

พฤติกรรมกรซื้ออาหารของประชาชนในระดับครัวเรือน

ตำบลสาวะถี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

FOOD PURCHASING BEHAVIOR OF PEOPLE IN SAWATTHEE SUBDISTRICT MUANG
DISTRICT KHONKAEN PROVINCE.

รพีพัฒน์ นาดีภัย*

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวลี โลวีวรรณ**

บทคัดย่อ

การเลือกซื้ออาหารถือเป็นปัจจัยสำคัญ ทำให้ได้อาหารที่สะอาด ปลอดภัย ซึ่งส่งผลต่อภาวะโภชนาการของคนเรา ดังนั้นการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการซื้ออาหารของประชาชน ตำบลสาวะถี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ซึ่งเป็นการศึกษาแบบเชิงพรรณนา ระยะเวลาที่ศึกษาตั้งแต่ ตุลาคม 2556 – กุมภาพันธ์ 2557 จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 134 คน วิเคราะห์ข้อมูลเป็น ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา พบว่า ความรู้ในการเลือกซื้ออาหาร ระดับสูงร้อยละ 67.16 ส่วนด้านทัศนคติอยู่ในระดับสูง ร้อยละ 64.18 ด้านความถี่ในการเลือกซื้ออาหารที่ซื้อส่วนใหญ่ คือ เนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์ (ยกเว้นเนื้อวัว และเนื้อเป็ด) ผักและผลไม้ อาหารประเภทถั่ว โดยทั้งหมดส่วนใหญ่ซื้อจากตลาด ชนมั่ง น้ำมันพืช กะทิ อาหารพร้อมรับประทานประเภทถุง อาหารกึ่งสำเร็จรูป อาหารเครื่องปรุงรส (ยกเว้น น้ำส้มสายชู) น้ำผลไม้ และปลากระป๋องโดยทั้งหมดส่วนใหญ่ซื้อจากร้านโชห่วย/ร้านค้าในชุมชน และส่วนใหญ่ที่ไม่ซื้อ คือ ข้าว เนื่องจากผลิตเองเป็นส่วนใหญ่ รวมถึงอาหารพร้อมปรุง ผักกระป๋อง และผลไม้กระป๋อง ด้านการปฏิบัติทางด้านซื้ออาหาร มี 3 หมวด คือ 1.หมวดเนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เนื้อสัตว์เลือกซื้อที่มีสีแดง หรือสีชมพูอ่อนมากที่สุด อาหารทะเล ส่วนใหญ่เลือกไม่มีกลิ่น ไข่ ส่วนใหญ่เลือกสีขาวนวล ผัก ส่วนใหญ่เลือกมีรอยแมลง หรือสัตว์กัดเจาะเล็กน้อย ผลไม้ส่วนใหญ่เลือกดูสีของผลไม้เพื่อป้องกันความแก่ อ่อนของผลไม้ 2.หมวดอาหารประกอบ คือ น้ำมันส่วนใหญ่เลือกมีฉลากติดที่ขวดบอกวัน เดือน ปีที่ผลิต และวันหมดอายุ และ 3. หมวดอาหารสำเร็จรูป และอาหารกึ่งสำเร็จรูป ได้แก่ อาหารถุงพร้อมรับประทานและอาหารถุงสำเร็จรูปส่วนใหญ่เลือกมีความสะอาด ปลอดภัย อาหารกึ่งสำเร็จรูปและอาหารกระป๋อง ส่วนใหญ่เลือกวัน เดือน ปี หมดอายุ อาหารแช่แข็งและอาหารพร้อมบริโภค ส่วนใหญ่ไม่ได้ซื้อ ปัจจัยทางการตลาดทั้ง 4 ด้านที่มีผลต่อการซื้ออาหาร คือ คุณภาพสินค้า ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ความสะอาดของร้าน และ มีการโฆษณาอย่างทั่วถึง

ดังนั้น เพื่อให้ประชาชนเลือกซื้ออาหารได้ดีขึ้น ควรให้โภชนศึกษาแก่ประชาชนในเรื่อง การซื้อผัก ผงชูรส อาหารกระป๋อง เพื่อให้สามารถนำความรู้มาประยุกต์ใช้ในการซื้ออาหารอย่างถูกต้อง และเหมาะสม

* นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาโภชนศาสตร์เพื่อสุขภาพ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

** คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ABSTRACT

While purchasing food it is of importance to select safe and clean products which assure an overall good nutritional status. This descriptive study investigated the knowledge attitude and food purchasing practices of individuals living at the Sawatthee subdistrict of the Khon Kaen municipality district of the Khon Kaen province. Data was collected from October 2013 to February 2014 from a total of 134 households. The data was analyzed and are presented as percentage, mean and standard deviation.

It was found that the knowledge to purchase safe and high nutritious food was high (67.16%). Also the attitude among participants to buy good food was considerably high with 64.18%. Meat and meat products were the most chosen food items. Among the different sources of meat beef and duck was rarely taken. Vegetables, fruits and legumes were mostly purchased at the local market whereas, bread, vegetable oils, coconut and milk, seasoning ingredients (exception vinegar), fruit juice and canned fish were mostly brought from the local village store. Rice was usually not purchased as it was grown by the consumers themselves. Ready-to-eat food, canned fruit juices and canned vegetables were not purchased often.

Food purchasing practices could be divided into three categorizes; 1) for meat and meat products and vegetables: preferred items were red meat or pale red meat, odorless seafood, eggs with ivory color, vegetable without insects and traces of small animal bites, appealing color was important for the selection of fruits: 2) food additives/processing: production- and expiry date of oils were likely to be observed, and 3) cooked and semi-cooked food: for packed cooked food and ready-to-eat packed food cleanliness and safety were of importance, for semi-cooked food and canned food, the expiry date was mostly considered. Frozen and ready-to-eat foods usually were not bought. Four marketing factors influenced food purchasing namely quality of the product, value for money, cleanliness of the food store and wide spread advertisements.

