ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อผักปลอดสารพิษจากเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวสุมิตรา กันธะวงค์

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ รองศาสตราจารย์อรชร มณีสงฆ์

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อผักปลอดสารพิษจากเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีในการเก็บตัวอย่างแบบตามสะดวก การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 51 – 60 ปี สถานภาพสมรสแล้ว มีระดับการศึกษาสูงสุดเป็นปริญญาตรี อาชีพหลักข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001 - 20,000 บาท ซื้อผักปลอดสารพิษมากกว่าผักทั่วไป มีความคิดเห็นว่าผักปลอดสารพิษคือผักที่ไม่ใช้สารเคมีในการเพาะปลูกเลย มีความระมัดระวังใส่ใจในสุขภาพระดับมาก

ด้านพฤติกรรม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เลือกประเภทของผักปลอดสารพิษที่นิยมซื้อคือผักกาดชนิดต่างๆ ตัดสินใจเลือกซื้อผักปลอดสารพิษด้วยตัวเอง ซื้อผักปลอดสารพิษ 2 – 3 วันต่อครั้ง นิยมซื้อผักปลอดสารพิษในช่วงเวลา 6.00 – 10.00 น. นิยมซื้อผักปลอดสารพิษจากเกษตรกรคือที่ตลาดนัดศูนย์วิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร มช. สถานที่อื่นๆ ที่ซื้อผักปลอดสารพิษคือตลาดสด เหตุผลของการซื้อผักปลอดสารพิษเพราะหลีกเลี่ยงอันตรายจากสารเคมีตกค้างในผัก สื่อที่ทำให้รับทราบข้อมูลผักปลอดสารพิษจากเกษตรกรคือจากการแนะนำของเพื่อน/ญาติ/ครอบครัว แหล่งข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษคือ จากเพื่อน/ญาติ/หรือคนที่เคยซื้อ เกณฑ์การประเมินเพื่อเลือกซื้อผักปลอดสารพิษโดยพิจารณาจากคุณภาพของสินค้า ปริมาณเฉลี่ยในการซื้อผักปลอดสารพิษแต่ละครั้งครั้งละ 1 – 2 กิโลกรัม มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในซื้อผักปลอด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารพิษครั้งละ 51 – 100 บาท ซื้อผักปลอดสารพิษแล้วส่วนใหญ่มีความพอใจมาก และจะมีการชักชวนให้คนอื่นมาซื้อผักปลอดสารพิษอีก

ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษจากเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงตามลำดับ ได้แก่ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางได้แก่ ปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาและข้อเสนอแนะที่พบมากที่สุดคือ ปัญหาทางด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องไม่มีความมั่นใจในคุณภาพความปลอดภัยของผัก เนื่องจากไม่มีการแสดงผลการสุ่มตรวจสารเคมีในผักของร้านค้าที่นำผักมาจำหน่าย ให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Consumer Behavior Towards Purchasing Pesticides Free Vegetable from Farmers in Chiang Mai Province

Author Miss Sumitra Kanthawong

Degree Master of Business Administration (Marketing)

Independent Study Advisor Assoc. Prof.Orachorn Maneesong

Abstract

This independent study aims to explore the consumers' behaviors towards purchasing pesticide free vegetables from farmers in Chiang Mai Province. The instrument tool used in this study is the questionnaires distributed to 200 samples on the basis of convenience Sampling. The data collected is then analyzed through descriptive statistics processes including frequency, percentage, and means.

The findings indicate that most respondents are female, aged between 51 and 60 years old, married, and obtain Bachelor's degrees. Their main occupations consist of civil servants and state enterprise's personnel with average income between 10,001 and 20,000 Baht a month. The respondents prefer purchasing pesticide free vegetables to normal vegetables. Their view towards pesticide free vegetables is that pesticide free vegetables do not involve chemical substances during the growing process at all and consider the consumers' health as the main priority.

Regarding the consumers' behaviors, most respondents usually purchase different kinds of cabbages and prefer purchasing these pesticide free vegetables themselves 2-3 times a day during 6.00 to 10.00 hours. The respondents usually purchase pesticide free vegetables from the market regularly arranged by Research Center for Agricultural Product Development, Chiang Mai University. Another alternative place for purchasing pesticide free vegetables is fresh markets. Their main reason in purchasing pesticide free vegetables is to avoid dangers from chemical residues remained in normal vegetables. They are informed of pesticide free vegetables by the advice of their friends, relatives, and families. Additional source regarding purchasing pesticide free vegetables is also their friends, relatives, and other regular consumers. The criterion

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

for purchasing pesticide free vegetables is the quality of products. The average amount of each purchase is 1 to 2 kilograms with the average expense of 51 to 100 Baht each purchase. The respondents' satisfaction in purchasing pesticide free vegetables is in the high level and they tend to persuade other people to purchase pesticide free vegetables.

For the proportional marketing mix influencing the purchasing of pesticide free vegetables from farmers in Chiang Mai, it found that the factors most respondents concern with the averages in high level are product factor, distribution channel factor, and price factor, respectively. The factor with medium level of concern is market promotion factor.

Regarding problems and suggestion, the problems mostly found consist of product problem and reliability in vegetables' quality and safety since the shops rarely display the results of random check for chemical residues to assure the consumers' confidence.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved