

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยทางการสื่อสารการตลาดที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการบริโภคฟาสต์ฟู้ดของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร” สามารถเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายรับส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคฟาสต์ฟู้ด

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการบริโภคฟาสต์ฟู้ด

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในกลุ่มตัวแปรอิสระที่เป็นเพศ อายุ และรายรับส่วนบุคคล

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่สามารถแจกแจงได้ตามตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคพลาสติกหูฉีกจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	183	45.7
หญิง	217	54.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 1 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามเพศ พบว่าร้อยละ 54.3 เป็นกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง ขณะที่กลุ่มตัวอย่างเพศชายมีร้อยละ 45.7

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคพลาสติกหูฉีกจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
13-15 ปี	123	30.8
16-28 ปี	122	30.5
19-21 ปี	155	38.7
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 2 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอายุ พบว่า กลุ่มอายุ 19-21 ปี มีจำนวนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 38.7 ขณะที่กลุ่มอายุ 13-15 ปี และ กลุ่มอายุ 16-18 ปีมีจำนวนรองลงมาในจำนวนใกล้เคียงกัน คือร้อยละ 30.8 และร้อยละ 30.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคพลาสติกหูหิ้วจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ม.ต้น	110	27.5
ม.ปลาย	56	14.0
ป.ว.ช./ป.ว.ส./อนุปริญญา	98	24.5
ปริญญาตรี	136	34.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 3 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามระดับการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรีมีจำนวนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 34 รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 27.5 กลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาในระดับป.ว.ช./ป.ว.ส./อนุปริญญาร้อยละ 24.5 และกลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 14 ตามลำดับ

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคฟาสต์ฟู้ดจำแนกตาม รายรับส่วนบุคคลต่อเดือน

รายรับส่วนบุคคล (ต่อเดือน)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 1,500 บาท	74	18.5
1,501-2,000 บาท	69	17.2
2,001-2,500 บาท	78	19.5
2,501-3,000 บาท	72	18.0
มากกว่า 3,000 บาท	107	26.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามรายรับส่วนบุคคล พบว่ากลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 26.8 มีรายรับส่วนบุคคลมากกว่า 3,000 บาท รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่มีรายรับ ส่วนบุคคล 2,001-2,500 บาทต่อเดือนร้อยละ 19.5 รายรับไม่เกิน 1,500 บาทต่อเดือนร้อยละ 18.5 รายรับ 2,501-3,000 บาทต่อเดือนร้อยละ 18 และ 1,501-2,000 บาทต่อเดือนร้อยละ 17.2 ตามลำดับ

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคฟาสต์ฟู้ดของกลุ่มตัวอย่างสามารถแจกแจงได้ตามตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคฟาสต์ฟู้ดประเภทต่างๆ จำแนกตามเพศ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทฟาสต์ฟู้ด	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง		จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
เบอร์เกอร์	122	30.5	91	22.8	213	53.3
พิซซ่า	67	16.8	83	20.7	150	37.5
ไก่ทอด	140	35.0	156	39.0	296	74.0
โดนัท	35	8.8	52	13.0	87	21.8
ไอศกรีม	90	22.5	124	31.0	214	53.5

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายนิยมบริโภคฟาสต์ฟู้ดประเภทไก่ทอดมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมาได้แก่ฟาสต์ฟู้ดประเภทเบอร์เกอร์ร้อยละ 30.5 และไอศกรีมร้อยละ 22.5 ตามลำดับ ขณะที่ร้อยละ 39 ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงนิยมบริโภคฟาสต์ฟู้ดประเภทไก่ทอดมากที่สุดเช่นกัน รองลงมาได้แก่ฟาสต์ฟู้ดประเภทไอศกรีมร้อยละ 31 และเบอร์เกอร์ร้อยละ 22.8 ตามลำดับ

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคฟาสต์ฟู้ดประเภทต่างๆจำแนกตามอายุ

อายุ	ประเภทฟาสต์ฟู้ด					รวม
	เบอร์เกอร์	พิซซ่า	ไก่ทอด	โดนัท	ไอศกรีม	
13-15 ปี	74(18.5)	41(10.3)	94(23.5)	31(7.8)	65(16.3)	123(30.8)
16-18 ปี	65(16.3)	50(12.5)	87(21.8)	23(5.8)	71(17.8)	122(30.5)
19-21 ปี	74(18.5)	59(14.8)	11(28.8)	33(8.3)	78(19.5)	155(38.8)

หมายเหตุ : ( ) หมายถึงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางที่ 6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างอายุ 13-15 ปี นิยมบริโภคฟาสต์ฟู้ดประเภทไก่ทอดมากที่สุดร้อยละ 23.5 รองลงมาได้แก่ประเภทเบอร์เกอร์ร้อยละ 18.5 และไอศกรีมร้อยละ 16.3 ตามลำดับ

ร้อยละ 21.8 ของกลุ่มตัวอย่างอายุ 16-18 ปี นิยมบริโภคฟาสต์ฟู้ดประเภทไก่ทอดมากที่สุดเช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างอายุ 13-15 ปี รองลงมาได้แก่ประเภทไอศกรีม ร้อยละ 17.8 และเบอร์เกอร์ร้อยละ 16.3 ตามลำดับ

ร้อยละ 28.8 ของกลุ่มตัวอย่างอายุ 19-21 ปี นิยมบริโภคฟาสต์ฟู้ดประเภทไก่ทอดมากที่สุดเช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างอายุ 13-15 ปีและ 16-18 ปี รองลงมาได้แก่ ไอศกรีมร้อยละ 19.5 และร้อยละ 18.5 ชอบบริโภคเบอร์เกอร์ตามลำดับ

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ และเหตุผลที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างบริโภคฟาสต์ฟู้ด (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

เหตุผล	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อาหารอร่อย	104	26.0	116	29.0
ให้เป็นสถานที่นัดพบ	91	22.8	125	31.3
ความสะดวก	66	16.5	83	20.8
ทำเลที่ตั้งสะดวก แก่การบริโภค	53	13.3	86	21.5
สะดวกรวดเร็วใน การบริโภค	54	13.5	67	16.8
ให้บริการรวดเร็ว	52	13.0	66	16.5
เพื่อน/คนรู้จักชวน มาบริโภค	41	10.3	73	18.3
ชอบบรรยากาศของร้าน	48	12.0	46	11.5
ต้องการแลกชื่อของแถม	28	7.0	44	11.0
ราคาเหมาะสม	36	9.0	35	8.8
ภาพพจน์ของร้านดี	31	7.8	28	7.0
มีแฉกคูปองส่วนลด	17	4.3	34	8.5
มีการลดราคา	25	6.3	23	5.8
อ่าน/ดู/ฟังจากโฆษณา	15	3.8	19	4.8
มีชิงรางวัล	4	1.0	4	1.0

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายบริโภคฟาสต์ฟู้ดเนื่องมาจากอาหารร่อย เป็นเหตุผลสำคัญคิดเป็นร้อยละ 26 รองลงมาได้แก่ใช้ร้านฟาสต์ฟู้ดเป็นสถานที่นัดพบร้อยละ 22.8 และความสะอาดร้อยละ 16.5 ตามลำดับ

ขณะที่เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงบริโภคฟาสต์ฟู้ด เนื่องมาจากใช้ร้านฟาสต์ฟู้ด เป็นสถานที่นัดพบร้อยละ 31.3 รองลงมาได้แก่อาหารร่อยร้อยละ 29 และทำเลที่ตั้งสะดวกแก่ การบริโภคร้อยละ 21.5 ตามลำดับ

**ตารางที่ 8** แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างในการสั่งอาหารอื่นมาบริโภคร่วมกับ ฟาสต์ฟู้ดประเภทไก่ทอด/เบอร์เกอร์จำแนกตามเพศ

ประเภท	เพศ	
	ชาย	หญิง
สั่งอาหารอื่นมาบริโภค	140 (76.5)	167 (77.0)
ไม่สั่งอาหารอื่นมาบริโภค	43 (23.5)	50 (23.0)
รวม	183 (100.0)	217 (100.0)

หมายเหตุ : ( ) จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางที่ 8 พบว่าร้อยละ 76.5 ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายและร้อยละ 77 ของกลุ่ม ตัวอย่างเพศหญิงสั่งอาหารอื่นมาบริโภคร่วมกับอาหารฟาสต์ฟู้ดประเภทไก่ทอด/เบอร์เกอร์

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทอาหาร  
ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกบริโภคพร้อมกับฟาสต์ฟู้ดประเภทไก่ทอด (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทอาหาร	เพศ	
	ชาย	หญิง
เฟรนช์ฟรายด์	119 (38.7)	142 (46.3)
เครื่องดื่ม	116 (37.8)	128 (41.7)
โคลดลอร์	29 (9.4)	37 (12.1)
มันบด	30 (9.8)	34 (11.0)
ไอศกรีม	31 (10.1)	31 (10.1)
สลัด	18 (5.9)	42 (13.6)
หอมทอด	16 (5.2)	12 (3.9)
พาย	12 (3.9)	13 (4.2)
วาทเฟิล	10 (3.3)	4 (1.3)

หมายเหตุ : จำนวนผู้ที่ตอบแบบสอบถาม 307 คน ( ) จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางที่ 9 พบว่าร้อยละ 38.7 ของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย และร้อยละ 46.3 ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงเลือกที่จะบริโภคเฟรนช์ฟรายด์ร่วมกับฟาสต์ฟู้ดประเภทไก่ทอดมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ร้อยละ 37.8 ของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย และร้อยละ 41.7 ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงเลือกที่จะบริโภคเครื่องดื่มร่วมกับฟาสต์ฟู้ดประเภทไก่ทอด และร้อยละ 9.4 ของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย และร้อยละ 12.1 ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงเลือกที่จะบริโภคโคลดลอร์ร่วมกับฟาสต์ฟู้ดประเภทไก่ทอด ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทอาหาร  
ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกบริโภคร่วมกับฟาสต์ฟู้ดประเภทเบอร์เกอร์ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทอาหาร	เพศ	
	ชาย	หญิง
เฟรนช์ฟรายด์	108 (35.2)	128 (41.7)
เครื่องดื่ม	104 (33.9)	111 (36.2)
ไอศกรีม	31 (10.1)	30 (9.8)
สลัด	18 (5.9)	36 (11.7)
โคลลลอร์	22 (7.2)	12 (3.9)
มันบด	16 (5.2)	15 (4.9)
พาย	11 (3.6)	16 (5.2)
หอมทอด	10 (3.3)	8 (2.6)
วาทเฟิล	6 (2.0)	3 (0.9)