It is concluded that in order to assure that people will have access to food of high nutritional quality health related organizations should provide nutritional education emphasizing meaningful purchasing of vegetable, avoiding monosodium glutamate, and canned food in order to improve the knowledge for correct and proper food purchasing in daily life.

บทนำ

อาหารเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ เนื่องจากอาหารประกอบด้วยสารอาหารที่มีบทบาทสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของร่างกาย

พฤติกรรมการบริโภคอาหารระดับครัวเรือน ส่วนใหญ่เกิดจากผู้ที่มีหน้าที่จัดหาอาหาร เช่น พ่อบ้าน แม่บ้าน โดยมีความรู้ ทักษะ การปฏิบัติแตกต่างกันออกไป เช่น บางครัวเรือนผลิตอาหารขึ้นเอง หรือบางครัวเรือนไม่มีเวลาทำกับข้าวรับประทานเอง และบางครัวเรือนอาจไม่มีเวลารับประทานอาหารพร้อมกันในครัวเรือน จึงเลือกซื้ออาหารนอกบ้านประเภทอาหารจานด่วน อาหารฟาสต์ฟู้ด อาหารกึ่งสำเร็จรูป และอาหารสำเร็จรูปไว้รับประทานเอง เนื่องจากความรู้ ทักษะในการเลือกซื้ออาหารของผู้ที่มีหน้าที่ในการเลือกซื้ออาหารมีผลต่อสุขภาพของคนในครัวเรือน ดังนั้น ควรเน้นการเลือกซื้อ

ทั้งนี้ การซื้ออาหารของผู้บริโภคปัจจุบันในกลุ่มชนบทบางกลุ่มเริ่มซื้ออาหารตามร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้า หรือตลาดกันมากขึ้น ทำให้มีการเลือกซื้ออาหารพร้อมปรุง อาหารแช่แข็งอื่นๆ เป็นต้น ประกอบกับการมีรถไปจำหน่ายถึง

ครัวเรือน ซึ่งจะมีอาหารให้เลือกหลากหลายมากขึ้น โดยอาหารที่ครัวเรือนเลือกซื้อ หากเลือกซื้ออาหารบริโภคที่สดสะอาดปลอดภัย และครบถ้วนตามหลักโภชนาการก็จะเป็นผลดีต่อสุขภาพ หากเลือกซื้ออาหารบริโภคไม่ได้สัดส่วน และไม่เหมาะสม อาจก่อให้เกิดโรคเรื้อรัง ซึ่งพบปัญหาทางโภชนาการในวัยเด็ก วัยรุ่น วัยผู้ใหญ่ จนถึงวัยสูงอายุ เช่น โรคอ้วน โรคมะเร็งบางชนิด โรคความดันโลหิต เป็นต้น (เบญจา มุกตพันธ์)¹

หมู่บ้านสาวัตถีหมู่ที่ 6,7,8 และ 21 ตำบลสาวะถี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารคล้ายแบบสังคมในเมือง ประชาชนบางส่วนมีการเดินทางไปทำงานในเมือง ทำให้มีวิถีชีวิตที่รีบเร่งแข่งกับเวลา และผู้หญิงที่เคยเป็นแม่บ้านทำกับข้าวที่บ้านหันออกไปทำงานนอกบ้านกันมากขึ้น ทำให้ไม่มีเวลาในการปรุงอาหารเอง โดยหาวิธีที่สะดวกและตอบสนองต่อความต้องการอย่างรวดเร็ว จึงซื้ออาหารนอกบ้านมารับประทาน หรือสะดวกนั่งรับประทานอาหารที่ร้านอาหารเนื่องจากมาจากมีอาณาเขตใกล้เคียงเมือง และมีตลาดเย็นทุกวัน ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยมีความสนใจพฤติกรรมการซื้ออาหาร ด้านความรู้ ทักษะคิดและการปฏิบัติ รวมทั้งปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารของประชาชนในหมู่บ้านดังกล่าวเป็นแนวทางในการวางแผนส่งเสริมสุขภาพให้เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องด้านโภชนาการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการดูแลประชาชนต่อไป

วัตถุประสงค์การศึกษา

เพื่อศึกษาความรู้ ทักษะคิด การปฏิบัติในการซื้ออาหาร และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารของประชาชนในระดับครัวเรือน ที่อาศัยอยู่ในตำบลสาวะถี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive study)

ประชากรศึกษาและกลุ่มตัวอย่าง

ประชาชนที่อาศัยอยู่ที่บ้านสาวะถี หมู่ที่ 8 ตำบลสาวะถี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น มีอายุ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 284 ครัวเรือน กลุ่มตัวอย่างมาจากการคำนวณขนาดตัวอย่างเพื่อประมาณค่าเฉลี่ยของประชากร กรณีประชากรมีขนาดเล็กได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 134 ครัวเรือน

สำหรับวิธีการสุ่มแบบกลุ่ม 2 ชั้น (Two- Stage Cluster sampling) คือ ขั้นตอนแรกสุ่มตัวอย่างหมู่บ้านแบบง่าย (Simple random sampling) จาก 4 หมู่บ้านที่อยู่ใกล้เมือง (หมู่บ้านสาวะถี หมู่ที่ 6 7 8 และ 21) ขั้นตอนที่สองสุ่มตัวอย่างครัวเรือนแบบเป็นระบบ (Systematic random sampling) โดยทำการสุ่มครัวเรือน ครัวเรือนจากทั้งหมด 284 ครัวเรือน (บ้านสาวะถี หมู่ที่ 8) โดยทำการสุ่มทุกๆ 2 ครัวเรือนให้ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 134 ครัวเรือน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือ แบบสอบถาม ประกอบด้วยข้อมูลทั่วไป ความรู้เกี่ยวกับการซื้ออาหาร ทักษะคิด การซื้ออาหาร ข้อมูลความถี่รูปแบบการซื้ออาหาร การปฏิบัติในการซื้ออาหาร และปัจจัยทางการตลาด (4P) ที่มีผลต่อการซื้ออาหาร

