

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างความต้องการผักพื้นบ้านของผู้บริโภค
ในเมือง

ชื่อผู้เขียน นางสาววรรณวิไล จุลพันธ์

ปริญญา วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เกษตรศาสตร์) เกษตรศาสตร์เชิงระบบ

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

รศ.ดร.อารี วิบูลย์พงศ์ ประธานกรรมการ

ผศ.ดร.พัฒนา เจียรวิริยะพันธ์ กรรมการ

อาจารย์ พฤกษ์ ยิบมันตะศิริ กรรมการ

บทคัดย่อ

ปัจจุบันภาครัฐมีการส่งเสริมให้ประชาชนบริโภคผักพื้นบ้านมากขึ้น แต่ทั้งนี้ความรู้ในเรื่องระบบการผลิต การตลาดผักพื้นบ้าน ความต้องการของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคต้องการยังมีจำกัดเกินกว่าจะนำมากำหนดเป็นแนวทางพัฒนาได้ ดังนั้นการศึกษานี้จึงมุ่งเน้นในการทำความเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคผักพื้นบ้าน และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความการบริโภคผักพื้นบ้านเป็นประจำของผู้บริโภค โดยสัมภาษณ์ผู้บริโภคจำนวน 270 คน ระหว่างเดือนมีนาคม พ.ศ. 2547 การวิเคราะห์ใช้วิธีเชิงพรรณนาและแบบจำลองโลจิท (logit model) นอกจากนี้ยังได้ศึกษาระบบการผลิตและการตลาดของตัวแทนผู้ผลิตผักพื้นบ้าน 10 ราย และสัมภาษณ์ผู้ประกอบการจำนวน 30 ราย

ผลการศึกษาพบว่าเกษตรกรโดยมากทำการผลิตผักพื้นบ้านในระบบเกษตรผสมผสาน โดยให้ความสำคัญกับพืชเศรษฐกิจเป็นหลัก สาเหตุที่เกษตรกรผลิตผักพื้นบ้าน เนื่องจากผักพื้นบ้านเป็นพืชที่ปลูกง่าย การผลิตผักพื้นบ้านจะใช้บริโภคในครัวเรือนเป็นอันดับแรก และจำหน่ายผลผลิตส่วนเกินจากการบริโภค ผลผลิตผักพื้นบ้านร้อยละ 51.1 จะถูกจำหน่ายให้แก่พ่อค้าคนกลางใน

ท้องถิ่น เกษตรกรที่ปลูกผักพื้นบ้านในระบบเชิงพาณิชย์จำหน่ายผักทั้งหมดให้แก่พ่อค้าคนกลางที่เป็นเกษตรกรในท้องถิ่น และเป็นผู้กำหนดราคาด้วย

ผักพื้นบ้านที่วางจำหน่ายในตลาดเมืองใหม่ (ตลาดค้าผัก-ผลไม้ที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัดเชียงใหม่) มาจากในจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดใกล้เคียง (ลำพูน ลำปาง แพร่ น่าน เป็นต้น) ผักพื้นบ้านที่มีการวางจำหน่ายมากที่สุดคือ ผักพื้นบ้านในหมวดเครื่องปรุงรส รองลงมาได้แก่ หมวดผล หมวดดอก ยอด ใบ และหมวดผักตามลำดับ แต่ทั้งนี้ปริมาณผักพื้นบ้านที่วางจำหน่ายในตลาดเมืองใหม่มีเพียงร้อยละ 3.88 ของปริมาณผักเศรษฐกิจที่มีการวางจำหน่ายทั้งหมด

ในส่วนของผู้บริโภคพบว่า ผักพื้นบ้านที่ผู้บริโภคนิยมบริโภคมากที่สุดคือ กระเทียม ตะไคร้ ขิง ข่า พริกขี้หนู มะกรูด โหระพา ตามลำดับ (หมวดเครื่องปรุงรส) และเมื่อพิจารณาความต้องการซื้อจากตลาดของผู้บริโภคที่มีต่อผักพื้นบ้านพบว่า ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองมีความต้องการซื้อผักพื้นบ้านมากกว่าผู้บริโภคนอกเขตอำเภอเมือง และผักพื้นบ้านที่ผู้บริโภคทั้งสองกลุ่มมีความต้องการซื้อคือ ผักพื้นบ้านหมวดผล (ผักแก้ว มะเขือส้ม มะระขี้นก) ซึ่งมูลค่าการซื้อผักพื้นบ้านของผู้บริโภคจะไม่เกิน 50 บาท/ครั้ง

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการปัจจัยที่มีผลต่อสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารพื้นเมืองต่อค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารทั้งหมด และสมการปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติเชิงบวกต่อผักพื้นบ้านของผู้บริโภค ด้วยวิธี ordinary least squared พบว่า ระดับการศึกษา เขตที่อยู่อาศัย รัศมีรายได้ และอายุ ส่วนแต่มีอิทธิพลต่อสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารพื้นเมืองของผู้บริโภค โดยที่ระดับการศึกษาของผู้บริโภคเป็นปัจจัยที่มีน้ำหนักมากที่สุด (แต่มีผลเชิงลบ) ในการกำหนดสัดส่วนการบริโภคอาหารพื้นเมืองของผู้บริโภค และปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติเชิงบวกต่อผักพื้นบ้านของผู้บริโภค ได้แก่ ระดับการศึกษา และเขตที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค

ผลจากการวิเคราะห์แบบจำลองโลจิท (logit model) ซึ่งวิเคราะห์โอกาสความน่าจะเป็นในการบริโภคผักพื้นบ้านเป็นประจำของผู้บริโภค พบว่าปัจจัยที่มีผลสำคัญที่สนับสนุนให้มีการบริโภคผักพื้นบ้านเป็นประจำ ได้แก่ รูปแบบการรับประทานอาหารที่บ้าน เขตที่อยู่อาศัยนอกอำเภอเมือง ความสะดวกในการหาซื้อผักพื้นบ้าน และความตระหนักถึงคุณประโยชน์ผักพื้นบ้าน แต่ระดับการศึกษาที่สูงขึ้น ทำให้โอกาสที่จะบริโภคเป็นประจำลดลง โดยตัวแปรที่จะมีผลต่อการเพิ่มโอกาสความน่าจะเป็นในการบริโภคผักพื้นบ้านเป็นประจำมากที่สุดคือ รูปแบบการรับประทานอาหารที่บ้าน

การขยายความต้องการบริโภคผักพื้นบ้านของผู้บริโภค ควรคำนึงถึงรูปแบบการรับประทานอาหารที่ผู้บริโภคมีความสะดวกในการหาซื้อ (อาหารปรุงสำเร็จรูป) และในขณะเดียวกันควรทำการประชาสัมพันธ์ผักพื้นบ้านให้ผู้บริโภคได้ทำความรู้จักและรับทราบถึงคุณประโยชน์ผักพื้นบ้าน ซึ่งอาจไม่ส่งผลต่อการบริโภคผักพื้นบ้านในระยะสั้น แต่ทั้งนี้จะส่งผลต่อการบริโภคผักพื้นบ้านในระยะปานกลางและระยะยาว

Thesis Title Factors Affecting Consumer Demands on Local Vegetables in Urban Area

Author Miss Wanvilai Chulaphan

Degree Master of Science (Agriculture) Agricultural Systems

Thesis Advisory Committee

Assoc. Prof. Dr. Aree Wiboonponge	Chairperson
Asst.Prof.Dr. Pattana Jierwiriypant	Member
Lect. Phrek Gypmantasiri	Member

ABSTRACT

The Thai Government has promoted to increase consumption of local vegetables. Nevertheless, information about production and marketing system and consumer demand are too limited to determine the development approach. This study aims to provide better understudied of behavior to analyze factors in fluencies consumer demand of local vegetables. The research was carried out by interviews 270 consumers during on March 2004. It also included the Descriptive analysis and Logit model were used for study.

The study revealed that most of the farmers produced local vegetables in integrated-agricultural system, with emphasis on commercial crops. The farmers preferred local vegetables as it did not demand high technology and the products also used for household consumption. It was also found that the farmer family's demand determined the type of local vegetable to be grown.

Half of the local vegetables products (51.1%) were distributed to the local dealers. The local vegetable assembled and distributed through the Mung Mai Market, which is the largest in Chiang Mai, came from Chiang Mai and neighboring provinces. The distribution was carried out by the middleman who had direct contact with local farmers. Although, the local vegetables

contributes only 3.88% of all vegetables in the market the study revealed that the most favorite local vegetables were seasoning followed by fruits, flower leaf and pods.

According to the consumer's preference, the most favorite sort of local vegetables were seasoning, followed by garlic, lemon grass, galangal, ginger, bird chili, leech lime and sweet basil (flower tips). It was also found that the demand for the local vegetables was higher in the urban area than the rural area.

Equation of factors affecting proportion of expenditure on local food and equation of factors affecting a positive attitude are using ordinary least square method. The main factors influencing the proportion of expenditure on local food are dwelling place, income, education and age. The factors influencing positive attitude to local vegetable are education and dwelling place.

The probability of local vegetable consumption is explained by logit model, and it is found that the factors which influenced the consumers demand are consumers' behavior pattern ,dwelling place, convenient to buy local vegetable, education and to realize usefulness of local vegetable , and case of accessing to the study concluded that consumers' behavior pattern was the most significant factor product for increasing the possibility of local vegetable demand.