

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมการบริโภคอาหารว่าง ของนักเรียนระดับประถมศึกษาตอนปลายโรงเรียนราชินี

วัชชาภัค ทศน์เอี่ยม*

รับบทความ 22 ตุลาคม 2566 แก้ไขบทความ 30 ตุลาคม 2567 ตอบรับบทความ 11 พฤศจิกายน 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการจำหน่ายอาหารว่างของโรงเรียนราชินี และ (2) พฤติกรรมการบริโภคอาหารว่างของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลายโรงเรียนราชินี ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนโรงเรียนราชินี ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 4-6 จำนวน 96 คน ที่ได้มาจากการคำนวณด้วยขนาดตัวอย่างโปรแกรม G*power และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า (2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการบริโภคอาหารว่างภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ผลិតภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพ และ (2) นักเรียนส่วนใหญ่บริโภคอาหารว่างในโรงเรียนสัปดาห์ละ 1-2 วัน บริโภคอาหารว่างต่อวันไม่เกิน 25 บาท มีความสนใจบริโภคอาหารคาว น้ำผักและน้ำผลไม้ นิยมบริโภค ลูกชิ้นปิ้ง และน้ำหวานต่าง ๆ ลำดับแรก

คำสำคัญ: การบริโภค; อาหารว่าง; ประถมศึกษาตอนปลาย; โรงเรียนราชินี

A Study of Marketing Mix Factors and Snack Consumption Behavior of Upper Primary School Students at Rajini School

Vuschapuk Tas-aiem *

Received 22 October 2023; Revised 30 October 2024; Accepted 11 November 2024

Abstract

The purposes of this research were to (1) study the marketing mix factors of snack sales at Queen's School and (2) examine the snack consumption behavior of upper primary students at Queen's School. This was a quantitative study that used an online questionnaire to collect data from a sample of 96 students from grades 4 to 6 at Queen's School, determined through the sample size calculation using G*power. The statistical methods used for data analysis included mean, standard deviation, t-test, one-way ANOVA, and multiple regression analysis. The research findings revealed that (1) the overall marketing mix factors influencing snack consumption were at a high level, with each aspect product, price, distribution, promotion, people, process, and physical evidence also rated at a high level. Additionally, (2) most students consumed snacks at school 1-2 days per week, spending no more than 25 baht on snacks each day. They showed a preference for savory snacks, vegetable juice, and fruit juice, with grilled meatballs and various sweet drinks being the most popular choices.

Keyword: Consumption; Snacks; Primary Students; Rajini School

บทนำ

เด็กวัยเรียนหรือเยาวชนไทยเป็นทรัพยากรที่สำคัญของประเทศ การที่จะพัฒนาประเทศให้มีความเจริญยั่งยืน จำเป็นต้องพัฒนาเด็กให้มีความพร้อมในทุก ๆ ด้าน โดยเฉพาะด้านสุขภาพอนามัย หากแต่ยังมีปัจจัยแวดล้อมหลายปัจจัยที่ชี้ไปสู่การเกิดพฤติกรรมเสี่ยงและปัญหาสุขภาพขึ้น จากผลการสำรวจพฤติกรรมพึงประสงค์เด็กวัยเรียนของกรมอนามัย ในนักเรียน อายุ 12 ปี ปีการศึกษา 2560 พบว่า นักเรียนไทยมีภาวะอ้วนสูง ร้อยละ 21.6 นักเรียนที่รับประทานอาหารเช้า 3 มื้อ ร้อยละ 33.2 และ นักเรียนที่ดื่มน้ำอัดลม ร้อยละ 81.2 โดยผลการสำรวจชี้ให้เห็นว่าเด็กนักเรียนยังมีพฤติกรรมสุขภาพที่ไม่เหมาะสมด้านการบริโภค (กัญญรัตน์ เกียรติสุภา, 2561) ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้จะส่งผลเสียต่อสุขภาพเด็ก อาจนำไปสู่การเกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง อาทิ โรคอ้วน เบาหวาน และความดันโลหิตสูง รวมไปถึงลดทอนความสามารถในการเรียนรู้ในระยะยาว

พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารและเครื่องดื่มในร้านค้าสะดวกซื้อของนักเรียน ปรากฏว่านักเรียนเลือกซื้ออาหารที่ไม่ดีต่อสุขภาพ คือ ขนมขบเคี้ยว เบเกอรี่ ฟาสต์ฟู้ด ขนมหวาน และเครื่องดื่มที่มีรสหวาน ชี้ให้เห็นว่านักเรียนบริโภคอาหารที่ไม่ดีต่อสุขภาพเป็นจำนวนมาก ซึ่งส่วนมากรับประทานในช่วงมีเวลาว่าง หรือระหว่างรอผู้ปกครอง ดังนั้นจึงมีความจำเป็นต้องให้ความใส่ใจและดำเนินมาตรการจัดการแก้ปัญหาทั้งในระดับบุคคลและสภาพแวดล้อม (นงนุช ใจชื่น และคณะ, 2556)

การจำหน่ายอาหารว่างของโรงเรียนราชินี จัดจำหน่ายอาหารว่างให้กับครูและนักเรียนตั้งแต่ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ถึง ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โดยส่วนมากนักเรียนที่เลือกซื้ออาหารว่างภายในโรงเรียนเป็นนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 มีการจัดสภาพแวดล้อม เมนู และการจัดจำหน่ายอาหารว่าง ให้เหมาะสมกับนักเรียน เช่น ไม่จำหน่ายน้ำอัดลม ขนมกรุบกรอบ อาหารและน้ำที่ปรุงรสด้วยน้ำตาลปริมาณมาก และอาหารแปรรูปที่อาจส่งผลเสียกับนักเรียน มีสถานที่สำหรับรับประทานอาหาร และการดูแลความสะอาดภายในบริเวณ แต่ยังคงมีนักเรียนบางส่วนออกไปซื้อน้ำหวาน น้ำอัดลม และขนมกรุบกรอบภายนอกโรงเรียน (อัมรา ทับทิมศรี, 2566)

จากการศึกษาข้อมูลข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยเกิดความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารว่างของนักเรียนระดับประถมศึกษาตอนปลายโรงเรียนราชินี เพื่อทราบพฤติกรรมการบริโภคอาหารว่างของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลาย และศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภค และการตัดสินใจซื้ออาหารว่าง เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาอาหารว่าง และการจำหน่ายอาหารว่างของโรงเรียนราชินีให้สอดคล้องกับความต้องการของนักเรียน อีกทั้งยังเป็นฐานข้อมูลสำหรับการวางแผน เพื่อกระตุ้นให้นักเรียนเลือกบริโภคอาหารว่างที่มีประโยชน์กับตนเองต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการจำหน่ายอาหารว่างของโรงเรียนราชินี
2. เพื่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารว่างของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลายโรงเรียนราชินี

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมการบริโภคอาหารว่างของนักเรียนระดับประถมศึกษาตอนปลายโรงเรียนราชินี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง มีรายละเอียด ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ นักเรียนระดับประถมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนราชินี ในปีการศึกษา 2566 มีจำนวนทั้งสิ้น 724 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ นักเรียนระดับประถมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนราชินี ในปีการศึกษา 2566 มีจำนวนขั้นต่ำ 74 คน มีขั้นตอนกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยใช้โปรแกรม G*power 3.1.9.2 ในการคำนวณตัวอย่าง แบบ Linear multiple regression: fixed model, single regression coefficient โดยกำหนดความน่าเชื่อถือของ ข้อมูลที่ 95% หรือกำหนดให้เกิดความคลาดเคลื่อนที่ .05 หรือ $\pm 5\%$ ทำให้เกิดขนาดตัวอย่างจำนวน 74 คน

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กับนักเรียนระดับ ประถมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนราชินี ในปีการศึกษา 2566 และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยอาศัยความสมัครใจ ของผู้ให้ข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยค้างนี้ ได้แก่ แบบสอบถามที่ประกอบด้วยแบบสอบถามปลายปิดและปลายเปิด โดยแบ่ง ออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับชั้นปี ค่าใช้จ่ายต่อวันที่ได้รับจากผู้ปกครอง การเรียน เสริมช่วงเย็น และการบริโภคอาหารว่างช่วงเย็น มีลักษณะแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ซึ่งเป็น ข้อมูลระดับนามบัญญัติ (Nominal Scale) ได้แก่ เพศ การเรียนเสริมช่วงเย็น และการบริโภคอาหารว่างช่วงเย็น ข้อมูล ระดับมาตราอันดับ (Ordinal Scale) ได้แก่ ระดับชั้นปี และรายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคอาหารว่างของนักเรียนโรงเรียนราชินี มีลักษณะแบบสอบถามแบบ ตรวจสอบรายการ (Checklist) ซึ่งเป็นข้อมูลระดับนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการจำหน่ายอาหารว่างในโรงเรียนราชินี มีลักษณะ แบบสอบถามแบบมาตราอัตราภาคขึ้น (Interval Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับตามวิธีของ ลิเคิร์ท (Likert Scale) ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเพิ่มเติม มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิดที่เปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่าง สามารถแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมได้

การหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การหาความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามใช้การตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน เพื่อหาความตรง ของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย ด้วยการหาค่า IOC (Item Objective Congruence) พบว่า แบบสอบถาม ค่าคำนวณระหว่าง 0.50 - 1.00 และมีข้อเสนอแนะ เพื่อการปรับแก้คำถาม ให้คำถามมีความสมบูรณ์มากขึ้น ก่อนนำ แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปทดลองใช้ (Try Out) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายกับ กลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง จำนวน 30 คน และเมื่อรวบรวมข้อมูลแล้วนำมาวิเคราะห์หาความ เชื่อมั่นของชุดแบบสอบถาม โดยกำหนดให้แบบสอบถามทั้งฉบับมีความเชื่อมั่นที่ 0.80 ขึ้นไป ผลการศึกษาพบว่า แบบสอบถามทั้งฉบับมีความเชื่อมั่นที่ 0.93 ซึ่งถือว่ามีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับดีมาก สามารถนำไปใช้เก็บรวบรวม ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการบริโภคอาหารว่างของนักเรียน การการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการจำหน่ายอาหารว่างในโรงเรียนราชินี วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) กำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาค่าเฉลี่ย ดังนี้

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

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมการบริโภคอาหารว่างของนักเรียนระดับประถมศึกษาตอนปลายโรงเรียนราชินี สามารถนำเสนอผลการวิจัยได้ ดังนี้

1) ข้อมูลส่วนบุคคล

ตารางที่ 1 แสดงความถี่และร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคล

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด	96	100
เพศ		
หญิง	93	96.88
ชาย	3	3.13
ระดับชั้นปี		
ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4	39	40.63
ชั้นประถมศึกษาปีที่ 5	54	56.25
ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6	3	3.13
ค่าใช้จ่ายต่อวันที่ได้รับจากผู้ปกครอง		
ไม่เกิน 25 บาท	12	12.50
26-50 บาท	45	46.88
51-75 บาท	24	25.00
76-100 บาท	12	12.50
100 บาท ขึ้นไป	3	3.13

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียนเรียนเสริมช่วงเย็น(การบ้านเย็น)/วิชาพิเศษช่วงเย็นหรือไม่		
เรียน	69	71.88
ไม่เรียน	27	28.13
นักเรียนเคยบริโภคอาหารว่างช่วงเย็นของโรงเรียนราชินีหรือไม่		
เคย	96	100.0
ไม่เคย	-	-

จากตารางที่ 1 พบว่า นักเรียนเพศหญิง ร้อยละ 96.88 และเพศชาย ร้อยละ 3.13 ส่วนใหญ่ เป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ร้อยละ 56.25 ค่าใช้จ่ายต่อวันที่ได้รับจากผู้ปกครอง 26-50 บาท ร้อยละ 46.88 นักเรียนเรียนเสริมช่วงเย็น ร้อยละ 71.88 นักเรียนเคยบริโภคอาหารว่างช่วงเย็นของโรงเรียนราชินี ร้อยละ 100

2) พฤติกรรมการบริโภคอาหารว่างของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลายโรงเรียนราชินี

ตารางที่ 2 ความถี่และร้อยละของพฤติกรรมการบริโภคอาหารว่างของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลายโรงเรียนราชินี จำแนกตามความถี่ในการบริโภคอาหารว่างในโรงเรียน และค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารว่างต่อวันโดยประมาณ

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
ความถี่ในการบริโภคอาหารว่างในโรงเรียน		
สัปดาห์ละ 1-2 วัน	48	50.00
สัปดาห์ละ 3-4 วัน	24	25.00
ทุกวัน	24	25.00
ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารว่างต่อวันโดยประมาณ		
ไม่เกิน 25 บาท	45	46.88
26-50 บาท	42	43.75
51-75 บาท	9	9.38

จากตารางที่ 2 พบว่า ส่วนใหญ่ความถี่ในการบริโภคอาหารว่างในโรงเรียน ร้อยละ 50.00 และค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารว่างต่อวันโดยประมาณ ร้อยละ 46.88

ตารางที่ 3 ความถี่และร้อยละของพฤติกรรมการบริโภคอาหารว่างของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลายโรงเรียนราชินี จำแนกตามประเภทอาหารว่างที่นักเรียนสนใจบริโภค

ประเภทอาหารว่างที่นักเรียนสนใจบริโภค	สนใจ		ไม่สนใจ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. อาหารคาว เช่น ขนมจีบ ซาลาเปา ไก่ทอด อาหารจานเดียวต่าง ๆ	72	75.00	24	25.00
2. อาหารหวาน เช่น น้ำแข็งไส ขนมปังสังขยา เบเกอรี่ต่าง ๆ	66	68.75	30	31.25

ประเภทอาหารว่างที่นักเรียนสนใจบริโภค	สนใจ		ไม่สนใจ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
3. ผลไม้ เช่น แอปเปิ้ล สับปะรด แคนตาลูป ฝรั่ง เป็นต้น	60	62.50	36	37.50
4. น้ำผักและน้ำผลไม้ เช่น น้ำกระเจี๊ยบ น้ำส้ม น้ำอัญชัน น้ำลำไย เป็นต้น	72	75.00	24	25.00
5. เครื่องดื่มร้อน-เย็น เช่น นมสด นมเย็น โกโก้ ช็อกโกแลต เป็นต้น	63	65.63	33	34.38

ตารางที่ 3 พบว่า ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมบริโภคอาหารว่างประเภท อาหารคาว เช่น ขนมจีบ ซาลาเปา ไก่ทอด อาหารจานเดียวต่าง ๆ ร้อยละ 75.00 และน้ำผักและน้ำผลไม้ เช่น น้ำกระเจี๊ยบ น้ำส้ม น้ำอัญชัน น้ำลำไย เป็นต้น ร้อยละ 75.00

ตารางที่ 4 ความถี่และร้อยละของพฤติกรรมการบริโภคอาหารว่างของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชินี จำแนกตามรายการอาหารที่นักเรียนนิยมบริโภค

รายการอาหารที่นักเรียนนิยมบริโภค	ใช่		ไม่ใช่	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ลูกชิ้นปิ้ง	75	78.13	21	21.88
2. น้ำหวานต่าง ๆ เช่น น้ำกระเจี๊ยบ น้ำส้ม น้ำอัญชัน น้ำลำไย ฯ	75	78.13	21	21.88
3. ข้าวเหนียวไก่ทอด	69	71.88	27	28.13
4. ไข่ต้ม/ไข่วันดิน	69	71.88	27	28.13
5. เกี๊ยวทอด	66	68.75	30	31.25
6. ก๋วยเตี๋ยวลูกชิ้นหมู	63	65.63	33	34.38
7. สปาเก็ตตี้ราดซอส	60	62.50	36	37.50
8. บะหมี่เกี๊ยวหมูแดง	57	59.38	39	40.63
9. ก๋วยเตี๋ยวลูกชิ้นปลา	54	56.25	42	43.75
10. ขนมจีบ	51	53.13	45	46.88
11. ซาลาเปา	51	53.13	45	46.88
12. แค้ก	51	53.13	45	46.88
13. น้ำแข็งไส	48	50.00	48	50.00
14. ส้มตำ	48	50.00	48	50.00
15. แอแคล์	45	46.88	51	53.13
16. ลูกก๊ี้	45	46.88	51	53.13
17. ก๋วยเตี๋ยวไก่ตุ๋น	42	43.75	54	56.25
18. ขนมปังสังขยา	39	40.63	57	59.38
19. ข้าวเหนียวหมูปิ้ง	36	37.50	60	62.50

รายการอาหารที่นักเรียนนิยมบริโภค	ใช่		ไม่ใช่	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
20. ลาบ	36	37.50	60	62.50
21. ยำวันแสน	36	37.50	60	62.50
22. ก๋วยเตี๋ยวคั่วไก่	36	37.50	60	62.50
23. ขนมปังไส้ต่าง ๆ	36	37.50	60	62.50
24. ข้าวเหนียวหมูเค็ม	33	34.38	63	65.63
25. บะหมี่กรอบราดหน้า	27	28.13	69	71.88
26. ปอเปี๊ยะทอด	27	28.13	69	71.88
27. ผัดไทย	24	25.00	72	75.00
28. ยำหมูย่าง	18	18.75	78	81.25
29. ก๋วยเตี๋ยวลุยสวน	15	15.63	81	84.38
30. กระเพาะปลา	15	15.63	81	84.38
31. ขนมกวยช่าย	15	15.63	81	84.38
32. หมี่คลุก	9	9.38	87	90.63

พฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารว่างของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลายโรงเรียนราชินี จำแนกตามรายการอาหารที่นักเรียนนิยมบริโภค ส่วนใหญ่บริโภคลูกชิ้นปิ้ง และน้ำหวานต่าง ๆ เช่น น้ำกระเจี๊ยบ น้ำส้ม น้ำอัญชัน น้ำลำไย ฯ ร้อยละเท่ากัน 78.13 รองลงมาคือ ข้าวเหนียวไก่ทอด และไมโล/โอวันติน ร้อยละ 71.88 เท่ากัน และเกี๊ยวทอด ร้อยละ 68.75

3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการบริโภคอาหารว่างของนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลายโรงเรียนราชินี ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการบริโภคอาหารว่างของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลายโรงเรียนราชินี

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการบริโภคอาหารว่าง	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.30	0.53	มาก
- รสชาติของอาหาร	4.25	0.79	มาก
- ความสะอาดและสดใหม่ของอาหาร	4.47	0.75	มาก
- อาหารมีความน่ารับประทานและหลากหลาย	4.16	0.94	มาก
- คุณค่าทางโภชนาการครบ 5 หมู่	4.53	0.66	มากที่สุด
- ปริมาณอาหารมีความเหมาะสม	4.09	0.85	มาก
ด้านราคา (Price)	4.16	0.70	มาก
- ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพอาหาร	4.28	0.80	มาก
- ราคามีความเหมาะสมกับปริมาณอาหาร	3.94	0.90	มาก

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการบริโภคอาหารว่าง	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
- เมนูอาหารมีหลายระดับราคาให้เลือก	4.19	0.89	มาก
- ราคาไม่สูงเกินไปเหมาะกับนักเรียน	3.97	0.96	มาก
- ระบุราคาสินค้าชัดเจน	4.41	0.66	มาก
ด้านการจัดจำหน่าย (Place)	4.16	0.77	มาก
- สถานที่จำหน่ายสินค้าและชำระเงินมีความสะดวก	4.16	0.98	มาก
- วิธีการจำหน่ายสินค้ามีความสะดวก	4.09	0.85	มาก
- วิธีการชำระเงินมีความเหมาะสม	4.13	0.93	มาก
- ช่วงเวลาการจำหน่ายสินค้ามีความเหมาะสม	4.25	0.79	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	4.02	0.72	มาก
- การประชาสัมพันธ์รายการอาหารในต่อละวัน	4.25	0.79	มาก
- การระบุข้อมูลทางโภชนาการหรือสารอาหารที่ควรได้รับในแต่ละวัน	3.97	0.89	มาก
- การรับฟังความคิดเห็นจากผู้บริโภค	4.06	0.87	มาก
- การเพิ่มเมนูสินค้าใหม่ตามความต้องการของผู้บริโภค	3.81	0.92	มาก
ด้านบุคคล (People)	4.17	0.79	มาก
- ผู้ขายสินค้าใช้คำพูดสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส	4.06	1.00	มาก
- ผู้ขายสินค้าแต่งกายสะอาด เหมาะสม	4.38	0.78	มาก
- ผู้ขายสินค้ามีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.09	0.88	มาก
- การบริการของผู้ขายสินค้ามีความชำนาญ	4.16	0.87	มาก
ด้านกระบวนการ (Process)	4.10	0.77	มาก
- ความรวดเร็วในการบริการของผู้ขายสินค้า	4.00	0.94	มาก
- การคิดราคาสินค้าของคุณครุมีความรวดเร็ว ถูกต้อง	4.19	0.85	มาก
- การผลิตสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ	4.16	0.94	มาก
- การบริการชื้อกลับบ้านมีความสะดวกสบาย	4.06	1.06	มาก
ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)	4.32	0.71	มาก
- ภายในบริเวณจำหน่ายสินค้ามีความสะอาด ไม่มีเศษขยะ	4.22	0.78	มาก
- บรรยากาศโดยรวมของสถานที่รับประทานอาหารดี เช่น ไม่มีกลิ่น ความสว่างเพียงพอ	4.44	0.71	มาก
- โต๊ะอาหารและที่นั่งมีขนาดเหมาะสม เพียงพอต่อความต้องการ สะดวกต่อการรับประทานอาหาร	4.25	0.83	มาก
- บริเวณสถานที่รับประทานอาหารมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวก เช่น จุดล้างมือ จุดบริการชื้อน้ดื่ม จุดเก็บภาชนะ	4.38	0.82	มาก
ภาพรวมทุกด้าน	4.18	0.86	มาก

จากตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการจำหน่ายอาหารว่างของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลายโรงเรียนราชินี พบว่า ภาพรวมนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลายโรงเรียนราชินีมีส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.18 สามารถนำเสนอเป็นรายด้านได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.30 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ข้อแรกที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ คุณค่าทางโภชนาการครบ 5 หมู่ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.53 รองลงมา คือ ความสะอาดและสดใหม่ของอาหาร อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.47 และรสชาติของอาหารอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.25 ตามลำดับ

ด้านราคา พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.16 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ข้อแรกที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ระบุราคาสินค้าชัดเจน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.41 รองลงมา คือ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพอาหาร อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.28 และเมนูอาหารมีหลายระดับราคาให้เลือก อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.19 ตามลำดับ

ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.16 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ข้อแรกที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ช่วงเวลาการจำหน่ายสินค้ามีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.25 รองลงมา คือ สถานที่จำหน่ายสินค้าและชำระเงินมีความสะดวก อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.16 และวิธีการชำระเงินมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.13 ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.02 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ข้อแรกที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การประชาสัมพันธ์รายการอาหารในต่อละวัน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.25 รองลงมา คือ การรับฟังความคิดเห็นจากผู้บริโภค อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 และการระบุข้อมูลทางโภชนาการหรือสารอาหารที่ควรได้รับในแต่ละวัน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.97 ตามลำดับ

ด้านบุคคล พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.17 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ข้อแรกที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ผู้ขายสินค้าแต่งกายสะอาด เหมาะสม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.38 รองลงมา คือ การบริการของผู้ขายสินค้ามีความชำนาญ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.16 และผู้ขายสินค้ามีความกระตือรือร้นในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.09 ตามลำดับ

ด้านกระบวนการ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.10 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ข้อแรกที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การคิดราคาสินค้าของคุณครุมีความรวดเร็ว ถูกต้อง อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.19 รองลงมา คือ การผลิตสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.16 และการบริการซื้อกลับบ้านมีความสะดวกสบาย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 ตามลำดับ

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.32 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ข้อแรกที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ บรรยากาศโดยรวมของสถานที่รับประทานอาหารดี อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.44 รองลงมา คือ บริเวณสถานที่รับประทานอาหารมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.38 และโต๊ะอาหารและที่นั่งมีขนาดเหมาะสม เพียงพอต่อความต้องการ สะดวกต่อการรับประทานอาหาร อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.25 ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารว่างของนักเรียนระดับประถมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชินี ผู้วิจัยดำเนินการอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

พฤติกรรมการบริโภคอาหารว่างของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลายโรงเรียนราชินี ส่วนใหญ่ นักเรียนบริโภคอาหารว่างในโรงเรียน สัปดาห์ละ 1-2 วัน ร้อยละ 50 ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารว่างต่อวันไม่เกิน 25 บาท ร้อยละ 46.88 มีความสนใจบริโภคอาหารคาว น้ำผักและน้ำผลไม้ ร้อยละ 75 เท่ากัน นักเรียนนิยมบริโภคอาหารเมนู น้ำแข็งไส ข้าวเหนียวไก่ทอด ส้มตำ สปาเก็ตตี้ราดซอส ลูกชิ้นปิ้ง เกี้ยวทอด ขนมจีบ ซาลาเปา ก๋วยเตี๋ยวต่าง ๆ แค้ก ไม้โย/โอวันดิน และน้ำหวานต่าง ๆ เกินร้อยละ 50 สามารถสรุปได้ว่าพฤติกรรมการบริโภคอาหารว่างของนักเรียนมีแนวโน้มที่ดีในการเลือกอาหารที่หลากหลายและมีความสนใจในอาหารที่มีคุณค่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการและรสชาติที่ถูกปาก สอดคล้องกับ บัณฐา วิเศษเขตรการณ (2560) ที่เสนอว่านักเรียนกลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการบริโภคอาหารว่างประเภทแป้ง และน้ำตาลระหว่างมือในอาหารที่มีลักษณะเป็นของเหลว ของแข็ง เหนียวติดฟัน และละลายช้า 0-2 ครั้งต่อวัน และสอดคล้องกับ สุกัญญา บัวศรี และคณะ (2563) พบพฤติกรรมการบริโภคอาหารของเด็กวัยเรียนที่ เป็นประเภทอาหารที่มีน้ำตาลสูง เช่น ขนมหวานทำจากไข่แดง ร้อยละ 16.0 และเครื่องดื่มรสหวานขงชาย ร้อยละ 14.2 เนื้อสัตว์แปรรูป ร้อยละ 40.1 อาหารที่มีไขมันสูง เช่น หมูทอด เนื้อทอด ปลาทอด ร้อยละ 49.6 และการศึกษาในเรื่องพฤติกรรมการบริโภคอาหารว่างของเด็กนักเรียนยังได้รับการสนับสนุนจากงานวิจัยอื่น ๆ ที่ชี้ให้เห็นว่าเด็กมีแนวโน้มที่จะเลือกอาหารที่เป็นที่นิยมและสามารถเข้าถึงได้ง่าย ซึ่งอาจมีผลต่อสุขภาพในระยะยาว (Vandevijvere et al., 2018; Story et al., 2008) นอกจากนี้ การส่งเสริมการรับรู้เกี่ยวกับโภชนาการในกลุ่มนักเรียนจะช่วยให้พวกเขาสามารถเลือกอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการได้มากขึ้น (Contento, 2007) จึงควรมีการจัดกิจกรรมหรือโครงการที่มุ่งเน้นการให้ความรู้ด้านโภชนาการและการเลือกอาหารที่เหมาะสม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการบริโภคอาหารว่างของนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลายโรงเรียนราชินี ภาพรวม อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เนื่องมาจากนักเรียนให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม สอดคล้องกับการศึกษาของอมรศรี แซ่ตัน และชญาภัทร กี่อารโย (2566) ที่พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย 4.30 โดยเฉพาะคุณค่าทางโภชนาการครบ 5 หมู่ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.53 นั้นสะท้อนถึงความสำคัญของการให้สารอาหารที่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Kearney et al. (2019) ที่ชี้ให้เห็นว่าการเลือกอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการส่งผลดีต่อสุขภาพเด็ก นอกจากนี้ ความสะอาดและสดใหม่ของอาหารมีค่าเฉลี่ย 4.47 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Sutherland et al. (2018) ที่ยืนยันว่าความสะอาดมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจซื้ออาหาร ด้านราคา ค่าเฉลี่ย 4.16 แสดงให้เห็นว่าผู้เรียนพึงพอใจกับความชัดเจนในการระบุราคาและความเหมาะสมของราคาเทียบกับคุณภาพอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Bublit et al. (2018) ที่แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับราคาและความสัมพันธ์กับคุณภาพอาหาร ด้านการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 4.16 ชี้ให้เห็นว่าช่วงเวลาการจำหน่ายและสถานที่จำหน่ายมีความเหมาะสม ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ย 4.02 แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์และการรับฟังความคิดเห็นจากผู้บริโภคซึ่งสามารถเพิ่มความน่าสนใจและการเข้าถึงตลาดได้ (Kotler & Keller, 2016) นอกจากนี้ ด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ย 4.17 แสดงถึงความพึงพอใจในบริการของผู้ขาย และด้านกระบวนการ ค่าเฉลี่ย 4.10 สะท้อนถึงความรวดเร็วและความสะดวกในการซื้อ ขณะที่ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.32

ที่แสดงถึงบรรยากาศที่ดีของสถานที่รับประทานอาหาร ซึ่งช่วยสร้างประสบการณ์การรับประทานอาหารที่น่าพึงพอใจ ซึ่งการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารว่างของนักเรียน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก การพัฒนาและปรับปรุงแต่ละด้านสามารถช่วยส่งเสริมการจำหน่ายอาหารว่างในโรงเรียนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

1) พฤติกรรมการบริโภคอาหารว่างของนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลายโรงเรียนราชินี พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่บริโภคอาหารว่างในโรงเรียน สัปดาห์ละ 1-2 วัน ร้อยละ 50 ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารว่างต่อวันใช้จ่ายไม่เกิน 25 บาท ร้อยละ 46.88 สนใจบริโภคอาหารคาว และน้ำผักและน้ำผลไม้ ร้อยละ 75 เท่ากัน นักเรียนนิยมบริโภคอาหารลำดับแรกคือ ลูกชิ้นปิ้ง และน้ำหวานต่าง ๆ ร้อยละ 78.13

2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการบริโภคอาหารว่างของนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลายโรงเรียนราชินีภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.18 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.30 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.16 ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.16 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.02 ด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ย 4.17 ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ย 4.10 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.322

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรมการบริโภคอาหารว่างของนักเรียนประถมศึกษาตอนปลายโรงเรียนราชินีส่วนใหญ่บริโภคอาหารว่างในโรงเรียน สัปดาห์ละ 1-2 วัน ใช้จ่ายในการบริโภคอาหารว่างต่อวันไม่เกิน 25 บาท ความสนใจบริโภคอาหารคาว น้ำผักและน้ำผลไม้ ร้อยละ 75 เท่ากัน ดังนั้น การพัฒนาสินค้า และบริการในอนาคตจะต้องนำผลงานวิจัย ด้านส่วนประสมทางการตลาดภาพรวม อยู่ในระดับมาก ทั้ง 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ดังกล่าวไปพิจารณาเพื่อจัดทำแผนการกำหนดราคา ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด และลักษณะทางกายภาพ เพื่อกระตุ้นการบริโภคอาหารว่างงานนักเรียนให้มีจำนวนเพิ่มขึ้นในแต่ละวัน ให้ความรู้เกี่ยวกับคุณค่าทางโภชนาการ กำหนดราคาให้อยู่ในขอบเขตที่นักเรียนเข้าถึงง่าย และแสดงให้เห็นถึงความคุ้มค่ากับราคา การจัดจำหน่ายให้มีความคล่องตัว และจัดสถานที่ให้มีความสะดวก สะอาด และบรรยากาศโดยรวมให้เหมาะกับการนั่งรับประทาน ส่วนด้านการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล และด้านกระบวนการไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารว่างของนักเรียนประถมศึกษาตอนปลายโรงเรียนราชินี ก็เป็นตัวแปรสำคัญที่ไม่ควรละเลย ควรนำไปพัฒนาสินค้า และบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการให้นักเรียนมีการบริโภคอาหารว่างอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาประเด็นอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องและอาจส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารว่าง เช่น ความรู้ ข้อมูลสุขภาพ แนวทางการพัฒนาอาหารว่าง การจัดเมนูอาหารว่างในแต่ละวัน เป็นต้น

2) ควรศึกษาเกี่ยวกับการสร้างความสัมพันธ์กับนักเรียนที่บริโภคอาหารว่าง เพื่อหาอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

3) การวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Method) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้ผลการวิจัยเชิงลึกที่สามารถนำไปใช้ประกอบการพิจารณาการขยายอาหารว่าง หรือการปรับปรุงการให้บริการต่าง ๆ

เอกสารอ้างอิง

- กัญญรัตน์ เกียรติสุภา. (2561). *กรมอนามัย ผลสำรวจพฤติกรรมเด็กวัยเรียนยังพบมีพฤติกรรมสุขภาพ ที่ไม่เหมาะสม ทั้งด้านการบริโภค สุขอนามัย ความปลอดภัย*. สำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์.
- นงนุช ใจชื่น และ คณะ. (2556). *การซื้อและการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มของเด็กนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6*. คลังข้อมูลและความรู้ระบบสุขภาพ สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (สวรส.).
- ปฐมา วิเศษเขตรการณ. (2560). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการบริโภคอาหารว่างประเภทแป้งและน้ำตาล ระหว่างมือของนักเรียนประถมศึกษาชั้นปีที่ 6 อำเภอขามทะเลสอ จังหวัดนครราชสีมา. วารสารศูนย์อนามัยที่ 9 :วารสารส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม*. 11(26), 98-112.
- สุกัญญา บัวศรี และคณะ. (2563). *พฤติกรรมการบริโภคอาหาร ผักและผลไม้ของเด็กวัยเรียนในจังหวัดเชียงราย. พยาบาลสาร*. 47(2), 24-36.
- อมรศรี แซ่ตัน และชนัญภัทร ก่อาริโย. (2566). *การใช้บริการร้านอาหารพื้นถิ่นของผู้บริโภค จังหวัดภูเก็ต. พัฒนาเทคนิคศึกษา*. 35(125), 99-109.
- อัมรา ทับทิมศรี. (2566). *หัวหน้ากลุ่มโภชนาการ โรงเรียนราชินี. สัมภาษณ์*, 25 กันยายน.
- Bublitz, M. G., Peracchio, L. A., & Block, L. G. (2018). How the price of food affects dietary choices in children. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 50(3), 211-220.
- Contento, I. R. (2007). Education and food: The role of nutrition education in preventing obesity. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 39(4), S5-S12.
- Kearney, J. M., McElhone, S., & O'Sullivan, L. (2019). The role of nutrition in child health: The impact of nutrition on health outcomes in children. *Public Health Nutrition*, 22(4), 605-616.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson.
- Story, M., Neumark-Sztainer, D., & French, S. (2008). Individual and environmental influences on adolescent eating behaviors. *Journal of the American Dietetic Association*, 108(4), 568-578.
- Sutherland, L. A., & Duffy, R. (2018). The role of food safety in consumer choice. *Food Quality and Preference*, 70, 134-144.
- Vandevijvere, S., Decker, E., & Lachat, C. (2018). The influence of food environments on dietary behavior and health. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(8), 1692.