

นิพนธ์ต้นฉบับ

Received: Sept. 6, 2021

Revised: Oct. 12, 2022

Accepted: Dec. 12, 2022

Published: Feb. 26, 2022

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลืองของนักเรียน
โรงเรียนมัธยมศึกษาสาธิตมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคเหนือ
Factors Related to Behavior Soy Milk Consumption of Students of the
Demonstration School of a University in the North of Thailand

เบญจมาภรณ์ ขันดี*, ณรงค์ ใจเที่ยง

คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา

Benjamaporn Khantee*, Narong Chaitiang

Community Health School of Public Health, University of Phayao

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงพรรณนา แบบตัดขวาง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลือง ของนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษาสาธิตมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคเหนือ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 190 คน สุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย (Simple random sampling) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) วิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติไคสแควร์

ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคร้อยละส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลืองอยู่ในระดับปานกลาง โดยมี อายุ เกรดเฉลี่ยสะสม เงินเดือนที่ได้รับ ทักษะคิด และการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลืองของนักเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (p -value ≤ 0.05) ดังนั้น นักเรียน ครูที่ปรึกษา ผู้บริหาร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรตระหนักถึงความสำคัญและส่งเสริมให้นักเรียนบริโภคนมถั่วเหลืองเพราะมีผลดีต่อสุขภาพ

คำสำคัญ : นมถั่วเหลือง , นักเรียน , พฤติกรรมการบริโภค

Corresponding author: เบญจมาภรณ์ ขันดี, E-mail: kongkangku69@gmail.com

Abstract

A cross-sectional descriptive study aimed to assess factors associated with soy milk consumption behaviors among 190 students at one Demonstration School of a university in the Northern using a simple random sampling. Data were collected by using questionnaires and were analyzed using, percentage, mean, standard deviation and chi-square tests.

The results showed most students had consuming soy milk at moderate. Age, GPA, monthly stipend, attitude and choices were correlated with soy milk consumption behaviors of the students ($p\text{-value} \leq 0.05$). Therefore, students, teachers, executives and related agencies should be aware of the importance and to promote soy milk consumption since it was a beneficial effect on health.

Keywords: Soymilk, students , eating habits

Corresponding author: Benjamaporn Khantee, E-mail: kongkangku69@gmail.com

บทนำ

ปัจจุบัน ผู้บริโภคเลือกที่จะเลือกผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพให้กับตนเองมากขึ้น เพราะว่าผู้บริโภคนั้นรักษาสุขภาพพลานามัยในเรื่องการเลือกบริโภคในชีวิตประจำวันอยู่แล้ว จึงต้องเลือกผลิตภัณฑ์ที่ทำให้สุขภาพร่างกายแข็งแรงและเลือกผลิตภัณฑ์ที่สะอาด สะดวกปลอดภัยถูกหลักอนามัย โดยปกติแล้วผู้บริโภคแต่ละคนจะต้องการข้อมูลและระยะเวลาในการตัดสินใจสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดแตกต่างกัน อ้างอิงจากสถิติจากข้อมูลผลสำรวจพฤติกรรม การดื่มนมอัตรเฉลี่ยการบริโภคนมของประชากรทั่วโลกอยู่ในระดับ 113 ลิตร/คน/ปี ประเทศไทย อยู่ในอัตรเฉลี่ยต่ำสุด คือ 18 ลิตร/คน/ปี หรือเพียง 2 แก้วต่อสัปดาห์ และพบว่า เด็ก – วัยรุ่น ดื่มนมมากที่สุดแต่ผู้สูงอายุ ดื่มนมน้อยที่สุด การสำรวจพฤติกรรมกรรมการดื่มนมโคพร้อมดื่มของคนไทยทั่วประเทศระหว่างเดือนเมษายน – พฤษภาคม 2562 จำนวน 1,753 จากการสำรวจพฤติกรรมกรรมการดื่มนม พบว่า คนไทยดื่มนม 1 ครั้งต่อวัน เป็นกลุ่มใหญ่สุด (70.33%) ตามมาด้วยดื่มนม 2 ครั้งต่อวัน (23.51%) และ 3 ครั้งต่อวัน (3.77%) ส่วนใหญ่ดื่มช่วงเช้ามืดที่สุด ตามมาด้วยดื่มก่อนนอน และอีกพฤติกรรมที่น่าสนใจ คือ ไม่นั่นนอน นมถั่วเหลืองพร้อมดื่มหรืออาจจะเป็นนมยี่ห้ออื่น ๆที่กำลังจะเป็นตัวแข่งขันในตลาด และนมถั่วเหลืองที่นิยมมากที่สุดตอนนี้คือนมถั่วเหลืองสำเร็จรูปพร้อมดื่มซึ่งมีคุณสมบัติที่โดดเด่นมากของนมถั่วเหลืองคือมีปริมาณไขมัน,

น้ำตาลและแคลอรีน้อยกว่านมที่ได้จากสัตว์ ในขนาดนมถั่วเหลืองขนาด 200 มิลลิลิตรนั้นจะมีแคลอรีอยู่เพียงแค่ 200 กิโลแคลอรีเท่านั้น ซึ่งปริมาณแคลอรีดังกล่าวนี้เทียบได้กับปริมาณที่คนควบคุมอาหาร (Diet) สามารถทานขนม ของหวานในหนึ่งมือ คือเมื่อคุณอยู่ในช่วงควบคุมอาหาร คุณสามารถดื่มนมถั่วเหลืองแทนได้ และมีนมถั่วเหลืองอีกหลายๆชนิดที่เข้ามาเป็นที่นิยมของผู้บริโภค (Suan Dusit Poll, Suan Dusit University, 2019)

ด้วยสภาพปัญหาดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลืองของนักเรียนโรงเรียนมัธยมสาธิตมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคเหนือ ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายเนื่องจากนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายสามารถให้ข้อมูลในการทำวิจัยครั้งนี้ได้เหมาะสมที่สุดเพราะวัยเด็กวัยเรียนเป็นวัยที่ไม่ชอบดื่มนมแต่ผู้ปกครองได้คัดสรรหาผลิตภัณฑ์ที่ให้เด็ก ๆที่กำลังเจริญเติบโตรับสารอาหารอย่างครบถ้วน มีร่างกายที่สมบูรณ์แข็งแรง อย่างเช่นได้รับการดื่มนมเพื่อการดูแลสุขภาพของตนเองเป็นไปได้อย่างดี และเพื่อนำข้อมูลที่ได้อศึกษานี้เป็นประโยชน์ต่อตัวผู้ทำวิจัยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดูแลและรักษาสุขภาพของนักเรียนหรือนำไปเป็นแนวทางในการบริโภคที่ถูกสุขลักษณะของนักเรียนและมีความพึงพอใจในการบริโภคต่อกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม

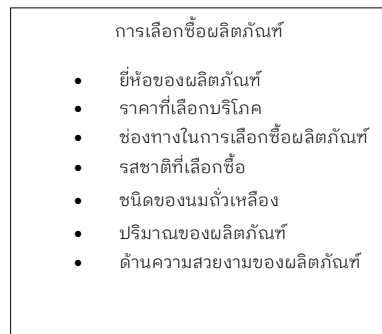
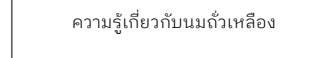
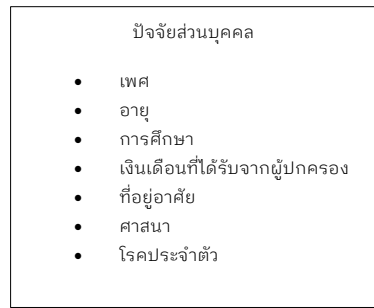
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคนมถั่วเหลืองของนักเรียนโรงเรียนมัธยมสาธิตมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคเหนือ
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและการเลือกบริโภคนมถั่วเหลืองที่ตนเองชอบในแต่ละยี่ห้อของนักเรียนโรงเรียนมัธยมสาธิตมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคเหนือ

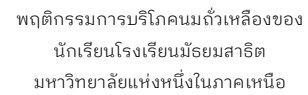
3. เพื่อการศึกษาถึงความรู้ความเข้าใจในการที่เลือกบริโภคนมถั่วเหลืองของนักเรียนโรงเรียนมัธยมสาธิตมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคเหนือ

4. เพื่อศึกษาพฤติกรรมจำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา รายได้ ที่อยู่อาศัย ศาสนา โรคประจำตัว ของกลุ่มผู้บริโภคนมถั่วเหลืองของนักเรียนโรงเรียนมัธยมสาธิตมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคเหนือ

ตัวแปรต้น



ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นรูปแบบการศึกษาเชิงพรรณนาภาคตัดขวาง (cross-sectional survey research) การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลือง ของนักเรียนโรงเรียนมัธยมสาธิตมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคเหนือโดยผู้วิจัย ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษา

ที่นักเรียน ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 365 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถามศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลืองของนักเรียนโรงเรียนมัธยมสาธิตมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคเหนือ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนโรงเรียนมัธยมสาธิตมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคเหนือ จำนวน 365 คนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนโรงเรียนมัธยมสาธิตมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคเหนือ จำนวน 190 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง ตารางสำเร็จรูปของเครซีและมอร์แกนสำหรับตารางของ Krejcie &