หมายเหตุ : จำนวนผู้ที่ตอบแบบสอบถาม 307 คน ( ) จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางที่ 10 พบว่าร้อยละ 35.2 ของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย และร้อยละ 41.7 ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงเลือกที่จะบริโภคเฟรนช์ฟรายด์ร่วมกับฟาสต์ฟู้ดประเภทเบอร์เกอร์มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ร้อยละ 33.9 ของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย และร้อยละ 36.2 ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงเลือกที่จะบริโภคเครื่องดื่มร่วมกับฟาสต์ฟู้ดประเภทเบอร์เกอร์ และร้อยละ 10.1 ของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย และร้อยละ 9.8 ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงเลือกที่จะบริโภคไอศกรีมร่วมกับฟาสต์ฟู้ดประเภทเบอร์เกอร์ ตามลำดับ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวิธีการสั่งฟ้าสตีฟู้ด

วิธีการสั่ง	เพศ	
	ชาย	หญิง
สั่งแบบชุดประหยัด	115 (62.8)	154 (71.0)
สั่งแยกแต่ละอย่าง	68 (37.2)	63 (29.0)
รวม	183 (100.0)	217 (100.0)

หมายเหตุ : ( ) จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางที่ 11 พบว่า ร้อยละ 62.8 ของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย และร้อยละ 71 ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงนิยมสั่งฟ้าสตีฟู้ดแบบชุดประหยัด และร้อยละ 37.2 ของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย และร้อยละ 29 ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงนิยมสั่งฟ้าสตีฟู้ดแยกแต่ละอย่าง

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบุคคลที่กลุ่มตัวอย่างมักบริโภคฟ้าสตีฟู้ดร่วมด้วย

บุคคล	เพศ	
	ชาย	หญิง
เพื่อน/คนรู้จัก	152 (83.1)	184 (84.8)
ครอบครัว	21 (11.5)	24 (11.1)
รับประทานอาหารคนเดียว	7 (3.8)	5 (2.3)
อื่น ๆ	3 (1.6)	4 (1.8)
รวม	183 (100.0)	217 (100.0)

หมายเหตุ : ( ) จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางที่ 12 พบว่าร้อยละ 83.1 ของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย และร้อยละ 84.8 ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงนิยมบริโภคฟาสต์ฟู้ดร่วมกับเพื่อน/คนรู้จักมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ร้อยละ 11.5 ของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย และร้อยละ 11.1 ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงบริโภคร่วมกับครอบครัว และร้อยละ 3.8 ของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย และร้อยละ 2.3 ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงนิยมบริโภคคนเดียว

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามตามเพศและมื้ออาหารที่กลุ่มตัวอย่างมักบริโภคฟาสต์ฟู้ด

มื้ออาหาร	เพศ	
	ชาย	หญิง
อาหารเช้า	1 (0.5)	3 (1.4)
อาหารกลางวัน	62 (33.9)	80 (36.9)
อาหารเย็น	31 (16.9)	46 (21.2)
อาหารว่าง	88 (48.1)	87 (40.1)
อาหารมือดึก	1 (0.5)	1 (0.5)
รวม	183 (100.0)	217 (100.0)

หมายเหตุ : ( ) จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางที่ 13 พบว่าร้อยละ 48.1 ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายบริโภคฟาสต์ฟู้ดเป็นอาหารว่างมากที่สุด รองลงมาคือบริโภคเป็นอาหารกลางวันร้อยละ 33.9 อาหารเย็นร้อยละ 16.9 อาหารเช้า และอาหารมือดึกในเปอร์เซ็นต์ที่เท่ากัน คือ ร้อยละ 0.5

ขณะที่กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงบริโภคฟาสต์ฟู้ดเป็นอาหารว่างมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 40.1 รองลงมาคือบริโภคเป็นอาหารกลางวันร้อยละ 36.9 อาหารเย็นร้อยละ 21.2 อาหารเช้าร้อยละ 1.4 และอาหารมือดึก ร้อยละ 0.5

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ และระยะเวลาในการบริโภคฟาสต์ฟู้ด

ระยะเวลา	เพศ	
	ชาย	หญิง
ไม่เกิน 30 นาที	30 (16.4)	35 (16.1)
30 นาที-1 ชั่วโมง	75 (41.0)	93 (42.9)
1-2 ชั่วโมง	62 (33.9)	73 (33.6)
2-3 ชั่วโมง	13 (7.1)	11 (5.1)
มากกว่า 3 ชั่วโมงขึ้นไป	3 (1.6)	5 (2.3)
รวม	183 (100.0)	217 (100.0)

หมายเหตุ : ( ) จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางที่ 14 พบว่า ร้อยละ 41 ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายใช้เวลาในการบริโภคฟาสต์ฟู้ด 30 นาที-1 ชั่วโมง รองลงมาคือ ร้อยละ 33.9 ใช้เวลาในการบริโภคฟาสต์ฟู้ด 1-2 ชั่วโมง ไม่เกิน 30 นาทีร้อยละ 16.4 2-3 ชั่วโมงร้อยละ 7.1 และมากกว่า 3 ชั่วโมงขึ้นไป ร้อยละ 1.6 ตามลำดับ

ขณะที่ร้อยละ 42.9 ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงใช้เวลาในการบริโภคฟาสต์ฟู้ด 30 นาที-1 ชั่วโมง รองลงมาได้แก่ร้อยละ 33.6 ใช้เวลาในการบริโภคฟาสต์ฟู้ด 1-2 ชั่วโมง ไม่เกิน 30 นาทีร้อยละ 16.1 2-3 ชั่วโมงร้อยละ 5.1 และมากกว่า 3 ชั่วโมงขึ้นไปร้อยละ 2.3

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 15 แสดงความถี่ในการบริโภคฟาสต์ฟู้ดใน 1 เดือนจำแนกตามเพศ

จำนวนครั้ง/เดือน	เพศ	
	ชาย	หญิง
เดือนละครั้ง	17 (9.3)	29 (13.4)
2-4 ครั้ง	83 (45.4)	115 (53.0)
5-7 ครั้ง	57 (31.1)	42 (19.4)
8-10 ครั้ง	14 (7.7)	15 (6.9)
มากกว่า 10 ครั้ง	12 (6.6)	16 (7.4)
รวม	183 (100.0)	217 (100.0)

หมายเหตุ : ( ) จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางที่ 15 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายบริโภคฟาสต์ฟู้ด 2-4 ครั้งต่อเดือนร้อยละ 45.4 รองลงมาได้แก่บริโภคฟาสต์ฟู้ด 5-7 ครั้งต่อเดือนร้อยละ 31.1 เดือนละครั้งร้อยละ 9.3 8-10 ครั้งต่อเดือนร้อยละ 7.7 และมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือนร้อยละ 6.6

ขณะที่ร้อยละ 53 ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงบริโภคฟาสต์ฟู้ดด้วยความถี่ 2-4 ครั้งต่อเดือน รองลงมาได้แก่ บริโภคฟาสต์ฟู้ด 5-7 ครั้งต่อเดือนร้อยละ 19.4 เดือนละครั้งร้อยละ 13.4 มากกว่า 10 ครั้งต่อเดือนร้อยละ 7.4 และ 8-10 ครั้งต่อเดือนร้อยละ 6.9

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 16 แสดงความถี่ในการบริโภคฟาสต์ฟู้ดใน 1 เดือน จำแนกตามอายุ

ความถี่ในการบริโภค ต่อเดือน	อายุ		
	13-15 ปี	16-18 ปี	19-21 ปี
เดือนละครั้ง	14 (11.4)	7 (5.7)	25 (16.1)
2-4 ครั้ง	57 (46.3)	57 (46.7)	84 (54.2)
5-7 ครั้ง	33 (26.8)	39 (32.0)	27 (17.4)
8-10 ครั้ง	7 (5.7)	9 (7.4)	13 (8.4)
มากกว่า 10 ครั้ง	12 (9.8)	10 (8.2)	6 (3.9)
รวม	123 (100.0)	122 (100.0)	155 (100.0)

หมายเหตุ : ( ) จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางที่ 16 พบว่าร้อยละ 46.3 ของกลุ่มตัวอย่างอายุ 13-15 ปี บริโภคฟาสต์ฟู้ด 2-4 ครั้งต่อเดือน รองลงมาได้แก่บริโภคฟาสต์ฟู้ด 5-7 ครั้งต่อเดือนร้อยละ 26.8 เดือนละครั้ง ร้อยละ 11.4 มากกว่า 10 ครั้งต่อเดือนร้อยละ 9.8 และ 8-10 ครั้งต่อเดือนร้อยละ 5.7

กลุ่มตัวอย่างอายุ 16-18 ปี บริโภคฟาสต์ฟู้ด 2-4 ครั้งต่อเดือนร้อยละ 46.7 รองลงมาได้แก่ บริโภคฟาสต์ฟู้ด 5-7 ครั้งต่อเดือนร้อยละ 32 มากกว่า 10 ครั้งต่อเดือนร้อยละ 8.2 8-10 ครั้งต่อเดือนร้อยละ 7.4 และเดือนละครั้งร้อยละ 5.7

กลุ่มตัวอย่างอายุ 19-21 ปี บริโภคฟาสต์ฟู้ด 2-4 ครั้งต่อเดือนถึงร้อยละ 54.2 รองลงมาได้แก่ บริโภคฟาสต์ฟู้ด 5-7 ครั้งต่อเดือนร้อยละ 17.4 เดือนละครั้งร้อยละ 16.1 8-10 ครั้งต่อเดือนร้อยละ 8.4 และมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือนร้อยละ 3.9

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 17 แสดงความถี่ในการบริโภคฟาสต์ฟู้ดใน 1 เดือนจำแนกตามรายรับส่วนบุคคล

ความถี่ในการบริโภค ต่อเดือน	รายรับส่วนบุคคลต่อเดือน				
	ไม่เกิน 1,500 บาท	1,501- 2,000 บาท	2,001- 2,500 บาท	2,501- 3,000บาท	มากกว่า 3,000 บาท
เดือนละครั้ง	12 (16.2)	4 (5.8)	10 (12.8)	9 (12.5)	11(10.3)
2-4 ครั้ง	43(58.1)	36 (52.2)	35(44.9)	38 (52.8)	46(43.0)
5-7 ครั้ง	8(10.8)	19(27.5)	19(24.4)	19(26.4)	34(31.8)
8-10 ครั้ง	3(4.1)	6(8.7)	9(11.5)	3(4.2)	8(7.5)
มากกว่า 10 ครั้ง	8(10.8)	4(5.8)	5(6.4)	3(4.2)	8(7.5)
รวม	74(100.0)	69 (100.0)	78 (100.0)	72 (100.0)	107(100.0)

