

ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงาน ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

Factors Affecting the Clean Food Demand among Working-Age People in Mueang Nakhon Pathom District, Nakhon Pathom Province

กนกวรรณ เตยศิริ¹ ภัญญดา วัฒนฐากุล² และ ฉันทนา ปาปัดธา³
Kanokwan Teasiri¹ Pinyada Watthanathakun² and Chantana Papattha³

¹ ครู สาขาวิชาอาหารและโภชนาการ วิทยาลัยสารพัดช่างนครปฐม

¹ Teacher, Program in Food and Nutrition, Nakhon Pathom Polytechnic College
E-mail: kanokwan1199444@gmail.com

² ครู แผนกวิชาแฟชั่นและสิ่งทอ วิทยาลัยอาชีวศึกษานครปฐม

² Teacher, Program in Fashion and Textile, Nakhon Pathom Vocational College
E-mail: pinyadafern08@gmail.com

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

³ Assistant Professor, Faculty of Mass Communication Technology, Rajamangala University of
Technology Phra Nakhon E-mail: chantana.p@rmutp.ac.th

Received: 2024-10-20 Revised: 2025-01-29 Accepted: 2025-06-24



บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดของอาหารคลีน 2) ศึกษาพฤติกรรมของการบริโภคอาหารคลีน 3) ศึกษาความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงาน 4) เปรียบเทียบลักษณะประชากรกับความต้องการบริโภคอาหารคลีน 5) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อความต้องการบริโภคอาหารคลีน และ 6) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนมีผลต่อความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานที่อาศัยในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ที่มีอายุตั้งแต่ 19 – 60 ปี จำนวน 400 คน และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ส่วนประสมทางการตลาดของอาหารคลีน อยู่ในระดับมาก 2) พฤติกรรมของการบริโภคของอาหารคลีน อยู่ในระดับมาก 3) ความต้องการบริโภคอาหารคลีน อยู่ในระดับมาก 4) ลักษณะประชากรที่มีเพศต่างกันมีความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และอายุ อาชีพ รายได้ โรคประจำตัว และสถานภาพต่างกันมีความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐมไม่แตกต่างกัน 5) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อความต้องการบริโภคอาหารคลีน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ประกอบด้วย 3 ตัวแปร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมด้านการตลาด 6) พฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนมีผลต่อความต้องการบริโภคอาหารคลีน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: อาหารคลีน คนกลุ่มวัยทำงาน ความต้องการ



Abstract

The objectives of this study were to 1) examine the marketing mix of clean food, 2) investigate the behaviors of clean food consumption, 3) explore the demand for clean food among the working-age people, 4) compare demographic characteristics with the clean food demand, 5) analyze how the marketing mix factors affected the clean food demand, and, 6) study how clean food consumption behaviors influenced the clean food demand among the working-age people in Mueang Nakhon Pathom District, Nakhon Pathom Province. This was a quantitative study that used a questionnaire as a tool to collect data from a sample group of totaling 400 working-age people living in Mueang Nakhon Pathom District, Nakhon Pathom Province, aged between 19 to 60 years. The statistical methods used to analyze the data included frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, one-way analysis of variance, and multiple regression analysis. The findings were as follows:

1) The marketing mix of clean food was at a high level. 2) The behavior of clean food consumption was at a high level. 3) The demand for clean food was at a high level. 4) Demographic characteristics, such as; gender, showed a statistically significant difference in the clean food demand at the .05 level. However, factors, such as; age, occupation, income, chronic diseases, and marital status did not show significant differences in the clean food demand among the working-age people in Mueang Nakhon Pathom District, Nakhon Pathom Province. 5) The marketing mix factors had a statistically significant effect on the clean food demand at the .05 level, which included three variables: product, distribution channels, and marketing promotion. 6) Clean food consumption behaviors had a statistically significant effect on the clean food demand at the .05 level.

Keywords: Clean Food, Working-Age People, Demand

1. บทนำ

สภาพสังคมไทยในปัจจุบันเต็มไปด้วยมลพิษต่างๆ ที่มนุษย์ต้องเผชิญจากสิ่งแวดล้อมอยู่ตลอดเวลา ทั้งในอาหาร อากาศ น้ำ ซึ่งเป็นต้นเหตุแห่งความเจ็บป่วย ปัญหาเกี่ยวกับการดำรงชีวิตในสังคมไทยที่มีการเปลี่ยนแปลงและแข่งขันกันตลอด ทำให้มนุษย์เป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติและสังคมจะต้องเรียนรู้วิธีการที่จะปรับตัวเพื่อให้สามารถดำรงชีวิตให้เข้ากับสถานการณ์และสภาพ

สังคมภายใต้สภาพแวดล้อมใหม่ที่มีอัตราการแข่งขัน รวมถึงการดำรงชีวิตที่รีบเร่ง ขาดความเอาใจใส่ดูแลสุขภาพของตนเอง นอกจากนี้ การละเลยการบริโภคและสิ่งที่จำเป็นเห็นได้ชัดเจนในยุคปัจจุบัน เรื่องของการบริโภคอาหาร ซึ่งมีวัฒนธรรมการกินที่เปลี่ยนไปจากเดิม เช่น การทานอาหารนอกบ้าน และให้ความสำคัญของอาหารปรุงสำเร็จ รวมถึง อาหารเร่งด่วน ซึ่งอาหารเหล่านี้เป็นอาหารที่มีปริมาณไขมันมาก หากมีการบริโภคในปริมาณที่มากเกินไปก็ส่งผลกระทบต่อให้กับร่างกาย โดยก่อให้เกิดโรคอ้วน โรคเบาหวาน โรคกระดูกพรุน โรคหัวใจ โรคไขมันในเลือดสูง โรคมะเร็ง และอื่นๆ และส่งผลกระทบต่อไปยังระบบเศรษฐกิจโดยรวมในเรื่องของการรักษาพยาบาล ซึ่งนับวันปริมาณของผู้ป่วยด้วยโรคเหล่านี้มีอัตราเพิ่มสูงขึ้น มีสาเหตุจากรูปแบบวัฒนธรรมการกิน รวมถึงพฤติกรรมในการบริโภคที่เปลี่ยนไป ดังนั้น เพื่อการมีสุขภาพที่แข็งแรง อันจะนำมาซึ่งคุณภาพชีวิตที่ดีจำเป็นอย่างยิ่ง ที่ต้องทำความเข้าใจให้ถูกต้องเกี่ยวกับเรื่องอาหารการกิน การเลือกรับประทานอาหารในปริมาณที่เหมาะสมได้แล้ว อาหารก็จะเป็นไปได้ทั้งการรักษาโรคและยาป้องกันโรคอีกด้วย [1]

ประชากรกลุ่มวัยทำงานเป็นกลุ่มประชากรที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศช่วยขับเคลื่อนสังคมและเศรษฐกิจและเป็นกลุ่มที่ต้องดูแลประชากรในกลุ่มวัยอื่นๆ ที่อยู่ในภาวะพึ่งพิง ซึ่งการมีสุขภาพที่ดีในวัยทำงานจึงเป็นสิ่งสำคัญ แต่ประชากรกลุ่มวัยทำงานส่วนใหญ่ใช้เวลาในการทำงานไม่น้อยกว่า 40 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ หากไม่มีการดูแลสุขภาพของตนเองที่เหมาะสมจะส่งผลให้เกิดความเสี่ยงด้านสุขภาพ ซึ่งจากการสำรวจประชาชนไทย โดยสถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข พบว่าคนวัยทำงานที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป มีดัชนีมวลกาย (BMI) อยู่ในเกณฑ์ปกติเพียง ร้อยละ 36.43 มีภาวะอ้วน ร้อยละ 37.5 พบโรคความดันโลหิตสูงร้อยละ 24.7 โรคเบาหวาน ร้อยละ 8.9 ภาวะไขมันในเลือดสูง ร้อยละ 16.4 และจากการสำรวจระดับกิจกรรมทางกายในประเทศไทย โดยศูนย์พัฒนาองค์ความรู้ด้านกิจกรรมทางกายประเทศไทย ในปี 2563 พบว่า ประชาชนวัยทำงานอายุ 18-59 ปี มีกิจกรรมทางกายเพียงพอลดลงเหลือร้อยละ 54.7 จากปี 2562 ที่มีกิจกรรมทางกายเพียงพอ ร้อยละ 74.6 และข้อมูลจากการสำรวจด้านโภชนาการ ปี 2564 พบว่า คนไทยอายุ 18-59 ปี เป็นคนอ้วนระดับ 1 คือมีค่า BMI 25-29.9 ร้อยละ 20.31 และอ้วนระดับ 2 คือมีค่า BMI มากกว่าหรือเท่ากับ 30 ร้อยละ 6.22 ผู้ที่เป็นโรคอ้วนจึงมีความเสี่ยงต่อการเกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง [2]

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาจึงสนใจเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการบริโภคอาหารคลีน ของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม เพื่อทราบถึงส่วนประสมทางการตลาด (4Cs) พฤติกรรมของการบริโภคอาหารคลีนในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ปัจจัยส่วนบุคคลกับความต้องการบริโภคอาหารคลีน และปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการบริโภคอาหารคลีน

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดของอาหารคลีนในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมบริโภคอาหารคลีนในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

2.3 เพื่อศึกษาความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

2.4 เพื่อเปรียบเทียบลักษณะประชากรกับความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

2.5 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

2.6 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนมีผลต่อความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

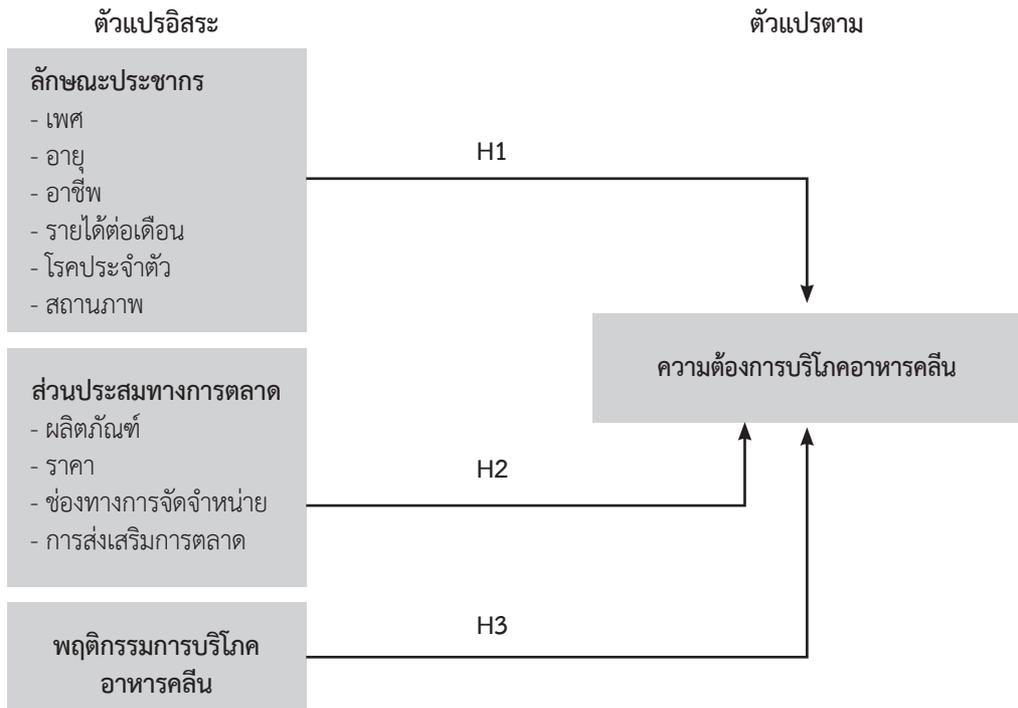
3. สมมติฐานของการวิจัย

3.1 ลักษณะประชากรต่างกันมีความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐมแตกต่างกัน

3.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

3.3 พฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนที่มีผลต่อความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

4. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดเป็นระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชาชนวัยทำงานที่อาศัยอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ที่มีอายุระหว่าง 19 – 60 ปี ซึ่งมีประชากรทั้งสิ้น 921,882 คน [3]

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชาชนที่อาศัยในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ที่มีอายุตั้งแต่ 19 – 60 ปี โดยผู้ศึกษาทำการกำหนดขนาดและสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) ได้แก่

ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดขนาดตัวอย่าง การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ .05 หรือ $\pm 5\%$ หรือมีค่าความน่าเชื่อถือที่ 95% ด้วยวิธีการเปิดตารางกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane [4] ซึ่งหาก ประชากรมีจำนวนมาก 100,000 คน ขึ้นไป ให้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ดังนั้น จากประชากรอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม 8,479,022 คน ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็น 400 คน

ขั้นตอนที่ 2 การเลือกตัวอย่างประชากรในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ด้วยวิธีการคัดเลือกตัวอย่างเจาะจง (Purposive Sampling) และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยอาศัยความสมัครใจของผู้ให้ข้อมูล

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการแจกแบบสอบถาม และแบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

4.2.1 ลักษณะเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ แบบสอบถามที่ประกอบด้วยแบบสอบถามปลายปิดและปลายเปิด โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน โรคประจำตัว และสถานภาพครอบครัว มีลักษณะแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ซึ่งเป็นข้อมูลระดับนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ตอนที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาดของอาหารคลีนในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีลักษณะแบบสอบถามแบบมาตราอัตราภาคขั้น (Interval Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale) ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีลักษณะแบบสอบถามแบบมาตราอัตราภาคขั้น (Interval Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale) ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ความต้องการบริโภคอาหารคลีนในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีลักษณะแบบสอบถามแบบมาตราอัตราภาคขั้น (Interval Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale) ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นเพิ่มเติม มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิดที่เปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างสามารถแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมได้

4.2.2 การหาคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถามและหาคุณภาพของแบบสอบถามตามขั้นตอน ดังนี้

1) การหาความตรงเชิงเนื้อหา โดยการประเมินความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย ด้วยการประเมินหาค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) โดยอาศัยผู้ทรงคุณวุฒิในการประเมินความเหมาะสมของข้อคำถาม จำนวน 3 คน เมื่อทำการวิเคราะห์ความสอดคล้องเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา และกำหนดให้ทุกข้อคำถามต้องมีค่า IOC มากกว่า 0.50 ขึ้นไป ผลจากการประเมินความตรงเชิงเนื้อหา พบว่า คำถามทุกข้อมีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยมีค่าคำนวณระหว่าง 0.67 – 1.00 และมีข้อเสนอแนะเพื่อการปรับแก้คำถามเพื่อให้คำถามมีความสมบูรณ์มากขึ้น ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับแก้คำถามตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิก่อนจัดทำเป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปทดลองใช้

2) การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยการนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปทดลองใช้ (Try Out) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง จำนวน 30 คน และเมื่อรวบรวมข้อมูลแล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของชุดแบบสอบถาม โดยกำหนดให้แบบสอบถามทั้งฉบับมีความเชื่อมั่นที่ 0.80 ขึ้นไป ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น พบว่า แบบสอบถามทั้งฉบับมีความเชื่อมั่นที่ .936 ซึ่งถือว่ามีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูงมาก สามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้

4.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามออนไลน์ โดยมีขั้นตอนดำเนินการ ดังนี้

4.3.1 จัดเตรียมแบบสอบถามออนไลน์ด้วย Google form เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

4.3.2 แจกแบบสอบถามออนไลน์ด้วยวิธีการฝากลิงค์กับกลุ่มคนวัยทำงานในนครปฐม ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่าง 25 กันยายน 2567 – 7 ตุลาคม 2567 โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

4.3.3 ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ให้ได้ครบตามจำนวนที่กำหนด ขนาดตัวอย่างไว้ จำนวน 400 ชุด

4.3.4 ดาวนโหลดไฟล์ที่นำไปแปลงค่าและทำการวิเคราะห์ข้อมูล

4.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.4.1 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน มีรายละเอียดดังนี้

1) การวิเคราะห์ปัจจัยลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ต่อเดือน โรคประจำตัวและสถานภาพครอบครัว โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

2) การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด พฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีน และความต้องการการบริโภคอาหารคลีน ด้วยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2556) [5]

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

4.4.2 การทดสอบสมมติฐาน

1) การเปรียบเทียบปัจจัยลักษณะทางประชากรกับความต้องการบริโภคอาหารคลีน และตัวแปรที่มีตัวแปรย่อยมากกว่า 2 ตัวแปร ได้แก่ เพศและสถานภาพ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการทดสอบ ค่าเอฟ (F-test) ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และทำการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยด้วยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญ .05

2) การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาด (4Cs) และพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) แบบปกติ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

3) การวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนมีผลต่อความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลการถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย (Simple Linear Regression) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

5. ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม พบว่า ลักษณะทางประชากร พบว่า เป็นเพศหญิง และเพศชาย ร้อยละ 50 เท่ากัน ส่วนใหญ่ อายุ 20 - 30 ปี ร้อยละ 77.0 อาชีพส่วนใหญ่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 45.5 รายได้ส่วนใหญ่ น้อยกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 54.3 ส่วนใหญ่ไม่มีโรคประจำตัว และส่วนใหญ่เป็น โสด ร้อยละ 75.8

5.1 ผลการศึกษาส่วนประสมทางการตลาด การบริโภคอาหารคลีนในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดของการบริโภคอาหารคลีนในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

ส่วนประสมทางการตลาดของการบริโภคอาหารคลีน ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม	ระดับ		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.38	0.66	มาก
- สินค้ามีความหลากหลาย	4.36	.768	มาก
- สินค้ามีคุณค่าทางโภชนาการ	4.38	.740	มาก

ส่วนประสมทางการตลาดของการบริโภคอาหารคลีน ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม	ระดับ		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
- สินค้ามีความสะอาด สดใหม่ ถูกหลักอนามัย	4.41	.751	มาก
- รสชาติอาหารอร่อย	4.34	.803	มาก
- การคัดสรรวัตถุดิบดี เช่น ผักปลอดสารเคมี ข้าวไม่ขัดสี	4.40	.735	มาก
ปัจจัยด้านราคา	4.27	0.70	มาก
- ราคาเหมาะสมปริมาณ	4.25	.775	มาก
- ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.29	.775	มาก
- ราคาอาหารเพื่อสุขภาพมีความเหมาะสม	4.29	.783	มาก
- ราคาสินค้าคงที่และไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย	4.24	.767	มาก
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.21	0.70	มาก
- ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเข้าถึงหรือการเดินทาง	4.17	.816	มาก
- มีสาขาหรือตัวแทนจำหน่ายสินค้าทั่วถึง	4.22	.798	มาก
- สามารถค้นหาหรือติดต่อร้านอาหารได้ง่าย	4.22	.780	มาก
- มีความสะดวกในการสั่งซื้อล่วงหน้าหรือซื้อผ่านทางออนไลน์	4.22	.827	มาก
ปัจจัยด้านส่งเสริมด้านการตลาด	4.09	0.71	มาก
- มีกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอ เช่น การลด แลก แจก แถม เป็นต้น	4.24	.795	มาก
- มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้านและสินค้าให้เป็นที่รู้จักอย่าง ต่อเนื่อง	4.24	.795	มาก
- การแนะนำสินค้าใหม่ หรือ นำเสนอสินค้าที่ตรงกับ ความต้องการลูกค้า	4.19	.812	มาก
- มีสิทธิพิเศษของสมาชิก	3.70	1.067	มาก
รวม	4.09	0.71	มาก

จากตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดต่อการบริโภคอาหารคลีนในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.09 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ด้านราคา อยู่ในระดับมาก ด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ด้านการส่งเสริมด้านการตลาด อยู่ในระดับมาก

5.2 ผลการศึกษาพฤติกรรมของการบริโภคอาหารคลีนในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมของการบริโภคอาหารคลีนในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

ส่วนประสมทางการตลาดของการบริโภคอาหารคลีน ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม	ระดับ		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
- ท่านบริโภคอาหารคลีน 3 มื้อต่อวัน	3.81	.941	มาก
- ความถี่ในรับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพ	3.83	1.021	มาก
- ท่านซื้ออาหารคลีนมากกว่า 1 ชนิดต่อครั้ง	4.12	.887	มาก
- ท่านเลือกซื้ออาหารโดยพิจารณาความสะอาดของร้าน และผู้ขาย	3.96	.917	มาก
- ท่านมีความตั้งใจในการรับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพ	3.84	.986	มาก
- ท่านมักเลือกรับประทานอาหารคลีนที่ร้านอาหาร	3.85	1.018	มาก
- ท่านเลือกซื้ออาหารคลีนผ่านทางออนไลน์	3.85	1.007	มาก
- ท่านรับประทานอาหารคลีนตามที่โฆษณาในโทรทัศน์ หรือสื่อออนไลน์	3.86	.948	มาก
- ในการเลือกรับประทานอาหารคลีนท่านใช้จ่าย มากกว่า 300 บาทต่อครั้ง	4.38	.792	มาก
ภาพรวม	3.94	0.77	มาก

จากตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมของการบริโภคของอาหารคลีนของนครปฐม จังหวัดนครปฐม พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.94 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย พบว่า ในการเลือกรับประทานอาหารคลีนท่านใช้จ่ายมากที่สุด 4.38 ท่านซื้ออาหารคลีนมากกว่า 1 ชนิดต่อครั้ง 4.12 ท่านเลือกซื้อพิจารณาความสะอาดของร้านและผู้ขาย 3.96 ท่านรับประทานอาหารคลีนตามที่โฆษณา หรือสื่อออนไลน์ 3.86 ท่านเลือกซื้ออาหารคลีนผ่านทางออนไลน์ 3.85 รับประทานอาหารคลีนที่ร้านอาหาร 3.85 ท่านมีความตั้งใจในการรับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพ 3.84 ความถี่ในรับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพ 3.83 ท่านบริโภคอาหารคลีน 3 มื้อต่อวัน 3.81 ตามลำดับ

5.3 ผลการศึกษาความต้องการบริโภคอาหารคลีนในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการบริโภคอาหารคลีนในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

ส่วนประสมทางการตลาดของการบริโภคอาหารคลีน ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม	ระดับ		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
- เน้นความสะอาดในกระบวนการผลิต	4.38	.792	มาก
- ใช้วัตถุดิบปลอดสารพิษในการประกอบอาหาร	4.34	.809	มาก
- เลือกไม่ใส่สารปรุงแต่งอาหารที่เป็นอันตรายต่อร่างกายและ เครื่องรศที่มากเกินไป เช่น ผงชูรส เกลือ	4.29	.843	มาก
- มีการระบุปริมาณแคลอรีและรู้คุณค่าทางโภชนาการ อย่างละเอียดและสามารถเชื่อถือได้	4.30	.835	มาก
- มั่นใจในความสด สะอาด ปลอดภัยของอาหารคลีน	4.34	.807	มาก
- คุ่มค่าและเหมาะสมกับราคา	4.35	.815	มาก
- รสชาติถูกปาก	4.35	.848	มาก
ภาพรวม	4.34	0.73	มาก

จากตารางที่ 3 ความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.34 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย พบว่า เน้นความสะอาดในกระบวนการผลิต 4.38 ใช้วัตถุดิบปลอดสารพิษในการประกอบอาหาร 4.34 มั่นใจในความสด สะอาด ปลอดภัยของอาหารคลีน 4.34 รสชาติถูกปาก 4.35 คุ่มค่าและเหมาะสมกับราคา 4.35 มีการระบุปริมาณแคลอรีและรู้คุณค่าทางโภชนาการอย่างละเอียดและสามารถเชื่อถือได้ 4.30 เลือกไม่ใส่สารอาหารที่เป็นอันตรายต่อร่างกายและเครื่องรศที่มากเกินไป เช่น ผงชูรส 4.29 ตามลำดับ

5.4 ผลการเปรียบเทียบลักษณะประชากรกับความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบลักษณะประชากรกับความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
เพศต่างกันมีความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05	ยอมรับ
อายุต่างกันมีความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐมไม่แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
อาชีพต่างกันมีความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐมไม่แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
รายได้ต่อเดือนต่างกันมีความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐมไม่แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
โรคประจำตัวต่างกันมีความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐมไม่แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สถานภาพต่างกันมีความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐมไม่แตกต่างกัน	ปฏิเสธ

