในเด็กเหล่านี้ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ปกครองนักเรียน โรงเรียนวัดมูลจินดาราม และโรงเรียนธัญสิทธิ์ศิลป์ ชั้นประถมศึกษา 1 - 6 ที่มีภาวะโภชนาการเกิน จำนวน 80 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ค่าความเชื่อมั่นเชิงเนื้อหาของเครื่องมือ เท่ากับ 0.84 แบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 2 ปัจจัยประกอบด้วย : ปัจจัยด้านพันธุกรรม ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งปัจจัยด้าน สิ่งแวดล้อมประกอบด้วย พฤติกรรมการบริโภค พฤติกรรมการออกกำลังกาย และพฤติกรรมของกิจวัตรประจำวัน ผลการวิจัยพบว่า ภาวะโภชนาการเกิน ในเด็กนักเรียนชั้นประถมศึกษา 1 - 6 โรงเรียนวัดมูลจินดาราม และโรงเรียนธัญสิทธิ์ศิลป์ พบว่า ผู้ปกครองนักเรียนชั้นต่าง ๆ มีอัตราส่วนร้อยละใกล้เคียงกัน ส่วนมาก ร้อยละ 71.33 มีคนในครอบครัวอ้วน นักเรียนส่วนใหญ่ ร้อยละ 85 รับประทานอาหารมากกว่า 3 มื้อ และรับประทาน อาหารว่างระหว่างมื้ออาหารที่รับประทานมื้อต่าง ๆ จะประกอบด้วย อาหารทอด ผัด ย่าง และไม่รับประทาน ผัก ผลไม้ และอาหารว่างระหว่างมื้อ คือ ขนมกรุบกรอบ มันฝรั่งทอด ไส้กรอกทอด น้ำหวาน น้ำอัดลม รายการอาหารที่นิยมในเด็กนักเรียนใน อัตราส่วนร้อยละที่ใกล้เคียงกัน คือ หมูทอด ไก่ทอด ไข่เจียว ไข่ดาว ไก่ย่าง ไข่พะโล้ ข้าวมันไก่ ข้าวขาหมู สำหรับปริมาณอาหารนักเรียนส่วนมาก ร้อยละ 59 จะรับประทานอาหารมากกว่า 2 จานขึ้นไป และมีจำนวนหนึ่ง ร้อยละ 3 รับประทานอาหารจนล้นกระเพาะ และบ่นจุก สำหรับกิจวัตรประจำวันของนักเรียน ระหว่างวันจันทร์ - วันศุกร์ พบว่า นักเรียนจะรับประทานอาหารที่บ้านก่อนไปโรงเรียน ร้อยละ 34 และผู้ปกครองรับ - ส่ง จำนวนเงินที่ได้มาโรงเรียน ส่วนมาก ร้อยละ 56 จะได้เงินมาโรงเรียนวันละ 50 บาท และซื้อขนมที่โรงเรียนหมด ขนมที่โรงเรียนที่นักเรียน ชอบซื้อ จะซื้อขนมกรุบกรอบ ถูกละ 5 บาท ลูกชิ้นทอด ไข่นกกระทา ร้อยละ 54, 38 และ 8 ตามลำดับ จะซื้อ มันฝรั่งทอดพร้อมน้ำหวาน หรือน้ำอัดลมคู่กัน ร้อยละ 47 เมื่อนักเรียนกลับไปถึงบ้าน ร้อยละ 87 เปิดดู โทรศัพท์จนถึงอาหารมื้อเย็น และรับประทานอาหารว่าง รับประทานพร้อมกับดูโทรศัพท์ ร้อยละ 67 และ นักเรียนส่วนใหญ่

ร้อยละ 78 จะรับประทานอาหารเช้า เป็นมื้อที่ 5 กิจกรรมประจำวันของของนักเรียนระหว่างวันเสาร์ - อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ พบว่า นักเรียนส่วนมากตื่นนอนเวลา 8.00 น. ร้อยละ 43 และ ดูรายการโทรทัศน์ และหาอาหารว่างมารับประทาน รอผู้ปกครองที่กำลังปรุงอาหารอยู่ หลังจากนั้นจะรับประทานอาหารเช้าพร้อมกับผู้ปกครอง ร้อยละ 37 และใช้เวลามากกว่า 6 ชั่วโมงต่อวันในการดูโทรทัศน์ เล่นเกมส์คอมพิวเตอร์ และ นอนพักผ่อน ร้อยละ 39, 29 และ 28 ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่า นักเรียน ส่วนมาก ร้อยละ 87 ไม่ชอบออกกำลังกาย เพราะ บอกว่าเหนื่อย ปัจจัยที่มีผลต่อภาวะโภชนาการเกินในเด็ก นักเรียนชั้นประถมศึกษา 1 - 6 โรงเรียนวัดมูลจินดาราม และโรงเรียนอัญลีทิศาสตร์ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ปัจจัยหลัก คือ ปัจจัยด้านพันธุกรรม และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย พฤติกรรมการบริโภค พฤติกรรมการออกกำลังกาย และ กิจกรรมประจำวัน ปัจจัยด้านพันธุกรรม “ เป็นยายค่ะ หลานเป็นผู้หญิงค่ะ อยู่ชั้น ป.2 เด็กเขาอ้วนมาตั้งแต่เด็กเลย พ่อ แม่เขาก็อ้วน ยกเว้น คิดว่าอ้วนจากบรรพบุรุษค่ะ”, “เป็นแม่ค่ะ ที่บ้านอ้วนกันทั้งครอบครัวค่ะ ยกเว้นตาค่ะ อย่างเอมเนี่ย เกิดมาเขาก็อ้วนแล้ว น้ำหนัก ตั้ง 3 โลครึ่งตอนเกิด จากนั้นก็อ้วนมาเรื่อย ๆ เลยเส้นกราฟตลอด ไม่เคยลงเลย”, “เป็นป้าค่ะ วันนี้แม่เขามาไม่ได้ ไปทำงานเขาไม่ได้ ที่บ้านเขาอยู่กัน 6 คน ก็จะมีตา ยาย น้ำ พ่อและแม่เด็ก และตัวเด็กเอง อ้วนกันทุกคนเลยค่ะ อย่างยายตอนนี้เกือบ 90 โลแล้ว คนอื่น ๆ ในบ้าน ก็น่าจะ 70 โลขึ้นไปนะ ป้ามาเนี่ยก็อ้วนนะ คิดว่าได้เชื้อมาจากตา ยายของเด็ก นั่นแหละ มันลดยากนะหมอ” ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม “ทานเก่งค่ะ อย่างวันเสาร์ - อาทิตย์ทานมากกว่า 3 มื้อต่อวัน มื้อหนึ่งทาน 2-3 จาน มีมื้อว่างอีกต่างหาก ชอบทานขนมกรุบกรอบ น้ำอัดลม น้ำหวาน มันฝรั่งทอด ไก่ทอด อย่างตื่นเข้ามาเนี่ย ก็จะอาบน้ำ ล้างหน้า แปรงฟัน ตามปกติของเขา เสร็จแล้วก็เปิดทีวีดูการ์ตูนเลย ระหว่าง รอแม่เขากับข้าวเขาก็จะหาขนมมาทานรอแล้ว พอทำอาหารมื้อเช้าเสร็จก็จะทาน 2-3 จาน ดูทีวีต่ออีก มื้อหลักสลับกับอาหารว่างค่ะ เป็นอย่างนี้ทั้งวัน บ่าย ๆ ก็จะนอนหลับ มื้อเย็นจะทานมากเลย ถ้าเป็นอาหาร ถูกปากจะทานจนอ้วกเลยคะ อาหารที่ชอบหरोคะ ก็จะเป็นหมูทอด ไก่ทอด ไข่เจียว ข้าวมันไก่ ข้าวขาหมู ไข่พะโล้ ไม่ชอบทานผักคะ บางคืนก็จะทานขนมก่อนนอนก็มี ออกกำลังกายหरोคะ ไม่ค่อยได้ออกหरोคะ แค่นั่งจักรยานหน้าบ้านกบ่นว่าเหนื่อยแล้ว บอกแล้วคะ ก็ไม่ยอมทำ ยังไงได้คะก็เพราะเป็นเด็ก เห็นจอแ่ง ก็สงสาร จำเป็นต้องตามใจคะ”, “มือเข้าก่อนไปโรงเรียน จะรับประทานอาหารเช้าที่บ้านก่อนไปโรงเรียนทุกวัน ส่วนมากก็จะเป็นข้าวสวย ไข่เจียวจานพูน ๆ ข้าวเหนียว 2 ห่อ หมูปิ้ง 5 ไม้ มื้อกลางวันก็รับประทานที่โรงเรียน ส่วนหลังเลิกเรียน ก็จะซื้อขนมหน้าโรงเรียนก่อน เช่น น้ำอัดลม 1 แก้ว มันฝรั่งทอด 1 ห่อ ลูกชิ้นทอด 5 ไม้ เป็นต้น ซื้อทุกวัน มาถึงบ้านก็ทำการบ้าน รอแม่ทำกับข้าว ก็จะไปซื้อขนม ที่เซเว่นมาแล้ว ขนมถุงนี้แหละคะ พอถึงมือเย็น ทานพร้อมกัน เจ้านี่ข้าวสวยต้อง 2 จานขึ้นไปคะ ไม่งั้นไม่อิ่มกับข้าวรับประทานได้หมดไม่เลือก แต่ต้องไม่เผ็ดมากนัก พฤติกรรมการรับประทานอาหารเช้าวันปกติ ก็เป็นอย่างนี้ ส่วนวันเสาร์ - อาทิตย์ยิ่งกว่านี้ เดินวนตู้เย็น กับซื้อที่เซเว่นตลอดคะ ไม่ให้ซื้อก็ไม่ได้ บอกว่าหิว แม่ไม่รักหरो อะไรทำนองนี้”

เนตรนภาและเบญจา (2556) ได้ศึกษาเรื่องการบริโภคขนม และเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลสูง และความสัมพันธ์กับภาวะโภชนาการของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยขอนแก่น (ศึกษาศาสตร์) เป็นการวิจัยเชิงพรรณนาแบบตัดขวาง (Cross-sectional descriptive study) จำนวนนักเรียนตัวอย่าง 310 คน อายุ 13 - 15 ปี เก็บข้อมูลเดือนพฤษภาคมถึง

เดือนสิงหาคม 2556 โดยแบบบันทึกรายการบริโภคขนม และเครื่องดื่มเป็นเวลา 7 วัน ผลการศึกษาพบว่า นักเรียนรับประทานอาหารมื้อหลักครบ 3 มื้อ เพียงร้อยละ 33.4 รับประทานอาหารมื้อเช้าเพียงร้อยละ 41.6 ปริมาณน้ำตาลที่ได้รับจากการบริโภคขนม และเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลสูงมีค่ามัธยฐาน 48.2 กรัมต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 77.0 ของปริมาณน้ำตาลที่ได้รับทั้งหมด นักเรียนร้อยละ 82.6 ได้รับปริมาณน้ำตาลจากกลุ่มเครื่องดื่มรสหวานมีค่ามัธยฐาน 33.3 กรัม รองลงมา คือ นักเรียน ร้อยละ 50.6 ได้รับปริมาณน้ำตาลจากกลุ่มนม และผลิตภัณฑ์มีค่ามัธยฐาน 18.0 กรัม นักเรียนมีภาวะโภชนาการอ้วน และเริ่มอ้วนร้อยละ 17.4 ความสัมพันธ์ของปริมาณน้ำตาลที่นักเรียนได้รับจากการบริโภคขนม และเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลสูงกับภาวะโภชนาการ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สุวรรณ และคณะ (2556) ได้ศึกษาเรื่องความรู้และพฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนอาชีพเจริญมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมการบริโภคเจตคติและอิทธิพลจากสื่อสารมวลชนเกี่ยวกับการบริโภคอาหารของคนในชุมชนเขตภาษีเจริญ 2) ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคของของคนในชุมชนเขตภาษีเจริญและ 3) สื่อโฆษณาภายนอกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตภาษีเจริญ ประเด็นการสร้างสรรค์พื้นที่เพื่อสุขภาวะด้านอาหารประชากรในการศึกษาค้นคว้านี้ได้แก่ ประชากรทุกวัยในชุมชนเขตภาษีเจริญขนาดตัวอย่างจำนวน 406 คน และนักเรียนอายุ 6 - 14 ปี จำนวน 42 คนเครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติได้แก่ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความสัมพันธ์ด้วยค่าไคสแควร์ และค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) ผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการบริโภคของเด็กวัยเรียนมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ปฏิบัติเป็นประจำมากที่สุดคือ ดื่มนมที่มีรสหวาน เช่นนมหวาน นมช็อกโกแลต นมเปรี้ยวคิดเป็นร้อยละ 59.5 รองลงมารับประทานขนมขบเคี้ยวกรูบกรอบ เช่น มันฝรั่งทอด ข้าวเกรียบ คิดเป็นร้อยละ 57.1 และรับประทานหมูทอด ไก่ทอด ลูกชิ้นทอด คิดเป็น ร้อยละ 54.8 ตามลำดับ ในส่วนพฤติกรรมผู้บริโภคพบว่าส่วนใหญ่มีคะแนนความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารอยู่ในระดับปานกลาง เป็นผู้ที่ได้คะแนนระหว่าง 6-7.9 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 64.5 รองลงมาอยู่ในระดับดีเป็นผู้ที่ได้คะแนนมากกว่า 8 ร้อยละ 23.4 และระดับต่ำเป็นผู้ที่ได้คะแนนน้อยกว่า 60 ร้อยละ 12.1 ตามลำดับ ในส่วนของพฤติกรรมการบริโภคอาหารอยู่ในระดับปานกลางเป็นผู้ที่ได้คะแนนระหว่าง 0.67 - 1.33 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 53.2 รองลงมาอยู่ในระดับดีเป็นผู้ที่ได้คะแนนระหว่าง 0.67 - 1.33 คะแนนร้อยละ 46.8 แต่ไม่มีผู้ที่ได้คะแนนระดับต่ำ ในส่วนของคะแนนเจตคติมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.37 (S.D.=0.50) ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลางเป็นผู้ที่ได้คะแนนระหว่าง 2.34 - 3.66 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 63.3 รองลงมาอยู่ในระดับต่ำเป็นผู้ที่ได้คะแนน 1.00 - 2.33 ร้อยละ 35.7 และระดับดีเป็นผู้ที่ได้คะแนน 3.67 - 5.00 ร้อยละ 1 ตามลำดับในขณะที่อิทธิพลจากสื่อสารมวลชนในการบริโภคอาหารอยู่ในระดับมากมีคะแนน 1.34 - 2.00 คิดเป็นร้อยละ 13.5 รองมาคือ ได้รับอิทธิพลจากสื่อสารมวลชนอยู่ในระดับปานกลาง (คะแนน 0.67 - 1.33) คิดเป็นร้อยละ 29.8 และได้รับอิทธิพลจากสื่อสารมวลชนอยู่ในระดับน้อย (คะแนน < 0.66) คิดเป็นร้อยละ 56.7 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารและเจตคติต่อการบริโภคอาหาร ส่วนอิทธิพลจากสื่อสารมวลชนเกี่ยวกับการบริโภคอาหารไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กุลวดี (2557) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคขนม และเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของคาเฟอีนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยขอนแก่น (มอดินแดง) จังหวัดขอนแก่น การศึกษารั้ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินสัดส่วนการบริโภคและศึกษาพฤติกรรมการบริโภคขนม และเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของคาเฟอีนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยขอนแก่น (มอดินแดง) จังหวัดขอนแก่น เป็นการวิจัยเชิงพรรณนาแบบภาคตัดขวาง กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 - 3 จำนวน 230 คน เก็บข้อมูลระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงเดือนกรกฎาคม 2556 โดยใช้แบบสอบถามพฤติกรรมการบริโภค และแบบบันทึกการบริโภคขนม และเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของคาเฟอีนเป็นเวลา 7 วันติดต่อกันวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ผลการศึกษาพบว่า นักเรียนร้อยละ 54.8 เป็นเพศหญิงจำนวนเงินที่ได้รับต่อวันมีค่ามัธยฐาน 69.1 บาท นักเรียนรู้จักขนม และเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของคาเฟอีนร้อยละ 89.6 ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับขนมที่มีส่วนผสมของคาเฟอีนจากบุคคลในครอบครัวร้อยละ 61.7 และข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของคาเฟอีนจากฉลากผลิตภัณฑ์ร้อยละ 64.8 นักเรียนมีความรู้ในการบริโภคขนม และเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของคาเฟอีนในระดับต่ำร้อยละ 85.2 และมีทัศนคติในระดับปานกลางร้อยละ 78.3 ในรอบ 7 วัน นักเรียนบริโภคขนม และเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของคาเฟอีนร้อยละ 95.7 เหตุผลที่บริโภค คือ รสชาติสถานที่ซื้อคือร้านสะดวกซื้อ และนักเรียนเป็นผู้ซื้อบริโภคด้วยตัวเองโดยนิยมบริโภคขนมในมือว่างบ่อย และบริโภคเครื่องดื่มพร้อมอาหารมื้อกลางวันค่าใช้จ่ายในการบริโภคขนมและเครื่องดื่มมีค่ามัธยฐาน 20.0 บาทต่อวัน นักเรียนมีความถี่ในการบริโภคขนม และเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของคาเฟอีน 1 - 2 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยนิยมบริโภคนมรสช็อกโกแลตในมือเช้าร้อยละ 25.6 รองลงมาคือบริโภคชาเขียวพร้อมมื้อกลางวัน และมือว่างบ่อยเท่ากันร้อยละ 22.2 ส่วนภาวะโภชนาการของนักเรียนมีนักเรียนที่น้ำหนักมากกว่าเกณฑ์ร้อยละ 30.9 และมีภาวะโภชนาการเกินคืออ้วน และเริ่มอ้วนร้อยละ 18.2

ภัชธิญา (2557) ได้ศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อโฆษณา ณ จุดซื้อและการตัดสินใจซื้อขนมขบเคี้ยวของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อโฆษณา ณ จุดซื้อ และการตัดสินใจซื้อขนมขบเคี้ยว และเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อโฆษณา ณ จุดซื้อและการตัดสินใจซื้อขนมขบเคี้ยว กลุ่มตัวอย่างคือกลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครชายและหญิงอายุ 15 - 60 ปี ที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยว 5 ยี่ห้อ ได้แก่ เลย์ ตะวัน ชันไบท์ส โดริโทส และซีโดส จำนวน 400 คน ซึ่งขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย กำหนดความคลาดเคลื่อนที่ .05 และใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดใหญ่ ได้แก่ ห้างเทสโก้ โลตัส และ บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในช่วงเดือนมกราคม 2558 ผลการศึกษาพบว่า ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อโฆษณา ณ จุดซื้อ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.71$, S.D. = 0.73) โดยมีระดับความคิดเห็นต่อ Shelf Talker เป็นลำดับแรก ($\bar{x} = 3.92$, S.D.=0.61) รองลงมาคือ Wobbler ($\bar{x} = 3.80$, S.D. = 0.74) Dump Bin ($\bar{x} = 3.61$, S.D. = 0.81) และ Tent Card ($\bar{x} = 3.51$, S.D. = 0.72) ตามลำดับ การตัดสินใจซื้อขนมขบเคี้ยวโดยพิจารณาจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดพบว่า โดยรวมอยู่ระดับมาก ($\bar{x} = 3.99$, S.D. = 0.66) และเมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า ด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อเป็นลำดับแรก ($\bar{x} = 4.20$, S.D.= 0.69) รองลงมาคือ

ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.18$, S.D. = 0.59) และด้านสถานที่ ($\bar{x} = 3.87$, S.D. = 0.85) ตามลำดับ 6 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ และ รายได้ต่อเดือนมีผลต่อความคิดเห็นที่มีต่อโฆษณา ณ จุดซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

โมนีลี (2558) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มนักเรียน และนักศึกษา ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ระดับดัชนีมวลกาย ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการบริโภค และความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคอาหารกับสุขภาพของนักเรียนนักศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี แบบสอบถามที่ได้ตรวจสอบคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ และสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ชุด ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.96 และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักเรียน และนักศึกษา ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ของกลุ่มนักเรียน และนักศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่รับประทานอาหารเช้า 3 มื้อ เข้า กลางวัน เย็น มากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 รองลงมา คือ เลือกซื้ออาหารโดยพิจารณา ความสะอาดของร้าน และผู้ขายมากกว่าความอร่อย ค่าเฉลี่ย 3.58 และ น้อยที่สุด คือ รับประทานอาหารเช้า ๑ ดิบ ๑ ค่าเฉลี่ย 2.79 โดยผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการบริโภค พบว่า เพศ และพื้นที่อาศัย มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ขณะที่อายุ การศึกษา และ รายได้ไม่มีความสำคัญ และพบว่า พฤติกรรมการบริโภค และสุขภาพไม่มีความสัมพันธ์กันมีนัยสำคัญ ซึ่งข้อเสนอแนะ จากการศึกษาในครั้งนี้ คือ การให้ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการอาหารผ่านสื่อ เพื่อให้เลือกอาหารที่เหมาะสมกับร่างกาย และลดการบริโภคอาหารที่จะเกิดโทษแก่ร่างกาย

ศักดิ์อนันต์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในเขตอำเภอเมืองชุมพร จังหวัดชุมพร การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง 2) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง และ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในเขตอำเภอเมืองชุมพร จังหวัดชุมพร จำนวน 321 คน ระยะเวลาในการดำเนินการ คือ เดือนพฤษภาคม – กันยายน 2557 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในเขตอำเภอเมืองชุมพร จังหวัดชุมพร โดยรวม ได้แก่ ด้านบุคคล โดยทุกครั้งที่นักเรียนต้องการรับประทานอาหารเช้าเพราะความอยากกินอาหารที่ได้เคยรู้รสชาติมาก่อนอยู่ในระดับมาก และพบว่า นักเรียนส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารอยู่ในระดับมาก และพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียน ส่วนใหญ่ คือบริโภคขนมขบเคี้ยว ขนมกรุบกรอบแทนอาหารเช้า ส่วนความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียน โดยรวมมีความสัมพันธ์กัน ในทิศทางบวกอยู่ในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ เจตคติเกี่ยวกับการบริโภคอาหาร และความรู้ที่อยู่ในระดับต่ำมาก สรุปผลการศึกษา นักเรียนกลุ่มตัวอย่างในเขตอำเภอเมืองชุมพร จังหวัดชุมพร มีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารมาก ส่งผลทำให้ความรู้ และเจตคติในการบริโภคอาหาร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม

การบริโภคอาหารในระดับสูง และส่วนใหญ่ นักเรียน มีพฤติกรรมด้านการบริโภคขนมกรุบกรอบ หรือขนมขบเคี้ยวแทนอาหารมื้อเช้า ข้อเสนอแนะ ผู้ปกครองควรกำชับให้นักเรียนกินอาหารมื้อเช้า เพื่อการส่งเสริมให้เด็กบริโภคอาหาร ที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย รวมทั้งได้รับประทานอาหารที่เหมาะสมกับวัย

ออย.น้อย (2559) ได้สำรวจข้อมูลพฤติกรรมสุขภาพของนักเรียน “ออย.น้อย” ประจำปี 2559 มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพของนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการ ออย.น้อย ทั้งที่เป็น นักเรียนแกนนำ ออย.น้อย และเป็นสมาชิก ออย.น้อย รวมทั้งนักเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ ออย.น้อย 2) ศึกษาการรับรู้ความสามารถของตนเองในการบริโภค และเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพของนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการ ออย.น้อย ทั้งที่เป็น นักเรียนแกนนำ ออย.น้อย และเป็นสมาชิก ออย.น้อย รวมทั้ง นักเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ ออย.น้อย 3) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภค และเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพของนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการ ออย.น้อย ทั้งที่เป็น นักเรียนแกนนำ ออย.น้อย และเป็นสมาชิก ออย.น้อย รวมทั้งนักเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ ออย.น้อย การวิจัยครั้งนี้ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงผสมผสาน (Mix research methods) เก็บข้อมูลด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการ ออย.น้อย ทั้งที่เป็นนักเรียนแกนนำ ออย.น้อย และเป็นสมาชิก ออย.น้อย รวมทั้งนักเรียนทั่วไปที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ ออย.น้อย โดยทำการสุ่มตัวอย่างจากทุกจังหวัดในประเทศไทย ได้กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนทั้งระดับชั้น ประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น และมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 2,893 ตัวอย่าง จาก 61 โรงเรียน ใน 15 จังหวัด ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ นักเรียน ออย.น้อย ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น และมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 12 คน ผลการวิจัย พบว่า 1) ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง จำนวน 1,855 คน มากกว่าเพศชาย จำนวน 1,038 คน โดยสถานศึกษาอยู่ในประเภทโรงเรียนมัธยมศึกษามากที่สุด จำนวน 1,690 คน ศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 มากที่สุด จำนวน 488 คน เมื่อพิจารณาถึงระดับการเป็นสมาชิก ออย.น้อย พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นสมาชิกทั่วไป ของโครงการ ออย.น้อย จำนวน 965 คน รองลงมา คือ เป็นแกนนำ ออย.น้อย จำนวน 616 คน 2) การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการบริโภคและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพของนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการ ออย.น้อย ทั้งที่เป็นนักเรียนแกนนำ ออย.น้อย และเป็นสมาชิก ออย.น้อย รวมทั้งนักเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ ออย.น้อย พบว่าช่องทางการเปิดรับข่าวสารที่นักเรียนมีการเปิดรับมากที่สุด คือ การเปิดรับข่าวสารผ่านทางคุณครู รองลงมา ได้แก่ โทรทัศน์ สำหรับช่องทางการเปิดรับข่าวสารที่อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ บอร์ดความรู้ ยูทูบ แผ่นพับเกี่ยวกับความปลอดภัยด้านอาหาร เฟซบุ๊ก เจ้าหน้าที่สาธารณสุข และวิทยากรจากภายนอกโรงเรียน ตามลำดับ 3) การรับรู้ความหมายของคำว่า “ผลิตภัณฑ์ & สุขภาพ” พบว่า ทั้งนักเรียนในโครงการ ออย.น้อย และ นักเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ ออย.น้อย มีการรับรู้ความหมายของผลิตภัณฑ์สุขภาพในระดับที่แตกต่างกัน โดย พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นแกนนำ ออย.น้อย เกือบทั้งหมด ร้อยละ 90.6 เป็นกลุ่มที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ ความหมายของคำว่าผลิตภัณฑ์สุขภาพสูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ อย่างเด่นชัด ทั้งในแง่ การอธิบายความหมายของคำว่า ผลิตภัณฑ์สุขภาพสูง และการยกตัวอย่างผลิตภัณฑ์สุขภาพ 4) ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริโภคและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพ พบว่า นักเรียนที่เข้าร่วม โครงการ ออย.น้อย มีความรู้เกี่ยวกับการบริโภค และเลือกซื้อ

ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง ร้อยละ 78.31 โดยนักเรียนแกนนำ อย.น้อย มีความรู้ความเข้าใจมากกว่านักเรียนที่เป็นสมาชิก อย.น้อย คิดเป็นร้อยละ 79.55 และ 77.51 ตามลำดับ ส่วนนักเรียนทั่วไปในโรงเรียนที่ไม่ได้เป็นสมาชิกของโครงการ อย.น้อย มีระดับความรู้ที่ถูกต้องเป็นจำนวนน้อยที่สุด ร้อยละ 76.68 ทั้งนี้ นักเรียนเข้าร่วมโครงการ อย.น้อย มีความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับการเลือกซื้อ/บริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ “เครื่องสำอาง” สูงที่สุด ร้อยละ 92.35 รองลงมา ได้แก่ “อาหาร” และ “ยา” ตามลำดับ ร้อยละ 87.35 และ ร้อยละ 68.69 5 ทักษะคติต่อการบริโภค และการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพของนักเรียน พบว่า นักเรียนในโครงการ อย.น้อย มีทัศนคติต่อการบริโภคและการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง ร้อยละ 79.25 ในขณะที่นักเรียน ทั่วไปที่ไม่ได้เป็นสมาชิกของโครงการ อย.น้อย มีทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคและการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ ถูกต้อง ร้อยละ 76.52 เมื่อพิจารณาจำนวนนักเรียนที่มีทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคและการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง จำแนกตามผลิตภัณฑ์ พบว่า นักเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย มีทัศนคติที่ถูกต้องต่อการบริโภคและการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพด้านอาหาร ยา และเครื่องสำอาง เป็นจำนวนสูงกว่านักเรียนที่ไม่ได้เป็นสมาชิกโครงการ อย.น้อย กล่าวคือ นักเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย มีทัศนคติที่ถูกต้องต่อการบริโภคและการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพด้านอาหาร ร้อยละ 80.83 ยา ร้อยละ 81.34 และเครื่องสำอาง ร้อยละ 78.56 ในขณะที่นักเรียนที่ไม่ได้ เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย มีทัศนคติที่ถูกต้องต่อการบริโภค และการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพด้านอาหาร ร้อยละ 80.64 ยา ร้อยละ 76.07 และเครื่องสำอาง ร้อยละ 76.37 6 การรับรู้ความสามารถของตนเองในการมีพฤติกรรมบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ดี ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้ยาอย่างเหมาะสมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.48 รองลงมา เรียงแต่ละประเด็นตามลำดับ ได้แก่ การรับรู้ความสามารถของตนเองในการหลีกเลี่ยงการบริโภคอาหารที่ ใช้น้ำมันทอดซ้ำ ร้อยละ 79 การหลีกเลี่ยงอาหารรสจัด หวาน มัน เค็ม ร้อยละ 77.81 การหลีกเลี่ยงการซื้อหรือ ใช้อาหาร และยา และเครื่องสำอางตามโฆษณาชวนเชื่อ ร้อยละ 76.43 ส่วนพฤติกรรมด้านการอ่านฉลากอาหาร ยา และเครื่องสำอางก่อนการซื้อใช้ พบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองในการอ่านฉลากยาสูงที่สุด รองลงมา คือ ฉลากเครื่องสำอาง และฉลากอาหาร คิดเป็นร้อยละ 82.27, 81.02 และ 80.68 ตามลำดับ 7) พฤติกรรมการเลือกซื้อและบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพของนักเรียน พบว่า นักเรียนโครงการ อย.น้อย มีพฤติกรรมเกี่ยวกับการบริโภคและการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เหมาะสม ร้อยละ 79.06 สูงกว่า พฤติกรรมของนักเรียนที่ไม่ได้เป็นสมาชิกของโครงการ อย.น้อย ร้อยละ 78.05 ทั้งนี้ นักเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย มีพฤติกรรมเกี่ยวกับการเลือกซื้อและบริโภคผลิตภัณฑ์ “เครื่องสำอาง” อย่างเหมาะสมสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 83.49 รองลงมา ได้แก่ การเลือกซื้อและบริโภคผลิตภัณฑ์ “อาหาร” คิดเป็นร้อยละ 78.68 และการเลือกซื้อและบริโภคผลิตภัณฑ์ “ยา” คิดเป็นร้อยละ 76.60 เมื่อนำมาพิจารณาเปรียบเทียบกับเกณฑ์การประเมินความสำเร็จของการดำเนินโครงการที่กำหนดไว้ว่า ความสำเร็จของการดำเนินงาน ดูที่นักเรียนแกนนำ อย.น้อย และนักเรียนที่เป็นสมาชิก อย.น้อย ต้องมีพฤติกรรมการบริโภคและ การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เหมาะสมไม่น้อยกว่า ร้อยละ 75 จึงสามารถสรุปได้ว่าโครงการ อย.น้อย ประจำปี 2559 บรรลุเป้าหมายตามเกณฑ์ที่กำหนด

บทที่ 3

วิธีดำเนินการ

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นการวิจัยเชิงบรรยาย (Descriptive Research) โดยมุ่งเน้นด้านการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เป็นการศึกษาข้อมูลทั่วไป เพื่อให้สรุปเป็นข้อมูลในปัจจุบัน ผู้ศึกษาดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

- 3.1 กำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
 - 3.1.1 ประชากร
 - 3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
 - 3.2.1 ลักษณะของเครื่องมือ
 - 3.2.2 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ
- 3.3 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

3.1 กำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นที่ลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2559 โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี สามารถแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 และ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำนวน 1,222 คน

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่กำลังศึกษาในภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2559 กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ในกรณีทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Finite Population) ทำการกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร ยามานะ (Taro Yamane, 1973) ตามสูตร

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

เมื่อ

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของกลุ่มประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนในการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ .05

