

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ทัศนคติของผู้บริโภคต่อส้มสายน้ำผึ้งที่ผลิตตามแนวทาง
เกษตรดีที่เหมาะสม ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ผู้เขียน

นางชุตินา พิชญกุล

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
(การจัดการอุตสาหกรรมเกษตร)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ ดร.เขมกร ไชยประสิทธิ์

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคต่อส้มสายน้ำผึ้งที่ผลิตตามแนวทางเกษตรดีที่เหมาะสม ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคที่เคยบริโภคส้มสายน้ำผึ้ง จำนวน 300 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพนักเรียน/นักศึกษามากที่สุด ส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน ส่วนใหญ่เคยบริโภคส้มสายน้ำผึ้งยี่ห้อธนาธร ชื่อส้มสายน้ำผึ้งจากตลาดสด/แผงลอย โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ทราบว่าส้มสายน้ำผึ้งยี่ห้อที่บริโภคผลิตตามแนวทางเกษตรดีที่เหมาะสม และไม่เคยได้รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับส้มสายน้ำผึ้งที่ผลิตตามแนวทางเกษตรดีที่เหมาะสมมาก่อน สื่อโทรทัศน์ เป็นสื่อที่ทำให้ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับส้มสายน้ำผึ้งที่ผลิตตามแนวทางเกษตรดีที่เหมาะสม

ผลการศึกษาทัศนคติพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจโดยรวมเกี่ยวกับส้มสายน้ำผึ้งที่ผลิตตามแนวทางเกษตรดีที่เหมาะสมในระดับมาก โดยรู้สึกเห็นด้วยและชอบในการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี และมีแนวโน้มที่จะซื้อและบอกต่อในอนาคต ด้วยเหตุผลหลักคือ ส้มสายน้ำผึ้งที่ผลิตตามแนวทางเกษตรดีที่เหมาะสมจะเป็นทางเลือกหนึ่งของคนรักสุขภาพของตนเองและสิ่งแวดล้อม แม้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะมีทัศนคติที่ดี ต่อส้มสายน้ำผึ้งที่ผลิตตามแนวทางเกษตรดีแล้วนั้น ยังมีประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจระดับน้อย คือ ประเด็นที่ผู้ผลิตส้มสายน้ำผึ้งสามารถติดสัญลักษณ์อักษร Q บนส้มได้โดยไม่ต้องผ่านการรับรองจากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

Independent Study Title	Attitude of Consumers Towards Sai Nam Phueng Tangerine Produced Through Good Agricultural Practice in Mueang Chiang Mai District
Author	Mrs.Chutima Pichayakul
Degree	Master of Business Administration (Agro – Industry Management)
Independent Study Advisor	Lecturer Dr. Kemakorn Chaiprasit