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลได้มีการตรวจสอบเครื่องมือโดยผู้เชี่ยวชาญแล้วนำแบบสอบถามไปทดสอบและวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นได้ค่าความเชื่อมั่นของความรู้โดยวิธี คูเดอร์-ริชาร์ดสัน (Kuder-Richardson Method: KR-20) ได้ค่า KR-20 เท่ากับ 0.84 และทัศนคติโดยใช้วิธีการของครอนบาค (Cronbach Method) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาค เท่ากับ 0.62 จึงทำการเก็บข้อมูลตามแบบสอบถามจำนวน 134 ครัวเรือน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้โปรแกรม STATA Version 10.0 โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ จำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไป

จากการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีจำนวน 134 คน เป็นเพศชาย ร้อยละ 25.37 (34 คน) และเพศหญิง ร้อยละ 74.63 (100 คน) มีอายุ 61 ปีขึ้นไป ร้อยละ 32.85 (44 คน) ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างจบการศึกษาประถมศึกษา ร้อยละ 67.91 (91 คน) สถานภาพ สมรส ร้อยละ 65.67 (88 คน) รายได้ครัวเรือน 1000–5000 บาท ร้อยละ 44.03 ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป ร้อยละ 41.79 (56 คน) สำหรับความรู้/ข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวข้องกับการเลือกซื้ออาหารได้จากแหล่งพ่อแม่/ญาติพี่น้อง ร้อยละ 58.21 ค่าอาหารของครัวเรือน 101 – 200 บาทต่อวัน ร้อยละ 74.63

2. ความรู้เกี่ยวกับการซื้ออาหาร

จากการศึกษาพบว่า ระดับความรู้ในการเลือกซื้ออาหารอยู่ในระดับสูง ปานกลาง และต่ำ ร้อยละ 67.16, 14.93, และ 17.91 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คือ 106.50 คะแนน และ 14.85 คะแนน ตามลำดับ เมื่อพิจารณาจำแนกตามรายข้อ พบว่ามีความรู้ถูกต้องสูง 3 อันดับแรก ได้แก่ หัวข้อลักษณะปลาที่ควรซื้อ คือ ตาใส เหงือกมีสีแดงสด เกล็ดแนบกับลำตัว ร้อยละ 99.25 การซื้ออาหารดูสำเร็จรูป ควรซื้อที่มีบรรจุภัณฑ์ปิดสนิท และอาหารควรปรุงสุก สะอาดอยู่เสมอ และการซื้ออาหารแห้ง มีลักษณะไม่มีราขึ้น บรรจุภัณฑ์ปิดสนิท และ ไม่มีกลิ่นเหม็นผิดปกติ ร้อยละ 88.81 และมีความรู้น้อย ได้แก่ หัวข้อซื้อผักที่ใบสวยๆ และมีแมลงกัดเล็กน้อย ร้อยละ 55.97 หัวข้อเนื้อปลา สามารถรับประทานทดแทนเนื้อไก่ได้ เพราะให้คุณค่าทางสารอาหารคล้ายคลึงกัน ร้อยละ 66.42 และ หัวข้อ ส่วนใหญ่สารอาหารวิตามิน และเกลือแร่ได้จากแหล่งอาหารประเภทผัก และผลไม้ ร้อยละ 73.13

3.ทัศนคติในการซื้ออาหาร

จากการศึกษา พบว่าประชาชนมีทัศนคติระดับสูง และระดับปานกลาง ร้อยละ 64.18 และ 35.82 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คือ 2.64 และ 0.48 ตามลำดับเมื่อพิจารณาทัศนคติการซื้ออาหาร พบว่าประชาชนมีทัศนคติที่ถูกต้องในระดับสูงในประเด็นการซื้ออาหารสำเร็จรูปที่มีเครื่องหมายรองรับจากองค์การอาหารและยา เนื่องจากมีความปลอดภัย และน่าเชื่อถือ ซึ่งมีผู้เห็นด้วย ร้อยละ 88. รองลงมา คือ การซื้ออาหารอันดับแรกควรคำนึงถึงในเรื่องประโยชน์ของอาหารเป็นอันดับแรก ร้อยละ 82.24 ทั้งนี้ จะพบว่าผู้เห็นด้วยในประเด็น เมื่อซื้อผักที่แมลงกัดเล็กน้อย ปลอดภัยจากยาฆ่าแมลง ร้อยละ 38.81

4. ความถี่ในการซื้ออาหาร

จากการศึกษา พบว่า ความถี่ในการซื้ออาหารส่วนใหญ่จำแนกตามรายการอาหารเป็นหมวดหมู่ จะได้ดังนี้

4.1 อาหารประเภทเนื้อสัตว์ และผลิตภัณฑ์สัตว์ ซื่อ 1 ถึง 3 ครั้งต่อสัปดาห์ ได้แก่ เนื้อหมู ร้อยละ 35.07 ไช้ ร้อยละ 25.37 เนื้อไก่ ร้อยละ 25.37 และ นม ร้อยละ 23.88 ซื่อน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ได้แก่ ปลาน้ำจืด ร้อยละ 31.34 หอย ร้อยละ 42.54 กุ้ง ร้อยละ 45.52 และ ปลาหมึก ร้อยละ 44.03 ไม่ซื้อ ได้แก่ เนื้อเป็ด ร้อยละ 64.93 เนื้อวัว ร้อยละ 45.52 และปลาทะเล ร้อยละ 35.07 ส่วนใหญ่แหล่งที่มาได้มาจากตลาด

