

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
ขอบเขตการศึกษา	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
ปัจจัยที่มีผลต่อการรับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ด	6
อาหารฟาสต์ฟู้ดและประเภทของอาหารฟาสต์ฟู้ด	11
ความสำคัญของการอาหารและโภชนาการในกลุ่มวัยรุ่น	14
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	23
กรอบแนวคิดในการศึกษา	28
บทที่ 3 วิธีดำเนินงานศึกษา	29
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	29
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	30
การเก็บรวบรวมข้อมูล	32
การวิเคราะห์ข้อมูล	32
บทที่ 4 ผลการศึกษา	33

บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	51
สรุป	51
อภิปรายผล	53
ข้อเสนอแนะ	56
บรรณานุกรม	58
ภาคผนวก	61
ภาคผนวก ก รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ	62
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	63
ประวัติผู้เขียน	73



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
2.1 คุณค่าสารอาหารหลักของฟาสต์ฟู้ด (ปริมาณอาหารต่อการเสิร์ฟ 1 ที่)	12
2.2 ความต้องการสารอาหารและพลังงานในแต่ละวันของวัยรุ่น	20
2.3 ปริมาณอาหารที่วัยรุ่นควรได้รับใน 1 วัน	22
3.1 กลุ่มตัวอย่างตามคณะวิชา ชั้นปี และเพศ	30
4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้และค่าใช้จ่ายต่อเดือน	33
4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนสมาชิกใน ครอบครัว ที่พักอาศัย การอยู่อาศัยและอาชีพเสริมหลังการเรียน	35
4.3 จำนวนและร้อยละ/อันดับที่ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม การรับประทานอาหาร มื้อหลัก/วัน ความหมายของคำว่า “อาหารฟาสต์ฟู้ด” ความจำเป็นในการ รับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ดและการไปใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด	36
4.4 จำนวนและอันดับของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม อาหารฟาสต์ฟู้ดที่นิยม รับประทาน	37
4.5 จำนวนและอันดับของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดที่นิยม ไปใช้บริการ	38
4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม สถานที่ไปใช้บริการ อาหารฟาสต์ฟู้ดและบุคคลที่ร่วมใช้บริการ	39
4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการรับประทาน อาหารฟาสต์ฟู้ดและมื้ออาหารที่ไปใช้บริการ	40
4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการใช้เวลารับประทานอาหาร ฟาสต์ฟู้ด ค่าใช้จ่ายและการเลือกใช้บริการ	41
4.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความเห็นที่เกี่ยวกับ ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโภชนาการ	42

4.10	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความเห็นที่เกี่ยวกับ ปัจจัยด้านพื้นฐานของตัวบุคคล	44
4.11	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความเห็นที่เกี่ยวกับ ปัจจัยด้านแรงจูงใจ	45
4.12	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความเห็นที่เกี่ยวกับ ปัจจัยด้านการรับรู้	46
4.13	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความเห็นที่เกี่ยวกับ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม	47
4.14	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความเห็นที่เกี่ยวกับ ปัจจัยด้านสังคม	48
4.15	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความเห็นที่เกี่ยวกับ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ	49
4.16	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความเห็นที่เกี่ยวกับ ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย/สื่อโฆษณา	50