



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ แนวทางการสร้างภูมิคุ้มกันการบริโภค อาหารกินด่วนและอาหารขยะของเยาวชน ในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย

วันที่	๕ 4 ส.ค. ๒๕๕๐
เลขทะเบียน	๐๐๐
เลขเรียกหนังสือ	๔๔

๕๐๑๗

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลำอาง สืบสมาน

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
ชั้น 14 อาคาร 15 ถนนสุขุมวิท
เลขที่ 920/17-21 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน
เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
โทร. 298-0455 โทรสาร 298-0476
Home page : <http://www.trf.or.th>
E-mail : trf-info@trf.or.th



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการแนวทางการสร้างภูมิคุ้มกันการบริโภค
อาหารกินด่วนและอาหารขยะของเยาวชน
ในเขตกรุงเทพมหานคร

นักวิจัยพี่เลี้ยง

ศาสตราจารย์เกียรติคุณ แพทย์หญิง สาคกร ธนมิตต์

ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลำอาน สืบสมาน
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว.ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

คำนำ

อาหารเป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญยิ่งต่อการดำรงชีวิต แต่มนุษย์มิได้บริโภคอาหารเพียงเพื่อเหตุผลความจำเป็นทางด้านกายภาพเพื่อให้มีท้องเพียงอย่างเดียวเท่านั้น หากแต่เหตุผลด้านความพึงพอใจ บรรยากาศที่ก่อให้เกิดความต้องการบริโภคอาหาร ตลอดจนปัจจัยด้านสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อพฤติกรรมการกินทั้งส่วนบุคคลและคนในสังคมนั้นอีกด้วย ประกอบกับสังคมโลกปัจจุบันเป็นสังคมทุนนิยม มีการส่งเสริมด้านการตลาด ก่อให้เกิดวัฒนธรรมบริโภคนิยม มีการใช้สื่อจูงใจให้เกิดค่านิยมการบริโภคตามกระแสนิยม ตลอดจนวิถีการดำรงชีวิตที่เร่งรีบ ธุรกิจอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดจึงขยายตัวขึ้นอย่างรวดเร็ว แนวโน้มการบริโภคอาหารประเภทนี้กำลังได้รับความนิยมมากขึ้นโดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชน

พฤติกรรมการบริโภคเป็นสาเหตุสำคัญประการหนึ่งต่อการเกิดโรคภัยที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ จากสถิติพบว่าประชากรของประเทศต้นตำรับอาหารฟาสต์ฟู้ดมีอัตราการเป็นโรคอ้วนสูงที่สุดในบรรดาประเทศอุตสาหกรรมทั้งหลาย ซึ่งโรคอ้วนเป็นปัญหาสุขภาพที่นำไปสู่โรคอื่นๆ โดยเฉพาะโรคหัวใจ เบาหวาน ความดันโลหิตสูง เป็นต้น ปรากฏการณ์นี้กำลังคืบคลานเข้าสู่ประเทศกำลังพัฒนาที่พบเห็นเด็กและเยาวชนเป็นโรคอ้วนเพิ่มมากขึ้น พร้อมๆกับการขยายตัวของธุรกิจอาหารฟาสต์ฟู้ด และค่านิยมการบริโภคอาหารดังกล่าวในหมู่เยาวชนที่เพิ่มมากขึ้น จึงมีความจำเป็นในการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดของเยาวชน แรงจูงใจในการบริโภคอาหารดังกล่าว เพื่อหาแนวทางการลดค่านิยมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดลง

การวิจัยครั้งนี้ ประสบความสำเร็จได้ด้วยความร่วมมือจากบุคคลหลายฝ่าย ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่มีส่วนช่วยให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งศาสตราจารย์เกียรติคุณ แพทย์หญิง สาคร ธนมิตร ที่ได้กรุณาเป็นนักวิจัยที่ปรึกษาที่ให้ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ตลอดจนแนวทางที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่องานวิจัย และให้กำลังใจในการทำงานมาโดยตลอด ขอขอบคุณศาสตราจารย์ นายแพทย์ อารี วัลยเสรี ที่ให้การสนับสนุนอย่างยิ่ง ขอขอบคุณรองศาสตราจารย์ ดร. ทองอินทร์ วงศ์โสธร อธิการบดีมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ที่ให้การสนับสนุน และให้กำลังใจอย่างดียิ่งมาโดยตลอด ขอขอบคุณอาจารย์ศิริวรรณ เจนการ คุณไพฑูรย์ พลายละหาร และคุณภัทรพล มนูญญา จากมูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ที่อนุเคราะห์เป็นวิทยากรในการประชุม A-I-C ขอขอบคุณผู้บริหารโรงเรียนสวนกุหลาบ โรงเรียนสตรีวิทยา โรงเรียนหอวัง โรงเรียนศรีอยุธยา โรงเรียนสารวิทยา และบุคลากรที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนเยาวชนทุกคนที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลและความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัยในครั้งนี้ ขอขอบคุณอาจารย์ชูศักดิ์ องค์กริพร อาจารย์ชาติชัย วิโรจน์ อาจารย์พจนา ลีสุขสันต์ อาจารย์นิรยา กิตติโสภณ อาจารย์นุชลี คล้ายวันเพ็ญ อาจารย์อัจนราณี โชติสกุล และคณาจารย์ทุกท่านที่ให้ความร่วมมือและอำนวยความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูล ขอขอบคุณรองศาสตราจารย์ ปาริฉัตร ช่างสิงห์ที่ให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ขอขอบคุณบุคลากรมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชที่ให้ความร่วมมือในการจัดสัมมนา ขอขอบคุณตัวแทนนักเรียนและผู้ปกครอง

ที่ให้ความร่วมมือและอนุญาตให้เยาวชนเข้าร่วมสัมมนาโดยเยาวชนทุกคนแสดงความคิดเห็นอย่างกว้างขวางและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่องานวิจัย ขอขอบคุณครอบครัวกมลสุขอุดม คุณเอื้อ คุณนุชจรี และน้องเอม สุกฤตา กมลสุขอุดม ที่อนุเคราะห์การถ่ายภาพติดิจิตอล และเป็นกำลังสำคัญในการจัดสัมมนา ขอขอบคุณ คุณจิรามร หัสเนตร คุณยุวดี สุขสุเสียง และคุณพรอนงค์ โตแหยม ที่ช่วยให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี และขอขอบคุณสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยที่สนับสนุนทุนวิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้เกี่ยวข้องและผู้สนใจ
ตามสมควร

ผู้วิจัย
กรกฎาคม 2545

ชื่อเรื่อง : แนวทางการสร้างภูมิคุ้มกันการบริโภคอาหารกินด่วนและอาหารขยะ

ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ชื่อผู้วิจัย : สำอาง สืบสมาน

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาปัจจัย พฤติกรรม และแรงจูงใจในการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อให้เยาวชนได้มีส่วนร่วมในการวิเคราะห์หาแนวทางการรู้เท่าทันสื่อโฆษณา และหาสาเหตุของปัจจัยเพื่อนำไปสู่การแก้ไขปัญหาการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดในหมู่เยาวชน การศึกษาดำเนินการทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพโดยรวบรวมข้อมูลจากเยาวชนในโรงเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจำนวน 460 คน และเยาวชนในย่านศูนย์การค้า จำนวน 100 คน รวมทั้งสิ้น 560 คน อายุเฉลี่ย 16.2 ปี (± 1.5 SD) ผู้แทนเยาวชนจากโรงเรียนที่เข้าร่วมสัมมนาระดมสมอง จำนวน 32 คน อายุเฉลี่ยคือ 16.4 ปี (± 0.74 SD) และบุคลากรที่เกี่ยวข้องในสถานศึกษา จำนวน 20 คน อายุเฉลี่ยคือ 46.5 ปี (± 5.4 SD)

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ในเรื่องแหล่งพลังงานอาหารเป็นอย่างดี แต่ส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการบริโภคอาหารมันๆ กับความเสี่ยงต่อการเกิดโรคหัวใจขาดเลือด ความดันโลหิตสูง ปริมาณคอเลสเตอรอล ความอ้วน และมีความรู้พอควรในเรื่องเครื่องดื่มอัดลมกับน้ำตาลในร่างกาย และอาหารมันๆ กับการสะสมไขมันในร่างกาย

สภาวะทางโภชนาการของกลุ่มตัวอย่างเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานเด็กไทย อายุ 1 วัน – 19 ปี ของกระทรวงสาธารณสุข พบสภาวะโภชนาการเกินคือ ร้อยละ 16.4 น้ำหนักต่ออายุเกินเกณฑ์มาตรฐาน ร้อยละ 14.4 ส่วนสูงต่ออายุเกินเกณฑ์มาตรฐาน และร้อยละ 9.7 มีน้ำหนักตัวต่อส่วนสูงเกินเกณฑ์มาตรฐาน สภาวะโภชนาการต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐานคือ ร้อยละ 0.4 น้ำหนักต่ออายุต่ำกว่ามาตรฐาน ร้อยละ 0.5 ส่วนสูงต่ออายุต่ำกว่าเกณฑ์ และร้อยละ 2.4 มีน้ำหนักตัวต่อส่วนสูงต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน

วัยรุ่นที่มาจากครอบครัวที่มีรายได้สูงมีน้ำหนักตัวต่ออายุเกินมาตรฐานมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มาจากครอบครัวที่มีรายได้น้อยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($t=2.295$, $p=0.024$) สำหรับส่วนสูงต่ออายุ และน้ำหนักต่อส่วนสูงไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ วัยรุ่นชายมีน้ำหนักต่ออายุและน้ำหนักต่อส่วนสูงเกินมาตรฐานมากกว่าวัยรุ่นหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($X^2=7.495$, $p=0.007$ และ $X^2=6.505$, $p=0.012$ ตามลำดับ)

ร้อยละ 33.9 ของกลุ่มตัวอย่างดื่มน้ำหวานบางมือน้อย โดยมือเช้าเป็นมือที่ดื่มมากที่สุด (ร้อยละ 61.1) วัยรุ่นหญิงดื่มน้ำหวานมากกว่าวัยรุ่นชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($X^2=29.87$, $p=0.000$) และวัยรุ่นที่ดื่มน้ำหวานมากกว่ากลุ่มที่ไม่กลั้วหวานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($X^2=9.987$, $p=0.002$)

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 73.6 ชอบกินฟาสต์ฟู้ด ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 47.4) กิน 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ความเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับแนวโน้มฟาสต์ฟู้ดในประเทศไทย ร้อยละ 49.3 เห็นว่าควรลดค่านิยมการกินอาหารฟาสต์ฟู้ดลง ร้อยละ 21.4 เห็นว่าควรหาซื้อบริโภคได้ง่ายและสะดวกมากกว่านี้ ร้อยละ 18.9 เห็นว่าควรปล่อยให้ไปไปตามกระแสนิยม อื่นๆ ร้อยละ 5.5 และไม่แสดงความเห็น ร้อยละ 4.8

ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด คือ ร้อย รูปลักษณ์ทันสมัย มีจำหน่ายทั่วไป บริการรวดเร็ว สถานที่เหมาะสำหรับนัดพบ มีการโฆษณาทั่วไป การลด แลก แจก แถม สามารถหาซื้อและสะสมของเล่น ปัจจัยด้านบุคคลคือเป็นค่านิยมตามเพื่อน พฤติกรรมเลียนแบบอยากลอง ไม่มีวินัยในการกิน ตามใจตัวเอง มักถูกตามใจจากพ่อแม่ เยาวชนยังมองข้ามเรื่องคุณค่าทางโภชนาการ กินเพื่ออึดให้อยู่รอดไปวันๆ ถึงแม้รู้ว่ากินแล้วอ้วนแต่ยังกิน ไม่คำนึงถึงโทษของอาหารที่ไม่ได้สัดส่วน

แรงจูงใจอันดับแรกในการตัดสินใจเลือกกินฟาสต์ฟู้ดคือ สถานที่เหมาะสำหรับเป็นที่พักหมายกลุ่มเพื่อน รองลงมาคือ การบริการดี อาหารสะอาด รสชาติอร่อย สะดวก บรรจุภัณฑ์สะอาด ส่วนอาหารจังก์ฟู้ด (เช่น ขนมกรุบกรอบ ฯลฯ) แรงจูงใจอันดับแรกคือ การโฆษณา รองลงมาคือ รสชาติ บรรจุภัณฑ์ และชอบสะสมของแถม

กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าสื่อโฆษณาอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดก่อให้เกิดความต้องการเชิงจิตวิทยา เกิดค่านิยมร่วมในกลุ่มเพื่อน มีการเปลี่ยนพฤติกรรมจากไม่กิน เป็นอยากกิน และเมื่อได้กินแล้วติดใจในรสชาติ และกินเป็นนิสัย การโฆษณาใช้กลยุทธ์หลายรูปแบบ การจะรู้เท่าทันสื่อต้องมีสติแยกผิดถูก คำนึงถึงประโยชน์ที่แท้จริงของสินค้า และต้องเตือนตนเองเสมอว่าเป้าหมายของสื่อโฆษณาคือเพื่อยั่วยั่วสติเยาวชนให้หลงเชื่อ ฉะนั้นต้องไม่คล้อยตามสื่อ ต้องมีความรู้เรื่องการกินอาหารที่มีประโยชน์ มีการรณรงค์เผยแพร่ความรู้ในหมู่เยาวชนเกี่ยวกับผลกระทบต่อสุขภาพหากบริโภคอาหารที่ไม่ได้สัดส่วน โดยใช้พลังเยาวชนเริ่มจากกลุ่มเล็กๆ ในห้องเรียน ขยายเครือข่ายออกภายในโรงเรียน และขยายเครือข่ายระหว่างโรงเรียน เป็นการเสริมสร้างค่านิยมที่ครอบคลุมไปถึงครอบครัวและสังคม ทั้งนี้หน่วยงานของรัฐและองค์กรเอกชนให้การสนับสนุนอย่างสม่ำเสมอ มีมาตรการลดการโฆษณา และเพิ่มค่าเตือนของการกินอาหารที่ก่อให้เกิดผลเสียต่อสุขภาพให้ประชาชนรับรู้และตระหนักอย่างจริงจัง

วิธีการสร้างภูมิคุ้มกันการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดของกลุ่มตัวอย่างคือ ความอบอุ่นในครอบครัว มีโอกาสพูดคุยกันมากขึ้น ฟังกันมากขึ้น เข้าใจกันมากขึ้น มีความฉลาดเลือกบริโภคอาหารที่มีสารอาหารครบถ้วน คำนึงถึงความสะอาด ถูกสุขอนามัย บริการรวดเร็วทันใจ และอาหารที่บริโภคต้องผ่านการตรวจสอบตามคุณภาพมาตรฐานและความปลอดภัยจากองค์การด้านอาหารและยา และผู้บริโภคโดยเฉพาะเยาวชนต้องตระหนักถึงสิทธิในการได้รับความคุ้มครองเพื่อการบริโภคอาหารซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการผลักดันให้ผู้ผลิตผลิตอาหารที่มีคุณภาพ

คำสำคัญ: ฟาสต์ฟู้ด จังก์ฟู้ด เยาวชน พฤติกรรมการกิน สื่อโฆษณา

Research Title : Building Immunity Among Thai Youth against Fast Food and Junk Food

Researchers : Sam-ang Seubsman

Abstract

This study examined factors underlying behavior and related motives for consumption of fast food and junk food by Thai youth in metropolitan Bangkok. The study obtained both quantitative and qualitative data in Bangkok from 460 high school youths and from 100 youths sampled at point-of-sale at supermarkets. Average age of these 560 sample was 16.2 years (SD=1.5). We also involved 32 representative youth from sampled schools who participated in a two-day brain-storming seminar-retreat as part of the research process in media analyses and group reflection to find ways to decrease such food consumption in this age group. Average age of the representative was 16.4 years (SD=0.74) As well, 20 related school personnel (teachers and nutritionists) were interviewed. Average age was 46.5 years (SD=5.4) ranged from 31 to 54 years.

It was found that knowledge about calories sources from food was good among youth. But knowledge on fat food related to risk of heart disease, hypertension, high cholesterol and overweight was limited. The nutritional status among 560 youths compared to Ministry of Health standards for Thai children revealed that 16.4% were over weight-for-age, 14.4% were over height-for-age and 9.7% were over weight for height. Undernutrition was virtually non-existent in this group: only 0.4 % were under weight-for-age, 0.5% under height-for-age and 2.4% under weight-for-height – all proportions within expected limits given the properties of normal distributions.

Youth from higher income families were significantly more over weight than lower income family children ($t=2.295$, $p=0.024$) but not statistically significantly different for height-for-age and weight-for-height. Boys were statistically significantly more over weight-for-age and weight-for-height than girls ($\chi^2=7.495$, $p=0.007$ and $\chi^2=6.505$, $p=0.012$), respectively.

Meal skipping was reported by 33.9% of youth and breakfast was the most frequent meal missed (61.1%). Girls skipped more meals than boys ($\chi^2=29.87$, $p=0.000$) and children afraid of becoming fat were much more likely to skip meals than those who were not afraid of getting fat ($\chi^2=9.987$, $p=0.002$).

Most youths questioned were found of fast food (73.6%) and overall 47.4% ate it at least once a week. Opinions expressed on fast food trends in Thailand revealed that 49.3% would like it to become less prestigious whereas 21.4% would like to find fast food more easily, 18.9% would just let it be, 5.5% had various other attitudes towards it, and 4.8% had no comments at all.

Factors influencing eating fast food among youth were product, price, place, promotion, and personal attributes. From youths' point of view, fast food products were convenient, delicious, and good appearance. Price was not too expensive compared to food from restaurants. Places were generally available, including room for parties and

for meeting friends and one can sit as long as one likes. Promotions can be seen everywhere such as television, internet, bill board, express way and include discount rates and toy gifts. Discussion among the youth revealed that youth mostly followed peer groups, want to try new things, had no discipline in eating behavior and eat whatever they desire. Parents often give whatever the children want, and youth eat to survive day by day and do not care about healthy food.

The most frequent motive for eating fast food is that outlets are suitable places for meeting friends. Other common motives were good services, delicious taste, convenient, and convenient packaging. For junk food (snack, ice cream etc) the most common motive was to follow suggestions by advertising. Other motives were delicious taste, convenient packaging and toy collection.

From media analysis for fast food and junk food advertising, youth thought that advertising stimulated psychological desires for eating, toys, and common values among peer groups leading to a change in behavior from 'not want to eat' to 'want to try' to 'like the taste' and finally 'to habitual eating'. Advertising utilized various strategies to create those desires. Youth must be aware of the purpose of advertising and not fall into that trap and should think of the real benefits of goods, and have knowledge of healthy food. The children suggested that campaigns about the adverse effects of high-calorie and high-fat fast food and junk food must be done using youth power, starting in class rooms and networking to provide knowledge to students in school. Regulations to decrease advertising on fast food and junk food must be addressed. And information about the nutritional content of these foods would help.

To build 'immunity' to not eat fast food, youth thought of five key elements (1) family well being so that members eat together, discuss and listen more to each other, (2) realize it is clever to choose nutritious food and make reasonable choices, (3) have good clean food available, (4) complete information on nutrient in foods and (5) comfortable food. Correct information on food among youth must be disseminated to create a demand for healthy food.

Key words: fast food, junk food, youth, eating behaviour, advertising
--

หน้าสรุปโครงการ

ความสำคัญของปัญหา

กระแสโลกาภิวัตน์ มีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างก้าวกระโดดของสังคมไทยในยุคของการสื่อสารไร้พรมแดน เกิดการหลั่งไหลถ่ายเทค่านิยมและวัฒนธรรมข้ามชาติ ความสลับซับซ้อนของสังคมทั้งในเชิงกายภาพและจิตวิทยาสังคมที่เพิ่มขึ้น ส่งผลถึงองค์ประกอบของการดำรงชีวิตที่ขาดความสมดุลมากขึ้น ก่อให้เกิดปัญหาสุขภาพ เช่น โรคหัวใจ อันเป็นสาเหตุของการตายในประชากรสูงสุด โรคอื่นที่มีแนวโน้มสูงขึ้นคือโรคเบาหวาน ความดันโลหิตสูง ปริมาณไขมันในเส้นเลือดสูง และโรคหลอดเลือด ซึ่งสาเหตุสำคัญส่วนหนึ่งเกิดจากพฤติกรรมการบริโภคที่ไม่ถูกต้อง

พฤติกรรมการบริโภคของประชาชนในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในชุมชนเมืองมิได้เกิดจากอิทธิพลของความยากจน ความไม่รู้ หรือความเชื่อเช่นในอดีตเป็นสาเหตุหลัก หากแต่กระแสนิยมที่ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในรูปสื่อโฆษณาต่าง ๆ มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในหมู่วัยรุ่น ที่นิยมบริโภคอาหารประเภทกินด่วน หรือฟาสต์ฟู้ด อาหารขยะหรือจังก์ฟู้ดตามแบบวัฒนธรรมตะวันตก ซึ่งส่วนใหญ่นอกจากจะไม่ได้คุณค่าอาหารครบถ้วนแล้ว ยังมีปริมาณไขมัน และแคลอรีสูง ราคาแพง อีกทั้งยังอาจเป็นโทษต่อสุขภาพในระยะยาว ดังนั้นการศึกษากฎพฤติกรรมการบริโภคอาหารกินด่วนและอาหารขยะของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อหาแนวทางให้เยาวชนรู้จักวิเคราะห์สื่อ รู้เท่าทันสื่อ และการเสริมทักษะให้แก่วัยรุ่นคิดตัดสินใจอย่างชาญฉลาดในการเลือกบริโภคอาหารจะเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพร่างกาย

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อให้เข้าใจถึงบริบทของแรงจูงใจและค่านิยมในการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและอาหารจังก์ฟู้ด
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร
- 3) เพื่อศึกษาการตอบสนองต่อสื่อโฆษณาเกี่ยวกับอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดของ วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร
- 4) เพื่อศึกษาแนวทางในการสร้างองค์ความรู้ให้แก่วัยรุ่นในการวิเคราะห์สื่อโฆษณาเกี่ยวกับอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด
- 5) เพื่อให้เยาวชนมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์หาสาเหตุของปัจจัยต่างๆ เพื่อนำไปสู่การแก้ไขปัญหามารับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดในหมู่เยาวชน

วิธีการศึกษา ดำเนินการดังนี้

- 1.) การศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดโดยการสอบถามเพื่อสำรวจพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารดังกล่าวของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร
- 2.) สัมภาษณ์ครูผู้สอนในโรงเรียนที่มีประสบการณ์และทรงคุณวุฒิ เพื่อศึกษาแนวความคิดของบุคลากรที่เกี่ยวข้องเรื่องกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดของเยาวชน
- 3.) สังเกตและบันทึกการออกอากาศของสื่อวิทยุโทรทัศน์เกี่ยวกับการโฆษณาอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด
- 4.) จัดสัมมนาผู้แทนเยาวชนในโรงเรียน เพื่อหาแนวทางการวิเคราะห์สื่อโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดและหาแนวทางในการลดค่านิยมการบริโภคอาหารดังกล่าว

กลุ่มตัวอย่าง

- 1) เลือกจุดที่พบเยาวชนที่ใช้บริการอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดตามศูนย์การค้า เพื่อสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารกินด่วนและอาหารขยะ และข้อมูลที่เกี่ยวข้อง จำนวน 100 คน
- 2) เลือกโรงเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครแบบจำเพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ที่เป็นโรงเรียนที่ตั้งอยู่บริเวณใกล้ศูนย์การค้า และทำการสุ่มแบบง่ายจากรายชื่อโรงเรียนที่ได้จากการสุ่มชั้นแรก เพื่อรวบรวมข้อมูลจากเยาวชนในสถานศึกษานั้น จำนวน 460 คน
- 3) เลือกโรงเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในข้อ 2) โดยความสมัครใจ เพื่อได้ตัวแทนของเยาวชนเข้ามีส่วนร่วมในการระดมความคิดเกี่ยวกับสื่อโฆษณา ตลอดจนสาเหตุปัจจัยและแนวทางแก้ไขเพื่อลดพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดในหมู่เยาวชนจำนวน 32 คน

ผลการศึกษา

เยาวชนที่ศึกษา จำนวน 560 คน มีอายุเฉลี่ยคือ 16.18 ปี (SD =+1.5 ปี) เป็นชายและหญิงจำนวนใกล้เคียงกัน ค่าใช้จ่ายที่ได้รับ ฐานนิยมคือ 100 บาทต่อวัน รายได้ของครอบครัวเฉลี่ย 43,926.40 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่พักอยู่กับบิดา-มารดา หนึ่งในสิบพักกับญาติหรือหอพัก การเดินทางไปโรงเรียนส่วนใหญ่เกือบครึ่งใช้รถโดยสารประจำทาง ประมาณหนึ่งในสามใช้รถยนต์ส่วนบุคคล นอกนั้นใช้รถไฟฟ้าหรือรถตู้ปรับอากาศ ส่วนใหญ่ใช้เวลาเดินทางมากกว่าครึ่งชั่วโมง งานอดิเรกที่ชอบทำเป็นพิเศษคือฟังเพลง ดูภาพยนตร์โทรทัศน์ เล่นเกมส์คอมพิวเตอร์ และเล่นกีฬา เป็นอันดับหลัง ประมาณ 1 ใน 3 ของบิดาและมารดามีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่ของบิดาและมารดา คือ ค้าขาย หรือธุรกิจส่วนตัว รองลงมาคือรับราชการ นอกจากนั้นคือทำงานรัฐวิสาหกิจ บริษัทเอกชน รับจ้างรายวัน และอื่น ๆ เช่น บำนาญ และแม่บ้าน

สภาวะโภชนาการของกลุ่มตัวอย่างโดยเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานของเด็กไทยอายุ 1 วัน ถึง 19 ปี ของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข และสถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล

โดยพิจารณาเกณฑ์น้ำหนักต่ออายุ พบว่าเยาวชนไม่มีปัญหาภาวะโภชนาการขาด ประมาณ 1 ใน 6 มีภาวะโภชนาการเกินด้านน้ำหนักต่ออายุ เยาวชนมีแนวโน้มสูงขึ้น ประมาณ 1 ใน 7 สูงเกินเกณฑ์มาตรฐานเด็กไทย

เยาวชนที่มาจากครอบครัวที่มีรายได้สูงจะมีน้ำหนักเกินกว่ามาตรฐานมากกว่าครอบครัวที่มีรายได้น้อย เยาวชนชายมีน้ำหนักต่ออายุ และน้ำหนักตัวต่อส่วนสูงเกินมาตรฐานมากกว่าวัยรุ่นหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และพบว่า สภาวะโภชนาการเกินมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการที่มีสมาชิกในครอบครัวอ้วน ทั้งนี้ปัจจัยที่เกี่ยวข้องอาจเป็นผลด้านพันธุกรรมส่วนหนึ่ง พฤติกรรมการกินและการเลี้ยงดูเป็นสำคัญ

เยาวชนมีความรู้ในเรื่องแหล่งพลังงานอาหารเป็นอย่างดี แต่ส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการบริโภคอาหารมันๆ กับความเสี่ยงต่อการเกิดโรคหัวใจขาดเลือด ความดันโลหิตสูง ปริมาณคอเลสเตอรอล ความอ้วน และมีความรู้พอควรในเรื่องเครื่องดื่มอัดลมกับน้ำตาลในร่างกาย และอาหารมันๆ กับการสะสมไขมันในร่างกาย

ร้อยละ 33.9 ของกลุ่มตัวอย่างงดมื้ออาหารบางมื้อ โดยมีมือเช้าเป็นมื้อที่งดมากที่สุด (ร้อยละ 61.1) วัยรุ่นหญิงงดมากกว่าวัยรุ่นชาย และวัยรุ่นที่งดอาหารกลัวอ้วนมากกว่ากลุ่มที่ไม่กลัวอ้วนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 73.6 ชอบกินฟาสต์ฟู้ด ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 47.4) กิน 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ความเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับแนวโน้มฟาสต์ฟู้ดในประเทศไทย ร้อยละ 49.3 เห็นว่าควรลดค่านิยมการกินอาหารฟาสต์ฟู้ดลง ร้อยละ 21.4 เห็นว่าควรหาซื้อบริโภคได้ง่ายและสะดวกมากกว่านี้ ร้อยละ 18.9 เห็นว่าควรปล่อยให้ไปไปตามกระแสนิยม อื่นๆ ร้อยละ 5.5 และไม่แสดงความเห็น ร้อยละ 4.8

ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด คือ ร้อย รูปลักษณ์ทันสมัย มีจำหน่ายทั่วไป บริการรวดเร็ว สถานที่เหมาะสำหรับนัดพบ มีการโฆษณาทั่วไป การลด แลก แจก แถม สามารถหาซื้อและสะสมของเล่น ปัจจัยด้านบุคคลคือเป็นค่านิยมตามเพื่อน พฤติกรรมเลียนแบบอยากลอง ไม่มีวินัยในการกิน ตามใจตัวเอง มักถูกตามใจจากพ่อแม่ เยาวชนยังมองข้ามเรื่องคุณค่าทางโภชนาการ กินเพื่ออึดให้อยู่รอดไปวันๆ ถึงแม้รู้ว่ากินแล้วอ้วนแต่ยังกิน ไม่คำนึงถึงโทษของอาหารที่ไม่ได้สัดส่วน

แรงจูงใจอันดับแรกในการตัดสินใจเลือกกินฟาสต์ฟู้ดคือ สถานที่เหมาะสำหรับเป็นที่นัดหมายกลุ่มเพื่อน รองลงมาคือ การบริการดี อาหารสะอาด รสชาติอร่อย สะดวก บรรจุภัณฑ์สะอาด ส่วนอาหารจังก์ฟู้ด (เช่น ขนมกรุบกรอบ ฯลฯ) แรงจูงใจอันดับแรกคือ การโฆษณา รองลงมาคือ รสชาติ บรรจุภัณฑ์ และชอบสะสมของแถม

เยาวชนมีความเห็นว่าสื่อโฆษณาอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดก่อให้เกิดความต้องการเชิงจิตวิทยา เกิดค่านิยมร่วมในกลุ่มเพื่อน มีการเปลี่ยนพฤติกรรมจากไม่กิน เป็นอยากกิน และเมื่อได้กินแล้วติดใจในรสชาติ และกินเป็นนิสัย การโฆษณาใช้กลยุทธ์หลายรูปแบบ การจะรู้เท่าทันสื่อต้องมีสติแยกผิดถูก คำนึงถึงประโยชน์ที่แท้จริงของสินค้า และต้องเตือนตนเองเสมอว่าเป้าหมาย

ของสื่อโฆษณาทำเพื่อยั่วยุดิเยาวยชนให้หลงเชื่อ ฉะนั้นต้องไม่คล้อยตามสื่อ ต้องมีความรู้เรื่อง การกินอาหารที่มีประโยชน์

วิธีการสร้างภูมิคุ้มกันการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดของกลุ่มตัวอย่างคือ ความอบอุ่นในครอบครัว มีโอกาสพูดคุยกันมากขึ้น ฟังกันมากขึ้น เข้าใจกันมากขึ้น มีความฉลาดเลือก บริโภคอาหารที่มีสารอาหารครบถ้วน คำนึงถึงความสะอาด ถูกสุขอนามัย บริการรวดเร็วทันใจ และอาหารที่บริโภคต้องผ่านการตรวจสอบตามคุณภาพมาตรฐานและความปลอดภัยจากองค์การด้านอาหารและยา และผู้บริโภคโดยเฉพาะเยาวชนต้องตระหนักถึงสิทธิในการได้รับความคุ้มครอง เพื่อการบริโภคอาหารซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการผลักดันให้ผู้ผลิตผลิตอาหารที่มีคุณภาพ

ข้อเสนอแนะ

1) จากปัญหาภาวะโภชนาการเกินควรมีการส่งเสริมให้เยาวชนสนใจการออกกำลังกายมากขึ้น โดยการสนับสนุนกิจกรรมกีฬากลางที่เยาวชนสนใจ โดยการสนับสนุนจากกลุ่มผู้ปกครอง ผู้นำชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการศึกษา

2) ด้านพฤติกรรมกรรมการบริโภคควรให้ความรู้ผู้ปกครองโดยให้เห็นความสำคัญของอาหารมือเช้า ให้ความรู้ถึงคุณค่าของอาหารเข้ากับประสิทธิภาพในการศึกษาเล่าเรียนของบุตรหลาน ตลอดจนการให้ความรู้เรื่องการจัดการเวลา และการจัดการอาหารและเมนูอาหารที่มีสารอาหารครบถ้วนที่สามารถจัดการได้ในเวลาสั้น ๆ สำหรับมือที่เร่งรีบ

3) ควรให้ความรู้เยาวชนเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการกินกับสุขภาพร่างกาย โดยเน้นความสำคัญของสภาวะโภชนาการกับการมีสุขภาพแข็งแรง โดยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง การอดอาหารเป็นโทษต่อร่างกายเนื่องจากเยาวชนเป็นวัยที่ร่างกายกำลังเจริญเติบโต ควรมีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนโดยให้เยาวชนรู้จักการสังเกต และบันทึกรายการอาหารและปริมาณอาหารที่ตนเองรับประทาน รู้จักการวิเคราะห์พลังงานที่ร่างกายได้รับจากอาหารที่บริโภค

4) ควรให้ความรู้เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารที่มีไขมันสูง โดยเฉพาะไขมันจากเนื้อสัตว์กับความเสี่ยงต่อการเป็นโรคหลอดเลือดอุดตัน เบาหวาน โรคอ้วน คอเลสเตอรอลสูง ในขณะที่เยาวชนจำได้เป็นอย่างดีเกี่ยวกับประเภทอาหารที่ให้พลังงาน ซึ่งเป็นความรู้เกี่ยวกับความจำ ต้องมีการปรับวิธีการให้ความรู้โดยเน้นวิธีการเรียนรู้ที่เยาวชนสามารถเข้าใจ รู้จักวิเคราะห์ปัญหาและนำความรู้ไปใช้ในการปรับพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่พึงประสงค์ หน่วยงานที่สามารถดูแลในเรื่องนี้ได้เป็นอย่างดี

5) เยาวชนสะท้อนภาพความอบอุ่นในครอบครัวเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างเสริมวินัยในตนเองและการมีพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ดี ความอบอุ่น ความใกล้ชิดผูกพัน และความเข้าใจอันดีของสมาชิกในครอบครัวสามารถเกิดขึ้นได้อย่างแน่นแฟ้น จึงควรชี้แจงให้ผู้ปกครองตระหนักถึงความสำคัญและไม่มองข้ามกิจกรรมครอบครัวสัมพันธ์นี้

6) จากการศึกษาพบว่า สื่อโฆษณามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคของเยาวชน ควรให้มีการบรรจุกิจกรรมการวิเคราะห์สื่อโฆษณาอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดลงในหลักสูตรการเรียนการสอน เน้นเยาวชนเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ โดยให้เยาวชนมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ปัญหา

และสาเหตุของค่านิยมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด โดยจัดกิจกรรมให้นักเรียนสังเกต และจดบันทึกสื่อโฆษณา วิเคราะห์และอภิปรายสื่อด้วยความไตร่ตรองอย่างมีเหตุผล เพื่อให้เยาวชน รู้เท่าทันสื่อ ไม่หลงเชื่อตามคำโฆษณา

7) เยาวชนคิดว่าการได้พบเห็นโฆษณาอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดซ้ำๆ บ่อยๆ ก่อให้เกิด ค่านิยมในทางบวกต่อการบริโภคอาหารนั้น จึงน่าจะมีมาตรการของรัฐในการพิจารณาอย่างจริงจัง เพื่อเปรียบเทียบผลได้และผลเสียจากธุรกิจอาหารประเภทนี้ หากเปรียบเทียบแล้วพบว่าค่านิยม การบริโภคอาหารประเภทนี้มีมากขึ้นและทำให้ผู้บริโภคเสี่ยงต่อการเกิดโรคภัย และเป็นอันตราย ต่อสุขภาพอย่างชัดเจน รัฐบาลโดยกระทรวงสาธารณสุขควรมีมาตรการชัดเจนในการคุ้มครองผู้ บริโภค โดยการลดหรืองดเว้นการโฆษณา

8) จากการศึกษาที่เยาวชนสะท้อนภาพการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดเป็นค่า นิยมของคนยุคใหม่ที่เกิดจากกระแสนิยม ดังนั้นควรใช้อิทธิพลของกลุ่มเพื่อนและพลังของเยาวชน ในการสร้างค่านิยมใหม่ในการส่งเสริมพฤติกรรมกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพ โดยการปลูกฝังค่านิยมที่ พึงประสงค์

9) องค์ประกอบของการสร้างเสริมพฤติกรรมบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพตามความเห็นของ เยาวชน คือความอบอุ่นในครอบครัว การบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ครบ 5 หมู่ อาหารสะอาดถูก สุขอนามัย การบริการรวดเร็วทันใจ การรู้จักฉลาดเลือกบริโภค ภายใต้บริบทของความเป็นไทย สามารถส่งเสริมได้จากความร่วมมือของทุกฝ่ายในสังคม คือผู้บริโภค ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลเรื่องความปลอดภัยในการบริโภค เริ่มตั้งแต่ครอบครัวดูแลเรื่อง การกินของบุตรหลาน ให้ความรู้ปลูกฝังการเลือกบริโภคอาหารที่มีประโยชน์คุ้มค่า และดูแลรักษา สิทธิของตนเองในฐานะผู้บริโภค จะก่อให้เกิดแรงผลักดันให้ผู้ผลิตปรับปรุงคุณภาพสินค้า ผู้ผลิต หรือผู้ประกอบการต้องมีจิตสำนึกในการสร้างสรรค์สิ่งดีมีประโยชน์ให้แก่ลูกค้า หน่วยงานคุ้มครองผู้ บริโภคจะต้องสร้างมาตรการที่เข้มงวดควบคุมและลงโทษผู้ผลิตที่กระทำการที่อาจก่อให้เกิดโทษ เกี่ยวกับสุขภาพต่อผู้บริโภคอย่างเป็นรูปธรรม

10) ความเชื่อมโยงเครือข่ายการเผยแพร่พฤติกรรมบริโภคเพื่อสุขภาพสามารถส่งเสริมให้ เกิดขึ้นได้ โดยกลุ่มเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการสัมมนาจากกระบวนการ A-I-C จะเป็นกลุ่มแกนนำ และชักชวนเพื่อนให้เข้าร่วมกิจกรรม (Task Force Group) โดยมีอาจารย์ด้านโภชนาการหรือ พละนาถเป็นผู้นำประสานงาน โดยอาจารย์ผู้ประสานงานหรือกลุ่มวิชาการจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง คอยดูแลด้านความรู้ที่ถูกต้องและเหมาะสมตามหลักวิชาการ สามารถขยายไปสู่โรงเรียนที่อยู่ใน กลุ่มเดียวกัน และขยายต่อไป

ข้อเสนอแนะในแนวทางการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการวิจัยปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพอย่างเต็มรูปแบบ โดยให้เยาวชนมีส่วนร่วมในกระบวนการตั้งแต่เริ่มต้น ประสพการณ์ที่เป็น

รูปธรรมของเยาวชน และสถานการณ์ที่เยาวชนกำลังเผชิญอยู่ เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพอย่างเป็นรูปธรรม

2) ควรมีการศึกษาการวิจัยด้านการตลาดเพื่อสังคม โดยให้เยาวชนมีส่วนร่วมในการหารูปแบบของสื่อเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่พึงประสงค์ และลดค่านิยมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดลง

3) วิจัยทดลองรูปแบบเครือข่ายเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพในโรงเรียน

4) ศึกษาประสิทธิผลของโครงการควรมีการวิจัยประเมินผลโครงการ โดยศึกษาเปรียบเทียบด้านความรู้ เจตคติ และพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดของเยาวชนเมื่อมีการดำเนินโครงการด้านพฤติกรรมกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพแล้ว

สารบัญ

	หน้า
คำนำ.....	I
บทคัดย่อ.....	III
Abstract.....	V
หน้าสรุปโครงการ.....	VII
สารบัญ.....	XIII
สารบัญตาราง.....	XV
สารบัญแผนภูมิ.....	XVII
สารบัญภาพ.....	XVIII
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 ปัญหาที่ต้องการทราบจากการวิจัย.....	3
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	3
1.5 คำนิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย.....	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
1.7 ข้อจำกัดในการวิจัย.....	4
บทที่ 2 วรรณกรรมและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1 ความหมายและความเป็นมาของอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด.....	5
2.1.1 ความหมายของอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด.....	5
2.1.2 ความเป็นมาของอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด.....	6
2.2 คุณค่าทางโภชนาการกับอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด.....	8
2.3 พฤติกรรมการบริโภคอาหารกับผลด้านสุขภาพ.....	9
2.4 ปัจจัยด้านสื่อโฆษณาที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด.....	12
2.5 การมีส่วนร่วมในการปรับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดของเยาวชน.....	14
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	16

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	21
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	21
3.1.1 หน่วยในการวิเคราะห์.....	21
3.1.2 วิธีการศึกษา.....	21
3.1.3 ประชากร.....	21
3.1.4 กลุ่มตัวอย่าง.....	22
3.1.5 ขนาดกลุ่มตัวอย่าง.....	22
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	23
3.3 การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	23
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	24
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของเยาวชน และกลุ่มผู้แทนของเยาวชน.....	25
4.1.1 ข้อมูลจากการสอบถามเยาวชนในสถานศึกษาและนอกสถานศึกษา.....	25
4.1.2 ข้อมูลจากการมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นของผู้แทนเยาวชนจากสถานศึกษา.....	50
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ที่เกี่ยวข้องในสถานศึกษา.....	82
4.2.1 ลักษณะทางประชากรและสังคมของผู้ที่เกี่ยวข้องในสถานศึกษา...	82
4.2.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดของผู้ที่เกี่ยวข้องในสถานศึกษา.....	82
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	87
5.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	87
5.2 วิธีดำเนินการวิจัย.....	87
5.3 สรุปผลการวิจัย และอภิปรายผล.....	88
5.4 ข้อเสนอแนะ.....	100
บรรณานุกรม.....	106
ภาคผนวก	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 คุณค่าทางโภชนาการของอาหารฟาสต์ฟู้ด.....	9
ตารางที่ 4.1 ลักษณะทางประชากรและสังคมของเยาวชนที่ศึกษา.....	26
ตารางที่ 4.2 การศึกษาของบิดา มารดา และผู้ปกครองของเยาวชนที่ศึกษา.....	28
ตารางที่ 4.3 อาชีพของบิดา มารดา และผู้ปกครองของเยาวชนที่ศึกษา.....	29
ตารางที่ 4.4 สภาวะทางโภชนาการของเยาวชนและสมาชิกในครอบครัว.....	30
ตารางที่ 4.5 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจกับสภาวะโภชนาการของ เยาวชน.....	31
ตารางที่ 4.6 ความสัมพันธ์ของสภาวะโภชนาการระหว่างเยาวชนชายและหญิง.....	31
ตารางที่ 4.7 ความสัมพันธ์ของสภาวะโภชนาการของเยาวชนและสมาชิกในครอบครัว	32
ตารางที่ 4.8 ความรู้เรื่องการบริโภคอาหารที่ให้พลังงานของเยาวชน.....	33
ตารางที่ 4.9 การจัดการอาหารภายในครอบครัว.....	34
ตารางที่ 4.10 พฤติกรรมเกี่ยวกับการบริโภคอาหารของเยาวชน.....	34
ตารางที่ 4.11 พฤติกรรมการงดอาหารของเยาวชนชายและหญิง.....	35
ตารางที่ 4.12 พฤติกรรมการงดอาหารกับความคิดเห็นเรื่องความอ้วนของเยาวชน.....	35
ตารางที่ 4.13 พฤติกรรมการงดอาหารกับระดับการศึกษาของบิดา และมารดา.....	36
ตารางที่ 4.14 ความคิดเห็นในการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดของเยาวชน.....	36
ตารางที่ 4.15 ประเภทของอาหารฟาสต์ฟู้ดที่ปกติเยาวชนเลือกรับประทาน.....	37
ตารางที่ 4.16 ความถี่ของการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของเยาวชน.....	37
ตารางที่ 4.17 ความคิดเห็นของเยาวชนเกี่ยวกับการกินอาหารฟาสต์ฟู้ดต่อความอ้วน..	38
ตารางที่ 4.18 ความคิดเห็นของเยาวชนเกี่ยวกับคุณค่าทางโภชนาการของอาหาร ฟาสต์ฟู้ด.....	39
ตารางที่ 4.19 ความคิดเห็นของเยาวชนเกี่ยวกับผลกระทบของการรับประทานอาหาร ฟาสต์ฟู้ด.....	40
ตารางที่ 4.20 ความคิดเห็นของเยาวชนเกี่ยวกับผลกระทบของการรับประทานอาหาร จังก์ฟู้ด.....	41
ตารางที่ 4.21 เหตุผลของการไปใช้บริการอาหารฟาสต์ฟู้ดของเยาวชน.....	42
ตารางที่ 4.22 ปัจจัยเกี่ยวกับที่ตั้งของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดที่เยาวชนใช้บริการเป็น ประจำ.....	43
ตารางที่ 4.23 แรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของเยาวชน.....	43
ตารางที่ 4.24 แรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารจังก์ฟู้ดของเยาวชน.....	45

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.25 ความต้องการของเยาวชนเกี่ยวกับแนวโน้มการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด ในประเทศไทย.....	46
ตารางที่ 4.26 การได้รับข่าวสารเกี่ยวกับอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด.....	47
ตารางที่ 4.27 ความคิดเห็นของเยาวชนต่อแผนภูมิสื่อโฆษณาเกี่ยวกับการบริโภคอาหาร ฟาสต์ฟู้ด.....	48
ตารางที่ 4.28 ความถี่ของการโฆษณาข่าวสารจากสื่อวิทยุ โทรทัศน์เกี่ยวกับอาหาร ฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด.....	49

สารบัญแผนภูมิ

	หน้า
แผนภูมิที่ 2.1 รูปแบบการสร้างเสริมพฤติกรรมสุขภาพ.....	15
แผนภูมิที่ 4.1 สื่อโฆษณากับการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด.....	47
แผนภูมิที่ 4.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดของเยาวชนไทย	51
แผนภูมิที่ 4.3 การวิเคราะห์สื่อโฆษณาที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ ฟู้ดของเยาวชนเยาวชน.....	59
แผนภูมิที่ 4.4 ความคิดเห็นของเยาวชนสำหรับวิธีการทำให้เยาวชนรู้เท่าทันการ โฆษณา.....	61
แผนภูมิที่ 5.1 แนวทางดำเนินกิจกรรมต่อเนื่องเพื่อขยายผลโครงการส่งเสริมพฤติ กรรมบริโภคเพื่อสุขภาพในโรงเรียน.....	104

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 4.1 ความคิดเห็นของกลุ่มที่ 1 เกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของเยาวชนไทยกับการ บริโภคฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด.....	53
ภาพที่ 4.2 ความคิดเห็นของกลุ่มที่ 2 เกี่ยวกับสภาพความเป็นจริงของเยาวชนไทยกับ การบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด.....	54
ภาพที่ 4.3 ความคิดเห็นของกลุ่มที่ 3 เกี่ยวกับสภาพความเป็นจริงของเยาวชนไทย กับการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด.....	55
ภาพที่ 4.4 ความคิดเห็นของกลุ่มที่ 4 เกี่ยวกับสภาพความเป็นจริงของเยาวชนกับการ บริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด.....	57
ภาพที่ 4.5 ความคิดเห็นของกลุ่มที่ 1 เกี่ยวกับการสร้างเสริมพฤติกรรมบริโภคเพื่อสุข ภาพของเยาวชนไทย.....	64
ภาพที่ 4.6 ความคิดเห็นของกลุ่มที่ 2 เกี่ยวกับการสร้างเสริมพฤติกรรมบริโภค เพื่อสุขภาพของเยาวชนไทย.....	65
ภาพที่ 4.7 ความคิดเห็นของกลุ่มที่ 3 เกี่ยวกับการสร้างเสริมพฤติกรรมบริโภค เพื่อสุขภาพของเยาวชนไทย.....	66
ภาพที่ 4.8 ความคิดเห็นของกลุ่มเยาวชนเกี่ยวกับการสร้างเสริมพฤติกรรมบริโภค เพื่อสุขภาพของเยาวชนไทย.....	68
ภาพที่ 4.9 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริโภคอาหารกับการส่งเสริมความสัมพันธ์ใน ครอบครัว.....	69
ภาพที่ 4.10 ภาพสรุปแนวคิดที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมบริโภคเพื่อสุขภาพของเยาวชน....	70
ภาพที่ 4.11 ทัศนคติด้านพฤติกรรมบริโภคของเยาวชนที่เข้าร่วมประชุม.....	80

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย

กระแสโลกาภิวัตน์ มีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างก้าวกระโดดของสังคมไทย วิถีชีวิตปัจจุบันเปลี่ยนจากสังคมเกษตรกรรม สู่สังคมเชิงธุรกิจ บริการและอุตสาหกรรมมากยิ่งขึ้น ด้วยแรงผลักดันของสังคมทุนนิยม ก่อให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่มีผลกระทบถึงกันทั่วโลก โดยเฉพาะในยุคของการสื่อสารที่รวดเร็วไร้พรมแดน การติดต่อสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างประเทศ การเปิดตลาดการค้าเสรี ค่านิยมและวัฒนธรรมนานาชาติมีการหลั่งไหลถ่ายทอดการอพยพย้ายถิ่น การขยายตัวของชุมชนเมือง สำหรับประเทศไทย ปัจจุบันสัดส่วนประชากรในเขตเมืองแนวโน้มมีปริมาณสูงขึ้น ในปี 2539 ประชากรในเขตเมืองคิดเป็นร้อยละ 31.58 และคาดว่าจะอีก 5 ปีข้างหน้า จะเพิ่มสูงขึ้นถึงร้อยละ 35 (กองประสานการพัฒนาเมือง 2533 อ้างถึงใน คณะกรรมการอำนวยการจัดทำแผนพัฒนาการสาธารณสุข 2540)

เนื่องจากสังคมมีความสลับซับซ้อนมากขึ้น องค์ประกอบของการดำรงชีวิตมีความเชื่อมโยงกันทั้งสภาพแวดล้อมและปัจเจกบุคคล หากพิจารณาทางด้านสาธารณสุข จะเห็นว่าความเชื่อมโยงเหล่านี้ส่งผลถึงรูปแบบของปัญหาสุขภาพอนามัยของประชาชนที่เปลี่ยนแปลงไป ถึงแม้ประเทศไทยจะมีนโยบายอาหารและโภชนาการแห่งชาติ ซึ่งได้มีการกำหนดกลวิธีและกิจกรรมในการดำเนินงานแก้ไขปัญหาและพัฒนาด้านอาหารเพื่อส่งเสริมภาวะโภชนาการมาอย่างต่อเนื่อง พบว่าปัญหาการขาดสารอาหารมีสัดส่วนน้อยลง ในขณะที่โภชนาการเกินมีสัดส่วนเพิ่มมากขึ้น (สมชาย ชุรงค์เดช 2543) นอกจากนี้เมื่อพิจารณาสถานการณ์โรคไม่ติดต่อ พบว่าโรคหัวใจเป็นสาเหตุของการตายในประชากรสูงสุด โดยมีอัตราการตายเพิ่มขึ้นจาก 49.5 ต่อประชากรแสนคนในปี 2532 เป็น 78.9 ต่อประชากรแสนคนในปี 2538 (คณะกรรมการอำนวยการจัดทำแผนพัฒนาการสาธารณสุข 2540) และในปี 2540 โรคหัวใจมีอัตราชุก 168 ต่อประชากรแสนคน (กระทรวงสาธารณสุข 2542) โรคอื่นที่มีแนวโน้มสูงขึ้นคือโรคเบาหวาน โรคความดันโลหิตสูง ปริมาณไขมันในเส้นเลือดสูงและโรคหลอดเลือดซึ่งสาเหตุสำคัญส่วนหนึ่งเกิดจากพฤติกรรมการบริโภคที่ไม่ถูกต้อง (คณะกรรมการอำนวยการจัดทำแผนพัฒนาการสาธารณสุข 2540)

