

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของวัยรุ่นโรงเรียน
ของรัฐในกรุงเทพมหานคร

Factors related to Snack Food Consumption Behaviors of Teenagers at Public
Schools in Bangkok

อุไรวรรณ ไ้ม่กร่าง* อังคณา ขันตรีจิตรานนท์** และณฤมล ศรารักษ์**

*สาขาวิชาคหกรรมศาสตรศึกษา ภาควิชาอาชีวศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

**ภาควิชาอาชีวศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Ueaiwan Mai Krang*, Angkhana Khantreejittranon**, and Narumon Saratapun**

* Major of Home Economics Education, Department of Education, Faculty of Education, Kasetsart University

** Department of Vocational Education, Faculty of Education, Kasetsart University

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นโรงเรียนของรัฐในกรุงเทพมหานครและ 2) ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นโรงเรียนของรัฐในกรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นโรงเรียนของรัฐในกรุงเทพมหานคร 430 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยการทดสอบไคสแควร์

ผลการศึกษาพบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นโรงเรียนของรัฐในกรุงเทพมหานครมีพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวปฏิบัติเป็นประจำ ได้แก่ ร้อยละ 68.1นักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยวเพราะติดใจในรสชาติที่อร่อย รสหอม ร้อยละ 66.0 นักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยวระหว่างทำกิจกรรมต่างๆได้แก่ อ่านหนังสือ/เล่นเกม คอมพิวเตอร์ หรือโทรศัพท์มือถือ ร้อยละ 65.3 นักเรียนซื้อขนมขบเคี้ยวจากร้านสะดวกซื้อหรือซูเปอร์มาร์เก็ต ร้อยละ 63.4นักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยวในงานเลี้ยงสังสรรค์กับเพื่อนๆ ร้อยละ 60.9 นักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยว เพราะสะดวกต่อการรับประทาน และ ร้อยละ 54.9นักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยว เพื่อบรรเทาความหิวหรือรองท้องการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว พบว่า ปัจจัยด้านสังคม ด้านข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ: พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยววัยรุ่นโรงเรียนของรัฐ

Abstract

The objectives of this research were to study: 1) snack food consumption behaviors of public school teenagers in Bangkok, and 2) factors related to snack food consumption behaviors of public schools teenagers in Bangkok. This research was a survey research. Data collected from 430 public junior high schools teenagers in Bangkok. Multi Stage Random Sampling was used for data, were analyzed to acquire Percentage, Mean, Standard, and Chi-square.

The findings showed that junior high school students in Bangkok Metropolis had practice regularly Snack food consumption behaviors. 68.1 Percent of students ate snack food because they were attracted to delicious flavors, 66.0 percent of students ate snack food during various activities; reading book, playing computer game or mobile phone. 65.3 percent of students bought snack food from convenience stores or supermarket, and 63.4 percentage it at party with friends. 60.9 percent of students ate snack food because it was easy to eat and 54.9 percent of students ate snack food to relieve hunger or secondary food. The study of factors related to snack food consumption behaviors showed that: Social factor information related to snack food consumption behaviors, statistically significant at the .01 level.

