

## ปัจจัยในการเลือกบริโภคอาหารคลีนของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น THE FACTORS TO CONSUMPTION CLEAN FOOD OF STUDENT'S KHON KAEN UNIVERSITY

วิศวานาถ สียอด<sup>1</sup>  
สิลดา อินทรโสรธจันทร์<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น 2) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารคลีนของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น และ 3) ศึกษาทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคอาหารคลีนของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ผลการศึกษาพฤติกรรมการเลือกบริโภคอาหารคลีน พบว่า ส่วนมากบริโภคตามกระแสนิยม และบริโภคน้อยกว่า 1 ครั้งต่ออาทิตย์ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีน ในระดับมากที่สุดในแต่ละด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์รสชาติของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.29) ด้านราคา ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.25) ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ ทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งที่เดินทางมาใช้บริการได้ สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.22) และด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การจัดเมนูพิเศษตามเทศกาล/โอกาสต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.25) ทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคอาหารคลีนของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น พบว่า ทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคอาหารคลีนที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ท่านเลือกบริโภคอาหารคลีนตามกระแส นิยม ออกมาเป็นคนทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.38) ผลการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนกับปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า จำแนกตามเพศ โดยรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำแนกตามอายุ โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จำแนกตามระดับการศึกษาปัจจุบัน โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ:** อาหารคลีน พฤติกรรมผู้บริโภค นักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น

### Abstract

This study aims to 1) study the dietary habits Maclean's University, Khon Kaen 2) study the marketing mix affects the food choices Maclean's University, Khon Kaen, and 3) attitudes about dietary Maclean's university students. Collected data from a sample of 400 people using a questionnaire. The study found that many food choices Cleveland consumption trend. And consuming less than one time per week. Factors affecting the food clean. The highest level found in each product. The taste of the food (average 4.29), the price includes the price for the quantity and quality of food (average 4.25) and distribution are perfectly situated to offer a comfortable (average 4.22) and the field. marketing promotions, including a special menu according to season / occasion (average 4.25) attitude about dietary Maclean's Khon Kaen University students found that attitudes about eating clean is the modern include your dietary choices. Clean the trend would be the modern (average 4.38), the results of a comparative study of factors affecting the food, clean the personal factors found by sex, overall no difference. A statistically significant at the 0.05 level by age, overall did not differ significantly at 0.05 by level of education, the overall difference is statistically significant at the 0.05 level and by the average income per month Overall, no significant difference was statistically significant at the 0.05 level.

**Keywords:** Clean Food, Consumer Behavior, Student's Khon Kaen University

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำวิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

## บทนำ

อาหารคลีน (Clean Food) คือ อาหารที่ไม่ผ่านการปรุงแต่งด้วยสารเคมีต่าง ๆ หรือผ่านการแปรรูปน้อยที่สุดนั่นเองอาหารเหล่านี้จะเป็นอาหารที่สดสะอาดไม่ผ่านกระบวนการหมักดองหรือปรุงรสใด ๆ มากจนเกินไป เช่น เค็มจัดหรือหวานจัด เป็นต้น การปรุงอาหารแบบคลีนไม่ใช่การเน้นทานผักเยาะ ๆ แต่เป็นการทานอาหารทุกหมู่อย่างในสัดส่วนที่เหมาะสมคือต้องมีทั้งคาร์โบไฮเดรตและโปรตีนในปริมาณที่เพียงพอ ต่อความต้องการของร่างกาย เนื้อสัตว์ที่ใช้ควรเลือกแบบที่ไม่ใช่สำเร็จรูปหรือผ่านการปรุงรสมาแล้วจะเห็นได้ว่า อาหารคลีนเป็นอาหารที่ผ่านขั้นตอนการปรุงแต่งมาน้อยหรือไม่ผ่านการปรุงแต่งเลยเน้นธรรมชาติของอาหารนั้นเป็นหลักและอาหารคลีนยังมีสรรพคุณที่ดีสำหรับคนที่อ้วนคนที่มีน้ำหนักและไขมันมากเพราะอาหารคลีนส่วนใหญ่จะ ผลิตมาจากธรรมชาติ ไม่ผ่านการปรุงแต่งสังเคราะห์ หรือหากจะมีการปรุงแต่งก็มีการปรุงแต่งที่น้อยถึงน้อยที่สุด ซึ่งจะมีผลดีต่อคนที่ต้องการลดน้ำหนักลดความอ้วนลดไขมันและคนที่ใส่ใจกับสุขภาพของตนเองสำหรับท่านที่เริ่ม ดันการกินอาหารคลีน ต้องเริ่มต้นด้วยการไม่ยึดติดในรสชาติของอาหารแบบเดิม ๆ ที่เราเคยรับประทาน เพราะการกินคลีน หรือกินอาหารคลีนนั้นรสชาติจะเป็นรอง แต่จะให้ความสำคัญกับตัวอาหารที่ไม่เน้นการปรุงแต่ง หรือปรุงแต่งให้น้อยที่สุดเพื่อให้การกินอาหารคลีนได้รับประโยชน์สูงสุดแก่ร่างกายและผลพลอยได้ทำให้สุขภาพดีในระยะยาว ไม่เจ็บป่วยง่ายดั่งนั้น จึงจะเห็นได้ว่าอาหารคลีนนั้นเป็นสิ่งสำคัญอันดับต้น ๆ ของคนรักสุขภาพ ที่ต้องการสรรหาแต่สิ่งดี ๆ ให้กับตนเอง เพราะอาหารคลีนเป็นสิ่งที่มิประโยชน์ต่อสุขภาพของเรานั้นเอง [2]

โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นกำลังที่เป็นที่นิยม ด้วยเหตุนี้ทางผู้จัดทำจึงต้องการศึกษาปัจจัยในการเลือกบริโภคอาหารคลีนของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น

## วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารคลีนของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น
3. เพื่อศึกษาทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคอาหารคลีนของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น

## วิธีดำเนินการศึกษา

วิธีดำเนินการศึกษาตามวัตถุประสงค์ ประกอบด้วย การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคอาหารคลีนของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

#### 1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น มีจำนวนทั้งสิ้น 39,164 คน [1]

#### 1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง คือ ตัวแทนของประชากร ขนาดตัวอย่างได้มาจากการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทอโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1973) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 395 คน และได้สำรองเพื่อการสุ่มหายของแบบสอบถามไว้ 5 ชุด ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างรวมกับสำรองเพื่อการสุ่มหายสำหรับการศึกษาคั้งนี้จึงเท่ากับ 400 คน

### 2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสำรวจ (Survey Method) โดยใช้แบบสอบถามทำการสอบถามกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษาภายในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ในปีการศึกษา 2558

2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษา ค้นคว้าหาข้อมูล จากหนังสือตำรา วารสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงการค้นหาบนอินเทอร์เน็ต จากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือได้เกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหาร ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารคลีน ร่วมกับการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารคลีน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารคลีน และศึกษาทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคอาหารคลีนของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น

### 3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ แบบสอบถาม ที่ได้จัดเตรียมไว้ล่วงหน้า โดยแบบสอบถามที่ใช้จะเป็นแบบสอบถามสำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน รายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ คณะที่ศึกษา ระดับการศึกษาปัจจุบัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นคำถามแบบปลายปิด (Close - Ended Question) เป็นแบบเลือกตอบ (check list)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารคลีน เป็นคำถามแบบปลายปิด (Close - Ended Question) เป็นแบบเลือกตอบ (check list)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกบริโภคอาหารคลีน

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

การตรวจสอบเครื่องมือโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ ( $\alpha$  - Coefficient) โดยใช้สูตรครอนบาค (Cronbach) [6] เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ .84 อยู่ในเกณฑ์ที่สามารถนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาทำการรวบรวมตรวจสอบความสมบูรณ์ และใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการคำนวณและประมวลผล ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ อัตราร้อยละ ค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า T-test และค่า ค่า F-test

## ผลการศึกษา

### 1. ผลการศึกษาพฤติกรรมในการบริโภคอาหารคลีนของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 66.93 อายุ 18-20 ปี ร้อยละ 45.83 เป็นนักศึกษาคณะแพทยศาสตร์ ร้อยละ 6.50 เป็นนักศึกษาปริญญาตรี ชั้นปีที่ 4 ร้อยละ 22.75 และมีรายได้ 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 52.25

พฤติกรรมการเลือกบริโภคอาหารคลีนของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนมากบริโภคตามกระแสนิยม ร้อยละ 63.25 บริโภคน้อยกว่า 1 ครั้งต่ออาทิตย์ ร้อยละ 32.00 บริโภคอาหารโดยนั่งทานในร้านอาหารมากที่สุด ร้อยละ 91.50 ลักษณะสำคัญของร้านขายอาหารคลีน พบว่า รสชาติอาหารอร่อย สำคัญที่สุด ร้อยละ 23.75 และเห็นว่าราคาของอาหารคลีนต่อจานที่มีความเหมาะสม คือ ราคา 31 - 50 บาท ร้อยละ 73.25 จะเห็นได้ว่าพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษาจะเป็นการรับประทานตามกระแสนิยม และบริโภคน้อยกว่า 1 ครั้งต่ออาทิตย์

หมายความว่า อาหารคลีนจะมีผู้บริโภคไปรับประทานอาหารคลีนในช่วงระยะเวลาสั้นๆ และความถี่ในการรับประทานมีน้อย ซึ่งจะส่งผลให้ร้านอาหารคลีนมีความเสี่ยงในการเปิดร้าน เนื่องจาก หากกระแสตอบรับรับประทานอาหารคลีนลดน้อยลง ความนิยมเสื่อมลง การรับประทานอาหารคลีนก็จะหายไป ดังนั้น การทำธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพอาหารคลีน ควรรู้ก่อนว่าลูกค้าต้องการอะไร ซึ่งส่วนใหญ่ผู้บริโภคที่ต้องการรับประทานอาหารคลีน โดยพิจารณาใน 3 ประเด็น คือ

- 1) เรื่องสุขภาพที่ดี
- 2) เรื่องน้ำหนัก
- 3) เรื่องความอร่อย

นอกจากนี้การสร้างความน่าเชื่อถือก็มีส่วนสำคัญต่อธุรกิจอาหารคลีน ซึ่งเป็นธุรกิจที่ต้องทำให้ลูกค้ามั่นใจในตัวสินค้า วัตถุดิบที่นำมาใช้ในการประกอบอาหาร ใหม่ สด มีคุณภาพ ปริมาณของอาหารไม่เกินความต้องการของร่างกายในแต่ละมื้อต่อ 1 กล่อง ความอร่อยของรสชาติอาหาร หากสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าจึงจะสามารถจำหน่ายสินค้าได้สม่ำเสมอ

## 2. ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารคลีนของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีน ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ รสชาติของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.29) ด้านราคา (Price) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.25) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ ทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งที่เดินทางมาใช้บริการได้ สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.22) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ การจัดเมนูพิเศษตามเทศกาล/โอกาสต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.25)

การศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่ายและด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ในแต่ละด้านดังนี้

1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้ประกอบการต้องพิจารณาในการประกอบและปรุงอาหารคลีนเพื่อให้มีรสชาติถูกปากของผู้บริโภค ซึ่งในการปรุงอาหารคลีนจะต้องคำนึงถึงเครื่องปรุงที่ใช้ เช่น ใช้น้ำมัน น้ำปลา สำหรับปรุงอาหารคลีนโดยเฉพาะ เนื่องจากมีปริมาณโซเดียมไม่มาก

2) ด้านราคา (Price) การตั้งราคาของอาหารคลีน ไม่แนะนำให้ตั้งราคาถูกเกินไป ควรตั้งราคาระดับปานกลางขึ้นไป ซึ่งอาจจะเทียบกับราคาอาหารจานเดียวทั่วไป ที่มีราคา 30-40 บาท อาหารคลีนซึ่งเป็นอาหารเพื่อสุขภาพควรมีราคาเริ่มที่ 55 บาท และราคาไม่ควรเกิน 80 บาท ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับชนิดของอาหาร

3) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) นักศึกษาส่วนใหญ่นิยมรับประทานอาหารในบริเวณใกล้ที่พักหรือสามารถเดินทางไปได้สะดวก นอกจากนี้ ยังมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ประกอบการสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว สะดวกและไม่ค่อยค่าใช้จ่าย คือ การนำเสนอสินค้าไปยังผู้บริโภคผ่านสื่อออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์ อินสตาแกรม เป็นต้น

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) นักศึกษากลุ่มเป้าหมาย ต้องการความแปลกใหม่ของเมนูพิเศษสำหรับวันพิเศษ ซึ่งทางร้านอาจคิดเมนูที่สามารถทานได้เฉพาะวันพิเศษเท่านั้น เช่น อาหารจานพิเศษวันแม่ หรืออาหารสำหรับวันเกิด ซึ่งอาหารจานพิเศษในพิเศษเป็นสิ่งกระตุ้นให้ลูกค้าอยากมาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ทางร้านอาจมีบริการจัดส่งอาหารให้ถึงที่ฟรี โดยมีการกำหนดรัศมีการจัดส่งสินค้า หากอยู่นอกเขต สามารถ

คิดค่าส่งเพิ่มได้ เป็นต้น

### 3. ผลการศึกษาทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคอาหารคลีนของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น

ทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคอาหารคลีนของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น พบว่า ทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคอาหารคลีนของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น มี 2 ข้อ ที่มีทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคอาหารคลีนของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ท่านเลือกบริโภคอาหารคลีนตามกระแส นิยม อยากเป็นคนทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.38) มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ท่านเลือกบริโภคตามคำชักชวน ของเพื่อน ครอบครัว และคนที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.21)

### 4. ผลการศึกษาการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนกับปัจจัยส่วนบุคคล

การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนกับปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ พบว่า โดยรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำแนกตามอายุ โดยรวมไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 จึงทำการเปรียบเทียบรายข้อ พบว่า ท่าเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งที่เดินทางมาใช้บริการได้ สะดวก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทำการทดสอบหาคู่ที่แตกต่าง โดยใช้ Independent Sample t-test พบว่า อายุต่ำกว่า 18 ปี แตกต่างกับอายุ 18-20 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และอายุ 18-20 ปี แตกต่างกับอายุ 20-22 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำแนกตามระดับการศึกษาปัจจุบัน โดยรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณา รายด้าน พบว่า ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## สรุปผลการศึกษา

พฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษาจะเป็นการรับประทานตามกระแสนิยม และบริโภคน้อยกว่า 1 ครั้ง ต่ออาทิตย์ หมายความว่า อาหารคลีนจะมีผู้บริโภคไปรับประทานอาหารคลีนในช่วงระยะเวลาสั้นๆ และความถี่ในการรับประทานมีน้อย ซึ่งส่วนใหญ่ผู้บริโภคที่ต้องการรับประทานอาหารคลีน โดยพิจารณาใน 3 ประเด็น คือ 1) เรื่องสุขภาพที่ดี 2) เรื่องน้ำหนัก และ 3) เรื่องความอร่อย นอกจากนี้การสร้างความน่าเชื่อถือก็มีส่วนสำคัญต่อธุรกิจอาหารคลีน ซึ่งเป็นธุรกิจที่ต้องทำให้ลูกค้ามั่นใจในตัวสินค้า วัตถุดิบที่นำมาใช้ในการประกอบอาหาร ใหม่ สด มีคุณภาพ ปริมาณของอาหารไม่เกินความต้องการของร่างกายในแต่ละมื้อต่อ 1 กล่อง ความอร่อยของรสชาติอาหาร หากสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าจึงจะสามารถจำหน่ายสินค้าได้สม่ำเสมอ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารคลีนของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น เป็นการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ลักษณะสำคัญที่สุดของร้านอาหารคลีน คือ รสชาติของอาหาร ผู้ประกอบการต้องพิจารณาในการประกอบและปรุงอาหารคลีนเพื่อให้มีรสชาติถูกปากของผู้บริโภค ซึ่งในการปรุงอาหารคลีนจะต้องคำนึงถึงเครื่องปรุงที่ใช้ เช่น ใช้น้ำปลา สำหรับปรุงอาหารคลีนโดยเฉพาะ เนื่องจากมีปริมาณโซเดียมไม่มาก ด้านราคา ควรตั้งราคาระดับปานกลางขึ้นไป ควรมีราคาเริ่มที่ 55 บาท และราคาไม่ควรเกิน 80 บาท ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับชนิดของอาหาร ด้านการจัดจำหน่าย นักศึกษาให้ความสำคัญในเรื่องทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งที่เดินทางมาใช้บริการได้ สะดวก นอกจากนี้ ยังมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ประกอบการสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว สะดวกและไม่มีค่าใช้จ่าย คือ การนำเสนอสินค้าไปยังผู้บริโภคผ่านสื่อออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์ อิน스타그램 เป็นต้น ด้านการส่งเสริมการตลาด นักศึกษาให้ความสำคัญในเรื่อง การจัดเมนูพิเศษตามเทศกาล/โอกาสต่างๆ แสดงว่ากลุ่มเป้าหมาย

ต้องการความแปลกใหม่ของเมนูพิเศษสำหรับวันพิเศษ

### เอกสารอ้างอิง

- [1] มหาวิทยาลัยขอนแก่น. (2557). **จำนวนนักศึกษาประจำปีการศึกษา 2557**. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- [2] กระปุกดอทคอม. (2557). **อาหารคลีน (Clean Food) คืออะไร มาเริ่มต้นทานอาหารเพื่อสุขภาพ**. ค้นเมื่อ 20 เมษายน 2559, จาก <http://health.kapook.com/view92784.html>
- [3] Yamane, Taro. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. 3rd ed. New York: Harper and Row Publication.