การบริโภคอาหารที่มีไขมันสูง ร่างกายไม่สามารถนำไปใช้ได้หมด ทำให้มีไขมันในกระแสเลือดมากไปเกาะอยู่ตามผนังหลอดเลือด ทำให้หลอดเลือดตีบหัวใจต้องทำงานหนัก ทำให้เกิดโรคหัวใจได้ การบริโภคอาหารจำพวกไขมัน แป้ง และน้ำตาลเชิงเดี่ยวมาก ทำให้มีโอกาเสี่ยงต่อการเป็นโรคอ้วนซึ่งมีผลทำให้เกิดความผิดปกติของการเผาผลาญอาหารจำพวกแป้ง น้ำตาล ทำให้มีน้ำตาลในเลือดสูง (สถาบันวิจัยโภชนาการ มปป.) อาจก่อให้เกิดความผิดปกติของระบบการหลั่งอินซูลิน อันเป็นสาเหตุของโรคเบาหวานได้ นอกจากนี้การบริโภคอาหารที่มีปริมาณโซเดียมสูง หรือมีรสเค็มมีผลเสียต่อร่างกายคือทำให้ความดันโลหิตสูง และเกิดปัญหาเกี่ยวกับไตได้

อาหารไทยโดยปกติจะมีใยอาหารสูง ปริมาณไขมันต่ำ เนื่องจากมีส่วนประกอบของผัก โดยเฉพาะผักสด เช่นอาหารจำพวกผักจิ้ม ยำประเภทต่างๆ เป็นต้น นอกจากนี้ส่วนประกอบของสารอาหารแต่ละมื้อจะมีเครื่องเคียงที่มีความสมดุลทั้งในองค์ประกอบของสารอาหารและคุณค่าทางโภชนาการครบถ้วน และความเป็นเอกลักษณ์ในด้านวัฒนธรรมการกินที่โดดเด่น ถึงแม้วิถีชีวิตในปัจจุบันจะเร่งรีบและแข่งกับเวลา เรายังสามารถหาซื้ออาหารไทยรับประทานกันได้ทั่วไปทั้งในรูปแบบของอาหารตามสั่งจากร้านอาหาร ภัตตาคาร หรือตามท้องตลาดทั่วไป อาหารไทยปัจจุบันเป็นที่นิยมบริโภคกันมากในแทบทุกมุมโลก เพราะได้ชื่อว่าเป็นอาหารสุขภาพ มีส่วนประกอบที่เป็นพืชสมุนไพรหลายชนิดที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย นอกจากนี้ ประเทศไทยยังเป็นประเทศเกษตรกรรมที่มีการผลิตอาหารเลี้ยงประชากรได้อย่างพอเพียง และยังส่งอาหารทั้งสดและแปรรูปเป็นสินค้าส่งออกไปทั่วโลก หากแต่ปัจจุบันกระแสของสื่อและวัฒนธรรมจากต่างประเทศได้แผ่เข้ามามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมบริโภคเป็นอย่างมาก ทำให้เกิดค่านิยมโดยเฉพาะในหมู่วัยรุ่น นิยมบริโภคอาหารประเภทกินด่วน หรือฟาสต์ฟู้ด และอาหารขยะหรือจังก์ฟู้ดตามวัฒนธรรมตะวันตก นอกจากจะไม่ได้คุณค่าอาหารครบถ้วนแล้ว ยังมีปริมาณแคลอรีสูง และราคาแพง (คณะกรรมการอำนวยการจัดทำแผนพัฒนาการสาธารณสุข 2540)

การสร้างกระแสนิยมในกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเยาวชน จะใช้วิธีการสร้างค่านิยมในเรื่องความทันสมัย หากไม่ทำตามจะรู้สึกแปลกแยก ตกยุค ล้าสมัย ไม่สามารถเข้ากลุ่มได้ จึงเป็นทำให้เกิดแรงจูงใจให้ทำตามกลุ่ม จะเห็นว่าการให้โภชนาการศึกษานี้จะต่างจากอดีต เพราะแต่เดิมปัญหาโภชนาการเกิดจากความยากจนขาดบริการด้านสุขภาพ ไม่มีความรู้ที่ถูกต้อง มีความเชื่อผิดๆในการกินหรืองดเว้นการกิน หากปัจจุบันไม่เพียงต่อสู้กับการไม่รู้แล้วยังต้องต่อสู้กับกระแสของทุนนิยมที่อาศัยการโฆษณากลยุทธ์การตลาดที่จูงใจกลุ่มเป้าหมายได้ดี การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานคร และหาแนวทางเพื่อติดอาวุธทางความคิดในกลุ่มเยาวชน ให้รู้จักวิเคราะห์และรู้เท่าทันสื่อ เพื่อมิให้ตกเป็นเหยื่อของการโฆษณา และการหาแนวทางในการเสริมทักษะให้แก่เยาวชนในการป้องกันตนเองโดยการฝึกให้รู้จักตัดสินใจอย่างชาญฉลาดในการเลือกบริโภคที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย

1.2 วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อให้เข้าใจถึงบริบทของแรงจูงใจและค่านิยมในการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและอาหารจังก์ฟู้ด
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร
- 3) เพื่อศึกษาการตอบสนองต่อสื่อโฆษณาเกี่ยวกับอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

- 4) เพื่อศึกษาแนวทางในการสร้างองค์ความรู้ให้แก่วัยรุ่นในการวิเคราะห์สื่อโฆษณาเกี่ยวกับอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด
- 5) เพื่อให้เยาวชนมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์หาสาเหตุของปัจจัยต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่การแก้ไขปัญหาการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดในหมู่เยาวชน

1.3 ปัญหาที่ต้องการทราบจากการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ต้องการทราบเกี่ยวกับ

- 1) ความรู้ ความเข้าใจของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับการบริโภคอาหารที่ให้พลังงานและผลต่อสุขภาพ
- 2) พฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้เข้าใจถึงบริบทของแรงจูงใจและค่านิยมในการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด
- 3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร
- 4) ความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อโฆษณาอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด และการวิเคราะห์สื่อโฆษณาเกี่ยวกับอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด
- 5) บทบาทของวัยรุ่นในการวิเคราะห์หาสาเหตุของปัจจัยต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่การแก้ไขปัญหาการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดในหมู่เยาวชน

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

- 1) การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อให้ได้ทราบความรู้ ความเข้าใจของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับการบริโภคอาหารที่ให้พลังงาน พฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อโฆษณาอาหารฟาสต์ฟู้ดและบทบาทของวัยรุ่นในการวิเคราะห์หาสาเหตุของปัจจัยต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่การแก้ไขปัญหาการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดในหมู่เยาวชน และศึกษาความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้องในสถานศึกษาเพื่อหาแนวทางลดค่านิยมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดของเยาวชน
- 2) ผู้วิจัยมุ่งศึกษาจากเยาวชนที่ศึกษาในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่จำหน่ายอาหารฟาสต์ฟู้ดหรือศูนย์การค้า
- 3) การวิจัยครั้งนี้แบ่งการศึกษาเป็น 2 ส่วน คือ (1) การสอบถามความคิดเห็นโดยการใช้แบบสอบถามเยาวชนภายในสถานศึกษา และเยาวชนที่พบบริเวณจุดขายฟาสต์ฟู้ด ตลอดจนสอบถามผู้เกี่ยวข้องในสถานศึกษา (2) การระดมความคิดเห็นจากผู้แทนเยาวชนโรงเรียนที่คัดเลือกโดยวิธีสมัครใจจากโรงเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ในการวิเคราะห์สื่อโฆษณาและหา

สาเหตุของปัจจัยต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่การแก้ปัญหาการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดของเยาวชน

1.5 คำนิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

1) อาหารฟาสต์ฟู้ดหรืออาหารกินด่วน ในการศึกษครั้งนี้ หมายถึง อาหารที่เตรียมอย่างรวดเร็ว สั่งแล้วรับอาหารได้ทันที มีรูปแบบมาจากต่างประเทศ เช่น แฮมเบอร์เกอร์ เฟรนช์ฟราย พิซซ่า เป็นต้น

2) อาหารจังก์ฟู้ดหรืออาหารขยะในการศึกษครั้งนี้ หมายถึง อาหารกรอบกรอบหรือขนมขบเคี้ยว รวมถึงเครื่องดื่มอัดลมชนิดต่าง ๆ ที่มีคุณค่าทางโภชนาการต่ำมีปริมาณกลีโคไซด์ หรือน้ำตาล หรือไขมันสูง

3) เยาวชนในการศึกษครั้งนี้ หมายถึง วัยรุ่นที่กำลังศึกษาในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 4-6 ในโรงเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร และรวมถึงเยาวชนในวัยใกล้เคียงกันนี้ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อไปนี้ คือ

1) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดูแลคุณภาพชีวิตของประชาชน เช่น กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงมหาดไทย ตลอดจนองค์กรเอกชนต่าง ๆ ได้ใช้ข้อมูลและผลการวิจัยในการกำหนดแนวทางเพื่อป้องกันและสร้างเสริมสุขภาพของเยาวชนอันเป็นอนาคตของชาติให้มีร่างกายแข็งแรงสมบูรณ์

2) หาแนวทางในการส่งเสริมให้เยาวชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ปัญหาด้านโภชนาการเพื่อนำไปสู่พฤติกรรมกรรมการบริโภคที่เหมาะสมและพึงประสงค์

1.7 ข้อจำกัดในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการฝึกเจ้าหน้าที่สัมภาษณ์คณะหนึ่ง โดยได้ชี้แจงขั้นตอนการสัมภาษณ์และรายละเอียดของแบบสอบถาม แต่มีบางส่วนที่กลุ่มตัวอย่างต้องการตอบแบบสอบถามเอง โดยไม่เป็นการรบกวนเวลาเรียนของกลุ่มตัวอย่าง ตลอดจนเยาวชนยังสามารถใช้เวลาและความเป็นอิสระตลอดจนความเป็นส่วนตัวในการตอบ ดังนั้นอาจมีข้อความที่ผู้ตอบไม่เข้าใจแต่ไม่ได้ถาม ทำให้ข้อมูลที่ได้ อาจมีความคลาดเคลื่อนบ้าง อย่างไรก็ตามแบบสอบถามได้มีการทดสอบและปรับปรุงให้เหมาะสมแก่การให้ข้อมูลแล้ว

บทที่ 2

วรรณกรรมและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาแนวทางการสร้างภูมิคุ้มกันการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยและพฤติกรรม การบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและอาหารจังก์ฟู้ดเพื่อให้เข้าใจถึงบริบทของแรงจูงใจและค่านิยมใน การตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ตลอดจน เพื่อศึกษาการตอบสนองต่อสื่อโฆษณาและแนวทางในการสร้างองค์ความรู้ให้แก่วัยรุ่น ใน การวิเคราะห์สื่อโฆษณา และหาสาเหตุของปัจจัยต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่การแก้ไขปัญหาการบริโภค อาหารฟาสต์ฟู้ด และจังก์ฟู้ดในหมู่เยาวชน ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ค้นคว้าจากเอกสารสื่ออิเล็กทรอนิกส์และรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย ดังนี้

- 2.1 ความหมายและความเป็นมาของอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด
- 2.2 คุณค่าทางโภชนาการกับอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด
- 2.3 พฤติกรรมการบริโภคอาหารกับผลกระทบด้านสุขภาพ
- 2.4 ปัจจัยด้านสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด
ของเยาวชน
- 2.5 การมีส่วนร่วมในการปรับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด
ของเยาวชน
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ความหมายและความเป็นมาของอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด

2.1.1 ความหมายของอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด

อาหารกินด่วนหรืออาหารจานด่วนมักเรียกทับศัพท์ว่า อาหารฟาสต์ฟู้ด (fast food) ตามความหมายของรากศัพท์ “fast” หมายถึงรวดเร็ว “food” หมายถึงอาหาร ดังนั้นฟาสต์ฟู้ด หมายถึงอาหารที่บริการรวดเร็วทันใจ ตรงกับความหมายของวิทเนย์ และแฮมมิลตัน (Whitney & Hamilton 1984) คือ ฟาสต์ฟู้ดหมายถึงอาหารที่เตรียมอย่างรวดเร็ว มีจำหน่ายตามร้าน อาหารหรือภัตตาคาร เช่น แซมเบอร์เกอร์ หรือไก่ทอด ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและการตลาด วิชาการกรุงเทพ จำกัด (อ้างถึงโดย รัชณี ยนต์นิยม 2530) ให้ความหมายฟาสต์ฟู้ด คือ อาหาร ที่สั่งเร็ว ได้เร็ว ทั้งยังสะดวกในการรับประทาน

นอกจากนี้อาหารฟาสต์ฟู้ด ตามความหมายของ อีเมอร์สัน (Emerson 1990) โดยทั่วไป หมายถึงอาหารที่บริการให้แก่ลูกค้า ณ จุดบริการตนเอง อาหารอาจเตรียมไว้ล่วงหน้า เช่นตาม ร้านแมคโดนัลด์ เคนดิกกี เป็นต้น หรืออาจเป็นอาหารตามสั่ง เช่นสาขาของร้านพิซซา เป็นต้น วิชัย เจริญธรรมานนท์ และคณะ (2539) ให้ความหมายอาหารกินด่วน เป็นการให้บริการอาหาร

ที่ถูกค้าดูแลตนเองในการสั่ง และรับอาหารที่เคาร์เตอร์ขายอาหารของภัตตาคาร ซึ่งมีรูปแบบมาจากต่างประเทศโดยบริษัทแม่ได้กำหนดเงื่อนไขให้บริษัทในเครือต้องให้บริการในแบบเดียวกันภายใต้ชื่อยี่ห้อเดียวกัน

นอกจากคำว่าฟาสต์ฟู้ด ยังมีคำที่ใช้กัน คือ “จังก์ฟู้ด” ซึ่งในบางวรรณกรรม จะหมายถึงอาหารจำพวกเดียวกัน นั่นคือ ฟาสต์ฟู้ดอาจเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า จังก์ฟู้ด (Junk food) หรืออาหารขยะ ซึ่งหมายถึงอาหารที่บรรจุใส่กล่องหรือห่อกระดาษ เมื่อรับประทานแล้วโยน กล่องหรือภาชนะห่อทิ้งลงถังขยะ (รัชนี้ ยนต์นิยม 2530) เช่นเดียวกับโรบินสัน และคณะ (Robinson et. al. 1982) กล่าวถึงจังก์ฟู้ด หมายถึงอาหารฟาสต์ฟู้ดบางชนิดที่มีสารอาหารไม่สมดุลหรือมีสัดส่วนที่ไม่พอเหมาะ อย่างไรก็ตาม สถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล (มปป.) ให้ความหมายอาหารฟาสต์ฟู้ดแยกจากความหมายของจังก์ฟู้ด โดยอาหารฟาสต์ฟู้ดหมายถึง “อาหารที่คนซื้อสั่งแล้วได้รับประทานทันที ไม่ต้องเสียเวลารอ เพราะคนขายทำเสร็จแล้ว...” เช่น แฮมเบอร์เกอร์ ไก่ชุบแป้งทอด เป็นต้น ส่วนอาหารจังก์ฟู้ดเป็นอาหารประเภทที่บรรจุในถุงสวยงาม สะดวกในการซื้อหามารับประทาน โดยมากมักเป็นอาหารกรุบกรอบ หรือขนมทอด ส่วนประกอบส่วนใหญ่เป็นแป้งสาลี น้ำมัน เนย น้ำตาล และเกลือ ซึ่งสอดคล้องกับความหมายของวิทเนย์ และแฮมมิลตัน (Whitney & Hamilton 1984) ให้ความหมายจังก์ฟู้ด เป็นศัพท์ที่มักกล่าวถึงอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการต่ำ เช่น อาหารที่มีปริมาณของเกลือ หรือน้ำตาล หรือไขมันสูง

ในการศึกษาครั้งนี้ให้ความหมายของอาหารฟาสต์ฟู้ดหรืออาหารกินด่วนหมายถึงอาหารที่เตรียมอย่างรวดเร็ว อาจเป็นอาหารมือหลัก เช่นมันฝรั่งทอด ไก่ทอด แฮมเบอร์เกอร์ พิซซ่า เป็นต้น ส่วนอาหารจังก์ฟู้ดหรืออาหารขยะ หมายถึงประเภทอาหารกรุบกรอบ หรือขนมขบเคี้ยวที่บรรจุในถุงสะดวกในการหาซื้อรับประทาน รวมถึงเครื่องดื่มอัดลมชนิดต่างๆ

2.1.2 ความเป็นมาของอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด

คาร์ล คาร์เซอร์ เป็นหนึ่งในผู้บุกเบิกธุรกิจอาหารฟาสต์ฟู้ดรุ่นแรกๆ ในอเมริกา โดยเริ่มจากการกู้ยืมเงินลงทุนจากธนาคารอเมริกาจำนวนหนึ่งซื้อรถเข็นและจ้างคนขายฮอตดอก ในขณะที่เขายังคงขับรถส่งนมปังตามภัตตาคารและตลาดในลอสแอนเจลิสตะวันตก หลังจากคาร์ลดำเนินธุรกิจฮอตดอกได้เพียง 5 เดือน ประเทศอเมริกาประกาศเข้าสู่ภาวะสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นเหตุให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอุตสาหกรรมรถยนต์ที่เปลี่ยนวิถีการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมผู้บริโภคของคนอเมริกัน ซึ่งส่งผลดีต่อธุรกิจของคาร์ลอย่างมาก ในปีค.ศ.1944 คาร์ลขยายกิจการโดยซื้อภัตตาคารเพื่อขายฮอตดอก แฮมเบอร์เกอร์ และบาร์บีคิวที่มีพนักงานเสิร์ฟอาหารแก่ลูกค้าที่ขับรถเข้ามาซื้ออาหาร จึงเกิดเป็นวัฒนธรรมการกินยุคใหม่ที่ใช้ภัตตาคารเป็นศูนย์รวมของการนัดพบ เฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มวัยรุ่น (Eric Schlossor 2001)

ขณะที่ธุรกิจดำเนินไปได้อย่างดีและมั่นคง คาร์ลได้ข่าวว่าแถบตะวันออกของนครลอสแอนเจลีส มีภัตตาคารของพี่น้องตระกูลแมคโดนัลด์ดำเนินกิจการขายแฮมเบอร์เกอร์ที่เป็นที่นิยมและราคาถูกกว่าของเขามากด้วย แมคโดนัลด์ปรับปรุงแบบการบริการอาหารแบบใหม่ที่เน้นความรวดเร็วราคาถูกเพื่อเพิ่มปริมาณการขาย โดยลดเมนูอาหารลง โดยเฉพาะอาหารที่เตรียมยุ่งยาก พร้อมทั้งตัดรายการอาหารที่ต้องใช้อุปกรณ์การกิน เช่น มิด ซ้อน หรือส้อม ออกไป ขายเฉพาะแซนวิชจำพวกแฮมเบอร์เกอร์และชีสเบอร์เกอร์เท่านั้น อุปกรณ์เครื่องใช้เปลี่ยนจากจานชามถ้วยหรือเครื่องแก้ว มาเป็นเครื่องใช้ที่ทำด้วยกระดาษ และเปลี่ยนระบบการเตรียมอาหารมาเป็นระบบที่แยกขั้นตอนออกจากกันเป็นส่วนๆ แต่ละขั้นตอนใช้พนักงานตามแผนของตน เช่น แผนกย่าง แผนกเตรียมน้ำซอสปรุงรส แผนกบรรจุกล่องหรือห่ออาหาร เป็นต้น แม้กระทั่งสัญลักษณ์ของร้านออกแบบง่ายๆ เป็นรูปโค้งสีทองหรือสีเหลืองของอักษร “M” ดังที่เห็นเป็นสัญลักษณ์ของร้านทุกวันนี้ เมื่อธุรกิจอาหารฟาสต์ฟู้ดมีแนวโน้มสดใส ได้มีกิจการฟาสต์ฟู้ดใหม่ๆ เกิดขึ้นทั่วอเมริกา รวมถึงฮาร์แลนด์ แซนเดอร์ ที่เปิดกิจการ ไก่ทอดที่เมืองเคนตักกี (Kentucky Fried Chicken) คือ KFC ในปี ค.ศ. 1952 (Eric Schlosser 2001) ผู้ดำเนินการธุรกิจฟาสต์ฟู้ด นับตั้งแต่ยุคแรก ๆ จนถึงปัจจุบัน มิได้ใช้เพียงกลยุทธ์ในเชิงการสร้างกระแสนิยมของสังคม และวัฒนธรรมใหม่ในการบริโภคชิ้นเท่านั้น แต่มีการรวมตัวกับธุรกิจที่เอื้อประโยชน์ต่อกัน เช่น ธุรกิจสวนสนุก และของเล่นเพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่เป็นเยาวชนและวัยรุ่น ทำให้กิจการอาหารฟาสต์ฟู้ดขยายไปทั่วทุกมุมโลก

กิจการอาหารฟาสต์ฟู้ดเปิดบริการครั้งแรกในประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ. 2508 ชื่อร้านวิมปี (Wimpy) ขายแฮมเบอร์เกอร์และน้ำส้มคั้น ที่ศูนย์การค้าที่ทันสมัยแห่งแรกของไทย คือ ราชประสงค์ แต่เปิดดำเนินการได้เพียง 8 ปี เมื่อศูนย์การค้าราชดำริเปิดใหม่ ทำให้กิจการซบเซาจึงเลิกกิจการไป ต่อมาเมื่อปี พ.ศ. 2520 ร้านโฮเบอร์เกอร์เปิดกิจการขายแฮมเบอร์เกอร์ ฮอทดอก พาย พิซซ่า โดนัท ไอศกรีม และเครื่องดื่มชนิดต่างๆที่ศูนย์การค้าสยามเซนเตอร์ ได้รับความนิยมจึงมีการเปิดสาขาเพิ่มอีก (รัชณี ยนต์นิยม 2530)

ในขณะเดียวกัน คือปี พ.ศ. 2513 กิจการฟาสต์ฟู้ดประเภทไก่ทอดกรอบเคนตักกี (Kentucky Fried Chicken) เข้ามาเปิดกิจการย่านสุขุมวิท ในช่วงทศวรรษอเมริกันเข้ามาพำนักในประเทศไทยสมัยสงครามเวียดนาม และกิจการปิดลงเมื่อทหารอเมริกันถอนออกไป แต่ได้กลับเข้ามาเปิดกิจการอีกเมื่อปี 2527 ส่วนบริษัทแมคโดนัลด์ คอปอเรชั่น ได้ร่วมลงทุนกับนักธุรกิจไทยตั้งบริษัทแมคไทยขึ้นในปี พ.ศ. 2528 และเปิดสาขาครั้งแรกที่ศูนย์การค้าอัมรินทร์พลาซ่า (รัชณี ยนต์นิยม 2530)

จากการสนทนากับฝ่ายประชาสัมพันธ์ของสำนักงานบริษัทที่ดำเนินธุรกิจอาหารฟาสต์ฟู้ดรายใหญ่แห่งหนึ่งในประเทศไทยที่มีบริษัทแม่ขายอยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกา ขณะนี้มีสาขาที่ดำเนินกิจการอยู่ทั่วโลกในประเทศต่างๆ 119 ประเทศ สำหรับประเทศไทย ร้านแมคโดนัลด์เริ่มเปิดสาขาธุรกิจอาหารอาหารฟาสต์ฟู้ดเมื่อปี พ.ศ. 2528 หรือประมาณ 16 ปี มาแล้ว จากข้อมูลปี 2542 ในประเทศไทยมีอยู่ทั้งสิ้น 64 สาขา (ริดเดอร์ส ไคเจสท์ 2544) ในปี 2544 มี

สาขาอยู่ทั่วประเทศเพิ่มเป็น 88 สาขา จะเห็นได้ว่ากิจการได้ขยายตัวอย่างรวดเร็วเป็นที่นิยมแพร่หลายทั่วไป โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กและเยาวชนอันเป็นเป้าหมายสำคัญของกลยุทธ์การตลาดผ่านสื่อในรูปแบบต่างๆ

สำหรับอาหารจังก์ฟู้ดที่เป็นอาหารประเภทขบเคี้ยวกรอบกรอบได้รับความนิยมมากขึ้น ทั้งนี้อาจสังเกตได้ว่าเทคโนโลยีการผลิตมีความก้าวหน้า สามารถผลิตและแปรรูป ถนอมอาหาร ตลอดจนปรุงแต่งสี กลิ่น รส ได้ตามความต้องการ ตลอดจนเทคโนโลยีการบรรจุภัณฑ์ที่น่าสนใจ

2.2 คุณค่าทางโภชนาการกับอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด

การบริโภคอาหารมิใช่เพียงเพื่อให้อิ่มท้อง แต่จำเป็นต้องคำนึงถึงความสมดุลระหว่างพลังงานที่ร่างกายได้รับจากอาหารและการใช้พลังงานในแต่ละวัน นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงสัดส่วนของพลังงานที่ได้รับจากสารอาหารด้วย

เป็นที่ทราบกันอย่างกว้างขวางว่าสารอาหารหลักที่ให้พลังงานแก่ร่างกายคือ โปรตีน คาร์โบไฮเดรต และไขมัน โดยที่โปรตีน 1 กรัม ให้พลังงาน 4 กิโลแคลอรี คาร์โบไฮเดรต 1 กรัม ให้พลังงาน 4 กิโลแคลอรี เช่นเดียวกัน สำหรับสารอาหารประเภทไขมันให้พลังงาน 9 กิโลแคลอรีต่อ 1 กรัม การบริโภคอาหารให้ได้สัดส่วนที่สมดุลทำให้ร่างกายมีสุขภาพดีควรได้รับพลังงานจากสารอาหารโปรตีนประมาณร้อยละ 15-29 พลังงานจากไขมันประมาณไม่เกินร้อยละ 25-30 และพลังงานจากคาร์โบไฮเดรตประมาณร้อยละ 50-60 (William SR 1994) ในตารางที่ 2.1 พิจารณาสัดส่วนของพลังงานที่ได้จากอาหารฟาสต์ฟู้ดประเภทต่างๆ ดังนี้

ตารางที่ 2.1 : คุณค่าทางโภชนาการของอาหารฟาสต์ฟู้ด

รายการอาหาร	น้ำหนัก (กรัม)	น้ำหนักสารอาหาร (กรัม)			สัดส่วนพลังงานจากสารอาหาร (%) 			พลัง งาน (kcal)	คอเลส เตอรอล (mg)
		โปรตีน	ไขมัน	คาร์โบ ไฮเดรต	โปรตีน	ไขมัน	คาร์โบ ไฮเดรต		
ฟาสต์ฟู้ดประเภทต่าง ๆ									
แฮมเบอร์เกอร์ Big Mc	211.78	27.62	35.71	41.44	19.06	55.45	28.60	579.60	83.74
ชีสเบอร์เกอร์	71.07	27.94	31.82	30.86	21.42	54.90	23.66	521.64	60.40
แซนวิชไก่	159.66	68.02	20.25	26.71	56.18	37.63	22.06	484.3	80.14
อกไก่ทอด	106.87	26.17	17.44	10.15	34.62	51.91	13.43	302.37	91.97
น่องไก่ทอด	62.34	14.80	10.68	4.42	34.55	56.09	10.32	171.37	73.46
พิซซ่าเนื้อ	252.52	49.27	34.77	66.64	26.76	42.48	36.19	736.58	55.60
พิซซ่าซูพรีเม	230.04	29.05	28.06	49.00	20.57	44.71	34.70	564.79	81.78
พิซซ่าทะเล	221.89	29.48	15.22	66.19	22.69	26.36	50.95	519.69	76.74

❖ คำนวณจาก สารอาหารXพลังงานที่ได้จากสารอาหารต่อกรัมX100/พลังงานทั้งหมด

แหล่งข้อมูลปรับปรุงจาก เฟลนิจ และคณะ อ้างถึงโดย สิริพันธ์ พิบูลนิยม กินตามกระแสและแฟชั่น วารสารโภชนาการ ปีที่ 35 ฉบับที่ 2 2543

ตารางที่ 2.1 แสดงคุณค่าทางโภชนาการของอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดต่อ 1 หน่วยบริโภค จะเห็นว่าอาหารส่วนใหญ่ให้พลังงานในสัดส่วนที่ไม่สมดุล คือพลังงานที่ได้จากไขมันจะสูงกว่าร้อยละ 30 ทั้งสิ้นยกเว้นพิซซ่าทะเลที่ให้พลังงานจากไขมันต่ำกว่าร้อยละ 30 อย่างไรก็ตาม พืชทะเลจะให้คอเลสเตอรอลในปริมาณสูงเช่นเดียวกับอาหารฟาสต์ฟู้ดอื่นๆ

อาหารฟาสต์ฟู้ดชุดที่นิยมรับประทานมาก เช่น ชีสเบอร์เกอร์กับมันฝรั่งทอด และเครื่องดื่มโคล่าขนาดแก้วใหญ่จะให้พลังงานสูงถึง 1,100-1,243 กิโลแคลอรี คิดเป็นร้อยละ 75 ของปริมาณพลังงานที่เด็กไทยวัย 7-10 ปี ควรได้รับในแต่ละวัน นอกจากนี้พลังงานส่วนใหญ่มาจากไขมันอิ่มตัวและน้ำตาล (ริดเดอร์ส ไคเจส 2544) หากร่างกายได้รับพลังงานมากกว่าที่ควรจะได้รับในแต่ละวันจะทำให้ร่างกายสะสมพลังงานเหล่านั้นในร่างกายเกิดผลเสียด้าน สุขภาพ และหากบริโภคอาหารที่มีไขมันสูง ร่างกายไม่สามารถนำไปใช้ได้หมดจะทำให้มีไขมันในกระแสเลือดมากเกินไปเกาะบริเวณผนังหลอดเลือด ทำให้หลอดเลือดตีบ หัวใจต้องทำงานหนักทำให้เกิดโรคหัวใจได้ (สถาบันโภชนาการ มปป.)

2.3 พฤติกรรมการบริโภคอาหารกับผลกระทบต่อสุขภาพ

อาหารนับว่าเป็นปัจจัยยิ่งปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อสุขภาพ ดังจะเห็นได้จากวัฒนธรรมการกินของชนแต่ละภาคพื้นจะสะท้อนถึงสุขภาพของประชาชนในประเทศหรือภูมิภาคโดยรวม ริดเดอร์สไคเจส (2544) ได้สรุปการศึกษาอาหารชาติต่าง ๆ กับผลต่อสุขภาพโดยมีการศึกษา

อาหารไทย ญี่ปุ่น เมดิเตอร์เรเนียน และอาหารอังกฤษ เพื่อหาความสัมพันธ์กับความเสี่ยงของการเกิดโรคหัวใจ อาหารไทยโดยพื้นฐานการบริโภคของคนไทย ดังภูมิปัญญาไทยที่ได้มีการกล่าวไว้ กว่า 200 ปีมาแล้ว ตามพระนิพนธ์ของสมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระปรมานุชิตชิโนรส ในกฤษฎาสอนน้องที่แสดงให้เห็นถึงการบริโภคอาหารแต่พอดี ให้ได้สัดส่วนและสมดุล ไม่มากไม่น้อยเกินไปเพื่อการมีสุขภาพที่ดี ดังนี้

* น้อยก็กินก็พอ	สรีราก็มันดาล
มากก็กินก็พืพาน	จะหนักเนื้อและท้อง
* พึงกินพอประมาณ	บิการวิกลทรง
โสภายยรรยง	ทุกสิ่งสิ้นทั้งอินทรีย์

คนไทยกินข้าวเป็นอาหารหลักโดยกินเป็นส่วร่วมกับอาหารอื่น ที่เรียกว่ากับข้าว อาหารไทยส่วนใหญ่จัดเป็นอาหารที่มีไขมันต่ำ มีโยอาหารจากผักและผลไม้สูง จนมีคำพูดว่าอาหารไทยนั้น “กินข้าวเป็นหลัก กินผักเป็นพื้น” ส่วนโปรตีนจากสัตว์ส่วนมากได้จากปลาชนิดต่าง ๆ

คนไทยบริโภคไขมันโดยเฉลี่ยทั้งประเทศประมาณร้อยละ 22 ซึ่งโดยรวมไม่ถึงร้อยละ 30 แต่ปัจจุบันพฤติกรรมการกินของคนไทยเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว จากการสำรวจการบริโภคอาหารของคนไทยเมื่อ พ.ศ. 2529 – 2538 พบว่าคนไทยมีแนวโน้มกินอาหารที่มีไขมันเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ขณะเดียวกันอุบัติการณ์การเสียชีวิตจากโรคหัวใจเพิ่มขึ้นเช่นกัน (ริดเดอร์ไคเจสต์ 2544)

อาหารญี่ปุ่น คนญี่ปุ่นกินข้าวเป็นหลักเช่นเดียวกับคนไทย แหล่งโปรตีนได้จากปลา อาหารทะเล สาหร่าย และผลิตภัณฑ์จากถั่วเหลือง เช่นเต้าหู้ คนญี่ปุ่นกินอาหารที่มีไขมันประมาณร้อยละ 30 ส่วนใหญ่เป็นไขมันไม่อิ่มตัว เมื่อเทียบกับคนอังกฤษที่กินไขมันถึงร้อยละ 40 และคนเดนมาร์กกินร้อยละ 55 จึงไม่ใช่เหตุบังเอิญที่ญี่ปุ่นเป็นประเทศหนึ่งที่มีอัตราการเกิดโรคหัวใจต่ำที่สุดในโลก (ริดเดอร์ไคเจสต์ 2544)

อาหารเมดิเตอร์เรเนียน คืออาหารในกลุ่มชนชาติแถบเมดิเตอร์เรเนียน หรือยุโรปตอนใต้ รับประทานกัน เช่นชาวฝรั่งเศส กรีก สเปน และอิตาลี เป็นต้น ส่วนประกอบหลักของอาหารเมดิเตอร์เรเนียน ได้แก่ ข้าว ขนมปัง มันฝรั่ง หรือธัญพืช เช่น กุสกุส โดยรับประทานร่วมกับผักในปริมาณมาก น้ำมันปรุงอาหารมักเป็นน้ำมันมะกอก นอกจากนั้นยังกินไขมันจากอาหารอื่น ๆ เช่น เมล็ดพืช และปลาที่มีมันมาก เช่น ปลาซาร์ดีน ตลอดจนกินผักมากกว่าชาติตะวันตกอื่น ๆ อาหารเมดิเตอร์เรเนียนมีผักและผลไม้โดยเฉลี่ยวันละ 5 หน่วยบริโภค เทียบกับชาวอังกฤษกินเพียง 2 หน่วยบริโภค ชาวยุโรปตอนใต้มีอัตราเสี่ยงต่อโรคหัวใจน้อยกว่าชาติตะวันตกอื่น ๆ

อาหารอังกฤษมักมีไขมันอิ่มตัวจากสัตว์สูง โดยปกติแต่ละสัปดาห์ชาวอังกฤษจะบริโภคปลา 1 ส่วน เนื้อวัวและเนื้อแกะ 2 ส่วน หมู และไก่ 3 ส่วน เนื้อสัตว์อื่น ๆ และ ผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์ ประมาณ 7 ส่วน นมประมาณ 2 ลิตร อาหารประเภท นม เช่น เนยแข็ง โยเกิร์ต ร้อยละ 15 ของปริมาณไขมันที่บริโภคทั้งหมด ไขมันจากอาหารอื่น ๆ เช่น สเปิร์ด ร้อยละ 16

และไขมันจากอาหารประเภทมันฝรั่งอบและมันฝรั่งทอดอีก ร้อยละ 11 (รีตเดอร์ไคเจสต์ 2544) เมื่อรวมปริมาณไขมันจากอาหารที่บริโภคแล้วจะมีประมาณร้อยละ 40 ดังกล่าวข้างต้น

จากการศึกษาสภาวะโภชนาการของชนพื้นเมืองเผ่าอะบอริจินในประเทศออสเตรเลีย พบว่าโรคหลอดเลือดหัวใจ ความดันโลหิตสูง โรคเบาหวาน และโรคอ้วนมีมากขึ้นและสัมพันธ์ในทางเดียวกับการบริโภคและดำรงชีวิตแบบชนผิวขาวชาวตะวันตกมากขึ้น ซึ่งแต่เดิมโรคต่างๆ เหล่านี้พบน้อยมากในชนพื้นเมือง (Hetzel B & McMichael T, 1989) ปัจจัยสำคัญที่เพิ่มความเสี่ยงต่อการเกิดโรคหัวใจ คือการมีระดับคอเลสเตอรอลในเลือดสูง (รีตเดอร์ ไคเจสต์ 2544) จากการศึกษาความเสี่ยงของการตายด้วยโรคหลอดเลือดหัวใจ ในสหรัฐอเมริกาประชากรวัย 18-39 ปี โดยติดตามผลในประชากรชาย จำนวน 11,017 คน พบว่าปริมาณ คอเลสเตอรอลน้อยกว่า 160 มก/ดล. อัตราเสี่ยงคิดเป็น 5.5 ต่อประชากร 1,000 คน ถ้าปริมาณคอเลสเตอรอล เพื่อเป็น 160 – 199, 200 – 239, 240 – 279 และมากกว่า 280 มก/ดล. อัตราเสี่ยงต่อการเสียชีวิตด้วยโรคหลอดเลือดหัวใจจะเพิ่มเป็น 12.4, 24, 47.8, และ 84 ต่อประชากร 1,000 คน ตามลำดับ (Stamler et. al. 2000)

จากสถิติการเสียชีวิตของประชากรโลกทั้งสิ้นในปี 2539 จำนวนกว่า 52 ล้านคน หรือประมาณร้อยละ 30 มีสาเหตุจากโรคหัวใจและหลอดเลือดที่ก่อให้เกิดโรคหัวใจวาย อันเป็นสาเหตุการตายของประชากรโลกมากกว่าสาเหตุอื่น (WHO 1997) สำหรับประเทศไทยโรคหัวใจเป็นสาเหตุของการตายเป็นอันดับหนึ่งของคนไทยในปัจจุบัน (โภชนาการ, กอง, 2535) นอกจากนี้โรคที่เป็นสาเหตุการตายที่มีแนวโน้มสูงขึ้น เช่น โรคมะเร็ง โรคหัวใจและหลอดเลือด โรคเบาหวาน เป็นต้น (คณะกรรมการอำนวยการจัดทำแผนพัฒนาการ สาธารณสุข 2540) ซึ่งโรคเหล่านี้เกิดจากปัจจัยหลายอย่าง และปัจจัยที่สำคัญคือพฤติกรรม การกินและวิถีการดำรงชีวิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องการบริโภคอาหารที่มีไขมันเพิ่มขึ้น การกินอาหารที่ขาดความสมดุลและกินอาหารมากเกินไปจนเกินความต้องการของร่างกาย (ภักดี โพธิศิริ 2545) ประกอบกับการออกกำลังกายน้อย ชีวิตมีความเคร่งเครียดมากขึ้น เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีโรคที่มีแนวโน้มสูงขึ้นอีกโรคหนึ่งคือโรคอ้วนที่เป็นสาเหตุของการเจ็บป่วยและเสียชีวิตในลำดับต้น ๆ ของคนไทย (ภักดี โพธิศิริ 2545) การบริโภคอาหารไม่ถูกสัดส่วนและร่างกายได้รับเกินความต้องการเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งของโรคอ้วน การบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดเป็นสาเหตุสำคัญสาเหตุหนึ่งของการเกิดโรคอ้วน โดยเฉพาะในเด็กและเยาวชน Schlosser E. (คศ. 2001) กล่าวว่าฟาสต์ฟู้ดเป็นรูปแบบหนึ่งของวัฒนธรรมอเมริกันที่ผู้บริโภคต่างชาตินิยมชมชอบ และผลที่ตามมาของการกินแบบชาวอเมริกันคือโรคอ้วน สหรัฐอเมริกาปัจจุบันมีอัตราคนเป็นโรคอ้วนสูงที่สุดในบรรดาประเทศ อุตสาหกรรมในโลก ชาวอเมริกันวัยผู้ใหญ่เกินกว่าครึ่งหนึ่ง และเด็กอเมริกันอีกประมาณหนึ่งในสี่เป็นโรคอ้วน หรือมีน้ำหนักเกินมาตรฐาน สหรัฐอเมริกามีสัดส่วนของคนเป็นโรคอ้วนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในไม่กี่ทศวรรษที่ผ่านมา ซึ่งสัดส่วนนี้เพิ่มมากขึ้นพร้อม ๆ กับการเติบโตของธุรกิจฟาสต์ฟู้ด โดยในปัจจุบันชาวอเมริกันวัยทำงานที่เป็นโรคอ้วนสูงขึ้นเป็น 2 เท่าเมื่อเทียบกับเมื่อราวต้น คศ.

1960 หรือประมาณเมื่อ 80 กว่าปีที่ผ่านมา และอัตราส่วนของโรคอ้วนในเด็กอเมริกันเพิ่มเป็น 2 เท่าเมื่อเทียบกับ ค.ศ.1970 หรือประมาณ 70 ปี ที่ผ่านมา และจากการเปรียบเทียบระหว่างผู้ใหญ่และเด็กอเมริกันจะเห็นได้ว่าอัตราการเกิดโรคอ้วนในเด็กเพิ่มเร็วกว่าผู้ใหญ่เมื่อเทียบกับระยะเวลาของการเพิ่มปริมาณโรคอ้วนในวัยดังกล่าว นักวิจัยจากศูนย์ควบคุมและป้องกันโรค (Centers for Disease Control and Prevention) ตั้งข้อสังเกตว่าถึงแม้การเพิ่มอัตราโรคอ้วนมีสาเหตุที่ซับซ้อนแต่เชื่อแน่ว่าไม่ได้เกิดจากสาเหตุทางพันธุกรรม เพราะจากการศึกษายีนโดยรวมของชาวอเมริกันในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ไม่มีการเปลี่ยนแปลงใดๆ ที่โดดเด่น แต่สิ่งที่เปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัดคือวัฒนธรรมการกินของคนอเมริกัน และวิถีการดำเนินชีวิต นั่นคือกินมากขึ้นโดยเฉพาะอาหารที่เป็นไขมัน แต่เคลื่อนไหวน้อยลงเนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวกรูปแบบต่างๆ การที่ร่างกายได้รับพลังงานมากกว่าการใช้พลังงานไป เป็นสาเหตุที่ทำให้อ้วนอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเจริญเติบโตของธุรกิจอาหารฟาสต์ฟู้ดทำให้เกิดแหล่งอาหารที่อุดมไปด้วยไขมันและราคาพอหาซื้อได้ทั่วไป ยิ่งส่งผลให้เกิดปัญหาโรคอ้วนในประชากรกลุ่มต่างๆ อย่างเห็นได้ชัดจากการเปลี่ยนแปลงลักษณะทางประชากรด้านสภาวะโภชนาการเกิน และสิ่งที่น่าเป็นห่วงคือผลกระทบต่อเด็กและเยาวชนของชาติ เพราะปัจจุบันฟาสต์ฟู้ดบูทตลาดอย่างหนัก โดยพุ่งเป้าหมายที่กลุ่มเด็กและเยาวชน โดยกลยุทธ์ต่างๆ ใช้ทั้งในเชิงจิตวิทยาสังคม แรงจูงใจต่างๆ ก่อให้เกิดกระแสมนิยมบริโภคอย่างแพร่หลาย (Schlosser E. 2001)

2.4 ปัจจัยด้านสื่อโฆษณาที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด

การโฆษณาเป็นกิจกรรมสนับสนุนธุรกิจด้านการตลาดและการขายที่กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ การโฆษณาจึงเป็นเครื่องมือของวงการธุรกิจที่นิยมใช้กระตุ้นให้เกิดความต้องการของผู้ซื้อ การโฆษณาแตกต่างจากสื่อสารทั่วไป เนื่องจากการโฆษณาเป็นการสื่อสารเพื่อโน้มน้าว จูงใจ ที่ผู้ทำโฆษณาสอดใส่ลงในชิ้นงานโฆษณา (วิรัช อภิรัตนกุล 2529)

ประสิทธิภาพการโฆษณาที่สามารถโน้มน้าวให้ผู้บริโภคเปลี่ยนพฤติกรรมมาซื้อสินค้า นั้นจำเป็นต้องเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคซึ่งเป็นหลักการทางจิตวิทยาเป็นสำคัญ โดยนักโฆษณาใช้แนวคิดที่ว่าผู้บริโภคเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ซึ่งมักอยู่ภายใต้อิทธิพลของสภาพแวดล้อมภายนอกและอิทธิพลของสภาพภายในตนเอง อันเป็นลักษณะและความต้องการส่วนบุคคล ลักษณะทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าคือความต้องการทั้งทางด้านร่างกายและด้านจิตใจที่เป็นธรรมชาติในตัวมนุษย์ในการแสวงหาทางตอบสนองความต้องการที่คิดว่าเป็นความจำเป็นของตนเอง

แรงจูงใจนับเป็นอิทธิพลทางจิตวิทยาที่เป็นสิ่งกระตุ้นให้คนแสดงพฤติกรรมออกมา ผู้ที่ทำงานด้านการโฆษณาจะใช้แรงจูงใจของมนุษย์นำมาใช้ในจิตวิทยาการโฆษณา โดยแรงจูงใจมีรากฐานมาจากความต้องการเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม เป็นสิ่งกำหนดทิศทางของ

พฤติกรรม เป็นสิ่งกำหนดการเลือกเป้าหมาย มีจุดประสงค์ในการลดความตึงเครียดทางร่างกาย และจิตใจ และเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายใต้สภาวะแวดล้อม (เสรี วงษ์มณฑา และคณะ, 2529)

อิทธิพลอีกประการหนึ่งคือบุคลิกภาพที่เป็นเครื่องกำหนดความต้องการ ก่อให้เกิดแรงจูงใจ และความสำนึก แต่ในทางกลับกันความต้องการ แรงจูงใจ และความสำนึกก็เป็นตัวกำหนดบุคลิกภาพซึ่งเป็นผลรวมของพฤติกรรมภายนอกและภายในของบุคคล ในขณะที่คนมีบุคลิกภาพ สีนํ้าก็เช่นเดียวกันที่ผู้ทำโฆษณาพยายามสร้างบุคลิกภาพของสินค้านํ้าให้สอดคล้องกับบุคลิกของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย

การรับรู้เป็นตัวกำหนดทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้านํ้าไม่ว่าจะชอบหรือไม่ชอบ ตลอดจนจะเห็นคุณค่าหรือไม่อย่างไร นอกจากนี้การเรียนรู้เป็นอีกปัจจัยหนึ่งในการกำหนดพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยเฉพาะการเตือนความจำของผู้บริโภค โดยอาจใช้ในลักษณะสโลแกนหรือคำขวัญ เครื่องหมายการค้าหรือเครื่องหมายสัญลักษณ์ (เสรี วงษ์มณฑา และคณะ, 2529)

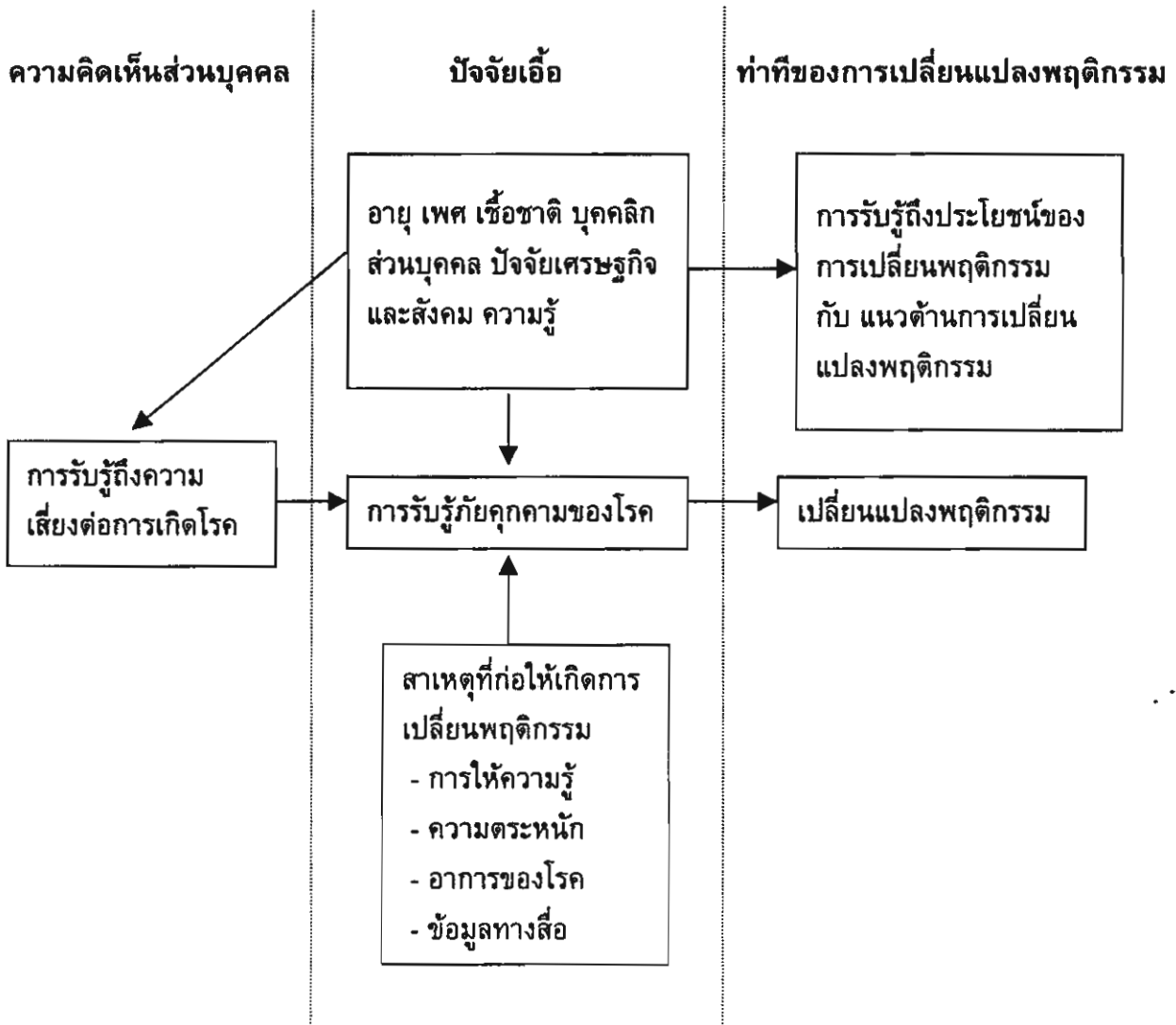
สง่า ตามาพงษ์ (2545) ได้วิเคราะห์พฤติกรรมทางอาหารและโภชนาการกับกระแสการกินของคนไทย เป็นค่านิยมการกินอาหารตามกระแสความนิยมโดยขาดแนวทางการปรับการบริโภคให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เข้าถึงจิตวิญญาณ และวิถีการกินแบบไทย จึงทำให้คนแสวงหาสิ่งที่ได้รู้ ได้เห็น ได้สัมผัสจากกลไกการตลาด การโฆษณา และสื่อสารของกลุ่มธุรกิจทางอาหารและโภชนาการที่เข้าถึงจุดอ่อนของผู้บริโภคไทยที่ขาดภูมิคุ้มกันด้านความรู้ และทักษะในการกลั่นกรองและตัดสินใจกินอาหารให้ถูกต้องเหมาะสม ซึ่งกระแสการกินไม่ว่าจะเป็นอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารต่าง ๆ ส่งผลกระทบด้านลบต่อสังคมไทยทั้งด้านสาธารณสุข เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม

เนื่องจากการโฆษณาเป็นการก่อให้เกิดพฤติกรรมการบริโภคที่เป็นไปตามแรงจูงใจที่ผู้ประกอบการและผู้ทำโฆษณาต้องการ Schlosser (2001) ได้เสนอความคิดว่าน่าจะเป็นหน้าที่ของรัฐโดยสภาคองเกรส ในการวางมาตรการงดการโฆษณาอาหารฟาสต์ฟู้ด ตลอดจนมาตรการคุมเข้มด้านความปลอดภัยของอาหารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค แต่อย่างไรก็ตาม Schlosser เห็นว่าเป็นเรื่องซับซ้อนที่มีการเมืองเข้ามาเกี่ยวข้อง ทั้งธุรกิจและอุตสาหกรรมฟาสต์ฟู้ดเองมีการทุ่มงบประมาณจำนวนมหาศาลในการต่อรองกับรัฐบาลเพื่อประโยชน์ด้านการขาย ทั้งยังมีการทุ่มงบประมาณด้านการตลาดและส่งเสริมการขายอีกด้วย ในโลกทุนนิยมและการค้าเสรีสภาพการของฟาสต์ฟู้ดจึงยังคงต้องไปในลักษณะเช่นนี้ต่อไป และในขณะที่ตลาดฟาสต์ฟู้ดของอเมริกากำลังใกล้ถึงจุดอิ่มตัวเข้ามาทุกขณะสาขาต่างๆจึงมีการแข่งขันกันอย่างดุเดือดเพื่อเพิ่มยอดขาย และสิ่งที่เกิดขึ้นคือการขยายตัวและเปิดสาขาในประเทศอื่นๆ ในปี พ.ศ. 2534 ธุรกิจอาหารฟาสต์ฟู้ดของแมคโดนัลด์มีการเปิดร้านอาหารที่บริการอาหารกินด่วนในต่างประเทศถึง 427 สาขา ในขณะที่เปิดสาขาในประเทศสหรัฐอเมริกาเพียง 188 สาขาเท่านั้น (Ritzer G. 1992)

ในบางประเทศมีการตรวจสอบวิธีการส่งเสริมการขาย เมื่อปี ค.ศ. 2001 สภาการค้าและอุตสาหกรรมของจีนประกาศห้ามการส่งเสริมการขายของแมคโดนัลด์ที่เสนอขายการรับประกันปี สนนราคาตัวละ 20 หยวน หรือประมาณ 53 บาทต่อการสั่งซื้อฟาสต์ฟู้ดของร้านในแต่ละครั้ง รัฐบาลจีนเห็นว่าเป็นเรื่องผิดกฎหมายเพราะเป็นการกระทำที่นอกเหนือขอบเขตธุรกิจขายอาหารและเครื่องดื่ม (Agence France-Presse 2001)

2.5 การมีส่วนร่วมในการปรับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและ จังก์ฟู้ดของเยาวชน

การปรับพฤติกรรมการบริโภคที่ไม่พึงประสงค์โดยการสร้างเสริมพฤติกรรมสุขภาพได้มี การศึกษารูปแบบไว้หลากหลาย เช่น รูปแบบทฤษฎีสังคมการเรียนรู้ (social Learning Theory Model) จากฐานความเชื่อที่ว่าพฤติกรรมเกิดจากความคาดหวังและผลตอบแทนที่ได้รับ ทฤษฎี แรงจูงใจใฝ่ป้องกัน (Protection Motivation Theory) เป็นทฤษฎีที่สร้างขึ้นบนพื้นฐานของการที่ บุคคลกลัวต่อการเกิดโรคร้ายหรืออันตรายต่อสุขภาพ ซึ่งทฤษฎีนี้แนวทางเดียวกับรูปแบบความ เชื่อด้านสุขภาพ (The Health Belief Model) เป็นทฤษฎีที่พัฒนาขึ้นจากอิทธิพลของ นักจิต วิทยาสังคม ชื่อ เคอร์ท เลวิน โดยมีความเชื่อว่าบุคคลพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงเพื่อก่อให้เกิดพฤติ กรรมสุขภาพขึ้นหากมีความเห็นด้วยกับสิ่งที่รับรู้ถึงความเสี่ยงต่อการเกิดโรค ส่งผลถึงการรับรู้ ภัยคุกคามอันเป็นปัจจัยเอื้อที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านกายภาพ เศรษฐกิจ และสังคม และได้รับ แรงเสริมจากการได้รับความรู้ เกิดความตระหนัก รับรู้ถึงอาการของโรคจากสื่อต่าง ๆ ซึ่งจะ ก่อให้เกิดท่าทีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ดังแสดงในแผนภูมิที่ 2.1



แหล่งข้อมูล : Egger G 1990

แผนภูมิที่ 2.1 รูปแบบการสร้างเสริมพฤติกรรมสุขภาพ

การก่อให้เกิดการเรียนรู้ของบุคคลถึงความเสี่ยงต่อการเกิดโรคที่เกิดจากพฤติกรรมบริโภคที่ไม่พึงประสงค์มีแนวทางที่ดำเนินการอยู่หลายรูปแบบทั้งในลักษณะการเรียนรู้ทางเดียวคือผู้เรียนเป็นผู้รับ หรือการเรียนรู้สองทางที่ผู้รับและผู้ให้ความรู้มีโอกาสพูดคุยกัน ส่วนการเรียนรู้รูปแบบหนึ่ง คือ การเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้มีส่วนร่วมในการคิดและหาทางป้องกันตนเอง ครอบครัว หรือชุมชนให้ปลอดภัยจากภัยคุกคามต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นความเจ็บป่วยหรือสิ่งไม่พึงประสงค์อื่น ๆ

การมีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดการเรียนรู้อาจนำเข้ามาใช้ในกระบวนการวิจัยอย่างมีส่วนร่วม อันประกอบด้วยกระบวนการค้นหาปัญหาร่วมกัน การวิเคราะห์ปัญหาร่วมกัน และการปฏิบัติการร่วมกันเพื่อมุ่งแก้ปัญหาทั้งระยะสั้นและระยะยาว โดยเริ่มกระบวนการจากการศึกษาปัญหา

ประสบการณ์ที่เป็นรูปธรรม และสถานการณ์ที่เผชิญอยู่ และลงมือปฏิบัติเพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของสังคมให้ดีขึ้น (พันธุ์ทิพย์ รามสูต 2545)

กระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมก่อให้เกิดพลังต่อการเปลี่ยนแปลง โดยมีความเชื่อว่ามนุษย์มีพลังและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเพื่อพัฒนาตนเอง บุคคล ชุมชน และสังคม การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม มีหลักการสำคัญคือเน้นการสร้างพลังให้แก่บุคคล โดยการสนับสนุนให้บุคคลมองเห็นความสัมพันธ์ของตนเองกับสิ่งแวดล้อม โดยเริ่มต้นจากประสบการณ์ในการคิดวิเคราะห์จากข้อมูลที่มีอยู่ไปสู่ข้อสรุป การมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงจำเป็นต้องให้เกิดการมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนตั้งแต่การเลือกประเด็นการเรียนรู้หรือประเด็นปัญหา การวางแผนกิจกรรม การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ การประเมินผลตนเองและการประเมินผลโครงการ (บุรณะชนบท,มูลนิธิ มปป)

กระบวนการ เอ-ไอ-ซี (A = Appreciation, I = Influence และ C = Control) จัดเป็นกิจกรรมการมีส่วนร่วมที่เปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมประชุมมีโอกาสสื่อสาร แลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ ข้อมูลข่าวสาร ที่ให้เกิดความเข้าใจถึงสภาพปัญหา ข้อจำกัด ความต้องการและศักยภาพของผู้ที่เกี่ยวข้อง (อรพินท์ สฟโชคชัย, 2537)

ด้านการพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพได้มีการประยุกต์กระบวนการ A – I – C มาใช้เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมในชุมชนในการร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมสร้าง และดำเนินกิจกรรมส่งเสริมโภชนาการ โดยการประชุมกลุ่มแกนนำสตรี แบ่งกิจกรรมหลักเป็น 3 ภาค คือภาคแรกเป็นการสร้างความตระหนัก (Appreciation – A) ถึงบทบาทของการเป็นผู้นำและตระหนักถึงบทบาทของอาหารและโภชนาการในการพัฒนาประชากรและการวิเคราะห์สภาวะโภชนาการในชุมชนของตน

ภาคที่ 2 เป็นการส่งเสริมให้กลุ่มแกนนำสตรีมีความรับผิดชอบต่อการพัฒนาชุมชนของตนโดยการวาดภาพความคาดหวังของชุมชนด้านโภชนาการ

ภาคที่ 3 เป็นการนำความคาดหวังไปสู่การปฏิบัติ โดยกลุ่มจะร่วมกันกำหนดแผนปฏิบัติการและวิเคราะห์บทบาทและการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องที่จะช่วยให้โครงการบรรลุความสำเร็จ

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อารี วัลยะเสวี กล่าวในการเปิดการสัมมนาเรื่องยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค ถึงสุขภาพที่ดีมีพื้นฐานที่พฤติกรรม ซึ่งการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสุขภาพที่ดีจำเป็นต้องทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายอย่างเป็นระบบ จากการศึกษาวิวัฒนาการงานสุขศึกษาและการสื่อสารสาธารณสุข (จันทร์เพ็ญ ชูประภาวรรณ และยงยุทธ ขจรธรรม 2534) ในยุคต้นเป็นยุคณรงค์โครงการเฉพาะโรค หน้าที่หลักของกองสุขศึกษาคือ การสั่งสอนและโฆษณาเรื่องสาธารณสุขแก่ประชาชน ในแผนพัฒนาแผนพัฒนาการสาธารณสุข ฉบับที่ 6 เป็นยุคการ

สุขศึกษาเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม หากแต่การดำเนินงานเพื่อส่งเสริมสุขภาพที่มีกรอบความคิดบนพื้นฐานของการให้ความรู้จะนำไปสู่ความเปลี่ยนแปลงทัศนคติและ พฤติกรรมจะเปลี่ยนแปลงไปในที่สุด ซึ่งมีได้เป็นเช่นนั้นเสมอไป (Manoff RK 1985) มีบ่อยครั้งที่พบว่าแม้ประชาชนจะมีความรู้ถูกต้อง มีเจตคติที่ดี แต่มิได้มีพฤติกรรมอนามัยที่ถูกต้อง เพราะมีปัจจัยทั้งภายในและภายนอกทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้องในการกำหนดพฤติกรรม (ลักษณะ เดิมศิริกุลชัย 2534)

ลักษณะการให้การศึกษาในการดำเนินงานสุขศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในรูปของการ ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ จูงใจ ให้ข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพอนามัยแก่ประชาชน มีการผลิตอุปกรณ์ทางสุขศึกษาให้แก่หน่วยงานและองค์กรต่างๆ เพื่อช่วยในการเผยแพร่ ด้านการสุขศึกษาในโรงเรียน มีการร่วมพัฒนาหลักสูตรสุขศึกษาของนักเรียนประถมและมัธยม ให้มีความรู้ด้านสุขภาพอนามัยที่ถูกต้อง (ลักษณะ เดิมศิริกุลชัย 2534) จากการดำเนินการด้านการให้การศึกษาชุมชนเกี่ยวกับสุขภาพอนามัยอย่างต่อเนื่อง ทำให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องนี้ในระดับที่น่าพอใจ อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่างๆ รวมถึงอิทธิพลของพลวัตในโลกยุคโลกาภิวัตน์ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคของประชาชนอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้นการวิจัยพฤติกรรมการบริโภคของคนไทย ซึ่งจำเป็นต้องมุ่งไปที่กลุ่มประชากรเป้าหมายในแต่ละกลุ่ม เนื่องจากในแต่ละกลุ่มเป้าหมายย่อมมีเจตคติและพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป

การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนไทย (วิณะ วีระไทยะ 2527) เป็นส่วนหนึ่งของการสำรวจภาวะโภชนาการของประเทศ เป็นการสำรวจปริมาณการบริโภคสารอาหารของคนไทยในกลุ่มหญิงมีครรภ์ เด็กวัยก่อนเรียนและวัยเรียน และการกินอาหารของครอบครัว นอกจากนี้ ได้มีการศึกษาพฤติกรรมการกินของคนไทยเป็นรายภาค วัฒนา ประทุมสินธุ์ (2525) ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการกินของประชากรชาวใต้ พบว่านิยมกินอาหารท้องถิ่นเป็นหลัก ยิ่งยง เทาประเสริฐ (2527) ศึกษาพฤติกรรมการกินของคนไทยภาคเหนือ พบพฤติกรรมการกิน 4 แบบ คือข้อห้าม ความเชื่อ ความนิยม และนิสัยในการกิน ตลอดจนศึกษาขบวนการปรับพฤติกรรมการกินโดยใช้วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อ โดยอาศัยหลักการโฆษณาชวนเชื่อ และการเน้นความรู้ความเข้าใจที่เป็นเหตุเป็นผลและประเมินผลการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

นภัส ศิริสัมพันธ์ (2527) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของประชากรในเขตเทศบาลเมืองชลบุรี เป็นการศึกษาการบริโภคอาหารตามข้างถนนในเขตชุมชนเมือง พบว่าผู้บริโภคเลือกซื้ออาหารตามความรู้สึกอยากกินมากกว่าสุขอนามัยของอาหาร นอกจากนี้ยังมีการศึกษาของสาลินี วรบัณฑิต (2527) ศึกษาค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารและบริโภคนิสัยของประชากรในกรุงเทพมหานคร พบว่าครัวเรือนที่มีระดับค่าใช้จ่ายต่ำจะปรุงอาหารกินเองที่บ้านเป็นส่วนใหญ่ ผู้ประกอบวิชาชีพ นักบริหารและนักวิชาการจะซื้ออาหารสำเร็จรูปในอัตราส่วนที่สูงกว่า

รัชณี ยนต์นิยม (2530) ศึกษาทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อกิจการร้านฟาสต์ฟู้ดในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่านักศึกษาร้อยละ 95 เคยใช้บริการที่ร้านฟาสต์ฟู้ด เพราะใช้เป็นสถาน

ที่นัดพบเป็นส่วนใหญ่ มูลเหตุจูงใจที่สำคัญที่สุดที่ทำให้นักศึกษาเข้าไปใช้บริการเป็นครั้งแรกคือเพื่อนชักชวน สื่อที่ทำให้นักศึกษารู้จักร้านฟาสต์ฟู้ดมากที่สุดคือ เพื่อน/คนรู้จักแนะนำ โทรทัศน์เป็นสื่อที่ทำให้นักศึกษาทราบรายละเอียดเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายมากที่สุด ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการในกิจการประเภทนี้ ได้แก่ รสชาติอาหาร ทำเลที่ตั้งร้าน และมารยาทของพนักงาน สำหรับรสชาติอาหารและทำเลที่ตั้งร้านเป็นปัจจัยที่ทำให้นักศึกษามีความภักดีต่อตราหืออีกด้วย

อุรารรณ วลัยพัชรา และคณะ (2535) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดภาวะอ้วนในเด็กวัยเรียนในกรุงเทพมหานคร พบว่านักเรียนที่อ้วนชอบรับประทานอาหารที่มีไขมันสูงและดื่มเครื่องดื่มประเภทน้ำอัดลม และนักเรียนที่อ้วนใช้พลังงานน้อยกว่านักเรียนปกติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในการศึกษาภาวะโภชนาการของนักเรียนระดับมัธยมปีที่ 1-6 ในเขตกรุงเทพมหานคร ในปี 2533 พบภาวะโภชนาการเกิน ร้อยละ 6.7 และเป็นโรคอ้วน ร้อยละ 9.3 และในปี 2535-2537 กองโภชนาการ กรมอนามัย ศึกษาต่อเนื่องเป็นระยะ 3 ปี พบว่าเด็กมีภาวะโภชนาการเกินเพิ่มขึ้นร้อยละ 38.5 และเป็นโรคอ้วนร้อยละ 11.3 จากการศึกษาจะเห็นว่าภาวะโภชนาการเกินในวัยเด็กมีแนวโน้มสูงขึ้นและจะส่งผลให้เกิดปัญหาสุขภาพทั้งในปัจจุบันและอนาคต กรมอนามัยและภาควิชากุมารเวชศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลจะได้จัดทำโครงการควบคุมป้องกันภาวะโภชนาการเกินในเด็กนักเรียนระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาในเขตเมือง โดยจะดำเนินการเฝ้าระวังติดตามและควบคุมป้องกันโรคอ้วน จัดฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ส่วนกลางและศูนย์ส่งเสริมสุขภาพเขตในเรื่อง การให้ความรู้เกี่ยวกับโรคอ้วน การจัดอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนัก รูปแบบการลดความอ้วน รูปแบบการออกกำลังกาย การเฝ้าระวังโรคอ้วนและการติดตามประเมินผล โครงการนี้คาดว่าจะมีระยะเวลาดำเนินการระหว่างเดือนกรกฎาคม 2543 ถึงเดือนกันยายน 2544 (แสงโสม สีนะวัฒน์)

นลินี เสาวภาคย์ (2538) ศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วน (fast-food) ประเภทแฮมเบอร์เกอร์ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมในการบริโภคอาหารแฮมเบอร์เกอร์ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร คือ ส่วนมากกลุ่มตัวอย่างไปรับประทานแฮมเบอร์เกอร์เดือนละ 1-2 ครั้ง สำหรับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร พบว่าสื่อโฆษณาที่กลุ่มผู้บริโภคได้รับข่าวสารจากร้านแมคโดนัลด์ คือ โทรทัศน์ แผ่นพับ และการโฆษณา ณ จุดขาย ร้านเบอร์เกอร์คิงส์ ได้แก่วิทยุโทรทัศน์ และการโฆษณา ณ จุดขาย ร้านแดรี่ควีน ได้แก่ การโฆษณา ณ จุดขาย แผ่นพับ และโทรทัศน์ โดยที่กลุ่มผู้บริโภคร้านแมคโดนัลด์ และร้านเบอร์เกอร์คิงส์ เห็นว่าโทรทัศน์มีอิทธิพลมากที่สุดที่จูงใจให้ไปใช้บริการของร้าน ส่วนผู้บริโภคร้านแดรี่ควีนเห็นว่าการโฆษณา ณ จุดขาย และหนังสือพิมพ์มีอิทธิพลจูงใจมากที่สุด เมื่อทดสอบความแตกต่างทางสถิติ พบว่าพฤติกรรมในการบริโภคอาหารประเภทแฮมเบอร์เกอร์ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร เมื่อแยกตามระดับการศึกษา เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร รวมทั้งความเห็น

ที่มีต่อการสื่อสารทางการตลาดของแฮมเบอร์เกอร์แต่ละชนิดไม่มีอิทธิพลต่อความถี่ในการบริโภคแฮมเบอร์เกอร์ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ชไมพร ยนต์นิยม (2539) ศึกษาคุณค่าทางโภชนาการของอาหารบริโภคของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่บริโภคอาหารจานด่วน พบว่ากลุ่มนักเรียนชายที่บริโภคอาหารจานด่วน 2 วัน ได้รับสารอาหารไขมัน วิตามินบี 1 วิตามินบี 2 และเคอเลสเตอรอลมากกว่า และได้รับคาร์โบไฮเดรตน้อยกว่ากลุ่มที่ไม่บริโภคอาหารจานด่วนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กลุ่มนักเรียนหญิงที่บริโภคอาหารจานด่วน 2 วัน ได้รับพลังงานและสารอาหาร ไขมันมากกว่า และได้รับคาร์โบไฮเดรต เหล็ก วิตามินเอ วิตามินซี ในอาซีน และเส้นใยอาหารน้อยกว่ากลุ่มที่ไม่บริโภคอาหารจานด่วนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กลุ่มนักเรียนชายที่บริโภคอาหารจานด่วน 1 วัน ได้รับพลังงาน สารอาหาร ไขมัน วิตามินบี 1 และในอาซีนมากกว่าได้รับคาร์โบไฮเดรต วิตามินซี และเส้นใยอาหารน้อยกว่าวันที่ไม่บริโภคอาหารจานด่วนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กลุ่มนักเรียนหญิงที่บริโภคอาหารจานด่วน 1 วัน ได้รับพลังงาน สารอาหารไขมัน เหล็ก ในอาซีน และเคอเลสเตอรอลมากกว่าได้รับคาร์โบไฮเดรต และวิตามินซีน้อยกว่าวันที่บริโภคอาหารจานด่วนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

วิธี แจ่มกระทีก (2540) ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสังกัดกรมสามัญศึกษา กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านตัวบุคคล ได้แก่ เพศ เงินค่าใช้จ่ายที่นักเรียนได้รับ เจตคติเกี่ยวกับการบริโภคอาหารจานด่วน ปัจจัยด้านครอบครัว ได้แก่ ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว ระดับการศึกษาของบิดา และมารดา ปัจจัยด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ลักษณะจุดใจของอาหารจานด่วน ด้านคุณลักษณะของอาหาร คุณค่าทางโภชนาการ ราคาของอาหาร ความสะดวกและรวดเร็ว การตกแต่งและทำเลที่ตั้งของร้าน อิทธิพลของเพื่อนและสื่อโฆษณาเป็นตัวแปรที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ตัวพยากรณ์ที่เรียงลำดับจากการส่งผลมากที่สุดไปยังน้อยที่สุดที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วน ได้แก่ อิทธิพลของสื่อโฆษณา ลักษณะจุดใจของอาหารจานด่วน ราคาของอาหาร ค่าใช้จ่ายที่นักเรียนได้รับ ลักษณะจุดใจของอาหารจานด่วนด้านคุณลักษณะของอาหาร เพศ ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว เจตคติเกี่ยวกับการบริโภคอาหาร ลักษณะจุดใจของอาหารจานด่วนด้านความสะดวกและรวดเร็วและอิทธิพลของเพื่อนสามารถร่วมกัน พยากรณ์พฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ปองพรรณ พนมสารรินทร์ (2541) ศึกษาปัจจัยทางการสื่อสารการตลาดที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการบริโภคฟาสต์ฟู้ดของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร พบว่าวัยรุ่นชายและหญิงนิยมบริโภคฟาสต์ฟู้ดประเภทไก่ทอดมากที่สุด โดยวัยรุ่นชายให้เหตุผลว่าอาหารอร่อย ขณะที่วัยรุ่นหญิงใช้ร้านฟาสต์ฟู้ดเป็นสถานที่นัดพบเป็นเหตุผลหลักในการบริโภคฟาสต์ฟู้ด วัยรุ่นส่วนใหญ่นิยมบริโภคเฟรนช์ฟรายด์ร่วมกับไก่ทอดและเบอร์เกอร์ นิยมสั่งแบบชุดประหยัด บริโภคฟาสต์ฟู้ดเป็นอาหารว่าง ใช้เวลาในการบริโภคอาหารว่างประมาณ 15-20 นาที และบริโภคอาหารว่างประมาณ 1-2 ครั้งต่อ



เดือน กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดเคยเปิดรับโฆษณาฟาสต์ฟู้ดโดยเปิดรับจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด นอกจากนี้ปัจจัยด้านรสชาติอาหาร ทำเลที่ตั้ง การโฆษณาและชื่อเสียงของร้านมีผลอย่างมากในการที่จะทำให้วัยรุ่นบริโภคฟาสต์ฟู้ด

นราธิป สอาดวุฒิเจริญ (2541) ศึกษาการสื่อสารทางการตลาดของสินค้าระดับโลกในธุรกิจฟาสต์ฟู้ดของประเทศไทย พบว่า สำนักงานใหญ่จะกำหนดนโยบายหลักให้กับสาขาในประเทศไทยเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการสื่อสารทางการตลาด รวมทั้งควบคุมการดำเนินงานให้ได้ตามมาตรฐานสาขาประเทศไทยสามารถวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดได้อย่างอิสระภายใต้กรอบนโยบายหลัก โดยมีสำนักงานใหญ่เป็นที่ปรึกษาคอยให้คำแนะนำและช่วยเหลือ กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดที่สินค้าระดับโลกใช้ในการแข่งขันในธุรกิจฟาสต์ฟู้ด ได้แก่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การแข่งขันด้านราคาการเลือกทำเลที่ตั้งและการตกแต่งร้าน การโฆษณาผ่านสื่อมวลชน และสื่อ ณ จุดขาย การส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้า การให้บริการของพนักงานขาย ซึ่งกลยุทธ์ดังกล่าวล้วนเป็นปัจจัยเสริมซึ่งกันและกันอันนำไปสู่ความสำเร็จในการสื่อสารทางการตลาด

ชนกนาถ ชูพยัคฆ์ (2544) ศึกษาความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสาริตถ์สังกัตบวงมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่านักเรียนมีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหาร โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีทัศนคติต่อการบริโภคอาหารในระดับดี มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารในระดับปานกลาง นักเรียนต่างประเทศและมีระดับชั้นการศึกษาต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นักเรียนที่ต่างประเทศและบิดามีระดับการศึกษาต่างกันมีทัศนคติต่อการบริโภคอาหารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 นักเรียนที่มารดามีระดับการศึกษาต่างกัน อาชีพของบิดา/มารดา และรายได้ของผู้ปกครองต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นักเรียนที่บิดามีระดับการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้และทัศนคติ ที่มีต่อการบริโภคอาหารมีความสัมพันธ์กันทางบวกในระดับปานกลาง ($r = 0.33$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทัศนคติกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารมีความสัมพันธ์กันทางบวกในระดับต่ำ ($r = 0.23$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนความรู้และพฤติกรรมการบริโภคอาหารไม่มีความสัมพันธ์กัน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องแนวทางการสร้างภูมิคุ้มกันการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีรายละเอียดของวิธีการดำเนินการวิจัยที่สำคัญ ตามหัวข้อหลักๆ ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.3 การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 หน่วยในการวิเคราะห์ (Unit of Analysis)