Keywords: Snack Food Consumption Behavior, Public School Teenagers

บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยมีรูปแบบการดำรงชีวิตที่ต้องเผชิญกับมลภาวะทางสิ่งแวดล้อม และความเครียดทางสังคม การขาดการออกกำลังกาย การใช้ชีวิตที่เร่งรีบซึ่งมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการบริโภคนิสัยของคนไทยที่เน้นความสะดวกรวดเร็วเป็นหลัก (Sutasworawuth and Authors, 2010) ทำให้การบริโภคอาหารที่มีรสชาติ หวาน มัน เค็มมากขึ้น บริโภคผักน้อยลง บริโภคผงชูรสเป็นประจำ บริโภคอาหารต่างชาติ และบริโภคตามกระแสที่รุนแรงขึ้น (Teerasiri, 2011) สาเหตุมาจากการตลาดที่มีเทคนิคการส่งเสริมให้เกิดค่านิยม ความเชื่อ และความต้องการบริโภคอาหารตามสื่อต่างๆ (Dolwithyakhuen, 2015) นอกจากนี้ขนมขบเคี้ยวเป็นขนมที่หาซื้อได้ง่ายมีจำหน่ายในบริเวณโรงเรียนในร้านสะดวกซื้อทำให้เด็กและวัยรุ่นสามารถหาซื้อได้ เมื่อต้องการบริโภค (Population and Social Research Institute Mahidol University, 2014) และการผลิตอาหารที่หลากหลายชนิดมีสีส่นและมีการพัฒนารสชาติใหม่ ๆ เป็นแรงจูงใจในการซื้อขนมขบเคี้ยวมากขึ้น (Kajajittra and Authors, 2011) ในกรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่มีประชากรอาศัยอยู่อย่างหนาแน่น ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของคนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครมีความแตกต่างกัน และมีการปรับเปลี่ยนค่านิยมใหม่ๆ ทำให้เด็กและวัยรุ่นในกรุงเทพมหานครเป็นกลุ่มบริโภคนิยมสูง และมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แสดงถึงความทันสมัย บริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด ขนมขบเคี้ยว น้ำอัดลมที่ต้องบริโภคทุกวันจนเป็นนิสัยวัฒนธรรมนี้ถือเป็นแบบแผนของเด็กและวัยรุ่นจำนวนมากในกรุงเทพมหานคร (ChiradabSuangkawin, 2007) นอกจากนี้จากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเป็นอย่างมาก ทำให้วัยรุ่นมีปัญหาการขาดสารอาหารและโภชนาการเกิน ซึ่งมีสาเหตุมาจากการบริโภคนิสัยที่ไม่ดีมาตั้งแต่เด็ก หรือมีการเปลี่ยนแปลงของสภาวะร่างกายทำให้เกิดความกดดันทางอารมณ์ และการปรับตัวในสังคมมีความเครียดแล้วหาทางออก โดยใช้อาหารหรือขนมขบเคี้ยวที่มีปริมาณของแป้ง น้ำตาล เกลือ และไขมันอิ่มตัวสูง ซึ่งก่อให้เกิดการสะสมของพลังงานทำให้มีน้ำหนักเกินหรืออ้วน (Dolwithyakhuen, 2015) ภาวะอ้วนที่เกิดขึ้นในช่วงอายุของวัยรุ่นจะเกิดขึ้นได้ง่าย เนื่องจากวัยรุ่นเป็นวัยที่กำลังเจริญเติบโตและวัยรุ่นเป็นวัยที่กำลังบริโภค หากบริโภคอาหารไม่สมดุลก็จะทำให้อ้วน (Teerasiri, 2011)

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาว่าพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของวัยรุ่นเป็นอย่างไรและมีปัจจัยใดบ้างที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนม

ขบเคี้ยวของวัยรุ่น ซึ่งผลการวิจัยอาจใช้เป็นแนวทางให้ครูสถาบันการศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดกิจกรรมให้ความรู้และส่งเสริมการบริโภคอาหารที่ถูกต้องให้กับวัยรุ่นและเป็นความรู้ให้กับผู้ปกครองใช้ในการแนะนำและส่งเสริมให้วัยรุ่นมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ถูกต้อง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

1. พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นโรงเรียนของรัฐในกรุงเทพมหานคร
2. ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นโรงเรียนของรัฐในกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

ผลการวิจัยจะมีประโยชน์ดังต่อไปนี้

1. ผู้ปกครอง คณะอาจารย์ นำไปใช้เป็นแนวทางในการให้คำแนะนำ การปรับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนของรัฐ ในกรุงเทพมหานคร
2. นำข้อมูลและสารสนเทศไปใช้ในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สถาบันการศึกษา และผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดกิจกรรม เพื่อการส่งเสริม และแก้ไข การปรับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นโรงเรียนของรัฐในกรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์

ขนมขบเคี้ยว หมายถึง อาหารว่าง ของว่าง ของกินเล่น ส่วนใหญ่เป็นขนมกรุบกรอบ หรืออาหารบริโภคนอกเหนือจากอาหารมื้อปกติ ที่บรรจุในหีบห่อ และเป็นผลิตภัณฑ์ที่เก็บไว้ได้นาน มีชื่อยี่ห้อผู้ผลิต และส่วนผสมบอกไว้ชัดเจน เช่น ขนมปังกรอบ ข้าวเกรียบ แครกเกอร์ ช็อกโกแลต ถั่วอบ บิสกิต มันฝรั่งทอด อัลมอนต์อบเกลือ และเยลลี่พร้อมบริโภค ลูกอมทั้งแบบอมและแบบเคี้ยว

พฤติกรรมในการบริโภคขนมขบเคี้ยว หมายถึง การกระทำต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหา การบริโภคขนมขบเคี้ยวประเภทต่างๆ

ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านจิตวิทยา และปัจจัยด้านข้อมูลข่าวสาร

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ น้ำหนัก ส่วนสูง การศึกษาของบิดา การศึกษาของมารดา อาชีพของบิดา อาชีพของมารดา และเงินที่ได้มาโรงเรียนต่อวัน ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นโรงเรียนของรัฐในกรุงเทพมหานคร

