

ปัจจัยในการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน Facebook ของผู้บริโภค
Generation X ในประเทศไทยในช่วงเกิดวิกฤตโรคระบาด COVID-19
FACTORS INFLUENCING HEALTHY FOOD PURCHASING DECISIONS VIA FACEBOOK
APPLICATION AMONG GENERATION X CONSUMERS IN THAILAND DURING THE
COVID-19 PANDEMIC CRISIS.

กัญญา มิ่งลาพร 6250127

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุริม โอทกานนท์, Ph.D., ตรียุทธ พรหมศิริ,
Ph.D., ธนัยนันท์ ชนันทน์พัฒน์, Ph.D. ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์, Ph.D.

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทาง
แอปพลิเคชัน Facebook ของผู้บริโภค Generation X ในประเทศไทยในช่วงเกิดวิกฤตโรคระบาด COVID-19
โดยเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีกลุ่มคำถามเพื่อใช้สัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บ
รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 15 คน ซึ่งเป็นคนในวัย Generation X คือเป็นบุคคลที่เกิด
ในช่วงปี 2504 - 2522 สัญชาติไทย อาศัยอยู่ในประเทศไทย ณ วันที่ทำการเก็บข้อมูล รวมถึงเป็นผู้ที่ไม่ได้เลือก
ทานอาหารเพื่อสุขภาพเพื่อเป็นการรักษาโรคประจำตัวที่มีอยู่ แต่เลือกรับประทานเพราะต้องการรักษาสุขภาพ
และภาพลักษณ์ให้มีสุขภาพดี หรือด้วยเหตุผลอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการรักษาโรคประจำตัว และเคยซื้อ
อาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทาง Facebook ตั้งแต่ 1 ครั้งขึ้นไป ภายในช่วง 12 เดือนก่อนวันที่ทำการเก็บข้อมูล
และจากการสัมภาษณ์และประมวลผลพบว่าการได้ทราบถึงข้อมูลของสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อ การได้รับรู้ถึง
ความคิดเห็นจากผู้ซื้อก่อนหน้าและการที่สามารถพูดคุยกับแอดมินของ Facebook page ของร้านค้า รวมถึง
การตอบคำถามเกี่ยวกับข้อมูลของอาหารเพื่อสุขภาพที่ต้องการเลือกซื้อได้อย่างถูกต้องนั้น มีผลต่อการ
ตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทาง Facebook ของผู้บริโภควัย Generation X เป็นอย่างมากที่สุด
ตามลำดับ

คำสำคัญ : ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ/ อาหารเพื่อสุขภาพ/ Generation X/ COVID-19