

T 158675

การศึกษครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการรับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักศึกษาสถาบันราชภัฏเชียงใหม่ โดยมีนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 384 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามซึ่งประกอบด้วย คำถามข้อมูลทั่วไปและแบบสอบถามความเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการรับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ด วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ ความเข้าใจในด้านโภชนาการค่อนข้างดี โดยเฉพาะปัจจัยเกี่ยวกับการรับประทานอาหารครบทุกหมู่ให้หลากหลายในปริมาณที่เพียงพอทุกวันเพื่อช่วยให้ร่างกายเจริญเติบโต แต่ถึงแม้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีความรู้ ความเข้าใจในด้านโภชนาการค่อนข้างดี ก็ไม่ทำให้พฤติกรรมการรับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ดเปลี่ยนไป กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยว่าอาหารฟาสต์ฟู้ดมีความจำเป็น นอกจากจะเป็นการชอบโดยส่วนตัวแล้วยังมีปัจจัยที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างรับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ดอันเนื่องมาจากอาหารฟาสต์ฟู้ดมีให้เลือกหลายชนิดหลายประเภททั้งง่ายและรวดเร็วต่อการรับประทาน นอกจากนี้แล้วร้านค้ายังเป็นสถานที่พบปะสังสรรค์ในกลุ่มเพื่อน บรรยากาศภายในร้านสะอาด รสชาติของอาหารแปลกใหม่กว่าอาหารธรรมดาทั่วไป อีกทั้งสื่อโฆษณาต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ที่เห็นทั้งภาพ เสียงและกิจกรรมต่าง ๆ เป็นสิ่งจูงใจให้เข้าไปใช้บริการฟาสต์ฟู้ดมากขึ้น

## ABSTRACT

TE 158675

The purpose of this study was to examine the relationships between factors affecting fast food consumption of students at Rajabhat Institute, Chiang Mai. The study sample consisted of 384 students. Data were collected by using a questionnaire including demographic data and their opinions sought about factors affecting consumption behavior. The data were analyzed by using frequency, percentage and arithmetic mean.

The results of the study were as follows: the students had a quite good knowledge and understanding of nutrition, especially the factors concerned with balanced and varied diet needed for growth development. However, although they knew and understood quite well about nutrition, but they did not change their consumption behavior. The students explained that the fast food was necessary for them. Apart from the preference for fast food, other factors affecting fast food consumption were that there was a variety of fast food, and the food was easy and quick for eating. Moreover, the shops' location were used as places of meeting and entertainment by consumers. The shops' atmosphere were nice and the food tastes were varied. Advertising media was another factor, especially television programs that showed both pictures and sound. In addition, other activities taking place at the fast food shop encouraged their want.