4.2 อาหารประเภทแป้ง ข้าว และผลิตภัณฑ์ ซื่อ 1 ถึง 3 ครั้งต่อสัปดาห์ ได้แก่ ขนมปัง ร้อยละ 29.10 ซื่อ 1 ถึง 3 ครั้งต่อเดือน ได้แก่ ก๋วยเตี๋ยว ร้อยละ 36.57 และซื่อน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ได้แก่ เผือกและมัน ร้อยละ 37.31 และข้าวโพด ร้อยละ 39.55 สำหรับอาหารที่ซื้อ ได้แก่ ข้าวเหนียว ร้อยละ 85.07 ข้าวเจ้า ร้อยละ 75.37 เนื่องจากผลิตเองเป็นส่วนใหญ่ ส่วนใหญ่แหล่งที่มาอาหารประเภทนี้ได้จากร้านโชห่วย/ร้านค้าในชุมชน

4.3 อาหารประเภทผักตามฤดูกาล ชื่อ 1 ถึง 3 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 48.51 และส่วนใหญ่แหล่งที่มาได้จากตลาด

4.4 อาหารประเภทผลไม้ตามฤดูกาล ชื่อ 1 ถึง 3 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 50.00 และส่วนใหญ่แหล่งที่มาได้จากตลาด

4.5 อาหารประเภทน้ำมันประเภทอาหารที่ใช้ประกอบน้ำมัน ชื่อ 1 ถึง 3 ครั้งต่อเดือน ได้แก่ น้ำมันพืช ร้อยละ 47.01 ซึ่่น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ได้แก่ กะทิ ร้อยละ 35.07 และอาหารที่ไม่ชื่อ ได้แก่ น้ำมันจากสัตว์ ร้อยละ 92.54 ส่วนใหญ่แหล่งอาหารได้มาจากร้านโชห่วย/ร้านค้าในชุมชน

4.6 อาหารประเภทถั่วเมล็ดแห้ง ชื่อ 1 ถึง 3 ครั้งต่อเดือน ได้แก่ นมถั่วเหลือง ร้อยละ 26.12 ซึ่่น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ได้แก่ ถั่วเมล็ดแห้งชนิดต่างๆ ร้อยละ 45.52 ส่วนใหญ่แหล่งอาหารได้มาจากร้านโชห่วย/ร้านค้าในชุมชน

4.7 อาหารพร้อมรับประทานประเภทถั่ว ชื่อ 1 ถึง 3 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 33.58 ส่วนใหญ่แหล่งที่มาอาหารประเภทนี้ได้มาจากร้านโชห่วย/ร้านค้าในชุมชน

4.8 อาหารกึ่งสำเร็จรูป ชื่อ 1 ถึง 3 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 34.33 ส่วนใหญ่แหล่งที่มาอาหารประเภทนี้ได้มาจากร้านโชห่วย/ร้านค้าในชุมชน

4.9 อาหารเครื่องปรุงรส ชื่อ 1 ถึง 3 ครั้งต่อเดือน ได้แก่ ผงชูรส ร้อยละ 44.03 น้ำปลา ร้อยละ 47.76 น้ำตาล ร้อยละ 50.75 และซอส ร้อยละ 47.76 ซึ่่น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน คือ เกลือ ร้อยละ 75.37 สำหรับอาหารที่ไม่ชื่อ ได้แก่ น้ำส้มสายชู ร้อยละ 52.99 ส่วนใหญ่แหล่งที่มาอาหารประเภทนี้ได้มาจากร้านโชห่วย/ร้านค้าในชุมชน

4.10 น้ำผลไม้ ชื่อ 1 ถึง 3 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 33.58 ส่วนใหญ่แหล่งที่มาอาหารประเภทนี้ได้มาจากร้านโชห่วย/ร้านค้าในชุมชน

4.11 อาหารกระป๋อง ซึ่่น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน คือ ปลากระป๋อง ร้อยละ 44.78 ไม่ชื่อ ได้แก่ ผลไม้กระป๋อง ร้อยละ 57.46 และ ผักกระป๋อง ร้อยละ 64.93 ส่วนใหญ่แหล่งที่มาอาหารประเภทนี้ได้มาจากร้านโชห่วย/ร้านค้าในชุมชน

4.12 อาหารพร้อมรับประทานไม่ชื่อ ร้อยละ 49.25 และ อาหารแช่แข็ง ร้อยละ 82.09 ส่วนผู้ที่ซื้อส่วนใหญ่แหล่งอาหารได้มาจากร้านสะดวกซื้อ/ห้างสรรพสินค้า

5. การปฏิบัติในการซื้ออาหาร

เมื่อพิจารณาการเลือกซื้ออาหารด้านลักษณะที่ดีของอาหาร แยกตามประเภทอาหาร ได้ อาหาร 3 ประเภทดังต่อไปนี้

5.1 อาหารสด ได้แก่

5.1.1 เนื้อสัตว์เลือกซื้อที่มีสีแดง หรือสีชมพูอ่อนมากที่สุด ร้อยละ 76.12

5.1.2 อาหารทะเล ส่วนใหญ่เลือกไม่มีกลิ่น ร้อยละ 74.

5.1.3 ไข่ ส่วนใหญ่เลือกสีขาวนวล ร้อยละ 55.22

5.1.4 ผัก ส่วนใหญ่เลือกมีรอยแมลง หรือสัตว์กัดเจาะเล็กน้อย ร้อยละ 86.57

5.1.5 ผลไม้ส่วนใหญ่เลือกดูสีของผลไม้เพื่อบ่งบอกความแก่ อ่อนของผลไม้ และ เปลือกไม่ขรุขระเท่ากัน ร้อยละ

61.94

5.2 น้ำมันที่ใช้ประกอบอาหาร เลือกมีฉลากติดที่ขวดบอกวัน เดือน ปีที่ผลิต และวันหมดอายุ ร้อยละ 55.22

5.3 อาหารสำเร็จรูป และอาหารกึ่งสำเร็จรูป

5.3.1 อาหารถุงพร้อมบริโภคเลือกมีความสะอาด ปลอดภัย ร้อยละ 59.70

5.3.2 อาหารพร้อมปรุง ส่วนใหญ่ไม่นิยมบริโภค ซึ่งผู้ที่บริโภคเลือกซื้อ มีบรรจุกัญช์ปิดมิดชิด และมีความสะอาดปลอดภัย ร้อยละ 34.32

5.3.3 อาหารกึ่งสำเร็จรูป เลือกวัน เดือน ปี หมดอายุ คือ ร้อยละ 44.78

5.3.4 อาหารแช่แข็ง ส่วนใหญ่ไม่นิยมบริโภค ซึ่งผู้ที่บริโภค เลือกวัน เดือน ปี หมดอายุ คือ ร้อยละ 11.19

5.3.5 อาหารกระป๋อง ส่วนใหญ่เลือกวัน เดือน ปี หมดอายุ คือ ร้อยละ 59.70

5.3.6 อาหารถุงสำเร็จรูป ส่วนใหญ่เลือก มีความสะอาด ปลอดภัย คือ ร้อยละ 58.21

6. ปัจจัยทางการตลาด (4P) ที่มีผลต่อการซื้ออาหาร

6.1 ผลិតภักธณ์ พบว่า ปัจจัยที่มีผลทางด้านผลิตภักธณ์สูง คือ คุณภาพของอาหาร (ความสะอาด ปลอดภัย) ร้อยละ 70.90

6.2 ราคา พบว่า ปัจจัยที่มีผลทางด้านราคาสูงคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ร้อยละ 64.18

6.3 สถานที่ พบว่า ปัจจัยที่มีผลทางด้านสถานที่สูง คือ ความสะอาด ร้อยละ 61.19

6.4 การส่งเสริมการขาย พบว่าที่มีผลทางด้านส่งเสริมการขายสูง คือ มีการโฆษณาอย่างทั่วถึง ร้อยละ 49.25

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษา พฤติกรรมการซื้ออาหารของประชาชนในระดับครัวเรือน ตำบลสาวะถี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เนื่องจาก เป็นเพศที่มีหน้าที่ส่วนใหญ่ในการจัดหา หรือซื้ออาหารและเป็นผู้กำหนดอาหารทั้งนี้ ในด้านความรู้ข้อมูลที่ได้รับในการเลือกซื้ออาหารได้จาก พ่อ/แม่/ญาติพี่น้อง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Janet Hoek และคณะ² พบว่า การได้รับคำแนะนำการซื้ออาหารจาก เพื่อน ครอบครัว สื่อ สำหรับค่าอาหารของครัวเรือนต่อวัน ส่วนใหญ่ 101 บาท ถึง 200 บาท เนื่องมาจากรายได้ของครัวเรือนของครัวเรือนมีรายได้สูง ประกอบกับจำนวนสมาชิกของครัวเรือนมากทำให้ค่าใช้จ่ายค่าอาหารสูง

ความรู้เกี่ยวกับการซื้ออาหารในภาพรวม ส่วนใหญ่ประชาชนมีความรู้ในการซื้ออาหารส่วนมีความรู้ระดับสูง และมีประสบการณ์ที่ได้เรียนรู้มา ได้รับความรู้จากสื่อต่างๆ ที่มีแพร่หลายในปัจจุบันรวมทั้งได้มาจากแหล่งอื่นๆ แต่เมื่อแยกเป็นรายข้อพบว่าประชาชนมีความรู้ถูกต้องในระดับสูง ในเรื่องของลักษณะที่ดีของปลา การซื้ออาหารถุงสำเร็จรูป การซื้อ ประชาชนยังมีความรู้ไม่ถูกต้องเรื่องของการเลือกซื้อผักที่ใบสวยๆ และมีแมลงกัดเล็กน้อย ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของสุวลี โสวิภกรธณ์ และคณะ³ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยว่าควรซื้อผักที่แมลง หรือหนอนกัดเจาะเล็กน้อย เนื่องจากหนอนและแมลงรับประทานได้ผู้บริโภคควรบริโภคได้ นอกจากนี้กลุ่มที่ศึกษาที่มีความรู้ไม่ถูกต้องในหัวข้อเนื้อปลา สามารถรับประทานทดแทนเนื้อไก่ได้ เพราะให้คุณค่าทางสารอาหารคล้ายคลึงกัน เนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ อาจไม่ได้รับความรู้เรื่องคุณค่าทางสารอาหารดังกล่าว ทำให้ตอบในประเด็นนี้ไม่ถูกต้อง นอกจากนี้กลุ่มที่ศึกษามีความรู้ที่ไม่ถูกต้องในเรื่องแหล่งของวิตามิน และเกลือแร่ที่มีมากในผัก และผลไม้ เนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างไม่ได้รับความรู้คุณค่าทางสารอาหารเช่นเดียวกัน ซึ่งส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างคิดว่าผักและผลไม้ให้คุณค่าทางสารอาหารโดยเฉพาะวิตามินเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ส่วนเกลือแร่จะพบในเนื้อสัตว์ และเครื่องดื่มเกลือแร่

