

กระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ด โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต MBA  
ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง

DECISION-MAKING PROCESS FOR CLEAN FOOD CONSUMPTION MASTER  
OF BUSINESS ADMINISTRATION MBA PROGRAM OF STUDENTS  
RAMKHAMHAENG UNIVERSITY

ทัศนียา ทัพชัย

สาขาบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Thasaneeya Thapchai

E-mail: 6414991213@rumail.ru.ac.th

Faculty of Business Administration Program in Accounting, Ramkhamhaeng University

Corresponding author

---

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์ 1). เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต MBA ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง 2). เพื่อศึกษาวิถีการดำเนินชีวิตและทัศนคติที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต MBA ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือนักศึกษาโครงการ MBA บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยทางวิถีการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ ด้านความคิดเห็นและด้านกิจกรรมมีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ด ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต MBA และปัจจัยทัศนคติด้านความเข้าใจไม่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต MBA

**คำสำคัญ** : วิถีการดำเนินชีวิต, ทัศนคติ, กระบวนการตัดสินใจ

## ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to study the clean food consumption decision-making process of MBA students of Ramkhamhaeng University 2) to study the lifestyle and attitude towards the clean food consumption decision-making process. Master of Business Administration MBA Program of students Ramkhamhaeng University The sample group used in this research were MBA students in the Master of Business Administration program. Ramkhamhaeng University, 400 people using a questionnaire as a tool used to collect data, including frequency, percentage, mean and standard deviation. Test the hypothesis with multiple regression statistics.

The results of the hypothesis test revealed that lifestyle factors, interests, opinions and In terms of activities, it affects the decision to consume clean food. of Ramkhamhaeng University students Master of Business Administration MBA project and understanding attitude factor had no effect on clean food consumption decision. of Ramkhamhaeng University students Master of Business Administration MBA Program

**Keywords:** lifestyle, attitude, decision-making process.

## บทนำ

ในปัจจุบันการมีสุขภาพที่สมบูรณ์และแข็งแรงยังคงเป็นที่ต้องการของคนทั่วโลกไม่ว่าจะเป็นการออกกำลังกาย การบริโภคอาหารทำให้เกิดโรคอ้วนทำให้เกิดเป็นสาเหตุเจ็บป่วยได้ง่ายทำให้โรคภัยต่าง ๆ ตามมา ความอ้วนสามารถทำให้เกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรังเข้ามาได้หลายโรคพร้อมกัน ได้แก่ ไขมันภายในเลือดมีปริมาณมาก โรคความดันโลหิตสูง เบาหวาน อัมพาตอัมพฤกษ์ โรคหัวใจและยังเป็นต้นเหตุของโรคมะเร็งโดยกองทุนวิจัย มะเร็งโลกโดยคนอ้วนมีโอกาสเป็นโรคละอุนี่มากกว่าปกติ 2-3 เท่า การทานอาหารเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากทั้งนี้เป็นเพราะสภาพสังคม วัฒนธรรม และความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ทันสมัยขึ้นจากวิถีชีวิตที่เคยรับประทานอาหารพร้อมหน้ากัน ทั้งครอบครัวในบ้านโดยเฉพาะอาหารมื้อเช้าแต่ด้วยวิถีชีวิตที่เร่งรีบในปัจจุบัน ก็เปลี่ยนเป็นการเลือกรับประทานอาหาร นอกบ้าน รับประทานอาหารจานด่วน (fast food) และ เลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปกันมากขึ้น เพราะความสะดวก และรวดเร็ว

ซึ่งปัจจุบัน สื่อโฆษณาในประเทศไทยมีแนวโน้มเป็นที่นิยมมากขึ้น อาหารเสริมและ อาหารสำเร็จรูปจึงเป็นสินค้าที่เป็นที่ต้องการและหาซื้อได้ง่ายโดยผ่านสื่อโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตเพียงแค่ผู้ผลิตนำภาพอาหารจากร้านที่มีชื่อเสียงมาโพสต์ในสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ก็สามารถเป็นที่ถูกใจคนทุกเพศทุกวัย โดยเฉพาะวัยรุ่นให้หันมาใช้สินค้าและเลือกบริโภคอาหารผ่านทางสื่อนี้เนื่องจากการรับประทานอาหารของคนไทยนั้นยังคง เน้นเรื่องรสชาติมากกว่าเป็นหลักจึงอยากให้ทราบประโยชน์หรือคุณค่าทางสารอาหารคลีน

ผู้ดูว่ามีประโยชน์อย่างไรอาหารที่ส่งผลประโยชน์ต่อร่างกายไม่ทำให้ร่างกายเจ็บป่วยและช่วยลดอัตราการเป็นโรคต่างๆเป็นประโยชน์ที่ก่อให้เกิดนิสัยทัศนของผู้บริโภค คุณประโยชน์ต่างๆ

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต MBA ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง
2. เพื่อศึกษาวิถีการดำเนินชีวิตและทัศนคติที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต MBA ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง

### ขอบเขตของงานวิจัย

1. **ตัวแปรอิสระ** ที่ได้กำหนดขึ้นเพื่อการศึกษาวิจัยใน ครั้งนี้ได้แก่ 1.1 วิถีการดำเนินชีวิต ประกอบไปด้วย ด้านความสนใจ ด้านความคิดเห็น ด้านกิจกรรม 1.2 ทัศนคติ ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านความเข้าใจ ด้านความรู้สึก ด้านพฤติกรรม
2. **ตัวแปรตาม** ที่ได้กำหนดขึ้นเพื่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ กระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต MBA ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงวิถีการดำเนินชีวิต ทัศนคติที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต MBA ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง
2. เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต MBA ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง

### การทบทวนวรรณกรรม

#### ด้านการตัดสินใจ

Schiffman & Kanuk (1994: 659) ได้กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจ คือ กระบวนการในการเลือกจากทางเลือกที่มีตั้งแต่สองทางเลือกขึ้นไปโดยผู้บริโภคจะพิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจทั้งด้านจิตใจ (ความรู้สึกนึกคิด) และพฤติกรรมทางกายภาพ การซื้อเป็นกิจกรรม ทั้งทางด้านจิตใจและกายภาพซึ่งเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ทั้งสองกิจกรรมนี้ทำให้เกิดการซื้อและเกิดพฤติกรรมการซื้อตามบุคคลอื่น

ชุมพล ภาริสว (2560) ได้ให้ความหมายว่า การเลือกซื้อสินค้าของกลุ่มผู้ชายโดยผ่านกระบวนการต่างๆและได้ทำการประเมินทางเลือกจนตัดสินใจเลือกในสิ่งที่ตรงตามความต้องการที่สุด

น้ำทิพย์ เนียมหอม (2560) ได้ให้ความหมายว่า การตัดสินใจคือการเลือกสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เหมาะสมที่สุดจาก หลายทางเลือก เพื่อให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์และตอบสนองความต้องการของตนเองมากที่สุด

จู่ไรต์ตัน คิริมั้งมูลและนุชนาถ พันธุราชฎร์แล ญัฐณา ขาศิริ (2562) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การตัดสินใจคือการตัดสินใจเลือกเรียนต่อในสถาบันใดสถาบันหนึ่งหรือสาขาใดสาขาหนึ่งอยู่บนพื้นฐานของการคิดพิจารณาไตร่ตรองอย่างมีเหตุผลและสามารถเลือกได้ตรงกับความต้องการของตนเองมากที่สุด การตัดสินใจมีความสำคัญต่อชีวิตมนุษย์มากไม่ว่าจะเป็นการตัดสินใจเลือกสาขาที่เรียนเลือกคบเพื่อนหรือการเลือกคู่ครอง การตัดสินใจของบุคคลอาจทำได้หลายวิธีเช่น การถามให้ผู้อื่นช่วยตัดสินใจให้หรือตัดสินใจด้วยตนเองจากการคิดอย่างรอบคอบแต่ไม่ว่าจะใช้วิธีการใดในการตัดสินใจ การตัดสินใจทุกครั้งจะมีผลต่อชีวิตบุคคลเสมอเมื่อการตัดสินใจมีความสำคัญ ต่อชีวิตมนุษย์ สถาบันการศึกษาควรสอนทักษะการตัดสินใจให้ผู้เรียน ซึ่งจะเป็นส่วนที่สำคัญมากในการเลือกอาชีพหรือการศึกษาของเขา นอกจากนั้น การเรียนรู้กระบวนการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพจะสามารถช่วยบุคคลในการตัดสินใจ เกี่ยวกับเรื่องอื่นๆ ของเขาในชีวิตด้วย

วันสพร บุษพาทอง (2564) ได้ให้ความหมายไว้ว่า กระบวนการและขั้นตอนในการตัดสินใจที่จะเลือกซื้อ สินค้าเพื่อนำมาใช้งานโดยเกิดประโยชน์และคุ้มค่ามากที่สุด ผ่านกระบวนการคิด วิเคราะห์ถึงประโยชน์และสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อนั้น ๆ แล้วจึงเกิดการซื้อเพื่อนำมาบริโภค

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าการตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการตัดสินใจหรือพิจารณาถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่งว่าเคราะห์แล้ว ค่อยตัดสินใจเลือกทางที่ดีที่สุด ซึ่งในความเป็นจริงแล้วการคิดก็ต้องมีการเก็บรวบรวมข้อมูลข่าวสาร

### ด้านวิธีการดำเนินชีวิต

Assael (1998, pp.162-163) ได้ให้แนวคิดเรื่องการสืบหาข้อมูล (Information Search) ว่า เมื่อเกิดความต้องการหรือความสนใจข้อมูลเพื่อนำมาเป็นตัวช่วยในการวิเคราะห์ตัดสินใจของผู้บริการ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต การค้นหาข่าวสารข้อมูลอาจจะพบมาจากเพื่อน การโฆษณา หรือผู้ที่เคยใช้สินค้า เป็นต้น ในการเลือกสินค้าแต่ละประเภทผู้บริโภคจะทำการค้นหาข้อมูลจากหลายๆแหล่ง

นายพงศ์อิศเรศ ไทยสะเทือน (2558) ได้ให้ความหมายว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตจึงมีลักษณะที่ไม่คงที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ถ้าหากปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นตัวใดตัวหนึ่งเกิดการเปลี่ยนแปลงไปแต่โดยส่วนใหญ่บุคคลจะรักษา รูปแบบการดำเนินชีวิตของตนไว้หรือถ้าจะเกิดการเปลี่ยนแปลงก็จะมีลักษณะค่อยเป็นค่อยไป

มุกลินท์ ม่วงยานและปรเมศร์ อิศวเรืองพิภพ,(2561) อธิบายว่า การเตรียมความพร้อมทั้งหลายเหล่านี้แก่แรงงานจึงไม่อาจเตรียมกันได้ในช่วงข้ามคืนแต่หากต้องมีการบ่มเพาะปลูกฝังตั้งแต่วัยเด็ก ซึ่งในปัจจุบันจะเห็นได้ว่ารัฐบาลได้ให้ความสำคัญและพยายามเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงเพิ่มมากขึ้นตามรูปแบบการดำเนินชีวิต

จิรวุฒิ หลอมประโคนและประพล เปรมทองสุข (2555) อธิบายว่าซึ่งรูปแบบการดำเนินชีวิตถูกนำมาใช้ในการแบ่งส่วนตลาดเพื่อทำให้นักการตลาดสามารถเข้าใจผู้บริโภคได้อย่างถ่องแท้โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตสามารถวัดได้จากสิ่งต่าง ๆ

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า วิธีการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลโดยมีลักษณะการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันออกไปและเพื่อความสุขของตนเองมีทั้งด้านดีและด้านที่ไม่ดี

### **ด้านความสนใจ**

सानิตย์ หนูนิล และกนกวรรณ พวงประยงค์ (2562) ได้อธิบายว่า พฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกผ่านการใช้เวลาในการทำ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ซึ่งในแต่ละบุคคลหรือกลุ่มคนจะมีรายละเอียดของรูปแบบในการ ดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับอิทธิพลของปัจจัยต่างๆ ตามแต่บริบทของสภาพแวดล้อมที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลนั้นอาศัยอยู่

สุชาดา พงศ์พรม (2560) ได้อธิบายด้านความสนใจว่า เป็นความรู้สึกถึงความพึงพอใจหรือทัศนคติที่مرت่องสิ่งหนึ่งแนวคิดแนวคิดหนึ่งหรือสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งอันมีแนวโน้มให้อยากเข้าใจลึกซึ้งยิ่งขึ้น

ธีรณัน คำบัว (2557) ได้อธิบายว่า เป็นขั้นสุดท้ายที่จะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ จากการถูกกระตุ้นเร้าความปรารถนาใคร่ได้ต่อเนื่องอย่างต่อเนื่องยาวนาน การสื่อสารการตลาดจะต้องมีคุณลักษณะเร้าให้เกิดการกระทำและจะสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น เมื่อผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์แล้วเกิดการซื้อซ้ำ

อรธพร ใจเจตน์สุข (2556) ได้อธิบายว่าพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคยังสามารถเกิดได้จากความจำกัดของ เวลาหรือมีเวลาในการตัดสินใจเลือกน้อยหรือกระชั้นชิด พฤติกรรมดังกล่าวอาจเกิดจากสินค้าเหล่านั้น อาจไม่ค่อยมีความสำคัญมากนัก หรืออาจเกิดจากสิ่งกระตุ้นทางการตลาดก็เป็นได้

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า วิธีการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ หมายถึงเป็นความชอบหรือความต้องการ ความใส่ใจหรือความพึงพอใจของแต่ละบุคคลที่มีความชอบส่วนตัวหรือต้องการประกอบอาชีพใดก็จะเกิดแรงจูงใจพยายามศึกษาหรือตั้งใจทำในสิ่งที่ตนสนใจและความปลอดภัย

### **ด้านความคิดเห็น**

วัชระ ณรงค์ฤทธิเดช, ชมสุภักดิ์ ครุฑทะ, กันยา สรรพกิจโกศล และผาณิต ธีรวงศ์ชัยพันธุ์ (2565) อธิบายว่า ความคิดเห็นของบุคคลเพื่อมาแก้ปัญหาและวางแผนพัฒนาท้องถิ่นในสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงทั้งด้านเทคโนโลยี สังคม และสิ่งแวดล้อมการปรับใช้ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ช่วยให้ออกแบบกิจกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ การสำรวจลักษณะภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์จะนำมา ใช้ประโยชน์ในการวางแผน พัฒนาบุคลากรให้มีภาวะผู้นำที่สร้างสรรค์ในการทำงานในเขตเทศบาลากลางของประเทศไทย

อุปภิภูษา อินทรสาด และ นัสมล บุตรีวิเศษ,(2563) ได้อธิบายว่า ความคิดเห็นหมายถึง ความเชื่อ ความคิดการตัดสินใจหรือการแสดงออกทางด้านความรู้สึกล่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอาศัย พื้นความรู้ การรับรู้ ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อม

ธวัชชัย สหพงษ์ และจารุกิตติ์ สายสิงห์ (2559) ได้อธิบายว่า ความคิดเห็นและความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งแต่ละคนจะแสดงความเชื่อและความรู้สึกใด ๆออกมาโดยการพูดหรือการเขียน เป็นต้น การสำรวจความคิดเห็น จะมีประโยชน์ต่อการวางนโยบายต่างๆ เพราะจะทำให้การดำเนินงานต่าง ๆ เป็นไปด้วยความเรียบร้อยโครงการพัฒนาใด ๆก็ตามถ้าจะให้สำเร็จและบรรลุเป้าหมายอย่างแท้จริงแล้วก็ควรจะต้องได้รับความร่วมมือจากประชาชน

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า วิธีการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลโดยมีลักษณะการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันออกไปและเพื่อความสุขของตนเองมีทั้งด้านดีและด้านที่ไม่ดี

### **ด้านกิจกรรม**

จตุรวัฒน์ ผนึกรัมย์ (2557) ได้อธิบายว่า กิจกรรมที่นักศึกษาหรือสถาบันการศึกษาร่วมกันจัดขึ้นตามความต้องการและความสนใจของนักศึกษาลักษณะกิจกรรมต้องดีมีประโยชน์และช่วยในการ สร้างเสริมประสบการณ์ตรงให้กับนักศึกษานอกเหนือจากการเรียนในชั้นเรียนตามปกติเพื่อพัฒนาให้เป็นบัณฑิตที่สมบูรณ์พร้อมด้านความรู้ทางวิชาการวิชาชีพสุขภาพกายและมีทักษะชีวิตและต้องได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากสถาบันการศึกษา

ธิดารัตน์ อัฐกิจ (2560) ได้อธิบายว่า กิจกรรมส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับนโยบายของสถาบันอุดมศึกษา และความต้องการของนักศึกษา ซึ่งทางสถาบันอุดมศึกษาจะจัดกิจกรรมในด้านต่าง ๆ เช่น กิจกรรมด้านวิชาการ ด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านบำเพ็ญประโยชน์ ด้านกีฬา ด้านนันทนาการและกิจกรรมส่วนกลางซึ่งกิจกรรมเหล่านี้จะเป็นกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่มุ่งเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ทางด้านต่าง ๆ ให้แก่นิสิตนักศึกษา

ธนพงษ์ จิตรเที่ยง (2557) ได้อธิบายว่า คือกิจกรรมที่แบรนด์ต่างๆสามารถนำเสนอตัวตนของแบรนด์ได้อย่างชัดเจน และเป็นโอกาสที่ดีในการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายผ่านกิจกรรมต่าง ๆ

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า วิธีการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรมหมายความว่า การปฏิบัติกรอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อการเรียนรู้เพื่อความสนุกเพลิดเพลินและคลายความเครียด ด้านสินสินค้าก็ต้องมีความชัดเจนของตัวสินค้าหรือมีกิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

### **ด้านทัศนคติ**

พัชชรินทร์ อดออม (2558) ทัศนคติ หมายถึง การประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของบุคคล ความรู้สึกด้านอารมณ์และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือหมายถึงแนวโน้มของ

การเรียนรู้ที่จะตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งทัศนคติเป็นสิ่งที่มียุทธผลต่อความเชื่อในขณะที่เดียวกันความเชื่อก็มีอิทธิพลต่อทัศนคติซึ่งมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ

สุภาวรรณ ปานจ้อย (2560) ได้ให้ความหมายว่า ทัศนคติหมายถึง ระดับความรู้สึกต่อบางสิ่งหรือบางสถานการณ์ซึ่งสามารถนำไปสู่พฤติกรรมที่จะแสดงออกตอบสนองต่อสิ่งเร้าซึ่งอาจเป็นไปได้ทั้งเชิงบวกหรือเชิงลบโดยที่ทัศนคติของแต่ละบุคคลเป็นผลจากการเรียนรู้ได้จากประสบการณ์การรับรู้ที่ผ่านมาเนื่องจากทัศนคติเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้

ภูษณิศา แก้วสะอาด (2561) ได้ให้ความหมายว่า ความรู้สึก ความคิด หรือความเชื่อและแนวโน้มที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมของบุคคลของโต้ตอบโดยการประมาณค่าว่าชอบหรือไม่ชอบที่จะส่งผลกระทบต่อการตอบสนองของบุคคลในเชิงบวกหรือเชิงลบต่อบุคคลสิ่งของและสถานการณ์ในสภาวะแวดล้อมของบุคคลนั้นๆ โดยที่ทัศนคตินี้สามารถเรียนรู้หรือจัดการได้โดยใช้ประสบการณ์และทัศนคตินั้นสามารถที่จะรู้หรือถูกตีความได้จากคนที่พูดออกมาอย่างไม่เป็นทางการหรือจากการสำรวจที่เป็นทางการหรือจากพฤติกรรม

พงศธร สุรพัฒน์ (2560) ได้ให้ความหมายว่า ทัศนคติ ความรู้ความเข้าใจความรู้สึกของบุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์หรือสิ่งแวดล้อมอันมีแนวโน้มที่จะให้บุคคลแสดงปฏิกิริยาและกระทำต่อสิ่งนั้น ๆ ในทางสนับสนุนหรือปฏิเสธ ทัศนคติเป็นสิ่งที่ไม่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจนการที่จะรู้ถึงทัศนคติของบุคคลใดบุคคลหนึ่งได้ต้องใช้วิธีแปลความหมาย ความเชื่อของผู้บริโภคความรู้และการอนุมานทั้งหมดที่ผู้บริโภคมีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์รวมทั้งคุณสมบัติ คุณลักษณะและคุณประโยชน์ต่าง ๆ (Attributes and Benefits) ของผลิตภัณฑ์นั้นๆ

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ทัศนคติหมายถึง ความคิดและการแสดงความคิดเห็นต่อสถานการณ์ต่างของบุคคลล้วนมาจากสภาพแวดล้อมและวิถีชีวิตที่มีความแตกต่างกันออกไป

### **ด้านความเข้าใจ**

อัจฉราพร ปะที, (2559) ได้อธิบายว่า ความรู้ความเข้าใจ หมายถึง การเข้าใจถึงเรื่องราว ข้อเท็จจริง รายละเอียดต่าง ๆ ที่เคยมีประสบการณ์หรือพบเจอและความสามารถในการนำความรู้ที่เก็บรวบรวมมาใช้ ตัดแปลงอธิบายเปรียบเทียบในเรื่องนั้น ๆ ได้อย่างมีเหตุผลความรู้ความเข้าใจเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องโดยตรงรวมถึงการนำความรู้ความเข้าใจไปใช้ในสถานการณ์จริงได้ตามขั้นตอนทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของแต่ละบุคคลเป็นสำคัญ

ทิพย์วรรณ ราชพิทักษ์ (2563) ได้สรุปไว้ว่า ความรู้ความเข้าใจ หมายถึง สิ่งที่เกิดมาจากการศึกษา การค้นคว้าหรือประสบการณ์รวมถึงความสามารถและทักษะความเข้าใจหรือสารสนเทศที่ได้รับมาจากประสบการณ์ทั้งการได้ยินการฟังการคิดหรือการปฏิบัติเพื่อเพิ่มทักษะในด้านต่าง ๆ

อัครเดช ไม้จันทน์ (2560) ได้อธิบายว่า ความรู้และความเข้าใจในงานที่ทำคือสิ่งที่พนักงานแต่ละคนสามารถรับรู้เข้าใจเห็นความสำคัญและปฏิบัติได้ในเรื่องเกี่ยวกับงานที่ตนได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติตาม

ระเบียบ ปฏิบัติงานที่ได้กำหนดไว้รวมทั้งการได้รับการฝึกอบรมและทดสอบก่อนการลงมือปฏิบัติงานและการได้ปฏิบัติงานที่ตรงกับความรู้อุณหภูมิความสามารถของตนเอง

ดังนั้นจึงสรุปทัศนคติ ด้านความเข้าใจ หมายถึง ความเข้าใจในข้อมูลหรือเรื่องที่ต้องการศึกษา อาจจะต้องใช้เวลาในการทำความเข้าใจ หรือความเข้าใจอาจจะมาจากประสบการณ์สิ่งที่ทำทุกวันเป็นประจำจนเกิดความเชี่ยวชาญ

### **ด้านความรู้สึก**

จิราพร กำจัดทุกข์ (2552) ได้อธิบายว่าหมายถึง ความรู้สึกที่เป็นการยอมรับ ความรู้สึกที่ยินดี ความรู้สึกชอบในการได้รับบริการหรือได้รับการตอบสนองตามความคาดหวังหรือความต้องการที่บุคคลนั้นได้ตั้งไว้

สมบัติ บารมี (2551) ได้อธิบายว่าหมายถึง ความรู้สึกเป็นสุขที่เกิดจากทัศนคติทางด้านบวกที่มีต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นทั้งจากภายในและภายนอกของปัจเจกบุคคล

นายปีติกร ศุขสมิต (2558) ได้อธิบายว่าความรู้สึกเมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ไม่เป็นไปตามความคาดหวังแล้วจะก่อให้เกิดอารมณ์ตามมาซึ่งระดับความรุนแรงของอารมณ์จะขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าทัศนคติ ด้านความรู้สึก หมายถึงความคิดและความรู้สึกนั้นส่วนใหญ่จะมาจากทัศนคติเป็นการเปรียบเทียบข้อมูลของของบางอย่างของสินค้าหรือไม่ก็มาจากสิ่งแวดล้อม

### **ด้านพฤติกรรม**

อริยาภรณ์ เลิศพัฒนกิจกุล (2554) ได้อธิบายว่า พฤติกรรมหมายถึงการแสดงออกที่สามารถสังเกตได้อย่างชัดเจนได้แก่กระทำทางกายและการกระทำที่ไม่อาจสังเกตได้โดยตรงคือการกระทำทางใจ เช่น การเรียนรู้ การคิด การจำ แรงจูงใจ เจคติ

วริตา พลาศรี (2562) ได้อธิบายว่า พฤติกรรม คือ การกระทำการแสดงออกของบุคคล การตอบสนองหรือโต้ตอบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ สามารถสังเกตได้ หรือวัดได้โดยใช้เครื่องมือที่เหมาะสมไม่ว่าการแสดงออกนั้นจะเกิดขึ้นภายในหรือภายนอก ร่างกายก็ตาม เช่น การร้องไห้ การวิ่ง การเดินของชีพ

ณรงค์ศักดิ์ ปันดิษฐ์โตและพจนกร ประกายบุญทวี (2555) ได้อธิบายว่า ของพฤติกรรมว่าเป็นการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าทัศนคติ ด้านพฤติกรรม หมายถึง การเรียนรู้สิ่งใหม่เข้ามาทดแทนสิ่งเก่าเกิดการตอบสนองตามความต้องการหรือคิดว่าสินค้านั้นเป็นสินค้าที่เรามีความต้องการและสามารถทำให้เห็นผลที่ออกมาได้อย่างชัดเจน



### ด้านการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ด

ชนนิกานต์ คงชื่นสิน (2560) ได้อธิบายว่า การตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนเกิดการตอบสนองความต้องการซึ่งขึ้นอยู่กับจุดมุ่งหมาย ความเชื่อ ค่านิยม ข้อผูกพันต่างๆ อิทธิพลและสิ่งแวดล้อมรอบข้าง ดังนั้นจึงเกิดกระบวนการการตัดสินใจต่าง ๆ

รุ่งนภา ชัยธนฤทธิ์ (2563) ได้อธิบายว่า ผู้บริโภคจะพิจารณาเลือกซื้อสินค้าหรือบริการที่พึงพอใจมากที่สุดเกิดการตัดสินใจซื้อเกิดขึ้นโดย ระยะเวลาในการเปรียบเทียบใช้เวลาานานหรือไม่ขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ และอาจมีปัจจัยอื่นที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อ เช่น ปัจจัยทางสังคมในการตัดสินใจซื้อ เครื่องสำอางยี่ห้อหนึ่งแต่คนใกล้ชิดใช้ยี่ห้อหนึ่งที่กำลังเป็นที่นิยมอยู่อาจส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนยี่ห้อได้

กรวภา อุดมชัยรัตน์ (2561) อธิบายว่าอาหารที่เป็นผลิตผลทางการเกษตรซึ่งไม่มีการใช้สารเคมีเป็นปุ๋ยหรือป้องกันกำจัดศัตรูพืชผ่านการแปรรูปน้อยที่สุดเพื่อคงลักษณะสรรพคุณลักษณะจากธรรมชาติสามารถรับประทานรวมในมื้ออาหารปกติได้ไม่ว่าจะเป็นอาหารมื้อเช้าอาหารมื้อมกลางวันอาหารมื้อมกลางวันอาหารมื้อมเย็นและอาหารว่าง

อุกฤษฏ์ เอื้อวัฒนสกุล (2558) อธิบายว่า กินเข้าไปแล้วมีประโยชน์และไม่เป็นพิษต่อร่างกายซึ่งการปนเปื้อนก็มีอยู่ 3 ทางด้วยกัน คือ “ปนเปื้อนเชื้อโรค” มีเชื้อจุลินทรีย์เข้าไปปะปนในอาหาร ไม่ว่าจะ เป็นอาหารที่ไม่สุก อาหารที่ค้างคืนมีแมลงวันตอมปรุงไม่สะอาด ก็นำมาซึ่งอาการท้องเดินได้ต่อมา “ปนเปื้อนจากพยาธิ” เช่น การทานอาหารที่สุกๆ ดิบๆ การทานอาหารที่ไม่ระมัดระวังเรื่อง ความสะอาดก็มีการปนเปื้อนพยาธิได้และสุดท้าย “ปนเปื้อนสารเคมี” เช่น กินผักที่ไม่ได้ล้างหรือล้างไม่สะอาด มียาฆ่าแมลงปะปนอยู่อาหารที่ใส่สีแต่ไม่ใช่สีผสมอาหารส่วนความหมายที่สอง คือ อาหารที่ถูกหลักโภชนาการ ถูกหลักโภชนาการ

วิภารดา เพ็ชรยิ้ม (2559) อธิบายว่าอาหารที่ผ่านกระบวนการปรุงแต่งน้อย มีคุณค่าทางโภชนาการสูง ให้คุณค่าแก่ผู้บริโภคเป็นสารอาหารที่ให้คุณประโยชน์ต่อผู้บริโภค

วรพรรณ เรื่องโชติช่วง (2559) อธิบายว่าพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นพฤติกรรมการปฏิบัติเกี่ยวกับการรับประทานอาหารที่บุคคลกระทำเป็นประจำได้แก่ชนิดของอาหารที่รับประทานเช่น การบริโภคอาหารหลัก 5 หมู่ การบริโภคอาหารที่ให้พลังงาน การบริโภคอาหารที่มีคุณค่าทาง โภชนาการน้อย และจำนวนมื้อของอาหารที่รับประทานในแต่ละวัน

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า กระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ด โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต MBA ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหงนั้นขึ้นอยู่กับนักศึกษาที่มีความต้องการควบคุมอาหารหรืออยากให้มีรูปร่างที่ดีขึ้นจึงตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ด เนื่องจากมีสารอาหารที่ครบ 5 หมู่ มีความสะอาดทำให้สุขภาพดีขึ้นจริง

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัฐภัทร วัฒนถาวร (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดของประชากรในกรุงเทพฯ ในการทำวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดของประชากรในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดที่ผ่านการทดสอบความเชื่อมั่นและความตรงเชิงเนื้อหา และมีการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ ผลการศึกษาพบว่าทัศนคติของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมยังสำคัญมาก และการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ด ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ชมพูนุท กิตติดุลยการ (2558) ศึกษาเรื่องการศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร) จากสถานการณ์การแข่งขันในตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่เปลี่ยนไปตามพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปซึ่งมาจากสภาวะการทำงานที่เร่งรีบและตระหนักถึงการดูแลสุขภาพของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นทำให้ผู้วิจัยเห็นความสำคัญที่จะศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครผลการศึกษาในงานวิจัยนี้จะแสดงข้อมูลในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อโดยจำแนกเป็นส่วนที่คล้ายคลึงกันซึ่งสามารถนำข้อมูลมาใช้ในการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การวางแผน ส่วนประสมทางการตลาด และการสื่อสารทางการตลาดที่สอดคล้องพฤติกรรมซื้อและกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

สมยศ อวเกียรติและสิทธิพร ประวัตรุ่งเรือง (2558) ศึกษาเรื่องการตัดสินใจและพฤติกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมทานของผู้บริโภคในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร วัตถุประสงค์สำหรับการวิจัยเรื่อง การตัดสินใจและพฤติกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมทานของผู้บริโภคในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อ การตัดสินใจ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่อายุ เพศ สถานภาพ อาชีพ การศึกษา รายได้ เฉลี่ยต่อเดือน เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมทานของผู้บริโภคในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร

อุบลรัตน์ ชมรัตน์(2558) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริม อาหารเพื่อสุขภาพชนิดแคปซูลของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและคุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพชนิดแคปซูล 16 และกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี่คือ คนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารชนิดนี้มารับประทาน โดยสุ่มตัวอย่างหลายแบบจำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีอาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้ระดับ 35,001-45,000 บาท นอกจากนี้ ผลการศึกษาพบว่า คนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นด้านปัจจัยด้านส่วนประสม การสื่อสารการตลาดและปัจจัยด้านคุณค่าตราสินค้าอยู่ในระดับ

ที่สูงผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการสื่อสารการตลาดและปัจจัยด้านคุณค่าตราสินค้าส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ

### วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง กระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต MBA ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยจึงใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยในส่วนของ การวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้จะเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาโครงการ MBA บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง ซึ่งทางผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนของประชากรที่อยู่ในกลุ่มนักศึกษาโครงการ MBA บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหงเป็นจำนวนที่แน่นอน จึงใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยการเปิดตารางของ Yamane (1973) โดยที่กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ที่ 0.05 จึงทำให้มีระดับความเชื่อมั่นที่ 95% โดยผลจากการเปิดตารางขนาดกลุ่มตัวอย่างพบว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะต้องทำการศึกษาจำนวน 400 ตัวอย่างและสุ่มตัวอย่างแบบ ไม่อาศัยความน่าจะเป็นด้วยวิธีการสุ่มแบบสะดวก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย

1. แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษาโครงการ MBA บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประกอบด้วยด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอายุ ด้านสภาพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนและด้านความถี่ในการบริโภคอาหารคลีนฟู้ด มีจำนวน 7 ข้อ เป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิดมีตัวเลือกคำตอบให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกตอบเพียงแค่ 1 คำตอบ

2. แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางวิถีการดำเนินชีวิตประกอบด้วย ด้านความสนใจ ด้านคิดเห็นและด้านกิจกรรม มีข้อคำถามทั้งหมด จำนวน 15 ข้อ กำหนดให้ กำหนดให้ 5 = ระดับความคิดเห็นมากที่สุด, 4 = ระดับความคิดเห็นมาก, 3 = ระดับความคิดเห็นปานกลาง, 2 = ระดับความคิดเห็นน้อย, 1 = ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

3.แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางทัศนคติประกอบด้วย ด้านความเข้าใจ ด้านความรู้สึก ด้านพฤติกรรม มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 10 ข้อกำหนดให้ กำหนดให้ 5 = ระดับความคิดเห็นมากที่สุด, 4 = ระดับความคิดเห็นมาก, 3 = ระดับความคิดเห็นปานกลาง, 2 = ระดับความคิดเห็นน้อย, 1 = ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

4. แบบสอบถามเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต MBA ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหงมีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 4 ข้อกำหนดให้ 5 = ระดับความคิดเห็นมากที่สุด, 4 = ระดับความคิดเห็นมาก, 3 = ระดับความคิดเห็นปานกลาง, 2 = ระดับความคิดเห็นน้อย, 1 = ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

5. แบบสอบถามปัญหาในการทำอาหารคลีนทานเองเป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต MBA ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง จำนวนข้อคำถาม 1 ข้อเป็นคำถามในลักษณะคำถามปลายเปิด

### การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และการบริโภคอาหารคลีนฟู้ดบ่อยแค่ไหน

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ปัจจัยทางวิถีการดำเนินชีวิต ปัจจัยทางทัศนคติและกระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต MBA ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง แสดงเป็นรายด้าน

#### 2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistic) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 วิถีการดำเนินชีวิตและทัศนคติที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต MBA ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตัวเดียวกับตัวแปรหลายตัวใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression)

### ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ด โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต MBA ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหงอยู่ในระดับความคิดเห็นระดับมากที่สุด

2. ผลการวิเคราะห์วิถีการดำเนินชีวิต ทัศนคติและกระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต MBA สามารถสรุปผลวิจัยได้ดังนี้

2.1 ด้านความสนใจ ด้านความคิดเห็น ด้านกิจกรรม ด้านความรู้สึกละและด้านพฤติกรรม มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ด ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต MBA

2.2 ด้านความเข้าใจ ไม่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ด ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต MBA

### อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ด โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต MBA ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหงอยู่ในระดับความคิดเห็นระดับมากที่สุด

1.1 กระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ด โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต MBA ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดมีความเห็นว่ากระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนฟู้ดต้องมีความสดและความสะอาดเป็นสิ่งที่ทำให้ตัดสินใจซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิถีมา พวงขวัญและยุทธนาท บุญยะชัย (2564) วิจัยเรื่อง การซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคผ่าน

เฟซบุ๊กโดยใช้ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ในจังหวัดนนทบุรี พบว่า อาหารคลีนในเฟซบุ๊กมีให้เลือกหลากหลายและเมื่อเปรียบเทียบกับช่องทางอื่นๆ อาหารคลีนตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคมากกว่า ทั้งคุณภาพ ราคา โปรโมชัน การจัดส่ง การให้บริการที่เป็นส่วนตัว และความปลอดภัยของข้อมูลทั้งความสะอาดของอาหารทำให้กลุ่มผู้บริโภคเลือกซื้อ

2. ผลการวิเคราะห์วิถีการดำเนินชีวิต ทักษะคิดและกระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต MBA

2.1 ผลการศึกษาพบว่า ด้านความสนใจ มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต MBA ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรินทร์ สุขเกษม (2560) วิจัยเรื่อง กระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนของประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็นมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนของประชาชนในจังหวัดสมุทรสาครเนื่องจากประชาชนมักออกกำลังการอย่างสม่ำเสมอ ประชาชนบริโภคอาหารคลีนโดยคำนึงถึงประโยชน์ต่อร่างกายและประชาชนคิดว่าการบริโภคอาหารที่ดีมีความสำคัญอย่างยิ่ง

2.2 ผลการศึกษาพบว่า ด้านความคิดเห็น มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต MBA ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุปรีภูฏา อินทรสาด และ นัสมล บุตรีวิเศษ (2563) วิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีต่อการจัดการสถานศึกษาของโรงเรียนสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบ ความคิดเห็นมีผลต่อความเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อการบริหารงานโรงเรียนระดับชั้นอนุบาล โรงเรียนปราโมทวิทยา รามอินทรมีความเห็นแผนการเรียน แผนการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยของนักเรียนที่ต่อกัน

2.3 ผลการศึกษาพบว่า ด้านกิจกรรม มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต MBA ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชราภรณ์ เมธีการย์ (2561) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของธุรกิจจำหน่ายเครื่องสำอางผ่านเฟซบุ๊ก พบว่า ทางร้านค้าออนไลน์การมีกิจกรรมทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและมีการส่งเสริมการขายลดราคา แจกแถมสินค้าหรืออาจมีการสมัครสมาชิกมีกิจกรรมเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับสิทธิพิเศษเป็นการเพิ่มยอดขายให้ร้านค้าบนเฟซบุ๊ก รวมทั้งการโฆษณาอย่างสม่ำเสมอเพื่อเพิ่มลูกค้าใหม่ เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายมากขึ้นรวมทั้งการลงโฆษณาบนเฟซบุ๊กเพื่อให้ ผู้บริโภคจดจำร้านได้แล้วนึกถึงเมื่อต้องการซื้อเครื่องสำอาง

2.4 ผลการศึกษาพบว่า ด้านความรู้สึกรู้สึก มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต MBA ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พงศธร สุรพัฒน์ (2560) วิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านทัศนคติและค่านิยมที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อรถยนต์มาสด้า 2 ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภครู้สึกว่าการขับรถยนต์มาสด้า 2 ทำให้มีความรู้สึก

ทันสมัยและผู้บริโภครู้สึกว่ารถยนต์มาสด้า 2 เป็นส่วนหนึ่งในการใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้หลากหลายความต้องการ

2.5 ผลการศึกษาพบว่า ด้านพฤติกรรม มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ด ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต MBA ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณรงค์ศักดิ์ ปันดิษฐ์โตและพจนกร ประกายบุญทวี (2555) วิจัยเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการซื้อโทรศัพท์มือถือของผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี พบว่า พฤติกรรมความพึงพอใจส่งผลให้การตัดสินใจซื้อโทรศัพท์ของผู้สูงอายุง่ายขึ้นเนื่องจากมีความสะดวกในการติดต่อสื่อสารในยุคนี้

2.6 ผลการศึกษาพบว่า ด้านความเข้าใจ ไม่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหาร คลีนฟู้ด ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต MBA ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ อรุณโรจน์ จิตรภิมย์ศร (2563) วิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มต่อการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตในทุกสรรพสิ่งของผู้ใช้เทคโนโลยีในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่า ผู้ใช้เทคโนโลยี มีการเปิดรับเครือข่ายสังคมออนไลน์และเว็บไซต์เพราะเป็นสื่อที่มีความ สะดวกและง่ายต่อการเข้าถึง มีการอัปเดตข้อมูลข่าวสารตามสถานการณ์อย่างทันทั่วที่แต่ยังขาดความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์สูงสุดและสามารถส่งต่อได้ง่ายทำให้คนส่วนใหญ่เลือกที่จะรับสารผ่านช่องทางเหล่านี้เป็นหลักจึงเสนอให้มีการนำ เสนอ ผ่านสื่อออนไลน์แต่ควรมีการควบคุมเนื้อหา เพราะการสื่อสารที่ดีจะทำให้เกิดการยอมรับและเกิดภาพลักษณ์ที่ดีเพิ่มมากขึ้น

### ข้อเสนอแนะ

1. จากการศึกษาปัจจัยวิถีการดำเนินชีวิต พบว่า วิถีการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ด้านความคิดเห็นและด้านกิจกรรม มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ด โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต MBA ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยหลักๆ คือ นักศึกษามีความต้องการให้รูปร่างที่ดีขึ้นเป็นอันดับแรก มีความเห็นว่าการตรวจสุขภาพประจำปีเป็นสิ่งจำเป็นและการรับประทานอาหารคลีนฟู้ดเป็นอาหารที่บ่งบอกถึงเรื่องสุขภาพที่ดี ดังนั้น ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องจึงควรให้ความสำคัญกับประเด็นดังกล่าว

2. จากการศึกษาปัจจัยทัศนคติ พบว่า ด้านความรู้สึก ด้านพฤติกรรม มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ด โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต MBA ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง และด้านความเข้าใจไม่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ด โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต MBA ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง

### ข้อเสนอแนะในวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ เพื่อมาเพิ่มที่จะส่งผลกระทบต่อผลต่อกระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ด โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต MBA ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง เพื่อที่นำมา เช่น ปัจจัยทางการตลาด ปัจจัยด้านแรงจูงใจและความพึงพอใจในการบริโภคอาหารคลีนฟู้ด เพื่อที่จะได้นำมาปรับปรุงในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

2. ควรเพิ่มประชากรที่ต้องการศึกษาที่มีความแตกต่างจากเดิม เช่น ประชากรในเขตพื้นที่ต่างๆ ที่อยากศึกษาเพิ่มเติมหรือเพิ่มกลุ่มประชากรเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความหลากหลาย

3. ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและอุปสรรคของการเลือกบริโภคอาหารฟู้ดเพื่อที่จะได้ว่าความสำเร็จในการรับประทานอาหารคลีนฟู้ดมีด้านใดบ้างและอุปสรรคในการรับประทานอาหารคลีนฟู้ดมีด้านใดบ้าง

### เอกสารอ้างอิง

กนกวรรณ คงธนาคมธัญกิจ.(2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพในรูปแบบ

**พร้อมทานของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**

จรรยาภรณ์ วงศ์อนุ.(2561). ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยว

**ล้นเมืองและพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย**

จิราพร กำจัดทุกข์.(2559). ความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร

ชนนิกานต์ คงชื่นสิน.(2560). การสื่อสารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารคลีนของผู้บริโภค

**ในเขตกรุงเทพมหานคร**

ฐิติมา พ่วงขวัญและยุทธนาท บุญยะชัย.(2564). การซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคโดยใช้อินเทอร์เน็ต

**ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ในจังหวัดนนทบุรี**

ณพคณา นัทธมน,วงศ์สวนนท์ ปรางค์ดีงามและคณะ.(2556). การศึกษารูปแบบชีวิตผ่านโมเดล LOVs

**และพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อตราสินค้าประเภทอุปกรณ์ไอทีแบบ**

**พกพาของ Generation ME ในอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี**

ทิพย์วรรณ ราชพิทักษ์.(2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรู้ความเข้าใจของนักบัญชีต่อการนำเสนอ

**การเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา: นักบัญชีในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล**

ธีรณัยน์ คำเป้า.(2557). การศึกษาสาระองค์ประกอบของภาพยนตร์โฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ที่ส่งผลต่อ

**ความตั้งใจ ความสนใจ ความต้องการ และการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ของผู้บริโภคในเขต**

**กรุงเทพมหานคร**

รุ่งนภา ชัยธนฤทธิ.(2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนทางช่องทางออนไลน์ของ

**ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**

อรุณโรจน์ จิตรภักดิ์.(2564). ปัจจัยด้านความรู้ ทักษะ และแนวโน้มต่อการใช้อินเทอร์เน็ต

**อินเทอร์เน็ตในทุกสรรพสิ่งของผู้ใช้เทคโนโลยีในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล**

อัครเดช ไม้จันทน์.(2560). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรม

**ติดตั้งเครื่องจักรสายการผลิตในจังหวัดสงขลา**

อุกฤษฏ์ เอื้อวัฒนสกุล.(2558). ทักษะและความเชื่อของครอบครัวความหวงใยในสิ่งแวดล้อม