

# พฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนในกลุ่มวัยทำงาน

## Fast Food Consumption Behavior of Working People

เทพรัตน์ เอื้อธรรมถาวร<sup>1</sup> ปริญา โกวิทย์วิวัฒน์<sup>2</sup> กิติพงศ์ รัตนวงกต<sup>3</sup>

### บทคัดย่อ

บทความวิชาการเรื่องนี้ผู้เขียนดำเนินการทบทวนพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนของกลุ่มวัยทำงาน มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารจานด่วน 2) ใช้เป็นข้อมูลในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม 3) ทราบโทษของการบริโภคอาหารจานด่วนที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคและผู้ประกอบการอาหาร โดยผู้เขียนได้รวบรวมข้อมูลจากบทความวิจัยที่เกี่ยวข้องพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารจานด่วน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เชิงพรรณนาและเชิงปริมาณ ผลการศึกษาพบว่าปัจจุบันการเลือกรับประทานอาหารของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป เกิดจากอิทธิพลภายนอกสภาพแวดล้อม วัฒนธรรมของชาวตะวันตก และอิทธิพลจากสื่อส่งผลต่อการดำรงชีวิตในการเลือกซื้ออาหารเพื่อความสะดวกรวดเร็ว และประหยัดเวลา จนลืมนึกถึงคุณค่าทางโภชนาการอาหาร สรุปได้ว่าพฤติกรรมผู้บริโภควัยทำงานเกิดจากสภาพสังคม เศรษฐกิจ การเมือง การรับวัฒนธรรม และความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ทำให้เกิดพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารจานด่วน ภายใต้ระยะเวลาที่เร่งรีบโดยบริโภคประเภทของอาหารจานด่วนไม่แตกต่างกัน รวมทั้งยังส่งผลเสียต่อสุขภาพ เช่น โรคอ้วน โรคเบาหวานหากเกิดการสะสมเป็นเวลานานอาจก่อให้เกิดเป็นโรคมะเร็งได้ ซึ่งหากจะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคต้องเริ่มจากการรณรงค์จากสื่อต่างๆ เป็นสิ่งกระตุ้นและโน้มน้าวให้วัยทำงานหันมาดูแลสุขภาพร่างกายให้มากขึ้น โดยการบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายครบทั้ง 5 หมู่ หลีกเลี่ยงอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ด หรืออาหารสำเร็จรูป รวมทั้งผู้ประกอบการอาหารจานด่วนต้องตระหนักถึงการนำวัตถุดิบที่มีคุณค่าทางโภชนาการ ปลอดภัยสารพิษนำมาประกอบอาหารต่อผู้บริโภค อย่างไรก็ตามสิ่งที่ให้ประโยชน์ต่อร่างกายมากที่สุด คือการบริโภคน้ำเป็นสิ่งสำคัญ เพราะน้ำช่วยนำอาหารไปเลี้ยงส่วนต่างๆ ของร่างกาย และช่วยควบคุมระบบการทำงานของร่างกายให้เป็นปกติ

**คำสำคัญ :** พฤติกรรมผู้บริโภค อาหารจานด่วน วัยทำงาน

<sup>1</sup>อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนครราชสีมา

<sup>2-3</sup> อาจารย์ประจำ วิทยาลัยนครราชสีมา

## Abstract

This paper is written based on our observation on fast food consumption behavior of working-age people. The main purposes of this article are 1) To learn people's consumption behaviors of fast food. 2) To change people's consumption behaviors. 3) To find out the deleterious effects of consuming fast food for the benefit of consumers and food providers. The author has gathered the studies on people's fast food consumption behaviors, and processed the data through a descriptive analysis and a quantitative analysis. The result shows that outer effects, environment, western cultures, and media influenced consumers to pick their food that doesn't consume their time without taking benefits of good nutrition into consideration. We conclude that working-age people's consumption behaviors are influenced by social pressure, economy, politics, cultures, and technologies, which force consumers to consume food under a very restricted time frame. The type of food working-age people choose tends to be the same and is the cause of many deleterious effects such as obesity, diabetes, and, if the behavior still persists, cancer. To tackle this issue, it may need to start from the media encouraging consumers to be more mindful of their food choices, consume all types from each of the 5 food groups, and avoid fast food and processed food. Fast Food providers should also beware of what materials they are using. The materials should be pesticide-free. One of the most beneficial things to our body is water. Water helps transport the nutrition to each part of the body and balance the body system.

**Keywords :** Consumer Behavior, Fast Food, Working People.

## บทนำ

ปัจจุบันการเลือกรับประทานอาหารของบุคคลที่อยู่ในวัยทำงานได้เปลี่ยนแปลงไปด้วยเหตุผลหลากหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นสภาพแวดล้อม ที่อยู่อาศัย สังคม และเศรษฐกิจ ล้วนแล้วส่งผลต่อการดำรงชีวิตในการเลือกซื้ออาหาร สังคมในปัจจุบันอยู่ในสภาวะที่เร่งรีบต้องเผชิญกับปัญหานานัปการ จึงทำให้ทุกคนไม่มีเวลาหันมาให้ความสนใจกับการเลือกอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพมากนัก โดยปกติแล้วการที่มนุษย์จะเลือกรับประทานอาหารล้วนต้องการเลือกสรรสิ่งดีๆ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อร่างกายของตนเอง ในการรับประทานอาหารเช้าให้ครบ 5 หมู่ หรือรับประทานให้ครบตามที่ร่างกายต้องการนั้นนับเป็นเรื่องยาก เพราะคุณค่าหรือคุณภาพของพืชผักสวนครัวและเนื้อสัตว์ใน

ปัจจุบันนั้นไม่เหมือนในสมัยก่อน วัตถุประสงค์ในการประกอบอาหารมีราคาสูงขึ้น มีสารเคมีเจือปน และต้องใช้ความเชี่ยวชาญหรือความชำนาญในการปรุงแต่งรสชาติให้ตรงต่อความต้องการ ซึ่งสถานภาพของบุคคลวัยทำงานส่วนใหญ่นั้นอยู่ในสถานการณ์ที่เร่งรีบทำงาน การติดต่อธุรกิจ การรับประทาน อาหาร รวมทั้งความรีบเร่งในการพักผ่อนแข่งขันกับเวลา ต้องการความสะดวกและรวดเร็วในการใช้ชีวิตมากขึ้น ซึ่งกลุ่มบุคคลเหล่านี้มีความต้องการที่จะได้รับการพักผ่อนหรือมีกิจกรรมอื่นๆ ควบคู่ในเวลาเดียวกัน (เครือมาศ มีเกษม, 2554: 1-2)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะค้นคว้าศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารจานด่วนของกลุ่มวัยทำงาน เพื่อเป็นประโยชน์ในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้บุคคลวัยทำงานหันมาใส่ใจดูแลในสุขภาพมากขึ้น และทราบโทษของการบริโภคอาหาร รวมทั้งผู้ประกอบการได้ทราบถึงความต้องการและตระหนักถึงคุณค่าในการประกอบอาหารจานด่วนที่มีต่อผู้บริโภค

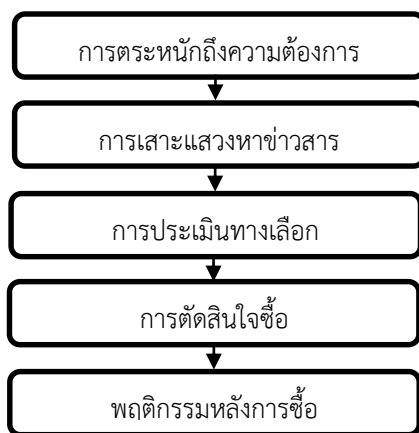
### กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (The Buyer – Decision Process)

พฤติกรรมผู้บริโภคของมนุษย์มีการเปลี่ยนแปลงจากอดีตที่มีการบริโภคอาหารที่มีอยู่อย่างจำกัดเพื่อความอยู่รอดหรือเพื่อประทังชีวิต เป็นการบริโภคอาหารตามความชอบของแต่ละบุคคลตามกำลังทรัพย์ เพราะมีอาหารให้เลือกมากขึ้น ซึ่งโดยปกติผู้บริโภคจะมีกระบวนการตัดสินใจซื้อโดยมีผู้รวบรวมกล่าวไว้ดังนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2552) กระบวนการหรือขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ (Byer's Decision Process) เป็นลำดับขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคและพฤติกรรมหลังการซื้อ

มานิต รัตนสุวรรณ (2554) กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อซึ่งประกอบด้วย 6 ขั้นตอน เริ่มตั้งแต่การรับรู้ความต้องการและการค้นหาข้อมูลสินค้าที่ต้องการการเปรียบเทียบราคาคุณภาพของสินค้า ท้ายสุดจึงจะเกิดเป็นการเลือกสินค้าที่ตรงตามความต้องการซื้อ

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ที่จะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้า ดังนี้