Morgan (1970) ตารางนี้ใช้ในการประมาณค่าสัดส่วนของประชากรเช่นเดียวกัน และกำหนดให้สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5 ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% และระดับความเชื่อมั่น 95% สามารถคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างกับประชากรที่มีขนาดเล็กได้ตั้งแต่ 10 ขึ้นไป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลืองของนักเรียน โรงเรียนมัธยมสาธิตมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งใน ภาคเหนือ ที่มีคำถามชนิดปลายเปิดโดยแบ่ง คำถามออกเป็น 5 ตอนได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป มีลักษณะเป็น คำตอบแบบเลือกตอบ (Check list)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้ เกี่ยวกับนมถั่วเหลือง มีลักษณะเป็นคำถาม เลือกตอบ (Check list) โดยที่ผู้ตอบคำถามจะ สามารถเลือกคำตอบได้เพียง 1 ข้อเท่านั้น ในแต่ละข้อคำถาม ซึ่งจะมีระดับการให้คะแนนสำหรับ คำถามแต่ละข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มี ต่อผลิตภัณฑ์นมถั่วเหลืองนมถั่วเหลือง มี

ลักษณะเป็นคำถามเลือกตอบ (Check list) โดยที่ ผู้ตอบคำถามจะสามารถเลือกคำตอบได้เพียง 1 ข้อเท่านั้น ในแต่ละข้อคำถาม ซึ่งจะมีระดับการให้ คะแนนสำหรับคำถามแต่ละข้อ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการเลือก ซื้อผลิตภัณฑ์นมถั่วเหลือง ลักษณะเป็นคำถาม เลือกตอบ (Check list) คำถามมาตราส่วน ประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ซึ่งจะมีให้ เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว โดยมีการกำหนด เกณฑ์

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการ เลือกซื้อนมถั่วเหลืองของขณะเป็นคำถาม เลือกตอบ (Check list) โดยที่ผู้ตอบคำถามจะ สามารถเลือกคำตอบได้เพียง 1 ข้อเท่านั้น ในแต่ละข้อคำถาม ซึ่งจะมีระดับการให้คะแนนสำหรับ คำถามแต่ละข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นเชิงพรรณนา ภาคตัดขวาง (cross-sectional survey research) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ บริโภคนมถั่วเหลืองของนักเรียนโรงเรียน มัธยมสาธิตมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคเหนือชั้น มัธยมศึกษาตอนปลาย โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการ เก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาที่นักเรียน ระดับชั้น มัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 190 คน เป็น ขั้นตอนดังนี้ คือ เสนอโครงร่างและเครื่องมือที่ใช้ ในการวิจัยเพื่อขอรองรับจริยธรรมกับ มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคเหนือ ผู้วิจัยทำการ เชิญชวนพร้อมกับขอความร่วมมือ โดยใช้วิธีแจก

แบบสอบถามให้กลุ่มนักเรียนโรงเรียนมัธยม สาธิตมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคเหนือโดย ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาที่ นักเรียน ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 190 คน โดยจัดเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม ด้วยตนเองใช้เวลาเก็บแบบสอบถาม ตรวจสอบ ความสมบูรณ์ของคำตอบในแบบสอบถาม และ จัดหมวดหมู่ของข้อมูลในแบบสอบถาม เพื่อนำไป วิเคราะห์ทางสถิติ นำข้อมูลที่ได้ตรวจสอบความ ถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถาม จากนั้น วิเคราะห์ข้อมูลและแปลผลข้อมูล โดยใช้โปรแกรม คอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความ ถูกต้องเรียบร้อยแล้วไปลงรหัสในโปรแกรม สำเร็จรูป ลงข้อมูลตามรหัสที่กำหนดไว้ และ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป คอมพิวเตอร์ โดยวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของ ประชากรโดยใช้ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

และข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลือง ของนักเรียน โรงเรียนมัธยมสาธิตมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งใน ภาคเหนือ โดยใช้การหาค่า ไคสแควร์ (Chi – square Test) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยมีนัยสำคัญที่ 0.05

จริยธรรมในการวิจัย

การศึกษาการวิจัยครั้งนี้คำนึงถึงประเด็นจริยธรรมในการวิจัยเป็นสำคัญ คือ ดำเนินการ เก็บข้อมูลนั้นจะต้องผ่านการขออนุญาตและยินยอมพร้อมใจจากฝ่ายกลุ่มตัวอย่าง โดยที่กระบวนการ จะต้องดำเนินไปโดยการได้รับความยินยอมจากกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิจัยจะต้องไม่ทำให้เกิดผลกระทบในทางลบโดยตรงแก่กลุ่มตัวอย่างและวิจัยครั้งนี้ ผ่านการพิจารณา ขออนุญาตจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยพะเยา

ดำเนินการให้การรับรองโครงการวิจัยตามแนวทางหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ที่เป็นมาตรฐานสากลได้แก่ Declaration of Helsinki, The Belmont Report, CIOMS Guideline และ International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice ICH-GCP หรือ คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ได้พิจารณา และมีมติรับรองเลขที่โครงการ คือ 2/200/62 รับรอง ณ วันที่ 26 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563

ผลการวิจัย

ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 61.60 อายุ 17 - 18 ปี ร้อยละ 38.95 กำลังศึกษาอยู่ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 ร้อยละ 38.90 สายการเรียนวิทยาศาสตร์ - คณิตศาสตร์ ร้อยละ 52.63 เกรดเฉลี่ยสะสมอยู่

ระหว่าง 3.01 – 3.50 ร้อยละ 44.21 เงินเดือนที่ได้รับจากผู้ปกครอง 5,000 บาท ร้อยละ 78.95 ภูมิลำเนาจากภาคเหนือ ร้อยละ 93.70 นับถือศาสนาพุทธ ร้อยละ 96.30 ไม่มีโรคประจำตัว ร้อยละ 97.40 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลพื้นฐาน

ปัจจัย	พฤติกรรมบริโภคคนมั่วเหล้า			χ^2	df	P-value
	ต่ำ จำนวน(%)	ปานกลาง จำนวน(%)	สูง จำนวน(%)			
เพศ				2.207	2	0.332
ชาย	4(5.50)	46(63.00)	23(31.50)			
หญิง	14(11.97)	69(58.97)	34(29.06)			
อายุ(ปี)				13.686	4	0.008*
16 ปี	1(2.38)	28(66.67)	13(30.95)			
17 ปี	4(5.40)	41(55.40)	29(39.20)			
18 ปี	13(17.57)	46(62.16)	15(20.27)			
ระดับชั้นที่กำลังศึกษา				5.324	4	0.256
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4	3(6.10)	31(63.30)	15(30.60)			
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5	9(12.16)	38(51.35)	27(36.49)			
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6	6(8.95)	46(68.66)	15(22.39)			

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลพื้นฐาน (ต่อ)

ปัจจัย	พฤติกรรมบริโภคนมถั่วเหลือง			χ^2	df	P-value
	ต่ำ จำนวน(%)	ปานกลาง จำนวน(%)	สูง จำนวน(%)			
GPA สะสม				32.584	6	0.001*
ต่ำกว่า 2.50	4(80.00)	1(20.00)	0(0.00)			
2.50 – 3.00	3(11.10)	17(63.00)	7(25.90)			
3.01 - 3.50	4(4.8)	50(59.5)	30(35.7)			
3.50 ขึ้นไป	7(9.50)	47(63.50)	20(27.00)			
เงินเดือนที่ได้รับจากผู้ปกครอง				18.359	4	0.001*
5,000	9(6.00)	89(59.30)	52(34.70)			
5,001 – 10,000 บาท	7(19.40)	24(66.70)	5(13.90)			
10,001 – 20,000 บาท	2(50.00)	2(50.00)	0(0.00)			
ญาติ				1.220	2	0.543
ญาติ						
ภาคเหนือ	17(9.55)	106(59.55)	55(30.90)			
ภาคกลาง	1(8.30)	9(75.00)	2(16.70)			
ศาสนา				6.332	4	0.176
พุทธ	18(9.80)	109(59.60)	56(30.60)			
คริสต์	0(0.00)	6(99.00)	1(1.00)			
โรคประจำตัว				3.349	2	0.187
ไม่มี	0(0.00)	5(100.00)	0(0.00)			
มี	18(9.70)	110(59.50)	57(30.80)			

หมายเหตุ คำนวณค่าสำคัญทางสถิติ $p - value \leq 0.05$

ข้อมูลแสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความรู้

ใช่ หมายถึง ข้อคำถามที่ถูกในคำตอบ
 ไม่ใช่ หมายถึง ข้อคำถามที่ไม่ถูกในคำตอบ
 ไม่ทราบ หมายถึง ข้อคำถามที่ผู้ประเมินไม่ทราบในคำตอบ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความรู้เกี่ยวกับนมถั่วเหลืองอยู่ในระดับต่ำ ร้อยละ 67.90 รองลงมา มีระดับความรู้เกี่ยวกับนมถั่วเหลืองอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 30.00 และลำดับสุดท้าย มีระดับความรู้เกี่ยวกับนมถั่วเหลืองอยู่ในระดับระดับสูง ร้อยละ 2.10 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความรู้