หน่วยในการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) คือเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นวัยที่สื่อและกลุ่มเพื่อนจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการแสดงออกและมักเป็นเป้าหมายธุรกิจอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด

3.1.2 วิธีการศึกษา แบ่งวิธีการศึกษาออกเป็น

- 1.) การศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด โดยการสอบถามเพื่อสำรวจพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารดังกล่าวของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร
- 2.) สัมภาษณ์ครูผู้สอนในโรงเรียนที่มีประสบการณ์และทรงคุณวุฒิ เพื่อศึกษาหาแนวทางการวิเคราะห์สื่อ และเพื่อหาแนวทางในการลดค่านิยมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด และจังก์ฟู้ด
- 3.) ศึกษาการตอบสนองของนักเรียนในโรงเรียนมัธยมเขตกรุงเทพมหานคร ต่อสื่อโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด
- 4.) สังเกต และบันทึกการออกอากาศของสื่อวิทยุโทรทัศน์เกี่ยวกับการโฆษณาอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด
- 5.) จัดสัมมนาเยาวชนในโรงเรียนเพื่อหาแนวทางการวิเคราะห์สื่อโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด เพื่อให้เยาวชนได้เรียนรู้เท่าทันสื่อโฆษณาด้วยตนเอง และหาแนวทางในการลดค่านิยมการบริโภคอาหารดังกล่าว

3.1.3 ประชากร (Population)

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้เป็นเยาวชนทั่วไปที่สามารถพบได้ตามร้านอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ด และเยาวชนที่เป็นนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร

3.1.4 กลุ่มตัวอย่าง (Sample)

กลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเยาวชน และผู้เกี่ยวข้องในสถานศึกษา คัดย
ดำเนินการดังนี้คือ

1) กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเยาวชน

ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการวิจัยเชิงปริมาณจากประชากรเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร
เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีประชากรหนาแน่นที่สุด และมีร้านอาหารประเภทกินด่วนและอาหารขยะ
เป็นจำนวนมาก ในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถตอบปัญหาการวิจัยได้อย่าง
สมบูรณ์ จึงได้มีการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้

- (1) จุดที่พบเยาวชนที่ใช้บริการอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดตามศูนย์การค้า เพื่อสอบ
ถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารกินด่วนและอาหารขยะ และข้อมูลที่เกี่ยวข้อง
- (2) โรงเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครแบบจำเพาะเจาะจง (Purposive
Sampling) ที่เป็นโรงเรียนที่ตั้งอยู่บริเวณใกล้ศูนย์การค้า และทำการสุ่มแบบง่าย
จากรายชื่อโรงเรียนที่ได้จากการสุ่มชั้นแรก เพื่อรวบรวมข้อมูลจากเยาวชนในสถาน
ศึกษานั้น
- (3) เลือกโรงเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในข้อ 2) โดยความสมัครใจของผู้บริหารสถาน
ศึกษา เพื่อดำเนินการขออนุญาตผู้ปกครองของเยาวชนให้เป็นตัวแทนของโรงเรียน
เข้ามีส่วนร่วมในการระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อโฆษณา ตลอดจนสาเหตุปัจจัย
และแนวทางแก้ไขเพื่อลดพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดในหมู่
เยาวชน

2) ผู้เกี่ยวข้องในสถานศึกษา โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจง โดยเป็น
บุคลากรที่เป็นผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องด้านอาหารและโภชนาการในโรงเรียนที่เป็นกลุ่มตัว
อย่าง

3.1.5 ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

จากสถิติสาธารณสุขที่สำคัญ พ.ศ. 2539-2540 ตามสถิติที่เป็นทางการในปี พ.ศ. 2539
ประชากรในกรุงเทพมหานครมีจำนวนทั้งสิ้น 5,577,853 คน

ประชากรรวมทั้งประเทศ จำนวน 59,788,28 คน ในจำนวนนี้แบ่งตามกลุ่มอายุระหว่าง
15-19 ปี จำนวน 5,795,162 คน เมื่อคิดเทียบอัตราส่วนอย่างหยาบ สามารถคำนวณประชากร
กลุ่มอายุระหว่าง 15-19 ปี ในกรุงเทพ คิดเป็นจำนวนประมาณ 5,406,505 คน

ในการสุ่มตัวอย่างเพื่อเก็บข้อมูลเชิงปริมาณนี้จะคำนวณขนาดของตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro yamane

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

เมื่อ N = ขนาดของประชากร ซึ่งคือประชากรในช่วงอายุระหว่าง 15-19 ปี
 ในเขตกรุงเทพมหานคร ประมาณ 5,406,505 คน
 e = ค่าความคลาดเคลื่อน = 0.05
 n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คำนวณได้ = 400 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

- 3.2.1 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร และข้อมูลที่เกี่ยวข้อง
- 3.2.2 แบบสัมภาษณ์บุคลากรที่เกี่ยวข้องด้านอาหารและโภชนาการ
- 3.2.3 แบบสังเกตสื่อโฆษณาอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดจากสื่อวิทยุโทรทัศน์
- 3.2.4 วิดีทัศน์ สปอร์ตโฆษณา และภาพโฆษณาจากสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เพื่อใช้ในการศึกษาการวิเคราะห์สื่อโฆษณาของเยาวชน

3.3 การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

3.3.1 การทดสอบแนวทางสัมภาษณ์โดยนำร่างแนวทางการสัมภาษณ์เสนอต่อที่ปรึกษาโครงการเพื่อตรวจพิจารณาความเที่ยงตรง และความน่าเชื่อถือได้ (Validity and Reliability) และปรับปรุงให้สมบูรณ์ จากการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้โปรแกรม spss for window 95 ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.8215

3.3.2 การทดสอบแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ทำการทดสอบแบบ (pre-test) เพื่อหาความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือได้ก่อน จึงปรับปรุงแบบให้ถูกต้องสมบูรณ์ โดยผ่านการตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไขแล้วโดยผู้ทรงคุณวุฒิและที่ปรึกษาโครงการวิจัย คณะผู้วิจัยได้นำไปทดสอบกับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับประชากรที่ศึกษาได้แก่เยาวชนในโรงเรียนมัธยมจังหวัดนนทบุรี

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้เป็นการศึกษาแนวทางการสร้างภูมิคุ้มกันการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยและพฤติกรรมของการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อให้เข้าใจถึงบริบทของแรงจูงใจและค่านิยมในการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด ตลอดจนศึกษาการวิเคราะห์สื่อโฆษณาเกี่ยวกับอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อหาแนวทางในการสร้างองค์ความรู้ให้แก่วัยรุ่นในการวิเคราะห์สื่อโฆษณาเกี่ยวกับอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด โดยเยาวชนมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์สาเหตุของปัจจัยต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่การแก้ไขปัญหาการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดในหมู่วัยรุ่น

ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยเชิงสำรวจและการมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์สาเหตุของปัจจัยต่าง ๆ เกี่ยวกับการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด ความคิดเห็นได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นในสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 460 คน และข้อมูลจากวัยรุ่นบริเวณหน้าร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดในห้างสรรพสินค้า จำนวน 100 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 560 คน ผลการวิจัยนำเสนอในรูปแบบของจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ กับความรู้ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด โดยใช้สถิติการทดสอบค่าไคสแควร์ (Chi-square) และการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม (t-test) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ ใช้โปรแกรม SPSS for Windows และการสำรวจความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องในสถานศึกษา จำนวน 20 คน โดยเสนอข้อมูลในเชิงพรรณนา .

การมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์สาเหตุของปัจจัยต่าง ๆ เกี่ยวกับการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด ได้จากการประชุมระดมสมองจากผู้แทนเยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 32 คน ผลการศึกษานำเสนอในเชิงพรรณนา ในบทนี้จะนำเสนอผลการวิเคราะห์ แบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของเยาวชน และกลุ่มตัวแทนของเยาวชน

4.1.1 ข้อมูลจากการสอบถามเยาวชนในสถานศึกษาและนอกสถานศึกษา

- 1) ลักษณะทางประชากรและสังคมของเยาวชน
- 2) สภาพทางโภชนาการของเยาวชนและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง
- 3) ความรู้ และความคิดเห็นของเยาวชนเกี่ยวกับการบริโภคอาหารที่ให้พลังงาน
- 4) ความคิดเห็นและพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดของเยาวชน
- 5) ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดของเยาวชน
- 6) ความคิดเห็นของเยาวชนเกี่ยวกับสื่อโฆษณา

4.1.2 ข้อมูลจากการร่วมแสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวแทนเยาวชนจากสถานศึกษา

- 1) ลักษณะทางประชากรและสังคมของกลุ่มตัวแทนเยาวชน
- 2) การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวแทนเยาวชน โดยกระบวนการ A – I – C
 - (1) การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดของเยาวชน
 - (2) การวิเคราะห์สภาพปัจจุบัน “เยาวชนกินอะไร อย่างไร”
 - (3) การวิเคราะห์สื่อโฆษณาอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด
 - (4) แนวทางการส่งเสริมให้เยาวชนรู้เท่าทันสื่อโฆษณา
 - (5) สภาพที่มุ่งหวังของพฤติกรรมกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพของเยาวชนไทย
 - (6) แผนการดำเนินงานโครงการเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพของเยาวชนไทย
 - (7) ข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่เกี่ยวข้องจากโรงเรียนที่เข้าร่วมประชุม
 - (8) ปณิธานของเยาวชนเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด

ตอนที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ที่เกี่ยวข้องในสถานศึกษา

- 4.2.1 ลักษณะทางประชากรและสังคมของผู้ที่เกี่ยวข้องในสถานศึกษา
- 4.2.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารฟาสต์ฟู้ดของผู้ที่เกี่ยวข้องในสถานศึกษา
- 4.2.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารจังก์ฟู้ดของผู้ที่เกี่ยวข้องในสถานศึกษา
- 4.2.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตั้งจุดขายย่อยของอาหารฟาสต์ฟู้ดในสถานศึกษา
- 4.2.5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของวัยรุ่นไทย
- 4.2.6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตลาดอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดที่แทรกซึมเข้าสู่เด็กนักเรียน
- 4.2.7 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางของหลักสูตรโภชนาการในสถานศึกษา
- 4.2.8 แนวคิดในการส่งเสริมให้นักเรียนบริโภคอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย
- 4.2.9 ปัญหาอุปสรรคในการลดค่านิยมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดของเยาวชน

ตอนที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของเยาวชน และกลุ่มตัวแทนของเยาวชน

4.1.1 ข้อมูลจากการสอบถามเยาวชนในสถานศึกษาและนอกสถานศึกษา

1) ลักษณะทางประชากรและสังคมของเยาวชนที่ศึกษา

ลักษณะทางประชากรและสังคมของกลุ่มตัวอย่างจากการสัมภาษณ์และตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 560 คน ที่ได้จากการเก็บข้อมูลในสถานศึกษา และเยาวชนบริเวณจุดขายอาหารฟาสต์ฟู้ดในเขตกรุงเทพมหานคร แสดงในตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 4.1 : ลักษณะทางประชากรและสังคมของเยาวชนที่ศึกษา

ลักษณะทางประชากรและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (n =560)	ร้อยละ
1. อายุของกลุ่มตัวอย่าง		
น้อยกว่า 15 ปี	18	3.3
อายุ 15 ปี	169	30.5
อายุ 16 ปี	203	36.3
อายุ 17 ปี	97	17.3
มากกว่า 17 ปี	68	12.1
อายุเฉลี่ย 16.18 ปี (SD=1.5)		
2. เพศ		
ชาย	270	48.6
หญิง	286	51.4
3. ได้รับค่าใช้จ่ายมาโรงเรียนต่อวัน (บาท)		
< 50 บาท	25	4.5
50-75 บาท	167	30.1
76-100 บาท	278	50.1
> 100 บาท	84	15.2
ได้รับค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 93 บาท (SD = 43.7) ต่อวัน (ฐานนิยม = 100)		
4. รายได้ต่อเดือนของครอบครัว		
< 10,000 บาท	61	14.2
10,001 – 30,000 บาท	160	37.2
30,001 – 50,000 บาท	117	27.2
50,000 – 70,000 บาท	45	10.5
> 70,000 ขึ้นไป	47	10.9
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว 43,926.40 บาท (SD = 51,541.70)		
ฐานนิยมของรายได้ = 30,000 บาท		
5. ภูมิลำเนา		
ในกรุงเทพมหานคร	463	82.7
จากต่างจังหวัด	94	16.8
ไม่ระบุ	3	0.5
6. ที่พักอาศัย		
บิดา – มารดา	484	86.4
ญาติ / ผู้ปกครอง	59	10.5
หอพัก / เพื่อน	12	2.1
ไม่ระบุ	3	0.5
อื่นๆ	2	0.4

ตารางที่ 4.1 : ลักษณะทางประชากรและสังคมของเยาวชนที่ศึกษา (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (n =560)	ร้อยละ
7. วิธีเดินทางไปโรงเรียน / ทำงาน		
รถโดยสารประจำทาง	248	45.4
รถยนต์ส่วนบุคคล	208	38.1
รถตู้ปรับอากาศ/รถไฟฟ้า	21	3.8
อื่น ๆ (เดิน เรือค่าน มอเตอร์ไซด์ รถตุ๊กๆ รถสวัสดิการ จักรยาน	69	12.6
8. เวลาที่ใช้เดินทางไปโรงเรียน		
< 30 นาที	172	32.2
ตั้งแต่ 30 นาทีขึ้นไป	362	67.8
9. โอกาสออกกำลังกาย		
มี	451	83.5
ไม่มี	89	16.5
10. งานอดิเรกที่ชอบทำเป็นพิเศษ (ตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก)		
เล่นกีฬา	174	31.1
อ่านหนังสือ	125	22.3
เกมคอมพิวเตอร์/อินเทอร์เน็ต	220	39.3
ดูภาพยนตร์/ทีวี	264	47.1
ฟังเพลง	330	58.9
อื่นๆ (เล่นดนตรี สนุกเกอร์ วาดรูป)	46	8.2

ตารางที่ 4.1 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุระหว่าง 15-16 ปี คิดเป็นร้อยละ 66.8 อายุ 17 ปีขึ้นไป ร้อยละ 29.4 และอายุน้อยกว่า 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 3.6 อายุเฉลี่ย 16.18 ปี (SD = 1.47) แบ่งเป็นเพศหญิง ร้อยละ 51.4 และเพศชาย ร้อยละ 48.6 ค่าใช้จ่ายที่นักเรียนได้รับในแต่ละวันเฉลี่ย 93 บาท (SD = 43.7) ส่วนใหญ่ร้อยละ 50.1 ได้รับเงินมาโรงเรียนระหว่าง 76 - 100 บาท ฐานนิยมของเงินค่าใช้จ่ายที่ได้รับต่อวันเท่ากับ 100 บาท รายได้ต่อเดือนของครอบครัวส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 10,001 - 30,000 บาท ร้อยละ 37.2 ฐานนิยมของรายได้ของครอบครัวเท่ากับ 30,000 บาท รายได้เฉลี่ยคิดเป็น 43,926.40 บาท (SD = 51,541.70) ต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 82.7 มีภูมิลำเนาในกรุงเทพมหานคร มีเพียงร้อยละ 16.8 มีภูมิลำเนาจากต่างจังหวัด ร้อยละ 86.4 พักอาศัยอยู่กับบิดา-มารดา ร้อยละ 10.5 พักอยู่กับญาติหรือ ผู้ปกครอง ในขณะที่ร้อยละ 2.1 อยู่หอพักหรืออยู่กับเพื่อน การเดินทางไปโรงเรียนส่วนใหญ่ใช้รถโดยสารประจำทาง ร้อยละ 45.4 รองลงมาคือรถยนต์ส่วนบุคคล ร้อยละ 38.1 นอกจากนี้คือใช้รถ ไฟฟ้า หรือรถตู้ปรับอากาศ ร้อยละ 3.8 โดยส่วนใหญ่ใช้เวลาเดินทางมากกว่าครึ่งชั่วโมง ร้อยละ 67.8

งานอดิเรกที่กลุ่มตัวอย่างชอบทำเป็นพิเศษคือฟังเพลง (ร้อยละ 58.9) รองลงมาคือดูภาพยนตร์หรือโทรทัศน์ (ร้อยละ 47.1) เล่นเกมคอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ต ร้อยละ 39.3 เล่นกีฬา ร้อยละ 31.1 นอกจากนี้คือเล่นดนตรี สนุกเกอร์ หรือวาดรูป คิดเป็นร้อยละ 8.2

ตารางที่ 4.2 : การศึกษาของบิดา มารดา และผู้ปกครองของเยาวชนที่ศึกษา

การศึกษาสูงสุดของบิดา มารดา และผู้ปกครอง	จำนวน (n =560)	ร้อยละ
1. การศึกษาสูงสุดของบิดา		
ประถมศึกษา	58	10.4
มัธยมศึกษา	84	15.0
ประกาศนียบัตรวิชาชีพและวิชาชีพชั้นสูง	119	21.3
ปริญญาตรี	188	33.6
สูงกว่าปริญญาตรี	72	12.8
อื่นๆ	1	0.2
ไม่ระบุ	38	6.8
2. การศึกษาสูงสุดของมารดา		
ประถมศึกษา	104	18.6
มัธยมศึกษา	87	15.5
ประกาศนียบัตรวิชาชีพและวิชาชีพชั้นสูง	107	19.1
ปริญญาตรี	190	33.9
สูงกว่าปริญญาตรี	43	7.7
ไม่ระบุ	29	5.2
3. การศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง		
ประถมศึกษา	10	11.5
มัธยมศึกษา	9	10.3
ประกาศนียบัตรวิชาชีพและวิชาชีพชั้นสูง	13	14.9
ปริญญาตรี	36	41.4
สูงกว่าปริญญาตรี	19	21.8

ตารางที่ 4.2 แสดงระดับการศึกษาสูงสุดของบิดามารดา และผู้ปกครอง พบว่าบิดาและมารดาจบระดับปริญญาตรีในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือร้อยละ 33.6 และร้อยละ 33.9 ตามลำดับ และในระดับมัธยมศึกษาในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือร้อยละ 15.0 และร้อยละ 15.5 ตามลำดับ แต่บิดาจบในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพมากกว่ามารดา ในขณะที่มารดาจบในระดับประถมศึกษา มากกว่าบิดา และบิดามีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีมากกว่ามารดา ส่วนผู้ปกครองมีระดับการศึกษาค่อนข้างสูง คือร้อยละ 63.2 จบระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า

ตารางที่ 4.3 : อาชีพของบิดา มารดา และผู้ปกครองของเยาวชนที่ศึกษา

อาชีพของบิดา มารดา และผู้ปกครอง	จำนวน (n =560)	ร้อยละ
1. อาชีพของบิดา		
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	197	35.2
รับราชการ	187	33.4
รัฐวิสาหกิจ	56	10.0
บริษัทเอกชน	50	8.9
รับจ้างรายวัน	26	4.6
อื่นๆ (บ้านนาญ)	12	2.1
ไม่ระบุ	32	5.7
2. อาชีพของมารดา		
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	197	25.2
รับราชการ	138	24.6
บริษัทเอกชน	48	8.6
รัฐวิสาหกิจ	25	4.5
รับจ้างรายวัน	23	4.1
อื่นๆ (แม่บ้าน บ้านนาญ)	100	17.9
3. อาชีพของผู้ปกครอง (n=83)		
รับราชการ	25	30.1
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	23	27.7
บริษัทเอกชน	15	18.1
รัฐวิสาหกิจ	3	3.6
รับจ้างรายวัน	3	3.6
อื่นๆ (บ้านนาญ)	14	16.9

อาชีพของบิดา มารดา และผู้ปกครองของกลุ่มตัวอย่างแสดงในตารางที่ 4.3 บิดาและมารดาส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว คือร้อยละ 35.2 และ 25.2 ตามลำดับ รองลงมาคือรับราชการ ร้อยละ 33.4 และ 24.8 นอกจากนี้คือทำงานในรัฐวิสาหกิจ บริษัทเอกชน รับจ้างรายวัน และอื่นๆ เช่นบ้านนาญ และแม่บ้าน ส่วนอาชีพของผู้ปกครองส่วนใหญ่รับราชการ ร้อยละ 30.1 รองลงมาคือค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 27.7

2) สภาวะทางโภชนาการของกลุ่มตัวอย่างและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง

ตารางที่ 4.4 : สภาวะทางโภชนาการของเยาวชนและสมาชิกในครอบครัว

สภาวะทางโภชนาการ	จำนวน (n =560)	ร้อยละ
1.1 สภาวะโภชนาการของกลุ่มตัวอย่าง		
1) Z-score ของน้ำหนักต่ออายุ (WAZ)		
< -2	2	0.4
≥ -2 ถึง +2	429	83.0
> +2	86	16.6
2) Z-score ของส่วนสูงต่ออายุ (HAZ)		
< -2	2	0.5
≥ -2 ถึง +2	374	85.2
> +2	63	14.4
3) Z-score ของน้ำหนักต่อส่วนสูง (WHZ)		
< -2	10	2.4
≥ -2 ถึง +2	362	87.9
> +2	40	9.7
1.2 สมาชิกในบ้านที่จัดว่ามีรูปร่างอ้วน		
ไม่มี	232	41.4
บิดา	148	26.4
มารดา	140	25.0
น้องชาย/น้องสาว	54	9.6
พี่ชาย/พี่สาว	49	8.8

ตารางที่ 4.4 แสดงสภาวะโภชนาการของกลุ่มตัวอย่าง โดยเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานของเด็กไทย อายุ 0 – 19 ปี ของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข และสถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่า ร้อยละ 16.6 มีน้ำหนักต่ออายุเกินมาตรฐาน ในขณะที่ร้อยละ 0.4 มีน้ำหนักต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน และร้อยละ 83.0 มีน้ำหนักต่ออายุ อยู่ในเกณฑ์ปกติ สำหรับเกณฑ์ส่วนสูงต่ออายุ พบว่า ร้อยละ 14.4 มีส่วนสูงเกินกว่ามาตรฐานเด็กไทย ร้อยละ 0.5 มีส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน และร้อยละ 85.2 มีส่วนสูงต่ออายุอยู่ในเกณฑ์ปกติ เมื่อเปรียบเทียบน้ำหนักต่อส่วนสูง พบว่า ร้อยละ 9.7 มีน้ำหนักต่อส่วนสูงเกินกว่าเกณฑ์มาตรฐาน ร้อยละ 2.4 มีน้ำหนักต่อส่วนสูงต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน และร้อยละ 87.9 มีน้ำหนักต่อส่วนสูงอยู่ในเกณฑ์ปกติ เมื่อถามถึงสมาชิกในบ้านที่จัดได้ว่ามีรูปร่างอ้วน ปรากฏว่าเกินกว่าครึ่งหนึ่งมีรูปร่างอ้วน ในจำนวนนี้มีบิดาที่มีรูปร่างอ้วน ร้อยละ 26.4 มารดา ร้อยละ 25.0 น้องชายหรือน้องสาว ร้อยละ 9.6 และพี่ชายหรือพี่สาว ร้อยละ 8.8

ตารางที่ 4.5 : ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจกับสถานะโภชนาการของ
เยาวชน

สภาวะโภชนาการ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ยรายได้ (บาท)	S.D (+-)	t - test	P - value
Z - score ของน้ำหนักต่ออายุ (WAZ)					
น้ำหนักปกติ	330	41,265.61	49,625.60	2.295	0.024
น้ำหนักเกิน	69	60,130.43	64,384.85		
Z - score ของส่วนสูงต่ออายุ (HAZ)					
ส่วนสูงปกติ	290	45,391.55	55,302.08	0.334	0.739
สูงกว่ามาตรฐาน	50	43,164.00	40,172.97		
Z - score ของน้ำหนักต่อส่วนสูง (WHZ)					
น้ำหนักต่อส่วนสูงปกติ	282	42,751.24	51,045.64	1.832	0.076
น้ำหนักต่อส่วนสูงเกิน	31	67,032.26	71,807.37		

ตารางที่ 4.5 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจกับสถานะโภชนาการของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มวัยรุ่นที่มาจากครอบครัวที่มีรายได้สูงมีสถานะโภชนาการเกิน คือมีน้ำหนักเกินกว่ามาตรฐานมากกว่าครอบครัวที่มีรายได้น้อยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($t = 2.295$, $p = 0.024$) ส่วนสถานะโภชนาการด้านส่วนสูงต่ออายุ และน้ำหนักต่อส่วนสูงไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.6 : ความสัมพันธ์ของสถานะโภชนาการระหว่างเยาวชนชายและหญิง

สภาวะโภชนาการ	เยาวชน		ไคสแควร์	p-value
	ชาย	หญิง		
Z – score ของน้ำหนักต่ออายุ (WAZ)				
น้ำหนักปกติ	200	229	7.495	0.007
น้ำหนักเกิน	54	32		
Z – score ของส่วนสูงต่ออายุ (HAZ)				
ส่วนสูงปกติ	187	184	0.979	0.343
สูงกว่ามาตรฐาน	36	22		
Z – score ของน้ำหนักต่อส่วนสูง (WHZ)				
น้ำหนักต่อส่วนสูงปกติ	175	184	6.505	0.012
น้ำหนักต่อส่วนสูงเกิน	28	12		

ตารางที่ 4.6 แสดงความสัมพันธ์ของสถานะโภชนาการระหว่างกลุ่มตัวอย่างชายและหญิง พบว่า กลุ่มตัวอย่างชายมีน้ำหนักเกิน และมีน้ำหนักต่อส่วนสูงเกินมากกว่ากลุ่มตัวอย่าง

หญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($X^2 = 7.495$, $p = 0.007$) และ ($X^2 = 6.505$, $p = 0.012$) ตามลำดับ ส่วนความสูงต่ออายุไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.7 : ความสัมพันธ์ของสภาวะโภชนาการของเยาวชนและสมาชิกในครอบครัว

สภาวะโภชนาการ	สมาชิกในครอบครัว		ไคสแควร์	p-value
	รูปร่างปกติ	รูปร่างอ้วน		
Z – score ของน้ำหนักต่ออายุ (WAZ)				
น้ำหนักปกติ	189	231	8.91	0.003
น้ำหนักเกิน	23	61		
Z – score ของส่วนสูงต่ออายุ (HAZ)				
ส่วนสูงปกติ	162	200	3.707	0.072
สูงกว่ามาตรฐาน	20	43		
Z – score ของน้ำหนักต่อส่วนสูง (WHZ)				
น้ำหนักต่อส่วนสูงปกติ	165	187	8.051	0.006
น้ำหนักต่อส่วนสูงเกิน	9	30		

ตารางที่ 4.7 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสภาวะโภชนาการของกลุ่มตัวอย่างและสมาชิกในครอบครัว พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มาจากครอบครัวที่มีสมาชิกในครอบครัวมีรูปร่างอ้วน มีสภาวะโภชนาการด้านน้ำหนักเกิน และน้ำหนักต่อส่วนสูงเกิน มากกว่ากลุ่มที่สมาชิกในครอบครัวมีรูปร่างปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($X^2 = 8.91$, $p = 0.003$) และ ($X^2 = 8.051$, $p = 0.006$) ตามลำดับ

3) ความรู้และความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการบริโภคอาหารที่ให้พลังงาน

ตารางที่ 4.8 : ความรู้เรื่องการบริโภคอาหารที่ให้พลังงานของเยาวชน

รายการ	ตอบถูก		ตอบไม่ถูก/ไม่ทราบ		คะแนนรวมเฉลี่ย
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1. วัยรุ่นเป็นวัยที่แข็งแรง การกินอาหารมัน ๆ ไม่ทำให้เสี่ยงต่อการเกิดโรคหัวใจขาดเลือด	330	60.1	219	39.9	2.36
2. วัยรุ่นที่กินอาหารมัน ๆ อาจเสี่ยงต่อการเกิดโรคความดันโลหิตสูงได้ในอนาคต	401	73.2	147	26.8	2.55
3. เด็กและวัยรุ่นสามารถกินอาหารมัน ๆ ได้โดยไม่ทำให้คอเรสเตอรอลสูง	375	68.2	175	31.9	2.57
4. วัยรุ่นเป็นวัยที่ต้องใช้พลังงานมาก การกินอาหารมัน ๆ ไม่ทำให้อ้วนได้	396	72.4	151	27.6	2.63
5. เครื่องดื่มประเภทน้ำอัดลมหรือไอศกรีมไม่มีผลในการสะสมน้ำตาลในร่างกาย	436	79.4	113	20.5	2.73
6. ไม่ควรกินอาหารพวกไขมันมากเกินไป เพราะจะทำให้สะสมไขมันในร่างกายมากขึ้น	488	89.5	57	10.5	2.87
7. อาหารที่ให้พลังงานคือ ข้าว ขนมปัง มันฝรั่ง น้ำตาล และไขมัน	515	93.5	36	6.5	2.92

ตารางที่ 4.8 แสดงความรู้ในเรื่องการบริโภคอาหารที่ให้พลังงานของกลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 40 ตอบไม่ถูกต้องตามหลักวิชาการหรือไม่ทราบเกี่ยวกับความรู้ที่เรื่องการกินอาหารมัน ๆ เสี่ยงต่อการเกิดโรคหัวใจขาดเลือด ร้อยละ 32 เห็นว่า เด็กและวัยรุ่นสามารถกินอาหารมัน ๆ ได้โดยไม่ทำให้คอเรสเตอรอลสูง ร้อยละ 27.6 เห็นว่าวัยรุ่นเป็นวัยที่ต้องใช้พลังงานมาก การกินอาหารมัน ๆ ไม่ทำให้อ้วนได้ ร้อยละ 26.8 ตอบผิดหรือไม่ทราบว่าวัยรุ่นที่กินอาหารมัน ๆ อาจเสี่ยงต่อการเกิดโรคความดันโลหิตสูงได้ในอนาคต ร้อยละ 20.5 ตอบผิดหรือไม่ทราบว่าเครื่องดื่มประเภทน้ำอัดลมหรือไอศกรีมมีผลในการสะสมน้ำตาลในร่างกาย ความรู้ที่กลุ่มตัวอย่างตอบถูกต้องถึงร้อยละ 90 คือไม่ควรกินอาหารพวกไขมันมากเกินไป เพราะจะทำให้สะสมไขมันในร่างกายมากขึ้น และในเรื่องอาหารที่ให้พลังงานคือ ข้าว ขนมปัง มันฝรั่ง น้ำตาล และไขมัน 3 ระดับ คือ ข้อที่ตอบถูกต้องตามหลักวิชาการ คิดเป็น 3 คะแนน ตอบไม่ถูกต้องคิดเป็น 2 คะแนน และไม่ทราบคิดเป็น 1 คะแนน ตามลำดับ และรวมคะแนนจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบครบทุกข้อทั้ง 3 ระดับคือ จำนวน 542 คน คิดเป็นร้อยละ 96.7 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด พบว่าความรู้ที่ได้คะแนนต่ำสุดคือ เรื่องการบริโภคอาหารมัน ๆ กับความเสี่ยงต่อการเกิดโรคหัวใจขาดเลือด ข้อที่ได้คะแนนต่ำรองลงมาคือ อาหารมัน ๆ กับโรคความดันโลหิตสูง

เลสเตอร์รอล ความอ้วน และการบริโภคเครื่องดื่มอัดลมกับการสะสมน้ำตาลในร่างกาย การบริโภคอาหารมันกับการสะสมไขมันในร่างกาย ส่วนข้อที่ได้คะแนนสูงสุดคือความรู้เกี่ยวกับแหล่งอาหารที่ให้พลังงาน

ตารางที่ 4.9 : การจัดการอาหารภายในครอบครัว (ตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก)

การจัดการอาหารภายในครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
1. แม่/คนในบ้านปรุงอาหารรับประทานในครอบครัว	445	79.5
2. ซื้ออาหารปรุงสำเร็จ (บรรจุถุงพลาสติกมารับประทาน)	147	26.3
3. สมาชิกในครอบครัวมักออกไปรับประทานอาหารนอกบ้านด้วยกัน	42	7.5
4. สมาชิกในครอบครัวต่างคนต่างรับประทานมาจากนอกบ้าน	36	6.4
5. อื่นๆ	2	0.4

ตารางที่ 4.9 แสดงการจัดการอาหารภายในครอบครัวของกลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 79.5 แม่หรือคนในบ้านปรุงอาหารรับประทานในครอบครัว ร้อยละ 26.3 มักซื้ออาหารบรรจุถุงพลาสติกมารับประทาน ร้อยละ 7.5 สมาชิกในครอบครัวมักออกไปรับประทานอาหารนอกบ้านด้วยกัน และร้อยละ 6.4 ต่างคนต่างรับประทานมาจากนอกบ้าน

ตารางที่ 4.10 : พฤติกรรมเกี่ยวกับการบริโภคอาหารของเยาวชน

พฤติกรรมการบริโภคอาหาร	จำนวน	ร้อยละ
1. จำนวนมื้ออาหารที่รับประทานอาหารต่อวัน		
จำนวน 1 มื้อ	6	1.1
จำนวน 2 มื้อ	106	18.9
จำนวน 3 มื้อ	413	73.8
จำนวน 4 มื้อ	19	3.4
ไม่ระบุ	16	2.9
2. การงดบริโภคอาหาร		
งดบางมื้อ	190	33.9
ไม่งด	370	66.1
3. มื้ออาหารที่งด		
มื้อเช้า	116	61.1
มื้อกลางวัน	22	11.6
มื้อเย็น	47	24.7
มื้อเช้า-เย็น	4	2.1
อื่นๆ (มือดึก)	1	0.5

ตารางที่ 4.10 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือร้อยละ 73.8 กินอาหารวันละ 3 มื้อ นอกจากนี้ กินอาหารวันละ 2 มื้อ และ 4 มื้อคิดเป็น ร้อยละ 18.9 และร้อยละ 2.9 ตามลำดับ และไม่ระบุร้อยละ 2.9 กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 33.9 งดอาหารบางมื้อ ในจำนวนที่งดอาหารนั้น มื้อเช้าเป็นมื้อที่กลุ่มตัวอย่างงดมากที่สุด (ร้อยละ 61.1) รองลงมาคือมื้อเย็น (ร้อยละ 24.7) และงดมื้อกลางวัน ร้อยละ 11.6 นอกจากนี้คืองดมื้อเช้าและเย็น คิดเป็นร้อยละ 2.1

ตารางที่ 4.11 : พฤติกรรมการงดอาหารของเยาวชนชายและหญิง

รายการ	พฤติกรรมการบริโภค		นัยสำคัญทางสถิติ	
	งดมื้ออาหาร	ไม่งดมื้ออาหาร	ไคสแควร์	p-value
ปัจจัยด้านเพศของกลุ่มตัวอย่าง				
ชาย	28	233	29.87	0.000
หญิง	83	196		

ตารางที่ 4.11 แสดงปัจจัยทางด้านเพศที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการงดอาหารของวัยรุ่น พบว่า หญิงงดมื้ออาหารมากกว่าชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($X^2 = 29.87$, $p = 0.000$)

ตารางที่ 4.12: พฤติกรรมการงดอาหารกับความคิดเห็นเรื่องความอ้วนของเยาวชน

รายการ	พฤติกรรมการบริโภค		นัยสำคัญทางสถิติ	
	งดมื้ออาหาร	ไม่งดมื้ออาหาร	ไคสแควร์	p-value
ความคิดเห็นเรื่องความอ้วน				
กลัวอ้วน	64	180	9.987	0.002
ไม่กลัวอ้วน	43	241		

ตารางที่ 4.12 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความอ้วนที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการงดอาหารของวัยรุ่น พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่กลัวจะมีรูปร่างอ้วนมีพฤติกรรมการงดมื้ออาหารมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่กลัวอ้วนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($X^2 = 9.987$, $p = 0.002$)

ตารางที่ 4.13: พฤติกรรมการงดอาหารกับระดับการศึกษาของบิดาและมารดาของเยาวชน

รายการ	พฤติกรรมการบริโภค		นัยสำคัญทางสถิติ	
	งดมื้ออาหาร	ไม่งดมื้ออาหาร	ค่าไคสแควร์	p-value
ระดับการศึกษาของบิดา				
ระดับ ปวช/ปวส ลงไป	67	187	9.078	0.003
ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	39	213		
ระดับการศึกษาของมารดา				
ระดับ ปวช/ปวส ลงไป	65	224	1.23	0.276
ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	42	185		

ตารางที่ 4.13 แสดงปัจจัยด้านระดับการศึกษาของบิดามารดาที่มีความสัมพันธ์กับการงดมื้ออาหารของวัยรุ่น พบว่าระดับการศึกษาของบิดามีความสัมพันธ์กับการงดมื้ออาหารของวัยรุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยวัยรุ่นที่ระดับการศึกษาของบิดาน้อยกว่ามีพฤติกรรม การงดอาหารมากกว่ากลุ่มวัยรุ่นที่มีบิดามีการศึกษาสูงกว่า ($X^2 = 9.078$, $p = 0.003$) แต่ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างการงดอาหารกับระดับการศึกษาของมารดา

4) ความคิดเห็นและพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.14 : ความคิดเห็นในการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดของเยาวชน

การบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด	จำนวน	ร้อยละ
1. ความชอบอาหารฟาสต์ฟู้ด (n= 560)		
ชอบ	412	73.6
ไม่ชอบ	133	23.8
ไม่ระบุ	15	2.7
2. กรณีที่ไม่ชอบอาหารฟาสต์ฟู้ด (n= 133) ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ		
รสชาติไม่ถูกปาก	44	33.1
คุณภาพด้านโภชนาการไม่ดีเท่าที่ควร	60	45.1
ไม่คิดว่าเป็นของทันสมัย	15	11.3
อื่น ๆ	32	24.0
ไม่ระบุ	18	13.5

ตารางที่ 4.14 แสดงความคิดเห็นในการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด พบว่าร้อยละ 73.6 ของกลุ่มตัวอย่างชอบกินอาหารฟาสต์ฟู้ด และร้อยละ 23.8 ไม่ชอบ สาเหตุที่ไม่ชอบ เพราะคิดว่าคุณภาพด้านโภชนาการไม่ดีเท่าที่ควร (ร้อยละ 45.1) คิดว่ารสชาติไม่ถูกปาก ร้อยละ 33.1 และไม่คิดว่าเป็นของทันสมัย ร้อยละ 11.3 สาเหตุอื่นๆ คือสิ้นเปลือง ไม่อึดท้อง ไม่มีเวลากิน และไม่มีเงินกิน ราคาแพง เสียหายเงิน ทำให้อ้วน กินมาก ๆ แล้วเลี่ยน คนในบ้านไม่นิยมกิน อาหารแห้ง ไม่มีน้ำแกง กินแล้วคอแห้ง ขาดน้ำ คิดเป็นร้อยละ 24.0 และไม่ระบุคิดเป็นร้อยละ 13.5

ตารางที่ 4.15 : ประเภทของอาหารฟาสต์ฟู้ดที่เยาวชนเลือกรับประทาน

รายการ	จำนวนร้อยละ เทียบจากจำนวนทั้งหมด	
	จำนวน	ร้อยละ
รายการอาหารฟาสต์ฟู้ด		
เฟรนช์ฟราย	399	71.3
ไก่ทอด	387	69.1
พิซซ่า	350	62.5
แฮมเบอร์เกอร์	293	52.3
แซนวิช	230	41.1
ฮอทดอก	222	39.6
โดนัท	208	37.1
อื่นๆ	3	0.5

ตารางที่ 4.15 อาหารฟาสต์ฟู้ดที่กลุ่มตัวอย่างมักเลือกรับประทานคือเฟรนช์ฟราย ร้อยละ 71.3 รองลงมาคือไก่ทอด ร้อยละ 69.1 พืชซ่า ร้อยละ 62.5 แฮมเบอร์เกอร์ ร้อยละ 52.3 แซนวิช ร้อยละ 41.1 ฮอทดอก ร้อยละ 39.6 และโดนัท ร้อยละ 37.1

ตารางที่ 4.16 : ความถี่ของการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของเยาวชน

ความถี่ของการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด	จำนวนร้อยละ เทียบจากจำนวนทั้งหมด	
	จำนวน	ร้อยละ
ความถี่ของการรับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ด		
5-6 ครั้ง/สัปดาห์	9	1.6
3-4 ครั้ง/สัปดาห์	48	8.7
1-2 ครั้ง/สัปดาห์	262	47.4
1-2 ครั้ง/เดือน	86	15.6
นานๆครั้ง	147	26.6

ตารางที่ 4.16 : ความถี่ของการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของเยาวชน (ต่อ)

ความถี่ของการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด	จำนวนร้อยละ เทียบจากจำนวนทั้งหมด	
ความถี่ของการสั่งอาหารฟาสต์ฟู้ดส่งถึงบ้าน		
5-6 ครั้ง/สัปดาห์	3	0.5
3-4 ครั้ง/สัปดาห์	11	2.0
1-2 ครั้ง/สัปดาห์	85	15.5
1-2 ครั้ง/เดือน	112	20.4
นานๆครั้ง	337	61.5

ตารางที่ 4.16 แสดงความถี่ของการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของกลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 47.4 รับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ดสัปดาห์ละประมาณ 1-2 ครั้ง และรับประทานสัปดาห์ละประมาณ 4-6 ครั้งรวมเป็นร้อยละ 10.3 นอกจากนั้น ร้อยละ 42.2 รับประทาน 1-2 ครั้งต่อเดือนหรือนาน ๆ ครั้ง สำหรับความถี่ของการสั่งอาหารฟาสต์ฟู้ดส่งถึงบ้านของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือร้อยละ 61.5 สั่งอาหารฟาสต์ฟู้ดส่งถึงบ้านนานๆครั้ง รองลงมาคือร้อยละ 20.4 สั่งซื้อ 1-2 ครั้งต่อเดือน สัปดาห์ละ 1-2 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 15.5 และ 3-6 ครั้งต่อสัปดาห์รวมเป็นร้อยละ 2.5

ตารางที่ 4.17 : ความคิดเห็นของเยาวชนเกี่ยวกับการกินอาหารฟาสต์ฟู้ดต่อความอ้วน

รายการ	จำนวนร้อยละ เทียบจากจำนวนทั้งหมดในแต่ละ กลุ่ม	
ความคิดเห็นเกี่ยวกับการกินอาหารฟาสต์ฟู้ดทำให้อ้วน	จำนวน	ร้อยละ
ทำให้อ้วนได้	508	90.7
ไม่ทำให้อ้วน	39	7.0
ไม่ระบุ	13	2.3
สาเหตุที่ทำให้อ้วน เนื่องจาก (n=508)		
-เป็นอาหารพวก คาร์โบไฮเดรต แป้ง น้ำตาล	131	25.8
-เป็นอาหารพวกไขมัน มีไขมันมาก โคเลสเตอรอลสูง	346	68.1
-เป็นอาหารที่ให้พลังงาน	11	2.1
-ไม่มีคุณค่าทางโภชนาการเท่าที่ควรเป็นอาหารขยะ ไม่มีใยอาหาร	21	4.1
-อื่น ๆ	25	4.9
สาเหตุที่ไม่ทำให้อ้วน เนื่องจาก (n=39)		
-ขึ้นอยู่กับผู้บริโภคว่าเลือกรับประทานอะไร	3	7.7
-รับประทานน้อย ขึ้นอยู่กับปริมาณที่รับประทาน	3	7.7
-เล่นกีฬา ออกกำลังกาย	9	23.1
-อื่น ๆ	10	25.6

ตารางที่ 4.17 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการกินอาหารฟาสต์ฟู้ดต่อความอ้วนของกลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 90.7 คิดว่ากินแล้วอ้วน มีเพียงส่วนน้อย คือร้อยละ 7 คิดว่าไม่ทำให้อ้วน และไม่ระบุ ร้อยละ 2.3 สาเหตุที่คิดว่ากินอาหารฟาสต์ฟู้ดแล้วทำให้อ้วนเนื่องจากเป็นอาหารพวกไขมัน มีคอเลสเตอรอลสูง ร้อยละ 68.1 เป็นอาหารพวก คาร์โบไฮเดรต แป้ง น้ำตาล ร้อยละ 25.8 นอกจากนี้คือเป็นอาหารที่ให้พลังงาน ร้อยละ 2.1 ไม่มีคุณค่าทางโภชนาการเท่าที่ควร ตลอดจนไม่มีใยอาหารมากพอ ร้อยละ 4.1 และอื่นๆ เช่น เพื่อนเลี้ยงบอย กินมากเกินไป หรือหากกินแล้วไม่ออกกำลังกายก็เป็นสาเหตุทำให้อ้วนได้ ร้อยละ 4.9

ในกรณีกลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่าไม่สามารถทำให้อ้วนได้ คือถ้าออกกำลังกาย ร้อยละ 23.1 หรือขึ้นอยู่กับประเภทของอาหารฟาสต์ฟู้ด ร้อยละ 7.7 และปริมาณของอาหารฟาสต์ฟู้ดที่รับประทาน ร้อยละ 7.7 เหตุผลอื่นๆ เช่น กินอยู่ประจำก็ไม่อ้วน วัยรุ่นมีการเผาผลาญพลังงานมาก เหมือนกินข้าวธรรมดา เป็นอาหารที่มีแต่คาร์โบไฮเดรตเป็นส่วนใหญ่ ไม่มีคุณค่าถึงจะมีน้ำมันมาก แต่มีปริมาณที่ไม่ทำให้อ้วน ส่วนใหญ่จะอ้วนมานานแล้ว

ตารางที่ 4.18 : ความคิดเห็นของเยาวชนเกี่ยวกับคุณค่าทางโภชนาการของอาหารฟาสต์ฟู้ด

ความคิดเห็นต่ออาหารฟาสต์ฟู้ด	จำนวนร้อยละ เทียบจากจำนวนทั้งหมด	
	จำนวน	ร้อยละ
อาหารฟาสต์ฟู้ดไม่มีคุณค่าทางโภชนาการ		
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	51	9.3
เห็นด้วย	173	31.4
ไม่เห็นด้วย	48	8.7
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	8	1.5
ไม่มีความเห็น ใดๆ	271	49.2

ตารางที่ 4.18 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับคำกล่าวที่ว่า “อาหารฟาสต์ฟู้ดไม่มีคุณค่าทางโภชนาการ” ส่วนใหญ่ คือ ร้อยละ 49.2 ไม่มีความเห็น ส่วนที่เห็นด้วยกับคำกล่าวดังกล่าว คิดเป็น ร้อยละ 31.4 เห็นด้วยอย่างยิ่ง ร้อยละ 9.3 ไม่เห็นด้วยร้อยละ 8.7 และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ร้อยละ 1.5

ตารางที่ 4.19 : ความคิดเห็นของเยาวชนเกี่ยวกับผลกระทบของการรับประทาน
อาหารฟาสต์ฟู้ด

รายการ	จำนวนร้อยละ เทียบจากจำนวนทั้งหมด	
	จำนวน	ร้อยละ
กลัวว่ารับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ดจะทำให้อ้วน		
ใช่	251	44.8
ไม่ใช่	74	13.2
เฉยๆ	217	38.8
ไม่ตอบ	18	3.2
กลัวอ้วนแต่ยังคงรับประทาน ตอบได้มากกว่า1 คำตอบ (n= 251) เนื่องจาก		
อร่อย กลิ่นหอมชวนรับประทาน	195	77.7
ร้านเหมาะสำหรับเป็นที่นัดพบเพื่อนฝูง	182	72.5
เพื่อนชวนจึงขัดไม่ได้	78	31.1
สื่อโฆษณาจูงใจให้ต้องรับประทาน	76	30.1
อื่น ๆ	58	23.1
ความถี่ของการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดที่คิดว่ามีผลต่อความอ้วน		
ทุกวัน	250	45.7
2-3 วัน/สัปดาห์	114	20.5
4-5 วัน/สัปดาห์	149	27.2
อื่นๆ	34	6.2

ตารางที่ 4.19 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับผลกระทบของการรับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ด ร้อยละ 44.8 กลัวว่ารับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ดแล้วจะทำให้อ้วน ร้อยละ 13.2 ไม่กลัว และร้อยละ 38.8 รู้สึกเฉยๆ และไม่ตอบร้อยละ 3.2

การที่กลัวอ้วนแต่ยังคงรับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ด ร้อยละ 77.7 ให้ความเห็นว่า อาหารฟาสต์ฟู้ดอร่อย กลิ่นหอมชวนรับประทาน ในขณะที่ร้อยละ 72.5 คิดว่าเนื่องจากร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดเหมาะสำหรับเป็นที่นัดพบเพื่อนฝูง และร้อยละ 31.1 ให้เหตุผลว่าเพราะเพื่อนชวนจึงขัดไม่ได้ ร้อยละ 30.1 คิดว่าเนื่องจากสื่อจูงใจให้ต้องรับประทาน และร้อยละ 23.1 คิดว่าเนื่องจากสาเหตุอื่นๆ เช่น กินเป็นบางครั้ง ไม่บ่อย กินไม่มาก มีความสะดวก รวดเร็ว หาซื้อง่าย ไม่รู้จะกินที่ไหน ไม่รู้จะกินอะไรดี อยากกิน บรรยากาศชวนให้น่าเข้าไปนั่งกิน จำเป็นจริง ๆ จึงจะกิน พ่อแม่และญาติพี่น้องไปรับประทาน มีของแถม หรือกินเฉพาะในโอกาสพิเศษ

ตารางที่ 4.20 : ความคิดเห็นของเยาวชนเกี่ยวกับผลกระทบของการรับประทาน
อาหารจังก์ฟู้ด

รายการ	จำนวนร้อยละ เทียบจากจำนวนทั้งหมด	
	จำนวน	ร้อยละ
กลัวว่ารับประทานอาหารจังก์ฟู้ดจะทำให้อ้วน		
ใช่	252	45.0
ไม่ใช่	62	11.1
เฉยๆ	199	35.5
ไม่ตอบ	47	8.4
อาหารประเภทจังก์ฟู้ด (ขนมกรุบกรอบ น้ำอัดลม ไอศกรีม ฯลฯ) ที่ท่าน ชอบมากที่สุด		
ขนมกรุบกรอบ บรรจุถุงสวยงาม	156	27.9
น้ำอัดลม	219	39.1
ไอศกรีม	298	53.2
อื่น ๆ (ช็อกโกแลต ไม่ค่อยกิน ชอบเป็นบางครั้ง ไม่ชอบ เสียหายเงิน)	10	1.8

ตารางที่ 4.20 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับผลกระทบของการรับประทานอาหารจังก์ฟู้ด ร้อยละ 45.0 กลัวว่ารับประทานอาหารจังก์ฟู้ดแล้วจะทำให้อ้วน ร้อยละ 11.1 ไม่กลัว และร้อยละ 35.5 รู้สึกเฉยๆ และไม่ตอบร้อยละ 8.4

อาหารประเภทจังก์ฟู้ดที่กลุ่มตัวอย่างชอบมากที่สุด ส่วนใหญ่ร้อยละ 53.2 ชอบไอศกรีม ร้อยละ 39.1 ชอบน้ำอัดลม ร้อยละ 27.9 ชอบขนมกรุบกรอบ บรรจุถุงสวยงาม และร้อยละ 1.8 ชอบจังก์ฟู้ดอื่น ๆ เช่น ช็อกโกแลต กลุ่มตัวอย่างบางคนตอบว่าไม่ค่อยกิน ชอบเป็นบางครั้ง และไม่ชอบเพราะเสียเงิน

5) ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.21 : เหตุผลของการไปใช้บริการอาหารฟาสต์ฟู้ดของเยาวชน