ส่วนทางด้านทัศนคติการซื้ออาหารในภาพรวมส่วนใหญ่ พบว่า ส่วนใหญ่ประชาชนมีทัศนคติในการซื้ออาหารอยู่ระดับสูง เมื่อพิจารณารายข้อแต่ละด้าน คือ ประชาชนมีทัศนคติที่ถูกต้องในระดับสูงในหัวข้อการซื้ออาหารสำเร็จรูปที่มีเครื่องหมายรองรับจากองค์การอาหารและยา เนื่องจากมีความปลอดภัย และน่าเชื่อถือ หัวข้อการซื้ออาหารอันดับแรกควรคำนึงถึงในเรื่องประโยชน์ของอาหารเป็นอันดับแรก เนื่องจากมีการให้ความรู้ผ่านทางสื่อต่างๆ ทำให้มีทัศนคติที่ถูกต้องในการ

เลือกซื้ออาหารสำเร็จรูป จากการศึกษาของดวงใจ หทัยวิวัฒน์กุล⁴ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการซื้ออาหารควรคำนึงถึงประโยชน์ของอาหาร เนื่องจากถ้ารับประทานอาหารที่ไม่มีประโยชน์ อาจสามารถก่อให้เกิดโทษแก่ร่างกายได้ เช่น ป่วย มีสุขภาพที่ไม่ดี เป็นต้น และผักที่มีแมลงกัดเล็กน้อย ปลอดภัยจากยาฆ่าแมลง แต่ทั้งนี้พบว่ากลุ่มที่ศึกษามีทัศนคติในประเด็นที่ไม่เห็นด้วย และไม่แน่ใจว่าผักดังกล่าวมีความปลอดภัยจากสารฆ่าแมลง

สำหรับอาหารประเภทเนื้อสัตว์ และผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่ซื้อมาบริโภคบ่อย คือ เนื้อหมู เนื้อไก่ ปลาน้ำจืด และไข่เป็นหลัก เนื่องจากอาหารดังกล่าวเป็นอาหารที่หาได้ง่าย ราคาไม่สูงมากนัก จึงทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่สามารถบริโภคได้ ทั้งนี้จากการศึกษา พบว่าจะบริโภคเนื้อหมูมากขึ้น เนื่องจากหาซื้อได้ง่ายขึ้น แต่การศึกษาของประพิมพ์พร สมณาแขง⁵ พบว่าในอดีตประชาชนชาวชนบทอีสานรับประทานปลา เนื่องจากสภาพแวดล้อมที่อาศัยอยู่ตามป่าในธรรมชาติ ทำให้อาหารที่ได้เป็นอาหารป่า และอาหารหลักที่บริโภค คือ ปลา เพราะหาได้ง่ายตามแหล่งน้ำ และเป็นอาหารที่ย่อยง่าย รับประทานแล้วไม่อืดท้องเหมือนเนื้อวัว เนื้อควาย แต่อาหารประเภทเนื้อสัตว์ที่ซื้อมาบริโภคไม่บ่อยนัก และไม่นิยมบริโภคเช่น เนื้อเป็ด เนื้อวัว กุ้ง ปลาหมึก จะบริโภคไม่บ่อยเนื่องจากมีราคาสูง ถึงแม้จะหาซื้อได้ไม่ยากเหมือนอดีตเนื่องจากมีตลาดอยู่ถัดไปอีก 1 หมู่บ้าน คือ ตลาดบ้านม่วง นอกจากนี้ยังมีห้างสรรพสินค้า หรือร้านสะดวกซื้อที่อยู่จากที่ทำงานของสมาชิกในครัวเรือนสามารถไปซื้อหามาบริโภคได้ จากร้านสะดวกซื้อมากขึ้น เป็นต้น และนอกจากนี้จะมีบริโภคอาหารดังกล่าวเมื่อมีงานบุญ หรือเมื่อมีญาติมาหาที่บ้านปีละครั้ง หรือสองปีครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับการงานวิจัยของ พิษณุ อุดตมะเวทิน⁶ พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่บริโภคอาหารเนื้อสัตว์มากขึ้น เนื่องจากงานบุญประเพณีต่างๆ และมีญาติมาหาถึงจะประกอบอาหารกันเป็นมื้อใหญ่ที่มีทั้งอาหารคาวหวานต่างๆ เช่น ลาบวัว อาหารทะเล อาหารพิเศษต่างๆ ที่ไม่มีโอกาสได้กินในแต่ละวัน เป็นต้น และส่วนใหญ่ปริมาณในการซื้อเนื้อสัตว์ และผลิตภัณฑ์จะซื้อครั้งละ 1 กิโลกรัม

สำหรับอาหารประเภทข้าว แป้ง และผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่จะผลิตขึ้นเอง ได้แก่ ข้าวเจ้า และข้าวเหนียว เนื่องจากประกอบอาชีพเกษตรกรรม ส่วนกล้วยเตี้ยว ขนมะปราง จะรับประทานบ้างแต่ไม่บ่อยนักประมาณ 1 ถึง 3 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยซื้อที่ร้านโชห่วย หรือ ร้านค้าในชุมชน และมีร้านกล้วยเตี้ยวในชุมชนทำให้กลุ่มตัวอย่างบริโภคขนมปัง และกล้วยเตี้ยวเพิ่มมากขึ้นจากอดีต ทั้งนี้มีอีกเหตุผลหนึ่ง คือ ประชาชนบริโภคข้าวเป็นอาหารหลัก ข้าวโพด เผือก มัน เกล็ด ทั้งนี้จากการศึกษาพบว่า จะซื้อตามรถเร่ ผักและผลไม้ จะเลือกซื้อผัก ผลไม้ตามฤดูกาล ซึ่งในอดีตจากการศึกษาของประพิมพ์พร สมณาแขง⁵ พบว่าประชาชนจะปลูก และหาตามป่าในธรรมชาติ ในนา ตามป่า เป็นต้น และประชาชนนิยมบริโภคผัก และผลไม้ เนื่องจากรูปแบบ และวิถีการดำเนินชีวิตตั้งแต่อดีตมีวิถีการได้มาซึ่งอาหารไม่ซับซ้อน ได้จากธรรมชาติ เพราะบริเวณนั้นเป็นแถบกิ่งเมืองกิ่งชนบทจึงหาอาหารธรรมชาติได้ง่าย เนื่องจากปลูกเอง และซื้อมาบริโภคด้วย สำหรับผัก และผลไม้เป็นอาหารที่ชอบบริโภค เช่น บริโภคผักคู่กับน้ำพริก ปลาแห้ง หรือบางครั้งบริโภคผลไม้คู่กับข้าว เช่น มะขามหวานกับข้าวเหนียว ปริมาณในการซื้อนั้น ซื้อผักครั้งละ 50 บาท ถึง 99 บาทผลไม้ซื้อครั้งละ 100 บาท ขึ้นไป โดยซื้อที่ตลาดเป็นส่วนใหญ่ และมีผักผลไม้ บางชนิดที่ปลูกเอง โดยเป็นผักสวนครัว และผลไม้ประจำท้องถิ่น โดยปลูกตามบ้าน ท้องไร่ ท้องนา จึงทำให้ประชาชนบางส่วนซื้อผัก และผลไม้โดยใช้เงินจำนวนไม่มาก และมีตามฤดูกาล⁵

สำหรับอาหารประเภทน้ำมันประเภทอาหารที่ใช้ประกอบน้ำมัน จะซื้อน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน โดยซื้อน้ำมันพืชขวดใหญ่ และใช้น้ำมันพืชประกอบอาหารไม่บ่อย ส่วนใหญ่นิยมอาหารประเภท ต้ม ปิ้ง ย่าง อ่อม แกง เป็นต้น สำหรับน้ำมันหมูไม่นิยมซื้อ เพราะไม่ชอบ ชอบใช้น้ำมันพืชมากกว่า ซึ่งหาซื้อได้จากร้านโชห่วย หรือร้านค้าในชุมชน(เขียงหมู) และมีประชาชนบางกลุ่มมีความรู้ที่น้ำมันพืชประเภทน้ำมันถั่วเหลืองใช้แล้วไม่เสี่ยงต่อการเกิดโรคหัวใจ เท่ากับการใช้น้ำมันหมูจึงไม่ใช้สำหรับกะทินั้นจะซื้อเฉพาะเมื่อมีงานบุญ โดยจะนำมาทำเป็นของหวาน เช่น ข้าวต้มมัด หรือซื้อแบบสำเร็จที่เป็นของหวาน ไม่นิยมซื้อติดบ้านนัก โดยให้เหตุผลว่าไม่ค่อยนิยมประกอบอาหารที่ใช้กะทิเป็นส่วนประกอบ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ พิษณุ อุดตมะเวทิน⁴ พบว่าชาวชนบทอีสานไม่นิยมบริโภคอาหารที่มีกะทิ หรือไขมันเป็นส่วนประกอบ ส่วนใหญ่ซื้อมาจากบ้าน

โชว์ห่วย/ร้านค้าในชุมชน ส่วนทางด้านอาหารประเภทนมถั่วเหลือง จะนิยมรับประทานเป็น น้ำเต้าหู้ และเป็นนมกล่อง UHT เช่น ไวตามินล็ค แลคตาซอย เนื่องมาจากหาซื้อได้ง่ายโดยมีขายตามร้านโชว์ห่วย/ร้านค้าในชุมชน และ กลุ่มที่นิยมบริโภคส่วนใหญ่เป็นเด็ก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสุวลี ไสววิกรม³ ที่พบว่า เด็ก และผู้ที่เจ็บป่วยซึ่ง มีการดื่มนม ถั่วชนิดต่างๆ และ ถั่วบางประเภทนิยมรับประทานตามงานบุญ เช่น ถั่วดำ เพราะนำมาทำเป็นของหวาน ได้แก่ ข้าวต้มมัด ข้าวเหนียวถั่วดำใส่กะทิ เป็นต้น อาหารพร้อมรับประทานประเภทถั่ว และ อาหารสำเร็จรูป ชีส 1 ถึง 3 ครั้งต่อเดือน เนื่องจาก ประชาชนบางส่วนให้เหตุผลว่า รสชาติไม่ค่อยถูกปาก จึงนิยมทำอาหารบริโภคเองมากกว่า แต่บางส่วนที่ซื้อเนื่องจากไม่มีเวลาทำอาหารรับประทาน เหนื่อยจากการทำงาน ป่วย จึงทำให้ต้องการอาหารที่มีความสะดวก รวดเร็ว ตอบสนองต่อความต้องการโดยส่วนใหญ่หาซื้อจากร้านโชว์ห่วย/ร้านค้าในชุมชน อาหารเครื่องปรุงรส ส่วนใหญ่ทุกบ้านจะมีน้ำปลา ผงชูรส น้ำปลา และซอส แต่ส่วนใหญ่ไม่ใช้น้ำส้มสายชู เนื่องจากคนอีสานไม่นิยมรับประทานอาหารรสเปรี้ยวที่ได้จากน้ำส้มสายชู แต่จะได้รสเปรี้ยวจากมะนาวเป็นส่วนใหญ่ นอกจากนี้นิยมรับประทานอาหารประเภทรสเผ็ด และรสเค็ม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ เลิศศิริ เตโชภักดิ์⁷ พบว่า คนอีสานส่วนใหญ่นิยมบริโภคอาหารรสเปรี้ยวจาก มะดแดง น้ำมะขามเปรี้ยว มะกอก และมะนาวเป็นหลัก โดยแหล่งที่มาส่วนใหญ่ได้มาจากร้านโชว์ห่วย/ร้านค้าในชุมชน น้ำผลไม้ และอาหารกระป๋อง เช่น ปลากระป๋อง ผลไม้กระป๋อง และผักกระป๋องส่วนใหญ่ไม่นิยมบริโภคเท่าใดนัก ถ้าเงินเก็บมีปริมาณน้อยถึงเลือกซื้อรับประทาน และ น้ำผลไม้ ผลไม้กระป๋องบางยี่ห้อส่วนใหญ่มีราคาแพง จึงไม่นิยมบริโภค ถ้าบริโภคก็จะได้รับบริโภคเมื่อมีญาติซื้อมาฝาก

ในการพิจารณาลักษณะของอาหารในการซื้ออาหารนั้น ประชาชนมีการซื้ออาหารส่วนใหญ่มีลักษณะถูกต้องตามหลักโภชนาการ สำหรับอาหารสด ส่วนอาหารสำเร็จรูป ส่วนทางด้านอาหารสำเร็จรูปจะดู วัน เดือน ปี หมดอายุ

จากการศึกษาแหล่งอาหารในครัวเรือนที่ชอบบริโภค ได้มาจากการทำเองมากที่สุด รองลงมาร้านค้าในชุมชน และต่ำสุด คือ ตลาด เพราะอาหารที่ได้มาจากแหล่งที่กล่าวมาหาได้ง่าย และสะดวกต่อการซื้อหา และสามารถทำเองได้ด้วย เนื่องจากอาหารที่ทำมีวัตถุดิบที่เป็นส่วนประกอบ รวมทั้งกรรมวิธีการผลิตไม่ยุ่งยากซับซ้อน ทำให้ประชาชนเลือกที่จะทำอาหารเอง และได้อาหารรสชาติถูกใจอีกด้วย

การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาด (4P) ที่มีผลต่อการซื้ออาหารเป็นรายด้าน พบว่า

ผลิตภัณฑ์ พบว่า คุณภาพของอาหาร (ความสะอาด ปลอดภัย) อยู่ในระดับสูง พบว่า สอดคล้องกับการศึกษาของดวงใจ หทัยวิวัฒน์กุล¹ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจถึงสินค้ามีคุณภาพดี ใหม่ สด สะอาด อยู่ในระดับมาก

ราคา พบว่า ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่

ในระดับสูง พบว่า สอดคล้องกับการศึกษาของดวงใจ หทัยวิวัฒน์กุล¹ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจถึงราคาสินค้าแต่ละประเภทเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมาก

สถานที่ (ช่องทางการจัดจำหน่าย) พบว่า ความสะอาด อยู่ในระดับสูง พบว่า ยังไม่มีใครศึกษาถึงทางด้านสถานที่สะอาดของที่ซื้ออาหาร แต่การศึกษาพบว่า การศึกษาของดวงใจ หทัยวิวัฒน์กุล¹ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจถึงเรื่องมีห้องน้ำสะอาดไว้บริการลูกค้าในระดับปานกลาง

การส่งเสริมการขาย พบว่า การโฆษณาอย่างทั่วถึง อยู่ในระดับสูง พบว่า สอดคล้องกับการศึกษาของดวงใจ หทัยวิวัฒน์กุล¹ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจถึงมีการประชาสัมพันธ์รายละเอียดสินค้าไว้ชัดเจน อยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

1. การสอบถามอาจมีข้อจำกัดในเรื่องความถี่การบริโภคอาหารของสมาชิกในครัวเรือน เนื่องจากในบางมื้อไม่ได้บริโภคอาหารร่วมกัน ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามอาจไม่ได้ให้ข้อมูลของสมาชิกในครัวเรือน ในการศึกษาครั้งต่อไปน่าจะแก้ปัญหาโดยใช้แบบบันทึกของบุคคลในครัวเรือนในมื้อที่ไม่ได้บริโภคพร้อมกัน
2. ควรมีการให้ความรู้แก่ประชาชนในเรื่องการซื้ออาหาร เนื้อสัตว์ อาหารกระป๋อง อาหารแช่แข็ง และ ผักเพิ่ม เนื่องจากประชาชนอาจดูเนื้อสัตว์ที่มีสีแดงเข้มมากไป เนื่องจากการใช้สารเร่งเนื้อแดง อาหารกระป๋องบางครัวเรือนทานทั้งที่กระป๋องบุบเพราะคิดว่าไม่มีอันตราย และผัก ควรให้ประชาชนเลือกผักที่มีแมลงหรือหนอนเจาะบ้างเล็กน้อย เนื่องจากผักที่มีใบสวยมากอาจมีการปนเปื้อนจากยากำจัดศัตรูพืช

เอกสารอ้างอิง

- ดวงใจ หทัยวิวัฒน์กุล. พฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูปของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์ บธ.ม มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี, 2554.
- เบญจมา มุกตพันธ์. โภชนาการสำหรับคนวัยต่างๆ. ขอนแก่น : ภาควิชาโภชนวิทยา คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2542.
- ประพิมพ์พร สมณาแซง. อาหารตามธรรมชาติของชาวบ้านในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. โครงการศึกษาภาวะเศรษฐกิจและสังคมของกสิกร ในระบบเกษตรน้ำฝน มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ขอนแก่น, 2529.
- พิษณุ อุตตะมะเวทิน. โภชนศาสตร์ชุมชน. ขอนแก่น : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2550.
- เลิศศิริ เตโชภวิวัฒน์กุล. ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคอาหารไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. ภาควิชาอาชีวศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2550.
- สุวลี ไสวศิริกรรณ์ และคณะ. รายงานการวิจัยเรื่องความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติในการเลือกซื้ออาหารของชาวชนบทอีสาน : กรณีศึกษา ภาควิชาโภชนวิทยา คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2537.
- Janet Hoek, Ninya Maubach, Tim McCreanor. An exploration of parents food purchasing behaviours. Appetite, 53, 297-302, 2009.