ปัจจัย	จำนวน (n=190)	ร้อยละ
ระดับความรู้เรื่องเกี่ยวกับนมถั่วเหลือง		
ระดับต่ำ (≤ 23.30)	129	67.90
ระดับปานกลาง (23.40– 32.60)	57	30.00
ระดับสูง (≥ 32.70 ขึ้นไป)	4	2.10

ข้อมูลแสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับทัศนคติ

- เห็นด้วยอย่างยิ่ง หมายถึง ข้อคำถามที่ตรงกับความรู้สึกและความคิดมากที่สุด
- เห็นด้วย หมายถึง ข้อคำถามที่ตรงกับความรู้สึกและความคิดมากกว่า 50%
- ไม่แน่ใจ หมายถึง ข้อคำถามที่ยังไม่สามารถตัดสินใจว่าตรงกับความรู้สึกและความคิด
- ไม่เห็นด้วย หมายถึง ข้อคำถามที่ไม่ตรงกับความรู้สึกและความคิดมากกว่า 50%
- ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง หมายถึง ข้อคำถามที่ไม่ตรงกับความรู้สึกและความคิดมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมถั่วเหลืองมีทัศนคติมีต่อผลิตภัณฑ์นมถั่วเหลือง อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 50.00 รองลงมา มีทัศนคติมีต่อผลิตภัณฑ์นมถั่วเหลืองอยู่ในระดับสูง ร้อยละ 43.20 และลำดับสุดท้าย มีทัศนคติมีต่อผลิตภัณฑ์นมถั่วเหลืองอยู่ในระดับระดับต่ำ ร้อยละ 6.80 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมถั่วเหลือง

ปัจจัย	จำนวน (n=190)	ร้อยละ
ทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมถั่วเหลือง		
ระดับต่ำ (≤ 30.00)	13	6.80
ระดับปานกลาง (31.00-40.00)	95	50.00
ระดับสูง (≥ 41.00 ขึ้นไป)	82	43.20

ข้อมูลแสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

- ระดับความเห็น 5 หมายถึง มีความเหมาะสมมากที่สุด
- ระดับความเห็น 4 หมายถึง มีความเหมาะสมมาก
- ระดับความเห็น 3 หมายถึง มีความเหมาะสมปานกลาง
- ระดับความเห็น 2 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อย
- ระดับความเห็น 1 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมถั่วเหลือง อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 52.10 รองลงมา มีระดับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมถั่วเหลือง อยู่ในระดับสูง ร้อยละ 38.40 และลำดับสุดท้าย มีระดับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมถั่วเหลือง อยู่ในระดับต่ำ ร้อยละ 9.50 ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมถั่วเหลือง

ปัจจัย	จำนวน (n=190)	ร้อยละ
การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมถั่วเหลือง		
ระดับต่ำ (≤ 117.00)	18	9.50
ระดับปานกลาง (118.00-156.00)	99	52.10
ระดับสูง (≥ 157.00 ขึ้นไป)	73	38.40

ข้อมูลแสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับพฤติกรรม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับพฤติกรรมในการเลือกซื้อนมถั่วเหลืองส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเลือกซื้อ อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 60.50 รองลงมา อยู่ในระดับสูง ร้อยละ 30.00 และลำดับสุดท้าย อยู่ในระดับต่ำ ร้อยละ 9.50 ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับพฤติกรรมการเลือกซื้อนมถั่วเหลือง

ปัจจัย	จำนวน (n=190)	ร้อยละ
พฤติกรรมการเลือกซื้อนมถั่วเหลือง		
ระดับต่ำ (≤ 61.60)	18	9.50
ระดับปานกลาง (61.70-78.20)	115	60.50
ระดับสูง (78.30 ขึ้นไป)	57	30.00

อภิปรายผล

พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคนมถั่วเหลืองของนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นในภาคเหนือสุราษฎร์ธานี

1.1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ กับพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลืองของกลุ่มตัวอย่าง จากการศึกษาพบว่า อายุ GPA สะสมเงินเดือนที่ได้รับจากผู้ปกครอง ปัจจัยด้านทัศนคติ และการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมถั่วเหลืองของนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นในภาคเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (p -value ≤ 0.05) ส่วนเพศ ระดับชั้นที่กำลังศึกษา ภูมิสำเนา ศาสนา โรคประจำตัว ปัจจัยด้านความรู้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลืองของนักเรียน

โรงเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นในภาคเหนือ ; Benjamaporn , K.(2020)

2. พฤติกรรมและการเลือกบริโภคนมถั่วเหลืองที่ตนเองชอบในแต่ละยี่ห้อของนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นในภาคเหนือสุราษฎร์ธานี