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{1,222}{1+1,222(0.05)^2}$$

$$= \frac{1,222}{4.055}$$

$$= 301.35$$

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้จำนวน 301 คน

จากนั้นสุ่มตัวอย่างของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่กำลังศึกษาในภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2559 โดยใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Probability Sampling) เป็นวิธีการสุ่มตัวอย่างที่สามารถทราบโอกาส หรือความน่าจะเป็นของแต่ละหน่วยในประชากรที่ถูกเลือกได้ โดยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) โดยการเลือกเก็บตัวอย่างจากนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยแบ่งเป็น 3 ระดับ คือ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 และชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 301 คน ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 จำนวนประชากร และกลุ่มตัวอย่างของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่ลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2559

ระดับชั้น	จำนวน (ห้องเรียน)	ประชากร (คน)			กลุ่มตัวอย่าง (คน)
		ชาย	หญิง	รวม	
มัธยมศึกษาปีที่ 1	9	262	126	388	96
มัธยมศึกษาปีที่ 2	9	269	138	407	100
มัธยมศึกษาปีที่ 3	9	263	164	427	105
รวม	27	794	428	1,222	301

ที่มา: งานทะเบียนโรงเรียนเทพมิตรศึกษา (2559)

ขั้นที่ 2 การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยวิธีการจับฉลาก โดยกำหนดจำนวนห้องเรียนที่จะให้ข้อมูล ซึ่งได้ระดับชั้นละ 9 ห้อง จากนั้นเขียนรายชื่อนักเรียนพร้อมหมายเลขกำกับ แล้วนำมาจับฉลากแบบไม่คืนที่ (Sampling Without Replacement) เพื่อต้องการให้กลุ่มตัวอย่างแต่ละหน่วยมีสิทธิในการเป็นตัวแทนประชากรอย่างแท้จริง และเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนที่กำหนดไว้ หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปแจกให้กับกลุ่มตัวอย่างที่ถูกเลือกจำนวน 301 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

3.2.1 ลักษณะของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นจากการศึกษาของ ปรีชา (2555) และ นิภาธร (2557) และยังได้ศึกษาค้นคว้า ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อสอบถามความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยด้านครอบครัว

ตอนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยว

ตอนที่ 4 พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว

3.2.2 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

3.2.2.1 ศึกษาเอกสาร งานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว และความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยว ตลอดจนขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

3.2.2.2 กำหนดขอบเขต และโครงสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย และเนื้อหาของกรอบแนวคิด

3.2.2.3 สร้างแบบสอบถาม กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน สำหรับคำตอบในแต่ละข้อ ได้แก่

1) แบบสอบถามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นปีที่ศึกษา ลักษณะการอยู่อาศัย ลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง จำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง มีลักษณะคำตอบเป็นแบบตรวจรายการ (Check List) จำนวน 5 ข้อ

2) แบบสอบถามข้อมูลปัจจัยด้านครอบครัว ได้แก่ ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง จำนวนสมาชิกในครอบครัว มีลักษณะคำตอบเป็นแบบตรวจรายการ (Check List) จำนวน 2 ข้อ

3) แบบสอบถามความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยว จำนวน 20 ข้อ (ข้อละ 1 คะแนน) ลักษณะคำตอบเป็นแบบเลือกตอบ 3 ตัวเลือก คือ ใช่ ไม่แน่ใจ ไม่ใช่ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ใช่	หมายถึงเห็นว่าข้อคำถามนั้นถูกต้อง	1	คะแนน
ไม่แน่ใจ	หมายถึงไม่ทราบว่าข้อคำถามนั้นถูกต้องหรือไม่	0	คะแนน
ไม่ใช่	หมายถึงเห็นว่าข้อความนั้นไม่ถูกต้อง	0	คะแนน

การแปลความหมายแบบสอบถามความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวมี 3 ระดับ ตามเกณฑ์การประเมินโดยอ้างอิงจากการประเมินของบลูม (Bloom, 1971)

ร้อยละ (ของคะแนนเต็ม)

คะแนนสูงกว่าร้อยละ	80
คะแนนระหว่างร้อยละ	60-79
คะแนนต่ำกว่าร้อยละ	60

ระดับความรู้

หมายถึงมีความรู้อยู่ในระดับสูง
หมายถึงมีความรู้อยู่ในระดับปานกลาง
หมายถึงมีความรู้อยู่ในระดับต่ำ

4) แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีลักษณะเป็นคำถาม แบ่งเป็น 2 แบบคือ

1.1) ชนิด และ ความถี่ในการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมีลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับคือ บริโภคประจำ บริโภคบ่อยครั้ง บริโภคบางครั้ง บริโภคนานๆ ครั้ง และ ไม่เคยบริโภค จำนวน 15 ข้อ

เกณฑ์การแปลความหมายแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Likert, 1999)

ประจำ	มีค่าเท่ากับ	5
บ่อยครั้ง	มีค่าเท่ากับ	4
บางครั้ง	มีค่าเท่ากับ	3
นานๆ ครั้ง	มีค่าเท่ากับ	2
ไม่เคยปฏิบัติ	มีค่าเท่ากับ	1

เกณฑ์การแปลความหมายจากค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม แบ่งเป็น ช่วงคะแนน ดังนี้ (Best, 1981)

คะแนนเฉลี่ย	4.50 – 5.00	หมายถึง	ปฏิบัติเป็นประจำ
คะแนนเฉลี่ย	3.50 – 4.49	หมายถึง	ปฏิบัติบ่อยครั้ง
คะแนนเฉลี่ย	2.50 – 3.49	หมายถึง	ปฏิบัติเป็นบางครั้ง
คะแนนเฉลี่ย	1.50 – 2.49	หมายถึง	ปฏิบัตินานๆ ครั้ง
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.49	หมายถึง	ไม่เคยปฏิบัติเลย

1.2) พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว มีลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจรายการ (Check List) จำนวน 4 ข้อ

3.2.2.4 นำแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์พิจารณาตรวจสอบ และนำมาปรับปรุงแก้ไข

3.2.2.5 นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้ว เสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน (ภาคผนวก ก) เพื่อสอบถามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ โดยการหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ด้วย IOC (Index of Item – Objective Congruence) จากความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ โดยให้คะแนนตามเกณฑ์ดังนี้

คะแนน	+1	พิจารณาข้อคำถามได้ตรงตามวัตถุประสงค์
คะแนน	0	ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
คะแนน	-1	พิจารณาว่าข้อคำถามไม่สามารถวัดตรงตามวัตถุประสงค์

โดยนำผลการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 5 ท่าน มาพิจารณาในแต่ละข้อคำถาม เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ โดยคัดเลือกค่าความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปถือว่าเครื่องมือมีคุณภาพ และนำไปใช้ได้

ผลความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 5 ท่าน ที่สอดคล้องกันมีจำนวน 30 ข้อ มีค่า IOC มากกว่า 0.5 – 1.00 และมี 2 ข้อ ที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.5

จากนั้นผู้ศึกษาได้ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ ก่อนนำไปทดลองใช้ (Try Out)

3.2.2.6 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามผู้ทรงคุณวุฒิเสนอแนะ ไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการจะศึกษา คือ นักเรียนที่ถูกคัดเลือกออกจากกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 921 คน แต่ทดลองใช้แบบสอบถาม จำนวน 30 คน เพื่อวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามก่อนนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ด้วยวิธีของครอนบาค (Cronbach's Alpha) (ธานินทร์, 2551)

ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่ามีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.829 แสดงว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นยอมรับได้ ตามเกณฑ์ของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ที่ระดับความเชื่อมั่นสูง คือมีค่า 0.71 – 1.00 (ธานินทร์, 2551) สามารถนำไปใช้ได้จริง

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้

ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

3.3.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

3.3.2 ข้อมูลปัจจัยด้านครอบครัว วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

3.3.3 ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยว ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

3.3.4 พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean: \bar{x}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

3.3.5 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยววิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square: χ^2) ด้วยวิธีของเพียร์สัน (ธานินทร์, 2551)

3.3.6 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว วิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square: χ^2) ด้วยวิธีของเพียร์สัน (ธานินทร์, 2551)

3.3.7 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยว กับ พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว วิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square: χ^2) ด้วยวิธีของเพียร์สัน (ธานินทร์, 2551)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผล

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้ศึกษาได้แบ่งการรายงานผลการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

- 4.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล
- 4.2 ข้อมูลปัจจัยด้านครอบครัว
- 4.3 ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยว
- 4.4 พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว
- 4.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.5.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นปีที่ศึกษา ลักษณะการอยู่อาศัย ลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง และจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

4.5.2 ปัจจัยด้านครอบครัว ได้แก่ ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง และจำนวนสมาชิกในครอบครัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

4.5.3 ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ส่วนที่ 2 อภิปรายผล

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 301 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และแจกแจงความถี่ (Frequency) โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นปีที่ศึกษา ลักษณะการอยู่อาศัย ลักษณะการรับเงินจากผู้ปกครอง และจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง ดังตารางที่ 4.1 – 4.6 ดังนี้

ตารางที่ 4.1 ความถี่ และ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	ความถี่(คน)	ร้อยละ
ชาย	202	67.10
หญิง	99	32.90
รวม	301	100.00

จากตารางที่ 4.1 นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 301 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 67.10 และเป็นเพศหญิง จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 32.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 ความถี่ และ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	ความถี่(คน)	ร้อยละ
12	12	4.00
13	100	33.20
14	109	36.20
15	80	26.60
รวม	301	100.00

จากตารางที่ 4.2 นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 301 คน พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุ 14 ปี จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 36.20 รองลงมา คือ อายุ 13 ปี จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 33.20 อายุ 15 ปี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 26.60 และอายุ 12 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 ความถี่ และ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับชั้นปีที่ศึกษา

ระดับชั้นปีที่ศึกษา	ความถี่(คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษาปีที่ 1	96	31.90
มัธยมศึกษาปีที่ 2	100	33.20
มัธยมศึกษาปีที่ 3	105	34.90
รวม	301	100.00

จากตารางที่ 4.3 นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 301 คน พบว่า ส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 34.90 รองลงมา คือ มัธยมศึกษาปีที่ 2 จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 33.20 คน และมัธยมศึกษาปีที่ 1 จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 31.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ความถี่ และ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการอยู่อาศัย

ลักษณะการอยู่อาศัย	ความถี่(คน)	ร้อยละ
อยู่กับบิดา มารดา	191	63.50
อยู่กับผู้ปกครอง / ญาติ	55	18.30
อยู่กับครู	51	16.90
อยู่หอพัก	4	1.30
รวม	301	100.00

จากตารางที่ 4.4 นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 301 คน พบว่า ส่วนใหญ่อาศัยอยู่กับบิดา มารดา จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 63.50 รองลงมา คือ อาศัยอยู่กับผู้ปกครองหรือญาติ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 18.30 อาศัยอยู่กับครู จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 16.90 และอาศัยอยู่หอพัก จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ความถี่ และ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง

ลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง	ความถี่(คน)	ร้อยละ
ต่อวัน	180	59.80
ต่อสัปดาห์	114	37.90
ต่อเดือน	7	2.30
รวม	301	100.00

จากตารางที่ 4.5 นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 301 คน พบว่า ส่วนใหญ่ได้รับเงินจากผู้ปกครอง เป็นต่อวัน จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 59.80 รองลงมา คือ ต่อสัปดาห์ จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 37.90 และ ต่อเดือน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ความถี่ และ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง ต่อวัน

จำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง	ความถี่(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 100 บาท	116	38.54
101 - 150 บาท	77	25.58
มากกว่า 151 บาทขึ้นไป	108	35.88
รวม	301	100.00

จากตารางที่ 4.6 นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 301 คน พบว่า ส่วนใหญ่ได้รับเงินจากผู้ปกครองต่อวัน ต่ำกว่า 100 บาท จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 38.54 รองลงมา คือ มากกว่า 151 บาทขึ้นไป จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 35.88 และ 101-150 บาท จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 25.58 ตามลำดับ

4.2 ข้อมูลปัจจัยด้านครอบครัว

นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 301 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และแจกแจงความถี่ (Frequency) จำแนกตามปัจจัยด้านครอบครัว ได้แก่ ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง และจำนวนสมาชิกในครอบครัว ดังตารางที่ 4.7 – 4.8 ดังนี้

ตารางที่ 4.7 ความถี่ และ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง

ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง	ความถี่(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า	151	50.20
ปริญญาตรี	130	43.20
สูงกว่า	20	6.60
รวม	301	100.00

จากตารางที่ 4.7 นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 301 คน พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ปกครองมีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 50.20 รองลงมา คือ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 43.20 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 6.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ความถี่ และ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

จำนวนสมาชิกในครอบครัว	ความถี่(คน)	ร้อยละ
2-3 คน	58	19.30
4-5 คน	213	70.70
6 คนขึ้นไป	30	10.00
รวม	301	100.00

จากตารางที่ 4.8 นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 301 คน พบว่า ส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4-5 คน จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 70.70 รองลงมา คือ สมาชิก 2-3 คน จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 19.30 และสมาชิก 6 คนขึ้นไป จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

4.3 ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยว

นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 301 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) จำแนกตามข้อคำถาม จำนวน 20 ข้อ ดังตารางที่ 4.9 – 4.10 ดังนี้

ตารางที่ 4.9 ความถี่ และ ร้อยละของคะแนนความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง
(n = 301)

คำถาม	ความถี่(คน)	
	ตอบถูก (ร้อยละ)	ตอบผิด (ร้อยละ)
1. ขนมขบเคี้ยวเป็นขนมที่ผ่านกระบวนการแปรรูปมาแล้ว พร้อมรับประทานได้ทันที	284 (94.35)	17 (5.65)
2. ขนมขบเคี้ยวเป็นได้ทั้งของคาว และของหวาน	116 (38.54)	185 (61.46)
3. ขนมขบเคี้ยวส่วนใหญ่มีส่วนผสมของแป้ง น้ำตาล ไขมัน เกลือ และผงชูรส	281 (93.36)	20 (6.64)
4. มันฝรั่งทอดกรอบ จัดเป็นขนมขบเคี้ยวที่มีเกลือ และไขมันสูง	209 (69.44)	92 (30.56)
5. ลูกอม เยลลี่ เป็นขนมขบเคี้ยวที่มีน้ำตาลสูง เมื่อรับประทานเป็นประจำทุกวัน จะทำให้ฟันผุ และเสี่ยงต่อการเป็นโรคเบาหวาน	266 (88.37)	35 (11.63)
6. ซ็อกโกแลต จัดเป็นขนมขบเคี้ยวที่มีน้ำตาล และไขมันสูง	206 (68.44)	95 (31.56)
7. ถั่วลิสงอบกรอบ จัดเป็นขนมขบเคี้ยวที่มีไขมันสูง	240 (79.73)	61 (20.27)
8. เมล็ดทานตะวันอบ จัดเป็นขนมขบเคี้ยวที่มีโปรตีน และไขมัน	107 (35.55)	194 (64.45)
9. ข้าวโพดอบกรอบ จะมีสารอาหารโปรตีนมากกว่าปลาเส้นปรุงรส	238 (79.07)	63 (20.93)
10. ขนมขบเคี้ยวประเภท มันฝรั่งทอด ข้าวเกรียบทอด ข้าวอบกรอบ ข้าวโพดอบกรอบ จะมีสารอาหารประเภท คาร์โบไฮเดรต ไขมัน และเกลือสูง	177 (58.80)	124 (41.20)
11. อาการชาที่ปาก ลิ้น หน้า คอและหลัง คลื่นไส้ อาเจียน กระจายน้ำ แ่นหน้าอก เกิดจากการรับประทานขนมขบเคี้ยวที่มีการปรุงแต่งรสชาติด้วยผงชูรส	176 (58.47)	125 (41.53)
12. ผงชูรส เป็นสารปรุงแต่งที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย	283 (94.02)	18 (5.98)

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

(n = 301)

คำถาม	ความถี่(คน)	
	ตอบถูก (ร้อยละ)	ตอบผิด (ร้อยละ)
13. ขนมขบเคี้ยวส่วนใหญ่ให้พลังงานสูง ไขมันสูง และคาร์โบไฮเดรตสูง ซึ่งเป็นสาเหตุทำให้เกิดโรคอ้วน	181 (60.13)	120 (39.87)
14. ขนมขบเคี้ยวที่มีรสหวานจัด เค็มจัด ไขมันสูง เมื่อรับประทานเป็นประจำ มีผลเสียทำให้เกิดโรค เช่น เบาหวาน ไขมันในเลือดสูง ความดันโลหิตสูง	222 (73.75)	79 (26.25)
15. การรับประทานขนมขบเคี้ยวเป็นจำนวนมากทำให้ความอยากอาหารเพิ่มขึ้น	185 (61.46)	116 (38.54)
16. การรับประทานขนมขบเคี้ยวเป็นประจำ และในปริมาณมาก ทำให้เกิดการขาดสารอาหาร	138 (45.85)	163 (54.15)
17. ควรหลีกเลี่ยงการรับประทานขนมขบเคี้ยวที่มีรสหวานจัด เค็มจัด ไขมันจัด	267 (88.70)	34 (11.30)
18. หลักการปฏิบัติในการเลือกอาหารว่าง ควรเลือกรับประทานผลไม้ แทนขนมขบเคี้ยว	278 (92.36)	23 (7.64)
19. ฉลากบรรจุภัณฑ์ของขนมขบเคี้ยวไม่จำเป็นต้องมีเครื่องหมาย (อย.)	284 (94.35)	17 (5.65)
20. ในการเลือกซื้อขนมขบเคี้ยว ไม่จำเป็นต้องดูชื่ออาหาร เลขทะเบียน อย. สถานที่ผลิต ปริมาตรสุทธิ ส่วนประกอบที่สำคัญ วัน เดือน ปี ที่ผลิต วันหมดอายุ	271 (90.03)	30 (9.97)

จากตารางที่ 4.9 นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 301 คน ตอบคำถามความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวได้ถูกมากกว่า ผิด แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยว เมื่อพิจารณาโดยภาพรวม พบว่า ข้อคำถามความรู้ที่กลุ่มตัวอย่างตอบถูกมากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ ข้อคำถามที่ 1 ขนมขบเคี้ยวเป็นขนมที่ผ่านกระบวนการแปรรูปมาแล้ว พร้อมรับประทานได้ทันที และข้อคำถามที่ 19 ฉลากบรรจุภัณฑ์ของขนมขบเคี้ยวไม่จำเป็นต้องมีเครื่องหมาย (อย.) จำนวนเท่ากัน คือ 284 คน คิดเป็นร้อยละ 94.35 รองลงมา คือ ข้อคำถามที่ 12 ผงชูรส เป็นสารปรุงแต่งที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย มีกลุ่มตัวอย่างตอบถูก จำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 94.02 และลำดับสามคือ ข้อคำถามที่ 3 ขนมขบเคี้ยวส่วนใหญ่มีส่วนผสมของแป้ง น้ำตาล ไขมัน เกลือ และ ผงชูรส จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 93.36 ส่วนข้อคำถามที่กลุ่มตัวอย่างตอบถูกน้อยที่สุด 3 ลำดับแรกคือ ข้อคำถามที่ 8 เมล็ดทานตะวันอบ จัดเป็นขนมขบเคี้ยวที่มีโปรตีน และไขมัน มีกลุ่มตัวอย่างตอบถูก จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 35.55 รองลงมา คือ ข้อคำถามที่ 2 ขนมขบเคี้ยวเป็นได้ทั้งของคาว และของหวาน จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ

38.54 และลำดับสามคือ ข้อคำถามที่ 16 การรับประทานขนมขบเคี้ยวเป็นประจำ และในปริมาณมาก ทำให้เกิดการขาดสารอาหาร จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 45.85 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ความถี่ และ ร้อยละของระดับความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง

คะแนน	ระดับความรู้	ความถี่(คน)	ร้อยละ
สูงกว่าร้อยละ 80	สูง	121	40.20
ร้อยละ 60-79	ปานกลาง	105	34.88
ต่ำกว่าร้อยละ 60	ต่ำ	75	24.92
รวม		301	100.00

จากตารางที่ 4.10 เมื่อพิจารณาระดับความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 301 คน เป็น 3 ระดับ คือ คะแนนสูงกว่าร้อยละ 80 คือผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวอยู่ในระดับสูง คะแนนระหว่างร้อยละ 60-79 คือผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวอยู่ในระดับปานกลาง และคะแนนต่ำกว่าร้อยละ 60 คือผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวอยู่ในระดับต่ำ จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวอยู่ในระดับสูงร้อยละ จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 40.20 รองลงมา คือ มีความรู้อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 34.88 และมีความรู้อยู่ในระดับต่ำ จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 24.92 ตามลำดับ

4.4 พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว

นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 301 คน มีพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว 7 ด้าน ได้แก่ 1) ชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค 2) ความถี่ในการบริโภค 3) ปริมาณในการซื้อต่อครั้ง 4) ราคาซื้อต่อถุง 5) ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง 6) ประเภทสื่อโฆษณา 7) การส่งเสริมการขาย ดังตารางที่ 4.11 – 4.17 ดังนี้

ตารางที่ 4.11 ความถี่ ร้อยละ และลำดับที่ของชนิดขนมขบเคี้ยวที่กลุ่มตัวอย่างบริโภค

ชนิดของขนมขบเคี้ยว	ความถี่(คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
มันฝรั่งทอด	18	6.00	6
ข้าวเกรียบ	3	1.00	13
ข้าวโพดอบกรอบ	13	4.30	7
ข้าวอบกรอบ	11	3.70	9
ลูกอม	59	19.60	1
หมากฝรั่ง	30	10.00	4
เยลลี่	11	3.70	9
ช็อกโกแลต	56	18.60	2
ถั่วลิสงอบกรอบ	12	4.00	8
ถั่วลิสงอบกรอบ	6	2.00	11
ถั่วอัลมอนด์อบกรอบ	5	1.70	12
เม็ดยมะม่วงหิมพานต์	9	3.00	10
เมล็ดทานตะวันอบ	12	4.00	8
ปลาเส้นปรุงรส	34	11.30	3
ปลาหมึกอบกรอบ	22	7.30	5
รวม	301	100.00	

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวชนิดลูกอมมากที่สุด จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 19.60 รองลงมา คือ ช็อกโกแลต จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 18.60 ปลาเส้นปรุงรส จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 11.30 หมากฝรั่ง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ปลาหมึกอบกรอบ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 7.30 มันฝรั่งทอด จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ข้าวโพดอบกรอบ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.30 ถั่วลิสงอบกรอบ และเมล็ดทานตะวันอบ มีจำนวนเท่ากัน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ข้าวอบกรอบ และเยลลี่ บริโภคจำนวนเท่ากัน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.70 เม็ดยมะม่วงหิมพานต์ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ถั่วลิสงอบกรอบ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ถั่วอัลมอนด์อบกรอบ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.70 และขนมขบเคี้ยวที่กลุ่มตัวอย่างบริโภคน้อยที่สุด คือ ข้าวเกรียบ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 จำนวน ร้อยละ และพฤติกรรมบริการโภชนาการของชนมขบเคี้ยวด้านความถี่ในการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของชนมขบเคี้ยวที่บริโภค (n = 301)

ชนิดของชนมขบเคี้ยว	ด้านความถี่ในการบริโภค					\bar{X}	S.D.	ระดับพฤติกรรม การบริโภค
	ประจำ จำนวน(ร้อยละ)	บ่อยครั้ง จำนวน(ร้อยละ)	บางครั้ง จำนวน(ร้อยละ)	นานๆครั้ง จำนวน(ร้อยละ)	ไม่เคยปฏิบัติ จำนวน(ร้อยละ)			
มันฝรั่งทอด	18(5.98)	77(25.58)	120(39.87)	80(26.58)	6(1.99)	3.07	0.92	บางครั้ง
ข้าวเกรียบ	2(0.66)	27(8.97)	111(36.88)	155(51.50)	6(1.99)	2.55	0.71	บางครั้ง
ข้าวโพดอบกรอบ	14(4.65)	33(10.96)	123(40.86)	119(39.53)	12(4.00)	2.73	0.88	บางครั้ง
ข้าวอบกรอบ	4(1.33)	41(13.62)	108(35.88)	135(44.85)	13(4.32)	2.63	0.82	บางครั้ง
ลูกอม	72(23.92)	105(34.88)	75(24.92)	43(14.29)	6(1.99)	3.64	1.06	บ่อยครั้ง
หมากฝรั่ง	34(11.30)	72(23.92)	89(29.57)	93(30.90)	13(4.31)	3.07	1.08	บางครั้ง
เยลลี่	12(4.00)	62(20.59)	93(30.89)	125(41.53)	9(2.99)	2.81	0.93	บางครั้ง
ชีสโกแลต	60(19.93)	92(30.56)	72(23.92)	70(23.26)	7(2.33)	3.43	1.12	บางครั้ง
ถั่วลิสงอบกรอบ	12(4.00)	44(14.62)	95(31.56)	129(42.85)	21(6.97)	2.66	0.95	บางครั้ง
ถั่วลิสงอบกรอบ	6(1.99)	36(11.96)	78(25.91)	153(50.83)	28(9.31)	2.47	0.89	นาน ๆ ครั้ง
ถั่วอัลมอนด์อบกรอบ	16(5.32)	36(11.96)	67(22.25)	141(46.84)	41(13.63)	2.49	1.04	นาน ๆ ครั้ง
เม็ดมะม่วงหิมพานต์	26(8.64)	52(17.28)	85(28.24)	115(38.21)	23(7.64)	2.81	1.08	บางครั้ง
เมล็ดทานตะวันอบ	25(8.31)	45(14.95)	87(28.90)	129(42.85)	15(4.99)	2.79	1.03	บางครั้ง
ปลาเส้นปรุงรส	42(13.95)	74(24.58)	111(36.88)	69(22.92)	5(1.67)	3.26	1.02	บางครั้ง
ปลาหมึกอบกรอบ	33(10.96)	62(20.60)	90(29.90)	102(33.89)	14(4.65)	2.99	1.08	บางครั้ง
	รวม					2.89	0.70	บางครั้ง

จากตารางที่ 4.12 นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 301 คน โดยภาพรวม ส่วนใหญ่มีความถี่ในการบริโภคขนมขบเคี้ยวเป็นบางครั้ง ($\bar{X}=2.89$, S.D.= 0.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายชนิด ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมบริโภคขนมขบเคี้ยวเป็นบางครั้ง 12 ชนิด ได้แก่ มันฝรั่งทอด ข้าวเกรียบ ข้าวโพดอบกรอบ ข้าวอบกรอบ หมากรฝรั่ง เยลลี่ ซ็อกโกแลต ถั่วลิสงอบกรอบ เม็ดมะม่วงหิมพานต์ เมล็ดทานตะวันอบ ปลาเส้นปรุงรส และปลาหมึกอบกรอบ รองลงมา คือ บริโภคนานๆ ครั้ง 2 ชนิด ได้แก่ ถั่วลิสงอบกรอบ และถั่วอัลมอนต์อบกรอบ และบริโภคบ่อยครั้ง 1 ชนิด คือ ลูกอม ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 จำนวน และ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง

ปริมาณในการซื้อต่อครั้ง	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1-2 ถุง	208	69.10
3-4 ถุง	80	26.60
มากกว่า 4 ถุงขึ้นไป	13	4.30
รวม	301	100.00

จากตารางที่ 4.13 นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 301 คน พบว่า ส่วนใหญ่มีปริมาณในการซื้อต่อครั้ง จำนวน 1 - 2 ถุง 208 คน คิดเป็นร้อยละ 69.10 รองลงมา คือ ซื้อครั้งละ 3-4 ถุง จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 26.60 และมากกว่า 4 ถุงขึ้นไป จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 จำนวน และ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง

ราคาซื้อต่อถุง	จำนวน(คน)	ร้อยละ
5 - 10 บาท	157	52.20
11 - 15 บาท	24	8.00
16 - 20 บาท	76	25.20
มากกว่า 20 บาท	44	14.60
รวม	301	100.00

จากตารางที่ 4.14 นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 301 คน พบว่า ส่วนใหญ่เสียค่าใช้จ่ายในการซื้อขนมขบเคี้ยวต่อถุง 5-10 บาท จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 52.20 รองลงมา คือ ซื้อถุงละ 16-20 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 25.20 ซื้อราคาถุงละมากกว่า 20 บาท จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 14.60 และซื้อขนมขบเคี้ยวถุงละ 11-15 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 จำนวน และ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	จำนวน(คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 10 บาท	19	6.30
11 - 15 บาท	50	16.60
16 - 20 บาท	102	33.90
21 - 25 บาท	32	10.60
มากกว่า 25 บาท	98	32.60
รวม	301	100.00

จากตารางที่ 4.15 นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 301 คน พบว่า ส่วนใหญ่เสียค่าใช้จ่ายในการซื้อขนมขบเคี้ยวต่อครั้ง 16-20 บาท จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 33.90 รองลงมา คือ ซื้อขนมขบเคี้ยว ครั้งละ มากกว่า 25 บาท จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 32.60 ครั้งละ 11-15 บาท จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 16.60 ครั้งละ 21-25 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 10.60 และซื้อขนมขบเคี้ยวครั้งละ น้อยกว่า 10 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 6.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 จำนวน ร้อยละ และลำดับที่ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา

ประเภทสื่อโฆษณา	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
หนังสือพิมพ์	42	4.13	6
อินเทอร์เน็ต	194	19.08	3
วิทยุ	23	2.26	7
โทรทัศน์	280	27.53	1
ป้ายโฆษณา	193	18.98	4
ห้างสรรพสินค้า	236	23.21	2
ป้ายรถประจำทาง	49	4.82	5
รวม	1,017	100.00	

4.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการรวบรวมเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้ศึกษาได้กำหนดสมมติฐานงานวิจัยไว้ดังนี้

4.5.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นปีที่ศึกษา ลักษณะการอยู่อาศัย ลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง และจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

4.5.2 ปัจจัยด้านครอบครัว ได้แก่ ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง และจำนวนสมาชิกในครอบครัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

4.5.3 ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

4.5.3.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกรายด้าน แสดงดังตารางที่ 4.18 โดยกำหนดสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานหลัก (H_0) : ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

สมมติฐานรอง (H_1) : ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตารางที่ 4.18 ค่าไคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกรายด้าน

(n = 301)

พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว	χ^2	P - Value
ชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค	227.57	.00*
ความถี่ในการบริโภค	110.61	.00*
ปริมาณในการซื้อต่อครั้ง	93.63	.00*
ราคาซื้อต่อถุง	130.18	.00*
ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	168.07	.00*
ประเภทสื่อโฆษณา	145.19	.00*
การส่งเสริมการขาย	125.56	.00*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.18 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภค 7 ด้าน แสดงดังตารางที่ 4.19 – 4.25 ดังนี้

- 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
- 2) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
- 3) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
- 4) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
- 5) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
- 6) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
- 7) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.19 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค

(n = 301)

ชนิดของขนมขบเคี้ยว	เพศ			χ^2	P - Value
	ชาย จำนวน (ร้อยละ)	หญิง จำนวน (ร้อยละ)	รวม จำนวน (ร้อยละ)		
มันฝรั่งทอด	12 (3.99)	6 (1.99)	18 (5.98)	227.57	.00*
ข้าวเกรียบ	3 (0.99)	0 (0.00)	3 (0.99)		
ข้าวโพดอบกรอบ	9 (2.99)	4 (1.33)	13 (4.32)		
ข้าวอบกรอบ	7 (2.32)	4 (1.33)	11 (3.65)		
ลูกอม	41 (13.62)	18 (5.98)	59 (19.60)		
หมากฝรั่ง	19 (6.31)	11 (3.66)	30 (9.97)		
เยลลี่	8 (2.65)	3 (1.00)	11 (3.65)		

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

(n = 301)

ชนิดของขนมขบเคี้ยว	เพศ		รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	ชาย จำนวน (ร้อยละ)	หญิง จำนวน (ร้อยละ)			
ช็อกโกแลต	37 (12.29)	19 (6.31)	56 (18.60)		
ถั่วลิสงอบกรอบ	7 (2.33)	5 (1.66)	12 (3.99)		
ถั่วลิ้นเตาอบกรอบ	2 (0.66)	4 (1.33)	6 (1.99)		
ถั่วอัลมอนต์อบกรอบ	2 (0.66)	3 (1.00)	5 (1.66)		
เม็ดมะม่วงหิมพานต์	8 (2.66)	1 (0.33)	9 (2.99)		
เมล็ดทานตะวันอบ	9 (2.99)	3 (1.00)	12 (3.99)		
ปลาเส้นปรุงรส	24 (7.99)	10 (3.32)	34 (11.30)		
ปลาหมึกอบกรอบ	14 (4.66)	8 (2.65)	22 (7.31)		
รวม	202 (67.11)	99 (32.89)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.19 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างเพศชาย ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคลูกอม จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 13.62 ส่วนกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง มีพฤติกรรมการบริโภคช็อกโกแลต จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 6.31 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค

(n = 301)