หมายเหตุ : ( ) จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางที่ 17 พบว่า ร้อยละ 58.1 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายรับส่วนบุคคลไม่เกิน 1,500 บาทต่อเดือนบริโภคฟาสต์ฟู้ด 2-4 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 16.2 บริโภคฟาสต์ฟู้ดเดือนละครั้ง ร้อยละ 10.8 บริโภคฟาสต์ฟู้ด 5-7 ครั้งต่อเดือน และมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือนในเปอร์เซ็นต์ที่เท่ากัน และร้อยละ 4.1 บริโภคฟาสต์ฟู้ด 8-10 ครั้งต่อเดือน ตามลำดับ

ขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีรายรับส่วนบุคคล 1,501-2,000 บาทต่อเดือนนั้น ร้อยละ 52.2 บริโภคฟาสต์ฟู้ด 2-4 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 27.5 บริโภคฟาสต์ฟู้ด 5-7 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 8.7 บริโภคฟาสต์ฟู้ด 8-10 ครั้งต่อเดือน และร้อยละ 5.8 บริโภคฟาสต์ฟู้ดเดือนละครั้ง และมากกว่า 10 ครั้งในเปอร์เซ็นต์ที่เท่ากัน

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายรับส่วนบุคคล 2,001-2,500 บาทต่อเดือน ร้อยละ 44.9 บริโภคฟาสต์ฟู้ด 2-4 ครั้งต่อเดือน รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่บริโภคฟาสต์ฟู้ด 5 ครั้งต่อเดือนมี ร้อยละ 24.4 เดือนละครั้งร้อยละ 12.8 8-10 ครั้งร้อยละ 11.5 และมากกว่า 10 ครั้งร้อยละ 6.4 ตามลำดับ



ร้อยละ 52.8 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายรับส่วนบุคคล 2,501-3,000 บาทต่อเดือน บริโภคฟาสต์ฟู้ด 2-4 ครั้งต่อเดือน รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่บริโภคฟาสต์ฟู้ด 5-7 ครั้งต่อเดือนร้อยละ 26.4 เดือนละครั้งร้อยละ 12.5 และร้อยละ 4.2 ของกลุ่มตัวอย่างบริโภคฟาสต์ฟู้ด 8-10 ครั้ง และ มากกว่า 10 ครั้งในเปอร์เซ็นต์ที่เท่ากัน

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายรับส่วนบุคคลมากกว่า 3,000 บาทต่อเดือนร้อยละ 43 บริโภคฟาสต์ฟู้ด 2-4 ครั้งต่อเดือน รองลงมาได้แก่ ร้อยละ 31.8 บริโภคฟาสต์ฟู้ด 5-7 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 10.3 บริโภคฟาสต์ฟู้ดเดือนละครั้ง และร้อยละ 7.5 ของกลุ่มตัวอย่างบริโภคฟาสต์ฟู้ด 8-10 ครั้ง และ มากกว่า 10 ครั้งในเปอร์เซ็นต์ที่เท่ากัน

ตารางที่ 18 แสดงค่าใช้จ่ายในการบริโภคฟาสต์ฟู้ดต่อครั้งจำแนกตามเพศ

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง	เพศ	
	ชาย	หญิง
ไม่เกิน 40 บาท	2(1.1)	1(0.5)
41-60 บาท	20(10.9)	30(13.8)
61-80 บาท	59(32.2)	54(24.9)
81-100 บาท	43(23.5)	68(31.3)
มากกว่า 100 บาท	59(32.2)	64(29.5)
รวม	183(100.0)	217( 100.0)

หมายเหตุ : ( ) จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางที่ 18 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายร้อยละ 32.2 ใช้จ่าย 61-80 บาทต่อครั้ง และมากกว่า 100 บาทต่อครั้งในการบริโภคฟาสต์ฟู้ดแต่ละครั้ง รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างเพศชายร้อยละ 23.5 ใช้จ่าย 81-100 บาทต่อครั้ง และร้อยละ 10.9 ใช้จ่าย 41-60 บาทต่อครั้ง ตามลำดับ

ขณะที่ร้อยละ 31.3 ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงใช้จ่าย 81-100 บาทต่อครั้ง ในการบริโภคฟาสต์ฟู้ด รองลงมาได้แก่ร้อยละ 29.5 ใช้จ่ายมากกว่า 100 บาทต่อครั้ง และร้อยละ 24.9 ใช้จ่าย 61-80 บาทต่อครั้งตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงค่าใช้จ่ายในการบริโภคฟาสต์ฟู้ดต่อครั้งจำแนกตามอายุ

ค่าใช้จ่ายต่อเดือน	อายุ		
	13-15 ปี	16-18 ปี	19-21 ปี
ไม่เกิน 40 บาท	3(2.4)	-	-
41-60 บาท	17(13.8)	20(16.4)	13(8.4)
61-80 บาท	33(26.8)	30(24.6)	50(32.3)
81-100 บาท	26(21.1)	36(29.5)	49(31.6)
มากกว่า 100 บาท	44(35.8)	36(29.5)	43(27.7)
รวม	123 (100.0)	122 (100.0)	155 (100.0)

หมายเหตุ : ( ) จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางที่ 19 พบว่า ร้อยละ 35.8 ของกลุ่มตัวอย่างอายุ 13-15 ปี ใช้จ่ายมากกว่า 100 บาทในการบริโภคฟาสต์ฟู้ดแต่ละครั้ง รองลงมาได้แก่ร้อยละ 26.8 ใช้จ่าย 61-80 บาทต่อครั้ง และร้อยละ 21.1 ใช้จ่าย 81-100 บาทต่อครั้ง ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างอายุ 16-18 ปี ร้อยละ 29.5 ใช้จ่าย 81-100 บาทต่อครั้ง และมากกว่า 100 บาทต่อครั้งในการบริโภคฟาสต์ฟู้ดในเปอร์เซ็นต์ที่เท่ากัน และร้อยละ 24.6 ใช้จ่าย 61-80 บาทต่อครั้ง

ขณะที่กลุ่มตัวอย่างอายุ 19-21 ปี ใช้จ่ายในการบริโภคฟาสต์ฟู้ดแต่ละครั้งน้อยกว่า 2 กลุ่มแรก ได้แก่ร้อยละ 32.3 ใช้จ่าย 61-80 บาท รองลงมาคือร้อยละ 31.6 ใช้จ่าย 81-100 บาท และร้อยละ 27.7 ใช้จ่ายมากกว่า 100 บาทต่อครั้ง

ตารางที่ 20 แสดงค่าใช้จ่ายในการบริโภคฟาสต์ฟู้ดต่อครั้งจำแนกตามรายรับส่วนบุคคล

ค่าใช้จ่ายต่อเดือน	รายรับส่วนบุคคลต่อเดือน				
	ไม่เกิน 1,500 บาท	1,501- 2,000 บาท	2,001- 2,500 บาท	2,501- 3,000บาท	มากกว่า 3,000 บาท
ไม่เกิน 40 บาท	3(4.1)	-	-	-	-
41-60 บาท	8(10.8)	14(20.3)	12(15.4)	8(11.1)	8(7.5)
61-80 บาท	12(16.2)	21(30.4)	24(30.8)	23(31.9)	33(30.8)
81-100 บาท	24(32.4)	15(21.7)	20(25.6)	23(31.9)	29(27.1)
มากกว่า 100 บาท	27(36.5)	19(27.5)	22(28.2)	18(25.0)	37(34.6)
รวม	74(100.0)	69(100.0)	78(100.0)	72(100.0)	107(100.0)

หมายเหตุ : ( ) จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางที่ 20 ร้อยละ 36.5 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายรับส่วนบุคคลไม่เกิน 1,500 บาทต่อเดือนใช้จ่ายมากกว่า 100 บาทต่อครั้งในการบริโภคฟาสต์ฟู้ดแต่ละครั้ง รองลงมาได้แก่ ร้อยละ 32.4 ใช้จ่าย 81-100 บาทต่อครั้ง และร้อยละ 16.2 ใช้จ่าย 61-80 บาทต่อครั้ง ตามลำดับ

ร้อยละ 30.4 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายรับส่วนบุคคล 1,501-2,000 บาท ใช้จ่าย 61-80 บาทในการบริโภคฟาสต์ฟู้ดแต่ละครั้ง รองลงมาได้แก่ ร้อยละ 27.5 ใช้จ่ายมากกว่า 100 บาทต่อครั้ง และ ร้อยละ 21.7 ใช้จ่าย 81-100 บาทต่อครั้ง ตามลำดับ

ร้อยละ 30.8 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายรับส่วนบุคคล 2,001-2,500 บาทต่อเดือน ใช้จ่าย 61- 80 บาทในการบริโภคฟาสต์ฟู้ดแต่ละครั้ง ร้อยละ 28.2 ใช้จ่ายมากกว่า 100 บาทต่อครั้ง และร้อยละ 25.6 ใช้จ่าย 81-100 บาทต่อครั้งตามลำดับ

ร้อยละ 31.9 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายรับส่วนบุคคล 2,501-3,000 บาทต่อเดือน ใช้จ่าย 61-80 บาท และ 81-100 บาทในการบริโภคฟาสต์ฟู้ดแต่ละครั้งในเปอร์เซ็นต์ที่เท่ากัน และร้อยละ 25 ใช้จ่ายมากกว่า 100 บาทต่อครั้ง

ร้อยละ 34.6 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายรับส่วนบุคคลมากกว่า 3,000 บาทต่อเดือนใช้จ่ายมากกว่า 100 บาทในการบริโภคฟาสต์ฟู้ดแต่ละครั้ง ร้อยละ 30.8 ใช้จ่าย 61-80 บาทต่อครั้ง และร้อยละ 27.1 ใช้จ่าย 81-100 บาทต่อครั้ง

ตารางที่ 21 แสดงสถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างบริโภคฟาสต์ฟู้ดจำแนกตามเพศ

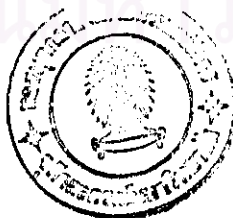
สถานที่	เพศ	
	ชาย	หญิง
บริโภคภายในร้าน	123(67.2)	138(63.6)
บริโภคที่บ้าน	3(1.6)	3(1.4)
บริโภคทั้งภายในร้าน และที่บ้าน	57(31.1)	76(35.0)
รวม	183(100.0)	217(100.0)

หมายเหตุ : ( ) จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางที่ 21 กลุ่มตัวอย่างเพศชายบริโภคฟาสต์ฟู้ดภายในร้านร้อยละ 67.2 บริโภคทั้งภายในร้านและที่บ้านร้อยละ 31.1 และบริโภคที่บ้านร้อยละ 1.6 ตามลำดับ

ขณะที่กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงบริโภคฟาสต์ฟู้ดภายในร้านมากที่สุดโดยมีเปอร์เซ็นต์ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างเพศชาย คือร้อยละ 63.6 บริโภคทั้งภายในร้านและที่บ้านร้อยละ 35 และบริโภคที่บ้านร้อยละ 1.4 ตามลำดับ

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 22 แสดงสถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างบริโภคฟาสต์ฟู้ดจำแนกตามอายุ

สถานที่	อายุ		
	13-15 ปี	16-18 ปี	19-21 ปี
บริโภคภายในร้าน	83(67.5)	71(58.2)	107(69.0)
บริโภคที่บ้าน	1(0.8)	1(0.8)	4(2.6)
บริโภคทั้งภายในร้าน และที่บ้าน	39(31.7)	50(41.0)	44(28.4)
รวม	123 (100.0)	122 (100.0)	155 (100.0)

หมายเหตุ : ( ) จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางที่ 22 ร้อยละ 67.5 ของกลุ่มตัวอย่างอายุ 13-15 ปีบริโภคฟาสต์ฟู้ดภายในร้าน ร้อยละ 31.7 บริโภคทั้งภายในร้านและที่บ้าน และร้อยละ 0.8 บริโภคที่บ้าน

กลุ่มตัวอย่างอายุ 16-18 ปีร้อยละ 58.2 บริโภคฟาสต์ฟู้ดภายในร้าน ร้อยละ 41 บริโภคทั้งภายในร้านและที่บ้าน และร้อยละ 0.8 บริโภคที่บ้านตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างอายุ 19-21 ปีร้อยละ 69 บริโภคฟาสต์ฟู้ดภายในร้าน ร้อยละ 28.4 บริโภคทั้งภายในร้านและที่บ้าน และร้อยละ 2.6 บริโภคที่บ้านตามลำดับ

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 23 แสดงความถี่ในการซื้อฟาสต์ฟู้ดกลับไปบริโภคที่บ้านใน 1 เดือน  
จำแนกตามเพศ

ความถี่ในการซื้อ ต่อเดือน	เพศ	
	ชาย	หญิง
ไม่เคย	108(59.0)	110(50.7)
1-2 ครั้ง	49(26.8)	82(37.8)
3-4 ครั้ง	19(10.4)	14(6.4)
5-6 ครั้ง	4(2.2)	5(2.3)
7-8 ครั้ง	2(1.1)	0
มากกว่า 8 ครั้ง	1(0.5)	6(2.8)
รวม	183(100.0)	217(100.0)

หมายเหตุ : ( ) จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางที่ 23 กลุ่มตัวอย่างเพศชายไม่เคยซื้อฟาสต์ฟู้ดกลับไปบริโภคที่บ้านถึงร้อยละ 59 รองลงมาได้แก่ ซื้อฟาสต์ฟู้ดกลับไปบริโภคที่บ้าน 1-2 ครั้งต่อเดือนร้อยละ 26.8 และร้อยละ 10.4 ซื้อกลับไปบริโภคที่บ้าน 3-4 ครั้งต่อเดือนตามลำดับ

ร้อยละ 50.7ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงไม่เคยซื้อฟาสต์ฟู้ดกลับไปบริโภคที่บ้าน ขณะที่ร้อยละ 37.8 ซื้อกลับไปบริโภค 1-2 ครั้ง และร้อยละ 6.4 ซื้อกลับไปบริโภคที่บ้าน 3-4 ครั้ง

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 24 แสดงความถี่ในการซื้อฟาลด์ฟู้ดกลับไปบริโภคที่บ้านใน 1 เดือน  
จำแนกตามอายุ

ความถี่ในการซื้อ ต่อเดือน	อายุ		
	13-15 ปี	16-18 ปี	19-21 ปี
ไม่เคย	78(63.4)	56(45.9)	84(54.2)
1-2 ครั้ง	30(24.4)	43(35.2)	58(37.4)
3-4 ครั้ง	9(7.3)	16(13.1)	8(5.2)
5-6 ครั้ง	2(1.6)	4(3.3)	3(1.9)
7-8 ครั้ง	1(0.8)	0	1(0.6)
มากกว่า 8 ครั้ง	3(2.4)	3(2.5)	1(0.6)
รวม	123(100.0)	122(100.0)	155(100.0)

หมายเหตุ : ( ) จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางที่ 24 ร้อยละ 63.4 ของกลุ่มตัวอย่างอายุ 13-15 ปีไม่เคยซื้อฟาลด์ฟู้ดกลับไปบริโภคที่บ้าน ร้อยละ 24.4 ซื้อกลับไปบริโภค 1-2 ครั้ง และร้อยละ 7.3 ซื้อกลับไปบริโภค 3-4 ครั้ง

กลุ่มตัวอย่างอายุ 16-18 ปี ไม่เคยซื้อฟาลด์ฟู้ดกลับไปบริโภคที่บ้านร้อยละ 45.9 ขณะที่ร้อยละ 35.2 ซื้อกลับไปบริโภค 1-2 ครั้ง และร้อยละ 13.1 ซื้อกลับไปบริโภค 3-4 ครั้ง

ร้อยละ 54.2 ของกลุ่มตัวอย่างอายุ 19-21 ปีไม่เคยซื้อฟาลด์ฟู้ดกลับไปบริโภคที่บ้าน ร้อยละ 37.4 ซื้อกลับไปบริโภค 1-2 ครั้ง และร้อยละ 5.2 ซื้อกลับไปบริโภค 3-4 ครั้ง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 25 แสดงความถี่ในการซื้อฟาสต์ฟู้ดกลับไปบริโภคที่บ้านใน 1 เดือน  
จำแนกตามรายรับส่วนบุคคล

ความถี่ในการซื้อ ต่อเดือน	รายรับส่วนบุคคลต่อเดือน				
	ไม่เกิน 1,500 บาท	1,501- 2,000 บาท	2,001- 2,500 บาท	2,501- 3,000บาท	มากกว่า 3,000 บาท
ไม่เคย	32(43.2)	35(50.7)	47(60.3)	48(66.7)	56(52.3)
1-2 ครั้ง	28(37.8)	30(43.5)	24(30.8)	15(20.8)	34(31.8)
3-4 ครั้ง	6(8.1)	3(4.3)	6(7.7)	6(8.3)	12(11.2)
5-6 ครั้ง	2(2.7)	0	1(1.3)	3(4.2)	3(2.8)
7-8 ครั้ง	1(1.4)	0	0	0	1(0.9)
มากกว่า 8 ครั้ง	5(6.8)	1(1.4)	0	0	1(0.9)
รวม	74(100.0)	69(100.0)	78(100.0)	72(100.0)	107(100.0)

หมายเหตุ : ( ) จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางที่ 25 ร้อยละ 43.2 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายรับส่วนบุคคลไม่เกิน 1,500 บาทต่อเดือนไม่เคยซื้อฟาสต์ฟู้ดกลับไปบริโภคที่บ้าน ร้อยละ 37.8 ซื้อกลับไปบริโภค 1-2 ครั้งต่อเดือน และร้อยละ 8.1 ซื้อกลับไปบริโภค 3-4 ครั้งต่อเดือนตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายรับส่วนบุคคล 1,501-2,000 บาทต่อเดือนร้อยละ 50.7 ไม่เคยซื้อฟาสต์ฟู้ดกลับไปบริโภคที่บ้าน ร้อยละ 43.5 ซื้อกลับไปบริโภค 1-2 ครั้งต่อเดือน และร้อยละ 4.3 ซื้อกลับไปบริโภค 3-4 ครั้งต่อเดือนตามลำดับ

ร้อยละ 60.3 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายรับส่วนบุคคล 2,001-2,500 บาทต่อเดือนไม่เคยซื้อฟาสต์ฟู้ดกลับไปบริโภคที่บ้าน ร้อยละ 30.8 ซื้อกลับไปบริโภค 1-2 ครั้งต่อเดือน และร้อยละ 7.7 ซื้อกลับไปบริโภค 3-4 ครั้งต่อเดือนตามลำดับ



ร้อยละ 66.7 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายรับส่วนบุคคล 2,501-3,000 บาทต่อเดือนไม่เคยซื้อฟาสต์ฟู้ดกลับไปบริโภคที่บ้าน ร้อยละ 20.8 ซื้อกลับไปบริโภค 1-2 ครั้งต่อเดือน และร้อยละ 8.3 ซื้อกลับไปบริโภค 3-4 ครั้งต่อเดือนตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายรับส่วนบุคคลมากกว่า 3,000 บาทต่อเดือนร้อยละ 52.3 ไม่เคยซื้อฟาสต์ฟู้ดกลับไปบริโภคที่บ้าน ร้อยละ 31.8 ซื้อกลับไปบริโภค 1-2 ครั้งต่อเดือน และร้อยละ 11.2 ซื้อกลับไปบริโภค 3-4 ครั้งต่อเดือนตามลำดับ

**ตารางที่ 26** แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับฟาสต์ฟู้ด

เรื่อง	จำนวน (ร้อยละ)					$\bar{X}$
	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	ไม่ค่อยดี	ควรปรับปรุง	
ความสะอาด	66(16.6)	237(59.5)	93(23.4)	2(0.5)	-	3.92
ความทันสมัย	88(22.1)	187(47.0)	117(29.4)	5(1.3)	1(0.3)	3.89
ความรวดเร็วในการให้บริการ	74(18.6)	204(51.3)	116(29.1)	4(1.0)	-	3.88
รสชาติของอาหาร	38(9.5)	245(61.6)	110(27.6)	5(1.3)	-	3.80
การส่งเสริมการขาย	50(12.6)	184(46.2)	150(37.7)	14(3.5)	-	3.68
ความสุภาพของพนักงาน	45(11.3)	195(48.8)	130(32.5)	26(6.3)	3(0.8)	3.64
คุณภาพอาหาร	28(7.0)	192(48.2)	145(36.4)	31(7.8)	2(0.5)	3.54
เหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนไทย	26(6.5)	99(24.9)	188(47.2)	75(18.8)	10(2.5)	3.14

หมายเหตุ: จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 398 คน ( ) จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

ใช้เกณฑ์การแปลความหมายดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความคิดเห็นเกี่ยวกับฟาสต์ฟู้ด
1.00-1.8	ควรปรับปรุง
1.81-2.6	ไม่ค่อยดี
2.61-3.4	ปานกลาง
3.41-4.2	ดี
4.21-5.0	ดีมาก

จากตารางที่ 26 กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับฟาสต์ฟู้ดในด้านความสะอาด ความทันสมัย ความรวดเร็วในการบริการ รสชาติของอาหาร การส่งเสริมการขาย ความสุภาพของพนักงาน และคุณภาพของฟาสต์ฟู้ดอยู่ในเกณฑ์ดี ขณะที่มีความคิดเห็นในด้านความเหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนไทยของฟาสต์ฟู้ดนั้นกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง

ตารางที่ 27 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับข้อความที่ว่า "ฟาสต์ฟู้ดเป็นอาหารที่ไม่มีคุณค่าทางโภชนาการ" (junk food)

ความคิดเห็น	จำนวน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	37
เห็นด้วย	106
เฉย ๆ	211
ไม่เห็นด้วย	40
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	6
รวม	400

$$\bar{X}_{\text{รวม}} = 3.32$$

หมายเหตุ : ให้เกณฑ์การแปลความหมายดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความคิดเห็น
1.00-1.8	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1.81-2.6	ไม่เห็นด้วย
2.61-3.4	เฉย ๆ
3.41-4.2	เห็นด้วย
4.21-5.0	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 27 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้สึกเฉย ๆ กับข้อความที่ว่า "ฟาสต์ฟู้ดเป็นอาหารที่ไม่มีคุณค่าทางโภชนาการ"

ตารางที่ 28 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ของฟาสต์ฟู้ด

ความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
สะดวกแก่การบริโภค	231	57.8
ทันสมัย	62	15.5
บอบบาง ไม่แข็งแรง	58	14.5
สวยงาม	36	9.0
อื่น ๆ	13	3.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 28 กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 57.8 มีความคิดเห็นว่าบรรจุภัณฑ์ของฟาสต์ฟู้ดสะดวกแก่การบริโภค ร้อยละ 15.5 มีความคิดเห็นว่าบรรจุภัณฑ์มีความทันสมัย ขณะที่กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 14.5 มีความคิดเห็นว่าบรรจุภัณฑ์บอบบาง ไม่แข็งแรง

ตารางที่ 29 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับราคาของฟาสต์ฟู้ด

ความคิดเห็นเกี่ยวกับราคา	จำนวน	ร้อยละ
ราคาแพง	228	57.0
ราคาเหมาะสม	123	30.8
ราคาแพงมาก	44	11.0
ราคาถูก	4	1.0
ราคาถูกมาก	1	0.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 29 กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าฟาสต์ฟู้ดมีราคาแพง และราคาแพงมากรวมกันมีถึงร้อยละ 68 ขณะที่ร้อยละ 30.8 มีความคิดเห็นว่าฟาสต์ฟู้ดมีราคาเหมาะสม แต่กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าฟาสต์ฟู้ดมีราคาถูกและถูกมากรวมกันมีเพียงร้อยละ 1.2

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับโฆษณาฟาสต์ฟู้ด

การเปิดรับโฆษณาฟาสต์ฟู้ด	จำนวน	ร้อยละ
เคย	378	94.5
ไม่เคย	22	5.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 30 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมด คือ ร้อยละ 94.5 เคยเปิดรับโฆษณาฟาสต์ฟู้ด

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เคยเปิดรับโฆษณาฟาสต์ฟู้ดจำแนกตามประเภทของฟาสต์ฟู้ด

ประเภทของฟาสต์ฟู้ด	จำนวน	ร้อยละ
พิซซ่า	325	86.0
ไก่ทอด/ไก่ย่าง	313	82.8
เบอร์เกอร์	270	71.4
ไอศกรีม	260	68.8
โดนัท	224	59.3
อื่น ๆ	4	1.1

หมายเหตุ: จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 378 คน

จากตารางที่ 31 กลุ่มตัวอย่างเคยเปิดรับโฆษณาพิซซ่ามากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 86 รองลงมาได้แก่ ไก่ทอด/ไก่ย่าง ร้อยละ 82.8 และ เบอร์เกอร์ร้อยละ 71.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับรายละเอียดเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายจำแนกตามประเภทของสื่อที่เปิดรับมากที่สุด

สื่อ	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	279	73.8
โฆษณา ณ จุดขาย	44	11.6
โบปลิว	36	9.5
หนังสือพิมพ์	7	1.9
เพื่อน/คนรู้จัก	6	1.6
วิทยุ	4	1.1
นิตยสาร	2	0.5
รวม	378	100.0

หมายเหตุ: จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 378 คน

จากตารางที่ 32 สื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับรายละเอียดเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายของ ฟาสต์ฟู้ดมากที่สุด คือโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 73.8 รองลงมาได้แก่ โฆษณา ณ จุดขาย ร้อยละ 11.6 และ โบปลิว ร้อยละ 9.5 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการบริโภคฟาสต์ฟู้ดของกลุ่มตัวอย่าง สามารถแจกแจงได้ตามตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างบริโภคฟาสต์ฟู้ด

ปัจจัย	จำนวน (ร้อยละ)					$\bar{X}$
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
มารยาทของพนักงาน	103 (25.8)	129 (32.3)	141 (35.3)	18 (4.5)	8 (2.0)	3.77
รสชาติอาหาร	61 (15.3)	165 (41.4)	163 (40.9)	9 (2.3)	1 (0.3)	3.70
ทำเลที่ตั้ง	59 (14.8)	194 (48.6)	130 (32.6)	12 (3.0)	4 (1.0)	3.73
ชื่อเสียงของร้าน	58 (14.5)	178 (44.6)	143 (35.8)	16 (4.0)	4 (1.0)	3.67
การตกแต่งร้าน	54 (13.5)	152 (38.1)	166 (41.6)	22 (5.5)	5 (1.3)	3.58
การโฆษณา	32 (8.0)	167 (41.9)	160 (40.1)	32 (8.0)	8 (2.0)	3.47
การส่งเสริมการขาย	43 (10.8)	131 (32.8)	182 (45.6)	40 (10.0)	3 (0.8)	3.43
ราคา	24 (6.0)	120 (30.1)	208 (52.1)	40 (10.0)	7 (1.8)	3.30

หมายเหตุ : จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 399 คน ( ) จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

ให้เกณฑ์การแปลความหมายเช่นเดียวกับตารางที่ 26

จากตารางที่ 33 พบว่า ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างบริโภคฟาสต์ฟู้ดมาก คือ มารยาทของพนักงาน รสชาติอาหาร ทำเลที่ตั้ง ชื่อเสียงของร้าน และการโฆษณา ขณะที่การตกแต่งร้าน การส่งเสริมการขาย และราคามีผลปานกลางที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างบริโภคฟาสต์ฟู้ด

ตารางที่ 34 แสดงข้อเสนอแนะเกี่ยวกับฟาสต์ฟู้ด

ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
ปรับปรุงราคา และคุณภาพอาหาร	36	59.0
พนักงานควรมีความสุภาพ และหน้าตายิ้มแย้มแจ่มใสมากขึ้น	13	21.3
ปรับปรุงรสชาติอาหาร	4	6.6
ใช้บรรจุภัณฑ์ที่นำมาใช้ได้หลาย ๆ ครั้งจะได้ไม่เป็นการเพิ่มขยะ	2	3.3
ขยายบริเวณร้านให้กว้างขวางมากขึ้น	2	3.3
ขยายสาขาให้เพิ่มขึ้น	1	1.6
เปิดเพลงภายในร้านให้มีเสียงดังมากขึ้น	1	1.6
บริการให้รวดเร็วขึ้น	1	1.6
แต่ละร้านควรมีความแตกต่างและมีเอกลักษณ์ของตนเอง	1	1.6
รวม	61	100.0

จากตารางที่ 34 พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 59 เสนอแนะว่าควรปรับปรุงให้ฟาสต์ฟู้ดมีราคาถูกลงและปรับปรุงคุณภาพอาหารให้ดีขึ้น ขณะที่ร้อยละ 21.3 มีความคิดเห็นว่าพนักงานควรมีความสุภาพ และหน้าตายิ้มแย้มแจ่มใสมากขึ้น และร้อยละ 6.6 มีความคิดเห็นว่าควรปรับปรุงรสชาติอาหารให้ดีขึ้น

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวแปรอิสระที่เป็นเพศ อายุ และรายรับส่วนบุคคลสามารถแจกแจงได้ตามตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 35 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับฟาสต์ฟู้ดในด้านต่าง ๆ ระหว่างกลุ่มตัวอย่างชาย และหญิง

ความคิดเห็น	ชาย $\bar{x}$	หญิง $\bar{x}$	SD		t	df	P
			ชาย	หญิง			
คุณภาพอาหาร	3.6188	3.4654	0.805	0.714	2.01	396	0.113
รสชาติของอาหาร	3.8177	3.7742	0.582	0.645	0.70	396	0.068
ความสะอาด	3.9392	3.9078	0.625	0.660	0.48	396	0.334
ความรวดเร็วในการบริการ	3.9116	3.8433	0.748	0.676	0.96	396	0.634
ความสุภาพของพนักงาน	3.7127	3.5760	0.813	0.773	1.72	396	0.508
การส่งเสริมการขาย	3.7348	3.6313	0.750	0.722	1.40	396	0.695
ความทันสมัย	3.8785	3.9078	0.807	0.721	-0.38	396	0.116
ความเหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนไทย	3.0884	3.1843	0.909	0.862	-1.08	396	0.782