ABSTRACT

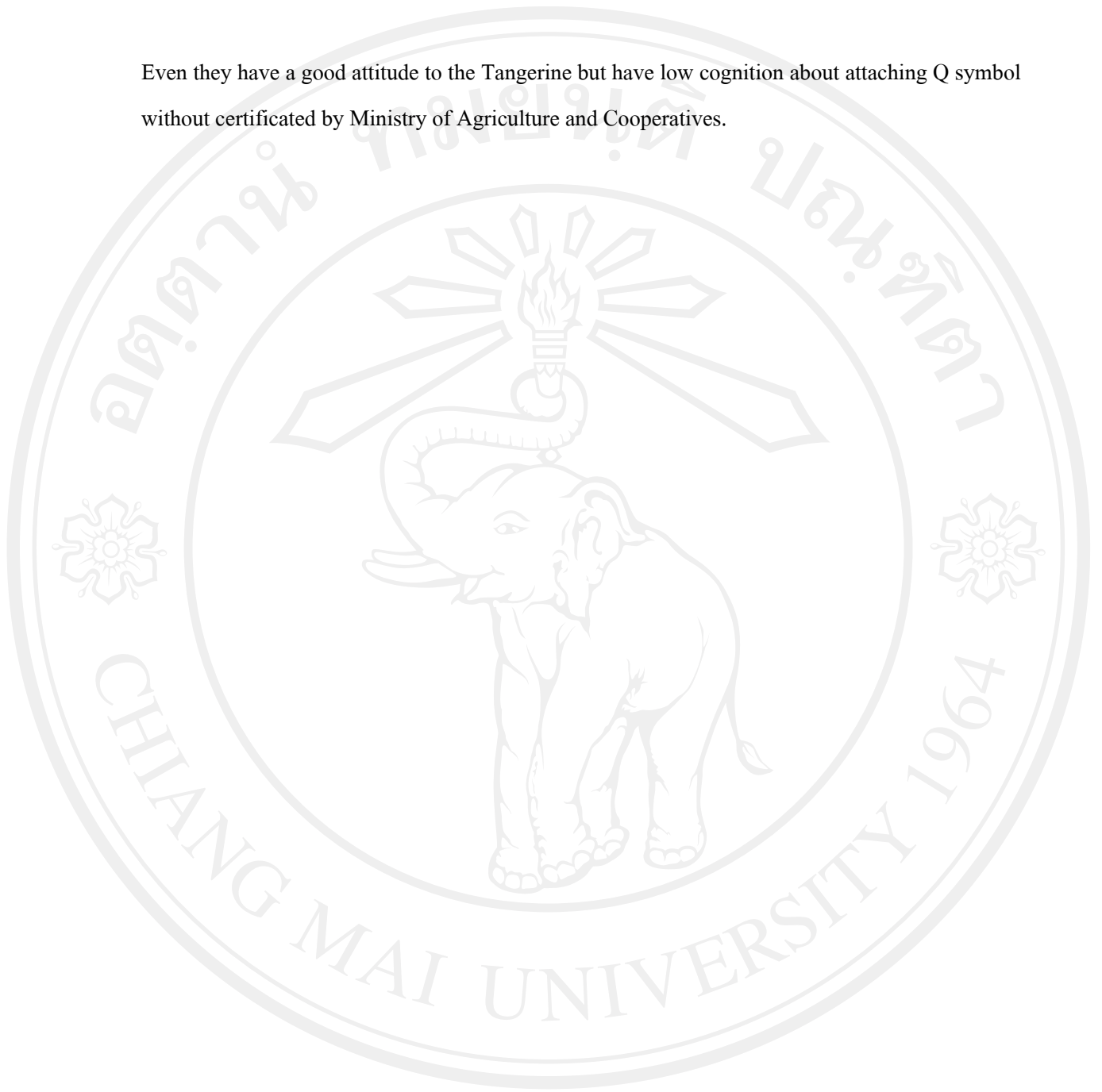
The purpose of this independent study was to study attitude of consumers towards Sai Nam Phueng Tangerine produced through Good Agricultural Practice in Mueang, Chiang Mai District

In this study, questionnaires were used as tool to collect data from consumers who consumed Sai Nam Phueng Tangerine. There were 300 samples. All obtained data were analyzed by descriptive statistics which were frequency, percentage and mean.

The results showed that almost consumers were women aged 21-30 years old, education level were bachelor degree, work as a students, average income were lower than 10,000 bath/month, used to buy Thanathon brand, bought from fresh market, almost consumers didn't know that they were Sai Nam Phueng Tangerine produced through Good Agricultural Practice and have never been informed about Sai Nam Phueng Tangerine produced through Good Agricultural Practice before. Television is the best media to reach the information.

The study found that almost consumers have a cognitive knowledge about Sai Nam Phueng Tangerine Produced through Good Agricultural Practice, agree with Sai Nam Phueng Tangerine produced through Good Agricultural Practice and tend to buy and tell other in the future with these following reasons Sai Nam Phueng Tangerine produced through Good Agricultural Practice will be good choice for people who care about health and environment.

Even they have a good attitude to the Tangerine but have low cognition about attaching Q symbol without certified by Ministry of Agriculture and Cooperatives.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved