

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวของนักเรียนโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 279 คน เป็นนักเรียนชาย 84 คน และนักเรียนหญิง 195 คน ได้มาโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

#### ผลการศึกษารูปได้ว่า

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยว มีดังนี้

จากประสบการณ์การรับประทานขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมด เคยรับประทานผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวทุกประเภทโดยเรียงลำดับดังนี้ ผลิตภัณฑ์จากมันฝรั่ง ผลิตภัณฑ์จากแป้งปรุงรส ผลิตภัณฑ์จากปลาเส้น ผลิตภัณฑ์จากข้าวโพด ผลิตภัณฑ์จากถั่วชนิดต่าง ๆ และผลิตภัณฑ์จากปลาหมึก และเมื่อจำแนกตามความชอบมีกลุ่มตัวอย่างเกินกว่าครึ่งหนึ่งชอบผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากมันฝรั่ง

ความถี่ในการรับประทานผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวพบว่า กลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่งหนึ่ง รับประทานขนมขบเคี้ยวเกือบทุกวัน รองลงมารับประทานสัปดาห์ละ 1 ครั้ง และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับประทานขนมขบเคี้ยวในเวลาว่าง รองลงมารับประทานหลังอาหารกลางวัน

แหล่งซื้อผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยว กลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่งหนึ่งซื้อที่ร้านค้าในโรงเรียน รองลงมาซื้อที่ร้านค้าใกล้บ้านหรือใกล้ที่พัก ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านมินิมาร์ทพอ ๆ กัน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อขนมขบเคี้ยวในราคาถุงละ 5 บาท รองลงมาซื้อราคาถุงละ 10 บาท และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่งซื้อขนมขบเคี้ยว 1 ซองต่อครั้ง รองลงมาซื้อ 2 ซองต่อครั้ง

กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่งมีความคิดเห็นว่าราคาขนมขบเคี้ยวในปัจจุบันมีความเหมาะสม

เหตุผลในการเลือกซื้อ 3 อันดับแรกที่กลุ่มตัวอย่างส่วนมากใช้ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยว คือ รสชาติของขนม การรับประทานสะดวก และการโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ

สำหรับข้อคำถามนี้ในการเลือกข้อ 3 อันดับแรกที่กลุ่มตัวอย่างส่วนมากใช้ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยว คือ รสชาติของขนม และปริมาณขนม

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับขนมขบเคี้ยว กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า การโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ มีผลต่อการเลือกซื้ออยู่ในระดับมาก และให้ประโยชน์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง ในขนมขบเคี้ยวมีสารปรุงแต่งสี กลิ่น รส และมีโทษต่อสุขภาพอยู่ในระดับมาก ส่วนการรับประทานขนมขบเคี้ยวมากมีผลเสียต่อสุขภาพและมีคุณค่าทางโภชนาการในระดับปานกลาง

### อภิปรายผล

จากประสบการณ์การรับประทานขนมขบเคี้ยวของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดเคยรับประทานผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวทุกประเภท และกลุ่มตัวอย่างเกินกว่าครึ่งหนึ่งชอบผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากมันฝรั่ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริวิวัฒน์ อายุวัฒน์ (อ้างแล้ว) ที่พบว่าชนิดของขนมขบเคี้ยวส่วนใหญ่ที่นักเรียนรับประทาน คือ ขนมกรุบกรอบ ได้แก่ มันฝรั่งทอด ถั่วทอด ข้าวโพดกรอบ

กลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่งหนึ่งรับประทานขนมขบเคี้ยวเกือบทุกวัน รองลงมารับประทานสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วราภรณ์ ลีกุลนิมิต (อ้างแล้ว) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างเกินกว่าครึ่งรับประทานขนมขบเคี้ยวเกือบทุกวัน รองลงมารับประทานขนมขบเคี้ยวทุกวันซึ่งมีความแตกต่างกัน อาจเกิดจากความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่างในด้านสภาพแวดล้อม สังคม และอายุ