วิธีการวิจัย

การศึกษานี้ได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 430 คน จากจำนวนประชากร 33,550 คน โดยใช้ตาราง Determining Sample Size From a Given population ของ Krejcie & Morgan (Citation Chattraporn, 2014) ซึ่งกำหนดไว้เพียง 379 คน กลุ่มตัวอย่างนี้ได้มาจากการสุ่มประชากรด้วยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi Stage Random Sampling) ซึ่งดำเนินการดังนี้

1. สุ่มเขตจากที่ตั้งของพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร จากเขตทั้งหมดของกรุงเทพมหานคร จำนวน 3 เขต โดย

วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) ได้จำนวนทั้งสิ้น 2 เขต ได้แก่ เขตชั้นใน และเขตชั้นกลาง

2. สุ่มเขตโดยวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) จากเขตชั้นใน ประกอบด้วย 21 เขต สุ่มได้จำนวน 2 เขตคือ เขตจตุจักร เขตห้วยขวาง และเขตชั้นกลาง ประกอบด้วย 18 เขตสุ่มได้ 1 เขต คือ เขตบางเขน

3. สุ่มโรงเรียนจากเขต เขตละ 2 โรงเรียน โดยการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยวิธีการจับสลาก รวม 6 โรงเรียน โดยโรงเรียนที่จับสลากเป็นโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากรุงเทพมหานคร และสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2

4. สุ่มนักเรียนจากโรงเรียน โรงเรียนละ 72 คน 5 โรงเรียน และโรงเรียนละ 70 คน 1 โรงเรียน โดยวิธีการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) รวม 6 โรงเรียน มีจำนวนทั้งหมด 430 คน (ดังตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 รายชื่อโรงเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจากการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling)

รายชื่อโรงเรียน	จำนวนนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา			รวม
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	
1. โรงเรียนบางบัว (เพ่งตั้งตรงจิตรวิทยาคาร)	24	24	24	72
2. โรงเรียนสารวิทยา	24	24	24	72
3. โรงเรียนไทยนิยมสงเคราะห์	24	24	24	72
4. โรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภช บางเขน	24	24	24	72
5. โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาพัฒนาการ รัชดา	24	24	24	72
6. โรงเรียนจันทร์หุ่นบำเพ็ญ	23	23	24	70
รวม				430

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .82 แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 9 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ น้ำหนักส่วนสูง การศึกษาของบิดา การศึกษาของมารดา อาชีพของบิดา อาชีพของมารดา เงินที่ได้รับมาโรงเรียนต่อวันซึ่งมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเลือกรับประทานขนมขบเคี้ยว จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ ประเภทขนมขบเคี้ยวที่ชอบรับประทาน รสชาติขนมขบเคี้ยวที่ชอบรับประทาน ค่าใช้จ่ายในการซื้อขนมขบเคี้ยว ความถี่ในการซื้อขนมขบเคี้ยว และการซื้อขนมขบเคี้ยวประเภทต่าง ๆ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว จำนวน 30 ข้อ ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างและพัฒนาขึ้นเอง โดยจากการตรวจสอบเอกสารตำรา

ประกอบด้วยข้อคำถามปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว 3 ด้าน ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านสังคม 2) ปัจจัยด้านจิตวิทยา และ 3) ปัจจัยด้านข้อมูลข่าวสาร มีลักษณะเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 3 ระดับ ได้แก่ ใช่ ไม่แน่ใจ ไม่ใช่

ตอนที่ 4 แบบพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว จำนวน 20 ข้อ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 3 ระดับ ได้แก่ ปฏิบัติเป็นประจำ ปฏิบัติเป็นบางครั้ง ไม่ปฏิบัติ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ช่วงวันที่ 20 พฤษภาคม - 25 กรกฎาคม พ.ศ.2560 ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์กลับคืนมาทั้งหมด 430 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 ของแบบสอบถามทั้งหมด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลวิเคราะห์ข้อมูล โดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเลือกรับประทานขนมขบเคี้ยว วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ

ตอนที่ 3 ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านจิตวิทยา และปัจจัยด้านข้อมูลข่าวสาร วิเคราะห์ข้อมูล โดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ

ตอนที่ 4 พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว การวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ

ตอนที่ 5 สมมติฐานโดยใช้วิธีทางสถิติในการศึกษาใช้ไคสแควร์ (Chi-square) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านจิตวิทยา และปัจจัยด้านข้อมูลข่าวสารกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว ซึ่งกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นโรงเรียนของรัฐในกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษา พบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นโรงเรียนของรัฐในกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 51.2 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 34.4 มีอายุ 14 ปี อายุโดยเฉลี่ย 13.9 ปี

ร้อยละ 38.2 มีน้ำหนัก 41 - 50 กิโลกรัม น้ำหนักเฉลี่ย 52.64 กิโลกรัม ร้อยละ 45.3 มีส่วนสูง 156 - 165 เซนติเมตร ส่วนสูงเฉลี่ย 160.86 เซนติเมตร ร้อยละ 47.9 มีบิดาจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ร้อยละ 50.2 มีมารดาจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและต่ำกว่า ร้อยละ 55.3 มีบิดาประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไปพนักงานบริษัทหรือโรงงาน ร้อยละ 43.7 มีมารดาประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป พนักงานบริษัทหรือโรงงาน และร้อยละ 62.1 ได้รับเงินมาโรงเรียนต่อวันวันละ 100 บาทและต่ำกว่า

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเลือกรับประทานขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นโรงเรียนของรัฐในกรุงเทพมหานคร

นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นโรงเรียนของรัฐในกรุงเทพมหานครชอบรับประทานขนมขบเคี้ยวประเภทมันฝรั่งทอดกรอบ (74.0%) รองลงมาชอบรับประทานขนมขบเคี้ยวประเภทอบ (58.4%) ชอบรับประทานขนมขบเคี้ยวประเภทลูกอม (แบบอมและแบบเคี้ยว) (49.8%) รสชาติขนมขบเคี้ยวที่ชอบ คือ รสช็อกโกแลต (64.7%) รองลงมาชอบรสชีส (55.8%) และรสบาร์บีคิว (50.9%) ชื่นชอบขนมขบเคี้ยวครั้งละ 30 บาท และต่ำกว่า (66.5 %) ชื่นชอบขนมขบเคี้ยว 1 - 4 ครั้งต่อสัปดาห์ (57.2%) และส่วนใหญ่ (80.9%) เคยซื้อขนมขบเคี้ยวจากหน้าโรงเรียนมารับประทาน นอกจากนี้นักเรียนเลือกซื้อขนมขบเคี้ยว 6 ประเภท ได้แก่ เลือกซื้อขนมขบเคี้ยวประเภทมันฝรั่งทอดกรอบ (53.3%) ประเภทลูกอม (แบบอมและแบบเคี้ยว) (45.1%) ประเภทอบกรอบ (32.8%) ประเภทเยลลี่ (28.6%) ประเภทปลาเส้น ปลาแผ่น ปูรุกรส (26.0%) และประเภทถั่ว (11.6%)

ตอนที่ 3 ปัจจัยด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านข้อมูลข่าวสารของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นโรงเรียนของรัฐในกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านสังคม นักเรียนมีพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว อยู่ในระดับใช่ มี 8 ประเด็น คือ มีเพื่อน ๆ ชวนให้รับประทานขนมขบเคี้ยว (74.4%) นักเรียนชอบขนมขบเคี้ยว เพราะได้รับประทานมาตั้งแต่ตอนเด็ก (68.6%) และเพื่อน ๆ ของนักเรียนแนะนำให้รู้จักขนมขบเคี้ยวรสชาติใหม่ ๆ (67.4%) ครอบครัวของนักเรียนมีขนมขบเคี้ยวไว้ในบ้าน (65.1%) นักเรียนและเพื่อน ๆ รับประทานขนมขบเคี้ยวชนิดเดียวกัน (42.8%) และครอบครัวของนักเรียนชอบรับประทานขนมขบเคี้ยว (40.4%) นักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยวตามแบบเพื่อน ๆ (43.5%) นักเรียนชอบขนมขบเคี้ยวยี่ห้อของต่างประเทศ

(38.6%) และนักเรียนมีพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวอยู่ในระดับไม่ใช้ มี 2 ประเด็น คือ วัฒนธรรมตะวันตก ญี่ปุ่น เกาหลี มีผลต่อการรับประทานขนมขบเคี้ยว (38.1%) บิดา มารดาของนักเรียนจัดขนมขบเคี้ยวให้รับประทานเป็นอาหารว่าง (58.1%)

ปัจจัยด้านจิตวิทยา นักเรียนมีพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว อยู่ในระดับใช้ มี 5 ประเด็น คือ นักเรียนชอบรับประทานขนมขบเคี้ยวเพราะมีรสชาติอร่อย (86.5%) นักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยวเพราะหาซื้อได้ง่าย สะดวกรวดเร็วและประหยัดเวลา (73.0%) เมื่อมีขนมขบเคี้ยวรสชาติใหม่ๆ นักเรียนชอบลอง (69.3%) การจัดกิจกรรมในโรงเรียนมักใช้ ขนมขบเคี้ยวเป็นของรางวัล (53.5%) นักเรียนซื้อขนมขบเคี้ยวยี่ห้อที่เป็นที่นิยม (48.4%) และนักเรียนมีพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว อยู่ในระดับไม่ใช้ มี 3 ประเด็น คือ นักเรียนชอบรับประทานขนมขบเคี้ยว เพราะอยากแข็งแรงเหมือนการ์ตูนในโฆษณา (78.8%) นักเรียนสนุกสนานเมื่อ

