

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารกลุ่ม Functional Food ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

FACTORS AFFECTING CONSUMER'S PURCHASE INTENTION FOR FUNCTIONAL FOOD IN BANGKOK AREA

มณฑา ชยาสนา 6150150

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: รองศาสตราจารย์กัญญาภัสส์ ปันจยีสีห์, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปีตสันต์, Ph.D, รองศาสตราจารย์อติสรุา ชรินทร์สาร, D.B.A.

บทคัดย่อ

แนวโน้มตลาดอาหารเพื่อสุขภาพได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และตอบโต้ภัยความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันทั้งในตลาดภายในประเทศและตลาดโลก การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารกลุ่ม Functional Food ในเขตกรุงเทพมหานคร จึงมีจุดมุ่งหมายเพื่อทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่ส่งผลต่อการตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารกลุ่ม Functional Food โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ จากกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในช่วงอายุ 18 ปีขึ้นไป อาศัยและดำเนินชีวิตอยู่ในกรุงเทพมหานคร และเคยมีประสบการณ์การบริโภคผลิตภัณฑ์อาหาร Functional Food จำนวน 389 คน จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารกลุ่ม Functional Food ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด คือทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารกลุ่ม Functional Food หากผู้บริโภคมีทัศนคติในเชิงบวก หรือทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์อาหารกลุ่ม Functional Food ก็จะส่งผลให้ผู้บริโภคแสดงออกทางพฤติกรรมในการตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารกลุ่ม Functional Food นั้นด้วย ปัจจัยที่มีผลรองลงมา คือ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงของผู้บริโภค ซึ่งแสดงให้เห็นว่า นอกจากปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคเองซึ่งก็คือทัศนคติที่มีต่อ Function Food ที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อแล้วนั้น ปัจจัยหรือสิ่งแวดล้อมภายนอกก็ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อด้วยเช่นกัน

คำสำคัญ: อาหารฟังก์ชัน/ ค่านิยมด้านสุขภาพ/ ทัศนคติต่ออาหารฟังก์ชัน/ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง/ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม/ อิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อ /การตั้งใจซื้อ