รายการ	จำนวนร้อยละ เทียบจากจำนวนทั้งหมด	
	จำนวน	ร้อยละ
เหตุผลของการใช้บริการอาหารฟาสต์ฟู้ด		
บริการรวดเร็วทันใจ	364	65.0
สถานที่มีความสะอาด เย็นสบาย	327	58.4
อร่อย	326	58.2
เพื่อน/คนรู้จักชวนไปรับประทาน	323	57.7
จุดนัดพบเพื่อน/คนพิเศษ	295	52.7
ทำเลที่ตั้งสะดวกแก่การหาซื้อรับประทาน	261	46.6
ใกล้โรงเรียน/ใกล้บ้าน	250	44.6
การโฆษณาทำให้สินค้าน่าลอง	137	24.5
มีการลดราคา	118	21.1
ภาพพจน์ของร้านดี	106	18.9
ราคาเหมาะสม	87	15.5
ยี่ห้ออาหารฟาสต์ฟู้ดเป็นที่นิยม	78	13.9
สามารถแลกซื้อของแถม	67	12.0
อื่น ๆ (ส่งถึงบ้าน เปลี่ยนบรรยากาศจากที่บ้าน หิวหาร้านที่น่ากินไม่เจอ ไม่มีอะไรจะกิน ไม่เคยใช้บริการ)	7	1.3

ตารางที่ 4.21 แสดงเหตุผลของการไปใช้บริการอาหารฟาสต์ฟู้ดของกลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 65.0 ให้เหตุผลของการใช้บริการอาหารฟาสต์ฟู้ดเนื่องจากบริการรวดเร็วทันใจ ร้อยละ 58.4 คิดว่าสถานที่มีความสะอาด เย็นสบาย ร้อยละ 58.2 เห็นว่าอาหารอร่อย ร้อยละ 57.7 ใช้บริโภคเนื่องจากเพื่อนหรือคนรู้จักชวนไปรับประทาน ร้อยละ 52.7 ใช้บริการเนื่องจากเป็นจุดนัดพบเพื่อนหรือคนพิเศษ ร้อยละ 46.6 เห็นว่าทำเลที่ตั้งสะดวกแก่การหาซื้อรับประทาน ร้อยละ 44.6 เห็นว่าใกล้ โรงเรียนหรือใกล้บ้าน ร้อยละ 24.5 คิดว่าการโฆษณาทำให้สินค้าน่าลอง ร้อยละ 21.1 บริโภคเพราะมีการลดราคา ร้อยละ 18.9 เห็นว่าภาพพจน์ของร้านดี ร้อยละ 15.5 เห็นว่าราคาเหมาะสม ร้อยละ 13.9 เห็นว่ายี่ห้ออาหารฟาสต์ฟู้ดเป็นที่นิยม ร้อยละ 12.0 บริโภคเนื่องจากสามารถแลกซื้อของแถม และสาเหตุอื่น ๆ (ร้อยละ 1.3) เช่น มีบริการส่งถึงบ้าน เปลี่ยนบรรยากาศจากที่บ้าน หิวหาร้านที่น่ากิน ไม่เจอ ไม่มีอะไรจะกิน และไม่เคยใช้บริการ

ตารางที่ 4.22 : ปัจจัยเกี่ยวกับที่ตั้งของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดที่เยาวชนใช้บริการเป็นประจำ

รายการ	จำนวนร้อยละ เทียบจากจำนวนทั้งหมด	
	จำนวน	ร้อยละ
ที่ตั้งร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดที่มักไปใช้บริการ		
อยู่ใกล้บริเวณย่านศูนย์การค้าเป็นที่นิยมของวัยรุ่น	261	46.6
อยู่ใกล้โรงเรียน	175	31.3
อยู่ใกล้บ้าน	161	28.8
อื่น ๆ	39	7.0

จากตารางที่ 4.22 แสดงปัจจัยเกี่ยวกับที่ตั้งของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการเป็นประจำ ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 46.6) กินอาหารฟาสต์ฟู้ดที่อยู่ใกล้บริเวณย่านศูนย์การค้าที่เป็นที่นิยมของวัยรุ่น ร้อยละ 31.3 ใช้บริการร้านที่ใกล้โรงเรียน และร้อยละ 28.8 ใช้บริการร้านที่ใกล้บ้าน และปัจจัยอื่นๆ (ร้อยละ 7.0) เช่น นัดพบง่าย ใกล้ที่ทำงาน เป็นอาหารโปรด อยู่ใกล้ที่เรียนพิเศษ ตั้งใจไป เพื่อนเลี้ยง ใกล้ที่ไหนก็กินที่นั่น มีอยู่ทั่วไปหาซื้อง่าย คนในครอบครัวชอบซื้อมาฝาก หรือโทรสั่ง รสชาติดี อยู่ใกล้ช่วงที่รู้สึกหิวพอดี และไม่ทราบจะกินอะไรดีจึงเลือกที่จะกินฟาสต์ฟู้ด

ตารางที่ 4.23 : แรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของเยาวชน

รายการ	คะแนน	เห็นด้วยมากที่สุด		เห็นด้วยมาก		เห็นด้วยน้อย		ไม่เห็นด้วย/ไม่แน่ใจ		คะแนน
	เฉลี่ย	(4คะแนน)		(3คะแนน)		(2คะแนน)		(1คะแนน)		รวม
	แต่ละรายการ	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	
1. ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดเหมาะสำหรับเป็นที่นัดหมายในกลุ่มเพื่อนๆ เพราะเป็นที่รู้จักกันดี	3.20	194	776	229	687	62	124	16	16	1603
2. ได้รับความสะดวกสบายจากการบริการอาหารส่งถึงบ้าน	3.15	172	688	242	726	78	156	9	9	1579
3. การบริการของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดรวดเร็ว ทันใจ	3.14	161	644	257	771	76	152	7	7	1574
4. พนักงานบริการ อ้อมแอ้มแจ่มใสให้บริการที่น่าประทับใจ	2.89	111	444	243	729	130	260	17	17	1450
5. อาหารฟาสต์ฟู้ด สะอาด น่ารับประทาน	2.77	85	340	248	744	138	276	30	30	1390
6. รสชาติของอาหารฟาสต์ฟู้ดอร่อย	2.76	75	300	256	768	145	290	25	25	1383

ตารางที่ 4.23 : แรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของกลุ่มเยาวชน
(ต่อ)

รายการ	คะแนนเฉลี่ยแต่ละรายการ	เห็นด้วยมากที่สุด (4คะแนน)		เห็นด้วยมาก (3คะแนน)		เห็นด้วยน้อย (2คะแนน)		ไม่เห็นด้วย/ไม่แน่ใจ (1คะแนน)		คะแนนรวม
		จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	
7. เลือกกินอาหารฟาสต์ฟู้ดเพราะมีร้านอยู่ใกล้ สะดวกซื้อ	2.75	90	360	245	735	117	234	49	49	1378
8. ภาชนะบรรจุอาหารฟาสต์ฟู้ดสีสันสวยสะดุดตา	2.73	86	344	236	708	137	274	42	42	1368
9. การเลี้ยงส่งสรภันท์เพื่อนฝูงมักเลือกกินอาหารตามร้านฟาสต์ฟู้ด	2.72	88	352	231	693	134	268	48	48	1361
10. การกินอาหารฟาสต์ฟู้ดเป็นกระแสนิยมของสังคมยุคนี้	2.64	98	392	198	594	133	266	72	72	1324
11. การโฆษณาอาหารฟาสต์ฟู้ดน่าสนใจและชวนให้ลิ้มลอง	2.63	66	264	231	693	156	312	48	48	1317
12. อาหารฟาสต์ฟู้ดเหมาะกับวิถีการดำเนินชีวิตของคนไทยในปัจจุบัน	2.27	40	160	145	435	224	448	92	92	1135
13. โอกาสพิเศษ เช่นวันเกิด หรือเลี้ยงแสดงความยินดี ครอบครัวท่านมักเลือกกินอาหารตามร้านฟาสต์ฟู้ด	2.12	41	164	135	405	196	392	129	129	1090
14. อาหารฟาสต์ฟู้ดราคาไม่แพง	1.97	26	104	90	270	228	456	157	157	987
15. คนที่บริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดเป็นคนยุคใหม่ ทันสมัย	1.96	29	116	91	273	214	428	167	167	984
16. อาหารฟาสต์ฟู้ดมีคุณค่าทางอาหารที่เหมาะสม	1.88	22	88	61	183	254	508	164	164	943
17. ท่านเลือกกินอาหารฟาสต์ฟู้ดเนื่องจากชอบรสชาติของที่มีมา กับชุดอาหารที่สั่งซื้อ	1.76	26	104	59	177	187	374	229	229	884

ตารางที่ 4.23 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของกลุ่มตัวอย่าง ประเมินโดยการจัดระดับคะแนนออกเป็น 4 ระดับ คือเห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยน้อย และไม่เห็นด้วยหรือไม่แน่ใจ โดยคิดคะแนนเป็น 4,3,2 และ 1 ตามลำดับ ในการจัดลำดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของกลุ่มตัวอย่างครั้งนี้ ใช้คะแนนรวมจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบครบทุกประเด็นทั้ง 4 ระดับ คือจำนวน 501 คน คิดเป็นร้อยละ 89.5 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และเทียบจากคะแนนเฉลี่ยในแต่ละประเด็นที่สอดคล้องกับผลคะแนนรวม จากผลการนับคะแนนรวมตามตารางที่ 22 พบว่าแรงจูงใจในการเลือกบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด เรียงตามลำดับดังนี้คือ

1. ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดเหมาะสำหรับเป็นที่นัดหมายในกลุ่มเพื่อนๆ เพราะเป็นที่รู้จักกันดี
2. ได้รับความสะดวกสบายจากการบริการอาหารส่งถึงบ้าน
3. การบริการของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดรวดเร็ว ทันใจ
4. พนักงานบริการ ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้บริการที่น่าประทับใจ
5. อาหารฟาสต์ฟู้ด สะอาด น่านับประทาน
6. รสชาติของอาหารฟาสต์ฟู้ดอร่อย
7. เลือกกินอาหารฟาสต์ฟู้ดเพราะมีร้านอยู่ใกล้ สะดวกซื้อ
8. ภาชนะบรรจุอาหารฟาสต์ฟู้ดสวยงาม สะดุดตา
9. การเลี้ยงสังสรรค์ในหมู่เพื่อนฝูง มักเลือกกินอาหารตามร้านฟาสต์ฟู้ด
10. การกินอาหารฟาสต์ฟู้ดเป็นกระแสนิยมของสังคมยุคนี้
11. การโฆษณาอาหารฟาสต์ฟู้ดน่าสนใจและชวนให้ลิ้มลอง
12. อาหารฟาสต์ฟู้ดเหมาะกับวิถีการดำเนินชีวิตของคนไทยในปัจจุบัน
13. โอกาสพิเศษ เช่นวันเกิด หรือเลี้ยงแสดงความยินดี ครอบครัวมักเลือกกินอาหารตามร้านฟาสต์ฟู้ด
14. อาหารฟาสต์ฟู้ดราคาไม่แพง
15. คนที่บริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดเป็นคนยุคใหม่ ทันสมัย
16. อาหารฟาสต์ฟู้ดมีคุณค่าทางอาหารที่เหมาะสม
17. เลือกกินอาหารฟาสต์ฟู้ด เนื่องจากชอบสะสมสิ่งของที่มีมากับชุดอาหารที่สั่งซื้อ

ตารางที่ 4.24 : แรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารจังก์ฟู้ดของเยาวชน

รายการ	คะแนนเฉลี่ย	เห็นด้วยมากที่สุด (4คะแนน)		เห็นด้วยมาก (3คะแนน)		เห็นด้วยน้อย (2คะแนน)		ไม่เห็นด้วย/ไม่แน่ใจ (1คะแนน)		รวม
		จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	
1. การโฆษณาอาหารจังก์ฟู้ดน่าสนใจและชวนให้ลิ้มลอง	2.64	73	292	224	672	155	310	49	49	1323
2. รสชาติของอาหารจังก์ฟู้ดมีความอร่อย	2.63	72	288	209	627	183	366	37	37	1318
3. ภาชนะบรรจุอาหารจังก์ฟู้ดมีสวยงาม สะดุดตา ทำให้ต้องการซื้อ	2.50	65	260	185	555	187	374	64	64	1253
4. ท่านเลือกกินอาหารจังก์ฟู้ด เนื่องจากชอบสะสมสิ่งของที่มีมากับซองบรรจุภัณฑ์นั้น หรือการชิงโชค	1.82	32	128	73	219	169	338	227	227	912

จากตารางที่ 4.24 แสดงแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารจังก์ฟู้ดของกลุ่มตัวอย่าง โดยจัดลำดับคะแนนเช่นเดียวกับตารางที่ 22 พบว่า ลำดับแรงจูงใจในการตัดสินใจบริโภคจังก์ฟู้ดเนื่องจากการโฆษณาอาหารจังก์ฟู้ด น่าสนใจและชวนให้ลิ้มลอง รสชาติของอาหารจังก์ฟู้ดมีความอร่อย ภาชนะบรรจุอาหารจังก์ฟู้ดมีสีสวย สะดุดตา ทำให้ต้องการซื้อ เลือกกินอาหารจังก์ฟู้ด เนื่องจากชอบสะสมสิ่งของที่มามีกับของบรรจุภัณฑ์นั้น หรือการชิงโชค ตามลำดับ

ตารางที่ 4.25 : ความคิดเห็นของเยาวชนเกี่ยวกับแนวโน้มการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดในประเทศไทย

รายการ	จำนวนร้อยละ เทียบจากจำนวนทั้งหมด	
	จำนวน	ร้อยละ
ความต้องการเกี่ยวกับแนวโน้มฟาสต์ฟู้ดในประเทศไทย		
ควรลดค่านิยมการกินอาหารฟาสต์ฟู้ดลง	276	49.3
หาซื้อบริโภคได้ง่ายและสะดวกมากกว่านี้	120	21.4
ควรปล่อยให้เป็นไปตามกระแสนิยม	106	18.9
อื่นๆ	31	5.5
ไม่ระบุ	27	4.8

ตารางที่ 4.25 แสดงความต้องการเกี่ยวกับแนวโน้มฟาสต์ฟู้ดในประเทศไทยของกลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 49.3 เห็นว่าควรลดค่านิยมการกินอาหารฟาสต์ฟู้ดลง ร้อยละ 21.4 เห็นว่าควรหาซื้อบริโภคได้ง่ายและสะดวกมากกว่านี้ ร้อยละ 18.9 เห็นว่าควรปล่อยให้เป็นไปตามกระแสนิยม อื่นๆ ร้อยละ 5.5 และไม่แสดงความเห็น ร้อยละ 4.8

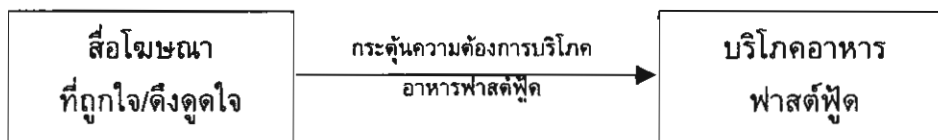
6) ความคิดเห็นของเยาวชนเกี่ยวกับสื่อโฆษณาฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด

ตารางที่ 4.26 : การได้รับข่าวสารเกี่ยวกับอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด

รายการ	จำนวนร้อยละ เทียบจากจำนวนทั้งหมด	
การได้รับข่าวสารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด	จำนวน	ร้อยละ
เคย	546	97.5
ไม่เคย	6	1.1
ไม่ระบุ	8	1.4
สื่อทางใดที่ได้รับ		
โทรทัศน์	480	85.7
ใบปลิว	196	35.0
โฆษณา ณ จุดขาย	135	24.1
เพื่อน/คนรู้จัก	86	15.4
หนังสือพิมพ์	71	12.7
นิตยสาร	60	10.7
วิทยุ	54	9.6

ตารางที่ 4.26 แสดงการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับอาหารฟาสต์ฟู้ดของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีถึงร้อยละ 97.5 เคยอ่าน ฟัง หรือดูโฆษณาฟาสต์ฟู้ด สื่อที่ได้รับมากที่สุดคือจากโทรทัศน์ ร้อยละ 85.7 ใบปลิว ร้อยละ 35.0 โฆษณา ณ จุดขาย ร้อยละ 24.1 ได้รับจากเพื่อน หรือคนรู้จัก ร้อยละ 15.4 จากหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 12.7 จากนิตยสาร ร้อยละ 10.7 และจากวิทยุ ร้อยละ 9.6

สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อโฆษณากับการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดของกลุ่มตัวอย่าง โดยแสดงความสัมพันธ์ตามแผนภูมิที่ 4.1 และถามความคิดเห็นดังแสดงใน ตารางที่ 4.27 ดังนี้



แผนภูมิที่ 4.1 สื่อโฆษณากับการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด

ตารางที่ 4.27 : ความคิดเห็นของเยาวชนต่อแผนภูมิสื่อโฆษณากับการบริโภค
อาหารฟาสต์ฟู้ด

รายการ	จำนวนร้อยละ	
	เทียบจากจำนวนของแต่ละกลุ่ม	
ความเห็นต่อแผนภูมิ (n=560)	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วย	481	85.9
ไม่เห็นด้วย	55	9.8
ไม่ระบุ	24	4.3
เหตุผลของกลุ่มที่เห็นด้วย (n=481)		
ทำให้น่าสนใจ ดึงดูดใจ	179	37.2
สื่อมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	139	28.9
เป็นกลยุทธ์ทางการตลาด	46	9.6
เป็นการโฆษณาที่ดี	2	0.2
ไม่แสดงเหตุผล	115	23.9
เหตุผลของกลุ่มที่ไม่เห็นด้วย (n=55)		
ขึ้นกับความชอบของแต่ละคน	4	7.2
ถ้าต้องการกินจะไม่นึกถึงโฆษณา	19	34.5
ไม่จำเป็น	1	1.8
อื่นๆ	7	12.7
ไม่แสดงเหตุผล	24	43.6

จากตารางที่ 4.27 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อแผนภูมิเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อโฆษณากับการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของกลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 85.9 เห็นด้วย ในขณะที่ร้อยละ 9.8 ไม่เห็นด้วย และร้อยละ 4.3 ไม่ระบุ

กลุ่มตัวอย่างที่เห็นด้วยกับแผนภูมิแสดงเหตุผลที่เห็นด้วยเนื่องจากโฆษณาทำให้น่าสนใจ ดึงดูดใจ ร้อยละ 37.2 สื่อมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ร้อยละ 28.9 เป็นกลยุทธ์ทางการตลาด ร้อยละ 9.6 และเป็นการโฆษณาที่ดี ร้อยละ 0.2

กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เห็นด้วยเนื่องจาก เห็นว่าการบริโภคขึ้นกับความชอบของแต่ละคน ร้อยละ 7.2 ให้ความเห็นว่าหากต้องการกินจะไม่นึกถึงโฆษณา ร้อยละ 34.5 เห็นว่าไม่จำเป็นต้องเป็นไปตามแผนภูมิ ร้อยละ 1.8 อื่นๆ ร้อยละ 12.7 และไม่แสดงความเห็นร้อยละ 43.6

ตารางที่ 4.28 : ความถี่ของการโฆษณาข่าวสารจากสื่อวิทยุโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหาร
ฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด

ครั้งที่ บันทึก	ฟาสต์ฟู้ด		จังก์ฟู้ด		อื่น ๆ		รวม (ครั้ง)
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
วันหยุดทำการ (บันทึกเวลา 07.00-10.00 น.)							
1	4	2.9	82	60.3	50	36.8	136
2	8	5.8	94	68.6	35	25.5	137
3	3	2.5	83	69.2	34	28.3	120
4	8	6.5	81	65.8	34	27.6	123
5	6	4.7	92	71.9	30	23.4	128
6	5	4.1	81	66.9	35	28.9	121
เฉลี่ยรวม	5.6	4.4	85.5	67.3	36.3	28.6	127
วันทำการ (บันทึกเวลา 18.00-22.00 น.)							
1	1	1.6	40	65.6	20	32.8	61
2	3	6.3	32	66.7	13	27.1	48
3	4	6.6	34	55.7	23	37.7	61
4	4	6.6	30	49.2	27	44.3	61
5	4	5.7	35	50.0	31	44.3	70
6	5	6.5	40	51.9	32	41.6	77
เฉลี่ยรวม	3.5	5.6	35	55.6	24.3	38.6	63

จากการบันทึกรายการโฆษณาที่ปรากฏในสื่อวิทยุโทรทัศน์ ดำเนินการโดยการบันทึกความถี่ของรายการโฆษณาของสถานีโทรทัศน์ช่องหนึ่งที่เป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี โดยสุ่มบันทึกในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ เวลาประมาณ 07.00 น. – 10.00 น. และวันทำการ โดยบันทึกช่วงเวลา 18.00 น. – 22.00 น. โดยฟาสต์ฟู้ดจะหมายถึงอาหารประเภทแฮมเบอร์เกอร์ ไก่ทอด พิซซ่า เป็นต้น ส่วนจังก์ฟู้ดเป็นอาหารประเภทขนมขบเคี้ยว คุกกี้ ไอศกรีม เจลลี่ เครื่องดื่มอัดลม เป็นต้น ยกเว้นเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ และเครื่องดื่มประเภทนม ส่วนการโฆษณาประเภทอื่น หมายถึงการโฆษณาอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากการโฆษณาดังกล่าวข้างต้น พบว่าในวันหยุดทำการมีการโฆษณาจังก์ฟู้ด ในช่วงเช้าตั้งแต่เวลา 07.00 น. – 10.00 น. เฉลี่ยถึง 85.5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 67.3 ของการโฆษณารวมทั้งหมด และมีการโฆษณาฟาสต์ฟู้ดโดยสื่อวิทยุโทรทัศน์ ร้อยละ 4.4 ส่วนการโฆษณาในวันทำการช่วงเวลาเย็นจนถึงค่ำ ระหว่างเวลา 18.00 น. – 22.00 น. มีการโฆษณาจังก์ฟู้ดร้อยละ 55.6 และฟาสต์ฟู้ดร้อยละ 5.6

4.1.2 ข้อมูลจากการมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นของผู้แทนเยาวชนจากสถานศึกษา

1) ลักษณะทางประชากรและสังคมของผู้แทนเยาวชนจากสถานศึกษา

ผู้เข้าร่วมสัมมนาระดมความคิดเห็นเป็นผู้แทนนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจากโรงเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยความสมัครใจของโรงเรียนที่จะเข้าร่วมกิจกรรมในการสัมมนาระดมความคิดเห็นครั้งนี้โรงเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรมจำนวน 3 แห่ง ได้แก่ โรงเรียนสตรีวิทยา โรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัย และโรงเรียนหอวัง จำนวนผู้แทนที่เข้าร่วมสัมมนาระดมความคิดเห็น ทั้งสิ้น จำนวน 32 คน เป็นชาย 17 คน และหญิง 15 คน อายุเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง คือ 16.37 ปี (SD = 0.74)

2) การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นของผู้แทนเยาวชน

ในการมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นของผู้แทนเยาวชนใช้กระบวนการ A - I - C (Appreciation - Influence - Control) เป็นกระบวนการเน้นการมีส่วนร่วมของผู้เข้าประชุมสัมมนาเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็น ประสบการณ์ ข้อมูลข่าวสารที่ทำให้เกิดความเข้าใจถึงสภาพปัญหา ข้อจำกัด ความต้องการ และศักยภาพของผู้ที่เกี่ยวข้อง

กิจกรรมการร่วมสัมมนาแสดงความคิดเห็นของผู้แทนเยาวชนใช้เวลาดำเนินการ 2 วัน และพักค้าง 1 คืน ณ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช รายละเอียดกิจกรรมปรากฏในภาคผนวกโครงการประชุมปฏิบัติการเรื่อง “ฉลาดกิน สันโรครภัย” ขั้นตอนการประชุมประกอบด้วยการสำรวจสภาพที่เป็นจริงของการบริโภคของวัยรุ่น การกำหนดสภาพที่มุ่งหวังของการบริโภค การคิดค้นวิธีการสำคัญ การเสนอโครงการ และปณิธานของเยาวชน จากการดำเนินกิจกรรมละลายพฤติกรรมและแสดงความคิดเห็นต่อการสัมมนาในครั้งนี้ ผู้แทนเยาวชนคาดหวังว่าจะสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปปฏิบัติและเผยแพร่ แนะนำให้แก่ผู้อื่นได้รับความรู้ใหม่ ๆ ในด้านโภชนาการที่ดี ได้รับความรู้เกี่ยวกับการเลือกรับประทานอาหาร รับรู้ผลที่จะตามมาจากการบริโภคอาหารขยะ เช่น โรคอ้วน โรคไขมันอุดตัน สามารถสร้างแนวคิดใหม่ในการเลือกรับประทานอาหาร ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ได้เปลี่ยนบรรยากาศ ได้รับความบันเทิง ความสนุกสนานที่มีสาระ ได้เพื่อนใหม่ และเรียนรู้การทำงานร่วมกับเพื่อน ๆ ต่างโรงเรียน นอกจากนี้ยังคาดหวังที่จะให้คนรอบข้าง คนในครอบครัวมีสุขภาพดี ให้ประชากรของประเทศไทยมีสุขภาพดีขึ้นทุกคน ตลอดจนกินอาหารฟาสต์ฟู้ดและอาหารจังก์ฟู้ด ลดลง

การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสาเหตุของปัจจัยการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดของเยาวชน โดยใช้กระบวนการ A - I - C ประกอบด้วย

- (1) การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ดของเยาวชน
- (2) การวิเคราะห์สภาพปัจจุบัน “เยาวชนกินอะไร อย่างไร”
- (3) การวิเคราะห์สื่อโฆษณาอาหารฟาสต์ฟู้ดและจังก์ฟู้ด
- (4) แนวทางการส่งเสริมให้เยาวชนรู้เท่าทันสื่อโฆษณา
- (5) พฤติกรรมการบริโภคที่มุ่งหวังของเยาวชนไทย
- (6) การดำเนินงานโครงการส่งเสริมพฤติกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพของเยาวชนไทย