

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด ของนักศึกษาระดับชั้นปีที่ 1 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักศึกษาระดับชั้นปีที่ 1 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังและเพื่อศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักศึกษาระดับชั้นปีที่ 1 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาระดับชั้นปีที่ 1 ในปีการศึกษา 2551 จำนวน 357 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามแบบเกี่ยวกับ ข้อมูลพื้นฐานของนักศึกษา ได้แก่ เพศ คณะที่กำลังศึกษา รายได้ต่อเดือน ส่วนที่สองได้แก่ พฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด ของนักศึกษาระดับชั้นปีที่ 1 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง สถิติที่ใช้ ค่าร้อยละ (Percentage) และทดสอบสมมติฐานด้วยค่าไคสแควร์ (Pearson Chi-Square)

ผลการวิจัยสรุปดังนี้

พบว่า นักศึกษาระดับชั้นปีที่ 1 ที่สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 185 คน คิดเป็นร้อยละ 51.8 ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ 114 คิดเป็นร้อยละ 31.9 มีรายได้ต่อสัปดาห์ ระหว่าง 501 – 1,000 บาท 215 คน คิดเป็นร้อยละ 60.2 อยู่หอพัก 246 คน คิดเป็นร้อยละ 68.9

ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักศึกษาระดับชั้นปีที่ 1 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จำแนกตามเพศ คณะที่กำลังศึกษา พบว่า นักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ชั้นปีที่ 1 ทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนมากเลือกร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด ได้แก่ ร้านเคนดักกีฟรายซิกเก้น (KFC) เลือกเครื่องดื่ม น้ำอัดลม เลือกศูนย์การค้าเพื่อบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด ที่เทสโก้ โลตัส และไม่มีนักศึกษาไปใช้บริการอาหารฟาสต์ฟู้ดที่ห้างมาบุญครอง ช่วงเวลาในการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด เวลา 15.00-18.00 น. และใช้เวลาในการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด 21-40 นาที บริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดต่อเดือน 1-5 ครั้ง และใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดต่อครั้งต่อคน ตั้งแต่ 100 บาทขึ้นไป บุคคลที่ร่วมบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดด้วย ได้แก่ เพื่อน

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 คือ นักศึกษาเพศชายและหญิงมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารแตกต่างกัน พบว่า มีความแตกต่างในบางพฤติกรรม คือ พฤติกรรมการเลือกร้านอาหาร การใช้ระยะเวลาในการบริโภคแต่ละครั้ง และพฤติกรรมที่เลือกบุคคลในการร่วมบริโภค ส่วนพฤติกรรมที่ไม่แตกต่างกัน คือ พฤติกรรมการเลือกเครื่องดื่ม การเลือกศูนย์การค้า การเลือกช่วงเวลาบริโภค จำนวนครั้งในการบริโภคต่อเดือน และค่าใช้จ่ายในการบริโภคต่อครั้งต่อคน

The research titled "Factors Relating to Western Fast Food Consuming Behavior of First-year Student at KMITL" was intended to study the fast food consuming behavior of first-year students at KMITL. The sample group consisted of a total of 357 first-year students such as gender, faculty. And monthly income including fast food consuming behavior of first-year students at KMITL. The statistics use in the research were Percentage and Pearson Chi-Square.

The findings were as follows:

The major group of first-year students at KMITL who answered the questionnaires was female students. total number was 185 or 51.8 %, the major group was students of the faculty of engineering, total number was 114 or 31.9 %, 251 students or 60.2 % had weekly income of between 501-1,000 Baht, 246 students or 68.9 % lived in the dormitory.

When making a comparison of the fast food consuming behavior of first-year students at KMITL based on gender and faculty, it was found that both male and female first year students at KMITL mostly chose KFC among other fast food restaurants; chose soda as a drink; chose tesco Lotus among other shopping centers for fast food service; and no one went to MBK Center for fast food service. The time for fast food was between 3 p.m. to 6 p.m. : 21-40 minutes were spent eating fast food; and the frequency of eating fast food was 1-5 times a month. They spent 100 Baht or per time per person eating fast food; and they eat fast food with their friends.

After analyzing data to test the first hypothesis that male and female students had different food consuming behavior, it was found that there was a difference between male and female students in the behavior of choosing a restaurant, the duration of each consumption occasion and the behavior of choosing a person to eat fast food with. However, there was no difference between both genders in the behavior of choosing a drink; choosing a shopping center, choosing time for consumption, the frequency of consumption per month and the expense for each consumption occasion per person.