รับประทานขนมขบเคี้ยว (55.1%) และนักเรียนชอบรับประทานขนมขบเคี้ยว เพราะมีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม สะดุดตา (47.4%)

ปัจจัยด้านข้อมูลข่าวสาร นักเรียนมีพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว อยู่ในระดับใช้ มี 6 ประเด็น คือ นักเรียนรู้จักส่วนใหญ่มาจากโฆษณา (66.5%) นักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยวรสชาติใหม่ ๆ จากชั้นวางสินค้า (64.0%) โฆษณาขนมขบเคี้ยวมีความดึงดูดใจทำให้นักเรียนจดจำสินค้านั้นได้ (60.7%) นักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยวจากโฆษณาที่บอกข้อมูลโภชนาการและวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต (48.4%) นักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยวเพราะมีโปรโมชั่นหรือส่วนลด (47.9%) และนักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยวโดยดูวัตถุดิบ และส่วนผสมในการผลิต (44.2%) อยู่ในระดับไม่ใช้มีเพียงประเด็นเดียว คือ นักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยวหลังจากอ่านรีวิวจากเว็บไซต์ (65.6%) (ดังตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านข้อมูลข่าวสารของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนของรัฐใน กรุงเทพมหานคร

(n = 430)

ปัจจัยด้านสังคม	ใช่	ไม่แน่ใจ	ไม่ใช่
1 เพื่อน ๆ ชวนให้รับประทานขนมขบเคี้ยว	74.4	7.9	17.7
2 เพื่อน ๆ แนะนำให้รู้จักขนมขบเคี้ยวรสชาติใหม่ๆ	67.4	9.3	23.3
3 ครอบครัวของนักเรียนมีขนมขบเคี้ยวไว้ในบ้าน	65.1	8.8	26.1
4 บิดา มารดาจัดขนมขบเคี้ยวให้รับประทานเป็นอาหารว่าง	28.4	13.5	58.1
5 นักเรียนและเพื่อน ๆ รับประทานขนมขบเคี้ยวชนิดเดียวกัน	42.8	29.3	27.9
6 ครอบครัวของนักเรียนชอบรับประทานขนมขบเคี้ยว	40.4	29.8	29.8
7 นักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยวตามแบบเพื่อน ๆ	43.5	14.9	41.6
8 นักเรียนชอบขนมขบเคี้ยวยี่ห้อของต่างประเทศ	38.6	24.2	37.2
9 วัฒนธรรมตะวันตก ญี่ปุ่น เกาหลีมีผลต่อการรับประทานขนมขบเคี้ยวของนักเรียน	36.8	25.1	38.1
10 นักเรียนชอบขนมขบเคี้ยว เพราะชอบรับประทานมาตั้งแต่ตอนเด็ก	68.6	13.3	18.1
ปัจจัยด้านจิตวิทยา			
1 นักเรียนชอบรับประทานขนมขบเคี้ยวเพราะมีรสชาติอร่อย	86.5	4.7	8.8
2 นักเรียนชอบรับประทานขนมขบเคี้ยวเพราะอยากแข็งแรงเหมือนการ์ตูนในโฆษณา	14.2	7.0	78.8
3 นักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยวเพราะหาซื้อได้ง่าย สะดวกรวดเร็วและประหยัดเวลา	73.0	7.2	19.8
4 เมื่อมีขนมขบเคี้ยวรสชาติใหม่ ๆ นักเรียนชอบลอง	69.3	10.2	20.5
5 การจัดกิจกรรมในโรงเรียนมักใช้ขนมขบเคี้ยวเป็นของรางวัล	53.5	21.2	25.3
6 นักเรียนซื้อขนมขบเคี้ยวยี่ห้อที่เป็นที่นิยม	48.4	17.4	34.2
7 นักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยวแล้วรู้สึกสนุกสนาน	37.7	14.9	47.4
8 นักเรียนชอบรับประทานขนมขบเคี้ยว เพราะมีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามสะดุดตา	31.6	13.3	55.1

ตารางที่ 2 ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านข้อมูลข่าวสารของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนของรัฐใน กรุงเทพมหานคร (ต่อ)

(n = 430)

ปัจจัยด้านสังคม	ใช่	ไม่แน่ใจ	ไม่ใช่
ด้านข้อมูลข่าวสาร			
1 ขนบธรรมเนียมที่นักเรียนรู้จักส่วนใหญ่มาจากโฆษณา	66.5	11.4	22.1
2 นักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยวรสชาติใหม่ ๆ จากชั้นวางสินค้า	64.0	14.9	21.2
3 โฆษณาขนมขบเคี้ยวมีความดึงดูดใจทำให้นักเรียนจดจำสินค้านั้นได้	60.7	11.9	27.4
4 นักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยวจากโฆษณาที่บอกข้อมูลโภชนาการและวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต	48.4	18.1	33.5
5 นักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยวเพราะมีโปรโมชั่นหรือส่วนลด	47.9	12.6	39.5
6 นักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยวโดยดูวัตถุดิบและส่วนผสมในการผลิต	44.2	17.9	37.9
7 นักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยวหลังจากอ่านรีวิวจากเว็บไซต์	22.3	12.1	65.6

ตอนที่ 4 พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นโรงเรียนของรัฐ ใน กรุงเทพมหานคร

จากการศึกษา พบว่า นักเรียนมีพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวในระดับปฏิบัติเป็นประจำมี 6 ประเด็น คือ นักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยวเพราะติดใจในรสชาติที่อร่อย (68.1%) นักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยวระหว่างทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ อ่านหนังสือ/เล่นเกมคอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์มือถือ (66.0%) นักเรียนซื้อขนมขบเคี้ยวจากร้านสะดวกซื้อหรือซูเปอร์มาร์เก็ต (65.3%) นักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยวในงานเลี้ยงสังสรรค์กับเพื่อนๆ (63.4%) นักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยว เพราะสะดวก

ต่อการรับประทาน(60.9%) และ นักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยวเพื่อบรรเทาความหิวหรือรองท้อง (54.9%) และปฏิบัติเป็นบางครั้ง มี 8 ประเด็น คือ นักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยวเพราะบรรจุภัณฑ์สวยงาม (63.5%) นักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยวที่มีรสชาติใหม่ๆ (57.4%) นักเรียนอ่านฉลากโภชนาการก่อนซื้อขนมขบเคี้ยว (49.3%) นักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยวในเวลาว่างที่ว่าง (48.6%) นักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยวเฉพาะบางประเภท (48.1%) นักเรียนรับประทานประเภทใดก็จะรับประทานประเภทนั้นซ้ำๆ (46.7%) นักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยวโดยที่ไม่มีคนคอยห้าม (45.6%) และนักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยวเพื่อแก้เครียด (44.7%) (ดังตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นโรงเรียนของรัฐ ในกรุงเทพมหานคร

(n = 430)

พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว	ปฏิบัติเป็นประจำ	ปฏิบัติเป็นบางครั้ง	ไม่ปฏิบัติ
1 นักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยวเพราะติดใจในรสชาติที่อร่อย	68.1	28.6	3.3
2 นักเรียนซื้อขนมขบเคี้ยวจากร้านสะดวกซื้อหรือซูเปอร์มาร์เก็ต	65.3	31.4	3.3
3 นักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยวระหว่างทำกิจกรรมต่างๆ ได้แก่ อ่านหนังสือ/เล่นเกมคอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์มือถือ	66.0	28.6	5.4
4 นักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยวในงานเลี้ยงสังสรรค์กับเพื่อนๆ	63.4	31.9	4.7
5 นักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยวเพราะสะดวกต่อการรับประทาน	60.9	34.0	5.1
6 นักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยวเพื่อบรรเทาความหิวหรือรองท้อง	54.9	38.1	7.0
7 นักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยวเฉพาะบางประเภท	43.3	48.1	8.6
8 นักเรียนรับประทานประเภทใดก็จะรับประทานประเภทนั้นซ้ำๆ	43.5	46.7	9.8
9 นักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยวเพราะมีรสชาติใหม่ๆ	37.9	57.4	4.7

ตารางที่ 3 พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นโรงเรียนของรัฐ ในกรุงเทพมหานคร (ต่อ)

(n = 430)

พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว	ปฏิบัติเป็นประจำ	ปฏิบัติเป็นบางครั้ง	ไม่ปฏิบัติ
10 นักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยวโดยที่ไม่มีคนคอยห้าม	40.2	45.6	14.2
11 นักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยวเพื่อแก้เครียด	40.0	44.7	15.3
12 นักเรียนอ่านฉลากโภชนาการก่อนซื้อขนมขบเคี้ยว	34.9	49.3	15.8
13 นักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยวในเวลาว่างที่เร่งรีบ	29.1	48.6	22.3
14 นักเรียนรับประทานขนมขบเคี้ยวเพราะบรรจุภัณฑ์สวยงาม	13.0	63.5	23.5
รวม	47.18%	42.61%	10.21%

ตอนที่ 5 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นโรงเรียนของรัฐในกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านสังคม ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นโรงเรียนของรัฐในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ในประเด็นนักเรียนบริโภคขนมขบเคี้ยว เพราะ เพื่อน ๆ ขวนให้รับประทาน สอดคล้องกับงานของ Samuichakra and Karnchanajira (2014) ที่พบว่า อิทธิพลของครอบครัวมีต่อพฤติกรรมการบริโภค และกลุ่มเพื่อนมีความสำคัญต่อค่านิยมการบริโภคของวัยรุ่น กล่าวคือ วัยรุ่นจะคอยสังเกตพฤติกรรมของเพื่อน และจะทำตามเพื่อให้ได้เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม เช่นการซื้อของต่าง ๆ ที่บริโภคเป็นอาหาร อาหารว่าง หรือขนม และจากการศึกษาของ Makkiew (2018) พบว่า เพศหญิงมีพฤติกรรมเลือกรับประทานอาหารโดยเน้นอาหารที่ชอบ โดยไม่พิจารณาว่าครบ 5 หมู่ มากกว่าเพศชายนอกจากนี้ Hawkins and Mothersbaugh (2010) ระบุว่า เมื่อมีการยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน โดยเฉพาะตราสินค้าที่ได้รับความนิยม และการโฆษณาจากกลุ่มเพื่อนถึงความพอใจของสินค้า อาจทำให้ยอมรับสินค้านั้น และในประเด็นนักเรียนมีพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว เนื่องจากครอบครัวของนักเรียนมีขนมขบเคี้ยวไว้ในบ้านซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ YuenYong (2012) ที่พบว่า พฤติกรรมการบริโภคอาหารของครอบครัวล้วนเป็น

แบบอย่างแก่เด็ก โดยเฉพาะมารดาจัดอาหารให้กับสมาชิกในครอบครัวตามมือในระหว่างดูโทรทัศน์ร่วมกัน เช่น ขนมขบเคี้ยว ขนมหวาน เป็นต้น นอกจากนี้พ่อหรือแม่ซื้อขนมขบเคี้ยวมาติดไว้ประจำบ้าน เพื่อเป็นรางวัลทำให้วัยรุ่นมีนิสัยการบริโภคมากกว่าการทำกิจกรรมทางร่างกาย (Tantipachiwa, 2010)

ปัจจัยด้านจิตวิทยา ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นโรงเรียนของรัฐในกรุงเทพมหานครไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว

ปัจจัยด้านข้อมูลข่าวสาร ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นโรงเรียนของรัฐในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับ Kajajittra and faculty (2011) ที่ได้กล่าวว่า โฆษณา คือปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้เด็กบริโภค และความถี่ในการออกอากาศของโฆษณาอาหารว่าง ขนมขบเคี้ยว และน้ำอัดลม มีโฆษณาถึง 49 ครั้งต่อชั่วโมง ในช่วงที่รายการเด็กออกอากาศในเวลาเช้าวันสุดสัปดาห์ และสอดคล้องกับงานของ Wongwaiveg (2008) ที่พบว่า พฤติกรรมการรับรู้จากสื่อโฆษณาขนมทางโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของเด็กก่อนวัยเรียน เนื่องจากดูโฆษณาทางโทรทัศน์ประมาณ 2 - 4 ครั้ง จะทำให้เด็กจำคำพูดในโฆษณามาพูดเล่น และจะเรียกร้องให้ซื้อขนมให้บริโภคหลังจากดูโฆษณา (ดังตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 สรุปปัจจัยด้านสังคม ด้านจิตวิทยา ด้านข้อมูลข่าวสาร ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนของรัฐ ในกรุงเทพมหานคร

ปัจจัย	พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว
ปัจจัยด้านสังคม	($\chi^2 = 11.065$) (p = .01)
ปัจจัยด้านจิตวิทยา	-
ปัจจัยด้านข้อมูลข่าวสาร	($\chi^2 = 11.113$) (p = .01)

p < .01

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากการวิจัยพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นโรงเรียนของรัฐในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะแก่บุคคล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. นักเรียนควรเลือกรับประทานขนมที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย โดยเลือกขนมที่มีส่วนผสมอื่น ๆ ที่มีประโยชน์ เช่น มีส่วนผสมของถั่วหรือธัญพืชต่าง ๆ และควรรับประทานอาหารให้ครบทั้ง 3 มื้อ เพื่อลดโอกาสในการรับประทานขนมขบเคี้ยว

2. ผู้ปกครองควรเป็นแบบอย่างที่ดีในการเลือกรับประทานขนมหรือขนมขบเคี้ยวที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย ในสัดส่วนที่พอเหมาะกับความต้องการของร่างกาย เป็นการปรับเปลี่ยนทัศนคติที่ดี ในการบริโภคอาหารที่มีสารอาหารครบทั้ง 5 หมู่ และผู้ปกครองควรศึกษาคุณค่าทางโภชนาการก่อนซื้อ

3. สถานศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

3.1 ครูควรจัดประสบการณ์หรือกิจกรรมที่ให้ความรู้ เช่น การเล่นเกมโดยมีบทบาทสมมติ การจัดกิจกรรมสนทนากลุ่ม เข้า เกี่ยวกับการบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ และหลีกเลี่ยงการบริโภคขนมขบเคี้ยวที่ไม่มีประโยชน์

3.2 โรงเรียนควรจัดโครงการเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ การบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ การอ่านฉลากโภชนาการ และมินิโอบายให้น้ำขนมที่มีประโยชน์ต่อร่างกายมาวางจำหน่ายที่ร้านสหกรณ์ของโรงเรียน เพื่อเป็นการฝึกนิสัยที่ดีในการบริโภคอาหารอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอจนเกิดเป็นนิสัยและค่านิยมต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาตัวแปรอื่นๆ ที่อาจมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลที่สามารถอธิบายถึงปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวที่ดีขึ้น เช่น ความรู้ และทัศนคติที่เกี่ยวกับขนมขบเคี้ยว

2. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว โดยใช้เครื่องมือที่มีความละเอียดและชัดเจนมากขึ้นเช่น ค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารในหนึ่งวัน ขนมที่ขอรับประทาน รับประทานขนมขบเคี้ยววันละกี่ครั้ง/ซอง และรับประทานขนมขบเคี้ยวกับเครื่องดื่มอะไร

3. ใช้เทคนิคการรวบรวมแบบอื่นๆ เช่น การสังเกตชนิดของขนมขบเคี้ยวที่ขายในโรงเรียน และร้านค้า โดยรอบโรงเรียน การสัมภาษณ์ผู้ปกครองเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและมีความเที่ยงตรงมากขึ้น

4. ควรมีการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง เช่น เด็กก่อนวัยเรียน นักเรียนชั้นประถมศึกษา และประชาชนทั่วไป เพื่อให้ได้ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวที่ต่างกันในแต่ละกลุ่มตัวอย่าง เพื่อเป็นแนวทางให้ครูสอดแทรกเนื้อหาในการเรียนการสอน หรือให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อการส่งเสริมพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวที่ถูกต้อง

References

- Chattraporn, S. (2014). *Opinions towards Thai Fabric Products of Home Economics Teachers, Vocational Education Commission*. Master of Arts (Home Economics Education), Major Field Home Economics Education. Kasetsart University. [in Thai].
- ChiradabSuangkawin. S. (2007). *Bangkok City of Gray and Children*. Bangkok: Samlada. [in Thai].
- Hawkins D. L. & Mothersbaugh, D. L. (2010). *Marketing Management*. New York: McGraw-Hill.
- Dolwithyakhuen, U. (2015). *Basic Nutritional*. Bangkok: Odaystroke. [in Thai].
- Kajajittra, R., Phothisita, C., Achavanitkul, K. imem, W. Siriratmongkol, K. Sueangdang, H. & Charasti, S. (2011). *Thai Health. Nakhon Pathom: Amarin Printing Publishing*. [in Thai].
- Makkiew, N. (2018May - August). Factors related to Sustainable Food Consumption Behavior of Public University students in Bangkok Metropolis. *Kasetsart Educational Review*, 33(2), 241. [in Thai].

- Population and Social Research Institute Mahidol University. (2014). *Thai Health*. NakhonPathom: Amarin Printing Publishing. [in Thai].
- Samuichakra, P. & Karnchanajira, M. (2014). Consumer behavior in Thai teenage and factors caused. *Commission of Thammasat*, 33 (1), 46-66. [in Thai].
- Sutasworawuth, U., Jongwiriyan, N. & Tantrachiwathorn, S. (2010). *Putting to nutrition with Thai Children Nutrition Club*. Biece Entrepreneur. [in Thai].
- Tantipachiwa, K. (2010). *Understand teenagers*. Bangkok: Ruernpanya. [in Thai].
- Teerasiri, L. (2011). *Natural healing fat*. Bangkok: Ruaimthas. [in Thai].
- Wongwaiveg, D. (2008). *Factors that are associated with consumption behavior candy frame of preschool children Municipal Capital district Trad*. Independent study studies. Home Economics Education, Kasetsart University. [in Thai].
- YuenYong, S., Muphayak, K., & Suwanlup, N. (2012). Comparative study of factors related to nutrition in pre-school children in muang district Suphanburi province. *Journal of Nursing Science*, 30 (2), 90-100. [inThai].