ภาพที่ 1 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

1. การตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition) เป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการซื้อ ซึ่งผู้ซื้อตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ ผู้ซื้อที่มีความรู้สึกแตกต่างระหว่างสภาวะที่ผู้ซื้อเป็นอยู่จริงกับสภาวะที่เขาปรารถนาความต้องการอาจถูกกระตุ้นโดยตัวกระตุ้นจากภายใน (Internal Stimuli) กระตุ้นความต้องการที่มีอยู่ปกติ เช่น ความหิว กระจาย เพศ เป็นต้น ในระดับสูงพอที่จะกลายเป็นแรงขับเคลื่อน (Drive) นอกจากนั้นความต้องการอาจถูกกระตุ้นจาก ตัวกระตุ้นภายนอก (External Stimuli)

2. การเสาะแสวงหาข่าวสาร (Information Search) ผู้บริโภคที่ถูกกระตุ้นเร้าอาจจะหาข่าวสารเพิ่มเติมมากขึ้นหรือไม่ขึ้นขึ้นอยู่กับแรงผลักดันของผู้บริโภคเชิงแกร่ง และสินค้านั้นอยู่แค่เอื้อม ผู้บริโภคมักจะทำการซื้อทันที มิฉะนั้นแล้วนั้นผู้บริโภคก็อาจจะเก็บความต้องการนั้นไว้ในความทรงจำหรือไม่ก็เสาะแสวงหาข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับความต้องการดังกล่าว ผู้บริโภคอาจหาข่าวสารได้จากหลายแหล่งข้อมูล

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternative) คือวิธีการที่ผู้บริโภคใช้ข่าวสารเพื่อเลือกการบริโภค โดยเกิดจากการวางกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) การประเมินทางเลือกนั้นผู้บริโภคจะจัดลำดับความชอบของผลิตภัณฑ์ในแต่ละตัวเลือก ซึ่งก็จะสร้างความตั้งใจซื้อเพิ่มขึ้น โดยทั่วไปนั้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมักทำการซื้อจากสิ่งที่ชอบมากที่สุด

5. พฤติกรรมหลังซื้อ (Post purchase Behavior) ผู้บริโภคจะเกิดความพอใจหรือไม่ในการซื้อนั้น ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภค (Consumer's Expectation) กับการปฏิบัติของสินค้า (Products' Perceived Performance) ถ้าสินค้าน้อยกว่าความคาดหวัง ผู้บริโภคจะเกิดความผิดหวัง และในทางกลับกันหากสินค้าดีผู้บริโภค เกินความคาดหวังเป็นเรื่องที่ดี (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2543)

**สรุป** กระบวนการตัดสินใจจะเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมตัดสินใจซื้อแบบมีขั้นตอน กล่าวคือ ผู้บริโภคต้องมีความต้องการและทำการเสาะหาข้อมูลมาประกอบการพิจารณาเพื่อกำหนดแนวทางและประเมินทางเลือกก่อนจะตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ และเมื่อนำสินค้านั้นไปใช้จะเกิดพฤติกรรมหลังการซื้อซึ่งหากได้ผลดีผู้บริโภคจะกลับไปรับบริการหรือเลือกซื้อสินค้านั้นๆเพิ่มขึ้นและหากบริการนั้นๆไม่เป็นที่น่าพอใจ ผู้บริโภคจะไม่กลับไปซื้อและใช้บริการอีก

### พฤติกรรมผู้บริโภคอาหาร

พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารเป็นพฤติกรรมอย่างหนึ่งที่เป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตของบุคคล โดยมีผู้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารไว้ดังนี้

ศิริลักษณ์ สิมชวลัย (2533 : 86) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารไว้ว่า หมายถึง ลักษณะวิธีการรับประทานอาหารว่างรับประทานอะไร รับประทานอย่างไรมากหรือน้อย

บ่อยหรือไม่ มีระเบียบมารยาทการรับประทานอาหารอย่างไร ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวจำแนกไปตามลักษณะหรือประเภทของบุคคลเป็นเด็ก ผู้ใหญ่หรือคนชรา หรืออาจจำแนกการรับประทานอาหารตามโอกาส เช่น รับประทานอาหารที่บ้าน รับประทานอาหารที่ร้านอาหาร เป็นต้น และอาจมีความสัมพันธ์ไปถึงเรื่องการทำการทำอาหารก่อนนำมารับประทานได้ วัสดุอาหารนั้นมาจากไหนใช้วิธีใดรักษาหรือเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการได้ดีที่สุด

วิธีใดทำลายหรือลดคุณค่าทางโภชนาการ พฤติกรรมการบริโภคอาหารไม่ใช่พฤติกรรมธรรมชาติ เอกเทศส่วนบุคคลที่จะทำได้โดยเสรีตามอำเภอใจ แต่เป็นการกระทำทางสังคมและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้อื่นอยู่เสมอ จึงต้องเป็นไปตามรูปแบบและกฎเกณฑ์ที่กลุ่มนั้นกำหนดไว้ เรื่องอาหารและการรับประทานอาหารจึงเป็นพฤติกรรมทางสังคมและวัฒนธรรม ที่จะเข้าใจได้ชัดเจนก็ต่อเมื่อได้พิจารณาปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมนั้นด้วย

