

กุหลาบ กิมศรี 2557: ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่ยั่งยืน วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัฒน์ นนทนาธรณ์, Ph.D. 112 หน้า

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่ยั่งยืน 2) ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่ยั่งยืน ความตระหนักด้านสังคม และการรับรู้คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ 3) ศึกษาขนาดอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของปัจจัยที่นำมาศึกษาที่มีผลต่อตัวแปรตาม โดยศึกษามุมมองของผู้บริโภคในกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยสีเขียว 3 แห่ง จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามแบบมาตรวัดประเมินค่า 7 ระดับ แบบลิเคิร์ตเป็นเครื่องมือวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า โมเดลสมการ โครงสร้างที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม AMOS 18 มีดังนี้ ค่าไค-สแควร์หารด้วยองศาความเป็นอิสระ (χ^2/df) เท่ากับ 2.218 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.914, ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.884, ค่าดัชนี Incremental Fit Index (IFI) เท่ากับ 0.944, ค่าดัชนี Tucker Lewis Index (TLI) เท่ากับ 0.931, ค่าดัชนีวัดความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.055, ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบ(CFI) เท่ากับ 0.944 ซึ่งตัวแปรแฝงในสมการ โครงสร้างมีค่าความเชื่อมั่นในการพยากรณ์ ร้อยละ 62 ถึง 69 โดยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลตรงต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่ยั่งยืนระดับสูงสุดได้แก่ ความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.699 นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 รองลงมา คือ ทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารที่ยั่งยืน มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.614 นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 นอกจากนี้ยังพบว่ามีอิทธิพลระหว่างตัวแปรร่วม 3 ตัวแปร ได้แก่ 1) ความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลตรงต่อความตระหนักด้านสังคม 2) ความตระหนักด้านสังคมมีอิทธิพลตรงต่อการรับรู้คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ และ 3) ความตระหนักด้านสังคมมีอิทธิพลตรงต่อทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารที่ยั่งยืน