ความถี่ในการบริโภค	เพศ			χ^2	P - Value
	ชาย จำนวน (ร้อยละ)	หญิง จำนวน (ร้อยละ)	รวม จำนวน (ร้อยละ)		
เป็นประจำ	8 (2.66)	2 (0.66)	10 (3.32)	110.61	.00*
บ่อยครั้ง	22 (7.31)	12 (3.99)	34 (11.30)		
บางครั้ง	111 (36.88)	56 (18.60)	167 (55.48)		
นานๆ ครั้ง	55 (18.26)	28 (9.30)	83 (27.57)		
ไม่เคยบริโภค	6 (2.00)	1 (0.34)	7 (2.33)		
รวม	202 (67.11)	99 (32.89)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.20 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างเพศชาย และกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง ส่วนใหญ่มีความถี่ในการบริโภคขนมขบเคี้ยวเป็นบางครั้ง จำแนกเป็น กลุ่มตัวอย่างเพศชาย จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 36.88 และกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 18.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง

(n = 301)

ปริมาณในการซื้อต่อครั้ง	เพศ		รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	ชาย จำนวน (ร้อยละ)	หญิง จำนวน (ร้อยละ)			
1-2 ถุง	176 (58.47)	32 (10.63)	208 (69.10)	93.63	.00*
3-4 ถุง	23 (7.64)	57 (18.94)	80 (26.58)		
มากกว่า 4 ถุงขึ้นไป	3 (1.00)	10 (3.32)	13 (4.32)		
รวม	202 (67.11)	99 (32.89)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.21 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ปริมาณในการซื้อต่อครั้ง พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างเพศชาย ส่วนใหญ่มีปริมาณในการซื้อต่อครั้ง จำนวน 1-2 ถุง 176 คน คิดเป็นร้อยละ 58.47 ส่วนกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง มีปริมาณในการซื้อต่อครั้ง 3-4 ถุง จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 18.94 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง

(n = 301)

ราคาซื้อต่อถุง	เพศ		รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	ชาย จำนวน (ร้อยละ)	หญิง จำนวน (ร้อยละ)			
5 - 10 บาท	151 (50.17)	6 (1.99)	157 (52.16)	130.18	.00*
11 - 15 บาท	12 (3.98)	12 (3.99)	24 (7.97)		
16 - 20 บาท	28 (9.30)	48 (15.95)	76 (25.25)		
มากกว่า 20 บาท	11 (3.66)	33 (10.96)	44 (14.62)		
รวม	202 (67.11)	99 (32.89)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.22 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อถุง พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างเพศชาย ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อขนมขบเคี้ยวถุงละ 5 - 10 บาท จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 50.17 ส่วนกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง มีค่าใช้จ่ายในการซื้อขนมขบเคี้ยวถุงละ 16 - 20 บาท จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 15.95 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง

(n = 301)

ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	เพศ		รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	ชาย จำนวน (ร้อยละ)	หญิง จำนวน (ร้อยละ)			
น้อยกว่า 10 บาท	15 (4.98)	4 (1.33)	19 (6.31)	168.07	.00*
11 - 15 บาท	19 (6.31)	31 (10.30)	50 (16.61)		
16 - 20 บาท	54 (17.94)	48 (15.95)	102 (33.89)		
21 - 25 บาท	27 (8.97)	5 (1.66)	32 (10.63)		
มากกว่า 25 บาท	87 (28.91)	11 (3.65)	98 (32.56)		
รวม	202 (67.11)	99 (32.89)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.23 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างเพศชาย ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งมากกว่า 25 บาท จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 28.91 ส่วนกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งละ 16 - 20 บาท จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 15.95 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.24 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา

(n = 301)

ประเภทสื่อโฆษณา	เพศ		รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	ชาย จำนวน (ร้อยละ)	หญิง จำนวน (ร้อยละ)			
หนังสือพิมพ์	42 (4.13)	0 (0.00)	42 (4.13)	145.19	.00*
อินเทอร์เน็ต	158 (15.54)	36 (3.55)	194 (19.08)		
วิทยุ	23 (2.26)	0 (0.00)	23 (2.26)		
โทรทัศน์	181 (17.80)	99 (9.73)	280 (27.53)		
ป้ายโฆษณา	127 (12.49)	66 (6.49)	193 (18.98)		
ห้างสรรพสินค้า	137 (13.47)	99 (9.73)	236 (23.21)		
ป้ายรถประจำทาง	49 (4.82)	0 (0.00)	49 (4.82)		
รวม	717 (70.50)	300 (29.50)	1,017 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.24 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ประเภทสื่อโฆษณา พบว่า ค่า P < .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างเพศชาย ส่วนใหญ่รู้จักขนมขบเคี้ยวจากโทรทัศน์ จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 17.80 ส่วนกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง รู้จักขนมขบเคี้ยวจากโทรทัศน์ และห้างสรรพสินค้า จำนวนที่เท่ากัน คือ 99 คน คิดเป็น ร้อยละ 9.73 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.25 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย

(n = 301)

การส่งเสริมการขาย	เพศ		รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	ชาย จำนวน (ร้อยละ)	หญิง จำนวน(ร้อย ละ)			
สะสมของรางวัล เพื่อแลกของแถม	79 (9.78)	0 (0.00)	79 (9.78)	125.56	.00*
มีภาพโฆษณาที่ทำให้ อยากรับประทาน	97 (12.00)	66 (8.17)	163 (20.17)		
มีของแถมที่มาพร้อมกับ ขนม	83 (10.27)	0 (0.00)	83 (10.27)		
มีขนมรูปแบบใหม่ และ รสชาติใหม่	124 (15.35)	99 (12.25)	223 (27.60)		
มีขนมหลากหลาย ให้เลือก	143 (17.70)	68 (8.41)	211 (26.11)		
มีขนมที่มีประโยชน์ต่อ ร่างกาย	49 (6.06)	0 (0.00)	49 (6.06)		
รวม	575 (71.16)	233 (28.84)	808 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.25 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม การส่งเสริมการขาย พบว่า ค่า P < .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างเพศชาย ส่วนใหญ่ชอบการส่งเสริมการขายแบบ มีขนมหลากหลายให้เลือก จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 17.70 ส่วนกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง ชอบการส่งเสริมการขายแบบ มีขนมรูปแบบใหม่ และรสชาติใหม่ จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 ตามลำดับ

4.5.3.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกรายด้าน แสดงดังตารางที่ 4.26 โดยกำหนดสมมติฐาน ดังนี้

- สมมติฐานหลัก (H_0) : ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- สมมติฐานรอง (H_1) : ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตารางที่ 4.26 ค่าไคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกรายด้าน

(n = 301)

พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว	χ^2	P - Value
ชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค	552.01	.00*
ความถี่ในการบริโภค	409.54	.00*
ปริมาณในการซื้อต่อครั้ง	43.05	.00*
ราคาซื้อต่อถุง	84.68	.00*
ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	296.44	.00*
ประเภทสื่อโฆษณา	556.35	.00*
การส่งเสริมการขาย	419.49	.00*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.26 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภค 7 ด้าน แสดงดังตารางที่ 4.27 – 4.33 ดังนี้

- 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
- 2) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
- 3) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
- 4) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
- 5) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.27 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค

(n = 301)

ชนิดของ ขนมขบเคี้ยว	อายุ				รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	12 ปี จำนวน (ร้อยละ)	13 ปี จำนวน (ร้อยละ)	14 ปี จำนวน (ร้อยละ)	15 ปี จำนวน (ร้อยละ)			
มันฝรั่งทอด	5 (1.66)	3 (1.00)	3 (1.00)	7 (2.32)	18 (5.98)	522.01	.00*
ข้าวเกรียบ	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (0.33)	2 (0.67)	3 (1.00)		
ข้าวโพด อบกรอบ	0 (0.00)	4 (1.33)	6 (1.99)	3 (1.00)	13 (4.32)		
ข้าวอบกรอบ	0 (0.00)	1 (0.33)	4 (1.33)	6 (1.99)	11 (3.65)		
ลูกอม	1 (0.33)	25 (8.31)	29 (9.63)	4 (1.33)	59 (19.60)		
หมากฝรั่ง	0 (0.00)	10 (3.32)	17 (5.65)	3 (1.00)	30 (9.97)		
เยลลี่	1 (0.33)	2 (0.67)	0 (0.00)	8 (2.65)	11 (3.65)		
ช็อกโกแลต	2 (0.66)	31 (10.30)	19 (6.31)	4 (1.33)	56 (18.60)		
ถั่วลิสง อบกรอบ	0 (0.00)	0 (0.00)	8 (2.66)	4 (1.33)	12 (3.99)		
ถั่วลิสง อบกรอบ	0 (0.00)	3 (1.00)	3 (1.00)	0 (0.00)	6 (1.99)		
ถั่วอัลมอนด์ อบกรอบ	0 (0.00)	1 (0.33)	1 (0.33)	3 (1.00)	5 (1.66)		

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

(n = 301)

ชนิดของ ขนมขบเคี้ยว	อายุ				รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	12 ปี จำนวน (ร้อยละ)	13 ปี จำนวน (ร้อยละ)	14 ปี จำนวน (ร้อยละ)	15 ปี จำนวน (ร้อยละ)			
เม้ดมะม่วง	0	0	1	8	9		
หิมพานต์	(0.00)	(0.00)	(0.33)	(2.66)	(2.99)		
เมล็ด	0	0	2	10	12		
ทานตะวันอบ	(0.00)	(0.00)	(0.66)	(3.32)	(3.99)		
ปลาเส้นปรุงรส	1	15	11	7	34		
	(0.33)	(4.99)	(3.66)	(2.32)	(11.30)		
ปลาหมึก	2	5	4	11	22		
อบกรอบ	(0.66)	(1.66)	(1.33)	(3.66)	(7.31)		
รวม	12	100	109	80	301		
	(3.99)	(33.22)	(36.21)	(26.58)	(100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.27 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างอายุ 13 ปี ส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการบริโภคช็อกโกแลตมากที่สุด จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 10.30 รองลงมา คือ อายุ 14 ปี มีพฤติกรรมการบริโภคลูกอมมากที่สุด จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 9.63 อายุ 15 ปี มีพฤติกรรมการบริโภคปลาหมึกอบกรอบมากที่สุด จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.66 และกลุ่มตัวอย่างอายุ 12 ปี มีพฤติกรรมการบริโภคมันฝรั่งทอดมากที่สุด จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.66 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.28 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค

(n = 301)

ความถี่ในการ บริโภค	อายุ				รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	12 ปี จำนวน (ร้อยละ)	13 ปี จำนวน (ร้อยละ)	14 ปี จำนวน (ร้อยละ)	15 ปี จำนวน (ร้อยละ)			
เป็นประจำ	0 (0.00)	2 (0.66)	8 (2.66)	0 (0.00)	10 (3.32)	409.54	.00*
บ่อยครั้ง	0 (0.00)	5 (1.66)	15 (4.99)	14 (4.65)	34 (11.30)		
บางครั้ง	1 (0.33)	52 (17.28)	49 (16.28)	65 (21.59)	167 (55.48)		
นานๆ ครั้ง	6 (1.99)	41 (13.62)	36 (11.96)	0 (0.00)	83 (27.57)		
ไม่เคยบริโภค	5 (1.67)	0 (0.00)	1 (0.33)	1 (0.33)	7 (2.33)		
รวม	12 (3.99)	100 (33.22)	109 (36.21)	80 (26.58)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.28 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ความถี่ในการบริโภค พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่าง อายุ 13-15 ปี ส่วนใหญ่ มีความถี่ในการบริโภคขนมขบเคี้ยวเป็นบางครั้งเหมือนกัน โดยกลุ่มตัวอย่าง อายุ 15 ปี จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 21.59 รองลงมา คือ อายุ 13 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 17.28 และอายุ 14 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 16.28 สำหรับกลุ่มตัวอย่างอายุ 12 ปี มีความถี่ในการบริโภคขนมขบเคี้ยว นาน ๆ ครั้ง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.99 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.29 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง

(n = 301)

ปริมาณในการซื้อต่อครั้ง	อายุ				รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	12 ปี จำนวน (ร้อยละ)	13 ปี จำนวน (ร้อยละ)	14 ปี จำนวน (ร้อยละ)	15 ปี จำนวน (ร้อยละ)			
1-2 ถุง	12 (3.99)	59 (19.60)	71 (23.59)	66 (21.92)	208 (69.10)	43.05	.00*
3-4 ถุง	0 (0.00)	33 (10.96)	38 (12.63)	9 (2.99)	80 (26.58)		
> 4 ถุงขึ้นไป	0 (0.00)	8 (2.65)	0 (0.00)	5 (1.67)	13 (4.32)		
รวม	12 (3.99)	100 (33.22)	109 (36.21)	80 (26.58)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.29 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ปริมาณในการซื้อขนมขบเคี้ยว พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างทุกระดับอายุ ส่วนใหญ่มีปริมาณในการซื้อขนมขบเคี้ยว ครั้งละ 1-2 ถุง เหมือนกัน โดยอายุที่มีปริมาณการซื้อ 1-2 ถุงต่อครั้ง มากที่สุด คือ อายุ 14 ปี จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 23.59 รองลงมา คือ อายุ 15 ปี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 21.92 อายุ 13 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 19.60 และอายุ 12 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.99 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.30 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง

(n = 301)

ราคาซื้อต่อถุง	อายุ				รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	12 ปี จำนวน (ร้อยละ)	13 ปี จำนวน (ร้อยละ)	14 ปี จำนวน (ร้อยละ)	15 ปี จำนวน (ร้อยละ)			
5 - 10 บาท	12 (3.99)	64 (21.26)	69 (22.92)	12 (3.99)	157 (52.16)	84.68	.00*
11 - 15 บาท	0 (0.00)	22 (7.31)	0 (0.00)	2 (0.66)	24 (7.97)		
16 - 20 บาท	0 (0.00)	13 (4.32)	21 (6.98)	42 (13.95)	76 (25.25)		
> 20 บาท	0 (0.00)	1 (0.33)	19 (6.31)	24 (7.98)	44 (14.62)		
รวม	12 (3.99)	100 (33.22)	109 (36.21)	80 (26.58)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.30 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างอายุ 12-14 ปี ส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่ายในการซื้อขนมขบเคี้ยวถุงละ 5 - 10 บาท เหมือนกัน โดยอายุ 14 ปี มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อถุง 5 - 10 บาท จำนวนมากที่สุด คือ 69 คน คิดเป็นร้อยละ 22.92 รองลงมา คือ อายุ 13 ปี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 21.26 และอายุ 12 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.99 ส่วนกลุ่มตัวอย่างอายุ 15 ปี มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อถุง 16 - 20 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 13.95 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.31 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง

(n = 301)

ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	อายุ				รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	12 ปี จำนวน (ร้อยละ)	13 ปี จำนวน (ร้อยละ)	14 ปี จำนวน (ร้อยละ)	15 ปี จำนวน (ร้อยละ)			
< 10 บาท	7 (2.32)	10 (3.32)	2 (0.66)	0 (0.00)	19 (6.31)	296.44	.00*
11 - 15 บาท	3 (1.00)	28 (9.30)	19 (6.31)	0 (0.00)	50 (16.61)		
16 - 20 บาท	2 (0.66)	35 (11.63)	37 (12.29)	28 (9.31)	102 (33.89)		
21 - 25 บาท	0 (0.00)	9 (2.99)	18 (5.98)	5 (1.66)	32 (10.63)		
> 25 บาท	0 (0.00)	18 (5.98)	33 (10.96)	47 (15.62)	98 (32.56)		
รวม	12 (3.99)	100 (33.22)	109 (36.21)	80 (26.58)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.31 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างอายุ 15 ปี มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง มากกว่า 25 บาท มากที่สุด จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 15.62 รองลงมา คือ อายุ 14 ปี และ 13 ปี มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง 16 - 20 บาท เหมือนกัน จำแนกเป็น อายุ 14 ปี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 12.29 และอายุ 13 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 11.63 ส่วนกลุ่มตัวอย่างอายุ 12 ปี มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง น้อยกว่า 10 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็น ร้อยละ 2.32 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.32 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา

(n = 301)

ประเภทสื่อ โฆษณา	อายุ				รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	12 ปี จำนวน (ร้อยละ)	13 ปี จำนวน (ร้อยละ)	14 ปี จำนวน (ร้อยละ)	15 ปี จำนวน (ร้อยละ)			
หนังสือพิมพ์	2 (0.20)	9 (0.89)	8 (0.79)	23 (2.26)	42 (4.13)	556.35	.00*
อินเทอร์เน็ต	25 (2.46)	40 (3.93)	47 (4.62)	82 (8.06)	194 (19.08)		
วิทยุ	11 (1.08)	3 (0.29)	8 (0.79)	1 (0.10)	23 (2.26)		
โทรทัศน์	81 (7.96)	83 (8.16)	77 (7.57)	39 (3.83)	280 (27.53)		
ป้ายโฆษณา	40 (3.93)	29 (2.85)	36 (3.54)	88 (8.65)	193 (18.98)		
ห้าง สรรพสินค้า	33 (3.25)	55 (5.41)	53 (5.21)	95 (9.34)	236 (23.21)		
ป้ายรถ ประจำทาง	10 (0.98)	23 (2.25)	6 (0.59)	10 (0.98)	49 (4.82)		
รวม	202 (19.86)	242 (23.80)	235 (23.11)	338 (33.23)	1,017 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.32 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ประเภทสื่อโฆษณา พบว่า ค่า P < .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่าง อายุ 12-14 ปี ส่วนใหญ่รู้จักขนมขบเคี้ยวจากโทรทัศน์ เหมือนกัน จำแนกเป็น อายุ 13 ปี จำนวนมากที่สุด 83 คน คิดเป็นร้อยละ 8.16 รองลงมา คือ อายุ 12 ปี จำนวน 81 คน คิดเป็น ร้อยละ 7.96 และ อายุ 14 ปี จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 7.57 ส่วนกลุ่มตัวอย่างอายุ 15 ปี รู้จักขนมขบเคี้ยวจากห้างสรรพสินค้ามากที่สุด จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 9.34 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.33 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย

(n = 301)

การส่งเสริม การขาย	อายุ				รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	12 ปี จำนวน (ร้อยละ)	13 ปี จำนวน (ร้อยละ)	14 ปี จำนวน (ร้อยละ)	15 ปี จำนวน (ร้อยละ)			
สะสมของ รางวัลเพื่อแลก ของแถม	54 (6.69)	20 (2.48)	4 (0.50)	1 (0.12)	79 (9.78)	419.49	.00*
มีภาพโฆษณา ที่ทำให้ยาก รับประทาน	142 (17.57)	17 (2.10)	2 (0.25)	2 (0.25)	163 (20.17)		
มีของแถมที่มา พร้อมกับขนม	49 (6.06)	17 (2.10)	9 (1.11)	8 (0.99)	83 (10.27)		
มีขนมรูปแบบ ใหม่ และ รสชาติใหม่	68 (8.42)	40 (4.95)	51 (6.31)	64 (7.92)	223 (27.60)		
มีขนม หลากหลาย ให้เลือก	89 (11.01)	38 (4.70)	19 (2.35)	65 (8.04)	211 (26.11)		
มีขนมที่มี ประโยชน์ต่อ ร่างกาย	27 (3.34)	11 (1.37)	8 (0.99)	3 (0.37)	49 (6.07)		
รวม	429 (53.09)	143 (17.70)	93 (11.51)	143 (17.70)	808 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.33 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย พบว่า ค่า P < .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างอายุ 12 ปี ส่วนใหญ่ ชอบการส่งเสริมการขายแบบ มีภาพโฆษณาที่ทำให้ยากรับประทาน จำนวนมากที่สุด 142 คน คิดเป็นร้อยละ 17.57 รองลงมา คือ อายุ 15 ปี ชอบการส่งเสริมการขายแบบ มีขนม

หลากหลายให้เลือก จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 8.04 ส่วนกลุ่มตัวอย่างอายุ 13-14 ปี ชอบการส่งเสริมการขายแบบ ขนมีรูปแบบใหม่ และรสชาติใหม่ เหมือนกันจำแนกเป็น อายุ 14 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 6.31 และอายุ 13 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 4.95 ตามลำดับ

4.5.3.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับชั้นปีที่ศึกษากับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกรายด้าน แสดงดังตารางที่ 4.34 โดยกำหนดสมมติฐาน ดังนี้

- สมมติฐานหลัก (H_0) : ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับชั้นปีที่ศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- สมมติฐานรอง (H_1) : ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับชั้นปีที่ศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตารางที่ 4.34 ค่าไคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับชั้นปีที่ศึกษากับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกรายด้าน

(n = 301)

พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว	χ^2	P - Value
ชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค	532.74	.00*
ความถี่ในการบริโภค	284.30	.00*
ปริมาณในการซื้อต่อครั้ง	3.42	.49
ราคาซื้อต่อถุง	11.45	.08
ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	25.92	.01*
ประเภทสื่อโฆษณา	432.42	.00*
การส่งเสริมการขาย	529.78	.00*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.34 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับชั้นปีที่ศึกษากับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภค 7 ด้าน แสดงดังตารางที่ 4.35 – 4.41 ดังนี้

1) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับชั้นปีที่ศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับชั้นปีที่ศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

- 3) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับชั้นปีที่ศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
- 4) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับชั้นปีที่ศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
- 5) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับชั้นปีที่ศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
- 6) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับชั้นปีที่ศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
- 7) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับชั้นปีที่ศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.35 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับชั้นปีที่ศึกษากับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค

(n = 301)

ชนิดของขนม ขบเคี้ยว	ระดับชั้นปีที่ศึกษา			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	ม.1 จำนวน (ร้อยละ)	ม.2 จำนวน (ร้อยละ)	ม.3 จำนวน (ร้อยละ)			
มันฝรั่งทอด	10 (3.32)	5 (1.66)	3 (1.00)	18 (5.98)	532.74	.00*
ข้าวเกรียบ	2 (0.67)	0 (0.00)	1 (0.33)	3 (1.00)		
ข้าวโพดอบกรอบ	7 (2.32)	4 (1.33)	2 (0.67)	13 (4.32)		
ข้าวอบกรอบ	4 (1.33)	4 (1.33)	3 (1.00)	11 (3.65)		
ลูกอม	15 (4.98)	24 (7.97)	20 (6.64)	59 (19.60)		
หมากฝรั่ง	13 (4.32)	10 (3.32)	7 (2.32)	30 (9.97)		
เยลลี่	9 (2.99)	1 (0.33)	1 (0.33)	11 (3.65)		
ช็อกโกแลต	8 (2.65)	21 (6.98)	27 (8.97)	56 (18.60)		
ถั่วลิสงอบกรอบ	3 (1.00)	2 (0.67)	7 (2.33)	12 (3.99)		

ตารางที่ 4.35 (ต่อ)

(n = 301)

ชนิดของขนม ขบเคี้ยว	ระดับชั้นปีที่ศึกษา				χ^2	P - Value
	ม.1 จำนวน (ร้อยละ)	ม.2 จำนวน (ร้อยละ)	ม.3 จำนวน (ร้อยละ)	รวม จำนวน (ร้อยละ)		
ถั่วลิ้นเตาอบกรอบ	1 (0.33)	1 (0.33)	4 (1.33)	6 (1.99)		
ถั่วอัลมอนต์ อบกรอบ	0 (0.00)	0 (0.00)	5 (1.66)	5 (1.66)		
เม้ตมะม่วงหิมพานต์	1 (0.33)	1 (0.33)	7 (2.33)	9 (2.99)		
เมล็ดทานตะวันอบ	4 (1.33)	7 (2.33)	1 (0.33)	12 (3.99)		
ปลาเส้นปรุงรส	10 (3.32)	14 (4.66)	10 (3.32)	34 (11.30)		
ปลาหมึกอบกรอบ	9 (2.99)	6 (1.99)	7 (2.33)	22 (7.31)		
รวม	96 (31.89)	100 (33.22)	105 (34.89)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.35 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับชั้นปีที่ศึกษากับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ระดับชั้นปีที่ศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 มีพฤติกรรมการบริโภคซ็อกโกแลตมากที่สุด จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 8.97 ส่วนกลุ่มตัวอย่างชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 และ ปีที่ 2 ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคลูกอมเหมือนกัน จำแนกเป็น กลุ่มตัวอย่างชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 บริโภคลูกอม จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 7.97 รองลงมา คือ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 บริโภคลูกอมจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.98 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.36 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับชั้นปีที่ศึกษากับพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค

(n = 301)

ความถี่ ในการบริโภค	ระดับชั้นปีที่ศึกษา				χ^2	P - Value
	ม.1 จำนวน (ร้อยละ)	ม.2 จำนวน (ร้อยละ)	ม.3 จำนวน (ร้อยละ)	รวม จำนวน (ร้อยละ)		
เป็นประจำ	1 (0.33)	3 (1.00)	6 (1.99)	10 (3.32)	284.30	.00*
บ่อยครั้ง	3 (1.00)	10 (3.32)	21 (6.98)	34 (11.30)		
บางครั้ง	40 (13.29)	66 (21.93)	61 (20.26)	167 (55.48)		
นานๆ ครั้ง	47 (15.61)	20 (6.64)	16 (5.32)	83 (27.57)		
ไม่เคยบริโภค	5 (1.66)	1 (0.33)	1 (0.33)	7 (2.33)		
รวม	96 (31.89)	100 (33.22)	105 (34.89)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.36 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับชั้นปีที่ศึกษากับพฤติกรรมการบริโภคของสมาชิกของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ระดับชั้นปีที่ศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคของสมาชิกของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 และ ปีที่ 3 มีความถี่ในการบริโภคของสมาชิกเป็นบางครั้งเหมือนกัน จำแนกเป็นชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 21.93 รองลงมา คือ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 20.26 ส่วนกลุ่มตัวอย่างชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 มีความถี่ในการบริโภคของสมาชิกนานๆ ครั้ง จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 15.61 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.37 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับชั้นปีที่ศึกษากับพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง

(n = 301)

ปริมาณในการซื้อต่อครั้ง	ระดับชั้นปีที่ศึกษา			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	ม.1 จำนวน (ร้อยละ)	ม.2 จำนวน (ร้อยละ)	ม.3 จำนวน (ร้อยละ)			
1-2 ถุง	81 (26.91)	68 (22.59)	59 (19.60)	208 (69.10)	3.42	.49
3-4 ถุง	10 (3.32)	25 (8.31)	45 (14.95)	80 (26.58)		
มากกว่า 4 ถุงขึ้นไป	5 (1.66)	7 (2.33)	1 (0.33)	13 (4.32)		
รวม	96 (31.89)	100 (33.22)	105 (34.89)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.37 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับชั้นปีที่ศึกษากับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง พบว่า ค่า $P > .05$ นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ระดับชั้นปีที่ศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างทุกระดับชั้นปี มีปริมาณในการซื้อต่อครั้งเหมือนกัน คือ 1-2 ถุง จำแนกเป็น ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 มากที่สุด จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 26.91 รองลงมา คือ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 22.59 และ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 19.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.38 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับชั้นปีที่ศึกษากับพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง

(n = 301)

ราคาซื้อต่อถุง	ระดับชั้นปีที่ศึกษา				χ^2	P - Value
	ม.1 จำนวน (ร้อยละ)	ม.2 จำนวน (ร้อยละ)	ม.3 จำนวน (ร้อยละ)	รวม จำนวน (ร้อยละ)		
5 - 10 บาท	58 (19.27)	57 (18.94)	42 (13.95)	157 (52.16)	11.45	.08
11 - 15 บาท	4 (1.33)	10 (3.32)	10 (3.32)	24 (7.97)		
16 - 20 บาท	23 (7.64)	30 (9.97)	23 (7.64)	76 (25.25)		
มากกว่า 20 บาท	11 (3.65)	3 (1.00)	30 (9.97)	44 (14.62)		
รวม	96 (31.89)	100 (33.22)	105 (34.89)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.38 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับชั้นปีที่ศึกษากับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง พบว่า ค่า $P > .05$ นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ระดับชั้นปีที่ศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างทุกระดับชั้นปี มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อถุงเหมือนกัน คือ 5-10 บาท จำแนกเป็นชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 มากที่สุด จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 19.27 รองลงมา คือ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 18.94 และ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 13.95 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.39 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับชั้นปีที่ศึกษากับพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง

(n = 301)

ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	ระดับชั้นปีที่ศึกษา			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	ม.1 จำนวน (ร้อยละ)	ม.2 จำนวน (ร้อยละ)	ม.3 จำนวน (ร้อยละ)			
น้อยกว่า 10 บาท	15 (4.98)	3 (1.00)	1 (0.33)	19 (6.31)	25.92	.01*
11 - 15 บาท	17 (5.65)	23 (7.64)	10 (3.32)	50 (16.61)		
16 - 20 บาท	47 (15.62)	32 (10.63)	23 (7.64)	102 (33.89)		
21 - 25 บาท	5 (1.66)	10 (3.32)	17 (5.65)	32 (10.63)		
มากกว่า 25 บาท	12 (3.99)	32 (10.63)	54 (17.94)	98 (32.56)		
รวม	96 (31.89)	100 (33.22)	105 (34.89)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.39 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับชั้นปีที่ศึกษากับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ระดับชั้นปีที่ศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง มากกว่า 25 บาท จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 17.94 รองลงมา คือ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 มีค่าใช้จ่ายในการซื้อขนมขบเคี้ยว ครั้งละ 16-20 บาท จำนวน 47 คน คิดเป็น ร้อยละ 15.62 ส่วนกลุ่มตัวอย่างชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 มีค่าใช้จ่ายในการซื้อขนมขบเคี้ยว ครั้งละ 16 - 20 บาท และมากกว่า 25 บาท ในจำนวนที่เท่ากัน คือ 32 คน คิดเป็นร้อยละ 10.63 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.40 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับชั้นปีที่ศึกษากับพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา

(n = 301)

ประเภทสื่อโฆษณา	ระดับชั้นปีที่ศึกษา			รวมจำนวน	χ^2	P - Value
	ม.1 จำนวน (ร้อยละ)	ม.2 จำนวน (ร้อยละ)	ม.3 จำนวน (ร้อยละ)			
หนังสือพิมพ์	8 (0.79)	13 (1.28)	21 (2.07)	42 (4.13)	432.42	.00*
อินเทอร์เน็ต	40 (3.93)	53 (5.21)	101 (9.93)	194 (19.08)		
วิทยุ	5 (0.49)	8 (0.79)	10 (0.98)	23 (2.26)		
โทรทัศน์	112 (11.01)	87 (8.55)	81 (7.96)	280 (27.53)		
ป้ายโฆษณา	39 (3.84)	67 (6.59)	87 (8.56)	193 (18.98)		
ห้างสรรพสินค้า	55 (5.41)	73 (7.18)	108 (10.62)	236 (23.21)		
ป้ายรถประจำทาง	1 (0.10)	18 (1.77)	30 (2.94)	49 (4.81)		
รวม	260 (25.57)	319 (31.37)	438 (43.06)	1,017 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.40 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับชั้นปีที่ศึกษากับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ระดับชั้นปีที่ศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยส่วนใหญ่ กลุ่มตัวอย่างชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 และปีที่ 2 รู้จักขนมขบเคี้ยวจากโทรทัศน์เหมือนกัน จำแนกเป็น ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 11.01 รองลงมา คือ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 8.55 ส่วนกลุ่มตัวอย่างชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 รู้จักขนมขบเคี้ยวจากห้างสรรพสินค้า จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 10.62 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.41 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับชั้นปีที่ศึกษากับพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย

(n = 301)

การส่งเสริม การขาย	ระดับชั้นปีที่ศึกษา			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	ม.1 จำนวน (ร้อยละ)	ม.2 จำนวน (ร้อยละ)	ม.3 จำนวน (ร้อยละ)			
สะสมของรางวัลเพื่อ แลกของแถม	39 (4.84)	22 (2.71)	18 (2.23)	79 (9.78)	529.78	.00*
มีภาพโฆษณาที่ทำให้ อยากรับประทาน	82 (10.15)	45 (5.57)	36 (4.45)	163 (20.17)		
มีของแถมที่มาพร้อม กับขนม	55 (6.81)	20 (2.48)	8 (0.99)	83 (10.28)		
มีขนมรูปแบบใหม่ และรสชาติใหม่	47 (5.82)	71 (8.78)	105 (13.00)	223 (27.60)		
มีขนมหลากหลาย ให้เลือก	50 (6.19)	64 (7.92)	97 (12.00)	211 (26.11)		
มีขนมที่มีประโยชน์ ต่อร่างกาย	23 (2.84)	16 (1.98)	10 (1.24)	49 (6.06)		
รวม	296 (36.63)	238 (29.46)	274 (33.91)	808 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.41 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับชั้นปีที่ศึกษากับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ระดับชั้นปีที่ศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 และปีที่ 3 ชอบการส่งเสริมการขายแบบมีขนมรูปแบบใหม่ และรสชาติใหม่ เหมือนกัน จำแนกเป็น ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 มากที่สุด จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 รองลงมา คือ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 8.78 ส่วนกลุ่มตัวอย่างชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ชอบการส่งเสริมการขายแบบ มีภาพโฆษณาที่ทำให้อยากรับประทาน จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 10.15 ตามลำดับ

4.5.3.4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะการอยู่อาศัยกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกรายด้าน แสดงดังตารางที่ 4.42 โดยกำหนดสมมติฐาน ดังนี้

- สมมติฐานหลัก (H_0) : ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะการอยู่อาศัย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- สมมติฐานรอง (H_1) : ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะการอยู่อาศัย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตารางที่ 4.42 ค่าไคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะการอยู่อาศัยกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง

(n = 301)

พฤติกรรมกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว	χ^2	P - Value
ชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค	222.39	.00*
ความถี่ในการบริโภค	333.99	.00*
ปริมาณในการซื้อต่อครั้ง	267.14	.00*
ราคาซื้อต่อถุง	278.63	.00*
ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	210.66	.00*
ประเภทสื่อโฆษณา	128.65	.00*
การส่งเสริมการขาย	99.49	.00*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.42 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะการอยู่อาศัยกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามพฤติกรรมกรรมการบริโภค 7 ด้าน แสดงดังตารางที่ 4.43 – 4.49 ดังนี้

1) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะการอยู่อาศัย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะการอยู่อาศัย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะการอยู่อาศัย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะการอยู่อาศัย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะการอยู่อาศัย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะการอยู่อาศัย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะการอยู่อาศัย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.43 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะการอยู่อาศัยกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค

(n = 301)

ชนิดของขนมขบเคี้ยว	ลักษณะการอยู่อาศัย				รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	บิดา มารดา จำนวน (ร้อยละ)	ผู้ปกครอง /ญาติ จำนวน (ร้อยละ)	ครู จำนวน (ร้อยละ)	หอพัก จำนวน (ร้อยละ)			
มันฝรั่งทอด	11 (3.65)	5 (1.66)	2 (0.66)	0 (0.00)	18 (5.98)	222.39	.00*
ข้าวเกรียบ	1 (0.33)	2 (0.66)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (1.00)		
ข้าวโพด อบกรอบ	9 (2.99)	3 (1.00)	1 (0.33)	0 (0.00)	13 (4.32)		
ข้าวอบกรอบ	7 (2.33)	2 (0.66)	2 (0.66)	0 (0.00)	11 (3.65)		
ลูกอม	41 (13.62)	2 (0.66)	16 (5.32)	0 (0.00)	59 (19.60)		
หมากฝรั่ง	15 (4.99)	10 (3.32)	4 (1.33)	1 (0.33)	30 (9.97)		
เยลลี่	6 (1.99)	5 (1.66)	0 (0.00)	0 (0.00)	11 (3.65)		
ช็อกโกแลต	45 (14.95)	5 (1.66)	6 (1.99)	0 (0.00)	56 (18.60)		
ถั่วลิสง อบกรอบ	9 (2.99)	2 (0.67)	0 (0.00)	1 (0.33)	12 (3.99)		
ถั่วลิสง อบกรอบ	4 (1.33)	2 (0.67)	0 (0.00)	0 (0.00)	6 (1.99)		

ตารางที่ 4.43 (ต่อ)

(n = 301)

ชนิดของขนม ขบเคี้ยว	ลักษณะการอยู่อาศัย				รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	บิดา มารดา จำนวน (ร้อยละ)	ผู้ปกครอง /ญาติ จำนวน (ร้อยละ)	ครู จำนวน (ร้อยละ)	หอพัก จำนวน (ร้อยละ)			
ถั่วอัลมอนต์	3	0	1	1	5		
อบกรอบ	(1.00)	(0.00)	(0.33)	(0.33)	(1.66)		
เม้ดมะม่วงหิม พานต์	7	1	0	1	9		
	(2.33)	(0.33)	(0.00)	(0.33)	(2.99)		
เมล็ด	10	0	2	0	12		
ทานตะวันอบ	(3.32)	(0.00)	(0.67)	(0.00)	(3.99)		
ปลาเส้น	14	10	10	0	34		
ปรุงรส	(4.66)	(3.32)	(3.32)	(0.00)	(11.30)		
ปลาหมึก	9	6	7	0	22		
อบกรอบ	(2.99)	(1.99)	(2.33)	(0.00)	(7.31)		
รวม	191	55	51	4	301		
	(63.46)	(18.27)	(16.94)	(1.33)	(100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.43 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะการอยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่างกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ลักษณะการอยู่อาศัย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่กับบิดา มารดา ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคช็อกโกแลตมากที่สุด จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 14.95 รองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่กับครู มีพฤติกรรมการบริโภคลูกอม จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 5.32 กลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยอยู่กับผู้ปกครองหรือญาติ มีพฤติกรรมการบริโภคหมากฝรั่ง และปลาเส้นปรุงรส จำนวนเท่ากัน คือ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.32 และกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่หอพัก มีพฤติกรรมการบริโภคหมากฝรั่ง ถั่วลันเตาอบ ถั่วอัลมอนต์อบ และเม้ดมะม่วงหิมพานต์ จำนวนชนิดละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.44 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะการอยู่อาศัยกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค

(n = 301)

ความถี่ในการบริโภค	ลักษณะการอยู่อาศัย				รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	บิดา มารดา จำนวน (ร้อยละ)	ผู้ปกครอง /ญาติ จำนวน (ร้อยละ)	ครู จำนวน (ร้อยละ)	หอพัก จำนวน (ร้อยละ)			
เป็นประจำ	7 (2.33)	2 (0.66)	1 (0.33)	0 (0.00)	10 (3.32)	333.99	.00*
บ่อยครั้ง	26 (8.64)	7 (2.33)	0 (0.00)	1 (0.33)	34 (11.30)		
บางครั้ง	101 (33.55)	34 (11.30)	31 (10.30)	1 (0.33)	167 (55.48)		
นาน ๆ ครั้ง	51 (16.94)	12 (3.99)	18 (5.98)	2 (0.66)	83 (27.57)		
ไม่เคยบริโภค	6 (1.99)	0 (0.00)	1 (0.33)	0 (0.00)	7 (2.33)		
รวม	191 (63.46)	55 (18.27)	51 (16.94)	4 (1.33)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.44 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะการอยู่อาศัยกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ลักษณะการอยู่อาศัย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่าง ไม่ว่าจะมิลักษณะการอยู่อาศัยแบบใด มีความถี่ในการบริโภคขนมขบเคี้ยวเป็นบางครั้ง ยกเว้นกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่หอพัก มีพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว ด้านความถี่ในการบริโภคนาน ๆ ครั้ง กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่กับบิดา มารดา มีพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว ด้านความถี่ในการบริโภคบางครั้งมากที่สุด จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 33.55 รองลงมา คือ อยู่กับผู้ปกครองหรือญาติ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 11.30 และอาศัยอยู่กับครู จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 10.30 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่หอพัก มีความถี่ในการบริโภคขนมขบเคี้ยวานาน ๆ ครั้ง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.66 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.45 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะการอยู่อาศัยกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง

(n = 301)

ปริมาณในการซื้อต่อครั้ง	ลักษณะการอยู่อาศัย				รวมจำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	บิดา มารดา จำนวน (ร้อยละ)	ผู้ปกครอง /ญาติ จำนวน (ร้อยละ)	ครู จำนวน (ร้อยละ)	หอพัก จำนวน (ร้อยละ)			
1-2 ถุง	141 (46.84)	30 (9.97)	33 (10.96)	4 (1.33)	208 (69.10)	267.14	.00*
3-4 ถุง	43 (14.29)	19 (6.31)	18 (5.98)	0 (0.00)	80 (26.58)		
> 4 ถุงขึ้นไป	7 (2.33)	6 (1.99)	0 (0.00)	0 (0.00)	13 (4.32)		
รวม	191 (63.46)	55 (18.27)	51 (16.94)	4 (1.33)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.45 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะการอยู่อาศัยกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ลักษณะการอยู่อาศัย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่าง ไม่ว่าจะมิลักษณะการอยู่อาศัยแบบใด มีพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว ด้านปริมาณในการซื้อต่อครั้ง จำนวน 1-2 ถุง จำแนกเป็น อยู่กับบิดา มารดา จำนวนมากที่สุด 141 คน คิดเป็นร้อยละ 46.84 รองลงมา คือ อยู่กับครู จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 10.96 อยู่กับผู้ปกครองหรือญาติ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 9.97 และอยู่หอพัก จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.46 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะการอยู่อาศัยกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง

(n = 301)

ราคาซื้อต่อถุง	ลักษณะการอยู่อาศัย				รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	บิดา มารดา จำนวน (ร้อยละ)	ผู้ปกครอง /ญาติ จำนวน (ร้อยละ)	ครู จำนวน (ร้อยละ)	หอพัก จำนวน (ร้อยละ)			
5 - 10 บาท	124 (41.20)	15 (4.98)	16 (5.32)	2 (0.66)	157 (52.16)	278.63	.00*
11 - 15 บาท	18 (5.98)	4 (1.33)	0 (0.00)	2 (0.66)	24 (7.97)		
16 - 20 บาท	44 (14.62)	18 (5.98)	14 (4.65)	0 (0.00)	76 (25.25)		
> 20 บาท	5 (1.66)	18 (5.98)	21 (6.98)	0 (0.00)	44 (14.62)		
รวม	191 (63.46)	55 (18.27)	51 (16.94)	4 (1.33)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.46 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะการอยู่อาศัยกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ลักษณะการอยู่อาศัย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่กับบิดา มารดา มีค่าใช้จ่ายในการซื้อขนม ขบเคี้ยวถุงละ 5-10 บาท มากที่สุด จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 41.20 รองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่กับครู มีค่าใช้จ่ายในการซื้อขนมขบเคี้ยวต่อถุง มากกว่า 20 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 6.98 กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่กับผู้ปกครองหรือญาติ มีค่าใช้จ่ายในการซื้อขนมขบเคี้ยวถุงละ 16 - 20 บาท และมากกว่า 20 บาท จำนวนเท่ากัน คือ 18 คน คิดเป็นร้อยละ 5.98 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่หอพัก มีค่าใช้จ่ายในการซื้อขนมขบเคี้ยวถุงละ 5-10 บาท และ 11-15 บาท จำนวนเท่ากัน คือ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.66 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.47 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะการอยู่อาศัยกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง

(n = 301)

ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	ลักษณะการอยู่อาศัย				รวมจำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	บิดา มารดา จำนวน (ร้อยละ)	ผู้ปกครอง /ญาติ จำนวน (ร้อยละ)	ครู จำนวน (ร้อยละ)	หอพัก จำนวน (ร้อยละ)			
< 10 บาท	15 (4.98)	1 (0.33)	0 (0.00)	3 (1.00)	19 (6.31)	210.66	.00*
11 - 15 บาท	22 (7.31)	8 (2.66)	20 (6.64)	0 (0.00)	50 (16.61)		
16 - 20 บาท	75 (24.92)	16 (5.32)	10 (3.32)	1 (0.33)	102 (33.89)		
21 - 25 บาท	22 (7.31)	5 (1.66)	5 (1.66)	0 (0.00)	32 (10.63)		
> 25 บาท	57 (18.94)	25 (8.31)	16 (5.31)	0 (0.00)	98 (32.56)		
รวม	191 (63.46)	55 (18.27)	51 (16.94)	4 (1.33)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.47 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะการอยู่อาศัยกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ลักษณะการอยู่อาศัย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่กับบิดา มารดา มีค่าใช้จ่ายในการซื้อ ครั้งละ 16-20 บาท มากที่สุด จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 24.92 รองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่กับผู้ปกครองหรือญาติ มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง มากกว่า 25 บาท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 8.31 กลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยอยู่กับครู มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง 11-15 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 6.64 และกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่หอพัก มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง น้อยกว่า 10 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.48 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะการอยู่อาศัยกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา

(n = 301)

ประเภทสื่อ โฆษณา	ลักษณะการอยู่อาศัย				รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	บิดา มารดา จำนวน (ร้อยละ)	ผู้ปกครอง /ญาติ จำนวน (ร้อยละ)	ครู จำนวน (ร้อยละ)	หอพัก จำนวน (ร้อยละ)			
หนังสือพิมพ์	8 (0.79)	15 (1.47)	9 (0.88)	10 (0.98)	42 (4.13)	128.65	.00*
อินเทอร์เน็ต	47 (4.62)	30 (2.95)	22 (2.16)	95 (9.35)	194 (19.08)		
วิทยุ	5 (0.49)	1 (0.10)	1 (0.10)	16 (1.57)	23 (2.26)		
โทรทัศน์	113 (11.11)	40 (3.93)	50 (4.92)	77 (7.57)	280 (27.53)		
ป้ายโฆษณา	43 (4.23)	51 (5.01)	32 (3.15)	67 (6.59)	193 (18.98)		
ห้าง สรรพสินค้า	105 (10.32)	66 (6.49)	30 (2.95)	35 (3.45)	236 (23.21)		
ป้ายรถ ประจำทาง	15 (1.47)	8 (0.79)	5 (0.49)	21 (2.06)	49 (4.81)		
รวม	336 (33.04)	211 (20.75)	149 (14.65)	321 (31.56)	1,017 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.48 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะการอยู่อาศัยกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ลักษณะการอยู่อาศัย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่กับบิดา มารดา และครู รู้จักขนมขบเคี้ยวจากโทรทัศน์เหมือนกัน จำแนกเป็น กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่กับบิดา มารดา มากที่สุด จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11 และอาศัยอยู่กับครู จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 4.92 รองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างที่อยู่หอพัก รู้จักขนมขบเคี้ยวจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 95 คน คิดเป็น ร้อยละ 9.35 และกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่กับผู้ปกครองหรือญาติ รู้จักขนมขบเคี้ยวจากห้างสรรพสินค้า จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 6.49 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.49 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะการอยู่อาศัยกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย

(n = 301)

การส่งเสริมการขาย	ลักษณะการอยู่อาศัย				รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	บิดา มารดา จำนวน (ร้อยละ)	ผู้ปกครอง /ญาติ จำนวน (ร้อยละ)	ครู จำนวน (ร้อยละ)	หอพัก จำนวน (ร้อยละ)			
สะสมของ รางวัลเพื่อ แลกของแถม	45 (5.57)	8 (0.99)	11 (1.36)	15 (1.86)	79 (9.78)	99.49	.00*
มีภาพโฆษณา ที่ทำให้อยาก รับประทาน	82 (10.15)	24 (2.97)	17 (2.10)	40 (4.95)	163 (20.17)		
มีของแถมที่มา พร้อมกับขนม	62 (7.67)	8 (0.99)	2 (0.25)	11 (1.36)	83 (10.27)		
มีขนมรูปแบบ ใหม่ และ รสชาติใหม่	89 (11.01)	49 (6.06)	35 (4.33)	50 (6.20)	223 (27.60)		
มีขนม หลากหลายให้ เลือก	102 (12.62)	59 (7.30)	18 (2.23)	32 (3.96)	211 (26.11)		
มีขนมที่มี ประโยชน์ต่อ ร่างกาย	3 (0.37)	5 (0.62)	8 (0.99)	33 (4.08)	49 (6.06)		
รวม	383 (47.40)	153 (18.94)	91 (11.26)	181 (22.40)	808 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.49 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะการอยู่อาศัยกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย พบว่า ค่า P < .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ลักษณะการอยู่อาศัย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่กับบิดา มารดา และอาศัยอยู่กับผู้ปกครอง

หรือญาติ ชอบการส่งเสริมการขายแบบ มีขนมหลากหลายให้เลือก มากที่สุด จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 12.62 รองลงมา คือ อาศัยอยู่กับผู้ปกครองหรือญาติ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 7.30 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่กับครู และอยู่หอพัก ชอบการส่งเสริมการขายแบบ มีขนมรูปแบบใหม่และรสชาติใหม่ โดยกลุ่มตัวอย่างที่อยู่หอพักมีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 6.20 และอาศัยอยู่กับครู จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 4.33 ตามลำดับ

4.5.3.5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกรายด้าน แสดงดังตารางที่ 4.50 โดยกำหนดสมมติฐานดังนี้

- สมมติฐานหลัก (H_0) : ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- สมมติฐานรอง (H_1) : ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตารางที่ 4.50 ค่าไคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง

(n = 301)

พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว	χ^2	P - Value
ชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค	222.39	.00*
ความถี่ในการบริโภค	224.91	.00*
ปริมาณในการซื้อต่อครั้ง	350.05	.00*
ราคาซื้อต่อถุง	273.97	.00*
ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	277.44	.00*
ประเภทสื่อโฆษณา	159.63	.00*
การส่งเสริมการขาย	105.78	.00*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.50 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภค 7 ด้าน แสดงดังตารางที่ 4.51 – 4.57 ดังนี้

1) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.51 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค

(n = 301)

ชนิดของขนมขบเคี้ยว	ลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง				χ^2	P - Value
	ต่อวัน จำนวน (ร้อยละ)	ต่อสัปดาห์ จำนวน (ร้อยละ)	ต่อเดือน จำนวน (ร้อยละ)	รวม จำนวน (ร้อยละ)		
มันฝรั่งทอด	10 (3.32)	6 (1.99)	2 (0.66)	18 (5.98)	222.39	.00*
ข้าวเกรียบ	3 (1.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (1.00)		
ข้าวโพดอบกรอบ	8 (2.66)	5 (1.66)	0 (0.00)	13 (4.32)		

ตารางที่ 4.51 (ต่อ)

(n = 301)

ชนิดของขนม ขบเคี้ยว	ลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	ต่อวัน จำนวน (ร้อยละ)	ต่อสัปดาห์ จำนวน (ร้อยละ)	ต่อเดือน จำนวน (ร้อยละ)			
ข้าวอบกรอบ	4 (1.33)	7 (2.33)	0 (0.00)	11 (3.65)		
ลูกอม	37 (12.29)	22 (7.31)	0 (0.00)	59 (19.60)		
หมากฝรั่ง	22 (7.31)	8 (2.66)	0 (0.00)	30 (9.97)		
เยลลี่	9 (2.99)	2 (0.66)	0 (0.00)	11 (3.65)		
ช็อกโกแลต	29 (9.63)	24 (7.97)	3 (1.00)	56 (18.60)		
ถั่วลิสงอบกรอบ	10 (3.32)	2 (0.66)	0 (0.00)	12 (3.99)		
ถั่วลิสงเตา อบกรอบ	6 (1.99)	0 (0.00)	0 (0.00)	6 (1.99)		
ถั่วอัลมอนต์ อบกรอบ	5 (1.66)	0 (0.00)	0 (0.00)	5 (1.66)		
เม็ดมะม่วง หิมพานต์	4 (1.33)	5 (1.66)	0 (0.00)	9 (2.99)		
เมล็ด ทานตะวันอบ	6 (1.99)	6 (1.99)	0 (0.00)	12 (3.99)		
ปลาเส้นปรุงรส	12 (3.99)	21 (6.98)	1 (0.33)	34 (11.30)		
ปลาหมึก อบกรอบ	15 (4.99)	6 (1.99)	1 (0.33)	22 (7.31)		
รวม	180 (59.80)	114 (37.87)	7 (2.33)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.51 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเงินจากผู้ปกครองต่อวัน มีพฤติกรรมการบริโภคลูกอมมากที่สุด จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 12.29 รองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเงินจากผู้ปกครองต่อสัปดาห์ และต่อเดือน มีพฤติกรรมการบริโภคช็อกโกแลตเหมือนกัน จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 7.97 และ จำนวน 3 คน คิดเป็น ร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.52 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค (n = 301)

ความถี่ในการบริโภค	ลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง				χ^2	P - Value
	ต่อวัน จำนวน (ร้อยละ)	ต่อสัปดาห์ จำนวน (ร้อยละ)	ต่อเดือน จำนวน (ร้อยละ)	รวม จำนวน (ร้อยละ)		
เป็นประจำ	5 (1.66)	5 (1.66)	0 (0.00)	10 (3.32)	224.91	.00*
บ่อยครั้ง	24 (7.97)	8 (2.66)	2 (0.66)	34 (11.30)		
บางครั้ง	98 (32.56)	65 (21.59)	4 (1.33)	167 (55.48)		
นานๆ ครั้ง	49 (16.28)	34 (11.30)	0 (0.00)	83 (27.57)		
ไม่เคยบริโภค	4 (1.33)	2 (0.67)	1 (0.33)	7 (2.33)		
รวม	180 (59.80)	114 (37.87)	7 (2.33)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.52 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างไม่ว่าจะได้รับการจากผู้ปกครอง

ลักษณะใด มีความถี่ในการบริโภคขนมขบเคี้ยวเป็นบางครั้งเหมือนกัน จำแนกเป็น กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเงินต่อวัน มีความถี่ในการบริโภคขนมขบเคี้ยวเป็นบางครั้งมากที่สุด จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 32.56 รองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเงินต่อสัปดาห์ จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 21.59 และกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเงินต่อเดือน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.53 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง

(n = 301)

ปริมาณในการซื้อต่อครั้ง	ลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง				χ^2	P - Value
	ต่อวัน จำนวน (ร้อยละ)	ต่อสัปดาห์ จำนวน (ร้อยละ)	ต่อเดือน จำนวน (ร้อยละ)	รวม จำนวน (ร้อยละ)		
1-2 ถุง	114 (37.87)	88 (29.24)	6 (1.99)	208 (69.10)	350.05	.00*
3-4 ถุง	58 (19.27)	21 (6.98)	1 (0.33)	80 (26.58)		
> 4 ถุงขึ้นไป	8 (2.66)	5 (1.66)	0 (0.00)	13 (4.32)		
รวม	180 (59.80)	114 (37.87)	7 (2.33)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.53 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างไม่ว่าจะได้รับเงินจากผู้ปกครองลักษณะใด มีปริมาณในการซื้อครั้งละ 1-2 ถุง เหมือนกัน จำแนกเป็น กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเงินจากผู้ปกครองต่อรายวัน มากที่สุด จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 37.87 รองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเงินจากผู้ปกครองต่อสัปดาห์ จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 29.24 และกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเงินจากผู้ปกครองต่อเดือน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.99 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.54 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองกับ พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง (n = 301)

ราคาซื้อต่อถุง	ลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง				χ^2	P - Value
	ต่อวัน จำนวน (ร้อยละ)	ต่อสัปดาห์ จำนวน (ร้อยละ)	ต่อเดือน จำนวน (ร้อยละ)	รวม จำนวน (ร้อยละ)		
5 - 10 บาท	88 (29.23)	62 (20.60)	7 (2.33)	157 (52.16)	273.97	.00*
11 - 15 บาท	14 (4.65)	10 (3.32)	0 (0.00)	24 (7.97)		
16 - 20 บาท	48 (15.95)	28 (33.22)	0 (0.00)	76 (25.25)		
> 20 บาท	30 (9.97)	14 (4.65)	0 (0.00)	44 (14.62)		
รวม	180 (59.80)	114 (37.87)	7 (2.33)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.54 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างไม่ว่าจะได้รับเงินจากผู้ปกครองลักษณะใด มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อถุง ครั้งละ 5 - 10 บาท เหมือนกัน จำแนกเป็น กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเงินจากผู้ปกครองต่อวัน มากที่สุด จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 29.23 รองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเงินจากผู้ปกครองต่อสัปดาห์ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 20.60 และกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเงินจากผู้ปกครองต่อเดือน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.55 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง

(n = 301)

ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	ลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง				χ^2	P - Value
	ต่อวัน จำนวน (ร้อยละ)	ต่อสัปดาห์ จำนวน (ร้อยละ)	ต่อเดือน จำนวน (ร้อยละ)	รวม จำนวน (ร้อยละ)		
น้อยกว่า 10 บาท	10 (3.32)	4 (1.33)	5 (1.66)	19 (6.31)	277.44	.00*
11 - 15 บาท	33 (10.96)	16 (5.32)	1 (0.33)	50 (16.61)		
16 - 20 บาท	54 (17.94)	47 (15.61)	1 (0.33)	102 (33.89)		
21 - 25 บาท	28 (9.30)	4 (1.33)	0 (0.00)	32 (10.63)		
> 25 บาท	55 (18.27)	43 (14.29)	0 (0.00)	98 (32.56)		
รวม	180 (59.80)	114 (37.87)	7 (2.33)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.55 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเงินจากผู้ปกครองต่อวัน มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง มากกว่า 25 บาท มากที่สุด จำนวน 55 คน คิดเป็น ร้อยละ 18.27 รองลงมา คือ ได้รับเงินต่อสัปดาห์ มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง ครั้งละ 16 - 20 บาท จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 15.61 และกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเงินจากผู้ปกครองต่อเดือน มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง น้อยกว่า 10 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.66 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.56 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองกับ พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา (n = 301)

ประเภทสื่อ โฆษณา	ลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง				χ^2	P - Value
	ต่อวัน จำนวน (ร้อยละ)	ต่อสัปดาห์ จำนวน (ร้อยละ)	ต่อเดือน จำนวน (ร้อยละ)	รวม จำนวน (ร้อยละ)		
หนังสือพิมพ์	22 (2.17)	11 (1.08)	9 (0.88)	42 (4.13)	159.63	.00*
อินเทอร์เน็ต	91 (30.23)	69 (6.78)	34 (3.34)	194 (19.08)		
วิทยุ	15 (1.47)	8 (0.79)	0 (0.00)	23 (2.26)		
โทรทัศน์	122 (12.00)	90 (8.85)	68 (6.69)	280 (27.53)		
ป้ายโฆษณา	93 (9.14)	55 (5.41)	45 (4.42)	193 (18.98)		
ห้างสรรพสินค้า	116 (11.41)	80 (7.87)	40 (3.93)	236 (23.21)		
ป้ายรถประจำทาง	34 (3.35)	5 (0.49)	10 (0.98)	49 (4.82)		
รวม	493 (48.48)	318 (31.27)	206 (20.25)	1,017 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.56 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างไม่ว่าจะได้รับเงินจากผู้ปกครองลักษณะใด รู้จักขนมขบเคี้ยวจากโทรทัศน์ เหมือนกัน จำแนกเป็น กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเงินจากผู้ปกครองต่อวัน มากที่สุด จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 รองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเงินจากผู้ปกครองต่อสัปดาห์ จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 8.85 และ กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเงินจากผู้ปกครองต่อเดือน จำนวน 68 คน คิดเป็น ร้อยละ 6.69 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.57 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองกับ พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย (n = 301)

การส่งเสริมการขาย	ลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง				χ^2	P - Value
	ต่อวัน จำนวน (ร้อยละ)	ต่อสัปดาห์ จำนวน (ร้อยละ)	ต่อเดือน จำนวน (ร้อยละ)	รวม จำนวน (ร้อยละ)		
สะสมของรางวัล เพื่อแลกของแถม	47 (5.81)	20 (2.48)	12 (1.49)	79 (9.78)	105.78	.00*
มีภาพโฆษณาที่ทำ ให้อยาก รับประทาน	78 (9.65)	55 (6.81)	30 (3.71)	163 (20.17)		
มีของแถมที่มา พร้อมกับขนม	52 (6.44)	20 (2.48)	11 (1.36)	83 (10.27)		
มีขนมรูปแบบใหม่ และรสชาติใหม่	119 (14.73)	70 (8.66)	34 (4.21)	223 (27.60)		
มีขนมหลากหลาย ให้เลือก	98 (12.13)	64 (7.92)	49 (6.06)	211 (26.11)		
มีขนมที่มี ประโยชน์ต่อ ร่างกาย	28 (3.47)	11 (1.35)	10 (1.24)	49 (6.06)		
รวม	422 (52.23)	240 (29.70)	146 (18.07)	808 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.57 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเงินจากผู้ปกครองต่อวัน และต่อสัปดาห์ ชอบการส่งเสริมการขายแบบ มีขนมรูปแบบใหม่ และรสชาติใหม่ เหมือนกัน จำแนกเป็น กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเงินจากผู้ปกครองต่อวัน จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 14.73 รองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเงินจากผู้ปกครองต่อสัปดาห์ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 8.66

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเงินจากผู้ปกครองต่อเดือน ชอบการส่งเสริมการขายแบบ มีขนมหลากหลายให้เลือก จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 6.06 ตามลำดับ

4.5.3.6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวันกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกรายด้าน แสดงดังตารางที่ 4.58 โดยกำหนดสมมติฐานดังนี้

- สมมติฐานหลัก (H_0) : ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- สมมติฐานรอง (H_1) : ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวัน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตารางที่ 4.58 ค่าไคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวันกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง

(n = 301)

พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว	χ^2	P - Value
ชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค	509.26	.00*
ความถี่ในการบริโภค	272.81	.00*
ปริมาณในการซื้อต่อครั้ง	12.11	.02*
ราคาซื้อต่อถุง	16.27	.01*
ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	50.80	.00*
ประเภทสื่อโฆษณา	257.06	.00*
การส่งเสริมการขาย	76.38	.00*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.58 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวันกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภค 7 ด้าน แสดงดังตารางที่ 4.59 – 4.65 ดังนี้

1) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.59 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวันกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค

(n = 301)

ชนิดของขนม ขบเคี้ยว	จำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง(บาท)			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	< 100 จำนวน (ร้อยละ)	101 - 150 จำนวน (ร้อยละ)	> 151 จำนวน (ร้อยละ)			
มันฝรั่งทอด	18 (5.98)	0 (0.00)	0 (0.00)	18 (5.98)	509.26	.00*
ข้าวเกรียบ	3 (1.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (1.00)		
ข้าวโพด อบกรอบ	13 (4.32)	0 (0.00)	0 (0.00)	13 (4.32)		
ข้าวอบกรอบ	11 (3.65)	0 (0.00)	0 (0.00)	11 (3.65)		

ตารางที่ 4.59 (ต่อ)

(n = 301)

ชนิดของขนม ขบเคี้ยว	จำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง(บาท)			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	< 100 จำนวน (ร้อยละ)	101 - 150 จำนวน (ร้อยละ)	> 151 จำนวน (ร้อยละ)			
ลูกอม	59 (19.60)	0 (0.00)	0 (0.00)	59 (19.60)		
หมากฝรั่ง	12 (3.99)	18 (5.98)	0 (0.00)	30 (9.97)		
เยลลี่	0 (0.00)	11 (3.65)	0 (0.00)	11 (3.65)		
ช็อกโกแลต	0 (0.00)	48 (15.95)	8 (2.66)	56 (18.60)		
ถั่วลิสง อบกรอบ	0 (0.00)	0 (0.00)	12 (3.99)	12 (3.99)		
ถั่วลิสง อบกรอบ	0 (0.00)	0 (0.00)	6 (1.99)	6 (1.99)		
ถั่วอัลมอนต์ อบกรอบ	0 (0.00)	0 (0.00)	5 (1.66)	5 (1.66)		
เม็ดมะม่วง หิมพานต์	0 (0.00)	0 (0.00)	9 (2.99)	9 (2.99)		
เมล็ด ทานตะวันอบ	0 (0.00)	0 (0.00)	12 (3.99)	12 (3.99)		
ปลาเส้นปรุงรส	0 (0.00)	0 (0.00)	34 (11.30)	34 (11.30)		
ปลาหมึก อบกรอบ	0 (0.00)	0 (0.00)	22 (7.31)	22 (7.31)		
รวม	116 (38.54)	77 (25.58)	108 (35.88)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.59 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวัน กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค พบว่าค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า จำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเงินจากผู้ปกครองต่ำกว่า 100 บาท ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคลูกอมมากที่สุด จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 19.60 รองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเงินจากผู้ปกครองระหว่าง 101-150 บาท มีพฤติกรรมการบริโภคช็อกโกแลต จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 15.95 และกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเงินจากผู้ปกครองมากกว่า 150 บาท มีพฤติกรรมการบริโภคปลาเส้นปรุงรส จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 11.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.60 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวันกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค
(n = 301)

ความถี่ในการบริโภค	จำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง(บาท)			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	< 100 จำนวน (ร้อยละ)	101 - 150 จำนวน (ร้อยละ)	> 151 จำนวน (ร้อยละ)			
เป็นประจำ	0 (0.00)	0 (0.00)	10 (3.32)	10 (3.32)	272.81	.00*
บ่อยครั้ง	0 (0.00)	0 (0.00)	34 (11.30)	34 (11.30)		
บางครั้ง	26 (8.64)	77 (25.58)	64 (21.26)	167 (55.48)		
นานๆ ครั้ง	83 (27.57)	0 (0.00)	0 (0.00)	83 (27.57)		
ไม่เคยบริโภค	7 (2.33)	0 (0.00)	0 (0.00)	7 (2.33)		
รวม	116 (38.54)	77 (25.58)	108 (35.88)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.60 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวันกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า จำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม

ความถี่ในการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเงินจากผู้ปกครองต่ำกว่า 100 บาท ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวนานๆ ครั้งมากที่สุด จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 27.57 รองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเงินจากผู้ปกครองระหว่าง 101-150 บาท และมากกว่า 151 บาท มีพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวที่เหมือนกัน คือ เป็นบางครั้ง จำแนกเป็น 101-150 บาท จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 25.58 และ มากกว่า 151 บาท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 21.26 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.61 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวันกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง

(n = 301)

ปริมาณในการซื้อต่อครั้ง	จำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง(บาท)			รวมจำนวน	χ^2	P - Value
	< 100 จำนวน (ร้อยละ)	101 - 150 จำนวน (ร้อยละ)	> 151 จำนวน (ร้อยละ)			
1-2 ถุง	86 (28.57)	54 (17.94)	68 (22.59)	208 (69.10)	12.11	.02*
3-4 ถุง	27 (8.97)	23 (7.64)	30 (9.97)	80 (26.58)		
> 4 ถุงขึ้นไป	3 (1.00)	0 (0.00)	10 (3.32)	13 (4.32)		
รวม	116 (38.54)	77 (25.58)	108 (35.88)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.61 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวันกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง พบว่า ค่า P < .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า จำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเงินจากผู้ปกครองไม่ว่าเป็นจำนวนเท่าใด ส่วนใหญ่มีปริมาณในการซื้อต่อครั้งเหมือนกัน คือ 1-2 ถุง จำแนกเป็น ต่ำกว่า 100 บาท จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57 รองลงมา คือ มากกว่า 151 บาทขึ้นไป จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 22.59 และ 101-150 บาท จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 17.94 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.62 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวันกับ พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง

(n = 301)

ราคาซื้อต่อถุง	จำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง(บาท)			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	< 100 จำนวน (ร้อยละ)	101 - 150 จำนวน (ร้อยละ)	> 151 จำนวน (ร้อยละ)			
5 - 10 บาท	71 (23.59)	41 (13.62)	45 (14.95)	157 (52.16)	16.27	.01*
11 - 15 บาท	9 (2.99)	3 (1.00)	12 (3.98)	24 (7.97)		
16 - 20 บาท	24 (7.97)	25 (8.31)	27 (8.97)	76 (25.25)		
> 20 บาท	12 (3.98)	8 (2.67)	24 (7.97)	44 (14.62)		
รวม	116 (38.54)	77 (25.58)	108 (35.88)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.62 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวันกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า จำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเงินจากผู้ปกครองไม่ว่าเป็นจำนวนเท่าใด ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อขนมขบเคี้ยวต่อถุงเหมือนกัน คือ 5-10 บาท จำแนกเป็น ต่ำกว่า 100 บาท จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 23.59 รองลงมา คือ มากกว่า 151 บาทขึ้นไป จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 14.95 และ 101-150 บาท จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 13.62 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.63 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวันกับ พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง

(n = 301)

ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	จำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง(บาท)			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	< 100 จำนวน (ร้อยละ)	101 - 150 จำนวน (ร้อยละ)	> 151 จำนวน (ร้อยละ)			
< 10 บาท	14 (4.65)	0 (0.00)	5 (1.66)	19 (6.31)	50.80	.00*
11 - 15 บาท	34 (11.30)	9 (2.99)	7 (2.32)	50 (16.61)		
16 - 20 บาท	34 (11.30)	37 (12.29)	31 (10.30)	102 (33.89)		
21 - 25 บาท	10 (3.32)	9 (2.99)	13 (4.32)	32 (10.63)		
> 25 บาท	24 (7.97)	22 (7.31)	52 (17.28)	98 (32.56)		
รวม	116 (38.54)	77 (25.58)	108 (35.88)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.63 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวันกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง พบว่า ค่า P < .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า จำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเงินจากผู้ปกครองมากกว่า 151 บาท มีค่าใช้จ่ายในการซื้อขนมขบเคี้ยวมากกว่า 25 บาทต่อครั้งมากที่สุด จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 17.28 รองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเงินจากผู้ปกครองระหว่าง 101-150 บาท มีค่าใช้จ่ายในการซื้อขนมขบเคี้ยวครั้งละ 16 - 20 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.29 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเงินจากผู้ปกครองต่ำกว่า 100 บาท มีค่าใช้จ่ายในการซื้อขนมขบเคี้ยวที่เท่ากัน คือ ครั้งละ 11 - 15 บาท และ 16 - 20 บาท จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 11.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.64 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวันกับ พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา (n = 301)

ประเภท สื่อโฆษณา	จำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง(บาท)			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	< 100 จำนวน (ร้อยละ)	101 - 150 จำนวน (ร้อยละ)	> 151 จำนวน (ร้อยละ)			
หนังสือพิมพ์	42 (4.13)	0 (0.00)	0 (0.00)	42 (4.13)	257.06	.00*
อินเทอร์เน็ต	74 (7.28)	77 (7.57)	43 (4.23)	194 (19.08)		
วิทยุ	0 (0.00)	0 (0.00)	23 (2.26)	23 (2.26)		
โทรทัศน์	116 (11.41)	77 (7.57)	87 (8.55)	280 (27.53)		
ป้ายโฆษณา	116 (11.41)	14 (1.38)	63 (6.19)	193 (18.98)		
ห้าง สรรพสินค้า	65 (6.39)	63 (6.19)	108 (10.63)	236 (23.21)		
ป้ายรถ ประจำทาง	49 (4.81)	0 (0.00)	0 (0.00)	49 (4.81)		
รวม	462 (45.43)	231 (22.71)	324 (31.86)	1,017 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.64 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวันกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา พบว่า ค่า P < .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า จำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเงินจากผู้ปกครองต่ำกว่า 100 บาท รู้จักขนมขบเคี้ยวจากโทรทัศน์ และป้ายโฆษณาจำนวนเท่ากัน คือ 116 คน คิดเป็นร้อยละ 11.41 รองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเงินจากผู้ปกครองมากกว่า 151 บาท รู้จักขนมขบเคี้ยวจากห้างสรรพสินค้า จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 10.63 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเงินจากผู้ปกครองระหว่าง 101-150 บาท รู้จักขนมขบเคี้ยวจากสื่ออินเทอร์เน็ต และโทรทัศน์จำนวนเท่ากัน คือ จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 7.57 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.65 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวันกับ พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย (n = 301)

การส่งเสริม การขาย	จำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง(บาท)			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	< 100 จำนวน (ร้อยละ)	101 - 150 จำนวน (ร้อยละ)	> 151 จำนวน (ร้อยละ)			
สะสมของ รางวัลเพื่อแลก ของแถม	39 (4.83)	21 (2.60)	19 (2.35)	79 (9.78)	76.38	.00*
มีภาพโฆษณาที่ ทำให้อยาก รับประทาน	37 (4.58)	77 (9.53)	49 (6.06)	163 (20.17)		
มีของแถมที่มา พร้อมกับขนม	31 (3.84)	25 (3.09)	27 (3.34)	83 (10.27)		
มีขนมรูปแบบ ใหม่ และ รสชาติใหม่	92 (11.39)	77 (9.53)	54 (6.68)	223 (27.60)		
มีขนม หลากหลาย ให้เลือก	129 (15.97)	28 (3.47)	54 (6.68)	211 (26.12)		
มีขนมที่มี ประโยชน์ต่อ ร่างกาย	25 (3.09)	17 (2.10)	7 (0.87)	49 (6.06)		
รวม	353 (43.69)	245 (30.32)	210 (25.99)	808 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.65 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวันกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย พบว่า ค่า P < .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า จำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเงินจาก

ผู้ปกครองต่ำกว่า 100 บาท ชอบการส่งเสริมการขายแบบ มีขนมหลากหลายให้เลือกมากที่สุด จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 15.97 รองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเงินจากผู้ปกครองระหว่าง 101-150 บาท ชอบการส่งเสริมการขายแบบ มีภาพโฆษณาที่ทำให้อยากรับประทาน และมีขนมรูปแบบใหม่ รสชาติใหม่จำนวนที่เท่ากัน คือ 77 คน คิดเป็นร้อยละ 9.53 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเงินจากผู้ปกครองมากกว่า 151 บาท ชอบการส่งเสริมการขายแบบ มีขนมรูปแบบใหม่ รสชาติใหม่ และมีขนมหลากหลายให้เลือกจำนวนที่เท่ากัน คือ 54 คน คิดเป็นร้อยละ 6.68 ตามลำดับ

4.5.3.7 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยครอบครัว ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกรายด้าน แสดงดังตารางที่ 4.66 โดยกำหนดสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานหลัก (H_0) : ปัจจัยครอบครัว ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

สมมติฐานรอง (H_1) : ปัจจัยครอบครัว ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตารางที่ 4.66 ค่าไคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยครอบครัว ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกรายด้าน (n = 301)

พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว	χ^2	P - Value
ชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค	229.11	.00*
ความถี่ในการบริโภค	298.43	.00*
ปริมาณในการซื้อต่อครั้ง	282.64	.00*
ราคาซื้อต่อถุง	318.04	.00*
ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	191.33	.00*
ประเภทสื่อโฆษณา	83.24	.00*
การส่งเสริมการขาย	123.94	.00*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.66 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยครอบครัว ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภค 7 ด้าน แสดงดังตารางที่ 4.67 – 4.73 ดังนี้

1) ปัจจัยครอบครัว ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2) ปัจจัยครอบครัว ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3) ปัจจัยครอบครัว ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4) ปัจจัยครอบครัว ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5) ปัจจัยครอบครัว ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6) ปัจจัยครอบครัว ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7) ปัจจัยครอบครัว ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.67 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยครอบครัว ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครองกับ พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยว ที่บริโภค

(n = 301)

ชนิดของขนม ขบเคี้ยว	ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง				χ^2	P - Value
	ต่ำกว่า จำนวน (ร้อยละ)	ปริญญาตรี จำนวน (ร้อยละ)	สูงกว่า จำนวน (ร้อยละ)	รวม จำนวน (ร้อยละ)		
มันฝรั่งทอด	10 (3.32)	5 (1.66)	3 (1.00)	18 (5.98)	229.11	.00*
ข้าวเกรียบ	3 (1.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (1.00)		
ข้าวโพด อบกรอบ	9 (2.99)	4 (1.33)	0 (0.00)	13 (4.32)		
ข้าวอบกรอบ	7 (2.33)	3 (1.00)	1 (0.33)	11 (3.65)		
ลูกอม	26 (8.64)	31 (10.30)	2 (0.66)	59 (19.60)		
หมากฝรั่ง	20 (6.64)	10 (3.32)	0 (0.00)	30 (9.97)		
เยลลี่	5 (1.66)	5 (1.66)	1 (0.33)	11 (3.65)		
ช็อกโกแลต	39 (12.96)	17 (5.64)	0 (0.00)	56 (18.60)		
ถั่วลิสง อบกรอบ	3 (1.00)	6 (1.99)	3 (1.00)	12 (3.99)		
ถั่วลิสง อบกรอบ	1 (0.33)	4 (1.33)	1 (0.33)	6 (1.99)		
ถั่วอัลมอนต์ อบกรอบ	1 (0.33)	4 (1.33)	0 (0.00)	5 (1.66)		
เม้ตมะม่วง หิมพานต์	2 (0.66)	6 (1.99)	1 (0.33)	9 (2.99)		
เมล็ด ทานตะวันอบ	3 (1.00)	8 (2.66)	1 (0.33)	12 (3.99)		

ตารางที่ 4.67 (ต่อ)

(n = 301)

ชนิดของขนม ขบเคี้ยว	ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	ต่ำกว่า จำนวน (ร้อยละ)	ปริญญาตรี จำนวน (ร้อยละ)	สูงกว่า จำนวน (ร้อยละ)			
ปลาเส้นปรุงรส	14 (4.65)	17 (5.65)	3 (1.00)	34 (11.30)		
ปลาหมึก	8 (2.66)	10 (3.32)	4 (1.33)	22 (7.31)		
อบกรอบ						
รวม	151 (50.17)	130 (43.19)	20 (6.64)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.67 ปัจจัยครอบครัว ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ปกครองที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการบริโภคช็อกโกแลตมากที่สุด จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 12.96 รองลงมา คือ ผู้ปกครองที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการบริโภคลูกอม จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 10.30 และผู้ปกครองที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการบริโภคปลาหมึกอบกรอบ จำนวนน้อยที่สุด คือ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.68 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยรอบครั้ว ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครองกับ พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค (n = 301)

ความถี่ในการ บริโภค	ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง				χ^2	P - Value
	ต่ำกว่า จำนวน (ร้อยละ)	ปริญญาตรี จำนวน (ร้อยละ)	สูงกว่า จำนวน (ร้อยละ)	รวม จำนวน (ร้อยละ)		
เป็นประจำ	1 (0.33)	3 (1.00)	6 (1.99)	10 (3.32)	298.43	.00*
บ่อยครั้ง	15 (4.98)	9 (2.99)	10 (3.32)	34 (11.30)		
บางครั้ง	83 (27.57)	84 (27.91)	0 (0.00)	167 (55.48)		
นานๆ ครั้ง	51 (16.94)	32 (10.63)	0 (0.00)	83 (27.57)		
ไม่เคยบริโภค	1 (0.33)	2 (0.66)	4 (1.33)	7 (2.33)		
รวม	151 (50.17)	130 (43.19)	20 (6.64)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.68 ปัจจัยรอบครั้ว ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค พบว่า ค่า P < .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ปกครองที่มีการศึกษต่ำกว่าปริญญาตรี และการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการบริโภคขนมขบเคี้ยวเป็นบางครั้งเหมือนกัน จำแนกเป็น การศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 27.91 รองลงมา คือ การศึกษต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 27.57 และการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.32 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.69 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยครอบครัว ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครองกับ พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง

(n = 301)

ปริมาณในการซื้อต่อครั้ง	ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง				χ^2	P - Value
	ต่ำกว่า จำนวน (ร้อยละ)	ปริญญาตรี จำนวน (ร้อยละ)	สูงกว่า จำนวน (ร้อยละ)	รวม จำนวน (ร้อยละ)		
1-2 ถุง	93 (30.90)	102 (33.88)	13 (4.32)	208 (69.10)	282.64	.00*
3-4 ถุง	52 (17.28)	23 (7.64)	5 (1.66)	80 (26.58)		
> 4 ถุงขึ้นไป	6 (1.99)	5 (1.66)	2 (0.67)	13 (4.32)		
รวม	151 (50.17)	130 (43.19)	20 (6.64)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.69 ปัจจัยครอบครัว ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง พบว่า ค่า P < .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ไม่ว่าผู้ปกครองจะมีการศึกษา ระดับใด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปริมาณในการซื้อขนมขบเคี้ยวต่อครั้งเหมือนกัน คือ 1-2 ถุง จำแนกเป็น ระดับปริญญาตรี จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 33.88 รองลงมา คือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 30.90 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวนน้อยที่สุด คือ 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.32 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.70 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยครอบครัว ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครองกับ พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง (n = 301)

ราคาซื้อต่อถุง	ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง				χ^2	P - Value
	ต่ำกว่า จำนวน (ร้อยละ)	ปริญญาตรี จำนวน (ร้อยละ)	สูงกว่า จำนวน (ร้อยละ)	รวม จำนวน (ร้อยละ)		
5 - 10 บาท	73 (24.25)	75 (24.92)	9 (2.99)	157 (52.16)	318.04	.00*
11 - 15 บาท	12 (3.99)	9 (2.99)	3 (1.00)	24 (7.97)		
16 - 20 บาท	39 (12.96)	32 (10.63)	5 (1.66)	76 (25.25)		
> 20 บาท	27 (8.97)	14 (4.65)	3 (1.00)	44 (14.62)		
รวม	151 (50.17)	130 (43.19)	20 (6.64)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.70 ปัจจัยครอบครัว ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ไม่ว่าผู้ปกครองจะมีการศึกษาระดับใด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อขนมขบเคี้ยวต่อถุงเหมือนกัน คือ 5-10 บาท จำแนกเป็น ผู้ปกครองที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวนมากที่สุด คือ 75 คน คิดเป็นร้อยละ 24.92 รองลงมา คือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวนน้อยที่สุดคือ 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.99 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.71 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยครอบครัว ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครองกับ พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง

(n = 301)

ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง				χ^2	P - Value
	ต่ำกว่าจำนวน (ร้อยละ)	ปริญญาตรีจำนวน (ร้อยละ)	สูงกว่าจำนวน (ร้อยละ)	รวมจำนวน (ร้อยละ)		
< 10 บาท	12 (3.98)	4 (1.33)	3 (1.00)	19 (6.31)	191.33	.00*
11 - 15 บาท	22 (7.31)	20 (6.64)	8 (2.66)	50 (16.61)		
16 - 20 บาท	73 (24.25)	28 (9.30)	1 (0.33)	102 (33.89)		
21 - 25 บาท	10 (3.32)	15 (4.98)	7 (2.33)	32 (10.63)		
> 25 บาท	34 (11.30)	63 (20.93)	1 (0.33)	98 (32.56)		
รวม	151 (50.17)	130 (43.19)	20 (6.64)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.71 ปัจจัยครอบครัว ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ปกครองที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีค่าใช้จ่ายในการซื้อขนมขบเคี้ยวครั้งละ 16-20 บาท จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 รองลงมา คือ ระดับปริญญาตรี จะมีค่าใช้จ่ายในการซื้อขนมขบเคี้ยวครั้งละ มากกว่า 25 บาท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 20.93 และผู้ปกครองที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จะมีค่าใช้จ่ายในการซื้อขนมขบเคี้ยวครั้งละ 11-15 บาท จำนวนน้อยที่สุด คือ 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.66 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.72 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยครอบครัว ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครองกับ พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา (n = 301)

ประเภท สื่อโฆษณา	ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง				χ^2	P - Value
	ต่ำกว่า จำนวน (ร้อยละ)	ปริญญาตรี จำนวน (ร้อยละ)	สูงกว่า จำนวน (ร้อยละ)	รวม จำนวน (ร้อยละ)		
หนังสือพิมพ์	23 (2.26)	14 (1.38)	5 (0.49)	42 (4.13)	83.24	.00*
อินเทอร์เน็ต	57 (5.60)	66 (6.49)	71 (6.98)	194 (19.08)		
วิทยุ	12 (1.18)	9 (0.88)	2 (0.20)	23 (2.26)		
โทรทัศน์	102 (10.03)	84 (8.26)	94 (9.24)	280 (27.53)		
ป้ายโฆษณา	66 (6.49)	55 (5.41)	72 (7.08)	193 (18.98)		
ห้าง สรรพสินค้า	89 (8.75)	70 (6.88)	77 (7.57)	236 (23.21)		
ป้ายรถ ประจำทาง	22 (2.16)	17 (1.68)	10 (0.98)	49 (4.82)		
รวม	371 (36.48)	315 (30.97)	331 (32.55)	1,017 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.72 ปัจจัยครอบครัว ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ไม่ว่าผู้ปกครองจะมีการศึกษาระดับใด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักขนมขบเคี้ยวจากโทรทัศน์ เหมือนกัน จำแนกเป็น ผู้ปกครองที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวนมากที่สุด คือ 102 คน คิดเป็นร้อยละ 10.03 รองลงมา คือ ผู้ปกครองที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 9.24 และผู้ปกครองที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวนน้อยที่สุด คือ 84 คน คิดเป็นร้อยละ 8.26 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.73 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยครอบครัว ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครองกับ พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย (n = 301)

การส่งเสริมการขาย	ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง				χ^2	P - Value
	ต่ำกว่า จำนวน (ร้อยละ)	ปริญญาตรี จำนวน (ร้อยละ)	สูงกว่า จำนวน (ร้อยละ)	รวม จำนวน (ร้อยละ)		
สะสมของ รางวัลเพื่อแลก ของแถม	11 (1.36)	38 (4.71)	30 (3.71)	79 (9.78)	123.94	0.00*
มีภาพโฆษณาที่ ทำให้อยาก รับประทาน	82 (10.15)	63 (7.80)	18 (2.23)	163 (20.17)		
มีของแถมที่มา พร้อมกับขนม	10 (1.24)	59 (7.30)	14 (1.73)	83 (10.27)		
มีขนมรูปแบบ ใหม่ และ รสชาติใหม่	37 (4.58)	94 (11.63)	92 (11.39)	223 (27.60)		
มีขนม หลากหลาย ให้เลือก	44 (5.45)	112 (13.86)	55 (6.81)	211 (26.11)		
มีขนมที่มี ประโยชน์ต่อ ร่างกาย	21 (2.60)	17 (2.10)	11 (1.36)	49 (6.06)		
รวม	205 (25.37)	383 (47.40)	220 (27.23)	808 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.73 ปัจจัยครอบครัว ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย พบว่า ค่า P < .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H₀) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H₁) จึงสรุปได้ว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ปกครองที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี กลุ่มตัวอย่างชอบการส่งเสริมการขายแบบ มีขนมหลากหลายให้เลือก จำนวนมากที่สุด คือ 112 คน

คิดเป็นร้อยละ 13.86 รองลงมา คือ ผู้ปกครองที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี กลุ่มตัวอย่างชอบการส่งเสริมการขายแบบ มีชนมรูปแบบใหม่ และรสชาติใหม่ จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 11.39 และ ผู้ปกครองที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กลุ่มตัวอย่างชอบการส่งเสริมการขายแบบ มีภาพโฆษณาที่ทำให้อยากรับประทาน จำนวนน้อยที่สุด คือ 82 คน คิดเป็นร้อยละ 10.15 ตามลำดับ

4.5.3.8 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยครอบครัว ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกรายด้าน แสดงดังตารางที่ 4.74 โดยกำหนดสมมติฐานดังนี้

- สมมติฐานหลัก (H_0) : ปัจจัยครอบครัว ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- สมมติฐานรอง (H_1) : ปัจจัยครอบครัว ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตารางที่ 4.74 ค่าไคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยครอบครัว ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง

(n = 301)

พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว	χ^2	P - Value
ชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค	201.78	.00*
ความถี่ในการบริโภค	271.78	.00*
ปริมาณในการซื้อต่อครั้ง	172.59	.00*
ราคาซื้อต่อถุง	251.25	.00*
ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	230.31	.00*
ประเภทสื่อโฆษณา	156.70	.00*
การส่งเสริมการขาย	146.39	.00*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.74 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยครอบครัว ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภค 7 ด้าน แสดงดังตารางที่ 4.75 – 4.81 ดังนี้

- 1) ปัจจัยครอบครัว ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
- 2) ปัจจัยครอบครัว ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
- 3) ปัจจัยครอบครัว ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
- 4) ปัจจัยครอบครัว ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
- 5) ปัจจัยครอบครัว ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
- 6) ปัจจัยครอบครัว ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
- 7) ปัจจัยครอบครัว ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.75 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยครอบครัว ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค
(n = 301)

ชนิดของขนม ขบเคี้ยว	จำนวนสมาชิกในครอบครัว(คน)			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	2-3	4-5	> 6			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
มันฝรั่งทอด	1 (0.33)	15 (4.99)	2 (0.66)	18 (5.98)	201.78	.00*
ข้าวเกรียบ	0 (0.00)	3 (1.00)	0 (0.00)	3 (1.00)		
ข้าวโพดอบกรอบ	1 (0.33)	12 (3.99)	0 (0.00)	13 (4.32)		
ข้าวอบกรอบ	1 (0.33)	9 (2.99)	1 (0.33)	11 (3.65)		
ลูกอม	9 (2.99)	48 (15.95)	2 (0.66)	59 (19.60)		

ตารางที่ 4.75 (ต่อ)

(n = 301)

ชนิดของขนม ขบเคี้ยว	จำนวนสมาชิกในครอบครัว(คน)			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	2-3 จำนวน (ร้อยละ)	4-5 จำนวน (ร้อยละ)	> 6 จำนวน (ร้อยละ)			
หมากฝรั่ง	6 (1.99)	20 (6.64)	4 (1.33)	30 (9.97)		
เยลลี่	5 (1.66)	6 (1.99)	0 (0.00)	11 (3.65)		
ช็อกโกแลต	17 (5.64)	31 (10.30)	8 (2.66)	56 (18.60)		
ถั่วลิสงอบกรอบ	3 (1.00)	8 (2.66)	1 (0.33)	12 (3.99)		
ถั่วลิ้นเตาอบกรอบ	0 (0.00)	5 (1.66)	1 (0.33)	6 (1.99)		
ถั่วอัลมอนต์ อบกรอบ	1 (0.33)	4 (1.33)	0 (0.00)	5 (1.66)		
เม็ดมะม่วง หิมพานต์	1 (0.33)	8 (2.66)	0 (0.00)	9 (2.99)		
เมล็ดทานตะวันอบ	3 (1.00)	9 (2.99)	0 (0.00)	12 (3.99)		
ปลาเส้นปรุงรส	9 (2.99)	18 (5.98)	7 (2.33)	34 (11.30)		
ปลาหมึกอบกรอบ	1 (0.33)	17 (5.65)	4 (1.33)	22 (7.31)		
รวม	58 (19.27)	213 (70.76)	30 (9.97)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.75 ปัจจัยครอบครัว ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีสมาชิกในครอบครัว 4-5 คน

ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคลูกอม จำนวนมากที่สุด คือ 48 คน คิดเป็นร้อยละ 15.95 รองลงมา คือ มีสมาชิกในครอบครัว 2-3 คน กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการบริโภคช็อกโกแลต จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 5.64 และกลุ่มตัวอย่างที่มีสมาชิกในครอบครัวมากกว่า 6 คน มีพฤติกรรมการบริโภคช็อกโกแลต จำนวนน้อยที่สุด คือ 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.66 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.76 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยครอบครัว ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรม การบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค

(n = 301)

ความถี่ในการบริโภค	จำนวนสมาชิกในครอบครัว(คน)			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	2-3 จำนวน (ร้อยละ)	4-5 จำนวน (ร้อยละ)	> 6 จำนวน (ร้อยละ)			
เป็นประจำ	1 (0.33)	8 (2.66)	1 (0.33)	10 (3.32)	271.78	.00*
บ่อยครั้ง	4 (1.33)	22 (7.31)	8 (2.66)	34 (11.30)		
บางครั้ง	33 (10.96)	123 (40.86)	11 (3.65)	167 (55.48)		
นานๆ ครั้ง	19 (6.31)	58 (19.27)	6 (1.99)	83 (27.57)		
ไม่เคยบริโภค	1 (0.33)	2 (0.67)	4 (1.33)	7 (2.33)		
รวม	58 (19.27)	213 (70.76)	30 (9.97)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.76 ปัจจัยครอบครัว ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างไม่ว่าจะมีจำนวนสมาชิกในครอบครัวเท่าใด ส่วนใหญ่มีความถี่ในการบริโภคขนมขบเคี้ยวเป็นบางครั้งเหมือนกัน จำแนกเป็น กลุ่มตัวอย่างที่มีสมาชิกในครอบครัว 4-5 คน มีความถี่ในการบริโภคขนมขบเคี้ยวเป็นบางครั้งมากที่สุด จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 40.86 รองลงมา คือ สมาชิกในครอบครัว 2-3 คน จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 10.96 และสมาชิกในครอบครัวมากกว่า 6 คน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.65 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.77 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยครอบครัว ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง (n = 301)

ปริมาณในการซื้อต่อครั้ง	จำนวนสมาชิกในครอบครัว(คน)				χ^2	P - Value
	2-3 จำนวน (ร้อยละ)	4-5 จำนวน (ร้อยละ)	> 6 จำนวน (ร้อยละ)	รวม จำนวน (ร้อยละ)		
1-2 ถุง	43 (14.29)	148 (49.16)	17 (5.65)	208 (69.10)	172.59	.00*
3-4 ถุง	13 (4.32)	57 (18.94)	10 (3.32)	80 (26.58)		
> 4 ถุงขึ้นไป	2 (0.66)	8 (2.66)	3 (1.00)	13 (4.32)		
รวม	58 (19.27)	213 (70.76)	30 (9.97)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.77 ปัจจัยครอบครัว ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างไม่ว่าจะมีจำนวนสมาชิกในครอบครัวเท่าใด ส่วนใหญ่มีปริมาณในการซื้อต่อครั้ง 1-2 ถุง เหมือนกัน จำแนกเป็น กลุ่มตัวอย่างที่มีสมาชิกในครอบครัว 4-5 คน มีปริมาณในการซื้อต่อครั้งมากที่สุด จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 49.16 รองลงมา คือ สมาชิกในครอบครัว 2-3 คน จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29 และสมาชิกในครอบครัว มากกว่า 6 คน จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 5.65 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.78 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยครอบครัว ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง

(n = 301)

ราคาซื้อต่อถุง	จำนวนสมาชิกในครอบครัว(คน)				χ^2	P - Value
	2-3 จำนวน (ร้อยละ)	4-5 จำนวน (ร้อยละ)	> 6 จำนวน (ร้อยละ)	รวม จำนวน (ร้อยละ)		
5 - 10 บาท	21 (6.98)	126 (41.86)	10 (3.32)	157 (52.16)	251.25	.00*
11 - 15 บาท	4 (1.33)	17 (5.65)	3 (1.00)	24 (7.97)		
16 - 20 บาท	20 (6.64)	42 (13.95)	14 (4.65)	76 (25.25)		
> 20 บาท	13 (4.32)	28 (9.30)	3 (1.00)	44 (14.62)		
รวม	58 (19.27)	213 (70.76)	30 (9.97)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.78 ปัจจัยครอบครัว ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีสมาชิกในครอบครัว 2-3 คน และกลุ่มตัวอย่างที่มีสมาชิกในครอบครัว 4-5 คน ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อถุงเหมือนกัน คือ 5-10 บาท จำแนกเป็น กลุ่มตัวอย่างที่มีสมาชิกในครอบครัว 4-5 คน มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อถุงมากที่สุด จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 41.86 รองลงมา คือ สมาชิกในครอบครัว 2-3 คน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 6.98 และกลุ่มตัวอย่างที่มีสมาชิกในครอบครัวมากกว่า 6 คน มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อถุง 16-20 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.65 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.79 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยครอบครัว ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง

(n = 301)

ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	จำนวนสมาชิกในครอบครัว(คน)				χ^2	P - Value
	2-3	4-5	> 6	รวม		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
< 10 บาท	1 (0.33)	17 (5.65)	1 (0.33)	19 (6.31)	230.31	.00*
11 - 15 บาท	9 (2.99)	37 (12.29)	4 (1.33)	50 (16.61)		
16 - 20 บาท	31 (10.30)	58 (19.27)	13 (4.32)	102 (33.89)		
21 - 25 บาท	5 (1.66)	20 (6.64)	7 (2.33)	32 (10.63)		
> 25 บาท	12 (3.99)	81 (26.91)	5 (1.66)	98 (32.56)		
รวม	58 (19.27)	213 (70.76)	30 (9.97)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.79 ปัจจัยครอบครัว ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง พบว่า ค่า P < .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีสมาชิกในครอบครัว 4-5 คน ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อขนมขบเคี้ยวต่อครั้ง มากกว่า 25 บาท มากที่สุดจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 26.91 รองลงมา คือ สมาชิกในครอบครัว 2-3 คน และสมาชิกในครอบครัวมากกว่า 6 คน มีค่าใช้จ่ายในการซื้อขนมขบเคี้ยวต่อครั้ง 16 - 20 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 10.30 และจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.32 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.80 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยครอบครัว ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา

(n = 301)

ประเภทสื่อโฆษณา	จำนวนสมาชิกในครอบครัว(คน)			รวมจำนวน	χ^2	P - Value
	2-3 จำนวน (ร้อยละ)	4-5 จำนวน (ร้อยละ)	> 6 จำนวน (ร้อยละ)			
หนังสือพิมพ์	14 (1.38)	18 (1.77)	10 (0.98)	42 (4.13)	156.70	.00*
อินเทอร์เน็ต	59 (5.80)	97 (9.54)	38 (3.74)	194 (19.08)		
วิทยุ	9 (0.88)	5 (0.49)	9 (0.88)	23 (2.26)		
โทรทัศน์	108 (10.62)	94 (9.24)	78 (7.67)	280 (27.53)		
ป้ายโฆษณา	90 (8.85)	58 (5.70)	45 (4.42)	193 (18.98)		
ห้างสรรพสินค้า	82 (8.06)	70 (6.88)	84 (8.26)	236 (23.21)		
ป้ายรถประจำทาง	29 (2.85)	10 (0.98)	10 (0.98)	49 (4.82)		
รวม	391 (38.45)	352 (34.61)	274 (26.94)	1,017 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.80 ปัจจัยครอบครัว ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีสมาชิกในครอบครัว 2-3 คน ส่วนใหญ่รู้จักขนมขบเคี้ยวจากโทรทัศน์ มากที่สุด จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 10.62 รองลงมา คือ สมาชิกในครอบครัว 4-5 คน รู้จักขนมขบเคี้ยวจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 9.54 และสมาชิกในครอบครัวมากกว่า 6 คน ส่วนใหญ่รู้จักขนมขบเคี้ยวจากห้างสรรพสินค้า จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 8.26 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.81 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยครอบครัว ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย

(n = 301)

การส่งเสริม การขาย	จำนวนสมาชิกในครอบครัว(คน)			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	2-3 จำนวน (ร้อยละ)	4-5 จำนวน (ร้อยละ)	> 6 จำนวน (ร้อยละ)			
สะสมของรางวัล เพื่อแลกของแถม	24 (2.97)	26 (3.22)	29 (3.59)	79 (9.78)	146.39	.00*
มีภาพโฆษณาที่ ทำให้อยาก รับประทาน	55 (6.81)	75 (9.28)	33 (4.08)	163 (20.17)		
มีของแถมที่มา พร้อมกับขนม	29 (3.59)	35 (4.33)	19 (2.35)	83 (10.27)		
มีขนมรูปแบบใหม่ และรสชาติใหม่	90 (11.14)	77 (9.53)	56 (6.93)	223 (27.60)		
มีขนมหลากหลาย ให้เลือก	69 (8.54)	70 (8.66)	72 (8.91)	211 (26.11)		
มีขนมที่มีประโยชน์ ต่อร่างกาย	10 (1.24)	28 (3.47)	11 (1.36)	49 (6.06)		
รวม	277 (34.28)	311 (38.49)	220 (27.23)	808 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.81 ปัจจัยครอบครัว ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีสมาชิกในครอบครัว 2-3 คน และสมาชิกในครอบครัว 4-5 คน ส่วนใหญ่ชอบการส่งเสริมการขายแบบ มีขนมรูปแบบใหม่ และรสชาติใหม่เหมือนกัน จำแนกเป็น กลุ่มตัวอย่างที่มีสมาชิกในครอบครัว 2-3 คน ชอบการส่งเสริมการขายแบบ มีขนมรูปแบบใหม่ และรสชาติใหม่มากที่สุด จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 11.14 รองลงมา คือ สมาชิกในครอบครัว 4-5 คน จำนวน 77 คิดเป็นร้อยละ 9.53 และกลุ่มตัวอย่างที่มีสมาชิกในครอบครัว

มากกว่า 6 คน ส่วนใหญ่ชอบการส่งเสริมการขายแบบ มีขนมหลากหลายให้เลือก จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 8.91 ตามลำดับ

4.5.3.9 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกรายด้าน แสดงดังตารางที่ 4.82 โดยกำหนดสมมติฐาน ดังนี้

- สมมติฐานหลัก (H_0) : ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- สมมติฐานรอง (H_1) : ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตารางที่ 4.82 ค่าไคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกรายด้าน

(n = 301)

พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว	χ^2	P - Value
ชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค	556.26	.00*
ความถี่ในการบริโภค	312.43	.00*
ปริมาณในการซื้อต่อครั้ง	16.67	.02*
ราคาซื้อต่อถุง	44.55	.00*
ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	95.82	.00*
ประเภทสื่อโฆษณา	437.36	.00*
การส่งเสริมการขาย	496.32	.00*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.82 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัด สุราษฎร์ธานี จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภค 7 ด้าน แสดงดังตารางที่ 4.83 – 4.89 ดังนี้

1) ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2) ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3) ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4) ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5) ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6) ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7) ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.83 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค

(n = 301)

ชนิดของขนม ขบเคี้ยว	ระดับความรู้			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	สูง จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	ต่ำ จำนวน (ร้อยละ)			
มันฝรั่งทอด	4 (1.33)	2 (0.66)	12 (3.99)	18 (5.98)	556.26	.00*
ข้าวเกรียบ	0 (0.00)	1 (0.33)	2 (0.66)	3 (1.00)		
ข้าวโพดอบกรอบ	3 (1.00)	5 (1.66)	5 (1.66)	13 (4.32)		
ข้าวอบกรอบ	2 (0.66)	5 (1.66)	4 (1.33)	11 (3.65)		
ลูกอม	8 (2.66)	26 (8.64)	25 (8.31)	59 (19.60)		
หมากฝรั่ง	12 (3.99)	10 (3.32)	8 (2.66)	30 (9.97)		
เยลลี่	6 (1.99)	5 (1.66)	0 (0.00)	11 (3.65)		
ช็อกโกแลต	12 (3.99)	30 (9.97)	14 (4.65)	56 (18.60)		
ถั่วลิสงอบกรอบ	8 (2.66)	4 (1.33)	0 (0.00)	12 (3.99)		
ถั่วลิสงเตาอบกรอบ	4 (1.33)	2 (0.66)	0 (0.00)	6 (1.99)		

ตารางที่ 4.83 (ต่อ)

(n = 301)

ชนิดของขนม ขบเคี้ยว	ระดับความรู้			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	สูง จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	ต่ำ จำนวน (ร้อยละ)			
ถั่วอัลมอนต์ อบกรอบ	5 (1.66)	0 (0.00)	0 (0.00)	5 (1.66)		
เม็ดมะม่วง หิมพานต์	9 (2.99)	0 (0.00)	0 (0.00)	9 (2.99)		
เมล็ด ทานตะวันอบ	8 (2.66)	3 (1.00)	1 (0.33)	12 (3.99)		
ปลาเส้นปรุงรส	28 (9.30)	6 (1.99)	0 (0.00)	34 (11.30)		
ปลาหมึกอบกรอบ	12 (3.99)	5 (1.66)	5 (1.66)	22 (7.31)		
รวม	121 (40.20)	104 (34.55)	76 (25.25)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.83 ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยวที่บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้ระดับปานกลาง ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคช็อกโกแลตมากที่สุด จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 9.97 รองลงมา คือ มีความรู้ระดับสูง ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคปลาเส้นปรุงรส จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 9.30 และมีความรู้ระดับต่ำ ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคลูกอม จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 8.31 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.84 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค

(n = 301)

ความถี่ในการ บริโภค	ระดับความรู้			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	สูง จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	ต่ำ จำนวน (ร้อยละ)			
เป็นประจำ	5 (1.66)	2 (0.66)	3 (1.00)	10 (3.32)	312.43	.00*
บ่อยครั้ง	14 (4.65)	8 (2.66)	12 (3.99)	34 (11.30)		
บางครั้ง	67 (22.26)	54 (17.94)	46 (15.28)	167 (55.48)		
นานๆ ครั้ง	33 (10.96)	38 (12.62)	12 (3.99)	83 (27.57)		
ไม่เคยบริโภค	2 (0.66)	2 (0.66)	3 (1.00)	7 (2.33)		
รวม	121 (40.20)	104 (34.55)	76 (25.25)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.84 ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างไม่ว่าจะมีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวระดับใด ส่วนใหญ่มีความถี่ในการบริโภคขนมขบเคี้ยวเป็นบางครั้ง เหมือนกัน จำแนกเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้ระดับสูง มีความถี่ในการบริโภคขนมขบเคี้ยวเป็นบางครั้งมากที่สุด จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 22.26 รองลงมา คือ มีความรู้ระดับปานกลาง จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 17.94 และมีความรู้อยู่ในระดับต่ำ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 15.28 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.85 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง

(n = 301)

ปริมาณในการซื้อต่อครั้ง	ระดับความรู้			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	สูง จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	ต่ำ จำนวน (ร้อยละ)			
1-2 ถุง	67 (22.26)	83 (27.57)	58 (19.27)	208 (69.10)	16.67	.02*
3-4 ถุง	51 (16.94)	19 (6.31)	10 (3.32)	80 (26.58)		
> 4 ถุงขึ้นไป	3 (1.00)	2 (0.66)	8 (2.66)	13 (4.32)		
รวม	121 (40.20)	104 (34.55)	76 (25.25)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.85 ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณในการซื้อต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างไม่ว่าจะมีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวระดับใด ส่วนใหญ่มีปริมาณในการซื้อขนมขบเคี้ยวต่อครั้งเหมือนกัน คือ 1-2 ถุง จำแนกเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้ระดับปานกลางมีปริมาณในการซื้อขนมขบเคี้ยวต่อครั้งมากที่สุด จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 27.57 รองลงมา คือ มีความรู้ระดับสูง จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 22.26 และมีความรู้ระดับต่ำ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 19.27 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.86 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง

(n = 301)

ราคาซื้อต่อถุง	ระดับความรู้			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	สูง จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	ต่ำ จำนวน (ร้อยละ)			
5 - 10 บาท	60 (19.93)	49 (16.28)	48 (15.95)	157 (52.16)	44.55	.00*
11 - 15 บาท	13 (4.32)	9 (2.99)	2 (0.66)	24 (7.97)		
16 - 20 บาท	34 (11.30)	22 (7.31)	20 (6.64)	76 (25.25)		
> 20 บาท	14 (4.65)	24 (7.97)	6 (1.99)	44 (14.62)		
รวม	121 (40.20)	104 (34.55)	76 (25.25)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.86 ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาซื้อต่อถุง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างไม่ว่าจะมีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวระดับใด ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อถุงเหมือนกัน คือ 5-10 บาท จำแนกเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้ระดับสูง มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อถุงมากที่สุด จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 19.93 รองลงมา คือ มีความรู้ระดับปานกลาง จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 16.28 และมีความรู้ระดับต่ำ จำนวน 48 คิดเป็นร้อยละ 15.95 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.87 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง

(n = 301)

ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	ระดับความรู้			รวมจำนวน	χ^2	P - Value
	สูงจำนวน (ร้อยละ)	ปานกลางจำนวน (ร้อยละ)	ต่ำจำนวน (ร้อยละ)			
< 10 บาท	11 (3.65)	4 (1.33)	4 (1.33)	19 (6.31)	95.82	.00*
11 - 15 บาท	29 (9.63)	11 (3.65)	10 (3.32)	50 (16.61)		
16 - 20 บาท	45 (14.95)	48 (15.95)	9 (2.99)	102 (33.89)		
21 - 25 บาท	10 (3.32)	7 (2.33)	15 (4.98)	32 (10.63)		
> 25 บาท	26 (8.64)	34 (11.30)	38 (12.62)	98 (32.56)		
รวม	121 (40.20)	104 (34.55)	76 (25.25)	301 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.87 ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง พบว่า ค่า P < .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้ระดับสูง และระดับปานกลาง ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อขนมขบเคี้ยวต่อครั้งเหมือนกัน คือ 16-20 บาท จำแนกเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้ระดับปานกลางมีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งมากที่สุด จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 15.95 รองลงมา คือ มีความรู้ระดับสูง จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 14.95 และกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้ระดับต่ำ มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง มากกว่า 25 บาท จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 12.62 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.88 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา

(n = 301)

ประเภทสื่อโฆษณา	ระดับความรู้เกี่ยวกับการบริโภค			รวมจำนวน	χ^2	P - Value
	สูงจำนวน (ร้อยละ)	ปานกลางจำนวน (ร้อยละ)	ต่ำจำนวน (ร้อยละ)			
หนังสือพิมพ์	28 (2.75)	9 (0.88)	5 (0.49)	42 (4.13)	437.36	.00*
อินเทอร์เน็ต	107 (10.52)	58 (5.70)	29 (2.85)	194 (19.08)		
วิทยุ	4 (0.39)	12 (1.18)	7 (0.69)	23 (2.26)		
โทรทัศน์	115 (11.31)	98 (9.64)	67 (6.59)	280 (27.53)		
ป้ายโฆษณา	88 (8.65)	50 (4.92)	55 (5.41)	193 (18.98)		
ห้างสรรพสินค้า	80 (7.87)	75 (7.37)	81 (7.96)	236 (23.21)		
ป้ายรถประจำทาง	5 (0.49)	13 (1.28)	31 (3.05)	49 (4.82)		
รวม	427 (41.99)	315 (30.97)	275 (27.04)	1,017 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.88 ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณา พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้ระดับสูง และระดับปานกลางส่วนใหญ่รู้จักขนมขบเคี้ยวจากโทรทัศน์เหมือนกัน จำแนกเป็น กลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้ระดับสูงรู้จักขนมขบเคี้ยวจากโทรทัศน์มากที่สุด จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 11.31 รองลงมา คือ มีความรู้ระดับปานกลาง จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 9.64 และกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้ระดับต่ำ รู้จักขนมขบเคี้ยวจากห้างสรรพสินค้า จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 7.96 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.89 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย

(n = 301)

การส่งเสริมการขาย	ระดับความรู้			รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	P - Value
	สูง จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	ต่ำ จำนวน (ร้อยละ)			
สะสมของรางวัล เพื่อแลกของแถม	45 (5.57)	20 (2.48)	14 (1.73)	79 (9.78)	496.32	.00*
มีภาพโฆษณาที่ทำ ให้อยาก รับประทาน	50 (6.19)	38 (4.70)	75 (9.28)	163 (20.17)		
มีของแถมที่มา พร้อมกับขนม	22 (2.72)	28 (3.47)	33 (4.08)	83 (10.27)		
มีขนมรูปแบบใหม่ และ รสชาติใหม่	79 (9.78)	86 (10.64)	58 (7.18)	223 (27.60)		
มีขนมหลากหลาย ให้เลือก	87 (10.77)	73 (9.03)	51 (6.31)	211 (26.11)		
มีขนมที่มี ประโยชน์ต่อ ร่างกาย	22 (2.72)	14 (1.73)	13 (1.61)	49 (6.06)		
รวม	305 (37.75)	259 (32.05)	244 (30.20)	808 (100.00)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.89 ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย พบว่า ค่า $P < .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งเสริมการขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้ระดับสูง ส่วนใหญ่ชอบการส่งเสริมการขายแบบ มีขนมหลากหลายให้เลือก จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 10.77 รองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนใหญ่ชอบการส่งเสริมการขายแบบ มีขนมรูปแบบ

ใหม่และรสชาติใหม่ จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 10.64 และกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้ระดับต่ำ ส่วนใหญ่ชอบการส่งเสริมการขายแบบ มีภาพโฆษณาที่ทำให้อยากรับประทาน จำนวน 75 คน คิดเป็น ร้อยละ 9.28 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 อภิปรายผล

ผลการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียน เทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังนี้

4.6 ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียน เทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

จากผลการศึกษา ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า นักเรียนที่ตอบแบบสอบถามมีความรู้อยู่ในระดับสูง แต่มีพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวเป็นบางครั้ง คือ บริโภค 2-3 ครั้ง / สัปดาห์ ทั้งนี้อาจ เนื่องจากโรงเรียนมีการจัดการเรียนการสอน และจัดกิจกรรมเกี่ยวโภชนาการให้เด็กนักเรียนอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ซึ่งเป็น โครงการ อย.น้อย ที่สามารถให้นักเรียนเข้าร่วมโครงการด้วยความสมัครใจของตัวนักเรียนเอง ในส่วน ของโครงการ อย.น้อย ก็จะมีกิจกรรมที่หลากหลายให้นักเรียนได้ทำร่วมกัน เช่น จัดการอบรมความรู้ เกี่ยวกับโภชนาการ จัดทำคู่มือการอ่านฉลากโภชนาการแบบ GDA จัดทำสื่อการสอนที่สามารถให้ นักเรียนเข้าใจได้ง่ายขึ้น ซึ่งกิจกรรมในลักษณะนี้ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ และมีการพัฒนาความรู้ ของนักเรียนมากขึ้น จึงทำให้นักเรียนมีความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยว ซึ่งสอดคล้อง กับงานวิจัยของ อย.น้อย (2559) การสำรวจข้อมูลสุขภาพของนักเรียน อย.น้อย ประจำปี 2559 เรื่อง การบริโภค และเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพด้านอาหาร ยา และเครื่องสำอาง ผลการศึกษา พบว่า นักเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย มีความรู้เกี่ยวกับการบริโภค และเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ ถูกต้องร้อยละ 78.31 ทศนคติต่อการบริโภค และเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพของนักเรียน พบว่า นักเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย มีทัศนคติต่อการบริโภค และเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง ร้อยละ 79.25 นอกจากนี้ สื่อโฆษณา ก็ยังมีผลต่อความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยว ทำให้เด็ก นักเรียนมีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวจากสื่อมวลชน ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ส่วน ข้อเสีย คือ สื่อโฆษณาอาจทำให้นักเรียนมีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวที่ไม่ถูกต้องมากนัก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของจุฑารัตน์ (2554) ศึกษาเรื่อง โฆษณาขนมขบเคี้ยวทางสื่อโทรทัศน์ที่มีผล ต่อการรับรู้และการตัดสินใจเลือกบริโภคของเด็กในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า เด็กส่วนใหญ่นิยมดูโทรทัศน์มากที่สุดในวันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์ - อาทิตย์) มีความถี่ในการเปิดดู โทรทัศน์ทุกวัน โดยใช้เวลาในการดูต่อวันประมาณ 3 - 4 ชั่วโมง ส่วนใหญ่ไม่สนใจชมโฆษณาขนม ขบเคี้ยวระหว่างรายการโทรทัศน์ เนื่องจากเปลี่ยนช่องไปดูรายการอื่นที่ไม่ใช่โฆษณา แต่ส่วนใหญ่เมื่อ ชมโฆษณาขนมขบเคี้ยวระหว่างรายการโทรทัศน์แล้ว สามารถจับใจความของโฆษณาได้ และสนใจ อยากซื้อสินค้าที่เห็นจากโฆษณา สำหรับผลกระทบของโฆษณาขนมขบเคี้ยวที่มีต่อเด็กในด้านสุขภาพ พบว่า เมื่อชมโฆษณาขนมขบเคี้ยวทางโทรทัศน์ ทำให้อยากบริโภคขนมขบเคี้ยวมากขึ้น และส่งผลให้มี

ปัญหาเกี่ยวกับน้ำหนักตัวมากเกินไป ส่งผลให้มีปัญหาภายในช่องปาก (ฟันผุ) ด้านจิตใจ พบว่า เมื่อชมโฆษณาขนมขบเคี้ยวทางโทรทัศน์แล้ว โฆษณามีส่วนทำให้อยากเลือกซื้อขนมขบเคี้ยวนั้นมาลองบริโภค มีส่วนทำให้คิดว่าขนมอร่อยอย่างไรโฆษณา และลองซื้อมาบริโภค ด้านสังคม พบว่า มีการแสดงเลียนแบบในโฆษณาขนมขบเคี้ยวนั้น ๆ และมีค่าใช้จ่ายในการบริโภคขนมขบเคี้ยวต่าง ๆ ดังนั้น ผู้ปกครองจึงควรให้คำแนะนำในการบริโภคที่เหมาะสมตามวัย

4.7 พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

จากผลการศึกษา พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามพฤติกรรมรายด้าน พบว่า

4.7.1 ชนิดของขนมขบเคี้ยวที่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานีนิยมบริโภค คือลูกอมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.60 รองลงมา คือ ช็อกโกแลต คิดเป็นร้อยละ 18.60 และปลาเส้นปรุงรส คิดเป็นร้อยละ 11.30 จะเห็นได้ว่า ขนมขบเคี้ยวที่นักเรียนบริโภคส่วนใหญ่มีส่วนผสมของของน้ำตาล ไขมัน และผงชูรส จากการวิเคราะห์ส่วนประกอบของขนมขบเคี้ยวที่เด็กนิยมรับประทานมากกว่าร้อยละ 90 มีคุณค่าทางโภชนาการน้อยมาก โดยเฉพาะขนมขบเคี้ยวมักปรุงแต่งรสชาติ และสีสังของขนม ทำให้เด็ก และเยาวชน มีความเสี่ยงต่อสารปรุงแต่งหลายชนิด เช่น ผงชูรส โซเดียม สีผสมอาหาร ขนมส่วนใหญ่มีรสชาติหวาน มัน อร่อย คณะกรรมการจัดทำข้อกำหนดสารอาหารที่ควรได้รับประจำวันสำหรับคนไทยได้กำหนดให้บริโภคอาหารที่มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบไม่เกินร้อยละ 25 ของพลังงานทั้งหมดที่ได้รับต่อวัน คือ สำหรับผู้ต้องการพลังงาน 1,600 และ 2,400 กิโลแคลอรี ต่อวัน ควรจำกัดการบริโภคน้ำตาลทรายให้ไม่เกิน 4, 6 และ 8 ช้อนชา นอกจากนี้ในขนมขบเคี้ยวชนิดช็อกโกแลต และลูกอมรสโคล่า มีสารคาเฟอีนผสมอยู่ ซึ่งคาเฟอีนเป็นสารที่มีฤทธิ์ต่อระบบประสาท และมีผลต่อภาวะโภชนาการรวมถึงพัฒนาการของเด็กที่กำลังเจริญเติบโต และพบว่าขนมขบเคี้ยวส่วนใหญ่ที่มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบหลัก ถ้าบริโภคในปริมาณมาก น้ำตาลจะเปลี่ยนเป็นไขมัน และสะสมตามส่วนต่าง ๆ ของร่างกายทำให้เกิดโรคอ้วน โรคเบาหวาน โรคความดันโลหิตในเลือดสูง และยังพบว่าเด็กมีฟันผุเพิ่มขึ้น พบว่าร้อยละ 67.3 ของขนมมีความเสี่ยงสูงต่อการเกิดฟันผุ โดยเฉพาะขนมขบเคี้ยวประเภทแป้งทั้งที่เคลือบ และไม่เคลือบน้ำตาลมีความเสี่ยงเช่นเดียวกับลูกอม และช็อกโกแลต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เนตรนภาและเบญจา (2556) ได้ศึกษาเรื่องการบริโภคขนม และเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลสูง และความสัมพันธ์กับภาวะโภชนาการของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยขอนแก่น (ศึกษาศาสตร์) ผลการศึกษาพบว่าปริมาณน้ำตาลที่ได้รับจากการบริโภคขนม และเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลสูงมีค่ามัธยฐาน 48.2 กรัมต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 77.0 ของปริมาณน้ำตาลที่ได้รับทั้งหมด นักเรียนมีภาวะโภชนาการอ้วน และเริ่มอ้วน ร้อยละ 17.4 ความสัมพันธ์ของปริมาณน้ำตาลที่นักเรียนได้รับจากการบริโภคขนม และเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลสูงกับภาวะโภชนาการ ไม่มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.7.2 ความถี่ในการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี นักเรียนมีพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวเป็นบางครั้ง คือ บริโภค 2-3 ครั้ง / สัปดาห์ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากลักษณะการได้รับเงินจากผู้ปกครองของนักเรียน ส่วนใหญ่

นักเรียนได้รับเงินจากผู้ปกครอง ต่ำกว่า 100 บาท ต่อวัน ซึ่งเงินจำนวนนี้มีค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ประกอบอยู่ด้วย เช่น ค่าอาหารเช้า ค่าอาหารกลางวัน ค่าเครื่องดื่ม ทำให้นักเรียนเหลือจำนวนเงินไม่มากพอที่จะซื้อขนมขบเคี้ยวมาบริโภคบ่อยครั้ง นอกจากนี้นักเรียนยังเห็นว่า การบริโภคขนมขบเคี้ยวในปริมาณมาก อาจจะทำให้สิ้นเปลืองค่าใช้จ่าย จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้นักเรียนมีพฤติกรรมบริโภคขนมขบเคี้ยวเป็นบางครั้ง ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตลารวรรณ และสุวดี (2555) ได้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหาร และพฤติกรรมการสุขภาพของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นที่มีภาวะโภชนาการเกิน โรงเรียนเลยพิทยาคม อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย ผลการศึกษาพบว่า บริโภคขนมขบเคี้ยวเป็นประจำทุกวัน ร้อยละ 45.07 ทำให้พบปัญหาโภชนาการเกินที่เกิดจากพฤติกรรมการบริโภคที่ไม่เหมาะสม ดังนั้นควรส่งเสริมการบริโภคอาหารที่มีไขมันน้อย และ ส่งเสริมการบริโภคผัก ผลไม้ ทั้งนี้โรงเรียนควรมีมาตรการที่เหมาะสมในการควบคุมอาหาร และ ขนมที่จำหน่ายในโรงเรียน และ กระตุ้นการเคลื่อนไหวร่างกายของนักเรียนให้มากขึ้น และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ปรีชา (2555) ได้ศึกษาพฤติกรรมของวัยรุ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในการซื้อขนมขบเคี้ยว ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับประทานขนมขบเคี้ยวทุกวัน ซึ่งขนมขบเคี้ยวที่มีการซื้อเป็นประจำมากที่สุด คือ มันฝรั่งทอดกรอบ สาเหตุที่เลือกซื้อขนมขบเคี้ยว อันดับ 1 คือ รสชาติอร่อย โอกาสที่เลือกซื้อขนมขบเคี้ยวรับประทานอันดับ 1 คือ เมื่อดูทีวี/ดูหนัง/ที่บ้าน โดยจะรับประทานขนมขบเคี้ยวในเวลากลางวัน หลังอาหารมื้อหลัก และซื้อขนมขบเคี้ยวช่วงเวลา 12.01-18.00

4.7.3 ปริมาณในการซื้อขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ นักเรียนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมซื้อขนมขบเคี้ยวครั้งละ 1-2 ถุง คิดเป็นร้อยละ 69.10 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากลักษณะการได้รับเงินจากผู้ปกครองส่วนใหญ่เป็นรายวัน วันละ ต่ำกว่า 100 บาท มาเป็นค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน ซึ่งเงินจำนวนนี้มีค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ประกอบอยู่ด้วย เช่น ค่าอาหารเช้า ค่าอาหารกลางวัน ค่าเครื่องดื่ม จึงทำให้จำนวนเงินที่เหลือของนักเรียนเพียงพอต่อการซื้อขนมขบเคี้ยวมาบริโภคครั้งละ 1-2 ถุง ทั้งนี้พบว่าขนมขบเคี้ยวที่มีขายในร้านค้าภายในโรงเรียนมีราคาต่ำสุด คือ 5 บาท ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ปรีชา (2555) ศึกษาพฤติกรรมของวัยรุ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในการซื้อขนมขบเคี้ยว ผลการศึกษาพบว่า วัยรุ่นส่วนใหญ่ซื้อขนมขบเคี้ยวในแต่ละครั้ง 1-2 ถุง เป็นการเลือกซื้อแบบกะประเภท และมักจะซื้อขนมขบเคี้ยวขนาดกลาง จะซื้อที่ร้านสะดวกซื้อ เลือกซื้อขนมขบเคี้ยวเฉพาะตราสินค้า ถ้าหากขนมขบเคี้ยวตราสินค้าที่ต้องการซื้อหมด จะซื้อขนมขบเคี้ยวตราสินค้าอื่นแทน และถ้าหากไม่มีขนม ขบเคี้ยวที่ต้องการ จะเลือกซื้อช็อกโกแลต ในการตัดสินใจเลือกซื้อขนมขบเคี้ยวส่วนใหญ่จะตัดสินใจด้วยตนเอง

4.7.4 ราคาซื้อขนมขบเคี้ยวต่อถุงของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ นักเรียนซื้อขนมขบเคี้ยวถุงละ 5 - 10 บาท คิดเป็นร้อยละ 52.20 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากร้านค้าภายในโรงเรียนส่วนใหญ่จำหน่ายขนมขบเคี้ยวมาขายในราคา ถุงละ 5 - 10 บาท เพื่อให้เหมาะสมกับกำลังซื้อขนมขบเคี้ยวของนักเรียน ซึ่งสอดคล้องกับรายงานวิจัยของชญาณิกา และคณะ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ภาวะโภชนาการเกินในเด็กนักเรียนชั้นประถมศึกษา 1 - 6 โรงเรียนวัดมูลจินดาราม และโรงเรียนธัญสิทธิ์ศิลป์ ผลการศึกษาพบว่า นักเรียนจะซื้อขนมกรุบกรอบ ถุงละ 5 บาท

4.7.5 ค่าใช้จ่ายในการซื้อขนมขบเคี้ยวต่อครั้งของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ นักเรียนส่วนใหญ่ซื้อขนมขบเคี้ยวครั้งละ 16 - 20 บาท

คิดเป็นร้อยละ 33.90 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากนักเรียนมีจำนวนเงินที่เหลือจากค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ในชีวิตประจำวันที่เพียงพอต่อการซื้อขนมขบเคี้ยวมาบริโภคครั้งละ 16 - 20 บาท ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ปิยฉัตร (2550) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของเด็กวัยเรียนในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ค่าใช้จ่ายในการบริโภคขนมขบเคี้ยวต่อครั้งของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายครั้งละประมาณ 5 - 10 บาท คิดเป็นร้อยละ 66.7 และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของปรีชา (2555) ศึกษาพฤติกรรมของวัยรุ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในการซื้อขนมขบเคี้ยว ผลการศึกษาพบว่า วัยรุ่นส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อขนมขบเคี้ยวแต่ละครั้งอยู่ที่ 21 - 40 บาท

4.7.6 ประเภทสื่อโฆษณาที่ทำให้รู้จักขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ นักเรียนส่วนใหญ่รู้จักขนมขบเคี้ยวจากสื่อโฆษณาโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 27.53 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากนักเรียนส่วนใหญ่ใช้เวลาว่างหลังจากการทำ การบ้าน และเวลาว่างในวันหยุดเสาร์ - อาทิตย์ ดูโทรทัศน์ จึงเป็นช่องทางที่ทำให้นักเรียนได้รับ ข่าวสารโฆษณาของขนมขบเคี้ยว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของจุฑารัตน์ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง โฆษณาขนมขบเคี้ยวทางสื่อโทรทัศน์ที่มีผลต่อการรับรู้ และการตัดสินใจเลือกบริโภคของเด็กในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า เด็กส่วนใหญ่รับชมโทรทัศน์ทุกวันโดยใช้เวลาต่อวัน ประมาณ 3-4 ชั่วโมง เมื่อชมโฆษณาขนมขบเคี้ยวทางโทรทัศน์แล้วสามารถจับใจความของโฆษณาได้ และยังสอดคล้องกับการศึกษาของสุชาวดี (2555) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของการโฆษณาทางโทรทัศน์ที่มี ต่อการซื้อขนมขบเคี้ยวของนักเรียนระดับประถมศึกษา ผลการศึกษาพบว่า นักเรียนระดับประถมศึกษา ศึกษาส่วนใหญ่ ร้อยละ 90.00 เปิดรับชมโทรทัศน์ทุกวัน ช่วงที่เปิดรับชมโทรทัศน์มากที่สุด คือ ช่วงเวลา 18.30 - 20.59 น. และส่วนใหญ่ ร้อยละ 80.00 สนใจชมโฆษณาขนมขบเคี้ยวระหว่าง รายการโทรทัศน์ โดยร้อยละ 67.86 สามารถจดจำ เนื้อหาโฆษณาขนมขบเคี้ยวได้ นอกจากนี้ยัง พบว่า ร้อยละ 96.43 ชอบรับประทานขนมขบเคี้ยว โดยร้อยละ 77.78 มีความสนใจอยากซื้อขนม ขบเคี้ยวที่เห็นในโฆษณา และร้อยละ 59.26 ซื้อขนมรับประทานหลังจากที่รับชมโฆษณาขนมขบเคี้ยว ผลการศึกษาอิทธิพลของการโฆษณาทางโทรทัศน์ที่มีผลต่อการซื้อขนมขบเคี้ยวของนักเรียนระดับ ประถมศึกษา พบว่าความถี่ในการเห็นโฆษณาขนมขบเคี้ยวกับความถี่ในการซื้อขนมขบเคี้ยวมีความ สัมพันธ์อยู่ระหว่าง .37 - .55 ซึ่งไม่มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงสรุปได้ว่า การโฆษณาขนมขบเคี้ยวทางโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับการซื้อขนมขบเคี้ยวของนักเรียน ชั้นประถมศึกษาในระดับปานกลาง แสดงว่าหากนักเรียนมีความถี่ในการชมโฆษณาบ่อย บางส่วนมี แนวโน้มว่าจะมีความต้องการซื้อขนมขบเคี้ยวสูงตามไปด้วย และยังสอดคล้องกับรายงานวิจัยของชญา นิภา และคณะ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ภาวะโภชนาการเกินในเด็กนักเรียนชั้นประถมศึกษา 1 - 6 โรงเรียนวัดมุลจินดาราม และโรงเรียนอัญลิตีศิลป์ ผลการศึกษาพบว่า เมื่อนักเรียนกลับไปถึงบ้าน ร้อยละ 87 เปิดดูโทรทัศน์จนถึงอาหารมื้อเย็น และรับประทานอาหารว่าง ร้อยละ 67 รับประทาน พร้อมกับดูโทรทัศน์

4.7.7 การส่งเสริมการขายที่นักเรียนชอบของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียน เทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ นักเรียนส่วนใหญ่ชอบการส่งเสริมการขายแบบ มีขนม รูปแบบใหม่ และรสชาติใหม่ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากร้านค้าภายในโรงเรียน มีวิธีการดึงดูดการซื้อขนม

ขบเคี้ยวของนักเรียน โดยการนำขนมขบเคี้ยวที่มีรูปแบบใหม่ และรสชาติใหม่ ๆ มาขายอยู่เสมอ ซึ่งไม่สอดคล้องการศึกษาของ ปรีชา (2555) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของวัยรุ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในการซื้อขนมขบเคี้ยว ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชอบการส่งเสริมการขายแบบ ซื้อมา 2 ชิ้นถูกกว่า มากที่สุด

4.8 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

จากผลการศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ลักษณะการอยู่อาศัย ลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง และจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนี้

4.8.1 เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่เพศชายมีพฤติกรรมการบริโภคมากกว่าเพศหญิง ทั้งนี้เนื่องจากเพศชายจะมีการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งกับเพื่อน ครอบครัว ตลอดจนถึงโรงเรียน หรือหน่วยงานต่าง ๆ อย่างเต็มที่ เช่น การเล่นกีฬา การเล่นดนตรี กิจกรรมต่าง ๆ ที่ทำให้เสียพลังงานมาก จึงทำให้เกิดความหิว ความต้องการอาหารในปริมาณที่มาก ส่วนเพศหญิงในวัยนี้ ต้องการให้ตนเองเป็นที่ยอมรับของกลุ่มเพื่อน ๆ จึงมีความกังวลต่อรูปร่างหน้าตาเป็นพิเศษ เกรงว่าถ้าหากบริโภคอาหารในปริมาณมากจะทำให้อ้วน และจะไม่เป็นที่ยอมรับของกลุ่มเพื่อน ๆ ทำให้มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารในปริมาณน้อย สอดคล้องกับมโนลี (2558) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มนักเรียน และนักศึกษา ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการศึกษาพบว่า เพศ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.8.2 อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่นักเรียนที่มีอายุ 12 ปี มีพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว นาน ๆ ครั้ง หรือ 1-2 ครั้ง / สัปดาห์ ส่วนนักเรียนที่มีอายุ 13 - 15 ปี มีพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวเป็นบางครั้ง หรือ 2-3 ครั้ง / สัปดาห์ ทั้งนี้เนื่องจากเด็กนักเรียนที่มีอายุ 12 ปี ได้รับเงินจากผู้ปกครองน้อยกว่าเด็กนักเรียนที่มีอายุ 13 - 15 ปี ซึ่งเมื่อดูจากค่าใช้จ่ายในการซื้อขนมขบเคี้ยวต่อครั้งจะเห็นได้ว่า นักเรียนส่วนใหญ่จะซื้อขนมขบเคี้ยวครั้งละ 16 - 20 บาท ซึ่งไม่สอดคล้องกับมโนลี (2558) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มนักเรียน และนักศึกษา ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการศึกษาพบว่า อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เช่นเดียวกับ จรรยา (2555) พบว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของวัยรุ่นอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.8.3 ลักษณะการอยู่อาศัย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่

ระดับ .05 โดยที่ลักษณะการอยู่อาศัยของนักเรียนอาจจะเป็นส่วนหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคขนมขบเคี้ยว เพราะถือว่าเป็นปัจจัยโน้มน้าวที่อาจนำไปสู่การมีทัศนคติที่ดีต่ออาหารชนิดใดชนิดหนึ่ง และมีผลต่อการตัดสินใจเลือกอาหารชนิดนั้น นอกจากนี้การเลี้ยงดูของผู้ปกครองก็เป็นส่วนหนึ่งของการบริโภคขนมขบเคี้ยว เพราะประสบการณ์จากการเลี้ยงดูของผู้ปกครอง จะช่วยพัฒนาเสริมสร้างความรู้ ความคิด สติปัญญา และพฤติกรรมต่าง ๆ ของเด็กให้เป็นไปในแนวทางที่ถูกต้อง ซึ่งไม่สอดคล้องกับจรรยา (2555) พบว่า บุคคลที่วัยรุ่นพักอาศัยอยู่ด้วยในปัจจุบันไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพาสต์ฟู้ดของวัยรุ่น อย่างไรก็ตามมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.8.4 ลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักเรียนส่วนใหญ่จะได้รับเงินจากผู้ปกครองเป็นต่อวัน ซึ่งจะมีพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวเป็นบางครั้ง หรือ 2-3 ครั้ง / สัปดาห์ บริโภคครั้งละ 1 - 2 ถู มีค่าใช้จ่ายในการซื้อขนมขบเคี้ยวต่อครั้ง มากกว่า 25 บาท ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้ปกครองได้รับรู้การใช้เงินในแต่ละวันของนักเรียนว่า หนึ่งวัน นักเรียนใช้จ่ายอะไรบ้าง จึงทำให้ผู้ปกครองจำกัดค่าใช้จ่ายโดยวิธีให้จำนวนเงินเป็นต่อวัน เพื่อไม่ให้นักเรียนใช้จ่ายเกินความจำเป็น ซึ่งสอดคล้องกับบทความของ Admissionpremium (2560) ซึ่งเป็นเว็บไซต์การศึกษาที่สนับสนุนโดยสำนักงานวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ได้กล่าวว่า เด็กไทยจ่ายเงินซื้อขนมขบเคี้ยว และของหวานมากที่สุดเมื่อเทียบกับเด็กประเทศอื่น ๆ โดยบริษัท โททัลลืออ์วซัม ในประเทศอังกฤษ ซึ่งให้บริการด้านการวิจัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และโฆษณาสำหรับเด็ก ได้เผยแพร่ผลสำรวจพฤติกรรมการใช้เงินของเด็กอายุ 6 - 14 ปี จาก 7 ประเทศในแถบเอเชียแปซิฟิก ได้แก่ ออสเตรเลีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ เวียดนาม และไทย รวมทั้งหมด 2,154 คน พบว่า เด็กอายุเฉลี่ย 9 - 11 ปี คิดเป็นร้อยละ 80 ของผู้ตอบแบบสอบถาม จากทุกประเทศ ได้รับเงินเป็นรายวันสำหรับใช้จ่ายในด้านต่าง ๆ ผลสำรวจบอกว่า เด็กออสเตรเลียได้รับเงินค่าใช้จ่ายเป็นรายเดือน เฉลี่ยคนละ 131 ดอลลาร์สหรัฐฯ หรือประมาณ 4,400 บาท รองลงมา คือ เด็กสิงคโปร์ ได้รับเงินเดือนละ 109 ดอลลาร์ หรือประมาณ 3,700 บาท ส่วนเด็กไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ได้รับเงินเป็นรายวัน นอกจากนี้ ผลสำรวจยังระบุอีกว่า เด็กไทยใช้เงินส่วนตัวเพื่อซื้อขนมขบเคี้ยว และของหวานต่าง ๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80 ขณะที่เด็กออสเตรเลีย อินโดนีเซีย เวียดนาม และฟิลิปปินส์ ใช้เงินซื้อของเล่นมากที่สุด ซึ่งผลการสำรวจข้างต้นสอดคล้องกับผลการวิจัยของ องค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD) ที่เปิดเผยว่า พฤติกรรมการใช้เงินของเด็กวัยรุ่นเกือบทั้งหมดเป็นการจดจำพฤติกรรมของผู้ปกครอง ซึ่งถ้าเด็กมีพฤติกรรมใช้จ่ายเงินอย่างไม่มีระเบียบวินัย ก็อาจเป็นไปได้ว่าผู้ปกครองของเด็กก็มีพฤติกรรมแบบนั้นเช่นกัน ดังนั้น การปลูกฝังเรื่องความสำคัญของการเก็บออม หรือความมีระเบียบวินัยทางการเงินให้แก่เด็กตั้งแต่นั้น ๆ จะช่วยให้เด็กมีความรอบคอบ และบริหารจัดการด้านการเงินได้ดี

4.8.5 จำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อวัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักเรียนส่วนใหญ่จะได้รับเงินจากผู้ปกครองวันละ ต่ำกว่า 100 บาท มีพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวเป็นบางครั้ง หรือ 2 - 3 ครั้ง / สัปดาห์ บริโภคครั้งละ 1 - 2 ถู

จะซื้อขนมขบเคี้ยวครั้งละ 16 - 20 บาท ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากนักเรียนได้รับเงินจากผู้ปกครองเป็นต่อวัน จึงทำให้นักเรียนไม่ต้องวิตกกังวลว่าพวกรุ่นนี้จะไม่มีเงินมาใช้จ่ายที่โรงเรียน เพราะว่าถ้าวันนี้ นักเรียนใช้จ่ายหมด พวกรุ่นนี้ก็จะได้รับเงินจากผู้ปกครองอีก นักเรียนจึงมีพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวสูงกว่านักเรียนที่ได้รับเงินเป็นต่อสัปดาห์ หรือต่อเดือน ซึ่งสอดคล้องกับ จรรยา (2555) พบว่า เงินค่าอาหารที่ได้รับจากผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของวัยรุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .04

ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ในด้านของระดับชั้นปีที่ศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามปริมาณในการซื้อขนมขบเคี้ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยที่ระดับชั้นปีการศึกษาของนักเรียนไม่มีผลต่อปริมาณในการซื้อขนมขบเคี้ยว และราคาซื้อขนมขบเคี้ยวต่อถุง

4.9 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

จากผลการศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยด้านครอบครัว ได้แก่ ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง และจำนวนสมาชิกในครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนี้

4.9.1 ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ปกครองส่วนใหญ่ของนักเรียนมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวเป็นบางครั้ง หรือ 2-3 ครั้ง / สัปดาห์ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการบริโภค คือ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อค่านิยม ความเชื่อ รวมถึงทัศนคติของแต่ละบุคคล ความรู้เรื่องด้านโภชนาการ เป็นเหตุผลหนึ่งที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อ หรือเลือกที่จะบริโภค ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ จรรยา (2555) พบว่า ลักษณะการดูแลของผู้ปกครองเกี่ยวกับการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .0001 มีลักษณะการดูแลของผู้ปกครองเกี่ยวกับการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดในระดับกลาง - ดี ค่าเฉลี่ยการปฏิบัติโดยรวมอยู่ในระดับกลาง กล่าวได้ว่า ผู้ปกครองมีการดูแลนักเรียนเกี่ยวกับการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดส่วนใหญ่อยู่ในระดับกลาง ๆ โดยข้อที่ผู้ปกครองปฏิบัติอยู่ในระดับดี คือผู้ปกครองแนะนำให้นักเรียนกินของว่างที่เป็นผลไม้สด แทนอาหารฟาสต์ฟู้ด เพื่อเพิ่มคุณค่าทางอาหารในแต่ละวัน

4.9.2 จำนวนสมาชิกในครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยส่วนใหญ่สมาชิกในครอบครัวของนักเรียนมีจำนวน 4 - 5 คน มีพฤติกรรมการบริโภค

ขนมขบเคี้ยวเป็นบางครั้ง หรือ 2 - 3 ครั้ง / สัปดาห์ บริโภคครั้งละ 1 - 2 ถู จะซื้อขนมขบเคี้ยวครั้งละ มากกว่า 25 บาท ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากจำนวนสมาชิกของคนที่อยู่ในครอบครัว ถ้ามีจำนวนสมาชิกในครอบครัวมาก ค่าใช้จ่ายเรื่องอาหารก็จะสูง ยิ่งถ้ารายได้คงที่แต่ขนาดของครอบครัวใหญ่ขึ้นคือมีสมาชิกมากขึ้น ก็มีผลกระทบต่อปริมาณ และคุณภาพของอาหารที่คนในครอบครัวนั้นบริโภค ดังนั้น ขนาดของครอบครัวจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกหนึ่งประการที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว ซึ่งสอดคล้องกับชมรมโภชนาการเด็กแห่งประเทศไทย (2556) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมการบริโภคของคนในครอบครัว ส่งผลต่อพฤติกรรมการรับประทานอาหารของวัยรุ่น ถึงแม้ว่า ช่วงวัยนี้สามารถเลือกรับประทานตามใจตนเองได้ เพราะเริ่มมีการพัฒนาความเป็นอิสระแห่งตน มีความคิดวิเคราะห์ และ การตัดสินใจด้วยตนเอง แต่ทัศนคติต่าง ๆ ที่ได้รับการปลูกฝังจากครอบครัวยังคงอยู่กับตัว และ ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภค โดยพบว่า วัยรุ่นในครอบครัวที่รักษาสุขภาพ โดยการเลือกรับประทานอาหารประเภทผัก และ ผลไม้เป็นส่วนใหญ่ จะมีพฤติกรรมเช่นเดียวกับคนในครอบครัว ส่วนวัยรุ่นในครอบครัวที่ชอบรับประทานอาหารนอกบ้าน โดยเฉพาะอาหารบุฟเฟต์ มักจะมีภาวะน้ำหนักเกินหรือโรคอ้วน

4.10 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

จากผลการศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ความรู้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยนักเรียนที่ตอบแบบสอบถามมีความรู้ที่ถูกต้องอยู่ในระดับสูง มีพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวที่เหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง (เป็นบางครั้ง คือ บริโภค 2-3 ครั้ง / สัปดาห์) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากอิทธิพลทางการศึกษา คือ ความรู้เกี่ยวกับสารอาหาร และปริมาณที่ร่างกายต้องการมีผลต่อความพึงพอใจในอาหาร ซึ่งมีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจเลือกบริโภค ความรู้เรื่องคุณค่าอาหารอาจเป็นเหตุผลสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ศักดิ์อนันต์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในเขตอำเภอเมืองชุมพร จังหวัดชุมพร พบว่า นักเรียนมีความรู้เกี่ยวกับการ บริโภคอาหารมาก ส่งผลทำให้ความรู้ และเจตคติในการบริโภคอาหารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารในระดับสูง และส่วนใหญ่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในเขตอำเภอเมืองชุมพร จังหวัดชุมพรมีพฤติกรรมการบริโภคขนมกรุบกรอบหรือขนมขบเคี้ยวแทนอาหารมื้อเช้า

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นที่ลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2559 โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 301 คน ได้มาจากคำนวณกลุ่มตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) สามารถสรุปผลได้ดังนี้

5.1 สรุปผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี สรุปผลดังนี้

5.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

จากผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 67.10 และเป็นเพศหญิง จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 32.90 ซึ่งส่วนใหญ่มีอายุ 14 ปี จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 36.20 รองลงมา คือ อายุ 13 ปี จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 33.20 อายุ 15 ปี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 26.60 และอายุ 12 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 โดยส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 34.90 รองลงมา คือ มัธยมศึกษาปีที่ 2 จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 33.20 คน และมัธยมศึกษาปีที่ 1 จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 31.90 ทั้งนี้ส่วนใหญ่อาศัยอยู่กับบิดา มารดา จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 63.50 รองลงมา คือ อาศัยอยู่กับผู้ปกครองหรือญาติ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 18.30 อาศัยอยู่กับครู จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 16.90 และอาศัยอยู่หอพัก จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับเงินจากผู้ปกครอง ต่อวัน จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 59.80 รองลงมา คือ ต่อสัปดาห์ จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 37.90 และต่อเดือน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 โดยส่วนใหญ่ได้รับเงินจากผู้ปกครองต่อวัน ต่ำกว่า 100 บาท จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 38.54 รองลงมา คือ มากกว่า 151 บาทขึ้นไป จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 35.88 และ 101-150 บาท จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 25.58 ตามลำดับ

5.1.2 ปัจจัยครอบครัวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

จากผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ปกครองของกลุ่มตัวอย่าง มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 50.20 รองลงมา คือ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 43.20 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 6.60 ซึ่งส่วน

ใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4-5 คน จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 70.70 รองลงมา คือ สมาชิก 2-3 คน จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 19.30 และสมาชิก 6 คนขึ้นไป จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00ตามลำดับ

5.1.3 ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

จากผลการศึกษาพบว่า ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ส่วนใหญ่มีความรู้ในการบริโภคขนมขบเคี้ยวอยู่ในระดับสูง จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 40.20 รองลงมา คือ มีความรู้ในการบริโภคขนมขบเคี้ยวอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 34.88 และมีความรู้ในการบริโภคขนมขบเคี้ยวอยู่ในระดับต่ำ จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 24.92 ตามลำดับ

5.1.4 พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

จากผลการศึกษาพบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวม มีพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวเป็นบางครั้ง เมื่อจำแนกตามชนิดของขนมขบเคี้ยว จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวชนิดลูกอมมากที่สุด จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 19.60 รองลงมา คือ ช็อกโกแลต จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 18.60 ปลาเส้นปรุงรส จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 11.30 หมากฝรั่ง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ปลาหมึกอบกรอบ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 7.30 มันฝรั่งทอด จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ข้าวโพดอบกรอบ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.30 ถั่วลิสงอบกรอบ และเมล็ดทานตะวันอบ มีพฤติกรรมการบริโภคในจำนวนเท่ากัน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ข้าวอบกรอบ และเยลลี่ บริโภคจำนวนเท่ากัน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.70 เม็ดมะม่วงหิมพานต์ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ถั่วลิ้นเตาอบกรอบ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ถั่วอัลมอนด์อบกรอบ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.70 และขนมขบเคี้ยวที่กลุ่มตัวอย่างบริโภคจำนวนน้อยที่สุด คือ ข้าวเกรียบ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 โดยภาพรวม ส่วนใหญ่มีความถี่ในการบริโภคขนมขบเคี้ยวเป็นบางครั้ง ($\bar{X}=2.89$, $S.D.=0.70$) เมื่อพิจารณาเป็นรายชนิด ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวเป็นบางครั้ง 12 ชนิด ได้แก่ มันฝรั่งทอด ข้าวเกรียบ ข้าวโพดอบกรอบ ข้าวอบกรอบ หมากฝรั่ง เยลลี่ ช็อกโกแลต ถั่วลิสงอบกรอบ เม็ดมะม่วงหิมพานต์ เมล็ดทานตะวันอบ ปลาเส้นปรุงรส และปลาหมึกอบกรอบ รองลงมา คือ บริโภคนานๆ ครั้ง 2 ชนิด ได้แก่ ถั่วลิ้นเตาอบกรอบ และถั่วอัลมอนด์อบกรอบ และบริโภคบ่อยครั้ง 1 ชนิด คือ ลูกอม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปริมาณในการซื้อต่อครั้ง จำนวน 1 - 2 ถุง 208 คน คิดเป็นร้อยละ 69.10 รองลงมา คือ ซื้อครั้งละ 3 - 4 ถุง จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 26.60 และมากกว่า 4 ถุงขึ้นไป จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.30 โดยส่วนใหญ่เสียค่าใช้จ่ายในการซื้อขนมขบเคี้ยวต่อถุง 5-10 บาท จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 52.20 รองลงมา คือ ซื้อถุงละ 16-20 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 25.20 ซื้อราคาถุงละมากกว่า 20 บาท จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 14.60 และซื้อขนมขบเคี้ยวถุงละ 11 - 15 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ส่วนใหญ่เสียค่าใช้จ่ายในการซื้อขนมขบเคี้ยวต่อครั้ง 16-20 บาท จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 33.90 รองลงมา คือ ซื้อขนมขบเคี้ยวครั้งละ มากกว่า 25 บาท จำนวน 98 คน คิดเป็น

ร้อยละ 32.60 ครั้งละ 11-15 บาท จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 16.60 ครั้งละ 21-25 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 10.60 และซื้อขนมขบเคี้ยวครั้งละ น้อยกว่า 10 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 6.30 ซึ่งส่วนใหญ่รู้จักขนมขบเคี้ยวจากสื่อโฆษณาประเภทโทรทัศน์ จำนวน 280 คน คิดเป็นร้อยละ 27.53 รองลงมา คือ ห้างสรรพสินค้า จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 23.21 อินเทอร์เน็ต จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 19.08 ป้ายโฆษณา จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 18.98 ป้ายรถประจำทาง จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 4.82 หนังสือพิมพ์ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 4.13 และรู้จักขนมขบเคี้ยวจากวิทยุน้อยที่สุด จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 2.26 ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบการส่งเสริมการขายแบบ มีขนมรูปแบบใหม่ และรสชาติใหม่ จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 27.60 รองลงมา คือ มีขนมหลากหลายให้เลือก จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 26.11 มีภาพโฆษณาที่ทำให้อยากรับประทาน จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 20.17 มีของแถมที่มาพร้อมกับขนม จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 10.27 สะสมของรางวัลเพื่อแลกของแถม จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 9.78 และชอบการส่งเสริมการขายแบบ มีขนมที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย น้อยที่สุด จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 6.07 ตามลำดับ

5.1.5 การวิเคราะห์ผลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

5.1.5.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ลักษณะการอยู่อาศัย ลักษณะเงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง และจำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ในด้านของระดับชั้นปีที่ศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามปริมาณในการซื้อขนมขบเคี้ยว และจำแนกตามราคาซื้อขนมขบเคี้ยวต่อถุง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

5.1.5.2 ปัจจัยด้านครอบครัว ได้แก่ ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง และ จำนวนสมาชิกในครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

5.1.5.3 ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่ได้จากการศึกษา ดังนี้

5.2.1 ข้อเสนอแนะทั่วไปที่ได้จากการศึกษา

5.2.1.1 จากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว

เป็นบางครั้ง ดังนั้นโรงเรียนควรจัดให้มีกิจกรรมเข้ามาร่วมกับการเรียนการสอนที่ช่วยส่งเสริม และพัฒนาความรู้เกี่ยวกับโภชนาการที่ถูกต้อง เช่น ให้นักเรียนจัดบอร์ดในห้องเรียน โดยเน้นเนื้อหาเกี่ยวกับประโยชน์ และโทษของขนมขบเคี้ยว หรือติดโปสเตอร์ตามสถานที่ต่าง ๆ ภายในอาคารเรียน เพื่อช่วยส่งเสริมให้ผู้เรียนมีความเข้าใจ และยังสามารถจำเนื้อหาได้ดี พร้อมทั้งมีการปฏิบัติที่ถูกต้อง

5.2.1.2 โรงเรียนควรกำหนดให้มีนโยบายในการจัดจำหน่ายขนมขบเคี้ยวที่มีประโยชน์เพิ่มมากขึ้น เช่น ผลไม้อบแห้ง ธัญพืชหรือถั่วอบกรอบต่าง ๆ ปลาเส้น หรือปลาสวรรค์

5.2.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

5.2.2.1 ควรมีการศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวกับนักเรียนในระดับชั้นอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ในสถานศึกษา เพื่อให้คำแนะนำ เกี่ยวกับความรู้ทางด้านโภชนาการ ในการบริโภคขนมขบเคี้ยวที่มีประโยชน์ เพื่อนำไปสู่การมีสุขภาพที่ดีของนักเรียน

5.2.2.2 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างความรู้ และพฤติกรรมกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวกับนักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เพื่อนำผลที่ได้มาพัฒนา และส่งเสริมแผนการสร้างเสริมพฤติกรรมกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวที่ดีต่อสุขภาพแก่นักเรียน เพื่อนำไปสู่การมีสุขภาพที่ดี และเพื่อนำไปสู่การปรับพฤติกรรมในด้านกรรมการบริโภคให้มีความถูกต้องตามหลักโภชนาการที่ดี



เอกสารอ้างอิง

- กองทันตสาธารณสุข กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. 2540. **คู่มือการดูแลสุขภาพช่องปากของตนเองและครอบครัวในงานทันตกรรมป้องกัน**. พิมพ์ครั้งที่ 2. องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก, กรุงเทพมหานคร.
- กองบรรณาธิการ. 2543. “ตรวจสอบรายชื่อขนมขบเคี้ยวที่มีเกลือโซเดียมสูงสุด.” **การฉลาดซื้อ**. 6, 34 (ธันวาคม – มกราคม) : 30-35.
- _____. 2543. “ผลทดสอบเกลือโซเดียมในขนมขบเคี้ยว.” **การฉลาดซื้อ**. 6, 35 (กุมภาพันธ์ – มีนาคม) : 36-38.
- กัลยา ศรีมหันต์. 2541. “ภาวะโภชนาการและพฤติกรรมการบริโภคอาหารของวัยเรียนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. (สาขาวิชานามัยครอบครัว). คณะพยาบาลศาสตร์. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- กุลวดี จงสมชัย. 2557. “พฤติกรรมการบริโภคขนมและเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของคาเฟอีนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยขอนแก่น (มอดินแดง) จังหวัดขอนแก่น.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. (สาขาวิชาโภชนศาสตร์เพื่อสุขภาพ). คณะสาธารณสุขศาสตร์. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- งานทะเบียนโรงเรียนเทพมิตรศึกษา. 2558. “สรุปผลการเฝ้าระวังภาวะการเจ็บป่วยเฉียบพลันของนักเรียนภาคเรียนที่ 2.” โรงเรียนเทพมิตรศึกษา, สุราษฎร์ธานี. (อัดสำเนา)
- _____. 2559. “รายงานสถิติแสดงจำนวนนักเรียนชาย-หญิง (แสดงชั้นห้อง) ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2559.” โรงเรียนเทพมิตรศึกษา, สุราษฎร์ธานี. (อัดสำเนา)
- จรรยา พึ่งสอน. 2555. “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของวัยรุ่นจังหวัดนนทบุรี.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. (สาขาวิชามนุษยนิเวศศาสตร์). คณะมนุษยศาสตร์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- จันทร์ทิพย์ ลิ้มทองกุล. 2538. **กลไกการเกิดพฤติกรรมการกิน**. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.
- จิตลารวรรณ รัตนธรรมธาดา และสุวลี โลวีกรรณ์. 2555 “**พฤติกรรมการบริโภคอาหาร และพฤติกรรมการสุขภาพของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นที่มีภาวะโภชนาการเกิน โรงเรียนเลยพิทยาคม อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย**.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. (สาขาวิชาโภชนวิทยา). คณะสาธารณสุขศาสตร์. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- จิรนุช แสงแดงชาติ. 2553. “**การพัฒนาการคิดอย่างมีวิจารณญาณกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวในนักเรียนชั้นประถมศึกษาจังหวัดสมุทรปราการ**.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. (สาขาวิชาสุขศึกษาและพฤติกรรมศาสตร์). คณะสาธารณสุขศาสตร์. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- จุฑารัตน์ กำเครื่อง. 2554. “**โฆษณาขนมขบเคี้ยวทางสื่อโทรทัศน์ที่มีผลต่อการรับรู้และการตัดสินใจเลือกบริโภคของเด็กในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**.” การค้นคว้าอิสระปริญญาโท. (สาขาวิชาการสื่อสารศึกษา) บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- ชญาณิกา ศรีวิชัย, ภัทร์ภร อยู่สุข และ วนิตา แพร์ภาษา. 2556. “ภาวะโภชนาการเกินในเด็กนักเรียนชั้นประถมศึกษา 1-6 โรงเรียนวัดมุลจินดาราม และโรงเรียนอัสสัมชัญศิลป์.” วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย. 7, 1 (มกราคม – มิถุนายน) : 40-45.
- ชนิกา ตูจินดา. 2549. คำแนะนำเรื่อง ขนมและอาหารว่างสำหรับเด็ก 2 ปี ขึ้นไป. หนังสือ วันดี, กรุงเทพมหานคร.
- _____. 2553. เด็กประถม-มัธยมไทยเป็นโรคอ้วนกว่า 5 ล้านคน. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : <http://www.thaihealth.or.th/node/15598>, 21 กรกฎาคม 2560.
- ชนิตา ปิโชติการ, ศัลยา คงสมบูรณ์เวช และ อภิสทิษฐ์ ฉัตรทนานนท์. 2550. อาหารและสุขภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 2. เสริมมิตร, กรุงเทพมหานคร.
- ชมรมโภชนาการเด็กแห่งประเทศไทย. 2556. โภชนาการในเด็กและวัยรุ่น. บริษัท ปิยอนด์ เอ็นเทอร์ไพรซ์ จำกัด, นนทบุรี. อ้างถึงใน คณะกรรมการจัดทำข้อกำหนดสารอาหารที่ควรได้รับประจำวันสำหรับคนไทย. 2546. ตารางปริมาณสารอาหารอ้างอิงควรได้รับประจำวันสำหรับคนไทย. โรงพิมพ์องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์, กรุงเทพมหานคร.
- ณัฐวรรณ เขาวนัลลิตกุล. 2553. การส่งเสริมภาวะโภชนาการหญิงตั้งครรภ์และการเจริญเติบโตของเด็กอายุแรกเกิดถึง 18 ปี. ม.ป.ท.
- ดำรง อารงเลาะห์พันธุ์. 2547. “ผลกระทบทางสุขภาพของเด็กนักเรียนชั้นประถมศึกษาจากภาพยนตร์โฆษณาอาหารว่างทางโทรทัศน์.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. (สาขาวิชาทันตกรรมป้องกัน). คณะทันตแพทยศาสตร์. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2551. การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. วี อินเทอร์เน็ต, กรุงเทพมหานคร.
- นเรศ นิลประดิษฐ์. 2539. การศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการให้อาหารแก่เด็กวัยก่อนเรียนของมารดาที่ลักษณะนิสัยการบริโภคและการพัฒนาของเด็กวัยก่อนเรียนซึ่งมารดาได้รับการสอนโภชนาการที่สถานรับเลี้ยงเด็กกลางวันของกองทัพเรือ. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, กรุงเทพมหานคร.
- นันทยง ชัมภรัตน์. 2549. “พฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทขำของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. (สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์). คณะเกษตร. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นิติธร ปิลวาสน์. 2556. สอนลูกเรื่องขนมขบเคี้ยว (Teaching Children about Snacks). [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : <http://taamkru.com/th/สอนลูกเรื่องขนมขบเคี้ยว/>, 21 กรกฎาคม 2560.
- นิธิยา รัตนาปนนท์ และ วิบูลย์ รัตนาปนนท์. 2559. โภชนศาสตร์เบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 2. โอเดียนสโตร์, กรุงเทพมหานคร.
- นิภา มนูญปัจ. 2531. การวิจัยทางสุขศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 2. อักษรบัณฑิต, กรุงเทพมหานคร.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- นิภาธร ว่านม่วง. 2557. “รายงานการศึกษาปัญหาพิเศษเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของวัยรุ่น กรณีศึกษานิสิตสาขา สุขศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน.” (สาขาวิชาสุขศึกษา). คณะศึกษาศาสตร์. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เนตรนภา จุฑานันท์ และ เบญจา มุกตพันธุ์. 2556. “การบริโภคขนมและเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลสูงและความสัมพันธ์กับภาวะโภชนาการของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยขอนแก่น (ศึกษาศาสตร์).” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. (สาขาวิชาโภชนศาสตร์เพื่อสุขภาพ). คณะสาธารณสุขศาสตร์. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เบญจา มุกตพันธุ์. 2542. โภชนาการสำหรับคนวัยต่างๆ. มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- ประกาศกระทรวงสาธารณสุข. 2543. เรื่อง ฉลาก ฉบับที่ 194. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : <http://law.longdo.com/law/686/sub45855>, 17 กันยายน 2560.
- ประไพศรี ศิริจักรวาล. 2557. ภัยขนมกรุบกรอบทำร้ายสุขภาพเด็กไทย. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : <http://med.mahidol.ac.th/ramachannel/old/index.php/knowforhealth-20141217-4/>, 21 กรกฎาคม 2560.
- _____. 2558. น้ำตาลทำไมต้อง 6 ซ้อนชา. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : <http://health.sanook.com/693/>, 21 กรกฎาคม 2560.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. 2537. พฤติกรรมศาสตร์พฤติกรรมสุขภาพและสุขศึกษา. มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพมหานคร.
- ประโยชน์ บุญสินสุข. 2537. “อาหารในชีวิตประจำวัน.” ใน หมอชาวบ้าน. หน้า 82 - 84, ศักดิ์ชัย วงศกิตติรักษ์, บรรณาธิการ. หมอชาวบ้าน, กรุงเทพมหานคร.
- ปราชญ์ บุญยวงศ์โรจน์. 2551. “เด็ก-วัยรุ่นไทยเผชิญ ภัยอ้วน.” เดลินิวส์. (24 พฤศจิกายน) : 1.
- ปรานต์ ปิ่นทอง. 2552. “วัตถุเจือปนในอาหาร.” วารสารกรมวิทยาศาสตร์. 57, 180 (พฤษภาคม) : 1-4.
- ปริญ ลักชิตานนท์. 2536. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 2. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพมหานคร.
- ปรีชา รอดอำพันธ์. 2555. “พฤติกรรมของวัยรุ่นในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ในการซื้อขนมขบเคี้ยว.” การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโท. (สาขาวิชาการตลาด). คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปิยฉัตร พรหมเพ็ชร. 2550. “ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคขนมขบเคี้ยวของเด็กวัยรุ่นเรียนในเขตสายไหม.” การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโท. (สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์). คณะคหกรรมศาสตร์. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ผู้จัดการ. 2547. ขนมขบเคี้ยว : มิตรยามว่างหรือศัตรูเรื้อรัง. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : <http://www.manager.co.th/QOL/ViewNews.aspx?NewsID=9470000075690>, 21 กรกฎาคม 2560.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

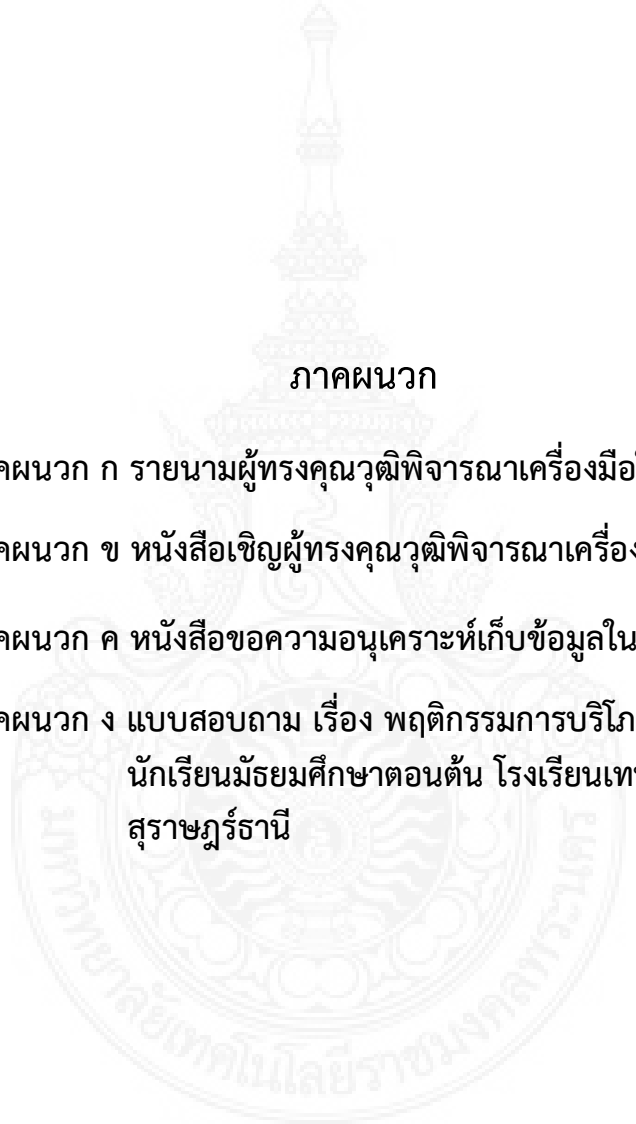
- ภวดี ลิขิตวงศ์. 2547. “ความรู้ เจตคติ และพฤติกรรมการบริโภคต่อภาวะโภชนาการของเด็กวัยรุ่นตอนต้น ในเขตการศึกษาที่ 2 ของกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. (สาขาวิชาวิทยาศาสตร์). บัณฑิตวิทยาลัย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภัชธัญญา อ่วมอารีย์. 2557. “ความคิดเห็นที่มีต่อโฆษณา ณ จุดซื้อและการตัดสินใจซื้อขนมขบเคี้ยวของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. (สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้ และสื่อสารมวลชน). คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- มนธน์ช ลีวัฒนา. 2558. “พฤติกรรมการบริโภคขนมเพื่อสุขภาพของผู้ที่ต้องการควบคุมน้ำหนัก.” จุลนิพนธ์. (สาขาวิชาการจัดการทั่วไป). คณะวิทยาการจัดการ. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- มนโณลี ศรีเปารยะเพ็ญพงษ์. 2559. พฤติกรรมการบริโภคอาหารของกลุ่มนักเรียนและนักศึกษา ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี. บทความวิจัย. 3, 1 (มกราคม - มิถุนายน) : 109-126.
- รุ่ง ศรีอัษฎาพร. 2558. บุคลิกภาพและความสามารถในการสื่อสารจากวัยเด็กสู่วัยทำงาน. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร. อ้างถึงใน ศรีเรือน แก้วกังวาล. 2551. ทฤษฎีจิตวิทยาบุคลิกภาพ (รู้เรา รู้เขา). หมอชาวบ้าน, กรุงเทพมหานคร.
- วศินา จันทรศิริ. 2532. ปัจจัยที่มีผลต่อการกินอาหาร เอกสารการสอนชุดวิชาโภชนาการศึกษาศึกษาเพื่อชุมชน (หน่วยที่ 1-7) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. พิมพ์ครั้งที่ 6. รุ่งศิลาการพิมพ์, นนทบุรี.
- วิณา วีระไวทยะ และ สง่า ดามาพงษ์. 2549. พฤติกรรมการบริโภคอาหาร. ทบทวนองค์ความรู้สถานการณ์ และปัจจัยที่เกี่ยวข้องภายใต้โครงการสืบสานวัฒนธรรมไทยสู่สุขภาพที่ยืนยาว. องค์การส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, กรุงเทพมหานคร.
- ศลาสิน ดอกเข็ม. 2554. “การบริโภคอาหารของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นในกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. (สาขาวิชาสถิติประยุกต์ และเทคโนโลยีสารสนเทศ). คณะสถิติประยุกต์. สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์.
- ศักดิ์อนันต์ รัตนสาครชัย. 2558. “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมบริโภคอาหาร ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในเขตอำเภอเมืองชุมพร จังหวัดชุมพร.” อาหารและยา. (มกราคม-เมษายน) : 61-72.
- ศิริัญญา บุญประชม. 2543. “ความรู้ เจตคติ และการปฏิบัติเกี่ยวกับการบริโภคอาหารของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนสังกัดกรมสามัญศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. (สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์เพื่อพัฒนาชุมชน). คณะศิลปศาสตร์. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์ และ ศุภร เสรีรัตน์. 2552. การบริหารตลาดยุคใหม่. บริษัทธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด, กรุงเทพมหานคร.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- สถาบันวิจัยโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล. 2547. การศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคขนม และอาหารว่างของเด็ก 3 - 15 ปี. ม.ป.ท.
- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.). 2559. การสำรวจข้อมูลสุขภาพของนักเรียน ออ.น้อย ประจำปี 2559 เรื่องการบริโภค และเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพด้านอาหาร ยา และเครื่องสำอาง. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : <http://www.oryornoi.com/?p=4200>, 17 กันยายน 2560.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2556. การสำรวจพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารของประชากร. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : www.m-society.go.th/article_attach/11487/15800.pdf, 21 กรกฎาคม 2560.
- สำนักโภชนาการ. 2547. การศึกษาปริมาณพลังงานในอาหารว่างและขนมขบเคี้ยว. ม.ป.ท.
- สุขภาพดี. 2559. โทษของขนมขบเคี้ยวภัยร้ายที่ต้องระวัง. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : <http://sukaphap-d.com/โทษของ-ขนมขบเคี้ยว-ภัย/>, 8 กันยายน 2560.
- สุชาวดี เนตรรังสรรค์. 2555. “อิทธิพลของการโฆษณาทางโทรทัศน์ที่มีต่อการซื้อขนมขบเคี้ยวของนักเรียนระดับประถมศึกษา.” การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโท. (สาขาวิชาโภชนศาสตร์ศึกษา). คณะวิทยาศาสตร์. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุดาวรรณ ชันฉัตร. 2538. “พฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 สังกัดสำนักงานการศึกษาประถมแห่งชาติในภาคกลาง.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. (ภาควิชาพลศึกษา). บัณฑิตวิทยาลัย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภมาศ วยอดมูฉิม. 2549. ขนมขบเคี้ยว ตัวการทำเด็กไทยอ้วน. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : https://db.oryor.com/databank/data/printing//491218_Factsheet__ขนมขบเคี้ยว_ตัวการทำให้เด็กไทยอ้วน_670.pdf, 21 กรกฎาคม 2560.
- สุวรรณา เชียงขุนทด, ชนิตา มัททวางกูร, กุลธิดา จันท์เจริญ, เนตร หงษ์ไกรเลิศ, นารี รมย์นุกูล, ฐิติมา อุดมศรี และ สมหญิง เหง้ามูล. 2556. รายงานการวิจัยเรื่อง ความรู้และพฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนภาคีเจริญ. ศูนย์วิจัยเพื่อพัฒนาชุมชนมหาวิทยาลัยสยาม ร่วมกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.), กรุงเทพมหานคร.
- เสกสัน ทองแดง. 2555. “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในเขตอำเภอเมืองชุมพร จังหวัดชุมพร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. (สาขาวิชาสาธารณสุขศาสตร์). คณะวิทยาศาสตร์. มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.
- โสภณ เมฆธน. 2552. “กรมอนามัยเผยเด็กไทยซื้อขนมปีละ 9,800 บาท.” เดลินิวส์ (23 กันยายน) : 1.
- อบเชย วงศ์ทอง. 2557. โภชนศาสตร์ครอบครัว. พิมพ์ครั้งที่ 7. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- อุตสาหกรรมพัฒนามูลนิธิเพื่อสถาบันอาหาร. 2559. **อุตสาหกรรมขนมขบเคี้ยว (ปลาเส้น).**
[ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : http://fic.nfi.or.th/foodindustry_ceo_view.php?smid=1327,
10 สิงหาคม 2560.
- อุสา สุทธิสาคร. 2559. **จิตวิทยาวัยรุ่น.** หจก.สามลดา, กรุงเทพมหานคร. อ้างถึงใน ประไพพรรณ
ภูมิวุฒิสาร. 2530. **จิตวิทยา วัยเด็กและวัยรุ่น.** (สวัสดี ประทุมราช บรรณาธิการ).
สำนักพิมพ์ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ, กรุงเทพมหานคร. และศรีเรื่อน แก้วกิ่งवाल. 2549. **จิตวิทยา
พัฒนาการชีวิตทุกช่วงวัย.** มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- Best, J. W. 1981. **Research in Education.** New Jersey : Prentice Hall.
- Blendford, D.L. 1982. **What is a snack? Food Flavorings, Ingredients, Processing,
Packing.** 4 (11) : 30.
- Bloom, Benjamin S. 1971. **Handbook on Formative and Summative Evaluation of
Student Learning.** New York : McGraw-Hill.
- Bloom Benjamin S., et al. 1956. **Taxonomy of Educational Objectives.** New York :
David Mckay Company.
- Luella Cole. 1970. **Child and Adolescent Psychology.** New York : Join Wricy &
Sons.
- Likert, Rennis. 1999. **The Method of Construction and Attitude Scale, Reading in
Attitude Theory and Measurement.** New York : Wiley&son.
- Tettweiler, P. 1991. **Snck food worldwide.** Food Tech. 45 (2) : 58
- Watson, G.B. and Glaser, E.M. 1980. **Watson – Glaser Critical Thinking Appraisal :**
Manual for Forms A and B. San Antonio : Harcourt Brace and Company.
- Yamane, Taro. 1973. **Statistics: An Introductory Analysis.** 3rdEd. Newyork : Harper
and Row Publication.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก รายงานผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือในการศึกษา

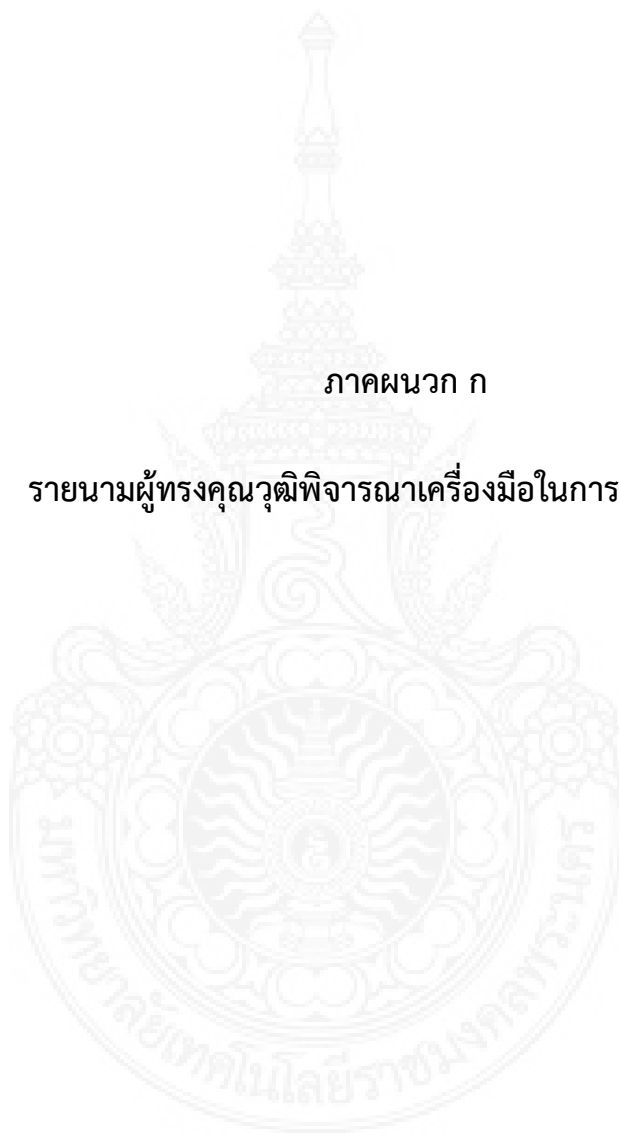
ภาคผนวก ข หนังสือเชิญผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือในการศึกษา

ภาคผนวก ค หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลในการศึกษา

ภาคผนวก ง แบบสอบถาม เรื่อง พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของ
นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัด
สุราษฎร์ธานี

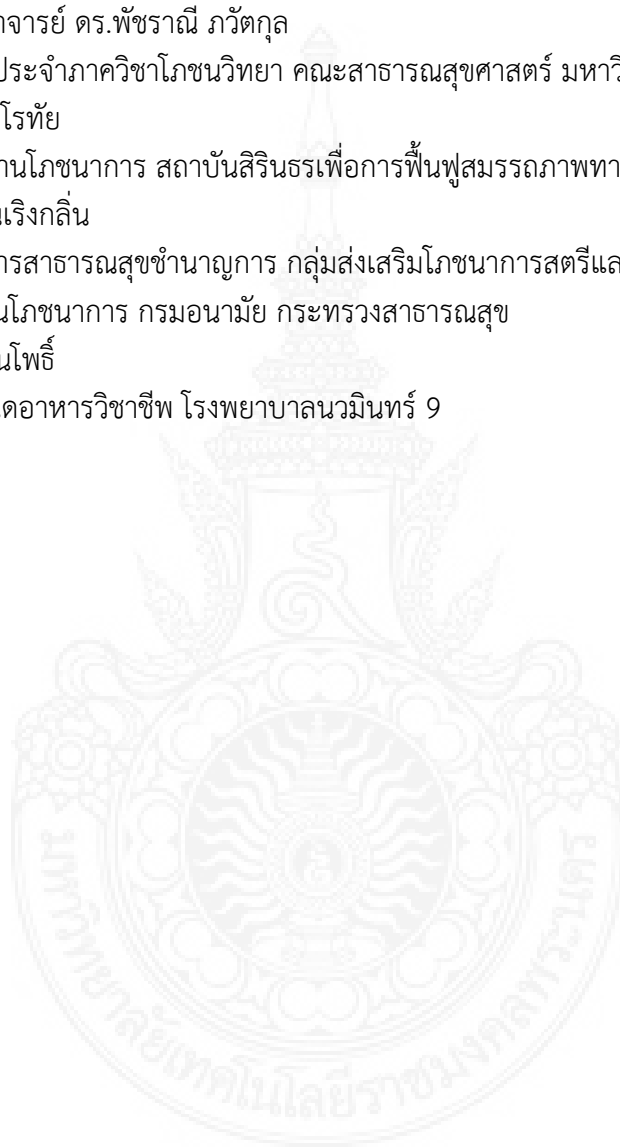
ภาคผนวก ก

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือในการศึกษา



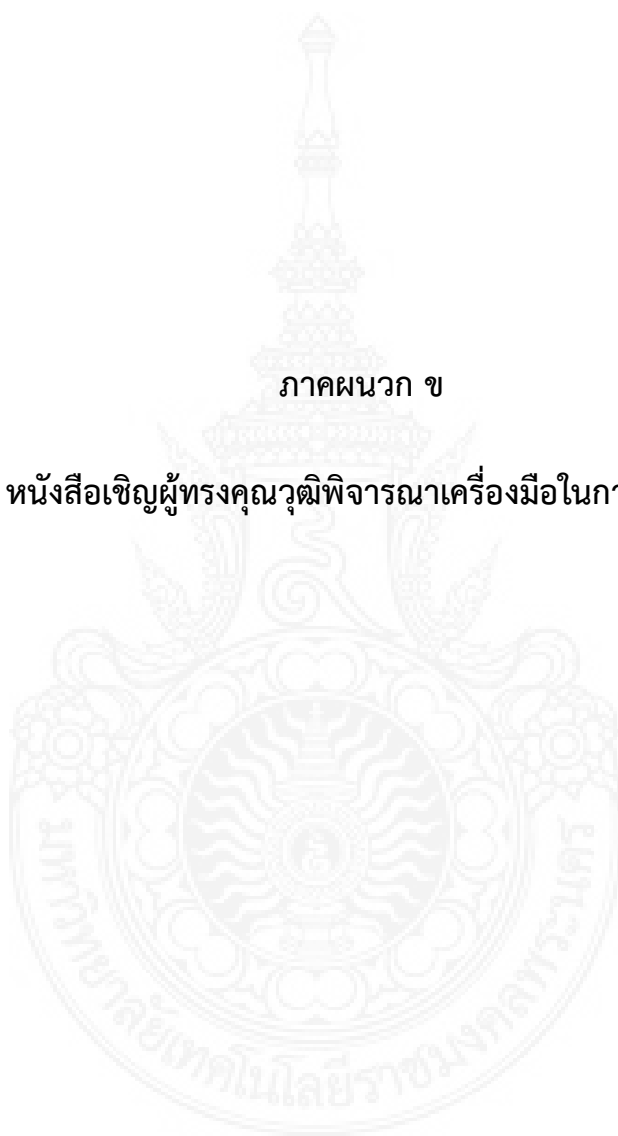
รายนามผู้ทรงคุณวุฒิในการพิจารณาเครื่องมือในการศึกษา

1. ศาสตราจารย์ ดร.อมรรัตน์ เจริญชัย
อาจารย์ประจำหลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์
คณะคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชราณี ภาวัตกุล
อาจารย์ประจำภาควิชาโภชนวิทยา คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
3. คุณนันทวัน วโรทัย
หัวหน้างานโภชนาการ สถาบันสิรินธรเพื่อการฟื้นฟูสมรรถภาพทางการแพทย์แห่งชาติ
4. คุณสุพจน์ รื่นเรืองกลิ่น
นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ กลุ่มส่งเสริมโภชนาการสตรีและเด็กปฐมวัย
สำนักงานโภชนาการ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข
5. คุณวาสนา อินโพธิ์
นักกำหนดอาหารวิชาชีพ โรงพยาบาลนวมินทร์ 9



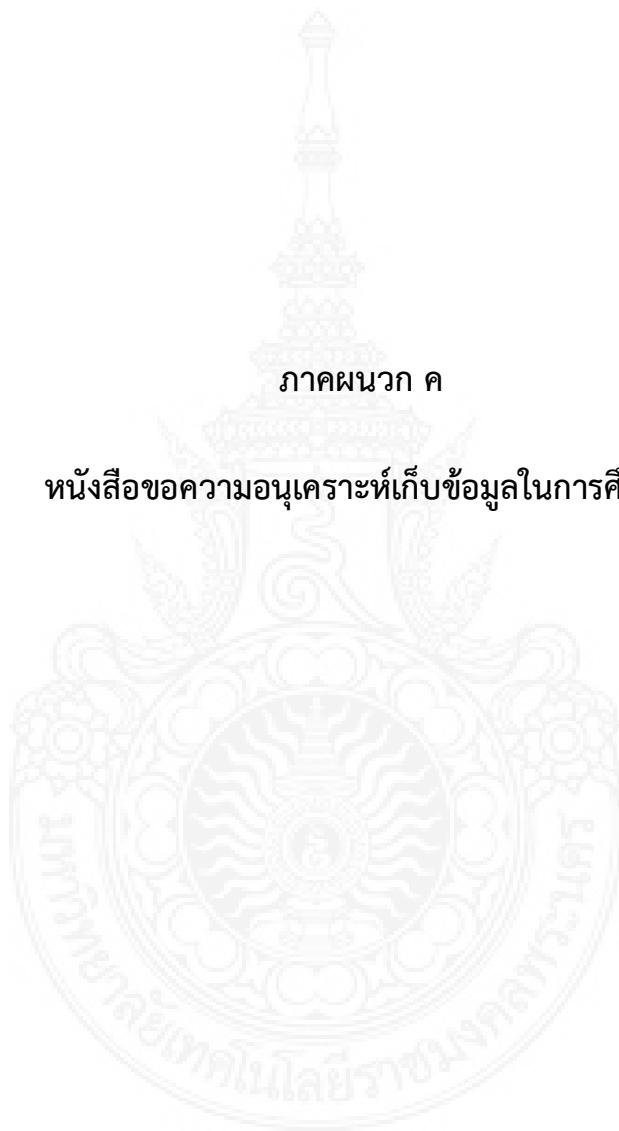
ภาคผนวก ข

หนังสือเชิญผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือในการศึกษา



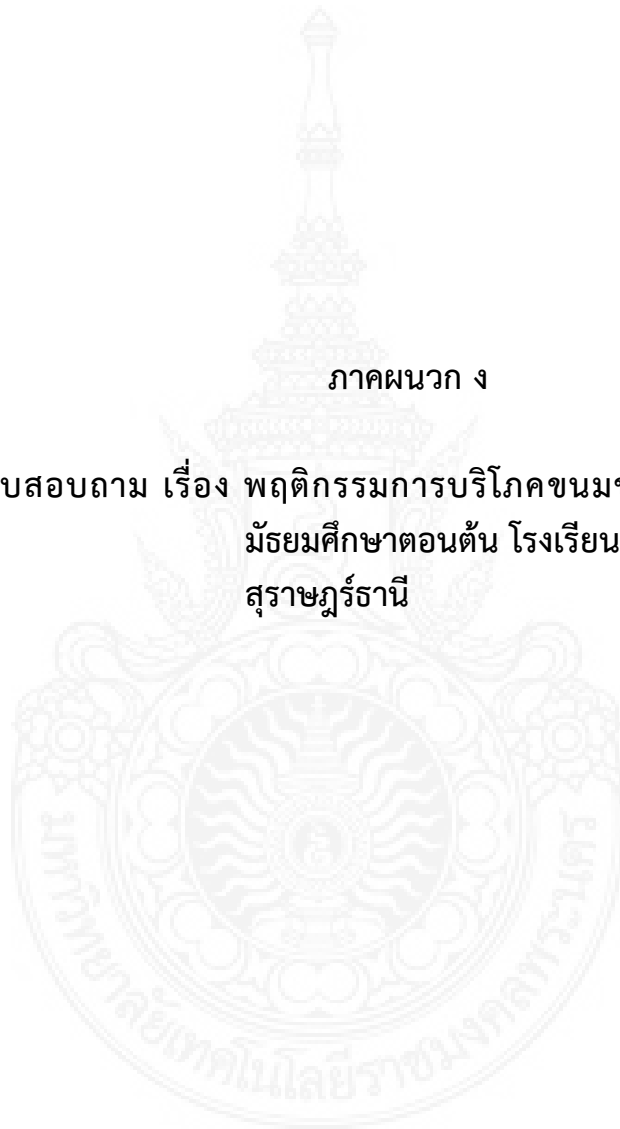
ภาคผนวก ค

หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลในการศึกษา



ภาคผนวก ง

แบบสอบถาม เรื่อง พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว ของนักเรียน
มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัด
สุราษฎร์ธานี



แบบสอบถาม

เรื่อง พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียน เทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการทำวิทยานิพนธ์ของนางสาวสุชาดา ธรรมเจริญ นักศึกษาหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาครุศาสตรศาสตรเทคโนโลยีศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

- 1) ศึกษาความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- 2) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- 4) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านครอบครัวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- 5) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพมิตรศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

โปรดตอบคำถามให้ครบทุกข้อตามความเป็นจริง ข้อมูลที่นักเรียนตอบในแบบสอบถามจะถือเป็นความลับ และจะนำเสนอผลการศึกษาในภาพรวมเท่านั้น

แบบสอบถามฉบับนี้มี 4 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล
- ตอนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยด้านครอบครัว
- ตอนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยว
- ตอนที่ 4 พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว

ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากนักเรียนทุกคนเป็นอย่างดี และขอบคุณมา ณ ที่นี้ด้วย

นางสาวสุชาดา ธรรมเจริญ

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หรือเติมข้อความลงในช่องว่างให้ตรงตามความเป็นจริง
ของนักเรียนและโปรดตอบทุกข้อคำถาม

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ.....ปี

3. ระดับชั้นปีที่ศึกษา

ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1

ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2

ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3

4. นักเรียนพักอาศัยอยู่กับใคร

บิดา มารดา

ผู้ปกครอง / ญาติ

ครู

อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. นักเรียนได้รับเงินจากผู้ปกครองลักษณะใด

จำนวนเงิน.....บาท ต่อวัน

จำนวนเงิน.....บาท ต่อสัปดาห์

จำนวนเงิน.....บาท ต่อเดือน

ตอนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยด้านครอบครัว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หรือเติมข้อความลงในช่องว่างให้ตรงตามความเป็นจริง
ของนักเรียนและโปรดตอบทุกข้อคำถาม

1. ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง (บุคคลที่ดูแลเกี่ยวกับการบริโภคอาหารของนักเรียน)

ต่ำกว่าปริญญาตรี

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

2. จำนวนสมาชิกในครอบครัว.....คน

ตอนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างด้านขวามือ ที่นักเรียนคิดว่าเป็นคำตอบที่ถูกต้องที่สุดโดยกำหนดเกณฑ์ดังนี้

ใช่	หมายถึง	เห็นว่าข้อคำถามนั้นถูกต้อง
ไม่แน่ใจ	หมายถึง	ไม่ทราบข้อคำถามนั้นถูกต้องหรือไม่
ไม่ใช่	หมายถึง	เห็นว่าข้อคำถามนั้นไม่ถูกต้อง

ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยว	ใช่	ไม่แน่ใจ	ไม่ใช่
1. ขนมขบเคี้ยวเป็นขนมที่ผ่านกระบวนการแปรรูปมาแล้ว พร้อมรับประทานได้ทันที			
2. ขนมขบเคี้ยวเป็นได้ทั้งของคาวและของหวาน			
3. ขนมขบเคี้ยวส่วนใหญ่มีส่วนผสมของแป้ง น้ำตาล ไขมัน เกลือ และผงชูรส			
4. มันฝรั่งทอดกรอบ จัดเป็นขนมขบเคี้ยวที่มีเกลือและไขมันสูง			
5. ลูกอม เยลลี่ เป็นขนมขบเคี้ยวที่มีน้ำตาลสูง เมื่อรับประทานเป็นประจำทุกวัน จะทำให้ฟันผุ และเสี่ยงต่อการเป็นโรคเบาหวาน			
6. ซ็อกโกแลต จัดเป็นขนมขบเคี้ยวที่มีน้ำตาลและไขมันสูง			
7. ถั่วลิสงอบกรอบ จัดเป็นขนมขบเคี้ยวที่มีไขมันสูง			
8. เมล็ดทานตะวันอบ จัดเป็นขนมขบเคี้ยวที่มีโปรตีน และไขมัน			
9. ข้าวโพดอบกรอบ จะมีสารอาหารโปรตีนมากกว่าปลาเส้นปรุงรส			
10. ขนมขบเคี้ยวประเภท มันฝรั่งทอด ข้าวเกรียบทอด ข้าวอบกรอบ ข้าวโพดอบกรอบ จะมีสารอาหารประเภท คาร์โบไฮเดรต ไขมัน และเกลือสูง			
11. อาการชาที่ปาก ลิ้น หน้า คอและหลัง คลื่นไส้ อาเจียน กระจายน้ำ แ่น้ำออก เกิดจากการรับประทานขนมขบเคี้ยวที่มีการปรุงแต่งรสชาติด้วยผงชูรส			
12. ผงชูรส เป็นสารปรุงแต่งที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย			
13. ขนมขบเคี้ยวส่วนใหญ่ให้พลังงานสูง ไขมันสูง และคาร์โบไฮเดรตสูง ซึ่งเป็นสาเหตุทำให้เกิดโรคอ้วน			
14. ขนมขบเคี้ยวที่มีรสหวานจัด เค็มจัด ไขมันสูง เมื่อรับประทานเป็นประจำ มีผลเสียทำให้เกิดโรค เช่น เบาหวาน ไขมันในเลือดสูง ความดันโลหิตสูง			
15. การรับประทานขนมขบเคี้ยวเป็นจำนวนมากทำให้ความอยากอาหารเพิ่มขึ้น			

ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคขนมขบเคี้ยว	ใช่	ไม่แน่ใจ	ไม่ใช่
16. การรับประทานขนมขบเคี้ยวเป็นประจำ และในปริมาณมาก ทำให้เกิดการขาดสารอาหาร			
17. ควรหลีกเลี่ยงการรับประทานขนมขบเคี้ยวที่มีรสหวานจัด เค็มจัด มันจัด			
18. หลักการปฏิบัติในการเลือกอาหารว่าง ควรเลือกรับประทานผลไม้ แทนขนมขบเคี้ยว			
19. ฉลากบรรจุภัณฑ์ของขนมขบเคี้ยวไม่จำเป็นต้องมีเครื่องหมาย			
20. ในการเลือกซื้อขนมขบเคี้ยว ไม่จำเป็นต้องดูชื่ออาหาร เลข ทะเบียน อย. สถานที่ผลิต ปริมาตรสุทธิ ส่วนประกอบที่สำคัญ วัน เดือน ปี ที่ผลิต วันหมดอายุ			

ตอนที่ 4 พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างหลังข้อความแต่ละข้อที่ตรงกับความเป็นจริงที่นักเรียนปฏิบัติ โดยมีเกณฑ์ดังนี้

ประจำ	หมายถึง	บริโภคมากกว่า 6 ครั้ง / สัปดาห์
บ่อยครั้ง	หมายถึง	บริโภค 5-6 ครั้ง / สัปดาห์
บางครั้ง	หมายถึง	บริโภค 3-4 ครั้ง / สัปดาห์
นานๆครั้ง	หมายถึง	บริโภค 1-2 ครั้ง / สัปดาห์
ไม่เคยปฏิบัติ	หมายถึง	ไม่เคยบริโภคเลย

1.1 ชนิด และ ความถี่ในการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียน

ชนิดของขนมขบเคี้ยว ที่นักเรียนบริโภค	ความถี่ในการบริโภคขนมขบเคี้ยว				
	ประจำ	บ่อยครั้ง	บางครั้ง	นานๆ ครั้ง	ไม่เคยปฏิบัติ
มันฝรั่งทอด					
ข้าวเกรียบ					
ข้าวโพดอบกรอบ					
ข้าวอบกรอบ					
ลูกอม					
หมากฝรั่ง					
เยลลี่					
ช็อกโกแลต					
ถั่วลิสงอบกรอบ					
ถั่วลิสงเตาอบกรอบ					

ชนิดของขนมขบเคี้ยว ที่นักเรียนบริโภค	ความถี่ในการบริโภคขนมขบเคี้ยว				
	ประจำ	บ่อยครั้ง	บางครั้ง	นานๆ ครั้ง	ไม่เคยปฏิบัติ
ถั่วอัลมอนต์อบกรอบ					
เม็ดยมะม่วงหิมพานต์					
เมล็ดทานตะวันอบ					
ปลาเส้นปรุงรส					
ปลาหมึกอบกรอบ					

1.2 พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียน

1.2.1 นักเรียนซื้อขนมขบเคี้ยวครั้งละกี่ถุง

- 1-2 ถุง 3-4 ถุง มากกว่า 4 ถุงขึ้นไป

ถุงละกี่บาท

- 5 - 10 บาท 11 - 15 บาท
 16 - 20 บาท มากกว่า 20 บาท

1.2.2 ส่วนใหญ่ของนักเรียนใช้เงินในการซื้อขนมขบเคี้ยวครั้งละกี่บาท

- น้อยกว่า 10 บาท 11 - 15 บาท 16 - 20 บาท
 21 - 25 บาท มากกว่า 25 บาท

1.2.3 นักเรียนเห็นสื่อโฆษณาของขนมขบเคี้ยวจากแหล่งใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต วิทยุ
 โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา ห้างสรรพสินค้า
 ป้ายรถประจำทาง อื่นๆ โปรดระบุ.....

1.2.4 ข้อใดที่มีผลต่อการเลือกซื้อขนมขบเคี้ยวจากร้านค้าของนักเรียน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- สะสมของรางวัลเพื่อแลกของแถม มีภาพโฆษณาที่ทำให้อยากรับประทาน
 มีของแถมที่มาพร้อมกับขนม มีขนมรูปแบบใหม่และรสชาติใหม่
 มีขนมหลากหลายให้เลือก มีประโยชน์ต่อร่างกาย
 อื่นๆ โปรดระบุ.....

