

ISSN: 3057-1081 (Online)

ปีที่ 1 ฉบับที่ 3, หน้า 18-37

ลิขสิทธิ์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

กันยายน-ธันวาคม 2567

รับเมื่อวันที่ 30 ตุลาคม 2567/ แก้ไขเมื่อวันที่ 29 ธันวาคม 2567/ อนุมัติเมื่อวันที่ 29 ธันวาคม 2567

## ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียน

### โรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน

#### Factors Influencing the Lunch Purchase Decisions of Students at

#### Ratnakosin Sompote Bang Khun Thian School

ดวงกมล สุขปาน<sup>1</sup> และ ฉันทนา ปาปัดถา<sup>2</sup>

Daungkamol Sukpan<sup>1</sup> and Chatana Papattha<sup>2</sup>

คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

Faculty of Mass Communication Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

Email: Daungkamol2008@hotmail.com, chamтана.p@rmutp.ac.th

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาทัศนคติต่อการบริโภคอาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน (2) ศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของการจำหน่ายอาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน (3) ศึกษาการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน (4) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน (5) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์บางขุนเทียน จำนวน 306 คน และสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า (1) ทัศนคติต่อการบริโภคอาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.04 (2) ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของการจำหน่ายอาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.10 (3) การตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน ในภาพรวม

อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.04 (4) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ต่อวันต่างกันมีการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียน

โรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียนไม่ความแตกต่างกัน (5) ปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ มีค่า .659

**คำสำคัญ:** การตัดสินใจซื้อ, ทักษะคติ, ส่วนประสมทางการตลาด, นักเรียน

## Abstract

The purposes of this research were to (1) study students' attitudes toward lunch at Ratnakosin Sompote Bang Khun Thian School, (2) examine the marketing mix factors in the lunch sales of students at Ratnakosin Sompote Bang Khun Thian School, (3) analyze the lunch purchase decisions of students at Ratnakosin Sompote Bang Khun Thian School, (4) compare personal factors with the lunch purchase decisions of students at Ratnakosin Sompote Bang Khun Thian School, and (5) investigate the factors affecting the lunch purchase decisions of students at Ratnakosin Sompote Bang Khun Thian School. This was a quantitative study that used a questionnaire as a data collection tool from a sample of 306 students at Ratnakosin Sompote Bang Khun Thian School. Statistical analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, t-tests, one-way ANOVA, and multiple regression analysis. The research findings showed that (1) the overall attitude towards lunch among students at Ratnakosin Sompote Bang Khun Thian School was at a very high level with a mean of 4.04, (2) the marketing mix factors for lunch sales at Ratnakosin Sompote Bang Khun Thian School were at a high level with a mean of 4.10, (3) the overall lunch purchase decisions of students at Ratnakosin Sompote Bang Khun Thian School were at a very high level with a mean of 4.04, (4) there was no significant difference in personal factors affecting lunch purchase decisions among students at Ratnakosin Sompote Bang Khun Thian School, and (5) the correlation coefficient for personal factors and lunch purchase decisions among students at Ratnakosin Sompote Bang Khun Thian School was .659.

**Keywords:** Purchase Decision, Attitude, Marketing Mix, Students

## บทนำ

อาหารเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญของการมีสุขภาพที่ดีด้าน โภชนาการ เพื่อยกระดับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชากรไทย แต่ด้วยความเปลี่ยนแปลงทั้งด้านเศรษฐกิจ ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ส่งผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านอาหารและโภชนาการ และวิถี การดำเนินชีวิตของประชากรอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ จึงบรรจุไว้ในแผน ปฏิบัติการด้านโภชนาการระดับชาติ 5 ปี โดยกำหนดเป็นเป้าหมาย ที่สำคัญเพื่อดำเนินการ และมาตรการเพื่อให้ประชาชนมีพฤติกรรม ที่พึงประสงค์ในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพที่ดี (กระทรวงสาธารณสุข, กรมอนามัย, สำนักโภชนาการ, 2562: 30) นอกจากนี้อาหารและโภชนาการที่ดีเป็นพื้นฐานของการมีสุขภาพดีทุกเพศ ทุกวัย ตั้งแต่ในครรภ์จนถึงวัยชรา แต่การบริโภคอาหารก็ควรให้พอเหมาะ สมกับช่วงวัยนั้นๆ เพื่อให้ได้โภชนาการทางอาหารที่ดี และมีประโยชน์ต่อร่างกายมากที่สุด เช่น โปรตีน วิตามินแร่ธาตุ ที่เพียงพอต่อความต้องการของร่างกายรวมทั้งได้รับประโยชน์อื่นๆ จากอาหาร อาทิเช่น ในอาหาร สารต้านอนุมูลอิสระ (วันทนีย์ เกรียงสินยศ และคณะ, 2559) ถ้าร่างกายได้รับสารอาหารที่ดีมีประโยชน์จะทำให้มีสุขภาพที่ดี แต่หากการทานอาหารสิ่งหนึ่งสิ่งใดมากเกินไปก็อาจจะก่อให้เกิดโทษหรือปัญหาสุขภาพได้

ดังนั้นอาหารกลางวันภายในโรงเรียนจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก การจัดอาหารกลางวันจึงต้องคำนึงถึงคุณค่าทางโภชนาการและสารอาหารต่างๆที่นักเรียนควรจะได้รับ โดยส่วนมากเด็ก ๆ มักจะมีพฤติกรรม การทานขนมและน้ำอัดลมเป็นส่วนมากและมักจะบริโภคอาหารที่มีไขมันสูง อาจจะทำให้เด็กเกิดความเสี่ยงเป็นโรคอ้วนได้ชี้ให้เห็นถึงสถานการณ์การเลือกบริโภคอาหารที่มีความเสี่ยงต่อสุขภาพในกลุ่มวัยรุ่น โดยพบว่า ผู้ที่มีอายุระหว่าง 15-24 ปีบริโภคอาหารสำเร็จรูป และมีสัดส่วนในการบริโภคอาหารที่มีไขมันสูงมากกว่าวัยอื่น (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560) บริโภคอาหารไม่ตรงเวลา บริโภคอาหารไม่ครบ 5 หมู่ บริโภคผักและผลไม้ไม่พอ มักซื้ออาหารมารับประทาน(เกียรติพงษ์ เชื้อนรอบเขต, 2556) นอกจากนี้ไม่เพียงแต่สื่อโฆษณาจะมีอิทธิพลต่อการเลือกบริโภคอาหาร แต่คนรอบตัวโดยเฉพาะครอบครัว เพื่อน และคนรัก ก็มีอิทธิพลด้วยเช่นกัน (ภูเบศร์ สมุทรจักร และมนสิการ กาญจนะจิตตรา, 2557) การทานอาหารไม่เหมาะสมอาจทำให้เกิดโรคตามมาได้

ผู้วิจัยจึงเลือกโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียนเพื่อการสำรวจปัจจัยการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียนเพื่อทราบถึงความพึงพอใจการรับประทานอาหารกลางวันของโรงเรียนมากน้อยเพียงใดผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน โดยประกอบด้วยปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน ทศนคติต่อการบริโภคอาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของการจำหน่ายอาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน การตัดสินใจซื้ออาหาร

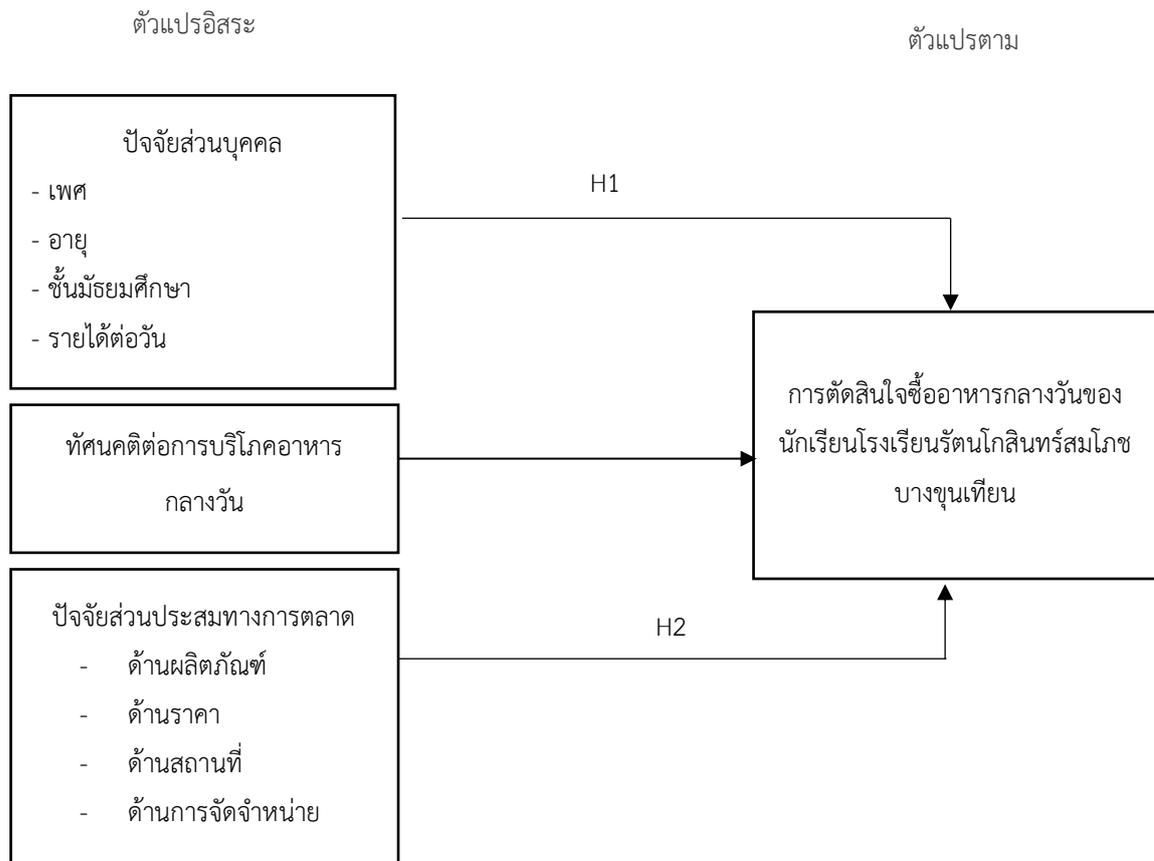
กลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมส่งเสริมหรือปรับเปลี่ยนให้นักเรียนบริโภคอาหารที่เหมาะสม เพื่อสุขภาพที่ดีต่อไป

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติต่อการบริโภคอาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของการจำหน่ายอาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน
3. เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน
4. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน
5. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน

### กรอบแนวคิด

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียนผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นตัวแปรในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ทัศนคติต่อการบริโภคอาหารกลางวัน ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของอาหารกลางวันในโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน และการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน สามารถกำหนดเป็นกรอบแนวคิดได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียนผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดเป็นระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน มีจำนวนทั้งสิ้น 1,522 คนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน จำนวน 306 คน

ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดขนาดตัวอย่าง ทำการกำหนดตัวอย่างด้วยการเปิดตารางสำเร็จรูป Krejcie & Morgan โดยกำหนดความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ 95% หรือกำหนดให้เกิดความคลาดเคลื่อนที่ .05 หรือ  $\pm 5\%$  ทำให้ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 306 คน

ขั้นตอนที่ 2 ทำการกำหนดตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) โดยแบ่งตามระดับชั้นปี การศึกษา ร่วมกับการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ดังตารางคำนวณดังนี้

ตารางที่ 1 ตารางคำนวณโควตาขนาดตัวอย่าง

พื้นที่/กลุ่ม	จำนวนประชากร	วิธีคำนวณ	จำนวนตัวอย่างจากการคำนวณ	ขนาดตัวอย่าง
ชั้นปีที่ 4	505	$\frac{505 \times 306}{1522}$	101.53	102
ชั้นปีที่ 5	499	$\frac{499 \times 306}{1522}$	100.32	100
ชั้นปีที่ 6	518	$\frac{518 \times 306}{1522}$	104.14	104
รวม	1,522		306	306

ขั้นตอนที่ 3 ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน มีอายุระหว่าง 15-18 ปีด้วยวิธีการคัดเลือกตัวอย่างเจาะจง (Purposive sampling) และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยอาศัยความสนใจของผู้ให้ข้อมูล

**2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** ซึ่งการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามและแบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

2.1 ลักษณะเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามที่ประกอบด้วยแบบสอบถามปลายปิดและปลายเปิด โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ มีลักษณะแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ซึ่งเป็นข้อมูลระดับนามบัญญัติ (Nominal Scale) ซึ่งเป็นข้อมูลระดับนามบัญญัติ (Nominal Scale) ได้แก่ เพศ และข้อมูลระดับมาตราอันดับ (Ordinal Scale)

ตอนที่ 2 ทักษะการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวัน มีลักษณะแบบสอบถามแบบมาตราอัตราภาคชั้น (Interval Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale) ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีลักษณะแบบสอบถามแบบมาตราอัตราภาคชั้น (Interval Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale) ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเพิ่มเติม มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิดที่เปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างสามารถแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมได้

2.2 การหาคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย จากการสร้างแบบสอบถามเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถามและหาคุณภาพของแบบสอบถามตามขั้นตอน ดังนี้

1) การหาความตรงเชิงเนื้อหา โดยการประเมินความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย ด้วยการประเมินหาค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) โดยอาศัยผู้ทรงคุณวุฒิในการประเมินความเหมาะสมของข้อคำถาม จำนวน 3 คน เมื่อทำการวิเคราะห์ความสอดคล้องเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา และกำหนดให้ทุกข้อคำถามต้องมีค่า IOC มากกว่า 0.50 ขึ้นไป ผลจากการประเมินความตรงเชิงเนื้อหา พบว่า คำถาม 36 ข้อ มีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยมีค่าคำนวณระหว่าง .67-1 และมีข้อเสนอแนะเพื่อการปรับแก้คำถามเพื่อให้คำถามมีความสมบูรณ์มากขึ้น ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับแก้คำถามตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิก่อนจัดทำเป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปทดลองใช้

2) การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยการนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปทดลองใช้ (Try Out) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง จำนวน 30 คน และเมื่อรวบรวมข้อมูลแล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของชุดแบบสอบถาม โดยกำหนดให้แบบสอบถามทั้งฉบับมีความเชื่อมั่นที่ 0.80 ขึ้นไป ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น พบว่า แบบสอบถามทั้งฉบับมีความเชื่อมั่นที่ 0.80 ซึ่งถือว่ามีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับ .815 สามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายตัวแปรสรุปได้ดังนี้

**3 การเก็บรวบรวมข้อมูล** การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามออนไลน์ โดยมีขั้นตอนดำเนินการ ดังนี้

3.1 จัดเตรียมแบบสอบถามออนไลน์ด้วย Google form

3.2 แจกแบบสอบถามออนไลน์ด้วยวิธีการฝากแบบสอบถามโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่าง 25 กันยายน 2567 – 7 ตุลาคม 2567 โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

3.3 ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ให้ได้ครบตามจำนวนที่กำหนดขนาดตัวอย่างไว้จำนวน 400 ชุด

3.4 ดาวน์โหลดไฟล์ที่นำไปแปลงค่าและทำการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

4.1 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2556)

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
1.00-1.50	น้อยที่สุด
1.51-2.50	น้อย
2.51-3.50	ปานกลาง
3.51-4.50	มาก
4.51-5.00	มากที่สุด

#### 4.2 การทดสอบสมมติฐาน

1) การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล สำหรับตัวแปรที่มีตัวแปรย่อย 2 ตัวแปร ได้แก่ เพศ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบค่าที (t-Test) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และตัวแปรที่มีตัวแปรย่อยมากกว่า 2 ตัวแปร ได้แก่ อายุ และรายได้ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการทดสอบค่าเอฟ (F-test) ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และทำการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยด้วยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญ .05

2) การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน ได้แก่ ทศนคติ และส่วนประสมทางการตลาด ด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) แบบปกติ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

#### ผลการวิจัย

- 1) ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 16-17 ปี และรายได้ต่อวัน 151-200 บาท
- 2) ทศนคติต่อการบริโภคอาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทศนคติต่อการบริโภคอาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน

ทศนคติต่อการบริโภคอาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน	ระดับทศนคติต่อการบริโภคอาหารกลางวัน		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1.นักเรียนคิดว่าต้องเลือกซื้ออาหารที่เป็นกระแสนิยม	3.92	.999	มาก

ทัศนคติต่อการบริโภคอาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียน รัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน	ระดับทัศนคติต่อการบริโภค อาหารกลางวัน		
	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
2.นักเรียนคิดว่าการเลือกซื้ออาหารครบ 5 หมู่ ทำให้ร่างกายแข็งแรง	4.09	.716	มาก
3.นักเรียนคิดว่าการเลือกซื้ออาหารที่แพงบ่งบอกถึงฐานะทางการเงิน	3.90	1.054	มาก
4.นักเรียนคิดว่าการเลือกอาหารปรุงสุกใหม่เท่านั้นจึงจะถูกต้องตามหลักโภชนาการ	4.10	.798	มาก
5.นักเรียนคิดว่าการซื้ออาหารแพงไม่ได้ดีเสมอไป	4.11	.733	มาก
6.นักเรียนคิดว่าการเลือกซื้ออาหารกลางวันควรเป็นอาหารจานด่วนที่ทานสะดวกรวดเร็วเพราะต้องรีบไปเรียนต่อในช่วงบ่าย	4.15	.765	มาก
ภาพรวม	4.04	0.44	มาก

จากตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติต่อการบริโภคอาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.04 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยมีค่าเรียงเฉลี่ยจากมากไปน้อย พบว่า นักเรียนคิดว่าการเลือกซื้ออาหารกลางวันควรเป็นอาหารจานด่วนที่ทานสะดวกรวดเร็วเพราะต้องรีบไปเรียนต่อในช่วงบ่าย มีค่าเฉลี่ย 4.15 รองลงมาคือนักเรียนคิดว่าการซื้ออาหารแพงไม่ได้ดีเสมอไป มีค่าเฉลี่ย 4.11 นักเรียนคิดว่าการเลือกอาหารปรุงสุกใหม่เท่านั้นจึงจะถูกต้องตามหลักโภชนาการ มีค่าเฉลี่ย 4.10 นักเรียนคิดว่าการเลือกซื้ออาหารครบ 5 หมู่ ทำให้ร่างกายแข็งแรง มีค่าเฉลี่ย 4.09 นักเรียนคิดว่าต้องเลือกซื้ออาหารที่เป็นกระแสนิยม มีค่าเฉลี่ย 3.92 และนักเรียนคิดว่าการเลือกซื้ออาหารที่แพงบ่งบอกถึงฐานะทางการเงิน มีค่าเฉลี่ย 3.90

3) ส่วนประสมทางการตลาดของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานส่วนประสมทางการตลาดของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน	ระดับส่วนประสมทางการตลาด		
	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.10	0.35	มาก
1. ร้านอาหารในการเลือกซื้อ มีหลากหลายร้าน	4.03	.831	มาก
2. คุณภาพของอาหารตรงตามมาตรฐาน	4.05	.725	มาก
3. รสชาติของอาหารอร่อยถูกปากนักเรียน	4.07	.810	มาก

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน	ระดับส่วนประสมทางการตลาด		
	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
4. สีของอาหารสดใหม่น่าทาน	4.22	.683	มาก
5. อาหารมีความสะอาดและปลอดภัย	4.12	.723	มาก
6. ร้านอาหารมีความนิยมในหมู่นักเรียน	4.08	.740	มาก
7. การจัดตกแต่งและภาชนะในการใส่สวยงาม	4.11	.797	มาก
8. อาหารเป็นประเภทแบบรับประทานง่าย	4.10	.750	มาก
9. พ่อค้าแม่ค้ามีสุขอนามัยที่ดี	4.11	.740	มาก
<b>ด้านราคา (Price)</b>	<b>4.11</b>	<b>0.42</b>	<b>มาก</b>
1. ราคาของอาหารเหมาะสมกับปริมาณที่ได้	4.07	.815	มาก
2. ร้านอาหารมีป้ายราคาบอกอย่างชัดเจน	4.09	.715	มาก
3.รายการอาหารมีความเหมาะสมกับร้านอาหาร	4.14	.766	มาก
4.ราคาอาหารมีความเหมาะสมกับคุณภาพอาหาร	4.16	.703	มาก
<b>สถานที่ (Place)</b>	<b>4.08</b>	<b>0.44</b>	<b>มาก</b>
1. สถานที่จำหน่ายมีร้านอาหารให้เลือกมากซื้อได้สะดวก	4.04	.806	มาก
2. สถานที่จำหน่ายอาหารมีความสะอาด	4.04	.705	มาก
3. ร้านจำหน่ายอาหารมีความน่าเชื่อถือ	4.21	.722	มาก
4. สภาพแวดล้อมเหมาะแก่การนั่งทานอาหารและมีที่นั่งเพียงพอ	4.04	.786	มาก
<b>การจัดจำหน่าย</b>	<b>4.03</b>	<b>.786</b>	<b>มาก</b>
1. มีป้ายประชาสัมพันธ์เมนูในแต่ละวัน	4.05	.582	มาก
2. มีกิจกรรมพิเศษในเทศกาลต่างๆ	4.08	.594	มาก
3. มีการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การลดแลกแจกแถม	4.05	0.51	มาก
<b>ภาพรวมรวม</b>	<b>3.89</b>	<b>0.31</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.89 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสรุปได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยมีค่าเรียงเฉลี่ยจากมากไปน้อย พบว่า สีของอาหารสดใหม่น่าทาน 4.22 รองลงมาคือ อาหารมีความสะอาดและปลอดภัย 4.12 การจัดตกแต่งและภาชนะในการใส่สวยงาม 4.11 พ่อค้าแม่ค้ามีสุขอนามัยที่ดี 4.11 อาหารเป็นประเภทแบบรับประทานง่าย 4.10 ร้านอาหารมีความนิยมในหมู่นักเรียน 4.08 รสชาติของอาหารอร่อยถูกปาก

นักเรียน 4.07 คุณภาพของอาหารตรงตามมาตรฐาน 4.05 และร้านอาหารในการเลือกซื้อมีหลากหลายร้าน 4.03

ด้านราคา พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก 11 ราคาอาหารมีความเหมาะสมกับคุณภาพอาหาร 4.16 รองลงมาคือรายการอาหารมีความเหมาะสมกับร้านอาหาร 4.14 ร้านอาหารมีป้ายราคาบอกอย่างชัดเจน 4.09 และราคาของอาหารเหมาะสมกับปริมาณที่ได้ 4.07

ด้านสถานที่ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยมีค่าเรียงเฉลี่ยจากมากไปน้อย พบว่า ร้านจำหน่ายอาหารมีความน่าเชื่อถือ 4.21 สถานที่จำหน่ายมีร้านอาหารให้เลือกมากซื้อได้สะดวก 4.04 สถานที่จำหน่ายอาหารมีความสะอาด 4.04 และสภาพแวดล้อมเหมาะแก่การนั่งทานอาหาร และมีที่นั่งเพียงพอ 4.04

ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยมีค่าเรียงเฉลี่ยจากมากไปน้อย พบว่า มีกิจกรรมพิเศษในเทศกาลต่างๆ 4.08 มีการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การลดแลกแจกแถม 4.05 และมีป้ายประชาสัมพันธ์เมนูในแต่ละวัน 4.05

4) การตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน

การตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน	ระดับทัศนคติต่อการบริโภคอาหารกลางวัน		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1.นักเรียนต้องการซื้ออาหารเพราะความคุ้มค่าทางโภชนาการ	3.70	0.87	มาก
2. นักเรียนเลือกซื้ออาหารตามความนิยมของเพื่อนนักเรียน	4.01	0.98	มาก
3. นักเรียนจะเลือกซื้ออาหารที่มีราคาถูกที่สุด	4.10	0.84	มาก
4. นักเรียนเลือกซื้ออาหารเพราะต้องการสุขภาพที่ดี	4.06	0.84	มาก
5. นักเรียนเลือกซื้ออาหารที่นิยมติดกระแสนิยมเพื่อให้ทันสมัย	3.92	0.92	มาก
6. นักเรียนเลือกซื้ออาหารที่ปรุงสุกใหม่แม้ว่าราคาจะแพงกว่า	4.12	0.82	มาก
7. นักเรียนมักจะซื้ออาหารเฉพาะร้านที่มีจำนวนคนรอคิวน้อยเสมอ	4.13	0.85	มาก
8. นักเรียนมักจะซื้ออาหารร้านเดิมเป็นประจำ	4.16	0.76	มาก
9. นักเรียนมักจะซื้ออาหารที่ร้านปรุงสำเร็จรอไว้แล้วเพื่อความรวดเร็ว	4.03	0.88	มาก
10. นักเรียนมักจะซื้ออาหารจากร้านที่ให้ปริมาณเยอะ	4.16	0.78	มาก
<b>ภาพรวม</b>	<b>4.04</b>	<b>0.34</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.04 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย พบว่า นักเรียนมักจะซื้ออาหารร้านเดิมเป็นประจำ มีค่าเฉลี่ย 4.16 และนักเรียนมักจะซื้ออาหารจากร้านที่ให้ปริมาณเยอะ มีค่าเฉลี่ย 4.16 รองลงมาคือ นักเรียนมักจะซื้ออาหารเฉพาะร้านที่มีจำนวนคนรอคิวน้อยเสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.13 นักเรียนเลือกซื้ออาหารที่ปรุงสุกใหม่แม้ว่าราคาจะแพงกว่า มีค่าเฉลี่ย 4.12 นักเรียนจะเลือกซื้ออาหารที่มีราคาถูกที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.10 นักเรียนเลือกซื้ออาหารเพราะต้องการสุขภาพที่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.06 นักเรียนมักจะซื้ออาหารที่ร้านปรุงสำเร็จรอไว้แล้วเพื่อความรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.03 นักเรียนเลือกซื้ออาหารตามความนิยมของเพื่อนนักเรียน มีค่าเฉลี่ย 4.01 นักเรียนเลือกซื้ออาหารที่นิยมติดกระแสมือถือเพื่อให้ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.92 และนักเรียนต้องการซื้ออาหารเพราะความคุ้มค่าทางโภชนาการ มีค่าเฉลี่ย 3.70

#### 5) การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีการตัดสินใจอาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน พบว่า นักเรียนที่มีเพศ อายุ และรายได้ต่อวันต่างกันมีการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ตารางที่ 5 ผลวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
การตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน	ค่าคงที่(Constant)	1.549	.169		9.186	.000
	ทัศนคติต่อการบริโภคอาหารกลางวัน (Attitude)	.410	.034	.536	12.141	.000*
	ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	.188	.051	.197	3.705	.000*
	ด้านราคา (Price)	.043	.040	.053	1.064	.288
	สถานที่ (Place)	-.075	.040	-.098	-1.876	.061
	ช่องทางการจัดจำหน่าย(Promotion)	.047	.031	.071	1.518	.130
R =.659*		R <sup>2</sup> =.434		Adj R <sup>2</sup> =.427		Std.Error =.169
F =60.429		Sig. 000*				

จากตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุสูตรควรเชื่อส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณมีค่า .659 และกำลังสองของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ .169 แสดงตัวแปรพยากรณ์ 2 ตัวร่วมกัน พยากรณ์พฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน มีค่า .434 และผลการวิเคราะห์การแปรปรวนเพื่อทดสอบนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเกณฑ์และตัวแปรพยากรณ์ ทั้ง 2 ตัวมีความสัมพันธ์กันในเชิงเส้นตรงและสามารถสร้างตัวแปรพยากรณ์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน พบว่าปัจจัยการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน ประกอบด้วย 2 ตัวแปร ได้แก่

1) ทักษะคิดต่อการบริโภคอาหารกลางวันส่งผลทางบวกต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียนส่งผลต่อทักษะคิดต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียนเพิ่มขึ้น .410 หน่วย หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 41.00

2) ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ส่งผลทางบวกต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียนส่งผลต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เพิ่มขึ้น .188 หน่วย หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.00

## อภิปรายผลการวิจัย

ทักษะคิดต่อการบริโภคอาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก เนื่องจาก นักเรียนคิดว่าการทานอาหารจานด่วนสะดวกและรวดเร็วมีราคาไม่แพง และนักเรียนคิดว่าอาหารจานด่วนวิธีการปรุงสุกจะถูกต้องตามอาหารโภชนาการ สารอาหารครบ 5 หมู่ เพราะการทานอาหารกลางวันในโรงเรียนไม่ได้บ่งบอกถึงสภาพฐานะทางการเงิน แนวคิดของ (Liu et al., 2020).รู้ ที่นำเสนอไว้ว่า ทักษะคิดต่อการบริโภคอาหารกลางวันของนักเรียนสะท้อนถึงการรับรู้และความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ รวมถึงปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจ ได้แก่ 1) ความสะดวกรวดเร็ว 2) คุณค่าทางโภชนาการ 3) ราคาและคุณภาพ และ 4) ฐานะทางการเงิน

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของการจำหน่ายอาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก เนื่องจากราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้ สีสันอาหารน่าทาน และมีการจัดกิจกรรมพิเศษในเทศกาลต่างๆ แนวคิดของ (Smith, 2018) ที่นำเสนอไว้ว่า

การจำหน่ายอาหารกลางวันมีปัจจัยหลายประการที่เกี่ยวข้องกับส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) ได้แก่ (1) ผลิตภัณฑ์ (Product) คุณภาพของอาหารกลางวันมีการปรับเปลี่ยนตามความต้องการและแนวโน้มสุขภาพ, ราคา (Price) ราคายกที่เหมาะสมกับกลุ่มของเป้าหมายการตั้งราคาที่สามารถแข่งขันได้ในตลาด, ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การเลือกสถานที่ที่มีความสะดวกสำหรับลูกค้าการเลือกสถานที่จัดจำหน่ายเข้าถึงง่าย, และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ใช้กลยุทธ์ การส่งเสริมการตลาดที่มีประสิทธิภาพ และปัจจัยทางการตลาด เช่น ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย มีบทบาทสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคกลุ่มเยาวชน สอดคล้องกับ Kotler, Philip (2009) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าปัจจัยทางการตลาดทั้งสี่ด้าน (4Ps: Product, Price, Place, Promotion) มีความสำคัญต่อการกำหนดทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกบริโภคของผู้บริโภค โดยเฉพาะกลุ่มนักเรียนและเยาวชน ที่มักจะให้ความสำคัญกับความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ง่าย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Smith, John A. (2017) ที่พบว่า ในประเทศสหรัฐอเมริกา มีการส่งเสริมการขายที่เหมาะสม และการจัดการราคาในระดับที่เหมาะสม สามารถกระตุ้นให้เยาวชนตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารได้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยในโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน ที่ชี้ให้เห็นว่าปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารกลางวันของนักเรียนอย่างมีนัยสำคัญ

การตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก เนื่องจาก นักเรียนมักจะซื้ออาหารที่ร้านปรุงสำเร็จเรียบร้อยแล้วเพื่อความรวดเร็ว ถึงแม้จะมีราคาที่แพงกว่าเพื่อสุขภาพที่ดี บางส่วนชอบในการซื้อร้านเดิมเป็นประจำเพราะอาจจะมีราคาที่ถูกลงให้ปริมาณที่เยอะ และจำนวนการรอค่อนข้างน้อย แนวความคิด (Ritchie et al., 2015) ที่นำเสนอไว้ว่า การตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภค โดยสามารถแบ่งออกได้หลายปัจจัย เช่น 1) ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการว่ามีประโยชน์ต่อร่างกายมากน้อยแค่ไหน 2) ความรู้เกี่ยวกับราคา ราคาต้องเข้าถึงได้ง่ายและเหมาะสมกับปริมาณที่ได้ 3) คุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร ต้องคำนึงถึงคุณภาพของอาหารความสดใหม่ 4) อิทธิพลจากเพื่อนและสภาพแวดล้อม ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของนักเรียน โดยเฉพาะในโรงเรียน นอกจากนี้ ปัจจัยหลายประการ เช่น คุณภาพอาหาร ราคา ความสะดวกในการเข้าถึง และการรับรู้เกี่ยวกับสุขภาพ มีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจซื้ออาหารของกลุ่มเยาวชน และมีปัจจัยหลายประการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของเยาวชน เช่น คุณภาพอาหาร ความสะดวกสบาย ราคา และการรับรู้เกี่ยวกับสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องกับ Brug, Johannes, van Stralen, Maartje M., และ Te Velde, Saskia J. (2017) ที่พบว่า การรับรู้เกี่ยวกับคุณค่าทางโภชนาการของอาหารมีผลอย่างมากต่อการเลือกบริโภคอาหารของนักเรียน โดยนักเรียนที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโภชนาการมักจะตัดสินใจเลือกซื้ออาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยในโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน ที่แสดงให้เห็นว่านักเรียนให้ความสำคัญกับคุณภาพและคุณค่าทางโภชนาการของอาหารกลางวันในการตัดสินใจซื้อ และสอดคล้องกับ Holla, Radha, Ippolito, Marian, และ Lautenschlager, Lauren (2020) ในประเทศสหรัฐอเมริกา ระบุว่า ปัจจัยทางด้านราคาและความสะดวกในการเข้าถึงอาหารมีอิทธิพลอย่างมี

นัยสำคัญต่อการเลือกซื้ออาหารของนักเรียน ปัจจัยเหล่านี้สะท้อนถึงความสะดวกสบายที่นักเรียนได้รับจากการซื้ออาหารกลางวันที่โรงเรียน ซึ่งเป็นหนึ่งในเหตุผลสำคัญที่ทำให้การตัดสินใจซื้ออาหารของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียนอยู่ในระดับดีมาก

เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน พบว่า ไม่พบความแตกต่าง เนื่องจาก การจำแนกเพศ อายุ และรายได้ต่อวัน ต่างกัน มีการตัดสินใจบริโภคอาหารของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์บางขุนเทียนไม่แตกต่างกัน แนวความคิดของชนิตา พงศ์ชลธาร (2560) ที่นำเสนอไว้ว่า กลุ่มนักเรียนไทย ปัจจัยด้านเพศและอายุไม่ได้มีอิทธิพลสำคัญต่อพฤติกรรมการเลือกอาหารกลางวัน แต่กลับพบว่าปัจจัยเชิงสังคม เช่น การเข้าร่วมโครงการอาหารกลางวัน และการรับรู้เกี่ยวกับคุณค่าทางโภชนาการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกอาหารของนักเรียนมากกว่า ซึ่งปัจจัยด้านประชากรศาสตร์บางประการอาจไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมการเลือกบริโภคอาหารของเยาวชน สอดคล้องกับการศึกษาของ Story, Mary, Nanney, Marilyn S., และ Schwartz, Marlene B. (2017) ซึ่งชี้ให้เห็นว่า แม้ปัจจัยประชากรศาสตร์ เช่น เพศและอายุ จะมีบทบาทบางส่วนในพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียน แต่ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมและการเข้าถึงอาหารในโรงเรียน เช่น การมีอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ และมาตรการส่งเสริมสุขภาพในโรงเรียน มีอิทธิพลที่สำคัญมากกว่าในการกำหนดการตัดสินใจเลือกอาหารของนักเรียน และสอดคล้องกับการศึกษาของ Viner, Russell M., Davies, Alexandra R., และ Ward, Joanna (2019) ในสหราชอาณาจักรพบว่า แม้ว่าอายุและรายได้จะมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกอาหารในระดับประชากรทั่วไป แต่ในกลุ่มนักเรียนหรือเยาวชนที่อยู่ในสภาพแวดล้อมที่ควบคุม เช่น โรงเรียน ปัจจัยเหล่านี้อาจไม่มีอิทธิพลมากเท่ากับนโยบายและสภาพแวดล้อมในโรงเรียน ที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียน

ทัศนคติต่อการบริโภคอาหารกลางวันส่งผลทางบวกต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียนส่งผลต่อทัศนคติต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียนเพิ่มขึ้น .410 หน่วย หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 41.00 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าทัศนคติที่ดีต่ออาหารและความเข้าใจเกี่ยวกับโภชนาการ มีบทบาทสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียน โดยแนวความคิดของ Kotler & Keller (2016) ที่ได้นำเสนอไว้ว่า ทัศนคติและการรับรู้ในเชิงบวกสามารถมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งชี้ให้เห็นว่าส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค สอดคล้องกับ Verstraeten, Roos, Lachat, Carl, Islami, Farideh, และ Kolsteren, Patrick (2018) ที่ระบุว่า ทัศนคติที่ดีต่อโภชนาการอาหารในโรงเรียนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารที่มีคุณภาพสูงขึ้นในหมู่นักเรียน โดยพบว่านักเรียนที่มีความเข้าใจและทัศนคติที่ดีต่ออาหารกลางวันมักจะเลือกซื้ออาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการและดีต่อสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่แสดงให้เห็นว่าทัศนคติต่อการบริโภคอาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหาร

อย่างมีนัยสำคัญ และสอดคล้องกับ Jones, Nicholas R., Monsivais, Pablo, และ Lesser, Lenore I. (2020) ในสหรัฐอเมริกาพบว่า ทศนครติเชิงบวกเกี่ยวกับอาหารที่มีประโยชน์มีผลกระทบโดยตรงต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพในโรงเรียน ปัจจุบันนี้เป็นแรงผลักดันสำคัญที่ทำให้นักเรียนเลือกซื้ออาหารกลางวันที่เป็นประโยชน์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ส่งผลทางบวกต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน ส่งผลต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เพิ่มขึ้น .188 หน่วย หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.00 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เช่น คุณภาพ รสชาติ และความหลากหลายของอาหาร มีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชน สอดคล้องกับการศึกษาของ Lusk, Jayson L. และ McCluskey, Jill J. (2018) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าคุณภาพของผลิตภัณฑ์อาหาร รวมถึงการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์ทางโภชนาการ มีผลต่อการเลือกซื้ออาหารของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ โดยนักเรียนที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจนและเข้าใจได้ง่าย มักจะตัดสินใจเลือกซื้ออาหารที่มีคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่แสดงให้เห็นว่าส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลทางบวกต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของนักเรียน และสอดคล้องกับการศึกษาของ Sprott, David E., Czellar, Sandor, และ Spangenberg, Eric R. (2017) พบว่าคุณสมบัติและการจัดแสดงผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจมีผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภค โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชนที่มักจะตัดสินใจซื้ออาหารที่มีความน่าสนใจในด้านรสชาติและรูปลักษณ์ การนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของนักเรียนทำให้การตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันมีความชัดเจนและเป็นไปในทิศทางบวก

## สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

### สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน สรุปผลได้ดังนี้

1) ทศนครติต่อการบริโภคอาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นว่าการเลือกซื้ออาหารกลางวันเป็นอาหารจานด่วนที่ทานสะดวก รวดเร็วเพราะต้องรีบไปเรียนต่อในช่วงบ่าย และการซื้ออาหารที่มีราคาที่เหมาะสมไม่ได้ดีเสมอไป

2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยจะแบ่งออกเป็น 4 ด้านย่อย คือ ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าสีสันทของอาหารใหม่น่าทาน และมีความสะอาดปลอดภัย ด้านราคา พบว่าราคาอาหารมีความเหมาะสมกับคุณภาพของอาหารทั้งยังมีป้ายบอกราคาอย่างชัดเจน ด้านสถานที่ร้านอาหารมีความน่าเชื่อถือ สถานที่จำหน่ายอาหารยังมีร้านที่หลากหลายให้เลือกซื้ออาหารและสถานที่นั่งรับประทานอาหารเหมาะแก่การนั่งรับประทาน ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า การมีเทศกาลต่างๆช่วยส่งเสริมในการขายให้น่าสนใจมากยิ่งขึ้น การตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

โดยส่วนมากพบว่านักเรียนมักจะซื้ออาหารที่ร้านเดิมเป็นประจำ และนักเรียนจะเลือกร้านอาหารที่ให้ปริมาณที่เยอะ และจำนวนคนรอคิวที่น้อย

3) การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน พบว่า เพศ อายุ และรายได้ต่อวันต่างกันมีการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียนไม่แตกต่างกัน

4) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน พบว่า ส่งผลทางบวก 2 ปัจจัย ได้แก่ ทัศนคติต่อการบริโภคอาหารกลางวัน และส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน ควรให้ความสำคัญกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการส่งเสริมการขายที่ดึงดูดนักเรียน การให้ความรู้เกี่ยวกับการเลือกอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ เพื่อส่งเสริมคุณภาพที่ดี ร้านอาหารควรเน้นความสะอาดเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักเรียน ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เพื่อปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดในธุรกิจอาหารกลางวันในธุรกิจอาหารกลางวันสำหรับนักเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียนสามารถสรุปและแนวทางในการปรับปรุงการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน ดังนี้ 1.ส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ เพื่อให้เด็กนักเรียนตัดสินใจซื้อได้อย่างเหมาะสมและครบถ้วนตามหลักโภชนาการ 2.พัฒนาคุณภาพอาหารในโรงเรียน ปรับปรุงคุณภาพความสดใหม่ของอาหารในโรงเรียนให้มีมาตรฐานสูงขึ้นโดยที่มีอาหารหลากหลายสีสันทานาน เพื่อดึงดูดความสนใจของนักเรียน 3.จัดตั้งโปรแกรมส่งเสริมการขาย การลดราคาในวันพิเศษการแจกของแถมเพื่อกระตุ้นให้เกิดการเลือกซื้ออาหาร 4.สร้างบรรยากาศการบริโภคที่ดี การจัดสถานที่จำหน่ายอาหารให้สะอาดและมีบรรยากาศน่าเข้าใช้บริการ เพื่อสร้างความสะดวกสบายและความน่าเชื่อถือให้กับนักเรียน 5.เน้นการทำตลาดที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย ที่เหมาะสมกับกลุ่มนักเรียน 6.จัดกิจกรรมที่ส่งเสริมการเลือกอาหารสุขภาพ การแข่งขันทำอาหารเพื่อสุขภาพ หรือนำเสนอเมนูอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ การปรับปรุงและพัฒนาในด้านต่างๆจะช่วยให้เด็กนักเรียนมีพฤติกรรมการบริโภคที่ดีขึ้นและส่งผลดีต่อสุขภาพในระยะยาว

## กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนโรงเรียนรัตนโกสินทร์ สมโภชบางขุนเทียน สามารถดำเนินการจนประสบความสำเร็จลุล่วงไปด้วยดีเนื่องจาก ได้รับการอนุเคราะห์ และสนับสนุนเป็นอย่างดีจาก ผศ.ดร.น้อมจิตต์ สุริบุตร นางสาวประภาพรภรณ์ อีรมงคล ดร.เปรมระพี อูยามาวีรหิรัญ ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา ความรู้ ข้อคิด ข้อเสนอแนะ และปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆจนกระทั่ง การวิจัยครั้งนี้สำเร็จเรียบร้อยด้วยดีผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ และขอขอบคุณเพื่อน ร่วมงานและผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ประโยชน์ในการศึกษาครั้งนี้มีผู้วิจัยหวังว่าจะนำข้อมูลที่ได้ไปส่งเสริมในด้านที่เกิดประโยชน์และปรับปรุงแก้ไขให้ดียิ่งขึ้น

## บรรณานุกรม

- กระทรวงสาธารณสุข, กรมอนามัย, สำนักโภชนาการ. (2562). *คู่มือการส่งเสริมและพัฒนาโภชนาการ สำหรับเด็กและเยาวชน*. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงสาธารณสุข.
- เกียรติพงษ์ เชื้อนรอบเขต. (2556). *พฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียนในระดับมัธยมศึกษา*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัย.
- ชนิตา พงศ์ชลธาร. (2560). *พฤติกรรมการบริโภคอาหารกลางวันของนักเรียนชั้นประถมศึกษาใน กรุงเทพมหานคร*. *วารสารวิจัยและพัฒนา*, 12(1), 85-98.
- นิธิตันติวัฒน์, & ปวีณภัทร. (2560). *Food Consumption Behavior among Thai Adolescents, Impacts, and Solutions*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัย.
- นุดชญา. *Food Consumption Behavior among Thai Adolescents, Impacts, and Solutions*. สืบค้นจาก <https://grad.dpu.ac.th/upload/content/files/year9-2/9-11.pdf>
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 9). สุวีริยาสาส์น.
- ภูเบศร์สมุทรจักร, & มนสิการ กาญจนะจิตรา. (2557). *การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของ นักเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษา*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัย.
- วันทนี เกரியสินยศ, & คณ. (2559). *การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้ออาหารกลางวันของนักเรียนใน โรงเรียนประถมศึกษา*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560). *รายงานสถานการณ์โภชนาการของประชากรไทย*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- Brug, J., van Stralen, M. M., & Te Velde, S. J. (2017). Differences in school environment influence on dietary behaviors among adolescents. *Public Health Nutrition*, 20(1), 1-8. <https://doi.org/10.1017/S1368980016000970>

- Holla, R., Ippolito, M., & Lautenschlager, L. (2020). Factors influencing food choices among high school students in the United States. *Journal of School Health, 90*(9), 660-667. <https://doi.org/10.1111/josh.12909>
- Jones, N. R., Monsivais, P., & Lesser, L. I. (2020). Positive attitudes towards healthy school meals increase the consumption of healthy foods among adolescents. *Public Health Nutrition, 23*(5), 936-945. <https://doi.org/10.1017/S136898001900425X>
- Kotler, P. (2009). *Marketing management*. Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement, 30*(3), 607-610.
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology, 22*(140), 1-55.
- Liu, X., Zhang, Y., Wang, Z., & Chen, L. (2020). Factors influencing students' attitudes toward school lunch: A multi-factor analysis of nutrition, convenience, and socioeconomic status. *Journal of School Health, 90*(4), 301-310. <https://doi.org/10.1111/josh.12820>
- Lusk, J. L., & McCluskey, J. J. (2018). Consumer behavior and the market for food. *Annual Review of Resource Economics, 10*(1), 179-202. <https://doi.org/10.1146/annurev-resource-100517-023232>
- Ritchie, L. D., Welk, G., Styne, D., Gerstein, D. E., & Crawford, P. B. (2015). Family environment and pediatric overweight: What is a parent to do? *Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics, 115*(5), 713-720. <https://doi.org/10.1016/j.jand.2015.01.020>
- Smith, J. A. (2017). Youth consumer behavior: The role of marketing mix. *Journal of Consumer Research, 43*(2), 355-372.
- Smith, J. A. (2018). The role of marketing mix in school lunch programs. *School Nutrition Journal, 15*(3), 215-230. <https://doi.org/10.1234/snj.2018.156>
- Sprott, D. E., Czellar, S., & Spangenberg, E. R. (2017). The importance of a general measure of brand engagement on market behavior: Development and validation of a scale. *Journal of Consumer Research, 44*(1), 125-145. <https://doi.org/10.1093/jcr/ucw104>
- Story, M., Nannery, M. S., & Schwartz, M. B. (2017). Schools and obesity prevention: Creating school environments and policies to promote healthy eating and physical activity.

*The Milbank Quarterly*, 87(1), 71-100. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0009.2009.00548.x>

Verstraeten, R., Lachat, C., Islami, F., & Kolsteren, P. (2018). The impact of school-based nutrition education programs on the dietary behaviors of school-aged children: A review of the evidence. *Nutrition Reviews*, 76(3), 186-195. <https://doi.org/10.1093/nutrit/nux058>

Viner, R. M., Davies, A. R., & Ward, J. (2019). Age and income disparities in adolescent food consumption patterns in the UK: The impact of school environments. *Public Health Nutrition*, 22(6), 1045-1053. <https://doi.org/10.1017/S1368980018002271>