

227180

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ทักษะคิดและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารสร้างสุขภาพ และ (2) ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะคิดและพฤติกรรมของผู้บริโภคต่ออาหารสร้างสุขภาพ โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ จากกลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิงที่ใส่ใจดูแลสุขภาพ อายุระหว่าง 22-49 ปี อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน

ผลการวิจัยพบว่า

- 1) ทักษะคิดของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารสร้างสุขภาพ อยู่ในระดับปานกลาง
  - 2) พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารสร้างสุขภาพ อยู่ในระดับต่ำ
- และ 3) ทักษะคิดในมิติที่ 1) อาหารสร้างสุขภาพกับการให้รางวัลตนเอง 2) ความเชื่อมั่นในอาหารสร้างสุขภาพ 3) ความจำเป็นของการบริโภคอาหารสร้างสุขภาพ 4) การเป็นส่วนหนึ่งของอาหารเพื่อสุขภาพ และ 5) ความปลอดภัยของอาหารสร้างสุขภาพ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ขณะที่ทักษะคิดในมิติ "รสชาติของอาหารสร้างสุขภาพ" มีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

227180

This research was aimed to examine: (1) consumers' attitude and behavior toward functional foods and (2) the relationship between consumers' attitude and behavior toward functional foods. The survey research was used to collect data from 400 samples of males and females who are health conscious, aged 22-49 years old, and living in Bangkok.

The research found that:

- 1) Overall consumers' attitude toward functional foods is at the average level.
- 2) Overall consumers' behavior toward functional foods is below the average level.

and 3) Consumers' attitude toward functional foods was significantly and positively related with consumers' functional foods consumption in 5 dimensions - 1) Personal reward, 2) Confidence in functional foods, 3) Necessity for functional foods, 4) Functional foods as part of a healthy diet and 5) Safety of functional foods. While attitude toward "Taste of functional foods" and consumers' functional foods consumption was significantly and negatively related at 0.05.