จากตารางที่ 4 เพศต่างกันมีความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน โรคประจำตัวและสถานภาพ ต่างกันมีความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ 1 เฉพาะลักษณะประชากรด้านเพศ

5.5 ผลการศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดมีผลต่อความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

ตารางที่ 5 วิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std.Error	Beat	t	Sig.
	ค่าคงที่ (Constant)	.638	.182		3.515	.000*
	ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	.387	.060	.353	6.470	.000*
ความต้องการบริโภคอาหารคลีน	ด้านราคา (Price)	.072	.062	.070	1.172	.242
	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	.261	.066	.250	3.958	.000*
	ด้านส่งเสริมด้านการตลาด (Promotion)	.147	.060	.143	2.450	.015*
R = .720		R ² = .518		Adj R ² = .514		Std Error = .50604
F = 106.315		Sig = .000*				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณมีค่า .720 (R) และ กำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณมีค่า .50604 (std Error.) แสดง ตัวแปรพยากรณ์ 4 ตัว ร่วมกันพยากรณ์ด้านความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐมมีค่า .518 (R²) และผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเกณฑ์และตัวแปรพยากรณ์ทั้ง 3 ตัวแปร มีความสัมพันธ์กันในเชิงเส้นตรง และสามารถสร้างตัวแปรพยากรณ์ที่ส่งผลต่อด้านความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ 2 ประกอบด้วย 3 ตัวแปร ได้แก่

1) ด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลทางบวกต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่งผลทางบวกกับด้านความต้องการบริโภคอาหารคลีนเพิ่มขึ้น เพิ่มขึ้นร้อยละ 38.7

2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่งผลทางบวกกับด้านความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่งผลทางบวกกับด้านความต้องการบริโภคอาหารคลีนเพิ่มขึ้น เพิ่มขึ้นร้อยละ 26.1

3) ด้านส่งเสริมด้านการตลาดส่งผลทางบวกกับด้านความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยด้านส่งเสริมด้านการตลาดส่งผลทางบวกกับด้านความต้องการบริโภคอาหารคลีนเพิ่มขึ้น เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.7

5.6 ผลการศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารคลีนที่มีผลต่อความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นอย่างง่ายของพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารคลีนที่มีผลต่อความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
ความต้องการบริโภคอาหารคลีน	ค่าคงที่ (Constant)	2.151	.154		13.971	.000*
	พฤติกรรม (behavior)	.554	.038	.587	14.453	.000*
	ด้านราคา (Price)	.072	.062	.070	1.172	.242
R = .587		R ² = .345		Adj R ² = .343		Std Error = .58871
F = 208.899		Sig = .000*				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 6 แสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย (Simple Linear Regression) พฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนมีผลต่อความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมีค่า .587 (R) และ กำลังสองของค่าสหสัมพันธ์เชิงเส้นตรงมีค่า .345 (std Error.) สามารถพยากรณ์ด้านพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนมีผลต่อความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า .345 (R²) และผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงความสัมพันธ์กันในเชิงเส้นตรงว่าต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนมีผลต่อความต้องการบริโภคอาหาร คลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนมีผลต่อความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม เพิ่มขึ้นร้อยละ 55.4 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ 3

6. สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

6.1 สรุปผลการวิจัย

6.1.1 ส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.40 ด้านราคา ด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.27 ด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.21 ด้านการส่งเสริมด้านการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.09

6.1.2 พฤติกรรมของการบริโภคอาหารคลีนในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก

6.1.3 ความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก

6.1.4 ลักษณะประชากรที่มีเพศต่างกันมีความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และอายุ อาชีพ รายได้ โรคประจำตัว และสถานภาพ ต่างกันมีความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐมไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานเฉพาะลักษณะประชากรด้านเพศ ส่วนลักษณะประชากรด้านอื่นไม่แตกต่างกัน

6.1.5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อความต้องการบริโภคอาหารคลีน ของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม สอดคล้องกับสมมติฐานในองค์ประกอบ 3 ปัจจัย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านส่งเสริมด้านการตลาด

6.1.6 พฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนมีผลต่อความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานของผู้วิจัย

6.2 อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

6.2.1 ส่วนประสมทางการตลาดการบริโภคอาหารคลีนในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องมาจากอาหารคลีนเป็นหนึ่งในแนวโน้มการบริโภคที่ได้รับความนิยมมากในกลุ่มคนรักสุขภาพ โดยมีการศึกษาในหลายมิติ เช่น การตลาด การเลือกผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับแนวคิดของ เอกภพ แพรขาว [6] ที่พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารคลีน คือ ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และความสะดวก ซึ่งส่งผลอย่างมากต่อการเลือกซื้ออาหารคลีนในกลุ่มคนทำงาน เพราะคนกลุ่มนี้มีเวลาในการเตรียมอาหารจำกัด จึงมักเลือกซื้อจากร้านอาหารหรือช่องทางออนไลน์ และสอดคล้องกับการศึกษาของ วชิราภรณ์ พัดเกิด [7] ที่ได้รับพบว่า ปัจจัยต่าง ๆ ในส่วนประสมทางการตลาด เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา และการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนในกลุ่มผู้บริโภควัยทำงาน โดยเฉพาะในแง่ของการสร้างการรับรู้และความเข้าใจในคุณค่าของอาหารคลีน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Pérez และ Fernández [8] พบว่าการตลาดที่มุ่งเน้นคุณค่าทางโภชนาการและการเข้าถึงผลิตภัณฑ์อาหารคลีนผ่านช่องทางที่หลากหลายมีอิทธิพลสำคัญต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่มีคุณภาพ ผู้บริโภคที่ได้รับข้อมูลและการส่งเสริมที่ถูกต้องมีแนวโน้มที่จะเลือกบริโภคอาหารคลีน มากขึ้น

6.2.2 พฤติกรรมของการบริโภคอาหารคลีนในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมากสอดคล้องกับแนวคิดของวรพรรณ บวรฤทธิเดช [9] ยืนยันว่า ผู้บริโภคที่มีความรู้เกี่ยวกับโภชนาการและสุขภาพมักจะเลือกบริโภคอาหารคลีนเป็นทางเลือกหลักในการดูแลสุขภาพของตน และสอดคล้องกับการศึกษาของ Wang & Li (2019) [10] ที่ระบุว่า ผู้บริโภคในเขตเมืองมีแนวโน้มที่จะเลือกบริโภคอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูง และมีความสนใจในสุขภาพเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มคนวัยทำงานที่มักมองหาอาหารที่ช่วยในการดูแลสุขภาพและรูปร่าง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Thompson & Smith [11] พบว่า พฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนถูกกระตุ้น โดยการเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับโภชนาการและการส่งเสริมจากผู้ขายอาหาร ความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของอาหารคลีนทำให้ผู้บริโภคมีความตั้งใจในการเลือกซื้ออาหารที่ดีต่อสุขภาพมากขึ้น และการตลาดที่มุ่งเน้นความใส่ใจในสุขภาพยังเป็นปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีน

6.2.3 ความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องมาจากความตระหนักในเรื่องสุขภาพที่สูงขึ้น และแนวโน้มการเลือกอาหารที่ดีต่อสุขภาพ สอดคล้องกับการศึกษาของชนนิกันต์ คงชื่นสิน [12] ที่พบว่า ความต้องการบริโภคอาหารคลีนเพิ่มขึ้นเนื่องจากกลุ่มนี้มีการรับรู้ถึงความสำคัญของการดูแลสุขภาพและลดความเสี่ยงในการเกิดโรคต่าง ๆ อย่างเช่น โรคอ้วน โรคหัวใจ และเบาหวาน ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความต้องการคือ คุณภาพของอาหารที่สะอาด ปลอดภัย และใช้วัตถุดิบธรรมชาติ และสอดคล้องกับการศึกษาของ Hasan, Arefin, & Mostafa (2020) [13] ที่พบว่าคน

วัยทำงานมีความตระหนักในสุขภาพมากขึ้น และมักมองหาอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ การเลือกบริโภคอาหารคลีนจึงกลายเป็นทางเลือกที่สำคัญสำหรับกลุ่มนี้ เพื่อให้สามารถรักษาสุขภาพ และพลังงานในการทำงานได้ดีขึ้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Roberts & Smith [14] ระบุว่า ความต้องการบริโภคอาหารคลีนในกลุ่มผู้บริโภควัยทำงานเพิ่มขึ้น เนื่องจากความนิยมในอาหารที่ดีต่อสุขภาพและการรับรู้ถึงความสำคัญของโภชนาการ การสร้างความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของอาหารคลีนและการเข้าถึงผลิตภัณฑ์เหล่านี้จึงมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อและบริโภคอาหารคลีนในกลุ่มวัยทำงาน

6.2.4 ลักษณะประชากร ได้แก่ เพศต่างกันมีความต้องการบริโภคอาหารคลีนของ คนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับการศึกษาของ ชนัญญา พรศักดิ์วิวัฒน์ [15] พบว่า กลุ่มวัยทำงานที่มีรายได้สูงมักเลือกบริโภคอาหารคลีนมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ต่ำ เนื่องจากอาหารคลีนมีราคาสูงกว่า การบริโภคอาหารทั่วไป การเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับโภชนาการและอาหารคลีนก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยกระตุ้นความต้องการบริโภคในกลุ่มนี้ นอกจากนี้ Patel, et al. [16] ยังพบว่าผู้หญิงมีแนวโน้มที่จะให้ความสำคัญกับสุขภาพและโภชนาการมากกว่าผู้ชาย ส่งผลให้ผู้หญิงมักเลือกบริโภคอาหารคลีนมากกว่า นอกจากนี้ การศึกษาแสดงให้เห็นว่าผู้หญิงมักจะใส่ใจในรายละเอียดเกี่ยวกับส่วนผสม และคุณค่าทางโภชนาการของอาหารมากกว่าผู้ชาย และณัฐธัญญา นำเมือง [17] ยืนยันถึงความแตกต่างในความต้องการบริโภคอาหารคลีนระหว่างเพศ โดยระบุว่าผู้ชายมักมองหาอาหารที่สะดวกและรวดเร็ว ขณะที่ผู้หญิงมีแนวโน้มที่จะเลือกอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพมากกว่า การศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าความต้องการบริโภคอาหารคลีนมีความสัมพันธ์กับแนวทางการดูแลสุขภาพที่แตกต่างกันในแต่ละเพศ และอายุ อาชีพ รายได้ โรคประจำตัว และสถานภาพ มีความต้องการบริโภคอาหารคลีนของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐมไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของชนัญญา พรศักดิ์วิวัฒน์ [15] พบว่า เรื่องสุขภาพ ทักษะในการดูแลสุขภาพของบุคคลต่อสิ่งเร้าที่เกิดขึ้นที่จะเกิดขึ้นจะส่งผลต่อสุขภาพจะดีหรือไม่ดีขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมและสิ่งที่เรารับประทาน เป็นต้น เนื่องจาก อายุ เล็งเห็นเรื่องสุขภาพมีความสำคัญและเน้นในเรื่องความสะอาดเป็นหลัก อาชีพ เห็นถึงความสำคัญเพราะเป็นวัยที่ต้องดูแลสุขภาพเพราะเป็นวัยทำงานที่ต้องใช้กำลังสมองและกำลังกาย รายได้ เป็นช่วงวัยที่มีกำลังการซื้อ เข้าถึงได้ง่าย มีรายได้ประจำและมีความต้องการควบคุมน้ำหนัก โรคประจำตัว เป็นช่วงวัยที่ต้องดูแลตัวเองให้สุขภาพดีไม่เช่นนั้นจะส่งผลกระทบยาวในอนาคต และสถานภาพ ในปัจจุบันผู้คนให้ความสนใจเรื่องการดูแลสุขภาพรวมถึงคนในครอบครัวมากขึ้น จึงไม่มีความแตกต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของ Kim & Park [18] ที่ระบุว่าปัจจัยทางประชากรศาสตร์ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารคลีนในกลุ่มวัยทำงาน เนื่องจากคนกลุ่มนี้มักมีความตระหนักในสุขภาพและความต้องการในการเลือกอาหารที่ดีต่อสุขภาพอย่างเท่าเทียมกัน และสอดคล้องกับการศึกษาของ Johnson

& Taylor [19] พบว่าการเลือกบริโภคอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูงไม่ขึ้นอยู่กับปัจจัยเช่น อายุและรายได้ แต่ขึ้นอยู่กับความรู้เกี่ยวกับสุขภาพและโภชนาการของผู้บริโภค ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ความต้องการบริโภคอาหารคลีนเป็นผลจากความเข้าใจในคุณค่าของอาหารมากกว่าปัจจัยทาง ลักษณะประชากร

6.2.5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อความต้องการบริโภคอาหารคลีน ของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม พบว่า ประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมด้านการตลาด เนื่องจากอาหารคลีน ในปัจจุบันค่อนข้างมีความหลากหลาย มีทางเลือกให้กับผู้บริโภคมากขึ้น ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคเนื่องจากการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ทำให้การเข้าถึงสินค้าได้ง่าย และรวดเร็วมากขึ้น รวมถึงด้านส่งเสริมทางการตลาด ที่ปัจจุบันมีการประชาสัมพันธ์ได้หลากหลาย ช่องทางในโลกออนไลน์ที่ผู้คนเข้าถึงได้ง่ายมากขึ้นสอดคล้องกับแนวคิดของชลดดา พันธุ์ประมุล [20] พบว่า การส่งเสริมการตลาดที่หลากหลายและเข้าถึงง่าย เช่น การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย การให้ข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับคุณประโยชน์ของอาหารคลีนผ่านช่องทางออนไลน์ และการสร้าง แปรนด์ที่น่าเชื่อถือ จะช่วยเพิ่มความสนใจและกระตุ้นให้กลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม หันมาบริโภคอาหารคลีนมากขึ้น โดยเฉพาะเมื่อสอดคล้องกับไลฟ์สไตล์และงบประมาณที่จำกัด ของกลุ่มเป้าหมาย ด้านผลิตภัณฑ์ วิเคราะห์ตามความต้องการของผู้บริโภค เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่ยังคงคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย วิเคราะห์ช่องทางการ จัดจำหน่าย ขยายเครือข่ายและสร้างกลยุทธ์ที่สามารถเข้าถึงลูกค้ารวมถึงเทคโนโลยี และสอดคล้อง กับการศึกษาของ เปรมยศ ประสมศักดิ์ [21] พบว่าคุณภาพของผลิตภัณฑ์และความหลากหลาย ของสินค้าในกลุ่มอาหารคลีนมีผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค นอกจากนี้ การส่งเสริมการตลาดที่มีประสิทธิภาพสามารถกระตุ้นความสนใจและการเลือกซื้ออาหารคลีนได้ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Liu & Wang [22] แสดงให้เห็นว่าช่องทางการจัดจำหน่าย ที่หลากหลาย เช่น การจำหน่ายออนไลน์และการจำหน่ายผ่านซูเปอร์มาร์เก็ต มีผลสำคัญต่อการ เข้าถึงอาหารคลีนและความต้องการบริโภค โดยเฉพาะในกลุ่มคนวัยทำงานที่มีกมีเวลาจำกัด

6.2.6 พฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนมีผลต่อความต้องการบริโภคอาหารคลีน ของคนกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากการเลือกรับประทานอาหารมีการเลือกรับประทานที่สะดวกในการสั่งออนไลน์ ทำให้ เกิดความถี่ในการรับประทานอาหารคลีนบ่อยและสะดวกขึ้นสอดคล้องกับแนวคิดขององชนัญญา พรศักดิ์วิวัฒน์ [15] พบว่าพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนหากผู้บริโภคที่มีความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ ของอาหารคลีนมักจะมีพฤติกรรมที่จะเลือกอาหารคลีนมากขึ้นรวมถึงสื่อสังคมมีบทบาทสำคัญใน การกระตุ้นความต้องการบริโภค และสอดคล้องกับการศึกษาของ Kumar & Sharma [23] ที่พบว่า พฤติกรรมการเลือกอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการและการหลีกเลี่ยงอาหารที่ไม่ดีต่อ สุขภาพมีความสัมพันธ์โดยตรงกับความต้องการบริโภคอาหารคลีนในกลุ่มผู้บริโภควัยทำงาน การมีสุขภาพที่ดีและการดูแลรูปร่างเป็นปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้กลุ่มนี้หันมาเลือกอาหารคลีน มากขึ้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ อังศุมาลิน ทับม่วง [24] ที่พบว่าความรู้เกี่ยวกับ

โภชนาการและการรับรู้ประโยชน์ของอาหารคลีนมีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมผู้บริโภค การศึกษาแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคที่มีความเข้าใจในคุณค่าทางโภชนาการมักมีความต้องการบริโภคอาหารคลีนมากกว่าผู้ที่ไม่มีความรู้ในด้านนี้

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

โดยเสนอให้มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับอาหารคลีน เช่น การจัดเวิร์กช็อปหรือการอบรมที่เน้นเรื่องการเลือกซื้อและการเตรียมอาหารคลีน นอกจากนี้ ควรส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งอาหารที่มีคุณภาพและราคาเหมาะสม เช่น ตลาดสดหรือร้านค้าสวัสดิการ เพื่อให้กลุ่มวัยทำงานสามารถบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพได้ง่ายขึ้น และการนำปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไปใช้เพื่อเพิ่มความต้องการบริโภคอาหารคลีนในกลุ่มวัยทำงานสามารถนำไปใช้เพื่อการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ได้แก่

7.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ โดยพัฒนาคุณภาพสินค้าที่ควรเน้นการผลิตอาหารคลีนที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูง รสชาติที่ดี และบรรจุภัณฑ์ที่สะดวก เพื่อดึงดูดผู้บริโภค และการสร้างความหลากหลาย : เสนอผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการและความชอบที่แตกต่างกันของผู้บริโภค เช่น เมนูอาหารคลีนที่มีรสชาติและวัตถุดิบที่แตกต่างกัน

7.2.2 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยการจำหน่ายออนไลน์ด้วยวิธีการขยายช่องทางการจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น เว็บไซต์และแอปพลิเคชัน เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น และยังสามารถสร้างพันธมิตร ด้วยการร่วมมือกับซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านค้า หรือฟาร์มเพื่อเพิ่มจุดจำหน่ายที่เข้าถึงกลุ่มวัยทำงานได้สะดวก

7.2.3 ด้านส่งเสริมการตลาด ด้วยการจัดแคมเปญทางการตลาด โดยใช้การตลาดดิจิทัลและสื่อสังคมในการ โปรโมทผลิตภัณฑ์ โดยเน้นคุณประโยชน์ของอาหารคลีนและพฤติกรรมการบริโภคที่ดี และจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การชิมอาหารคลีน การอบรมเกี่ยวกับโภชนาการ และการร่วมมือกับผู้มีอิทธิพลในสื่อสังคมเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์

7.2.4 สร้างความรู้และการรับรู้ ด้วยการการศึกษาเกี่ยวกับโภชนาการด้วยการให้ข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ของการบริโภคอาหารคลีน ผ่านการจัดเวิร์กช็อปหรือการสัมมนาเพื่อเพิ่มความรู้ให้กับกลุ่มวัยทำงาน และการสร้างชุมชน ด้วยวิธีการสร้างกลุ่มหรือฟอรัมออนไลน์ที่สนับสนุนการบริโภคอาหารคลีน เพื่อให้ผู้บริโภคแลกเปลี่ยนประสบการณ์และแรงบันดาลใจ

7.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

การศึกษาครั้งต่อไปควรขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังกลุ่มวัยทำงานที่มีลักษณะเฉพาะต่างกัน เช่น ผู้ที่มีรายได้ต่ำและสูง รวมถึงการสำรวจในพื้นที่ใกล้เคียง เช่น อำเภออื่น ๆ ในจังหวัดนครปฐม เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันอย่างชัดเจนมากขึ้น จะทำให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมมากขึ้นและเข้าใจถึงปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารคลีนในบริบทที่หลากหลาย

บรรณานุกรม

- [1] ณัฐวุฒิ เลิศวัฒน์เกษม. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- [2] กรมอนามัย. (2565). ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพ. สืบค้นจาก <https://multimedia.anamai.moph.go.th/news/300465/>.
- [3] สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2561). ข้อมูลประชากรของจังหวัดนครปฐม. วารสารสถิติแห่งชาติ. สืบค้นจาก https://nkpathom.nso.go.th/statistical-information-service/key-indicators-of-the-province/population-2561_.html.
- [4] Yamane, T. (1973) *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rd Edition, Harper and Row, New York.
- [5] บุญชม ศรีสะอาด. (2556). การพัฒนาแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ตามแนวคิดของกาเย่ ร่วมกับการใช้สื่อมัลติมีเดีย เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการคิดวิเคราะห์. โรงเรียนบ้านโนนจิ้งจกาม.
- [6] เอกภพ แพรขาว. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่น Z ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต [สาขาวิชาการจัดการการตลาดดิจิทัล วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์].
- [7] วชิราภรณ์ พัดเกิด. (2567). พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารรัชต์ภาคย์, 18(60), หน้า 393-409.
- [8] Pérez, C., & Fernández, J. (2021). Nutritional marketing strategies and consumer behavior: Insights from the healthy food sector. *International Journal of Hospitality Management*, 94, 102855. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102855>.
- [9] วรพรรณ บวรฤทธิเดช. (2561). พฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนของประชาชนใน กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- [10] Wang, Y., & Li, J. (2019). Segmentation of China's online wine market based on the wine-related lifestyle. *British Food Journal*, 122(8), 2385–2401. <https://doi.org/10.1108/bfj-04-2019-0295>
- [11] Thompson, H., & Smith, R. (2020). The influence of nutritional knowledge on clean food consumption: A study of young adults. *International Journal of Consumer Studies*, 44(1), 90-97. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12521>.
- [12] ชนิกานต์ คงชื่นสิน. (2560). องค์ประกอบของการสื่อสารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภค อาหารคลีนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. [การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช].
- [13] Hasan, M. M, Arefin, M.S, & Mostafa, T. (2023). Green consumers' behavioral intention and loyalty to use mobile organic food delivery applications: the

role of social supports, sustainability perceptions, and religious consciousness. 26(2024), 15953-16003 <https://doi.org/10.1007/s10668-023-03284-z>

- [14] Roberts, J., & Smith, L. (2021). The rise of clean eating: Trends in food consumption among working professionals. *International Journal of Consumer Studies*, 45(4), 569-576. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12619>.
- [15] ชนัญญา พรศักดิ์วิวัฒน์. (2560). พฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพรูปแบบอาหารคลีน (Clean Food). กลุ่มวิจัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. [การค้นคว้าอิสระ เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย].
- [16] Patel, S., et al. (2018) Socio-Economic Impacts of Climate Change. In: Kumar, P., et al., Eds., *Climate Impacts on Sustainable Natural Resource Management*, John Wiley & Sons, Hoboken, 237-267.
- [17] ณิชฎฐนิชา นำเมือง. (2567). ปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีในการบริโภคอาหารสุขภาพรูปแบบอาหารคลีน (Clean Food) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. [สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล].
- [18] Kim, H., & Park, S. (2019). The influence of demographic factors on clean eating habits among working adults. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 51(4), 482-488. <https://doi.org/10.1016/j.jneb.2018.10.008>.
- [19] Johnson, M., & Taylor, L. (2020). Nutritional awareness and its impact on food choices: A study on working-age adults. *International Journal of Consumer Studies*, 44(3), 299-307. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12540>.
- [20] ชลลดา พันธุ์ประมุข. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้ออาหารคลีนสำเร็จรูป. [การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร].
- [21] เปรมยศ ประสมศักดิ์. (2563). คุณภาพบริการ คุณภาพสินค้า ราคา ความพึงพอใจ และความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความภักดีต่อร้านสินค้าเบ็ดเตล็ดและเครื่องมือช่างของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร. [การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ].
- [22] Liu, Y., & Wang, J. (2021). The impact of government policies on electric vehicle development in China. *Energy Policy*, 150, 111840. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2021.111840>.
- [23] Kumar, R., & Sharma, S. (2019). Transparency and Accountability in Subsidy Distribution. *Journal of Policy Analysis*, 37(1), 77-92.
- [24] อังศุมาลิน ทับม่วง. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ค่านิยม กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนของผู้บริโภคชาวไทย. [วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารการตลาด คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา].