

**กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน  
ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล  
A Decision to Purchase Clean Food People Lived  
In Bangkok and the Perimeter**

บุษกร พิระรัตน์มงคล  
สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง  
ผู้รับผิดชอบบทความ

Butsakorn Peerarattanamongkol  
Email: ae.i.ying@gmail.com  
Master of Business Administration, Accounting  
Faculty of Business Administration Program in Accounting, Ramkhamhaeng University  
Corresponding author

**บทคัดย่อ**

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 2) เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำแนกตามลักษณะประชากร 3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ t-test แบบสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีลักษณะประชากร ประกอบด้วย ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านสถานภาพ ด้านระดับการศึกษา และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ไม่ต่างกัน และประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีลักษณะประชากร ด้านอาชีพ ต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ต่างกัน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านส่งเสริมการตลาด มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็น มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

**คำสำคัญ:** กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อ , อาหารคลีน

### **Abstract**

The objectives of this study were 1) to study a decision to purchase clean food people lived in Bangkok and the perimeter. 2) to study a decision to purchase clean food people lived in Bangkok and the perimeter separated by population. 3) to study market mix factor and lifestyle factor influencing a decision to purchase clean food people lived in Bangkok and the perimeter.

The sample group was 400 people lived in Bangkok and the perimeter. To purchase clean food. The questionnaire was used to be a tool for collecting the data. The data collected were analyzed by using the frequency, percentage, mean and standard deviation. The hypotheses were tested by Independent Sample (t-test), One-Way ANOVA (F-test), in case of its had statistical significant different testing a pair of variables by LSD was used to test hypothesis for each pair in order to see which pair are different and Multiple Regression.

The results of hypothesis testing showed that people lived in Bangkok and the perimeter with population factors include gender, age, status, level of education, and income per month were different, making the decision to purchase clean food people lived in Bangkok and the perimeter was no different. With population factors include occupation making the decision to purchase clean food people lived in Bangkok and the perimeter was no different. Moreover 4P's of marketing mix included product price and promotion evidence affect to the decision to purchase clean food people lived in Bangkok and the perimeter. 4P's of marketing mix included place evidence no affect to the decision to purchase clean food people lived in Bangkok and the perimeter. As for the lifestyle factor, activity, interest and opinion, evidence affect to the decision to purchase clean food people lived in Bangkok and the perimeter.

**Keywords :** A Decision to purchase ; Clean Food

### **บทนำ**

ในปัจจุบันประชาชนให้ความสำคัญกับอาหารที่มีประโยชน์ การกินอาหารที่ถูกต้องคือพื้นฐานสำคัญของการมีสุขภาพที่ดี หากรู้จักเลือกกินสิ่งที่มีประโยชน์อาหารเหล่านั้นก็จะเป็นยาชั้นยอด ซึ่งในอาหารจะมีสารอาหารหลายประเภทเป็นประโยชน์ต่อร่างกาย การรับสารอาหารเข้าสู่ร่างกายและคงให้อยู่ในสภาพสมดุล จึงเป็นหนทางที่ดีที่สุดในการที่จะทำให้ร่างกายแข็งแรง เมื่อเรายอมรับว่าอาหารมีอิทธิพลต่อสุขภาพ เราจึงควรเรียนรู้วิถีกินอาหารที่เหมาะสม (แพทย์และโภชนากรของไต้หวัน, 2561) อาหารเพื่อสุขภาพชนิดหนึ่งที่เป็นที่นิยมมาก ในปัจจุบันเรียกว่า “อาหารคลีน” ซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกับอาหารชีวจิต กล่าวคือมีกรรมวิธีการปรุงอาหารและการเลือกวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารไม่แตกต่างกันมากนัก การรับประทาน

อาหารคลีนเป็นการทานอาหารทุกหมู่ในสัดส่วนที่เหมาะสมต่อร่างกาย คือต้องมีทั้งคาร์โบไฮเดรต และโปรตีน ในปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการของร่างกายเนื้อสัตว์ ควรเลือกแบบที่ไม่ใช่สำเร็จรูปหรือผ่านการปรุงรสมาแล้ว อาหารคลีนเป็นอาหารที่ผ่านขั้นตอนการปรุงแต่งมาน้อยที่สุด หรือไม่ผ่านการปรุงแต่งเลย เน้นธรรมชาติของอาหารนั้นเป็นหลัก (Kapok, ม.ป.ป. อ้างถึงใน ณัฏยาน์ นิลพันธ์, 2560)

ดังนั้นผู้ทำวิจัย จึงมุ่งศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งจะศึกษาเกี่ยวกับความแตกต่างลักษณะประชากร ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด มีความแตกต่างกันที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และศึกษาปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็น มีความแตกต่างกันที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

#### วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามลักษณะประชากร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

#### ขอบเขตงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยจะทำการกำหนดขอบเขตการศึกษาดังนี้

1. ประชากรของงานวิจัย ได้แก่ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่เคยเลือกซื้ออาหารคลีน ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ผู้วิจัย จึงใช้การกำหนดขนาดตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน ที่ยอมรับได้คือ 5% โดยใช้สูตรการคำนวณหาขนาดตัวอย่างของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เท่ากับ 400 ตัวอย่าง
2. การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยจะศึกษาถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อ 5 ด้าน ซึ่งได้แก่ ด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการแสวงหาความรู้ ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ศึกษาลักษณะประชากร ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทาง ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริม การตลาด รวมถึงการศึกษา ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็น มีความแตกต่างกันที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล
2. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีน
3. เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้ที่กำลังวางแผนทำธุรกิจอาหารคลีนสามารถนำข้อมูลไปศึกษาเพื่อวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์หรือกลุ่มเป้าหมายได้

### ทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบทความทางวิชาการต่างๆ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่ทำการวิจัยจากหลากหลายแหล่งที่มา ทั้งที่เป็นเอกสารหนังสือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย ซึ่งสามารถจำแนกเป็นหัวข้อได้ดังต่อไปนี้

#### 1. แนวคิดทฤษฎีด้านลักษณะประชากร

ภทธีรา ประพุดิธรรม (2559 อ้างถึงใน อภัสรา โสวะภาพ : 2560) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เป็นปัจจัยที่มีนิยมนำมาใช้ศึกษากันมากที่สุด ในการแบ่งส่วนการตลาดตามกลุ่มผู้บริโภค แล้วอาศัยตัวแปรศึกษา ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ศาสนา ขนาดครอบครัว หรือวงจรชีวิตครอบครัวนั้นนำมาวางแผนกำหนดกลยุทธ์สร้างความต้องการหรือจูงใจให้ผู้บริโภคอยากใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่บริษัทนำเสนอเพื่อให้เข้าถึงและตรงกับกลุ่มเป้าหมายโดยตรงมากที่สุด ซึ่งจะทำการตลาดนั้นสามารถประเมินขนาดของตลาดเป้าหมายได้ตามสัดส่วนที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

#### 2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

Kotler (2000, p. 14 อ้างถึงใน สุนิชา ทิพย์ไกรสร, 2559) องค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด

#### 3. แนวคิดและทฤษฎีด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543, หน้า 285 อ้างถึงใน ญัฐภัทร วัฒนถาวร, 2558) รูปแบบการดำเนินชีวิตประเมินโดยใช้ลักษณะจิตวิทยาทางสังคม (Psychographics) ด้วยการประเมินและวิเคราะห์กิจกรรม (Activities: A) ความสนใจ (Interests: I) และความคิดเห็น (Opinions: O) หรือ “AIO” โดยเฉพาะและการวิเคราะห์ว่าผู้บริโภคใช้เวลาและทรัพยากรต่างๆได้อย่างไรในแต่ละวัน สิ่งใดที่พวกเขาสนใจในสิ่งแวดล้อม และนึกถึงสิ่งที่อยู่รอบตัวได้อย่างไร

#### 4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

นิเวศน์ ธรรมมะ และคณะ (2560 การจัดการการตลาด หน้า 43) กล่าวว่า ภายใต้พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค บางครั้งผู้บริโภคอาจคิดไม่ตรงกับการกระทำเสมอไป ดังนั้น การวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคจึงเริ่มขึ้น ขั้นตอนและผู้ซื้อได้ทำการเลือกผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ต้องการซื้อ คือ

กระบวนการตัดสินใจ ของผู้บริโภค (Purchase Decision Process) ซึ่งมี 5 ขั้นตอน คือ 1.การตระหนักถึงปัญหา 2.การแสวงหาความรู้ 3.การพิจารณาทางเลือก 4.การตัดสินใจซื้อ 5.พฤติกรรมหลังการซื้อ

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พัชรินทร์ สุขเกษม (2560) ศึกษากระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนของประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร ผลการวิจัยพบว่า

1. กระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนด้านการตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ ของประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีความคิดเห็นว่าประชาชนในจังหวัดสมุทรสาครมีความตระหนักถึงปัญหาสุขภาพ และต้องการดูแลสุขภาพของตนเองให้แข็งแรงท่ามกลางภาวะโรคอ้วน
2. กระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนด้านการเสาะแสวงหาข้อมูล ของประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งได้ให้ความคิดเห็นว่าประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร ส่วนใหญ่ ค้นหาข้อมูลอาหารคลีนจากสื่อต่างๆ เพื่อช่วยในการตัดสินใจ
3. กระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนด้านการประเมินทางเลือกของประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าประชาชนในจังหวัดสมุทรสาครส่วนใหญ่ จะคำนึงถึงคุณภาพสินค้า ตราสินค้า และรูปแบบสินค้าก่อนการตัดสินใจซื้อ
4. กระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนด้านการตัดสินใจซื้อ ของประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าประชาชนในจังหวัดสมุทรสาครส่วนใหญ่จะตัดสินใจ เลือกรับประทานอาหารคลีนเพราะช่วยเรื่องสุขภาพและควบคุมน้ำหนัก
5. กระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ของประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งได้ให้ความเห็นว่าประชาชนในจังหวัดสมุทรสาครส่วนใหญ่พึงพอใจอาหารคลีนที่มีรสชาติอร่อย และสะอาดถูกหลักอนามัย

### วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดกระทำหรือควบคุมตัวแปรใดๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบวิจัยตัดขวาง (Cross Sectional Studies) คือ เป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง เพียงครั้งเดียวโดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติ

ประชากรของการศึกษานี้ ได้แก่ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้การกำหนดขนาดตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้คือ 5% โดยใช้สูตรการคำนวณหาขนาดตัวอย่างของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เท่ากับ 400 ตัวอย่าง และใช้การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบสุ่มสะดวก (Convenience Sampling)

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือหลักที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า ทบทวนแนวคิดทฤษฎี และผลการวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างเป็นกรอบ

แนวคิด ที่เป็นแนวทางในการพัฒนาแบบสอบถาม เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีวิจัยเชิงสำรวจเป็น ลักษณะแบบคำถามปลายปิด โดยผู้วิจัยมีคำตอบให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกตอบ โดยแบ่งแบบสอบถาม เป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องตอบคำถาม 6 ข้อ คือ ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านสถานภาพ ด้านการศึกษา ด้านอาชีพและ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 15 ข้อ ซึ่งเป็นคำถาม การให้ระดับความสำคัญ 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็น ซึ่งมีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 13 ข้อ ซึ่งเป็นคำถาม การให้ระดับความสำคัญ 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับ ด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการแสวงหาความรู้ ด้านการพิจารณา ทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ซึ่งมีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 14 ข้อ ซึ่งเป็นคำถามการให้การแสดงความสำคัญ 5 ระดับ

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ว่าได้ทำการพิจารณาจากอะไรบ้าง

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา ( Descriptive statics ) ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และความถี่ (Frequency) ในการวิเคราะห์ตัวแปร ที่มีระดับ การวัดเชิงกลุ่ม ซึ่งได้แก่ ลักษณะประชากร ที่ประกอบด้วย ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านสถานภาพ ด้าน การศึกษา ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ในการวิเคราะห์ตัวแปร ที่มีระดับการวัด เชิงประมาณ ซึ่งได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต และกระบวนการ ตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีนของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. สถิติอนุมาน ( Inferential Statistics ) ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำแนกตามลักษณะประชากร ด้านเพศ จะใช้สถิติ t-test ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.2 เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำแนกตามลักษณะประชากร ประกอบด้วย ด้านอายุ ด้านสถานภาพ ด้านการศึกษา ด้านอาชีพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) และหากการวิเคราะห์พบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD

2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ประกอบด้วย ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ ด้านความคิดเห็น ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีนของ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

## ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัยเรื่อง กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ ระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท สามารถสรุปผลจากการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยภาพรวม มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้ความสำคัญระดับมาก ด้านการพิจารณาทางเลือก ด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ และด้านการแสวงหาข้อมูล

2. ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามปัจจัยด้านลักษณะประชากร พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีลักษณะประชากรประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ไม่ต่างกัน และประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีลักษณะประชากร ด้านอาชีพ ต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ต่างกัน

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านส่งเสริมการตลาด มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

4. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็น มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

## อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยทำการสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ผลการศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยรวมอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1.1 ด้านการรับรู้ปัญหา ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลให้มีความสำคัญระดับมาก ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การบริโภคอาหารคลีนประจำจะส่งผลดีต่อสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของอดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543, หน้า 160-166) อ้างถึงใน ญัฐยานันท์ นิลพันธ์, (2560) กล่าวว่าขั้นแรกผู้ซื้อจะนึกถึงความต้องการและปัญหาของผลิตภัณฑ์มาจากความต้องการจำเป็นเกิดโดยสิ่งที่กระตุ้นทั้งภายในและภายนอก และสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริประภา นพชัยยา ( 2560: 23 อ้างถึง ญัฐยานันท์ นิลพันธ์, 2560)

กล่าวว่า การที่บุคคลๆ หนึ่งตระหนักถึงความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการซึ่งอาจเกิดขึ้นได้จากตัวเอง หรืออาจเกิดจากสิ่งเร้าภายนอก และสอดคล้องกับ ออร์ช มณีสงฆ์ ( 2540, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่) กล่าวว่า จุดเริ่มต้นของกระบวนการซื้อ คือ การที่ผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหาหรือถูกกระตุ้นให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคอาจเป็นสิ่งกระตุ้นภายในร่างกายหรือนักการตลาดอาจสร้างสิ่งกระตุ้นเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการขึ้นได้

1.2 ด้านการแสวงหาข้อมูล ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้มีความสำคัญระดับมาก ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชาชนซื้ออาหารคลีนโดยใช้ประสบการณ์ในการเลือกซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ออร์ช มณีสงฆ์ (2540, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่) เมื่อผู้บริโภคเกิดความต้องการ จะมีการแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะที่สำคัญเกี่ยวกับประเภทสินค้าราคาสินค้า สถานที่จำหน่าย และข้อเสนอพิเศษต่าง ๆ

1.3 ด้านการพิจารณาทางเลือก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้มีความสำคัญระดับมาก ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การพิจารณาทางเลือกโดยการเปรียบเทียบคุณค่าของอาหารคลีนฟู้ด ก่อนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ นิธินันท์ อุชชิน และคณะ (2554 อ้างถึงใน ณัฐธยาน์ นิลพันธ์, 2560) ในการประเมินผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในกลุ่มทางเลือกพิจารณาผู้บริโภคจะตั้งเกณฑ์ที่ใช้ในการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ จะประกอบด้วยลักษณะที่บริโภคต้องการหรือไม่ต้องการ ผู้บริโภคจะลำดับความสำคัญต่อเกณฑ์ในแต่ละข้อ โดยที่ลักษณะบางอย่างอาจมีความสำคัญมากกว่าลักษณะอื่นๆ

1.4 ด้านการตัดสินใจซื้อ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้ระดับความสำคัญมาก ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า โดยส่วนใหญ่ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีการตัดสินใจซื้อเนื่องจาก อาหารคลีนมีประโยชน์ต่อสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด อดุลย์ คล้ายพุ่ม (2550 อ้างถึงใน ณัฐธยาน์ นิลพันธ์, 2560) การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decisions) ในการที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้านั้น ผู้บริโภคต้องเผชิญกับความเสี่งว่าสินค้าที่ซื้อมานั้นจะดีเหมือนการโฆษณาหรือไม่ จะมีคุณภาพคุ้มค่ากับราคาที่ได้จ่ายไปหรือไม่

1.5 ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้ระดับความสำคัญมาก ผู้วิจัยพบว่าพฤติกรรมหลังจากรับประทานอาหารคลีนแล้วสุขภาพดีขึ้นและจะซื้ออาหารคลีนต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Fillip and Gary, 1993 อ้างถึงใน ณัฐธยาน์ นิลพันธ์, 2560) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post purchase Behavior) เป็น ความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจหลังจากมีการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แล้ว ความรู้สึกนั้นขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ และความคาดหวังของผู้บริโภค ถ้าผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติเป็นไปตามคาดหวังผู้บริโภคจะมีความพึงพอใจ และมีการใช้บริการซ้ำ ถ้าผลิตภัณฑ์ไม่เป็นไปตามที่คาดหวังผู้บริโภคจะเกิดความไม่พอใจ และไม่ใช้บริการอีก

2. ผลการศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามลักษณะประชากร ประกอบด้วย ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านสถานภาพ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า

2.1 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีเพศต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน โดยรวมไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าเพศชายและเพศหญิง มีความต้องการไม่ต่างกัน ที่จะเลือกบริโภคอาหารคลีนเป็นประจำ และในการบริโภคเป็นประจำจะส่งผลดีต่อสุขภาพแน่นอน บริโภคอาหารคลีนเพราะการชกชวนจากครอบครัว และการบริโภคอาหารคลีนไม่ทำให้อ้วนนั้น



ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นางสาววิชญานถ เรืองนาค (2557) ที่ศึกษาเรื่อง”พฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน ที่เรียนวิชาศิลปะการดำเนินชีวิต” แสดงให้เห็นว่าอาหารคลีนยังไม่ได้เป็นอาหารที่รับประทานกันอย่างแพร่หลายนัก อาจจะต้องมีการส่งเสริมและให้ความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับประโยชน์ของอาหารคลีนและให้เยาวชนรุ่นใหม่หันมาสนใจการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพประเภทนี้กันมากยิ่งขึ้น

2.2 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีอายุต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน โดยรวมไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยให้ความเห็นว่า ประชาชนที่อยู่ในช่วงวัยที่สามารถบริโภคอาหารคลีนได้ เนื่องด้วยอาหารคลีน มีประโยชน์ต่อสุขภาพ มีรสชาติและคุณภาพของอาหารคลีนสามารถทานได้ทุกวัย แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ อธิมา พัฒลม (2559) ที่ทำการศึกษา“ปัจจัยทางประชากรศาสตร์มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนฟู้ดส์ ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อคลีนฟู้ดส์ออนไลน์แตกต่างกัน และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐกฤตา นันทะสิน (2560) ที่ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคและความภักดีต่ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้บริโภคมีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพต่างกัน

2.3 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีสถานภาพ ต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีน โดยรวมไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยให้ความเห็นว่า ประชาชนที่มีสถานภาพแตกต่างกัน จะมีวิธีการรับรู้ปัญหา การแสวงหาข้อมูล การพิจารณาทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ อธิมา พัฒลม (2559) ที่ทำการศึกษา“ปัจจัยทางประชากรศาสตร์มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนฟู้ดส์ ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” ด้านสถานภาพ ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพการสมรสของผู้บริโภค ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนฟู้ดส์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้ผลการทดสอบสมมติฐานคือ ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพการสมรสที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนฟู้ดส์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านประเภทของอาหารคลีนฟู้ดส์ที่ซื้อบ่อยที่สุด และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐกฤตา นันทะสิน (2560) ที่ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคและความภักดีต่ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้บริโภคที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคต่างกัน กล่าวคือผู้บริโภคที่มีสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ มีพฤติกรรมการบริโภคในด้านความถี่ในการบริโภค (ครั้ง/เดือน)และในด้านต้นทุนค่าในการบริโภค (บาท/ครั้ง) สูงกว่ากลุ่มอื่นๆ

2.4 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน โดยรวมไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยให้ความเห็นว่าประชาชนที่มีระดับการศึกษา ต่างกัน จะมีวิธีการรับรู้ปัญหา การแสวงหาข้อมูล การพิจารณาทางเลือก การตัดสินใจไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ อธิมา พัฒลม (2559) ที่ทำการศึกษา“ปัจจัยทางประชากรศาสตร์มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนฟู้ดส์ ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” ด้านระดับการศึกษาของผู้บริโภค ที่มีผลต่อพฤติกรรม การตัดสินใจซื้ออาหารคลีนฟู้ดส์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้ผลการทดสอบสมมติฐานคือ ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนฟู้ดส์ผ่านสื่อ

2.5 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีระดับอาชีพต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน โดยรวมต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยให้ความเห็นว่า ประชาชนจะมีการรับรู้ปัญหา การพิจารณาทางเลือก การตัดสินใจซื้อต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อธิมา พัฒลม (2559)

ที่ทำการศึกษาศาสตร์มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนฟู้ดส์ ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร” อาชีพที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนฟู้ดส์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐกฤตานั้นทะสิน (2560) ที่ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคและความภักดีต่ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านความถี่ในการบริโภค (ครั้ง/เดือน) ที่แตกต่างกัน

2.6 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีรายได้ต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจ เลือกซื้ออาหารคลีน โดยรวมไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยให้ความเห็นว่า ประชาชนที่มีรายได้ต่างกัน จะมีการรับรู้ปัญหา การแสวงหาข้อมูล การพิจารณาทางเลือก การตัดสินใจซื้อไม่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐกฤตานั้นทะสิน (2560) ที่ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคและความภักดีต่ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่าผู้บริโภคที่มีรายได้ต่างกัน มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านความถี่ในการบริโภค และในด้านมูลค่าในการบริโภคไม่แตกต่างกัน แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธิติมา พัดลม (2559) ที่ทำการศึกษาศาสตร์มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนฟู้ดส์ ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” ประชากรศาสตร์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนฟู้ดส์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน

3. ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า

3.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่อง อาหารคลีนมีคุณค่าทางโภชนาการ อาหารที่ปลอดภัย ใหม่ๆ สดสะอาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนิดาภา จุมพล (2558) ที่ศึกษาเรื่อง ”โครงการจัดตั้งธุรกิจร้านอาหารคลีนตามหมู่เลือดเพื่อสุขภาพ” ในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ พบว่าด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญต่อการเลือกบริโภคอาหารรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐกฤตานั้นทะสิน (2560) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดส์ของประชากรในกรุงเทพมหานคร” พบว่าผู้บริโภคอาหารคลีนส่วนมาก บริโภคอาหารคลีนฟู้ดส์ให้คุณค่าทางโภชนาการครบถ้วน ใช้วัตถุดิบที่ปราศจากสิ่งเจือปน ใช้วัตถุดิบมีคุณภาพ

3.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา มีผลในทิศทางตรงกันข้ามต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผู้วิจัยมีความเห็นว่าผู้ประกอบการจะต้องลดความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา เพื่อที่จะทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยรวมเพิ่มขึ้น เช่น การปรับลดราคาอาหารคลีนเพื่อให้เกิดการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน และราคาเป็นตัวกำหนดของจำนวนเงินในการซื้อสินค้าหรือบริการ รวมทั้งราคาสินค้าต้องมีความเหมาะสมกับประโยชน์และคุณค่าของสินค้าซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย นางมนลิ ศรีเปารยะ เพ็ญพงษ์ (2559) ที่ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและการตัดสินใจบริโภคอาหารของประชาชนจังหวัดสุราษฎร์ธานี” พฤติกรรมการบริโภคของบุคคลเมื่อสินค้าหรืออาหารใดก็ตามมีราคาที่สูง ผู้บริโภค อาจจะตัดสินใจซื้อน้อยกว่าสินค้าที่มีราคาถูกกว่าจะตัดสินใจบริโภคอาหารเมื่อราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพของอาหาร และมีการบ่งบอกราคาที่ชัดเจน แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธิติมา พัดลม (2559) ที่ทำการศึกษาศาสตร์มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนฟู้ดส์ ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาในเรื่องของ

ราคา สินค้าที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณของผลิตภัณฑ์ ซึ่งราคาสินค้าสามารถต่อรองได้และมีการระบุราคาที่ชัดเจน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนฟู้ดส์ในด้าน แหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ

3.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผู้วิจัยมีความเห็นว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายอาหารคลีนไม่ได้มีความแตกต่างกันมากนัก ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธิติมา พัดลม (2559) ที่ทำการศึกษารื่อง “ปัจจัยทางประชากรศาสตร์มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนฟู้ดส์ ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐภัทร วัฒนถาวร (2560) ที่ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดของประชากรในกรุงเทพมหานคร” ส่วนประสมทางการตลาดมี อิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ด พบว่าผู้บริโภคต้องการส่วนประสมทางการตลาดคือการมีช่องทางการจัดจำหน่ายอย่างทั่วถึง

3.4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาด มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าให้ความสำคัญระดับมาก กับมีการโฆษณาผ่านช่องทางต่างๆ การให้คูปองส่วนลด/การสะสมคะแนน การเป็นสมาชิกเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ มีการจัดกิจกรรมในโอกาสพิเศษอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธิติมา พัดลม (2559) ที่ทำการศึกษารื่อง “ปัจจัยทางประชากรศาสตร์มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนฟู้ดส์ ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ผลการศึกษาในระดับความสำคัญต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนฟู้ดส์ผ่านสื่อ อิเล็กทรอนิกส์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญในระดับมาก ด้านการส่งเสริมการตลาด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐภัทร วัฒนถาวร (2560) ที่ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดของประชากรในกรุงเทพมหานคร” การติดต่อสู่กลุ่มเป้าหมายเพื่อชักจูงให้เกิดการตัดสินใจซื้อในผลิตภัณฑ์นั้น การโฆษณาต่างๆ การใช้เครื่องมือการสื่อสารเพื่อตอบสนองความพอใจต่อผลิตภัณฑ์เป็นการตอบย้ำความจำของผู้บริโภคต่อสินค้า ในยุคปัจจุบันเช่นการโฆษณาผ่านเว็บไซต์ การโฆษณาผ่านป้ายบิลบอร์ด การลดราคาสินค้า

3.5 ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกิจกรรมในเรื่อง การหลีกเลี่ยงอาหารไขมันสูง การเลือกบริโภคเฉพาะผักปลอดสารพิษ การซบถายเป็นเวลาทุกวันตามปกติ การตรวจสุขภาพประจำปีตลอดอย่างต่อเนื่อง ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรินทร์ สุขเกษม (2561) ที่ศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนของประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร กล่าวไว้ว่าจากการศึกษาปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านการทำกิจกรรม ไม่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนของประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐภัทร วัฒนถาวร (2558) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดของประชากรในกรุงเทพมหานคร พบว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ด ผลการทดสอบสมมติฐานคือ สอดคล้อง หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.6 ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผู้วิจัยมีความเห็นว่าประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีความสนใจในการบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ เลือกทานอาหารโดยคำนึงถึงประโยชน์และโภชนาการเป็นอย่างแรก และมีการติดตามข่าวสารการเกิดโรคร้ายต่างๆ จากการ

รับประทานอาหารอยู่เสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรินทร์ สุขเกษม (2561) ที่ศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนของประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร กล่าวไว้ว่าจากการศึกษาปัจจัย ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนของประชาชน ในจังหวัดสมุทรสาคร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐภัทร วัฒนถาวร (2558) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผล ต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดของประชากรในกรุงเทพมหานคร พบว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตมี อิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ด ผลการทดสอบสมมุติฐานคือสอดคล้อง หมายถึง รูปแบบการ ดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.7 ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความความคิดเห็น มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจ เลือกซื้ออาหารคลีน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผู้วิจัยมีความเห็นว่าประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ช่วยป้องกันโรคต่างๆ ได้ อาหารคลีน เหมาะสำหรับผู้ที่ไม่ต้องใช้ พลังงานมาก อาหารคลีนมีรสชาติอร่อยเท่ากับอาหารทั่วไป และอาหารคลีนช่วยให้มีรูปร่างดี ซึ่งสอดคล้อง กับงานวิจัยของ พัชรินทร์ สุขเกษม (2561) ที่ศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนของ ประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร กล่าวไว้ว่าจากการศึกษาปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนของประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร และสอดคล้องกับ งานวิจัยของ ญัฐภัทร วัฒนถาวร (2558) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ด ของประชากรในกรุงเทพมหานคร พบว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีน ฟู้ด ผลการทดสอบสมมุติฐานคือสอดคล้อง หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภค อาหารคลีนฟู้ดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในการวิจัยเพื่อนำไปใช้ให้เป็นประโยชน์แนะนำไปพัฒนา ร้านอาหารคลีนและอาหารเพื่อสุขภาพต่างๆ ทั้งนี้เพื่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่มากยิ่งขึ้น รวมไปถึงผู้ที่ กำลังต้องการจะลงทุนทำธุรกิจร้านอาหารคลีน ดังต่อไปนี้

### ลักษณะประชากร

1. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีลักษณะประชากร ประกอบด้วย ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านสถานภาพ ด้านระดับการศึกษา และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน ทำให้กระบวนการ ตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ไม่ต่างกัน
2. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีลักษณะประชากร ด้านอาชีพต่างกัน ทำให้ กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ต่างกัน ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารคลีน จึงไม่ต้องสนใจกับลักษณะประชากร ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านสถานภาพ ด้านระดับการศึกษา และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แต่ควรสนใจเรื่อง ด้านอาชีพ เพราะมีผล ต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

### ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ดังนั้น นักการตลาด หรือ ผู้ประกอบการร้านอาหารคลีน

ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่อง อาหารคลีนมีคุณค่าทางโภชนาการ อาหารที่ปลอดภัยใหม่ สดสะอาด

2. ด้านราคา จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา มีผลในทิศทางตรงกันข้ามต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ดังนั้น นักการตลาด หรือ ผู้ประกอบการร้านอาหารคลีน ควรลดความสำคัญ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาลง เพื่อที่จะทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยรวมเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ นักการตลาด หรือ ผู้ประกอบการร้านอาหารคลีน ควรปรับลดราคาอาหารคลีนเพื่อให้เกิดการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน และราคาเป็นตัวกำหนดของจำนวนเงินในการซื้อสินค้าหรือบริการ รวมทั้งราคาสินค้า ต้องมีความเหมาะสมกับประโยชน์และคุณค่าของสินค้า

3. ด้านส่งเสริมการตลาด จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านส่งเสริม การตลาด มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ดังนั้น นักการตลาด หรือ ผู้ประกอบการร้านอาหารคลีน ให้ความสำคัญ ในเรื่อง การโฆษณาผ่านช่องทางต่างๆ การให้คูปองส่วนลด/ การสะสมคะแนน การเป็นสมาชิกเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ มีการจัดกิจกรรมในโอกาสพิเศษอย่างสม่ำเสมอ

4. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย ไม่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน

ดังนั้น นักการตลาด หรือ ผู้ประกอบการร้านอาหารคลีน จึงไม่ต้องสนใจปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

### **ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต**

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านกิจกรรม จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ดังนั้น นักการตลาด หรือผู้ประกอบการร้านอาหารคลีน ให้ความสำคัญ ในเรื่อง การหลีกเลี่ยงอาหารไขมันสูง การเลือกบริโภคเฉพาะผักปลอดสารพิษ การขับถ่ายเป็นเวลาทุกวันตามปกติ การตรวจสุขภาพประจำปีตลอดอย่างต่อเนื่อง

2. ด้านความสนใจ จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ดังนั้น นักการตลาด หรือผู้ประกอบการร้านอาหารคลีน ให้ความสำคัญในเรื่อง ความสนใจในการบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ เลือกทานอาหารโดยคำนึงถึงประโยชน์และโภชนาการเป็นอย่างแรก และมีการติดตามข่าวการเกิดโรคร้ายต่างๆ จากการรับประทานอาหารอยู่เสมอ

3. ด้านความคิดเห็น จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีน ดังนั้น นักการตลาด หรือผู้ประกอบการร้านอาหารคลีน ให้ความสำคัญในเรื่อง อาหารคลีนช่วยป้องกันโรคต่างๆได้ อาหารคลีนเหมาะสำหรับผู้ที่ไม่ต้องใช้พลังงานมาก อาหารคลีนมีรสชาติอร่อยเท่ากับอาหารทั่วไป และอาหารคลีนช่วยให้มีรูปร่างดี

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้เน้นเฉพาะประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ครั้งต่อไปควรทำการศึกษาวิจัยในเขตพื้นที่อื่นๆ เพื่อศึกษาความแตกต่างของผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่เพื่อนำข้อมูลหลากหลายมารวมกัน และการขยายธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอาหารคลีน
2. ควรศึกษาตัวแปรอื่นที่เกี่ยวข้อง อย่างเช่น ตัวแปรความต้องการของผู้บริโภค เป็นต้น เพื่อทราบว่าความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคต้องการอะไรบ้าง
3. ทำการวิจัยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารคลีน เพื่อขยายข้อมูลและนำผลมาเพื่อประโยชน์ ของธุรกิจ

### เอกสารอ้างอิง

- กินเปลี่ยนชีวิต ด้วยอาหาร 100 ชนิดจากธรรมชาติ (แพทย์และโภชนาการของไต้หวัน, 2561) จัดพิมพ์โดย สำนักพิมพ์นานมีบุ๊คส์ (ออนไลน์) ประชาชาติธุรกิจออนไลน์ ที่มา <https://www.prachachat.net/spinoff/health/news-149025> สืบค้นเมื่อวันที่ 10 มีนาคม 2563
- ชนิดาภา จุมพล (2558) โครงการจัดตั้งธุรกิจร้านอาหารคลีนตามหมู่เลือดเพื่อสุขภาพ การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรปริญญาโทเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ณัฐกฤตา นันทะสิน (2560) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคและความภักดีต่ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
- ณัฐธยาน์ นิลพันธ์ (2560) กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนฟู้ด ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ณัฐภัทร วัฒนถาวร (2560) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดของประชากรใน กรุงเทพมหานคร การค้นคว้าอิสระหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ธิติมา พัดลม \*ผศ.ดร.กุลเชษฐ์ มงคล พฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนฟู้ดส์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ในเขตกรุงเทพมหานคร การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- นิเวศน์ ธรรมมะ และคณะ (2560) การจัดการการตลาด หน้า 43) กรุงเทพมหานคร, แมคกรอ-ฮิล ปรมัตถ์
- พัชรินทร์ สุขเกษม (2560) ศึกษากระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนของประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ภัทธีรา ประพฤติธรรม (2559) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มกาแฟพร้อมดื่มของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการตลาด, มหาวิทยาลัยสยาม
- มโนลี ศรีเปารยะ เพ็ญพงษ์ (2559) พฤติกรรมและการตัดสินใจบริโภคอาหารของประชาชน จังหวัดสุราษฎร์ธานี การค้นคว้าอิสระ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
- วิษณุชาติ เรืองนาค (2557) พฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีน ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน ที่เรียนวิชาศิลปะการดำเนินชีวิต

- ศิริประภา นพชัยยา (2558) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟจากร้านคาเฟ่ อเมซอน ในสถานบริการน้ำมัน ปตท. ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศิลปากร
- สุจินดา เยาวกุลพัฒนา (2560) กระบวนการตัดสินใจซื้อน้ำมันพร้อมดื่ม 100% ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยศิลปากร สาขาการเงินและการธนาคาร มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- สุนิชา ทิพย์ไกรสร (2559) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อบ้านของการเคหะแห่งชาติ ในเขตพญา งานนิพนธ์ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต กลุ่มวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543) พฤติกรรมผู้บริโภค = Consumer behavior (พิมพ์ครั้งที่ 6) กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อรชร มณีสงฆ์ (2540) หนังสือประกอบการสอน Marketing Principle, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- อาภัสรา โสวาท (2560) .กระบวนการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้าน เดอะ เคเค คาเฟ่ ของพนักงานบริษัทไทย เค เค อุตสาหกรรม จำกัด การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- Kotler, P. (2000) Marketing Management (10th ed.) New Jersey : Prentice-Hall, Inc ภัทธีรา ประพดีธรรม (2559) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มกาแฟพร้อมดื่มของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการตลาด, มหาวิทยาลัยสยาม