เวลาในการรับประทานขนมขบเคี้ยว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับประทานเวลาว่าง รองลงมารับประทานหลังอาหารกลางวัน ซึ่งสอดคล้องกับ สุณีมาส โนรี และเพ็ญจิตร กาพมณี (อ้างแล้ว) พบว่า วัยรุ่นรับประทานอาหารว่างหลังอาหารกลางวัน

แหล่งที่ซื้อผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวกลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่งหนึ่งซื้อที่ร้านค้าในโรงเรียน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ จรูญ ยาณะสาร และคณะ (อ้างแล้ว) พบว่า นักเรียนนิยมซื้อขนมขบเคี้ยวที่จำหน่ายในร้านค้าในโรงเรียนและขนมขบเคี้ยวเป็นขนมที่มียอดจำหน่ายสูงที่สุด ส่วนราคาของขนมที่พบว่ามีกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อขนมขบเคี้ยวในราคาถุงละ 5 บาท ซึ่งตรงกับงานวิจัยของ วราภรณ์ ลีกุลนิมิต (อ้างแล้ว) ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างซื้อขนมราคาถุงละ 5 บาท

กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่งซื้อขนมขบเคี้ยว 1 ซองต่อครั้ง รองลงมาซื้อ 2 ซองต่อครั้ง จะเห็นว่า กลุ่มตัวอย่างซื้อขนมจำนวนซองต่อครั้งแตกต่างกันอาจเกิดจากกลุ่มตัวอย่างรับประทาน

ขนมขบเคี้ยวหลังอาหารกลางวัน ซึ่งอาจจะยังรู้สึกอึดอัดจากอาหารหลักอันเป็นผลให้ซื้อขนมเพียง 1 ซองมากกว่าการซื้อ 2 ซองต่อครั้ง

กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่งมีความเห็นว่าราคาขนมขบเคี้ยวในปัจจุบันมีความเหมาะสมเพราะขนมขบเคี้ยวมีราคาตั้งแต่ 5 บาทขึ้นไป จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างสามารถที่จะเลือกซื้อขนมรับประทานได้ในราคาขั้นต่ำ

เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อขนมขบเคี้ยว 3 อันดับแรก คือ รสชาติ การรับประทานสะดวก และการโฆษณาทางสื่อต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมาลิน ทรัพย์เจริญ (อ้างแล้ว) ที่พบว่า นักเรียนชอบรับประทานอาหารตามโฆษณาซึ่งอาจมีผลจากการโฆษณาที่ใช้ผู้นำเสนอเป็นดาราวัยรุ่นและข้อความที่ใช้ในการโฆษณาเป็นภาษาที่เข้าใจ รวมทั้งการเลียนแบบวัฒนธรรมการรับประทานอาหารจากประเทศตะวันตก ซึ่งใช้อาหารสำเร็จรูปที่สะดวกต่อการรับประทาน เช่น มันฝรั่งทอด และข้าวเกรียบ

ข้อคำนึงในการเลือกซื้อขนมขบเคี้ยว 3 อันดับแรกที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการเลือกซื้อคือ ราคา รสชาติ และปริมาณของขนม ซึ่งสอดคล้องกับที่ กาญจนา เกียรติมนิรัตน์ (อ้างแล้ว) ให้ข้อคิดเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ว่าผู้ซื้อให้ความสนใจต่อส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ เช่น รูปแบบ ราคา รสชาติ ภาชนะบรรจุ และความน่ารับประทาน

ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับขนมขบเคี้ยว กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า การโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ มีผลต่อการเลือกซื้ออยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบจากงานวิจัยของ จริญญา ณะสาร และคณะ (อ้างแล้ว) ที่ว่านักเรียนซื้อขนมขบเคี้ยวเพราะเห็นมีโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ นอกจากนี้การโฆษณายังให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวอันมีผลทำให้กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้ออยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอแนะที่กาญจนา เกียรติมนิรัตน์ (อ้างแล้ว) สรุปถึงผู้ซื้อว่าผู้ซื้อนำข้อมูลเกี่ยวกับราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ คุณภาพ ลักษณะของผลิตภัณฑ์มาประเมินค่าก่อนการเลือกซื้อ

ด้านสุขภาพกลุ่มตัวอย่างทราบว่าขนมขบเคี้ยวที่รับประทานมีสารปรุงแต่งสี กลิ่น รส และมีโทษต่อสุขภาพอยู่ในระดับมาก หากรับประทานขนมขบเคี้ยวที่มีสารปรุงแต่งสี กลิ่น รส ในปริมาณมาก จะทำให้เกิดการสะสมในร่างกายและเป็นสาเหตุของโรคมะเร็งได้ ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอแนะของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อ้างแล้ว) และกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าการรับประทานขนมขบเคี้ยวมากมีผลเสียต่อสุขภาพและขนมขบเคี้ยวมีคุณค่าทางโภชนาการในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นของ ออบเชย วงศ์ทอง (อ้างแล้ว) ที่เสนอแนะว่าขนมขบเคี้ยวมีปริมาณแป้ง ไขมัน น้ำตาล เป็นส่วนประกอบหลัก มีปริมาณใยอาหารน้อย หากรับประทานมากอาจเป็นสาเหตุของโรคอ้วนได้

## ข้อเสนอแนะ

ผลจากการค้นพบผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้ คือ

1. ผู้ผลิต ผู้ผลิตควรมีการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์โดยการเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการให้มากขึ้นเช่นเพิ่มผักเป็นส่วนผสมในผลิตภัณฑ์และควรมีการระบุคุณค่าทางโภชนาการบนฉลากผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคทราบข้อมูลทางโภชนาการที่เป็นประโยชน์มากขึ้น

2. สื่อ ที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคทุกกลุ่มอายุ โดยเฉพาะการโฆษณาที่เห็นทั้งภาพ และเสียงควรมีการชี้ให้เห็นถึงประโยชน์คุณค่าทางโภชนาการของผลิตภัณฑ์มากกว่าการโฆษณาที่มุ่งเน้นเฉพาะความพอใจของผู้บริโภคเท่านั้น

3. สถานศึกษา ที่จัดให้มีการจำหน่ายอาหาร ขนม ในสถานศึกษาควรมีการควบคุม ดังนี้

3.1 การควบคุมร้านค้าโดยเน้นการขายขนมที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย และวัยของนักเรียน มากกว่าการขายขนมที่ไม่มีคุณค่าทางโภชนาการ เช่นหมากฝรั่ง ขนมขบเคี้ยวต่าง ๆ

3.2 ควรมีการประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมให้นักเรียนมีความรู้ และตระหนักถึงวิธีการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยว เช่น การให้ความสำคัญในการอ่านฉลากผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้อง และเพื่อความปลอดภัยต่อสุขภาพของผู้บริโภค

3.3 ควรมีการสอดแทรกความรู้ เรื่องการเลือกซื้อขนมที่มีประโยชน์รับประทานในช่วงพักกลางวัน และควรมีการเผยแพร่ในช่วงเช้า หรือพักกลางวันเกี่ยวกับประโยชน์ และผลเสียของการรับประทานขนมขบเคี้ยวเป็นประจำ

## 4. ผู้ปกครอง

ผู้ปกครองควรเอาใจใส่ดูแล และให้คำแนะนำในการเลือกซื้อขนมที่มีประโยชน์มารับประทาน โดยเฉพาะวัยรุ่นที่พักอยู่หอพักและได้รับค่าใช้จ่ายจากผู้ปกครองโดยการกดจากตู้ ATM ได้เองจึงทำให้วัยรุ่นมีโอกาสใช้เงินได้อย่างอิสระและสามารถซื้อขนมมารับประทานได้ทุกโอกาสโดยไม่คำนึงถึงประโยชน์ที่ร่างกายจะได้รับ

## 5. การวิจัย

ควรมีการศึกษาวิจัยในด้านต่างๆ คือ

5.1 ควรมีการทำวิจัยถึงพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยว เพื่อเปรียบเทียบกับการบริโภคขนมไทยของนักเรียนในเมือง กับนักเรียนในชนบท

5.2 วิเคราะห์เปรียบเทียบคุณค่าของขนมว่างไทยทั่วไปกับขนมว่าง (ขบเคี้ยว)

บรรจุง