2.1 การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมถั่วเหลืองกับพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลืองส่วนใหญ่มีระดับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมถั่วเหลือง อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 52.10 ความสัมพันธ์ของระดับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมถั่วเหลืองของกลุ่มตัวอย่าง จากการทดสอบแบบไคสแควร์ (Chi-square Test) ที่คำนวณได้เท่ากับ 41.958 โดยมีระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 สรุปได้ว่า การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมถั่วเหลืองมีความสัมพันธ์

กับพฤติกรรมบริโภคนมถั่วเหลืองของนักเรียนโรงเรียนมัธยมสาธิตมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคเหนือสอดคล้องกับ Chalisa (2015) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการบริโภคนมโคและผลิตภัณฑ์ที่ทำจากนมโคของผู้บริโภคเขตสาทรในกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยในการซื้อนมโคมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะบริโภคนมโคและผลิตภัณฑ์ที่ทำจากนมโคมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้วิจัยคาดว่า การที่ผู้บริโภคมีความตั้งใจที่จะบริโภคนมโคและผลิตภัณฑ์ที่ทำจากนมโค จะต้องมีความรู้ แรงกระตุ้น หรือมีความต้องการบางสิ่งที่จะคาดว่าจะได้รับ หลังจากการบริโภค เช่น คุณประโยชน์ต่อร่างกาย รสชาติที่ดี

3. ความรู้ความเข้าใจในการที่เลือกบริโภคนมถั่วเหลืองของนักเรียนโรงเรียนมัธยมสาธิตมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคเหนือสรุปได้ดังนี้

3.1 ระดับความรู้เรื่องเกี่ยวกับความสำคัญของนมถั่วเหลืองกับพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลืองส่วนใหญ่มีระดับความรู้เรื่องความสำคัญของนมถั่วเหลือง อยู่ในระดับต่ำ ร้อยละ 67.90 ความสัมพันธ์ของระดับความรู้เรื่องการบริโภคนมถั่วเหลืองของกลุ่มตัวอย่าง จากการทดสอบแบบ ไคสแควร์ (Chi-square Test) ที่คำนวณได้ เท่ากับ 8.881 โดยมีระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.064 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 สรุปได้ว่า ระดับความรู้เรื่องความสำคัญของนมถั่วเหลืองไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลืองของนักเรียนโรงเรียนมัธยมสาธิตมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคเหนือ สอดคล้องกับ Hatairat & Prerapha (2016) ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจในการจ่ายเงินเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์นมโคพร้อมดื่ม ยูเอชที ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่าการรับรู้ ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจ ในการจ่ายเงินเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์นมโคพร้อมดื่ม ยูเอชที ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

4. พฤติกรรมจำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา รายได้ ที่อยู่อาศัย ศาสนา โรคประจำตัวของกลุ่มผู้บริโภคนมถั่วเหลืองของนักเรียนโรงเรียนมัธยมสาธิตมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคเหนือ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมสรุปได้ดังนี้

4.1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลืองของนักเรียนโรงเรียนมัธยมสาธิตมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคเหนือ พบว่า อายุ ส่วนใหญ่ อยู่ในช่วงอายุ 17 ปี และ 18 ปี ร้อยละ 38.95 ความสัมพันธ์ของอายุกับพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลืองของกลุ่มตัวอย่าง จากการทดสอบแบบ ไคสแควร์ (Chi-square Test) ที่คำนวณได้ เท่ากับ 13.686 โดยมีระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.008 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 สรุปได้ว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลืองของนักเรียนโรงเรียนมัธยมสาธิตมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคเหนือ สอดคล้องกับ Panchapon (2015) ทศคดีและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ นมถั่วเหลืองผสมข้าวโพดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าอายุมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ นมถั่วเหลืองผสมข้าวโพดของผู้บริโภค

4.2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลืองของนักเรียนโรงเรียนมัธยมสาธิตมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคเหนือ พบว่า ระดับชั้นที่กำลังศึกษา ส่วนใหญ่ กำลังศึกษา อยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 ร้อยละ 38.90 ความสัมพันธ์ของระดับชั้นที่กำลังศึกษากับพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลืองของกลุ่มตัวอย่าง จากการทดสอบแบบ ไคสแควร์ (Chi-square Test) ที่คำนวณได้ เท่ากับ 5.324 โดยมีระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.256 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 สรุปได้ว่าระดับชั้นที่กำลังศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลืองของนักเรียนโรงเรียนมัธยมสาธิตมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคเหนือ สอดคล้องกับ Pornsuree (2002) ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลืองยูเอชที ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลืองยูเอชทีในเขตกรุงเทพมหานคร

4.3 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลืองของนักเรียนโรงเรียนมัธยมสาธิตมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคเหนือ พบว่า เงินเดือนที่ได้รับจากผู้ปกครองส่วนใหญ่ได้รับเงินเดือน น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท ร้อยละ 96.30 ความสัมพันธ์ของเงินเดือนที่ได้รับจากผู้ปกครองกับพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลืองของกลุ่มตัวอย่างน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 สรุปได้ว่า เงินเดือนที่ได้รับจากผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลืองของนักเรียนโรงเรียนมัธยมสาธิตมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคเหนือสอดคล้องกับ Narong (2019) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชนในจังหวัดพะเยา พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชนในจังหวัดพะเยา

4.4 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลืองของนักเรียนโรงเรียนมัธยมสาธิตมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคเหนือ พบว่า ภูมิสำเนา ส่วนใหญ่มาจากภาคเหนือ ร้อยละ 93.70 ความสัมพันธ์ของภูมิสำเนาเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลืองของกลุ่มตัวอย่าง จากการทดสอบแบบไคสแควร์ (Chi-square Test) ที่คำนวณได้ เท่ากับ 1.220 โดยมีระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.543 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 สรุปได้ว่า ภูมิสำเนาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลืองของนักเรียนโรงเรียนมัธยมสาธิตมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคเหนือสอดคล้องกับ Athip (2019) สถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และดัชนี ความเสี่ยงต่อปัญหาแอลกอฮอล์ของจังหวัดในประเทศไทย พบว่า ภูมิสำเนาไม่มีความสัมพันธ์กับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และดัชนี ความเสี่ยงต่อปัญหาแอลกอฮอล์ของจังหวัดในประเทศไทย

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ได้ความรู้ใหม่ที่ทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้าทางวิชาการใหม่ๆ ทั้งในด้านทฤษฎีและปฏิบัติ

4.5 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลืองของนักเรียนโรงเรียนมัธยมสาธิตมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคเหนือ พบว่า ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ ร้อยละ 96.30 ความสัมพันธ์ของศาสนากับพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลืองของกลุ่มตัวอย่าง จากการทดสอบแบบ ไคสแควร์ (Chi-square Test) ที่คำนวณได้ เท่ากับ 6.332 โดยมีระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.176 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 สรุปได้ว่า ศาสนาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลืองของนักเรียนโรงเรียนมัธยมสาธิตมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคเหนือสอดคล้องกับ Tanyalak (2019) พฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ในอำเภอเมืองจังหวัดตรัง พบว่า ศาสนาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจและส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธคิดเป็นร้อยละ 100.00

4.6 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลืองของนักเรียนโรงเรียนมัธยมสาธิตมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคเหนือ พบว่า ส่วนใหญ่ไม่มีโรคประจำตัว ร้อยละ 97.40 ความสัมพันธ์ของโรคประจำตัวกับพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลืองของกลุ่มตัวอย่าง จากการทดสอบแบบไคสแควร์ (Chi-square Test) ที่คำนวณได้ เท่ากับ 3.349 โดยมีระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.187 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 สรุปได้ว่า โรคประจำตัวไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลืองของนักเรียนโรงเรียนมัธยมสาธิตมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคเหนือสอดคล้องกับ Panchapon (2015) ทศนคติและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำนมถั่วเหลืองผสมข้าวโพดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า โรคประจำตัวไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำนมถั่วเหลืองผสมข้าวโพดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

2. ทำให้เกิดความเข้าใจในปรากฏการณ์และพฤติกรรมต่างๆ ที่มีอยู่ให้ดียิ่งขึ้น ตลอดจนสามารถทำนายสิ่งเหล่านี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ทำให้ทราบข้อเท็จจริงต่างๆ ที่จะนำไปเป็นประโยชน์ในการแก้ไข ปรับปรุง หรือพัฒนา ด้านต่างๆ ให้ดียิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1. จากการศึกษาระดับความรู้เกี่ยวกับความสำคัญของนมถั่วเหลืองกับพฤติกรรมบริโภคนมถั่วเหลืองของนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคเหนือ พบว่า อยู่ในระดับต่ำ ซึ่งการขาดความรู้เรื่องการเลือกบริโภคนมถั่วเหลืองนั้นถือว่าเป็นอุปสรรคที่สำคัญต่อการเกิดพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลืองเป็นอย่างยิ่ง ส่งผลทำให้นักเรียนไม่ดูแลสุขภาพของตนเอง เนื่องจากส่วนใหญ่คิดว่าการเลือกบริโภคนมที่ตนเองชอบ น่าจะดีกว่าผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ นักเรียนขาดผู้ให้ความรู้อย่างจริงจัง เกี่ยวกับการบริโภคนมถั่วเหลืองดังนั้นจึงควรมีการจัดอบรมความรู้เรื่องการการบริโภคนมถั่วเหลือง

2. จากการศึกษาความสัมพันธ์ของทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมถั่วเหลืองกับพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลืองของนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคเหนือ พบว่า อยู่ในระดับปานกลางเนื่องจาก

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลืองของนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคเหนือครั้งนี้ได้ศึกษาเฉพาะมัธยมศึกษาตอนปลาย ควรศึกษานักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นเพิ่มเติมเพื่อความครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

4. ทำให้มีการศึกษาค้นคว้า อันก่อให้เกิดความเคลื่อนไหวในด้านวิชาการอยู่เสมอ

กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์นมถั่วเหลืองที่เกิดจากประสบการณ์ในการเลือกซื้อกลุ่มตัวอย่างบางคนทราบว่า การเลือกดื่มนมถั่วเหลืองมีประโยชน์ต่อร่างกายแต่กลุ่มตัวอย่างบางคนไม่ทราบเพราะเกิดจากทัศนคติของแต่ละบุคคลเอง หรือเกิดจากความรู้สึกและความคิดของแต่ละบุคคล

3. จากการศึกษาความสัมพันธ์ความสัมพันธ์ของการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมถั่วเหลืองกับพฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลืองของนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคเหนือ พบว่า อยู่ในระดับปานกลางเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างแต่ละบุคคลมีพฤติกรรมการเลือกซื้อที่แตกต่างกันเพราะว่าปัจจุบันมียี่ห้อรสชาติ ราคา ช่องทางในการเลือกซื้อที่หลากหลายมากขึ้นจึงทำให้เกิดความสับสนวุ่นวายไม่เหมือนกันหรือกลุ่มตัวอย่างบางคนเลือกซื้อช่องทางที่กระแสนิยมก็คือคนส่วนใหญ่หรือกลุ่มเพื่อนซื้อที่ช่องทางไหนก็จะซื้อช่องทางนั้น

2. ในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเลือกบริโภคนมถั่วเหลืองของนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคเหนือเพื่อจะได้ทราบพฤติกรรมการบริโภคมากยิ่งขึ้น

References

- Benjamaporn , K.(2020).Factors Related to Behavior Soy Milk Consumption of Students of the Demonstration School of a university in the Northern.
- Chaitiang,N. (2019). The factors Associated with Alcohol Consumption Behavior among People in Phayao Province, *Journal of Safety and Health*, 12(2), 318-330.
- Jirakiganusorn,W. (2015). Product Managing Strategy Affecting Consumer's Attitude Toward Soymilk in Bangkok Metropolis, *Journal of communication and innovation NIDA*, 7-103.
- Krejcie and Morgan. (1970) in Teerawut Ekakul(2000). **The finished table of Crazy and Morgan (Krejcie & Morgan)** : Ubon Ratchathani Rajabhat University
- Ouiparnich,P. (2015). Attitudes and Factors Influencing Consumers' Corn-soy Milk Buying Decision in Mueang District, Chiang Mai Province Author ,38-64.
- Sae-lim , H. (2016). The consumer's opinion on marketing mix related to purchase intention for ultra-high-temperature mainstream milk in bangkok, *Journal of suthiparithat*, 30(94) ,194-208.
- Saimek, M. (2016). **The Relationship Between Breakfast Behavior and Learning Efficiency**. Faculty of Social Sciences and Humanities, Technology Thanyaburi University.
- Satheerakanont, C. (2015). Factors Positively Relating and Affecting Consumption Intention of Milk and Milk Products of Consumers in Sathorn District in Bangkok, 85-93.
- Seethong, P. (2002). **Factors influencing the consuming behavior of UHT soy milk in Bangkok metropolitan area**. Presented in partial fulfillment of the requirements for the Master of Business Administration degree in Marketing at Srinakharinwirot University, 1-96.
- Suan Dusit Poll, Suan Dusit University, 2019) <https://www.marketingoops.com/reports/behaviors/milk-consumption/>
- Tanaree, A. (2019). Alcohol Drinking and Provincial Alcohol Problem Index (PAPI) in Thailand: The 2017 Survey, *Journal of Health Systems Research*, 13(4) ,353-367.
- Tummajak, T. (2019). Vegetarian Food Consumption Behaviors of Consumer in Muang District, Trang Province, *WMS Journal of Management Walailak University*, 8(6) ,84-97.