สุทธิลักษณ์ สมิตตะสิริ (2533 : 4-5) ได้กล่าวถึงพฤติกรรมการบริโภคอาหารเป็นการแสดงออกของบุคคลทั้งที่สังเกตได้และสังเกตไม่ได้เกี่ยวกับการรับประทานอาหาร โดยมีความสัมพันธ์กับสิ่งอื่น เช่น ความเชื่อเรื่องอาหาร ข้อห้ามในเรื่องอาหาร ความนิยมในเรื่องอาหาร และนิสัยการบริโภคอาหาร ล้วนมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารทั้งสิ้น

ดารา ทีปะปาล (2542: 4) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมการบริโภคอาหาร หมายถึงการกระทำใดๆ ของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการเลือกสรรการซื้อ การใช้สินค้า และการบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งเป็นตัวนำหรือตัวกำหนดการกระทำดังกล่าว เพื่อตอบสนองความจำเป็น และความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพอใจ

จากความหมายของพฤติกรรมการบริโภคอาหารจาด่วนดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่าพฤติกรรมการบริโภคอาหาร หมายถึงการเลือกซื้อ เลือกใช้ และตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการใดๆ เพื่อสนองความต้องการ ความปรารถนา และเพื่อให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด โดยใช้ทัศนคติและเหตุผลของแต่ละบุคคลในการตัดสินใจซื้อ

### พฤติกรรมการบริโภคอาหารของวัยทำงาน

ปัจจุบันพบว่าพฤติกรรมการบริโภคอาหารของวัยทำงานทำให้มีภาวะโภชนาการที่บกพร่อง เพราะวัยทำงานมักจะอดอาหารเนื่องจากความเข้าใจผิด พยายามอดอาหารเพื่อรักษาทรนตรงเป็นเหตุให้มีรูปร่างบางบาง ตัวเล็กเพราะขาดอาหาร และโอกาสที่จะเจริญเติบโตเต็มที่ที่ต้องเสียไป ได้กล่าวถึงพฤติกรรมการบริโภคอาหารของวัยทำงานไว้ดังนี้

1. อดอาหารบางมื้อ เด็กวัยรุ่นเป็นหัวรูปร่างมากกว่าอย่างอื่น โดยเฉพาะเด็กผู้หญิงกลัวว่าน้ำหนักจะมากเกินไปทำให้รูปร่างไม่สวยจึงมักแก้ปัญหาโดยการอดอาหาร

2. นิสัยการบริโภคอาหารไม่ดี เนื่องจากกิจกรรมต่างๆ ทั้งในด้านการศึกษา และสังคมทำให้ไม่ค่อยได้บริโภคอาหารที่บ้านนิสัยการบริโภคอาจเปลี่ยนแปลงตามเพื่อนมากกว่าพ่อแม่

3. **บริโภคผักและผลไม้ไม่เพียงพอ** สาเหตุอาจเป็นเพราะไม่ชอบหรือนิสัยการบริโภคไม่ดี ตั้งแต่ต้น เด็กวัยรุ่นมักชอบรับประทานอาหารพวกเนื้อสัตว์ น้ำตาล แป้ง เป็นต้น

4. **เบื่ออาหารหรือไม่อยากรับประทาน** เป็นปัญหาที่พบมากในเด็กวัยรุ่น ถ้ามีเหตุทำให้กระทบกระเทือนทางจิตใจหรืออารมณ์ถูกรบกวน เช่น ผิดหวังเสียใจในเรื่องต่างๆ ก็เป็นเหตุทำให้เบื่ออาหาร หรือไม่อยากอาหารได้ เป็นต้น

5. **ชอบบริโภคอาหารจุบจิบ** คือการบริโภคอาหารตามมือแล้วไม่เพียงพอยังบริโภคอาหารระหว่างมืออีกด้วย ซึ่งทำให้บริโภคอาหารมากกว่าที่ควรส่งผลทำให้เกิดโรคอ้วน โรคฟันผุตามมาได้

6. **ความเชื่อผิดๆในเรื่องอาหาร** วัยทำงานมักหลงเชื่อและบริโภคอาหารตามที่โฆษณาว่ามีคุณค่าต่าง ๆ เช่น ลดความอ้วนได้ เป็นต้น (พรพรรณ คเนจร ณ อยุธยา, 2523: 106-107)

### ความรู้เกี่ยวกับอาหารจานด่วน

ความสามารถในการเข้าใจข้อเท็จจริงและข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้องกับอาหารจานด่วนที่วัยทำงานได้เรียนรู้จากการศึกษาค้นคว้า การสังเกต และการได้รับจากสื่อต่างๆทั้งทางตรงและทางอ้อม เกี่ยวกับการบริโภคอาหารจานด่วน ได้แก่ ความหมาย สารอาหาร คุณค่าทางโภชนาการของอาหารจานด่วน ความเสี่ยงทางสุขภาพจากการบริโภคอาหารจานด่วน โรคที่เกิดจากการบริโภคอาหารจานด่วนที่ไม่ถูกหลักโภชนาการ ซึ่งสามารถวัดได้ด้วยแบบสอบถามความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริโภคอาหารจานด่วน (เจณิภา คงอิม, 2559)

ความหมายของคำว่า “อาหารจานด่วน” มีผู้นิยามไว้มากมายดังนี้

ผองพันธ์ เกษเกษมสุข (2527: 55) ให้ความหมายของคำว่าอาหารจานด่วน หมายถึง อาหารที่ทำเสร็จในเวลารวดเร็วและสามารถรับประทานได้ทันทีโดยที่อาหารนั้นจะต้องอยู่ในลักษณะที่สดและใหม่เสมอ

สมศรี สุกุลนันท์ (2528: 105) ให้ความหมายอาหารจานด่วน หมายถึง อาหารทันใจ เช่น แฮมเบอร์เกอร์ ไกทอด แซนวิช ไสกรอก เป็นต้น

บราวน์ (นภดล เวชสวัสดิ์, 2529) ให้ความหมายว่า Fast food คืออาหารด่วนทันใจ หมายถึง อาหารที่คนซื้อสั่งแล้วได้รับประทานทันที ไม่ต้องเสียเวลารอเพราะคนขายทำเสร็จล่วงหน้า สะดวกรวดเร็วทันใจและมีผู้เรียกอาหารด่วนทันใจเหล่านี้ว่าอาหารขยะ (Junk Food) เพราะมีความเชื่อว่าอาหารด่วนทันใจเหล่านี้มีไขมันมากเกินไปทำให้เกิดมะเร็ง

สจ๊วต (Stuart, 1991 : 8) ให้ความหมายฟาสตฟู้ด ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบดังนี้

- 1) ราคาถูก
- 2) บริการอย่างรวดเร็วภายใน 2-5 นาที และ 30 นาที สำหรับการส่งถึงบ้าน
- 3) เหมาะสำหรับใช้มือหยิบรับประทานและการห่อบรรจุใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้งหรือประยุกต์ใช้มีดและส้อมที่ใช้เพียงครั้งเดียวแล้วทิ้ง

4) อาหารที่สำเร็จแล้วสามารถเก็บได้เป็นนาทีหรือชั่วโมงเท่านั้น ต่างจากอาหารว่าง ซึ่งสามารถอยู่ได้นานกว่า

อาหารพาสต์ฟู้ด หมายถึง อาหารที่พร้อมประกอบเป็นอาหารโดยใช้เวลาไม่กี่นาที ซึ่งวัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหารดังกล่าวสามารถที่จะส่งมอบให้แก่ผู้ซื้อได้ทันที สามารถรับประทานที่ร้านหรือนำออกไปรับประทานนอกร้าน และมีจำหน่ายหรือหาซื้อได้จากร้านอาหาร ร้านขายขนม และสถานที่อื่นๆทั่วไป หรือวัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหารที่มีการเตรียมและปรุงไว้สำเร็จรูปหรือเกือบสำเร็จรูปแบบตะวันตก ได้แก่ 1) อาหารพาสต์ฟู้ดประเภทอาหารจานด่วนแบบตะวันตก เช่น พิซซ่า แฮมเบอร์เกอร์ แซนด์วิช ไก่ทอด ไก่ย่าง มันฝรั่งทอด สปาเก็ตตี้ และ 2) อาหารระหว่างมือที่เป็นอาหารพาสต์ฟู้ดขนมแบบตะวันตก เช่น เค้ก โดนัท คุกกี้ ไอศกรีม ขนมอบ (เจณีภา คงอิม, 2559)

จากความหมายดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า อาหารจานด่วน หมายถึง อาหารที่เตรียมหรือปรุงไว้สำเร็จรูปแล้วสามารถรับประทานได้ทันทีหรือใช้เวลาสำหรับกรรมวิธีขั้นสุดท้ายก่อนรับประทานเพียงไม่กี่นาที สามารถที่จะนั่งรับประทานในร้านหรือนำออกไปรับประทานนอกร้านก็ได้ เช่น อาหารจำพวกแฮมเบอร์เกอร์ พิซซ่าและไก่ทอด เป็นต้น ในที่นี้จะศึกษาเฉพาะกรณีอาหารจานด่วนประเภทรับประทานอิมที่มีผู้ลงทุนเปิดกิจการขายอาหารยอมอยู่ภายใต้ลิขสิทธิ์ของยี่ห้ออาหารจานด่วนจากต่างประเทศที่มีชื่อเสียง

### ประเภทของอาหารจานด่วน

อาหารจานด่วนมี 2 ประเภท คือ

1. **อาหารประเภทรับประทานอิม (Full Meal Fast Food)** อาหารจานด่วนประเภทนี้จะมีสารประกอบจำพวกแป้ง เนื้อสัตว์ และผักโดยในหนึ่งชุดอาจประกอบด้วยอาหารพวกแป้ง เช่น ขนมปัง มันฝรั่งทอด สวนเนื้อสัตว์ก็แปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อาหารหลายชนิด เช่น ไส้กรอก แฮม เบคอน ไก่ย่าง ไก่ทอด และประดับด้วยแตงกวาดองเปรี้ยว ผักกาดหอมและมะเขือเทศ อาหารชุดเหล่านี้มีทั้งชุดเล็กและชุดใหญ่ตามความต้องการของผู้บริโภค

2. **อาหารกึ่งขนม (Snack Fast Food)** อาหารกึ่งขนมถือเป็นอาหารว่างระหว่างมืออาจเป็นอาหารหวานหรืออาหารคาว ซึ่งมีรูปแบบมากมายตั้งแต่ไอศกรีมจนถึงขนมเค้ก โดนัท ข้าวเกรียบปอเปี๊ยะ ลูกชิ้นปิ้งและขนมไทยอื่น ๆ

มนทิรา โลหะพันธวงศ์ (2543 : 5-7) ได้กล่าวถึง “อาหารขยะ” (Junk food) เป็นอาหารที่ไม่มีคุณค่าทางโภชนาการไม่มีประโยชน์ต่อร่างกายเพียงแต่ทำให้อิมกระเพาะเท่านั้น เป็นสิ่งซึ่งต้องทิ้งลงถังขยะ อาหารขยะจะมีลักษณะสำคัญ 3 ประการ คือ

1. **ซากอาหาร** เป็นอาหารที่ไม่สด มีวิตามิน เกลือแร่ เอนไซม์น้อย รับประทานเข้าไปแล้วทำให้เป็นซากเดิมที่คนเรารับประทานอาหารสด เช่น ผักสดจากต้น เนื่องจากหมู ไก่ เป็ดที่เลี้ยงแบบ

ธรรมชาติได้คุณค่าทางโภชนาการไม่มีอาหารสำเร็จรูป เช่น หมูหยอง ผักกาดดอง ผักกาดแห้งเหล่านี้ เป็นซากของของสดทั้งสิ้น

**2. อาหารดัดแปลง** เป็นอาหารที่นำมาจากธรรมชาติมาดัดแปลงทำให้ร่อยลื่นดูน่ารับประทานเก็บไว้ได้นาน รับประทานเข้าไปแล้วทำให้ขาดสารอาหารเพราะกระบวนการ ดัดแปลงอาหารทำลายวิตามินเกลือแร่และเอนไซม์จนหมดสิ้น เช่น น้ำตาลทรายขาวเดิม คือน้ำอ้อยซึ่งมีวิตามินและเกลือแร่ เมื่อนำมาดัดแปลงเป็นน้ำตาลทรายจะขาดวิตามินบี กุนเชียง ใส่น้ำตาล ลูกชิ้น เป็นอาหารที่ดัดแปลงมาจากเนื้อหมูมีการเจือปนสารกันบูดและสีผสมอาหารเข้าไป

**3. อาหารปลอมปน** อาหารปนเปื้อนเป็นอาหารที่ไม่บริสุทธิ์มีการปรุงแต่งรส กลิ่น สี ใสสิ่งปลอมปนไปในอาหารทำให้อาหารมีรสอร่อยสีสวยน่ารับประทานทำให้กรอบ เปื่อยและไม่บูดด้วยการเติมสารเคมีเข้าไปในอาหารทำให้เกิดอันตราย และเป็นพิษต่อร่างกาย เช่น สีเหลืองที่ใช้ผสมในเนย อาจทำให้เกิดโรคมะเร็งได้

### ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วน

ปัจจัยที่เข้ามาที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารจานด่วนโดยสรุปมีดังนี้

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม หมายถึง เป็นปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันของวัยทำงาน คือ อิทธิพลจากสื่อ ได้แก่ สื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ สื่อเฉพาะกิจ เช่น แผ่นพับ/ใบปลิว และสื่อบุคคล เช่น เพื่อนร่วมงาน ส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับอาหารจานด่วนจากสื่อโฆษณาต่างๆ และรับประทานอาหารจานด่วนเพียงเพื่อต้องการทดลองชิม รวมทั้งอิทธิพลจากการรับวัฒนธรรมตะวันตกที่คนอเมริกันกำหนดขึ้นมาสำหรับเรียก อาหารหรือขนม ทั้งประเภทกินอิ่มหรือกินเล่น เป็นอาหารว่าง โดยมีการจัดเตรียมและปรุงไว้อย่างสำเร็จรูป หรือเกือบสำเร็จรูปสามารถทานได้เลยทันที (เจณีภา คงอิม, 2559) (สุนทร อ่อนเกตุพล, 2548) (สุภานัน สุวรรณสิทธิ์ และคณะ, 2558)

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ความแตกต่างในเรื่องเพศ, อายุ รายได้ ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ และอาหารจานด่วน รูปแบบชีวิตส่วนตัวของผู้บริโภค และการรับข้อมูลข่าวสารมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วน (สุนทร อ่อนเกตุพล, 2548)

### อันตรายจากการบริโภคอาหารจานด่วน

จากรายงานของศูนย์กิจการวิทยาศาสตร์เพื่อประโยชน์สาธารณะ (Center for Science in the Public Interest ; CSPI) ในรัฐวอชิงตันดี.ซี. (Truswell and Darnton, 1981 : 73-88) ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคก่อให้เกิดความตระหนักอย่างใหญ่หลวงสำหรับผู้นิยมบริโภคอาหารจานด่วน รวมไปถึงบริษัทที่มีกิจการอาหารด้วยการทอดอาหารจานด่วนนั้นไขมันสัตว์ (Tallow) เปรนน้ำมันทอดเกือบทั้งหมด ซึ่งไขมันสัตว์นั้นเป็นไขมันชนิดอิ่มตัว





**โรคมะเร็ง** อาหารจานด่วนมักมีเส้นใยอาหารอยู่ในปริมาณที่ค่อนข้างต่ำ หากบริโภคเป็นประจำย่อมมีโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดโรคมะเร็ง โดยเฉพาะมะเร็งลำไส้ใหญ่ ผู้ที่บริโภคอาหารเส้นใยน้อย ปริมาณของกรดน้ำดีที่ปนออกมาที่บ่ออุจจาระจะมีจำนวนน้อยกว่าผู้ที่บริโภคอาหารเส้นใยสูง แสดงให้เห็นว่ากรดน้ำดีนี้ได้ถูกทำลายและเปลี่ยนเป็นสารก่อมะเร็งแล้ว ทั้งนี้เนื่องจากว่าลำไส้ใหญ่ของกลุ่มที่กินอาหารเส้นใยสูงจะมีเชื้อแบคทีเรียสเตรปโตคอคคัส (Streptococcus) และเชื้อแบคทีเรียแลคโตบาซิลลัส (Lactobacillus) มากกว่าพวกอื่นๆ ซึ่งแบคทีเรียพวกนี้จะไม่ทำลายน้ำดี น้ำดีจะคงอยู่ในรูปเดิมไม่เปลี่ยนแปลงเป็นสารที่เป็นพิษต่อร่างกายสำหรับผู้ที่บริโภคอาหารเส้นใยค่ากรดน้ำดีได้ถูกเปลี่ยนเป็นสารที่เป็นพิษ ซึ่งสะสมอยู่ในลำไส้ยาวนานเท่าใดยิ่งทำให้เพิ่มโอกาสที่จะเป็นโรคมะเร็งมากขึ้นเท่านั้น (อภิชาติ พงษ์ศรีหตุลชัย และคณะ, 2551)

### บทสรุป

ผลจากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วน พบว่าพฤติกรรมการบริโภคในกลุ่มวัยทำงานเลือกบริโภคอาหารจานด่วนเกิดจากการรับวัฒนธรรมตะวันตก อิทธิพลจากสื่อ และเพื่อนร่วมงานเข้ามามีอิทธิพลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภค รวมทั้งอยู่ในสถานะที่เร่งรีบต้องเผชิญกับการแข่งขันอยู่ตลอดเวลา ทำให้กลุ่มวัยทำงานไม่ได้ใส่ใจกับการเลือกอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพมากนัก เน้นความสะดวกและรวดเร็วในการรับประทาน ซึ่งประเภทอาหารจานด่วนที่ได้รับความนิยม คือ ไก่ทอด (เคเอฟซี) และพิซซ่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเครือมาค มีเกษม และสุภานัน สุวรรณสิทธิ์ และคณะ (2558) พบว่าเหตุผลในการเลือกบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดมาจากการรับวัฒนธรรมตะวันตก ทั้งวัยทำงานนิยมทานบ่อยที่สุด คือ ไก่ทอด และพิซซ่า มาจากปัจจัยทางด้านการตลาด คือมีบริการจัดส่งตรงถึงบ้าน ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย รสชาติดี มีจำหน่ายใกล้บ้านและห้างสรรพสินค้า ซึ่งจะรับประทานเมื่อต้องการความเร่งด่วนหรือเร่งรีบ

การรับประทานอาหารจานด่วนนั้นอาหารบางอย่างไม่มีประโยชน์ เพราะอาหารจานด่วนจะทำให้ผู้บริโภคได้รับสารอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายไม่ครบถ้วน เกิดการสะสมของคาร์โบไฮเดรตและไขมันในร่างกายสูง ปริมาณสารโซเดียมที่มีอยู่ในอาหารจานด่วนที่ได้รับความนิยมสูงเกินกว่าที่ร่างกายต้องการ หากเกิดการสะสมในร่างกายจะทำให้เสี่ยงต่อการเป็นโรคอ้วน ความดันโลหิตสูง หัวใจ เมื่อสะสมเป็นเวลานานอาจก่อให้เกิดโรคมะเร็งได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิไลวรรณ คงกิจ และศูนย์กิจการวิทยาศาสตร์เพื่อประโยชน์สาธารณะ (2548) กล่าวว่าโคเลสเตอรอล คาร์โบไฮเดรต ไขมันและโซเดียมที่มีมากพบในอาหารจานด่วนจะนำไปสู่ภาวะอ้วน ระบบไหลเวียนโลหิตและหัวใจ หากบริโภคเป็นประจำย่อมมีโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดโรคมะเร็ง

แนวทางแก้ไขสำหรับผู้บริโภควัยทำงาน คือการรณรงค์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ โซเชียลเน็ตเวิร์ค ให้หันมาดูแลสุขภาพร่างกายให้มากขึ้น ทราบโทษของการบริโภคอาหารจานด่วน และโรคต่างๆ ที่เกิดการรับประทานอาหารจานด่วนที่ได้รับความนิยม หลีกเลี่ยงอาหารประเภท

พาสต์ฟูด หรืออาหารสำเร็จรูป หันมาบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายครบทั้ง 5 หมู่ รวมทั้งผู้ประกอบการอาหาร जानต์วต้องตระหนักถึงการนำวัตถุดิบที่มีคุณค่าทางโภชนาการ ปลอดภัย สารพิษนำมาประกอบอาหารต่อผู้บริโภค ทั้งนี้พบว่าสิ่งที่ให้ประโยชน์ต่อร่างกายมากที่สุด คือการบริโภคน้ำเป็นสิ่งสำคัญและมีประโยชน์ต่อร่างกาย เพราะน้ำช่วยนำอาหารไปเลี้ยงส่วนต่างๆ ของร่างกาย และช่วยควบคุมระบบการทำงานของร่างกายให้เป็นปกติ

### บรรณานุกรม

- เครื่องมือ มีเกษม. (2554). การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหาร जानต์วของบุคคลวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เจณีภา คงอิม. (2559). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพาสต์ฟูดของวัยรุ่นจังหวัดนนทบุรี. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, ปีที่ 2 ฉบับที่ 3 : มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์.
- ธน ธรรมสุคติ. (2555). พฤติกรรมของผู้บริโภคอาหารพาสต์ฟูดโดยใช้บริการส่งตรงถึงบ้าน. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเกริก.
- นิภา นิรุตติกุล. (2541). พฤติกรรมการบริโภคอาหารพาสต์ฟูดของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วราภรณ์ แสงรัมย์. (2558). พฤติกรรมการบริโภคอาหาร जानต์วของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. หลักสูตรศึกษาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาสุขศึกษา คณะศึกษาศาสตร์. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิไลวรรณ คงกิจ. (2548). พฤติกรรมการบริโภคอาหาร जानต์วของเด็กวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร. หลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาสุขศึกษา. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุนทร อ่อนเกตุพล. (2548). พฤติกรรมการบริโภคอาหาร जानต์ว : ศึกษากรณีนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ : ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ไทย.
- สุภานัน สุวรรณสิทธิ์, ฉันทยานี โพธิสาร และ วรัท วิณีจ. (2558). พฤติกรรมตามแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืนของคนอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการบริโภคอาหาร जानต์วแบบตะวันตก. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อภิชาติ พงษ์ศรีหตุลชัย, สุรเกียรติ อาชานานุภาพ และ พรณวิภา กฤษฎาพงษ์ (สุรพงษ์ สืบวงศ์ลี: บรรณาธิการ). (2551). อาหารต่ออายุ. กรุงเทพฯ : โอลิสติก พับลิชชิง.