



ปัจจัยด้านจิตวิทยาสังคมที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตของผู้หญิงกลุ่มมิลเลนเนียล
Social Psychological Factors Influencing Probiotic Yogurt Consumption of
Female Millennials

สุวรรณา สายรวมญาติ* ปาริชาติ พรชนะรักษ์ และเออวดี เปรมัชเชียร

ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

50 ถนนงามวงศ์วาน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

Suwanna Sayruamyat, Parichart Pornchanarak and Aerwadee Premashtira

Department of Agricultural and Resource Economics,

Faculty of Economic, Kasetsart University

50 Ngamwongwan Rd, Ladyao, Chatuchak, Bangkok, 10900

Email : suwanna.s@ku.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยด้านจิตวิทยาเชิงสังคมที่มีผลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตของผู้หญิงกลุ่มมิลเลนเนียล จากกลุ่มตัวอย่าง 266 ราย ทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนมีนาคม - เดือนเมษายน 2563 โดยวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยด้านจิตวิทยาเชิงสังคมที่มีต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่ผสมจุลินทรีย์โพรไบโอติกส์ในอนาคต ภายใต้กรอบทฤษฎีปฏิบัติตามแผนและวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองเชิงโครงสร้าง ผลการศึกษาพบว่า มีเพียงปัจจัยการรับรู้ความสามารถในการควบคุมตนเองที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการบริโภคและส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตในอนาคต โดยที่ปัจจัยทัศนคติและอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงไม่ส่งผลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาชี้ว่า ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตควรเน้นกลยุทธ์ด้านการตลาดผ่านร้านสะดวกซื้อ และจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ถึงคุณประโยชน์ของการบริโภคโยเกิร์ตเป็นประจำสำหรับผู้หญิงกลุ่มมิลเลนเนียลโดยเฉพาะ

คำสำคัญ : พฤติกรรมผู้บริโภค โยเกิร์ต โพรไบโอติกส์ ผู้บริโภคกลุ่มมิลเลนเนียล



Abstract

This article aims to study the female millennial behavior of probiotic yogurt consumption and estimate the impact of psychological factors on probiotic yogurt consumption of female millennials in Bangkok and metropolitan region. The analysis applies the theory of planned behavior and estimates by structural equation modeling. 266 female millennials were collected during March to April 2020. The result demonstrates that respondents only perceived behavioral control has positively impact on intention and indirectly impact on probiotic yogurt consumption. This research suggests that yogurt entrepreneurs should do marketing campaign focusing female millennial through convenience stores and promote health benefits of regularly yogurt consumption.

Keywords : Consumer behavior, Yogurt, Probiotics, Millennial consumer

บทนำ

อาหารเพื่อสุขภาพในประเทศไทยกำลังได้รับความนิยมและมีความต้องการในการบริโภคเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากคนไทยหันมาใส่ใจสุขภาพและต้องการมีรูปร่างที่ดี โดยมุ่งหวังที่จะสร้างสมดุลให้ร่างกายและลดความเสี่ยงจากการเป็นโรคต่าง ๆ ส่งผลให้ในปี 2563 ตลาดโยเกิร์ตและนมเปรี้ยวของประเทศไทยมีมูลค่า 32,479 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 25.7 จากปี 2557 และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอนาคต โดยในปี 2562 ผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตและนมเปรี้ยวที่ผลิตภายใต้บริษัท ดัชมิลล์ จำกัด มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 42.1 เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 2.93 ซึ่งตราสินค้าที่มีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ดัชมิลล์ ยาคูลท์ และดัชชี ตามลำดับ (Euromonitor International, 2019) จากงานวิจัยที่มีการศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพผลงานวิจัยส่วนใหญ่พบว่า ผู้หญิงมีส่วนในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพมากกว่าผู้ชาย (Tarkiainen and Sundqvist, 2005; de Bruijn et al., 2006; Voon, Ngui, and Agrawal, 2011; Kim et al., 2018; Sayruamyat and Nadee, 2020) ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2560) รายงานว่าในปี 2560 ประเทศไทยมีกลุ่มผู้บริโภคที่เกิดช่วงปี พ.ศ. 2523-2543 หรือกลุ่มมิลเลนเนียล (Millennials) คิดเป็นร้อยละ 60 ของประชากรวัยแรงงาน ผู้บริโภคกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญในรูปร่างและผิวพรรณจากการดูแลตัวเองด้วยการออกกำลังกายและการเลือกรับประทานอาหาร โดยเฉพาะผู้หญิงกลุ่มมิลเลนเนียลมีความนิยมบริโภคสินค้าที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ รับประทานง่าย และมีขั้นตอนในการรับประทานไม่มีความยุ่งยาก ซึ่งโยเกิร์ตเป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้เป็นอย่างดี เนื่องจากมีเป็นผลิตภัณฑ์กลุ่มอาหารฟังก์ชัน (Functional Food) ช่วยปรับ



ระบบภูมิคุ้มกันของร่างกาย และในทางการตลาด การบริโภคโยเกิร์ตถือเป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งที่ทำให้ภาพลักษณ์ด้านสุขภาพกับผู้บริโภคอีกด้วย (Ruangthammaki and Wongsurawat, 2018; Kolady, Kattelmann and Scaria, 2019) โดยปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตมากกว่าร้อยผลิตภัณฑ์วางจำหน่ายในตลาดซึ่งมีความหลากหลายทั้งแบบดัก แบบพร้อมดื่ม ไม่เติมน้ำตาล หรือเสริมโพรไบโอติกส์ (ปาริชาติ พรชนะรักษ์, 2563)

จากรายงานวิจัยทางการแพทย์ พบว่า จุลินทรีย์โพรไบโอติกส์มีประโยชน์ต่อร่างกายอาศัยอยู่ในลำไส้ใหญ่ของมนุษย์ ช่วยในการย่อยอาหารที่ไม่สามารถย่อยได้หรือย่อยได้ไม่หมด ช่วยการดูดซึมของสารอาหาร คอเลสเตอรอล และสร้างวิตามินที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย (Wang et al., 2008; Mozaffarian et al., 2011; Tong et al., 2011; Buendia et al., 2018) ด้วยเหตุนี้ ผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตหลายตราสินค้าได้เพิ่มจุลินทรีย์กลุ่มโพรไบโอติกส์เข้าไปในผลิตภัณฑ์เพื่อนำเสนอต่อผู้บริโภค และมีหลายตราสินค้าที่เพิ่มจุลินทรีย์โพรไบโอติกส์มากกว่า 1 ชนิดผสมในผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตวางจำหน่ายแล้วเช่นกัน Johnson and Klaenhammer (2014) คาดการณ์ไว้ว่ามูลค่าการตลาดของการใช้จุลินทรีย์โพรไบโอติกส์ทั่วโลกในปี 2017 จะมีขนาด \$48 ล้านเหรียญ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายหลักคือ ผู้หญิงกลุ่มมิลเลนเนียล (McDarland, 2015) จึงเป็นที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่งว่า ผู้หญิงกลุ่มมิลเลนเนียลไทยมีทัศนคติอย่างไรต่อผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่มีส่วนผสมของโพรไบโอติกส์มากกว่า 1 ชนิด และแนวโน้มของการบริโภคผลิตภัณฑ์นี้ในอนาคตของผู้บริโภคกลุ่มนี้จะเป็นอย่างไร เนื่องจากพฤติกรรมบริโภคของกลุ่ม มิลเลนเนียลจะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ไม่ยึดติดกับแบรนด์ มีการค้นคว้าหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบราคากับคุณลักษณะต่าง ๆ ระหว่างแบรนด์ก่อนตัดสินใจบริโภค (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2560) ทำให้ผู้ผลิตต้องปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตให้มีความหลากหลายและตอบสนองต่อความต้องการเชิงลึกของผู้บริโภค (Consumer insight) กลุ่มนี้ให้ได้มากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตของผู้หญิงกลุ่มมิลเลนเนียล
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านจิตวิทยาเชิงสังคมที่มีต่อผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่ผสมจุลินทรีย์โพรไบโอติกส์มากกว่า 1 ชนิดของผู้หญิงกลุ่มมิลเลนเนียล

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้กำหนดขอบเขตการศึกษาด้านประชากร คือ ผู้หญิงกลุ่มมิลเลนเนียลที่เกิดช่วงปี พ.ศ. 2523-2543 ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยเก็บข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตย้อนหลัง 1 เดือน นับจากวันสัมภาษณ์ โดยวิเคราะห์ปัจจัยด้านจิตวิทยาเชิงสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมภายใต้



แนวคิดทฤษฎีปฏิบัติตามแผน (Theory of planned behaviour) โดยทำการเก็บข้อมูลช่วงเดือนมีนาคม-เดือนเมษายน พ.ศ. 2563

ทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB)

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of planned behavior: TPB) นิยมใช้ในการทำนายพฤติกรรมสุขภาพและความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรมของบุคคล (Armitage and Conner, 2001) ซึ่งทฤษฎีนี้เป็นการพัฒนาต่อเนื่องจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of reasoned action: TRA) ภายใต้สมมติฐานที่ว่า “พฤติกรรมของบุคคลเป็นผลมาจากการคิด และการให้เหตุผลของบุคคลนั้น ๆ” (Fishbein & Ajzen, 2015) แต่เมื่อมีการประยุกต์ใช้ TRA จึงพบว่า ยังมีปัจจัยภายนอกอีกหลายอย่างที่อยู่เหนือการควบคุมของบุคคล ในปี ค.ศ. 1991 Ajzen ได้ปรับปรุงแนวคิดดังกล่าวโดยการเพิ่มตัวแปรการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และเปลี่ยนชื่อเป็น TPB เพื่ออธิบายถึงกระบวนการเกิดพฤติกรรมสุขภาพของบุคคลว่าเป็นผลมาจากความตั้งใจที่จะกระทำของบุคคล (Intention to perform the behavior) (Ajzen, 1991) โดยความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมได้รับอิทธิพลจาก 3 ปัจจัยสำคัญ ได้แก่

1. ทศคติที่มีต่อพฤติกรรม (Attitude toward a behavior: ATT) หมายถึง การให้คุณค่าพฤติกรรมทั้งในทางบวกและทางลบ ซึ่งจะได้รับอิทธิพลจากความเชื่อ (Behavior beliefs) ที่คาดว่าจะเกิดผลลัพธ์จากปัจจัยแวดล้อม ร่วมกับการประเมินคุณค่าทั้งด้านบวกหรือลบที่มีต่อพฤติกรรมเป้าหมายที่สนใจ

2. อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง (Social/Subjective norms: SN) หมายถึง กลุ่มคนหรือบุคคลที่มีความสำคัญกับบุคคลเป้าหมาย ซึ่งกลุ่มคนหรือบุคคลนี้จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการแสดงพฤติกรรม โดยได้รับอิทธิพลจากความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง และระดับแรงจูงใจที่จะเกิดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง

3. การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมของบุคคล (Perceived behavioral control: PBC) หมายถึง ความเชื่อมั่นในความสามารถที่จะจัดการและควบคุมสถานการณ์ให้แสดงพฤติกรรมของตนเองออกมาได้อย่างที่ตั้งใจ ซึ่งจะได้รับอิทธิพลจากความเชื่อเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลทั้งทางบวกและทางลบต่อการควบคุมพฤติกรรม และการรับรู้ระดับความสามารถในการควบคุมปัจจัยจนทำให้สามารถแสดงพฤติกรรมได้

ทั้งนี้ ในบางงานวิจัยพบว่า ปัจจัยทั้ง 3 ข้างต้น มีอิทธิพลต่อความตั้งใจกระทำเพียงแค่บางปัจจัยเท่านั้น เช่นงานวิจัยของ Tarkiainen and Sundqvist (2005) พบว่า ทศคติที่มีต่ออาหารออร์แกนิกส่งผลต่อความตั้งใจเพียงแค่ปัจจัยเดียว และความตั้งใจนี้ส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารออร์แกนิก ซึ่งมีผลสอดคล้องกับ Voon, Ngui, and Agrawal (2011) ประยุกต์ใช้ TPB แล้วทำการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองเชิงโครงสร้าง



พบว่า ทักษะคิดของผู้บริโภคชาวมาเลเซียมีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณลักษณะของอาหารอแกนิก เนื่องจากความกังวลเรื่องสุขภาพและสิ่งแวดล้อม โดยความสามารถในการซื้ออาหารอแกนิกส่งผลต่อความกังวลในความสะดวกในการซื้ออาหารอแกนิก และอิทธิพลจากกลุ่มอ้างอิงส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจจ่ายโดยส่งผลต่อไปยังพฤติกรรมในการซื้ออาหารอแกนิกของคนมาเลเซีย

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยของ De Bruijn et al. (2007) พบว่า ความตั้งใจบริโภคผลไม้ได้รับผลจากอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงและการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมในการบริโภคผลไม้เท่านั้น โดยที่ทัศนคติที่มีต่อการบริโภคผลไม้ไม่มีผลต่อความตั้งใจที่จะบริโภคผลไม้แต่อย่างใด นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยอื่นที่สามารถส่งผลต่อความตั้งใจกระทำด้วยเช่นกัน อาทิเช่น ความกังวลด้านสุขภาพ การรับรู้ความยุ่งยากจะส่งต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค ความเชื่อ และพฤติกรรมในอดีตที่ผ่านมา (ณัชญ์ธนัน พรหมมา, 2558; Kim et al., 2018) อย่างไรก็ตาม งานวิจัยของ Tarkiainen and Sundqvist (2005) พบว่า ปัจจัยอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลต่อทัศนคติ และความเชื่อกับพฤติกรรมในอดีตกลับส่งผลต่อทัศนคติด้วยเช่นกัน ผลการศึกษานี้สะท้อนได้ว่า ไม่เพียงแต่ปัจจัยทัศนคติ อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถควบคุมตัวเองจะส่งผลโดยตรงกับความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรมของผู้บริโภคเท่านั้น ทั้งสามปัจจัยยังสามารถส่งผลกระทบต่อกันและกันได้อีกด้วย ซึ่งงานของ Kim et al. (2018) ที่พบความสัมพันธ์ในลักษณะนี้เช่นเดียวกัน นอกจากนี้งานวิจัยของ De Bruijn et al. (2007) ชี้แนะว่า ปัจจัยทัศนคติ อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมตนเองจะส่งผลมากหรือน้อยต่อความตั้งใจขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการวิจัยและกลุ่มที่ผู้วิจัยเลือกที่จะศึกษาด้วยเช่นกัน

งานวิจัยของ Kim, Reicks & Sjoberg (2003) พบว่า ทัศนคติต่อการรับประทานผลิตภัณฑ์จากนมและการรับรู้ความสามารถในการควบคุมตนเองเป็นปัจจัยสำคัญส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคโยเกิร์ตของผู้สูงอายุในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยที่อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงไม่มีผลต่อการคาดการณ์พฤติกรรมการบริโภคโยเกิร์ตในอนาคต ทั้งนี้ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษามีอิทธิพลน้อยกว่าการรับรู้ความสามารถในการควบคุมตนเองต่อความตั้งใจบริโภคโยเกิร์ตในอนาคต ซึ่งความตั้งใจมีอิทธิพลอย่างมากต่อการบริโภคโยเกิร์ตและผลิตภัณฑ์จากนม และความสามารถในการควบคุมตนเองยังมีความสัมพันธ์แบบอิสระกับการบริโภคผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตอีกด้วย

สำหรับงานวิจัยในประเทศไทย ณัชญ์ธนัน พรหมมา (2558) พบว่า การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมจะเพิ่มขึ้นพร้อมกับความตั้งใจกระทำ ขณะที่ Sayruamyat and Nadee (2020) พบว่า ปัจจัยการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีอิทธิพลมากที่สุดในการบริโภคข้าวไรซ์เบอร์รี่ในอนาคตซึ่งเป็นชนิดข้าวโภชนาการสูงที่ผู้บริโภคให้การยอมรับว่าดีต่อสุขภาพ (Leardkamolkarn et al., 2011) ซึ่งปัจจุบันได้มีการวิจัยผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตผสมเม็ดสีจากข้าวไรซ์เบอร์รี่โดย Anuyahong et al. (2020) พบว่า โยเกิร์ตที่ผสมเม็ดสีจากข้าวไรซ์เบอร์รี่ช่วยระดับน้ำตาลในเลือดและเพิ่มสารต่อต้านอนุมูลอิสระให้กับกลุ่มอาสาสมัครได้



งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคโยเกิร์ต

การบริโภคโยเกิร์ตของผู้บริโภคในวัยผู้ใหญ่ชาวสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี ค.ศ. 1999 และนิยมรับประทานในตอนเช้า (Nielsen and Ogen, 2015) โดยผลการศึกษาในสหรัฐอเมริกาหลายงานวิจัย พบว่า ผู้ที่บริโภคโยเกิร์ตตามักจะมีระดับความดันโลหิต น้ำตาลในเลือดและไตรกลีเซอไรด์ต่ำ และยังช่วยควบคุมน้ำหนัก ช่วยระบบเผาผลาญของร่างกายและควบคุมระดับน้ำตาลของผู้ป่วยเบาหวานได้อีกด้วย (Wang et al., 2008; Mozaffarian et al., 2011; Tong et al., 2011; Buendia et al., 2018) สำหรับการศึกษาผู้บริโภคในบราซิล ผลงานวิจัยของ Possa, Corrente and Fisberg (2017) พบว่า กลุ่มที่บริโภคโยเกิร์ตเป็นกลุ่มที่มีวิถีชีวิตที่ดีต่อสุขภาพ มีกิจกรรมทางกายภาพมาก (Physical activity) ต่ำแอลกอฮอล์และสูบบุหรี่น้อยเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มที่ไม่บริโภคโยเกิร์ต ซึ่งการศึกษาก่อนหน้านี้ของ Crichton and Alkerwi (2014) พบว่า ผู้บริโภคชาวบราซิลที่รับประทานผลิตภัณฑ์นม (Whole fat milk) โยเกิร์ตและชีส มากมีแนวโน้มของสุขภาพหลอดเลือดที่ดี โดยมีคำแนะนำให้บริโภคผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ประมาณ 5 หน่วยบริโภคต่อสัปดาห์ ซึ่งระดับการบริโภคนี้นสอดคล้องกับคำแนะนำด้านโภชนาการของสหรัฐอเมริกาเช่นเดียวกัน

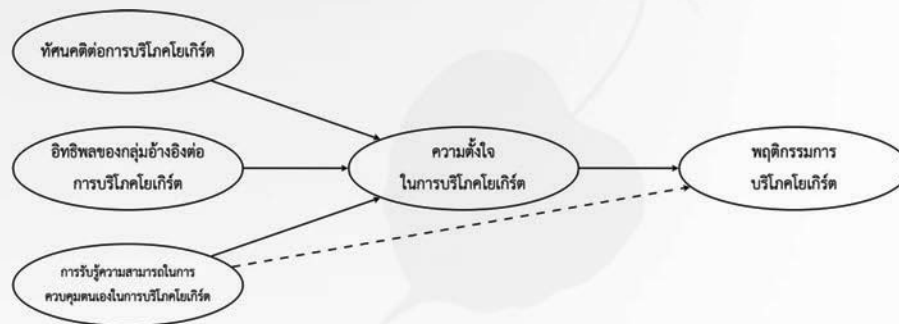
สำหรับพฤติกรรมการบริโภคโยเกิร์ตในประเทศไทย พุทธชาติ ตันติกุล (2552) พบว่า ผู้บริโภคหญิงกลุ่มมิลเลนเนียลเมื่อช่วงปี 2552 นิยมบริโภคโยเกิร์ตแบบถ้วยตราสินค้าดัดซึ่และชื่นชอบรสชาติมากที่สุด และเหตุผลที่รับประทานคือ ต้องการให้ระบบขับถ่ายเป็นปกติ ซึ่งรูปแบบการส่งเสริมการขายด้านการลดราคาเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคกลุ่มนี้ให้ความสนใจมากที่สุด ต่อมา Ruangthammaki and Wongsurawat (2018) เพิ่มการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มที่รับประทานโยเกิร์ตเป็นประจำและไม่ประจำในกรุงเทพมหานคร ช่วงอายุ 15-60 ปี พบว่า ผู้บริโภคหญิงมีทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคโยเกิร์ตแบบดกมากกว่าผู้บริโภคชาย โดยผู้ที่บริโภคโยเกิร์ตเป็นประจำมีความเชื่อและการรับรู้ประโยชน์ด้านสุขภาพของโยเกิร์ตมากกว่าซึ่งส่งผลให้ทัศนคติและการรับรู้ที่มีผลต่อการบริโภคโยเกิร์ตมากกว่าผู้ที่บริโภคโยเกิร์ตไม่ประจำ ซึ่งผู้บริโภคโยเกิร์ตเป็นประจำจะมีแนวโน้มของการเปิดรับข้อมูลและผลิตภัณฑ์ใหม่มากกว่า และยังมีแนวโน้มของการเชิญชวนให้ผู้ใกล้ชิดหันมารับประทานโยเกิร์ตด้วยเช่นกัน และจากงานวิจัยล่าสุดของ Chuchom, Kiatpathomchai and Thongrak (2019) พบว่า หนึ่งในสาเหตุที่ผู้บริโภคในจังหวัดสงขลาบริโภคโยเกิร์ตเนื่องจากมีคุณค่าทางโภชนาการและช่วยระบบขับถ่าย และมีทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่ใช้บรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้

สมมติฐานการวิจัย

1. เจตคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตผสมโปรไบโอติกส์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจบริโภคโยเกิร์ตผสมโปรไบโอติกส์มากกว่า 1 ชนิด

2. กลุ่มอิทธิพลอ้างอิงมีอิทธิพลต่อความตั้งใจบริโภคโยเกิร์ตผสมโปรไบโอติกส์มากกว่า 1 ชนิด
3. การรับรู้ความสามารถในการควบคุมตนเองมีอิทธิพลต่อความตั้งใจบริโภคโยเกิร์ตผสมโปรไบโอติกส์มากกว่า 1 ชนิด
4. การรับรู้ความสามารถในการควบคุมตนเองมีอิทธิพลทางตรงต่อการบริโภคโยเกิร์ตผสมโปรไบโอติกส์มากกว่า 1 ชนิด
5. ความตั้งใจบริโภคโยเกิร์ตมีอิทธิพลต่อการบริโภคโยเกิร์ตผสมโปรไบโอติกส์มากกว่า 1 ชนิดในอนาคต

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการศึกษานี้คือ ผู้บริโภคเพศหญิงที่เกิดช่วงปี พ.ศ. 2523–2543 หรือมีอายุระหว่าง 20 - 40 ปี ที่อยู่อาศัยหรือทำงานในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และเป็นผู้ที่เคยบริโภคผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตในช่วงหนึ่งเดือนก่อนการสัมภาษณ์ โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างภายใต้เงื่อนไขของแบบจำลองเชิงโครงสร้างเนื่องจาก (Constructs) ของการศึกษานี้มีจำนวน 5 ตัวแปรแฝง จำนวนตัวอย่างต้องไม่น้อยกว่า 150 ตัวอย่าง (Hair et al, 2014) และเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างมีการกระจายตัว ผู้วิจัยจึงทำการเก็บข้อมูลจำนวน 300 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน โดยขั้นตอนแรกใช้วิธีสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) ผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ขั้นตอนที่ 2 จะทำการสุ่มสำรวจผู้หญิงกลุ่มมิลเลนเนียลแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 4 เขต ได้แก่ เขตบางรัก เขตคลองเตย เขตห้วยขวาง เขตบางกอกน้อย และปริมณฑล จำนวน 1 อำเภอ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยสำรวจจาก



แหล่งชุมชน จำนวน 55 ราย และด้วยเหตุการณ์ระบาดของเชื้อโคโรนาไวรัส-19 ในช่วงของการเก็บรวบรวมข้อมูล เดือนมีนาคม-เดือนเมษายน พ.ศ.2563 ผู้วิจัยจึงใช้การสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความสะดวกทางออนไลน์ผ่าน Google form จำนวน 245 ราย จนครบ 300 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ได้รับการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ จากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ รหัส COE No. COE63/059 เมื่อวันที่ 11 มีนาคม พ.ศ. 2563 โดยแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต ประกอบด้วยคำถาม ความถี่ในการรับประทานผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตในช่วง 1 เดือนที่ผ่านมา ผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่รับประทาน สาเหตุใดที่รับประทานผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตประเภทโยเกิร์ตที่ชื่นชอบ ผู้มีส่วนในการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต ได้แก่ รูปแบบของผลิตภัณฑ์ ลักษณะบรรจุภัณฑ์ ขนาดและปริมาณ ผู้มีส่วนในการตัดสินใจซื้อ แหล่งที่ซื้อ และช่วงราคาที่เลือกซื้อ

ส่วนที่ 3 ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนเพื่อการบริโภคโยเกิร์ตที่มีโปรไบโอติกส์มากกว่าหนึ่งชนิด ประกอบด้วยข้อความทัศนคติที่มีต่อการรับประทานผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่มีโปรไบโอติกส์มากกว่าหนึ่งชนิดในช่วงหนึ่งเดือนข้างหน้า (ATT) โดยใช้มาตรวัดแบบนัยจำแนก (Semantic Differential) 7 ระดับ จำนวน 3 ประเด็น คือ ไม่ดี-ดี (ATT1) ไม่ดีต่อสุขภาพ - ดีต่อสุขภาพ (ATT2) ไม่ชอบ - ชอบ (ATT3) คำถามสำหรับอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง จำนวน 3 ข้อความ ด้วยมาตรวัดประเมินค่าแบบตัวเลข (Numerical Scales) 7 ระดับ ได้แก่ ท่านคิดว่าครอบครัวของท่าน เห็นด้วย/ไม่เห็นด้วยหากท่านซื้อผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่มีโปรไบโอติกส์มากกว่าหนึ่งชนิดในช่วงหนึ่งเดือนข้างหน้า (SN1) ท่านคิดว่าเพื่อนของท่าน เห็นด้วย/ไม่เห็นด้วยหากท่านรับประทานผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่มีโปรไบโอติกส์มากกว่าหนึ่งชนิดในช่วงหนึ่งเดือนข้างหน้า (SN2) และ “คนที่ใกล้ชิดท่าน ไม่ว่าจะเป็นครอบครัว เพื่อน หรือคนรักของท่าน มีคนที่รับประทานผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่มีโปรไบโอติกส์มากกว่าหนึ่งชนิด” ท่านเห็นด้วย/ไม่เห็นด้วยกับข้อความข้างต้น (SN3) (1 = ไม่เห็นด้วย ถึง 7 = เห็นด้วย) ข้อความสำหรับประเมินการรับรู้ความสามารถในการควบคุมตนเอง จำนวน 3 ข้อความ ด้วยมาตรวัดประเมินค่าแบบตัวเลข (Numerical Scales) 7 ระดับ ได้แก่ 1) ท่านมั่นใจว่าท่านจะรับประทานผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่มีโปรไบโอติกส์มากกว่าหนึ่งชนิดในช่วงหนึ่งเดือนข้างหน้า (PBC1) (1 = เป็นไปไม่ได้ ถึง 7 = เป็นไปได้) 2) ท่านเห็นด้วย/ไม่เห็นด้วยหากท่านต้องการรับประทานผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตท่านจะซื้อผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่มีโปรไบโอติกส์มากกว่าหนึ่งชนิดในช่วงหนึ่งเดือนข้างหน้า (PBC2) (1 = ไม่เห็นด้วย ถึง 7 = เห็นด้วย) และท่านเห็นด้วย/ไม่เห็นด้วยว่าการซื้อ



ผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่มีโปรไบโอติกส์มากกว่าหนึ่งชนิดเป็นเรื่องง่ายสำหรับท่านในช่วงหนึ่งเดือนข้างหน้า (PBC3) (1 = ไม่เห็นด้วย ถึง 7 = เห็นด้วย)

ข้อความประเมินความตั้งใจจำนวน 3 ข้อความ ได้แก่ 1) ท่านตั้งใจจะรับประทานผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่มีโปรไบโอติกส์มากกว่าหนึ่งชนิดเมื่อมีโอกาสในช่วงหนึ่งเดือนข้างหน้า (INT1) (1 = เป็นไปไม่ได้ ถึง 7 = เป็นไปได้) 2) ท่านตั้งใจจะรับประทานผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่มีโปรไบโอติกส์มากกว่าหนึ่งชนิดเป็นประจำในช่วงหนึ่งเดือนข้างหน้า (INT2) (1 = เป็นไปไม่ได้ ถึง 7 = เป็นไปได้) สำหรับตัวแปรพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตในอนาคตวัดจาก 2 ข้อความ ได้แก่ 1) ในช่วงหนึ่งเดือนข้างหน้าท่านจะรับประทานผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่มีโปรไบโอติกส์ (BHA1) (1 = น้อยที่สุด ถึง 7 = มากที่สุด) และ 2) ในช่วงหนึ่งเดือนข้างหน้าท่านจะรับประทานผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่มีโปรไบโอติกส์มากกว่าหนึ่งชนิด (BHA2) (1 = น้อยที่สุด ถึง 7 = มากที่สุด)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ช่วงอายุ ช่วงรายได้เฉลี่ยรายเดือน ระดับการศึกษา อาชีพ และคำถามเกี่ยวกับความกังวลด้านสุขภาพ เช่น ความกังวลโดยรวมของสุขภาพ และน้ำหนัก

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) จากการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตผู้หญิงกลุ่มมิลเลนเนียล ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้วยแบบสอบถาม และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เพื่อนำมาใช้ในการศึกษาพฤติกรรมที่ผ่านมาของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต รวมถึงอาหารเพื่อสุขภาพ โดยการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ เอกสารงานวิจัยที่ผ่านมา ข่าวสารต่าง ๆ รวมทั้งรายงานจากหน่วยงานราชการและเอกชนที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล

เมื่อได้ข้อมูลจากการสำรวจ นักวิจัยนำข้อมูลไปตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค ทักษะคิด อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมตนเอง ความตั้งใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต และแนวโน้มการบริโภคผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่มีส่วนผสมของโปรไบโอติกส์มากกว่า 1 ชนิดในช่วงหนึ่งเดือนข้างหน้าของกลุ่มตัวอย่าง ด้วยค่าสถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยเกณฑ์ในการแปลความหมายของปัจจัยแฝง ATT SN PBC INT และ BHA โดยการคำนวณค่าเฉลี่ยที่ได้จากข้อความของแต่ละกลุ่ม แล้วนำคะแนนค่าเฉลี่ยมาแปลความหมายโดยกำหนดให้ ช่วงคะแนนเฉลี่ย 1.00–2.33 หมายถึง เชิงลบ ช่วงคะแนนเฉลี่ย 2.34–4.66 หมายถึง ปานกลาง และช่วงคะแนนเฉลี่ย 4.67–7.00 หมายถึง เชิงบวก

สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยด้านจิตวิทยาเชิงสังคมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่มีส่วนผสมของโปรไบโอติกส์ของผู้บริโภคหญิงกลุ่มมิลเลนเนียลตามแนวคิด TBP จะใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential



Statistic) ด้วยการวิเคราะห์แบบจำลองเชิงโครงสร้าง (Structural equation modeling) เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรที่ศึกษา ในขั้นแรกทำการวิเคราะห์ตัวแปรแฝง (ATT SN PBC INT และ BHA) จากตัวแปรเชิงสังเกต (Observed variables) จำนวน 14 ตัวแปร ด้วยทดสอบแบบจำลองการวัด (Measurement model) ตามสมมติฐานการศึกษาด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis: CFA) เพื่อตรวจสอบความกลมกลืนของแบบจำลองตามทฤษฎี TPB โดยใช้ค่าดัชนีชี้วัดจำนวน 6 ดัชนี ได้แก่ ดัชนีความสอดคล้องของแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (CMIN/df) ควรมีค่าไม่เกิน 3.00 ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพันธ์ (CFI) ควรมีค่าอย่างน้อย 0.90 ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) ควรมีค่าอย่างน้อย 0.90 ดัชนีความกลมกลืนที่ปรับแก้ไขแล้ว (AGFI) ควรมีค่าอย่างน้อย 0.90 ดัชนีความกลมกลืนประเภทย่อยเปรียบเทียบกับข้อมูลอิสระ (NFI) ควรมีค่าอย่างน้อย 0.90 และดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของความแตกต่างโดยประมาณ (RMSEA) ควรมีค่าไม่เกิน 0.05 (Bowen and Gou, 2012: 141-146) เมื่อได้แบบจำลององค์ประกอบเชิงยืนยันที่มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ได้ทำการสำรวจกับทฤษฎี TPB แล้วจึงวิเคราะห์แบบจำลองเชิงโครงสร้างเพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัย ATT SN PBC และ INT ที่มีผลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต (BHA) โดยประมาณด้วยวิธี Maximum likelihood เนื่องจากมีความเอนเอียงในการประมาณค่าน้อยเมื่อเทียบกับวิธีอื่น (Hair et al., 2014) และวิเคราะห์แบบจำลองเชิงโครงสร้างด้วยโปรแกรม AMOS

ผลการวิจัย

ลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตผู้หญิงกลุ่มมิลเลนเนียลในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 300 ราย มีแบบสอบถามที่สมบูรณ์สามารถนำมาวิเคราะห์ได้เพียง 266 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี (ร้อยละ 77.4) อายุระหว่าง 31-40 ปี (ร้อยละ 22.6) ตามลำดับ มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 61.7) ประกอบอาชีพข้าราชการหรือพนักงานราชการ (ร้อยละ 33.1) รองลงมาคือ นิสิต/นักศึกษา (ร้อยละ 32) พนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 24.1) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนช่วง 10,000 - 30,000 บาท (ร้อยละ 68.8) ด้านข้อมูลความกังวลด้านสุขภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความกังวลด้านสุขภาพ (ร้อยละ 72.5) มีความกังวลเรื่องน้ำหนัก (ร้อยละ 63) มีความกังวลเรื่องการขับถ่าย (ร้อยละ 62.4) และออกกำลังกายเป็นประจำ (ร้อยละ 30.5) ตามลำดับ

พฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต

ผลการศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต พบว่า กลุ่มตัวอย่างซื้อผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตด้วยตัวเองจำนวน 252 ราย (ร้อยละ 95.1) โดยซื้อไม่ประจำ (ร้อยละ 81.3) แต่จะซื้อบ่อยระดับปานกลางร้อยละ 33.8 ใน



การเลือกซื้อจะนิยมซื้อผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตแบบตักมากที่สุด (ร้อยละ 47.0) มากกว่าโยเกิร์ตแบบพร้อมดื่ม และเลือกซื้อทั้งแบบตักและแบบพร้อมดื่ม (ร้อยละ 42.0) เลือกซื้อขนาดบรรจุในช่วง 70-280 กรัม โดยจะซื้อเฉลี่ย 1-2 ชิ้น/ครั้ง จากร้านสะดวกซื้อ (ร้อยละ 82.0) เนื่องจากเป็นสถานที่ค้าปลีกที่อยู่ใกล้แหล่งชุมชน รองลงมาคือ ซูเปอร์มาร์เก็ต ไฮเปอร์มาร์เก็ต และร้านค้าในชุมชนหรือโซฮ่วย ตามลำดับ ในการเลือกซื้อจะพิจารณาด้วยตัวเอง โดยจะให้ความสำคัญกับรสชาติของผลิตภัณฑ์มากที่สุด ซึ่งผู้บริโภคนิยมรสชาติมากถึง (ร้อยละ 41.0) และรสผลไม้ (ร้อยละ 27.0) ปัจจัยรองลงมาคือ ราคาสินค้า โดยราคาสินค้าที่นิยมมากที่สุดคือดัชชี (ร้อยละ 76.32) สำหรับสาเหตุที่รับประทานโยเกิร์ต ได้แก่ เพื่อช่วยระบบขับถ่าย (ร้อยละ 38.0) ชอบรับประทานโยเกิร์ต (ร้อยละ 28.0) และเพื่อสุขภาพที่ดี (ร้อยละ 16.0) ตามลำดับ

การประเมินตัวแปรแฝงตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน

การประเมินตัวแปรแฝงตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน พบว่า ทศนคติที่มีต่อการบริโภคโยเกิร์ตที่มีส่วนจุลินทรีย์โพรไบโอติกส์มากกว่า 1 ชนิดในช่วงหนึ่งเดือนข้างหน้า มีคะแนนเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเชิงบวก ($\bar{X}=5.38$) ซึ่งมีคะแนนเฉลี่ยรวมสูงสุดเมื่อเทียบกับอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงและการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม โดยอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงมีคะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับเชิงบวกเป็นอันดับสอง ($\bar{X} = 5.17$) การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีคะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.90$) สำหรับความตั้งใจที่จะบริโภค มีคะแนนเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.64$) เช่นเดียวกับแนวโน้มของพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่มีโพรไบโอติกส์มากกว่า 1 ชนิด ($\bar{X} = 4.53$) (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของตัวแปรแฝง

ตัวแปรแฝง	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. ATT	5.38	1.34	เชิงบวก
2. SN	5.17	1.35	เชิงบวก
3. PBC	4.90	1.40	เชิงบวก
4. INT	4.64	1.51	ปานกลาง
5. BHA	4.53	1.37	ปานกลาง

ผลประเมินการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันและแบบจำลองเชิงโครงสร้าง

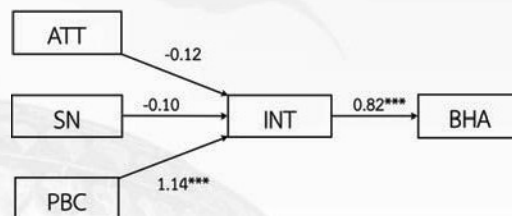
ผลการวิเคราะห์ CFA ของตัวแปรแฝงทั้งหมด 5 ตัวแปร จากตัวแปรสังเกต 14 ตัวแปร ยืนยันว่าแบบจำลองการวัดของตัวแปรแฝงที่ถูกกำหนดด้วยตัวแปรสังเกตภายใต้กรอบแนวคิด TPB มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ค่าดัชนีผ่านเกณฑ์ทุกดัชนี ($\chi^2 = 147.93$, $df = 67$, $Sig. = 0.00$; $CMIN/df = 2.20$; $CFI = 0.97$; $GFI = 0.92$; $AGFI = 0.87$; $NFI = 0.95$ และ $RMSEA = 0.06$) แสดงว่า องค์ประกอบของตัวแปรแฝงที่



วิเคราะห์ได้มีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์แบบจำลองเชิงโครงสร้าง ซึ่งผลการวิเคราะห์ยืนยันค่าดัชนีที่วิเคราะห์ได้ผ่านเกณฑ์ทุกดัชนี (CMIN/df = 1.56; CFI = 0.98; GFI = 0.94; AGFI = 0.91; NFI = 0.96; RMSEA = 0.046) โดยค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพันธ์ (CFI) มีค่ามากกว่าค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) และค่าดัชนีความกลมกลืนที่ปรับแก้ไขแล้ว (AGFI) จึงสรุปได้ว่า แบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสมกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรแฝงตามกรอบแนวคิด TPB เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่มีจุลินทรีย์โพรไบโอติกส์มากกว่า 1 ชนิดในอนาคต

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยจิตวิทยาเชิงสังคมที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคโยเกิร์ตในอนาคต

เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในการบริโภคโยเกิร์ตที่มีจุลินทรีย์โพรไบโอติกส์มากกว่า 1 ชนิดในช่วงหนึ่งเดือนข้างหน้า (BHA) พบว่า ความตั้งใจในการบริโภคโยเกิร์ต (INT) ส่งผลต่อพฤติกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และความตั้งใจในการบริโภคโยเกิร์ตได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 1.13 ส่วนทัศนคติในการบริโภคโยเกิร์ต (ATT) และอิทธิพลกลุ่มอ้างอิง (SN) ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการบริโภคโยเกิร์ต (ภาพที่ 2)



หมายเหตุ : *** ระดับนัยยะสำคัญที่ 0.01

ภาพที่ 2 แบบจำลองเชิงโครงสร้างอิทธิพลที่ส่งผลต่อบริโภคโยเกิร์ตที่ผสมโพรไบโอติกส์มากกว่า 1 ชนิด

ที่มา : ดัดแปลงจาก ปาริชาติ พรชนะรักษ์. (2563). *คุณลักษณะและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตของผู้บริโภคกลุ่มมิลเลนเนียล*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์]. DSpace at Kasetsart University. <https://ethesis.lib.ku.ac.th/dspace/handle/123456789/204>, 70

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละตัวแปรแฝง พบว่า ตัวแปรแฝงทัศนคติในการบริโภคโยเกิร์ต (ATT) ถูกกำหนดด้วยตัวแปรสังเกตทั้ง 3 ตัวแปร โดยตัวแปรที่มีน้ำหนักมากที่สุด คือ ทัศนคติด้านสุขภาพต่อการบริโภคโยเกิร์ต (ATT2) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน เท่ากับ 0.87 รองลงมา ทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคโยเกิร์ต (ATT1) และความชอบต่อการบริโภคโยเกิร์ต (ATT3) ที่มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน เท่ากับ 0.86 เท่ากัน (ตารางที่ 2) สำหรับตัวแปรแฝงอิทธิพลกลุ่มอ้างอิง (SN) ตัวแปรที่มีน้ำหนักมากที่สุด คือ สมาชิกของ



ครอบครัว (SN1) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน เท่ากับ 0.90 รองลงมา เพื่อน (SN2) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน เท่ากับ 0.88 และคนใกล้ชิด (SN3) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน เท่ากับ 0.74

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตต่อตัวแปรแฝงตาม

ตัวแปรสังเกต		ตัวแปรแฝง	น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน	S.E.	C.R.
BHA	<---	INT	0.82***	0.05	15.85
INT	<---	ATT	-0.12	0.08	-1.50
INT	<---	SN	-0.10	0.12	-0.96
INT	<---	PBC	1.13***	0.12	9.39
ATT1	<---		0.86***	0.05	17.78
ATT2	<---	ATT	0.87***	0.05	18.11
ATT3	<---		0.86***	-	-
SN1	<---		0.89***	0.07	14.81
SN2	<---	SN	0.88***	0.07	14.59
SN3	<---		0.74***	-	-
PBC1	<---		0.83***	0.06	15.78
PBC2	<---	PBC	0.82***	0.06	15.78
PBC3	<---		0.80***	-	-
INT1	<---		0.89***	0.06	16.87
INT2	<---	INT	0.82***	0.05	18.28
INT3	<---		0.80***	-	-
BHA1	<---	BHA	0.87***	0.05	17.78
BHA2	<---		0.94***	-	-

หมายเหตุ : *** $p\text{-value} < 0.01$

ที่มา : ดัดแปลงจาก ปาริชาติ พรชนะรักษ์. (2563). *คุณลักษณะและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตของผู้บริโภคกลุ่มมิลเลนเนียล*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์]. DSpace at Kasetsart University. <https://ethesis.lib.ku.ac.th/dspace/handle/123456789/204>, 69

ตัวแปรแฝงการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (PBC) ตัวแปรที่มีน้ำหนักมากที่สุด คือ ความมั่นใจในการบริโภค (PBC1) และหากมีความต้องการบริโภคก็จะซื้อบริโภค (PBC2) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน เท่ากับ 0.83 รองลงมา หากต้องการที่จะบริโภคก็เป็นเรื่องง่ายที่สามารถทำได้ (PBC3) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน เท่ากับ 0.81



ตัวแปรแฝงความตั้งใจในการบริโภคโยเกิร์ต (INT) ตัวแปรที่มีน้ำหนักมากที่สุด คือ ความตั้งใจจะรับประทานผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่มีโปรไบโอติกส์มากกว่าหนึ่งชนิดเมื่อมีโอกาสในช่วงหนึ่งเดือนข้างหน้า (INT1) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน เท่ากับ 0.89 รองลงมา ความตั้งใจที่จะบริโภคประจำในช่วงหนึ่งเดือนข้างหน้า (INT2) น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน เท่ากับ 0.83 และ ความมั่นใจจะบริโภคผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่มีโปรไบโอติกส์มากกว่าหนึ่งชนิด (INT3) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน เท่ากับ 0.81

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรม

เมื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงพบว่า มีเพียงการรับรู้ความสามารถในการควบคุมตัวเองที่ส่งผลทางตรงต่อความตั้งใจบริโภคโยเกิร์ตมากถึงร้อยละ 113.9 โดยความตั้งใจมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมในการบริโภคโยเกิร์ตที่มีจุลินทรีย์โปรไบโอติกส์มากกว่า 1 ชนิด ร้อยละ 82.3 ในขณะที่อิทธิพลทางอ้อม พบว่า การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมในการบริโภคโยเกิร์ตร้อยละ 93.7 โดยส่งผ่านปัจจัยความตั้งใจที่จะบริโภคเป็นตัวกลาง

เมื่อวิเคราะห์อิทธิพลรวม (ผลรวมระหว่างอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อม) พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการบริโภคโยเกิร์ตที่มีจุลินทรีย์โปรไบโอติกส์มากกว่า 1 ชนิด ในหนึ่งเดือนข้างหน้ามากที่สุดร้อยละ 93.7 โดยที่การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมไม่ส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการบริโภคโยเกิร์ตในอนาคต รองลงมาคือ ปัจจัยด้านความตั้งใจประมาณร้อยละ 82.3 (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานของอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม

	ATT	SN	PBC	INT
อิทธิพลทางตรง				
INT	-0.123	-0.100	1.139	-
BHA	-	-	-	0.823
อิทธิพลทางอ้อม				
BHA	-0.101	-0.082	0.937	-
อิทธิพลรวม				
INT	-0.123	-0.100	1.139	-
BHA	-0.101	-0.082	0.937	0.823

ที่มา : ดัดแปลงจาก ปาริชาติ พรชนะรักษ์. (2563). *คุณลักษณะและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์*

โยเกิร์ตของผู้บริโภคกลุ่มมิลเลนเนียล. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์]. DSpace at Kasetsart University. <https://ethesis.lib.ku.ac.th/dspace/handle/123456789/204>, 71



ผลการวิเคราะห์อิทธิพลตามสมมติฐานสามารถสรุปได้ว่า การรับรู้ความสามารถในการควบคุมตนเองส่งผลต่อความตั้งใจเพียงปัจจัยเดียว และความตั้งใจบริโภคโยเกิร์ตส่งผลต่อพฤติกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และปัจจัยการรับรู้ความสามารถในการควบคุมตนเองไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการบริโภคแต่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการบริโภคโยเกิร์ตในขนาดผ่านตัวแปรความตั้งใจบริโภคโยเกิร์ต (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐาน	รายละเอียด	ผลการทดสอบ
H1	เจตคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตผสมโปรไบโอติกส์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจบริโภคโยเกิร์ตผสมโปรไบโอติกส์มากกว่า 1 ชนิด	ปฏิเสธสมมติฐาน
H2	กลุ่มอิทธิพลอ้างอิงมีอิทธิพลต่อความตั้งใจบริโภคโยเกิร์ตผสมโปรไบโอติกส์มากกว่า 1 ชนิด	ปฏิเสธสมมติฐาน
H3	การรับรู้ความสามารถในการควบคุมตนเองมีอิทธิพลต่อความตั้งใจบริโภคโยเกิร์ตผสมโปรไบโอติกส์มากกว่า 1 ชนิด	ยอมรับสมมติฐาน
H4	การรับรู้ความสามารถในการควบคุมตนเองมีอิทธิพลทางตรงต่อการบริโภคโยเกิร์ตผสมโปรไบโอติกส์มากกว่า 1 ชนิด	ปฏิเสธสมมติฐาน
H5	ความตั้งใจบริโภคโยเกิร์ตมีอิทธิพลต่อการบริโภคโยเกิร์ตผสมโปรไบโอติกส์มากกว่า 1 ชนิดในอนาคต	ยอมรับสมมติฐาน

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตของผู้หญิงกลุ่มมิลเลนเนียลในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 266 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดคือปริญญาตรี (ร้อยละ 61.7) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนช่วง 10,000 - 30,000 บาท (ร้อยละ 68.8) โดยกลุ่มตัวอย่างมีความกังวลด้านสุขภาพ (ร้อยละ 72.5) มีความกังวลเรื่องน้ำหนัก (ร้อยละ 63) มีความกังวลเรื่องการขับถ่าย (ร้อยละ 62.4) และออกกำลังกายเป็นประจำ (ร้อยละ 30.5) ตามลำดับ ผลการศึกษาพฤติกรรมเลือกซื้อผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตของผู้หญิงกลุ่มมิลเลนเนียล พบว่า ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตด้วยตัวเองแต่ไม่ได้ซื้อประจำ นิยมซื้อผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตแบบดกมากที่สุด ขนาดบรรจุในช่วง 70 - 280 กรัม โดยจะซื้อเฉลี่ย 1 - 2 ชิ้น/ครั้ง จากร้านสะดวกซื้อ โดยให้ความสำคัญกับรสชาติของผลิตภัณฑ์และนิยมนรสธรรมชาติ สำหรับสาเหตุที่รับประทานโยเกิร์ตเนื่องจากช่วยระบบขับถ่ายและชอบรับประทานโยเกิร์ต

ผลการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคโยเกิร์ตของการศึกษารังนี้ชี้ให้เห็นว่า ผู้หญิงกลุ่มมิลเลนเนียลให้ความสำคัญด้านสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของพุทธรชาติ ดันติกุล (2552) และศูนย์วิจัยกสิกรไทย



(2560) โดยนิยามบริโภคโยเกิร์ตตราสินค้าดัดซี่ (รสธรรมชาติ) ที่มีส่วนแบ่งการตลาดมาที่สุดในปี 2562 (Euromonitor International, 2019) หากแต่ไม่ใช่การบริโภคที่เป็นประจำ สาเหตุสำคัญที่ตัดสินใจบริโภคโยเกิร์ตคือความกังวลด้านสุขภาพ หากแต่ไม่ได้ออกกำลังกายเป็นประจำ และต้องการบริโภคโยเกิร์ตเพื่อช่วยระบบขับถ่าย ซึ่งเมื่อพิจารณาผลการศึกษาของ พุทธชาติ ดันติกุล (2552) พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตไม่ได้เปลี่ยนแปลงไปมากนักการเลือกซื้อยังคงตัดสินใจด้วยตนเองเป็นหลัก โดยปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสำคัญกับรสชาติของผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งแรก ซึ่งต่างจากอดีตที่ให้ความสำคัญด้านราคาและโปรโมชัน เนื่องจากปัจจุบันผู้บริโภคกลุ่มนี้อยู่ในวัยทำงานและมีรายได้เพิ่มขึ้นจากอดีต และปัจจุบันผู้บริโภคกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับสุขภาพ จึงมีทัศนคติเชิงบวกอย่างมากต่อการบริโภคโยเกิร์ต เมื่อเทียบกับอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความตั้งใจในการบริโภคในอนาคต (ดังตารางที่ 1)

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลที่มีผลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่มีจุลินทรีย์โพรไบโอติกส์มากกว่า 1 ชนิด ในช่วงหนึ่งเดือนข้างหน้าของผู้หญิงกลุ่มมิลเลนเนียล สรุปได้ว่า แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษาไม่เป็นไปตาม TPB เนื่องจากมีเพียงปัจจัยการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมและความตั้งใจที่มีอิทธิพลเชิงบวกกับพฤติกรรมในการบริโภคผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่เป็นไปตามสมมติฐานของการศึกษาข้อ 3 และ 5 มีความสอดคล้องกับผลสำรวจพฤติกรรมที่พบว่า ผู้บริโภคกลุ่มนี้ตัดสินใจซื้อและผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตด้วยตนเอง ซึ่งทำให้ปัจจัยการรับรู้ความสามารถในการควบคุมตนเองมีอิทธิพลมากที่สุดเมื่อเทียบกับปัจจัยทัศนคติ และกลุ่มอิทธิพลอ้างอิง และทั้งสองปัจจัยไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อ 1 และ 2 ซึ่งผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kim et al., (2003) ที่พบว่าอิทธิพลของการรับรู้ในการควบคุมตนเองนั้นมีอิทธิพลมากที่สุดต่อการกำหนดความตั้งใจบริโภคโยเกิร์ต และพฤติกรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ De Bruijn et al. (2007) ในส่วนการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมส่งผลทางตรงต่อความตั้งใจและพฤติกรรมในการบริโภคผลไม้ สำหรับกลุ่มที่มีการบริโภคเป็นประจำ เมื่อเทียบกับกลุ่มที่มีการบริโภคน้อยและปานกลาง อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษานี้ชี้ชัดว่า ปัจจัยการรับรู้ความสามารถในการควบคุมตนเองที่จะบริโภคโยเกิร์ตที่มีจุลินทรีย์โพรไบโอติกส์มากกว่า 1 ชนิดนั้น ส่งผลเฉพาะทางอ้อมต่อพฤติกรรมการบริโภคโยเกิร์ตเท่านั้นจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อ 5 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในประเทศไทยของ Sayruamyat and Nadee (2020) ที่พบว่า การรับรู้ความสามารถในการควบคุมตัวเองส่งผลทางอ้อมในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพในอนาคตผ่านความตั้งใจมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกเช่นกัน

สำหรับปัจจัยทัศนคติที่ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจกระทำและพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตเนื่องจากงานวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะผู้หญิงกลุ่มมิลเลนเนียลที่บริโภคโยเกิร์ตซึ่งมีทัศนคติเชิงบวกสูงที่สุดเมื่อเทียบกับปัจจัยอื่น จึงเป็นสาเหตุให้ตัวแปรทัศนคติที่มีต่อการบริโภคโยเกิร์ตไม่ส่งผลต่อความตั้งใจและการบริโภคในอนาคต และเนื่องจาก



ผู้บริโภคตัดสินใจบริโภคและเลือกซื้อโยเกิร์ตด้วยตัวของผู้บริโภคเองจึงทำให้อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคโยเกิร์ตด้วยเช่นกัน จึงกล่าวได้ว่า ปัจจัยการรับรู้ความสามารถในการควบคุมตนเองของผู้บริโภคเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการกำหนดพฤติกรรมการบริโภคโยเกิร์ตที่มีจุลินทรีย์โพรไบโอติกส์มากกว่า 1 ชนิดในอนาคต ซึ่งผู้บริโภคที่มีการรับรู้ที่ดี แสดงถึงความสามารถในการควบคุมตนเอง (Self-control) ที่จะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพในอนาคต ดังผลการประเมินความเป็นไปได้และความง่ายในการเลือกซื้อมารับประทานหากมีความต้องการที่จะบริโภคโดยจะซื้อจากร้านสะดวกซื้อใกล้ที่พักอาศัยหรือที่ทำงาน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

จากผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า ผู้หญิงกลุ่มมิลเลนเนียลคือกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับตัวเองโดยเฉพาะเรื่องสุขภาพ และมีการรับรู้ความสามารถในการควบคุมตนเองให้บริโภคโยเกิร์ตได้ดีซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลในการบริโภคผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต แหล่งซื้อสำคัญของผู้บริโภคกลุ่มนี้ คือ ร้านสะดวกซื้อใกล้ที่อยู่อาศัยหรือที่ทำงาน ผู้ประกอบการและนักการตลาดสามารถนำเสนอกลยุทธ์การตลาดหรือโปรโมชั่นต่าง ๆ โดยเฉพาะธรรมชาติเพื่อกระตุ้นยอดขายผ่านร้านสะดวกซื้อ พร้อมจัดทำสื่อโฆษณาที่สอดแทรกคุณประโยชน์ของการบริโภคผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตเป็นประจำที่มีต่อสุขภาพและยืนยันด้วยผลงานวิจัยคุณประโยชน์ของโยเกิร์ตทั้งในและต่างประเทศ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคกลุ่มนี้

ข้อเสนอแนะงานวิจัยต่อเนื่อง

การศึกษารั้งนี้เน้นการศึกษาเชิงปริมาณจากการสำรวจผู้หญิงกลุ่มมิลเลนเนียลในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล งานวิจัยในอนาคตสามารถศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มอื่น ๆ รวมถึงขยายพื้นที่ศึกษาในต่างจังหวัดเพิ่มเติม เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในต่างจังหวัด รวมถึงศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านทัศนคติ อิทธิพลกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมตนเอง ที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่ผสมโพรไบโอติกส์มากกว่า 1 ชนิด เหมือนหรือแตกต่างจากผลการศึกษาครั้งนี้อย่างไร ทั้งยังสามารถทำการศึกษาเชิงคุณภาพเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกของพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตของผู้หญิงกลุ่มมิลเลนเนียล และสามารถขยายไปยังผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตประเภทอื่นเพิ่มเติม เพื่อนำมาประกอบกับงานวิจัยเชิงปริมาณสร้างเป็นกลยุทธ์การตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตให้กับผู้ประกอบการได้



บรรณานุกรม

- ณัชญ์นัน พรหมมา. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ในเขต กรุงเทพมหานคร. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. DSpace at Bangkok University. <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/1264>.
- ปาริชาติ พรชนะรักษ์. (2563). คุณลักษณะและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตของผู้บริโภคกลุ่มมิลเลนเนียล. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์]. DSpace at Kasertsard University. <https://ethesis.lib.ku.ac.th/dspace/handle/123456789/204>.
- พุทธิชาติ ดันติกุล. (2552). พฤติกรรมการบริโภคโยเกิร์ตแบบถ้วย กรณีศึกษาผู้บริโภคหญิงวัยรุ่นในเขต กรุงเทพมหานคร. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. DSpace at Bangkok University. <http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/457>.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2560, 19 กันยายน). เกาะกระแสสินค้าสุขภาพสร้างโอกาสธุรกิจ. ธนาคารกสิกรไทย. <https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/HealthyProduct.pdf>.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behaviour and Human Decision Process*, 50: 179-211.
- Anuyahong, T., Chusak, C., Thilavech, T. & Adisakwattana, S. (2020). Postprandial effect of yogurt enriched with anthocyanins from Riceberry Rice on glycemic and antioxidant capacity in healthy adults. *Nutrients* 12(2930): 1-13.
- Armitage, C. J. and Conner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behaviour: A meta-analytic review, *British Journal of Social Psychology*, 40: 471-499.
- Bowen, N. K. & Gou, S. (2012). *Structural equation modeling* (pp. 141-146). New York: Oxford University Press.
- Buendia, J. R., Yanping, L., Hu, F. B., Cabral, H. J., Bradlee, M. L., Quatromoni, P. A., Singer, M. R., Curhan, G. C. & Moore, L. L. (2018). Regular yogurt intake and risk of cardiovascular disease among hypertensive adults. *American Journal of Hypertension*, 31(5), 557-565.
- Carrillo, E., V. Prado-Gascó, S. Fiszman and P. Varela. (2013). Why buying functional foods? Understanding spending behaviour through structural equation modelling. *Food Research International*, 50(1), 361-368.



- Chuchom, T., Kiatpathomchai, S. & Thongrak, S. (2019). Yougurt consumption behavior and willingness to pay for biodegradable packaging yogurt in Hat Yai District, Songkhla Province. *KKU Research Journal of Humanities and Social Sciences*, 8(2), 75-87.
- Crichton, G. E. and Alkerwi, A. (2014). Whole-fat dairy food intake is inversely associated with obesity prevalence: findings from the Observation of Cardiovascular Risk Factors in Luxembourg study. *Nutrition Research*, 34(11), 936 – 943.
- De Bruijn, G.-J., S. P. Kremers, E. De Vet, J. De Nooijer, W. Van Mechelen & J. Brug. (2007). Does habit strength moderate the intention–behaviour relationship in the theory of planned behaviour? The case of fruit consumption. *Psychology and Health*, 22(8), 899-916.
- Euromonitor International. (2019). *Market Sizes*.
<http://www.portal.euromonitor.com/portal/StatisticsEvolution/index>.
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (2015). *Predicting and Changing Behavior: The Reasoned Action Approach*. Oxfordshire: Routledge.
- Hair J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Essex: Pearson New International Edition.
- Johnson, BR & Klaenhammer, TR. (2014). Impact of genomics on the field of probiotic research: historical perspectives to modern paradigms. *Antonievan Leeuwenhoek*, 106, 141–56.
- Kim, H., Y. Kim, H.-M. Choi & S. Ham (2018). Relationships among behavioral beliefs, past behaviors, attitudes and behavioral intentions toward healthy menu selection. *Nutr Res Pract*, 12(4), 348-354.
- Kim, K., Reicks, M. & Sjoberg, S. (2003). Applying the theory of planned behavior to predict dairy product consumption by older adults. *J Nutr Educ Behav*, 35, 294-301.
- Kolady D.E., Kattelman, K. & Scaria, J. (2019). Effects of health-related claims on millennials' willingness to pay for probiotics in the US: Implications for regulation. *Journal of Functional Foods*, 60, 1-9.
- Leardkamolkarn, V., Thongthep, W., Suttiarporn, P., Kongkachuichai, R. Wongpornchai, S. & Wanavijitr, A. (2011). Chempopreventive properties of the bran extracted from a newly-developed Thai rice: The Riceberry. *Food Chemistry*, 125(3), 978-985.



- McFarland, L. V. (2015). From yaks to yogurt: The history, development, and current use of probiotics. *Clinical Infectious Diseases*, 60(suppl 2), S85–S90.
- Mozaffarian, D., Hao, T., Rimm, E.B., Willett, W.C., & Hu, F.B. (2011). Changes in diet and lifestyle and long-term weight gain in women and men. *N Engl J Med*, 364, 2392-2404.
- Nielsen S. J. & Ogen, C. (2015). Trends in yogurt consumption, US adults, 1999-2012. *The FASEB Journal*, 29(Suppl 1), 587.517.
- Possa, G., Corrente, J. E. & Fisberg, M. (2017). Yogurt consumption is associated with a better lifestyle in Brazilian population. *BMC Nutr*, 3, 29.
- Ruangthammakit, O. & W. Wongsurawat (2018). Increasing growth opportunities for non-heavy and heavy users—A case study of yogurt cups in Thailand. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 1-26.
- Sayruamyat, S. & Nadee, W. (2020, February 5-7). Impacts of social psychological factors on eating behaviour of riceberry rice based on the theory of planned behaviour: A case study in Bangkok. In T. Puttitanun & A. Lerskullawat (Chairs), *Inno-creative Thailand for Sustainable Development Goals (SDGs) [Symposium]. The 58th Kasetsart University Annual conference*, Bangkok, Thailand.
- Tarkiainen, A. & S. Sundqvist (2005). Subjective norms, attitudes and intentions of Finnish consumers in buying organic food. *British food journal*, 107(11), 808-822.
- Tong, X., Dong, J.Y., Wu, Z.W., Li, W. & Qin, L.Q. (2011). Dairy consumption and risk of type 2 diabetes mellitus: a meta-analysis of cohort studies. *Eur J Clin Nutr*, 65, 1027-1031.
- Van Loo, Diem, Z. Pieniak & W. Verbeke (2013). Consumer attitudes, knowledge, and consumption of organic yogurt. *Journal of dairy science*, 96(4), 2118-2129.
- Voon, J. P., Ngui, K. S. & Agrawal, A. (2011). Determinants of willingness to purchase organic food: An exploratory study using structural equation modeling. *International Food and Agribusiness Management Review*, 14(2), 103-120.
- Wang, L., Manson, J.E., Buring, J.E., Lee, I.M. & Sesso, H.D. (2008). Dietary intake of dairy products, calcium, and vitamin D and the risk of hypertension in middle-aged and older women. *Hypertension*, 51, 1073-1079.