

ช

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์	การรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันที ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่		
ชื่อผู้เขียน	นางสาวบุปผา คำแปง		
ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต	สาขาวิชาการส่งเสริมสุขภาพ		
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์	รองศาสตราจารย์อเนก	ช่างน้อย	ประธานกรรมการ
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.สุชาติดา	ไกรพิบูลย์	กรรมการ
	รองศาสตราจารย์อุเทน	ปัญญา	กรรมการ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันที ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างคือผู้บริโภคอายุ 15-25 ปี ที่ซื้อและรับประทานอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันทีในสถานประกอบการขายอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันที จำนวน 503 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ภายใต้กรอบทฤษฎีการรับรู้ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่า ความถี่และร้อยละ

ผลการวิจัยพบว่า

1. การรับรู้ภายนอกของอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันทีของผู้บริโภค
  - 1.1 การรับรู้ด้านรูปลักษณะของอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันทีของผู้บริโภคพบว่า ผู้บริโภคมีการรับรู้ในประเด็น มีหลากหลายรสชาติให้เลือกรับประทานและมีหลากหลายชนิดให้เลือก
  - 1.2 การรับรู้ด้านความสะอาดของอาหาร และสถานประกอบการขายอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันที พบว่าผู้บริโภคมีการรับรู้ในประเด็น ผู้ขายมีการแต่งกายสะอาด เป็นระเบียบ การจัดร้านเป็นระเบียบ ร้านมีบรรยากาศดี สภาพทั่วไปของร้านสะอาด
  - 1.3 การรับรู้ด้านความสะดวกในการซื้ออาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันทีของผู้บริโภคพบว่า ผู้บริโภคมีการรับรู้ในประเด็น สามารถหาซื้อรับประทานได้ง่าย สถานประกอบการมีอยู่มากมายหลายแห่ง มีการแสดงรายการ - ราคาอาหารอย่างเด่นชัด สะดวกในการรับประทานได้ทุกโอกาส ประหยัดเวลาในการบริโภค การบริการสะดวกรวดเร็ว มีความง่ายในการรับประทานไม่ต้องใช้อุปกรณ์มาก สถานประกอบการมีทำเลที่ตั้งเหมาะสม และเหมาะสมสำหรับสภาพสังคมไทยในปัจจุบัน

1.4 การรับรู้ด้านการบริการการขายอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันทีของผู้บริโภคพบว่า ผู้บริโภคมีการรับรู้ในประเด็น ผู้ชายมีการแต่งกายด้วยแบบฟอร์มของการบริการที่เหมาะสม มีการจัดส่งอาหารให้กับลูกค้าด้วยกริยาที่สุภาพ ผู้ชายมีการทักทายลูกค้าด้วยความสุภาพ การบริการเป็นกันเองกับลูกค้า

1.5 การรับรู้ด้านความทันสมัยของอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันทีของผู้บริโภคพบว่า ผู้บริโภคมีการรับรู้ในประเด็น จัดตกแต่งสถานที่ดึงดูดเป็นที่น่าสนใจ ใช้สถานประกอบการขายอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันทีในการนัดพบปะเพื่อน มีการจัดการส่งเสริมการขายที่เหมาะสมกับสภาพสังคมปัจจุบัน เป็นที่นิยมของคนทุกกลุ่มวัย ได้รับคำแนะนำหรือชักชวนจากเพื่อน อาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันทีถูกกำหนดเป็นค่านิยมในการบริโภคของคนไทยในปัจจุบัน และเหมาะสมสำหรับการดำรงชีวิตของคนไทยในปัจจุบัน

## 2. การรับรู้ภายในของอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันทีของผู้บริโภค

2.1 การรับรู้ด้านสารอาหารในอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันทีของผู้บริโภคพบว่า อาหารสำเร็จที่พร้อมบริโภคทันทีมีคาร์โบไฮเดรตมากและมีไขมันมาก

2.2 การรับรู้ด้านคุณค่าทางของอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันทีของผู้บริโภคพบว่าอาหารสำเร็จที่พร้อมบริโภคทันทีถ้ารับประทานบ่อยๆทำให้อ้วน ไร้พลังงานมากและรับประทานเป็นประจำทำให้เป็นโรคขาดสารอาหาร

<b>Thesis Title</b>	Consumers' Perception of Fast Food in Muang Chiang Mai District		
<b>Author</b>	Miss. Boobpa Kumpang		
<b>M.Ed</b>	Health Promotion		
<b>Examining Committee</b>	Assoc. Prof.Anek	Changnoi	Chairman
	Asst. Prof.Dr.Suchada	Kraiphikul	Member
	Assoc.Prof.Uthen	Panyo	Member

**Abstract**

The purpose of this study was to examine the perception of the consumers ( age 15 - 25 year ) who had fastfood in the fastfood shops in Muang Chaing Mai District selected through simple random sampling technique . The instrument used for data collection was a questionnaire . The data was analyzed by SPSS for windows in terms of percentage and arithmetic mean.

The findings were as follows :

1. The external perception of the consumers about fastfood
  - 1.1 About types of fastfood : There were multiple tastes and kinds of fastfood to choose.
  - 1.2 About the cleaning of fastfood and shop : The salesman had clean and nice uniform , Shop management was properly and nicely .
  - 1.3 About the convenience and comfortable for buying fastfood : It was easy to buy, many shops to choose,Menu and price were clear,comfortable for eating save times to consume and fast services so suitable for Thai social now.
  - 1.4 About the services : The salesmen had propering uniform,talk politaly and warm welcome.
  - 1.5 About the fastfood fasion : The shop was attractive used plice for meetting : recived advice and persuade form their friends and fastfood was set in the life style and suitable for Thai social.

**2. The internal perception of the consumers about the fastfood**

**2.1 About the nutritions :** The consumers knew that there were much carbohydrate and fat in fastfood.

**2.2 About the quality of nutrition :** The consumers aware that fastfood,it made them obesity and malnutrition.