จากตารางที่ 35 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชาย และหญิงมีค่าเฉลี่ยคะแนน  
ความคิดเห็นเกี่ยวกับฟาสต์ฟู้ดในด้านคุณภาพของอาหาร รสชาติของอาหาร ความสะอาด  
ความเร็วในการบริการ ความสุภาพของพนักงาน การส่งเสริมการขาย ความทันสมัย  
และความเหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนไทยไม่แตกต่างกัน



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 36 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดการบริโภคฟาสต์ฟู้ด ระหว่างเพศชาย และหญิง

ปัจจัย	ชาย $\bar{x}$	หญิง $\bar{x}$	SD		t	df	P
			ชาย	หญิง			
รสชาติอาหาร	3.7650	3.6296	0.766	0.754	1.77	397	0.575
ราคา	3.4208	3.1713	0.814	0.761	3.14	376.64	0.007*
ทำเลที่ตั้ง	3.7322	3.7315	0.864	0.710	0.01	352.26	0.018*
การโฆษณา	3.5464	3.3843	0.823	0.833	1.95	397	0.930
การส่งเสริมการขาย	3.4863	3.3796	0.838	0.843	1.26	397	0.901
ชื่อเสียงของร้าน	3.6230	3.7222	0.855	0.764	-1.22	397	0.062
การตกแต่งร้าน	3.6284	3.5231	0.860	0.818	1.25	397	0.596
มารยาทของพนักงาน	3.9016	3.6296	0.884	0.999	2.89	396.22	0.005*

หมายเหตุ \* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 36 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชาย และหญิงมีค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านรสชาติอาหาร การโฆษณา การส่งเสริมการขาย ชื่อเสียงของร้าน และการตกแต่งร้านที่ก่อให้เกิดการบริโภคฟาสต์ฟู้ดไม่แตกต่างกัน

ขณะที่กลุ่มตัวอย่างเพศชาย และหญิงมีค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคา ท่าเลที่ตั้ง และมารยาทของพนักงานที่ก่อให้เกิดการบริโภคฟาสต์ฟู้ดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างเพศชายมีค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยดังที่กล่าวข้างต้นสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิง

ตารางที่ 37 แสดงผลของการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One- Way ANOVA) โดยเปรียบเทียบกับความคิดเห็นเกี่ยวกับฟาสต์ฟู้ดในด้านคุณภาพของอาหารของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Squares	F	P
ระหว่างกลุ่ม	2	11.727	5.864	10.66	0.000
ภายในกลุ่ม	395	217.280	0.550		
รวม	397	229.007			

จากการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One- Way ANOVA) พบว่ามีความแตกต่างกันของความคิดเห็นในด้านคุณภาพของอาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

$$(F_{2,395} = 10.66, P < 0.01)$$

ตารางที่ 38 แสดงผลการเปรียบเทียบพหุคูณ(The Multiple Comparison or Post Hoc Comparison) เกี่ยวกับความคิดเห็นในด้านคุณภาพของอาหารโดยใช้วิธี LSD

(I) อายุ	(J) อายุ	ผลต่างของค่าเฉลี่ย (I-J)
13-15 ปี	16-18 ปี	-0.35*
	19-21 ปี	0.05
16-18 ปี	13-15 ปี	0.35*
	19-21 ปี	0.39*
19-21 ปี	13-15 ปี	-0.05
	16-18 ปี	-0.39*

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันเกี่ยวกับความคิดเห็นในด้านคุณภาพของอาหาร โดยใช้สถิติการเปรียบเทียบพหุคูณ(The Multiple Comparison or Post Hoc Comparison) โดยใช้วิธี LSD พบว่า

- กลุ่มตัวอย่างอายุ 16-18 ปีมีค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับความคิดเห็นในด้านคุณภาพอาหารสูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- กลุ่มตัวอย่างอายุ 13-15 ปีมีค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับความคิดเห็นในด้านคุณภาพของอาหารเป็นอันดับ 2 ซึ่งสูงกลุ่มตัวอย่างอายุ 19-21 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- ไม่พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างอายุ 13-15 ปี และ 19-21 ปี

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 39 แสดงผลของการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) โดยเปรียบเทียบกับความคิดเห็นเกี่ยวกับฟาสต์ฟู้ดในด้านรสชาติของอาหารของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Squares	F	P
ระหว่างกลุ่ม	2	3.251	1.626	4.34	0.013
ภายในกลุ่ม	395	147.854	0.374		
รวม	397	151.105			

จากการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่ามีความแตกต่างกันของความคิดเห็นในด้านรสชาติของอาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $F_{2,395} = 4.34, P < 0.05$ )

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 40 แสดงผลการเปรียบเทียบพหุคูณ(The Multiple Comparison or Post Hoc Comparison) เกี่ยวกับความคิดเห็นในด้านรสชาติของอาหารโดยใช้วิธีLSD

(I) อายุ	(J) อายุ	ผลต่างของค่าเฉลี่ย (I-J)
13-15 ปี	16-18 ปี	-0.04
	19-21 ปี	0.16*
16-18 ปี	13-15 ปี	0.04
	19-21 ปี	0.20*
19-21 ปี	13-15 ปี	-0.16*
	16-18 ปี	-0.20*

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันเกี่ยวกับความคิดเห็นในด้านรสชาติของอาหาร โดยใช้สถิติการเปรียบเทียบพหุคูณ(The Multiple Comparison or Post Hoc Comparison) โดยใช้วิธี LSD พบว่า

- กลุ่มตัวอย่างอายุ 16-18 ปีมีค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับความคิดเห็นในด้านรสชาติของอาหาร สูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- กลุ่มตัวอย่างอายุ 13-15 ปีมีค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับความคิดเห็นในด้านรสชาติของอาหาร เป็นอันดับ 2 ซึ่งสูงกลุ่มตัวอย่างอายุ 19-21 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- ไม่พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างอายุ 13-15 ปี และ 16-18 ปี

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 41 แสดงผลของการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) โดยเปรียบเทียบกับความคิดเห็นเกี่ยวกับฟาสต์ฟู้ดในด้านความสะอาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Squares	F	P
ระหว่างกลุ่ม	2	5.044	2.522	6.24	0.0021
ภายในกลุ่ม	395	159.542	0.404		
รวม	397	164.586			

จากการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่ามีความแตกต่างกันของความคิดเห็นในด้านความสะอาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

( $F_{2,395} = 6.24$ ,  $P < 0.05$ )

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 42 แสดงผลการเปรียบเทียบพหุคูณ(The Multiple Comparison or Post Hoc Comparison) เกี่ยวกับความคิดเห็นในด้านความสะอาดโดยใช้วิธีLSD

(I) อายุ	(J) อายุ	ผลต่างของค่าเฉลี่ย (I-J)
13-15 ปี	16-18 ปี	-0.18*
	19-21 ปี	0.09
16-18 ปี	13-15 ปี	0.18*
	19-21 ปี	0.27*
19-21 ปี	13-15 ปี	-0.09
	16-18 ปี	-0.27*

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันเกี่ยวกับความคิดเห็นในด้านความสะอาด โดยใช้สถิติการเปรียบเทียบพหุคูณ(The Multiple Comparison or Post Hoc Comparison) โดยใช้วิธีLSD พบว่า

- กลุ่มตัวอย่างอายุ 16-18 ปีมีค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับความคิดเห็นในด้านความสะอาดสูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- กลุ่มตัวอย่างอายุ 13-15 ปีมีค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับความคิดเห็นในด้านความสะอาดเป็นอันดับ 2 ซึ่งสูงกลุ่มตัวอย่างอายุ 19-21 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- ไม่พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างอายุ 13-15 ปี และ 19-21 ปี

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 43 แสดงผลของการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) โดยเปรียบเทียบกับความคิดเห็นเกี่ยวกับฟาสต์ฟู้ดในด้านความเร็วในการให้บริการของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Squares	F	P
ระหว่างกลุ่ม	2	10.606	5.303	11.08	0.0000
ภายในกลุ่ม	395	189.113	0.479		
รวม	397	199.719			

จากการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่ามีความแตกต่างกันของความคิดเห็นในด้านความเร็วในการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $F_{2,395} = 11.08$ ,  $P < 0.05$ )

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 44 แสดงผลการเปรียบเทียบพหุคูณ(The Multiple Comparison or Post Hoc Comparison) เกี่ยวกับความคิดเห็นในด้านความรวดเร็วในการให้บริการโดยใช้วิธีLSD

(I) อายุ	(J) อายุ	ผลต่างของค่าเฉลี่ย (I-J)
13-15 ปี	16-18 ปี	-0.42*
	19-21 ปี	-0.23*
16-18 ปี	13-15 ปี	0.42*
	19-21 ปี	0.18*
19-21 ปี	13-15 ปี	0.23*
	16-18 ปี	-0.18*

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันเกี่ยวกับความคิดเห็นในด้านความรวดเร็วในการให้บริการโดยใช้สถิติการเปรียบเทียบพหุคูณ(The Multiple Comparison or Post Hoc Comparison) โดยใช้วิธี LSD พบว่า

- กลุ่มตัวอย่างอายุ 16-18 ปีมีค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับความคิดเห็นในด้านความรวดเร็วในการให้บริการสูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- กลุ่มตัวอย่างอายุ 19-21 ปีมีค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับความคิดเห็นในด้านความรวดเร็วในการให้บริการเป็นอันดับ 2 ซึ่งสูงกลุ่มตัวอย่างอายุ 13-21 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- กลุ่มตัวอย่างอายุ 13-18 ปีมีค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับความคิดเห็นในด้านความรวดเร็วในการให้บริการต่ำกว่ากลุ่มอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 45 แสดงผลของการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One- Way ANOVA) โดยเปรียบเทียบกับความคิดเห็นเกี่ยวกับฟาสต์ฟู้ดในด้านคุณภาพของพนักงานของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Squares	F	P
ระหว่างกลุ่ม	2	5.973	2.987	4.84	0.0084
ภายในกลุ่ม	395	243.927	0.618		
รวม	397	249.9			

จากการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One- Way ANOVA) พบว่ามีความแตกต่างกันของความคิดเห็นในด้านความสะอาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

$$(F_{2,395} = 4.84, P < 0.05)$$

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 46 แสดงผลการเปรียบเทียบพหุคูณ(The Multiple Comparison or Post Hoc Comparison) เกี่ยวกับความคิดเห็นในด้านความสุภาพของพนักงานโดยใช้วิธี LSD

(I) อายุ	(J) อายุ	ผลต่างของค่าเฉลี่ย (I-J)
13-15 ปี	16-18 ปี	-0.30*
	19-21 ปี	-0.07
16-18 ปี	13-15 ปี	0.30*
	19-21 ปี	0.23*
19-21 ปี	13-15 ปี	0.07
	16-18 ปี	-0.23*

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันเกี่ยวกับความคิดเห็นในด้านความสุภาพของพนักงานโดยใช้สถิติการเปรียบเทียบพหุคูณ(The Multiple Comparison or Post Hoc Comparison) โดยใช้วิธี LSD พบว่า

- กลุ่มตัวอย่างอายุ 16-18 ปีมีค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับความคิดเห็นในด้านความสุภาพของพนักงานสูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- กลุ่มตัวอย่างอายุ 19-21 ปีมีค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับความคิดเห็นในด้านความสุภาพของพนักงานเป็นอันดับ 2 ซึ่งสูงกลุ่มตัวอย่างอายุ 13-15 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- ไม่พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างอายุ 13-15 ปี และ 19-21 ปี

ตารางที่ 47 แสดงผลของการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One- Way ANOVA) โดยเปรียบเทียบกับความคิดเห็นเกี่ยวกับฟาสต์ฟู้ดในด้านการส่งเสริมการขายของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Squares	F	P
ระหว่างกลุ่ม	2	4.614	2.307	4.34	0.0137
ภายในกลุ่ม	395	210.220	0.532		
รวม	397	214.834			

จากการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One- Way ANOVA) พบว่ามีความแตกต่างกันของความคิดเห็นในด้านการส่งเสริมการขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $F_{2,395} = 4.34, P < 0.05$ )

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 48 แสดงผลการเปรียบเทียบพหุคูณ (The Multiple Comparison or Post Hoc Comparison) เกี่ยวกับความคิดเห็นในด้านการส่งเสริมการขายโดยใช้วิธี LSD

(I) อายุ	(J) อายุ	ผลต่างของค่าเฉลี่ย (I-J)
13-15 ปี	16-18 ปี	-0.26*
	19-21 ปี	-0.21*
16-18 ปี	13-15 ปี	0.26*
	19-21 ปี	0.05
19-21 ปี	13-15 ปี	0.21*
	16-18 ปี	-0.05

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันเกี่ยวกับความคิดเห็นในด้านการส่งเสริมการขายโดยใช้สถิติการเปรียบเทียบพหุคูณ (The Multiple Comparison or Post Hoc Comparison) โดยใช้วิธี LSD พบว่า

- กลุ่มตัวอย่างอายุ 16-18 ปีมีค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับความคิดเห็นในด้านการส่งเสริมการขายสูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- กลุ่มตัวอย่างอายุ 19-21 ปีมีค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับความคิดเห็นในด้านการส่งเสริมการขายเป็นอันดับ 2 ซึ่งสูงกลุ่มตัวอย่างอายุ 13-15 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- ไม่พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างอายุ 16-18 ปี และ 19-21 ปี

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 49 แสดงผลของการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One- Way ANOVA)

โดยเปรียบเทียบกับความคิดเห็นเกี่ยวกับฟาสต์ฟู้ดในด้านความทันสมัยของกลุ่ม

ตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Squares	F	P
ระหว่างกลุ่ม	2	7.757	3.878	6.91	0.0011
ภายในกลุ่ม	395	221.811	0.562		
รวม	397	229.568			

จากการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One- Way ANOVA) พบว่ามีความแตกต่างกันของความคิดเห็นในด้านความทันสมัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

( $F_{2,395} = 6.91$  ,  $P < 0.05$ )

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 50 แสดงผลการเปรียบเทียบพหุคูณ(The Multiple Comparison or Post Hoc Comparison) เกี่ยวกับความคิดเห็นในด้านความทันสมัยโดยใช้วิธีLSD

(I) อายุ	(J) อายุ	ผลต่างของค่าเฉลี่ย (I-J)
13-15 ปี	16-18 ปี	-0.35*
	19-21 ปี	-0.12
16-18 ปี	13-15 ปี	0.35*
	19-21 ปี	0.23*
19-21 ปี	13-15 ปี	0.12
	16-18 ปี	-0.23*

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันเกี่ยวกับความคิดเห็นในด้านความทันสมัยโดยใช้สถิติการเปรียบเทียบพหุคูณ(The Multiple Comparison or Post Hoc Comparison) โดยใช้วิธี LSD พบว่า

- กลุ่มตัวอย่างอายุ 16-18 ปีมีค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับความคิดเห็นในด้านความทันสมัยสูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- กลุ่มตัวอย่างอายุ 19-21 ปีมีค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับความคิดเห็นในด้านการส่งเสริมการขายเป็นอันดับ 2 ซึ่งสูงกลุ่มตัวอย่างอายุ 13-15 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- ไม่พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างอายุ 13-15 ปี และ 19-21 ปี

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 51 แสดงผลของการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) โดยเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับฟาสต์ฟู้ดในด้านความเหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนไทยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Squares	F	P
ระหว่างกลุ่ม	2	10.726	5.364	7.08	0.0010
ภายในกลุ่ม	395	299.393	0.758		
รวม	397	310.119			

จากการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่ามีความแตกต่างกันของความคิดเห็นในด้านความเหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $F_{2,395} = 7.08, P < 0.05$ )

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 52 แสดงผลการเปรียบเทียบพหุคูณ(The Multiple Comparison or Post Hoc Comparison) เกี่ยวกับความคิดเห็นในด้านความเหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนไทยโดยใช้วิธี LSD

(I) อายุ	(J) อายุ	ผลต่างของค่าเฉลี่ย (I-J)
13-15 ปี	16-18 ปี	-0.37*
	19-21 ปี	-0.03
16-18 ปี	13-15 ปี	0.37*
	19-21 ปี	0.34*
19-21 ปี	13-15 ปี	0.03
	16-18 ปี	-0.34*

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันเกี่ยวกับความคิดเห็นในด้านความเหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนไทย โดยใช้สถิติการเปรียบเทียบพหุคูณ(The Multiple Comparison or Post Hoc Comparison) โดยใช้วิธี LSD พบว่า

- กลุ่มตัวอย่างอายุ 16-18 ปีมีค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับความคิดเห็นในด้านความเหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนไทยสูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- กลุ่มตัวอย่างอายุ 19-21 ปีมีค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับความคิดเห็นในด้านความเหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนไทยเป็นอันดับ 2 ซึ่งสูงกลุ่มตัวอย่างอายุ 13-15 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- ไม่พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างอายุ 13-15 ปี และ 19-21 ปี

ตารางที่ 53 แสดงผลของการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One- Way ANOVA) โดยเปรียบเทียบปัจจัยด้านรสชาติอาหารที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Squares	F	P
ระหว่างกลุ่ม	2	7.153	3.577	6.32	0.0020
ภายในกลุ่ม	396	223.930	0.567		
รวม	398	231.083			

จากการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านรสชาติอาหารที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One- Way ANOVA) พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $F_{2,396} = 6.32, P < 0.05$ )

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 54 แสดงผลการเปรียบเทียบพหุคูณ(The Multiple Comparison or Post Hoc Comparison) เกี่ยวกับปัจจัยด้านรสชาติอาหารที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธี LSD

(I) อายุ	(J) อายุ	ผลต่างของค่าเฉลี่ย (I-J)
13-15 ปี	16-18 ปี	-0.29*
	19-21 ปี	0.01
16-18 ปี	13-15 ปี	0.29*
	19-21 ปี	0.29*
19-21 ปี	13-15 ปี	-0.01
	16-18 ปี	-0.29*

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันเกี่ยวกับปัจจัยด้านรสชาติอาหารที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด โดยใช้สถิติการเปรียบเทียบพหุคูณ (The Multiple Comparison or Post Hoc Comparison) โดยใช้วิธี LSD พบว่า

- กลุ่มตัวอย่างอายุ 16-18 ปีมีค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับปัจจัยด้านรสชาติอาหารที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดสูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- กลุ่มตัวอย่างอายุ 13-15 ปีมีค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับปัจจัยด้านรสชาติอาหารที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดเป็นอันดับ 2 ซึ่งสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างอายุ 19-21ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- ไม่พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างอายุ 13-15 ปี และ 19-21 ปี

ตารางที่ 55 แสดงผลของการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One- Way ANOVA) โดยเปรียบเทียบปัจจัยด้านราคาที่เกี่ยวข้องให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Squares	F	P
ระหว่างกลุ่ม	2	7.486	3.743	6.08	0.0025
ภายในกลุ่ม	396	243.943	0.616		
รวม	398	251.429			

จากการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาที่เกี่ยวข้องให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One- Way ANOVA) พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

$$(F_{2,396} = 6.08, P < 0.05)$$

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 56 แสดงผลการเปรียบเทียบพหุคูณ (The Multiple Comparison or Post Hoc Comparison) เกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาที่ทำให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธี LSD

(I) อายุ	(J) อายุ	ผลต่างของค่าเฉลี่ย (I-J)
13-15 ปี	16-18 ปี	-0.29*
	19-21 ปี	0.02
16-18 ปี	13-15 ปี	0.29*
	19-21 ปี	0.30*
19-21 ปี	13-15 ปี	-0.02
	16-18 ปี	-0.30*

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาที่ทำให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด โดยใช้สถิติการเปรียบเทียบพหุคูณ (The Multiple Comparison or Post Hoc Comparison) โดยใช้วิธี LSD พบว่า

- กลุ่มตัวอย่างอายุ 16-18 ปีมีค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาที่ทำให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดสูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- กลุ่มตัวอย่างอายุ 13-15 ปีมีค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาที่ทำให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดเป็นอันดับ 2 ซึ่งสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างอายุ 19-21 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- ไม่พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างอายุ 13-15 ปี และ 19-21 ปี

ตารางที่ 57 แสดงผลของการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) โดยเปรียบเทียบปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Squares	F	P
ระหว่างกลุ่ม	2	5.567	2.784	4.62	0.0104
ภายในกลุ่ม	396	238.739	0.603		
รวม	398	244.306			

จากการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $F_{2,396} = 4.62, P < 0.05$ )

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 58 แสดงผลการเปรียบเทียบพหุคูณ(The Multiple Comparison or Post Hoc Comparison) เกี่ยวกับปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธี LSD

(I) อายุ	(J) อายุ	ผลต่างของค่าเฉลี่ย (I-J)
13-15 ปี	16-18 ปี	-0.20*
	19-21 ปี	0.09
16-18 ปี	13-15 ปี	0.20*
	19-21 ปี	0.28*
19-21 ปี	13-15 ปี	-0.09
	16-18 ปี	-0.28*

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันเกี่ยวกับปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด โดยใช้สถิติการเปรียบเทียบพหุคูณ (The Multiple Comparison or Post Hoc Comparison) โดยใช้วิธี LSD พบว่า

- กลุ่มตัวอย่างอายุ 16-18 ปีมีค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดสูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- กลุ่มตัวอย่างอายุ 13-15 ปีมีค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดเป็นอันดับ 2 ซึ่งสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างอายุ 19-21 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- ไม่พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างอายุ 13-15 ปี และ 19-21 ปี



ตารางที่ 59 แสดงผลของการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One- Way ANOVA) โดยเปรียบเทียบปัจจัยด้านการโฆษณาที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Squares	F	P
ระหว่างกลุ่ม	2	8.450	4.225	6.28	0.0021
ภายในกลุ่ม	396	266.618	0.673		
รวม	398	275.068			

จากการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านการโฆษณาที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One- Way ANOVA) พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $F_{2,396} = 6.28$ ,  $P < 0.05$ )

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 60 แสดงผลการเปรียบเทียบพหุคูณ (The Multiple Comparison or Post Hoc Comparison) เกี่ยวกับปัจจัยด้านการโฆษณาที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธี LSD

(I) อายุ	(J) อายุ	ผลต่างของค่าเฉลี่ย (I-J)
13-15 ปี	16-18 ปี	-0.35*
	19-21 ปี	-0.08
16-18 ปี	13-15 ปี	0.35*
	19-21 ปี	0.27*
19-21 ปี	13-15 ปี	0.08
	16-18 ปี	-0.27*

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันเกี่ยวกับปัจจัยด้านการโฆษณาที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด โดยใช้สถิติการเปรียบเทียบพหุคูณ (The Multiple Comparison or Post Hoc Comparison) โดยใช้วิธี LSD พบว่า

- กลุ่มตัวอย่างอายุ 16-18 ปีมีค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับปัจจัยด้านการโฆษณาที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดสูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- กลุ่มตัวอย่างอายุ 19-21 ปีมีค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับปัจจัยด้านการโฆษณาที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดเป็นอันดับ 2 ซึ่งสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างอายุ 13-15 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- ไม่พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างอายุ 13-15 ปี และ 19-21 ปี

ตารางที่ 61 แสดงผลของการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One- Way ANOVA) โดยเปรียบเทียบปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Squares	F	P
ระหว่างกลุ่ม	2	5.457	2.728	3.91	0.0208
ภายในกลุ่ม	396	276.258	0.698		
รวม	398	281.715			

จากการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One- Way ANOVA) พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $F_{2,396} = 3.91$ ,  $P < 0.05$ )

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 62 แสดงผลการเปรียบเทียบพหุคูณ(The Multiple Comparison or Post Hoc Comparison) เกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธี LSD

(I) อายุ	(J) อายุ	ผลต่างของค่าเฉลี่ย (I-J)
13-15 ปี	16-18 ปี	-0.29*
	19-21 ปี	-0.08
16-18 ปี	13-15 ปี	0.29*
	19-21 ปี	0.21*
19-21 ปี	13-15 ปี	0.08
	16-18 ปี	-0.21*

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันเกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด โดยใช้สถิติการเปรียบเทียบพหุคูณ(The Multiple Comparison or Post Hoc Comparison) โดยใช้วิธี LSD พบว่า

- กลุ่มตัวอย่างอายุ 16-18 ปีมีค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดสูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- กลุ่มตัวอย่างอายุ 19-21 ปีมีค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดเป็นอันดับ 2 ซึ่งสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างอายุ 13-15 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- ไม่พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างอายุ 13-15 ปี และ 19-21 ปี

ตารางที่ 63 แสดงผลของการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) โดยเปรียบเทียบปัจจัยด้านชื่อเสียงของร้านที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Squares	F	P
ระหว่างกลุ่ม	2	10.872	5.436	8.67	0.0002
ภายในกลุ่ม	396	248.422	0.627		
รวม	398	259.294			

จากการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านชื่อเสียงของร้านที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $F_{2,396} = 8.67, P < 0.05$ )

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 64 แสดงผลการเปรียบเทียบพหุคูณ(The Multiple Comparison or Post Hoc Comparison) เกี่ยวกับปัจจัยด้านชื่อเสียงของร้านที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธี LSD

(I) อายุ	(J) อายุ	ผลต่างของค่าเฉลี่ย (I-J)
13-15 ปี	16-18 ปี	-0.40*
	19-21 ปี	-0.10
16-18 ปี	13-15 ปี	0.40*
	19-21 ปี	0.31*
19-21 ปี	13-15 ปี	0.10
	16-18 ปี	-0.31*

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันเกี่ยวกับปัจจัยด้านชื่อเสียงของร้านที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด โดยใช้สถิติการเปรียบเทียบพหุคูณ(The Multiple Comparison or Post Hoc Comparison) โดยใช้วิธี LSD พบว่า

- กลุ่มตัวอย่างอายุ 16-18 ปีมีค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับปัจจัยด้านชื่อเสียงของร้านที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดสูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- กลุ่มตัวอย่างอายุ 19-21 ปีมีค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับปัจจัยด้านชื่อเสียงของร้านที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดเป็นอันดับ 2 ซึ่งสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างอายุ 13-15 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- ไม่พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างอายุ 13-15 ปี และ 19-21 ปี

ตารางที่ 65 แสดงผลของการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One- Way ANOVA) โดยเปรียบเทียบปัจจัยด้านการตกแต่งร้านที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Squares	F	P
ระหว่างกลุ่ม	2	25.155	12.577	19.57	0.0000
ภายในกลุ่ม	396	254.559	0.623		
รวม	398	279.714			

จากการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านการตกแต่งร้านที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One- Way ANOVA) พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $F_{2,396} = 19.57$  ,  $P < 0.05$ )

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 66 แสดงผลการเปรียบเทียบพหุคูณ (The Multiple Comparison or Post Hoc Comparison) เกี่ยวกับปัจจัยด้านการตกแต่งร้านที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธี LSD

(I) อายุ	(J) อายุ	ผลต่างของค่าเฉลี่ย (I-J)
13-15 ปี	16-18 ปี	-0.64*
	19-21 ปี	-0.27*
16-18 ปี	13-15 ปี	0.64*
	19-21 ปี	0.37*
19-21 ปี	13-15 ปี	0.27*
	16-18 ปี	-0.37*

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันเกี่ยวกับปัจจัยด้านการตกแต่งร้านที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด โดยใช้สถิติการเปรียบเทียบพหุคูณ (The Multiple Comparison or Post Hoc Comparison) โดยใช้วิธี LSD พบว่า

- กลุ่มตัวอย่างอายุ 16-18 ปีมีค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับปัจจัยด้านการตกแต่งร้านที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดสูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- กลุ่มตัวอย่างอายุ 19-21 ปีมีค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับปัจจัยด้านการตกแต่งร้านที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดเป็นอันดับ 2 ซึ่งสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างอายุ 13-15 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- กลุ่มตัวอย่างอายุ 13-15 ปีมีค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับปัจจัยด้านการตกแต่งร้านที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดต่ำกว่ากลุ่มอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตารางที่ 67 แสดงผลของการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One- Way ANOVA) โดยเปรียบเทียบปัจจัยด้านมรรยาทของพนักงานที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Squares	F	P
ระหว่างกลุ่ม	2	5.292	2.646	2.92	0.0550
ภายในกลุ่ม	396	358.638	0.906		
รวม	398	363.93			

จากการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านมรรยาทของพนักงานที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One- Way ANOVA) พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $F_{2,396} = 2.92$  ,  $P < 0.05$ )

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 68 แสดงผลการเปรียบเทียบพหุคูณ(The Multiple Comparison or Post Hoc Comparison) เกี่ยวกับปัจจัยด้านมรรยาทของพนักงานที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธี LSD

(I) อายุ	(J) อายุ	ผลต่างของค่าเฉลี่ย (I-J)
13-15 ปี	16-18 ปี	-0.29*
	19-21 ปี	-0.20
16-18 ปี	13-15 ปี	0.29*
	19-21 ปี	0.09
19-21 ปี	13-15 ปี	0.20
	16-18 ปี	-0.09

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันเกี่ยวกับปัจจัยด้านมรรยาทของพนักงานที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด โดยใช้สถิติการเปรียบเทียบพหุคูณ (The Multiple Comparison or Post Hoc Comparison) โดยใช้วิธี LSD พบว่า

- กลุ่มตัวอย่างอายุ 16-18 ปีมีค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับปัจจัยด้านมรรยาทของพนักงานที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดสูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- กลุ่มตัวอย่างอายุ 19-21 ปีมีค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับปัจจัยด้านมรรยาทของพนักงานที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดเป็นอันดับ 2 ซึ่งสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างอายุ 13-15 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- ไม่พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างอายุ 13-15 ปี และ 19-21 ปี และกลุ่มตัวอย่างอายุ 16-18 ปี และ 19-21 ปี

ตารางที่ 69 แสดงผลของการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One- Way ANOVA) โดยเปรียบเทียบปัจจัยด้านราคาที่เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายรับส่วนบุคคลต่อเดือนแตกต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Squares	F	P
ระหว่างกลุ่ม	4	2.477	0.619	0.98	0.4183
ภายในกลุ่ม	394	248.952	0.632		
รวม	398	251.429			

จากการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาที่เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีรายรับส่วนบุคคลต่อเดือนแตกต่างกันโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One- Way ANOVA) พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 70 แสดงผลของการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One- Way ANOVA) โดยเปรียบเทียบปัจจัยด้านการโฆษณาที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายรับส่วนบุคคลต่อเดือนแตกต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Squares	F	P
ระหว่างกลุ่ม	4	2.047	0.512	0.74	0.5661
ภายในกลุ่ม	394	273.020	0.693		
รวม	398	275.067			

จากการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านการโฆษณาที่ก่อให้เกิดการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีรายรับส่วนบุคคลต่อเดือนแตกต่างกันโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One- Way ANOVA) พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย