

| | | |
|--|---|---------------|
| ชื่อเรื่องการค้าค้นคว้าแบบอิสระ | พฤติกรรมกรรมการบริโภคน้ำมันจากพืชของครัวเรือน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ | |
| ผู้เขียน | นางสาวพรณิสา ดวงมา | |
| ปริญญา | เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต | |
| คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าค้นคว้าแบบอิสระ | ผศ.ดร.ปิยะลักษณ์ พุทธวงศ์ | ประธานกรรมการ |
| | รศ.ดร.ศศิเพ็ญ พวงสายใจ | กรรมการ |
| | รศ.พรทิพย์ เขียรธีรวิทย์ | กรรมการ |

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของครัวเรือนในการบริโภคน้ำมันจากพืช และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคน้ำมันจากพืชของครัวเรือนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย กลุ่มตัวอย่างที่บริโภคน้ำมันถั่วเหลือง 200 คน และกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคน้ำมันปาล์ม 200 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติพรรณนาและค่าลิเคิตสเกล (Likert Scale) ในการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคน้ำมันจากพืชของครัวเรือนซึ่งประกอบด้วย ส่วนการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย และส่วนของการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่างทั้งสองโดยใช้สถิติ t-test

ผลการศึกษาพบว่า ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคน้ำมันถั่วเหลืองจำนวน 200 ตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีสถานภาพเป็นโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้ต่อเดือนในระหว่าง 5,001-10,000 บาทต่อเดือน และมีสมาชิกในครัวเรือนจำนวน 4-5 คน สำหรับพฤติกรรมในการตัดสินใจบริโภคน้ำมันจากพืชพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะซื้อน้ำมันพืชที่ห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ จำนวนการซื้อ 1-2 ขวดต่อครั้ง มี

ความถี่ในการซื้อน้ำมันพืชระหว่าง 1-2 ครั้งต่อเดือน นิยมซื้อขนาดบรรจุ 1 ลิตรมากที่สุด มักใช้ประกอบอาหารประเภทผัด นิยมเก็บน้ำมันไว้ใช้หลังจากการทอดครั้งที่หนึ่งโดยใช้ทอดซ้ำ 1-2 ครั้ง การกำจัดน้ำมันพืชที่ใช้จากการบริโภค โดยการเททิ้งลงท่อระบายน้ำ ส่วนใหญ่เคยบริโภคน้ำมันพืชที่เหม็นและตัดสินใจที่จะบริโภคน้ำมันพืชที่เหม็นต่อไป ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคน้ำมันจากพืชคือ ด้านผลิตภัณฑ์โดยเน้นคุณภาพของสินค้า ส่วนปัจจัยรองลงมาคือ ด้านราคาโดยเน้นราคาที่เหมาะสมตามคุณภาพของสินค้า

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคน้ำมันปาล์มจำนวน 200 ตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้ต่อเดือนในระหว่าง 10,001-20,000 บาทต่อเดือน และมีสมาชิกในครัวเรือนจำนวน 1-3 คน สำหรับพฤติกรรมในการตัดสินใจบริโภคน้ำมันจากพืชพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะซื้อน้ำมันพืชที่ห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ จำนวนการซื้อ 1-2 ขวดต่อครั้ง มีความถี่ในการซื้อน้ำมันพืชระหว่าง 1-2 ครั้งต่อเดือน นิยมซื้อขนาดบรรจุ 1 ลิตรมากที่สุด มักใช้ประกอบอาหารประเภททอดและไม่นิยมเก็บน้ำมันไว้ใช้หลังจากการทอดครั้งที่หนึ่ง การกำจัดน้ำมันพืชที่ใช้จากการบริโภค โดยการเททิ้งลงท่อระบายน้ำ ส่วนใหญ่เคยบริโภคน้ำมันพืชที่เหม็นและตัดสินใจที่จะไม่บริโภคน้ำมันพืชที่เหม็นต่อไป ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคน้ำมันจากพืชคือ ด้านราคาโดยเน้นราคาที่เหมาะสมตามคุณภาพของสินค้า ส่วนปัจจัยรองลงมาคือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคน้ำมันจากพืชของครัวเรือนระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคน้ำมันถั่วเหลืองและกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคน้ำมันปาล์ม พบว่า ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างที่บริโภคน้ำมันถั่วเหลืองเห็นว่ามีความสำคัญมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่บริโภคน้ำมันปาล์มคือ คุณภาพของสินค้า ลักษณะสีของน้ำมันพืช ชนิดของวัตถุดิบที่นำมาสกัดน้ำมันพืช ชนิดของบรรจุภัณฑ์ มีข้อมูลบอกที่บรรจุภัณฑ์ ราคาเหมาะสมตามคุณภาพและร้านค้าของชำร่วยบ้าน แต่ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างที่บริโภคน้ำมันปาล์ม เห็นว่ามีความสำคัญมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่บริโภคน้ำมันถั่วเหลืองคือ มีการโฆษณาทางสื่อต่างๆ และมีการจัดรายการส่งเสริมการขาย

Independent Study Title The Behavior of Vegetable Oil Consumption of Households in Mueang District, Chiang Mai Province

Author Miss Phannisa Doungma

Degree Master of Economics

Independent Study Advisory Committee

Asst.Prof.Dr. Piyaluk Buddhawongsa Chaiperson

Assoc.Prof.Dr. Sasipen Phuangsaichai Member

Assoc.Prof. Prontip Tianteerawit Member

ABSTRACT

Household consumption behavior and factors influencing the decision concerning vegetable oil consumption were examined. Samples covered 200 individuals in soybean oil consuming households and another 200 in palm oil consuming households that resided in Mueang District area of Chiang Mai Province. Analysis was based on descriptive statistics, and Likert Scale method to compare the importance of such decisive factors as product, price, place, and promotion. Meanwhile, the distinction between the two sample groups about their opinion concerning the different influential factors was ascertained by the results of t-test.

The majority of those 200 soybean oil consumer samples could be described as female, aged 21-30 years old, single, bachelor's degree graduate, government/state enterprise worker, with 5,001-10,000 baht average monthly income, and having 4-5 family members. The study on consumer behavior found that in most cases the samples purchased vegetable oil from large retail stores, 1-2 bottles per purchase, 1-2 times per month, preferably 1 liter size. They generally used the oil for stir-fried cooking. In case of deep frying, they often kept the oil for repeated use one or

two more times and then got rid of the old oil through drainage. Most of them used to consume premium grade vegetable oil and decided to adhere to consuming premium product. The factor most influential for their decision appeared to be product particularly the quality aspect, followed by price in terms of reasonable price considering the quality of product.

Most of the 200 samples of palm oil consumers were found to be female, aged 21-30 years old, married, bachelor's degree graduate, government/state enterprise employee, with 10,001-20,000 baht average monthly income, and having 1-3 family members. Similarly, most of them bought palm oil for household consumption from large retail stores, 1-2 bottles per buying, 1-2 times per month frequency, and preferably 1 liter size. They generally used the oil for deep frying only once and drained the used oil into sewers. Most samples indicated they used to consume premium grade oil but decided not to do so anymore. The most important factor in their decision to consume particular vegetable oil was price in terms of reasonable price compared to quality, and the next important one was place or distribution channel.

On the opinion with respect to the relative importance of influential factors for the choice of buying vegetable oil, the soybean oil consumer group appeared to place greater emphasis than the otherwise group on the following attributes: product quality, color of vegetable oil, type of raw material for vegetable oil extraction, type of container, information labeling, reasonable price in relation to quality, and retail store in the neighborhood. In contrast, factors considered more important in the opinion of palm oil consumer group were advertisement through various media, and organization of sale promotion campaign.