

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ทัศนคติผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ที่มี

ต่อผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพจากงาขี้ม้อน

ผู้เขียน

นายวิวัฒน์ นิ่มสกุล

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

(การจัดการอุตสาหกรรมเกษตร)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิรมล อุดมอ่าง

### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ทัศนคติผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพจากงาขี้ม้อน มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อสำรวจทัศนคติผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ (2) เพื่อสำรวจทัศนคติผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากงาขี้ม้อนในจังหวัดเชียงใหม่ (3) เพื่อหาปัจจัยและลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ (4) เพื่อเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาอาหารเพื่อสุขภาพจากงาขี้ม้อนที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า การศึกษานี้ใช้รูปแบบการศึกษาเชิงสำรวจ โดยกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพที่รู้จักงาขี้ม้อน ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ราย อายุระหว่าง 10 ถึง 65 ปี แบ่งเป็น 5 ช่วงอายุ ได้แก่ ต่ำกว่า 15 ปี 15-30 ปี 31-45 ปี 46-60 ปี และมากกว่า 60 ปี ช่วงอายุละ 80 คนเท่ากัน ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ สถิติเชิงพรรณนา ซึ่งได้แก่ จำนวน ร้อยละ คะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับสถิติเชิงอนุมานใช้สถิติเพียร์สันไค-สแควร์ แมคนีมาร์ ไค-สแควร์ การวิเคราะห์ปัจจัย และการวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภคด้วยแบบจำลองคานอ โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นนักเรียนนักศึกษาและยังไม่มีรายได้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจว่าอาหารเพื่อสุขภาพหมายถึง อาหารรูปแบบใดก็ตามที่สามารถช่วยป้องกัน บรรเทาหรือรักษาโรคได้ โดยมีเหตุผลในการบริโภคคือ ต้องการสุขภาพที่ดี โดยรวมทั้งร่างกายอันเนื่องมาจากปัญหาสุขภาพของผู้บริโภคเป็นหลัก ผู้บริโภคตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพด้วยตัวเองในงบประมาณ 50-100 บาทต่อครั้ง นิยมผักผลไม้มากกว่าอาหารประเภทอื่นและเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพเป็นประจำที่ตลาด จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ พบว่า เพศและรายได้มีผลต่อความถี่ในการบริโภคและประเภทอาหารเพื่อสุขภาพที่นิยมรับประทาน ส่วนอายุมีผลต่อความถี่ในการบริโภค ประเภทอาหารเพื่อสุขภาพที่นิยมและค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหาร ปัญหาที่พบจากการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพมากที่สุดคือ มีราคาแพงกว่าอาหารโดยทั่วไป รองลงมาได้แก่ หาซื้อได้ยากและไม่มั่นใจในคุณภาพ ตัวแปรที่มีความสำคัญที่สุดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ คือ มาตรฐานรับรองคุณภาพและความปลอดภัย ทั้งนี้จากการวิเคราะห์ปัจจัย (factor analysis) สามารถรวมกลุ่ม 15 ตัวแปรและจัดตั้งเป็น 3 ปัจจัยใหม่ ได้แก่ ปัจจัยที่ 1 คุณภาพและคุณค่าผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญมากที่สุด ประกอบด้วย 7 ตัวแปร ได้แก่ มาตรฐานรับรองคุณภาพและความปลอดภัย กรรมวิธีและเทคโนโลยีการผลิต การแสดงข้อมูลสำคัญและคำแนะนำในการบริโภคบนฉลาก ปริมาณและความหลากหลายของสารที่เป็นประโยชน์ แหล่งที่มาและคุณภาพของวัตถุดิบ อายุการเก็บรักษา ราคาเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ ปัจจัยที่ 2 คือ การส่งเสริมการตลาด และปัจจัยที่ 3 คุณลักษณะทางประสาทสัมผัส จากการวิเคราะห์ค่าโนโมเดลพบว่า การมีสารต้านอนุมูลอิสระ ทำให้มีผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพมีความน่าดึงดูดของผู้บริโภคมากขึ้น ผู้บริโภครับประทานผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพจากงาช้างมือนเพราะต้องการประโยชน์ต่อร่างกาย ถึงแม้การทดสอบความรู้ความเข้าใจ ทำให้ทราบว่าผู้บริโภคมีความรู้เพียงเล็กน้อยและเข้าใจว่างาช้างมือนให้ประโยชน์คล้ายงาดำ ในกรณีที่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารชนิดใหม่จากงาช้างมือน ผู้บริโภคให้ความสนใจผลิตภัณฑ์นมโคหรือนมถั่วเหลืองผสมงาช้างมือนมากที่สุด

**Independent Study Title**

Attitudes of Consumers in Chiang Mai  
Province Towards Functional Food Products  
from *Perilla frutescens*

**Author**

Mr. Witthawat Nimsakul

**Degree**

Master of Business Administration  
(Agro-Industry Management)

**Independent Study Advisor**

Asst. Prof. Dr. Niramom Utama-ang

**ABSTRACT**

The investigation entitled “Attitudes of Consumers in Chiang Mai Province Towards Functional Food Products from *Perilla frutescens*” had the following objectives; (1) to survey the attitudes of consumers in Chiang Mai towards functional food products, (2) to survey the attitudes of consumers in Chiang Mai towards functional food products from *P. frutescens*, (3) to study the factors and their importance that affected the satisfaction of consumers on functional food products, and (4) to propose product concept and idea for new functional food products from *P. frutescens* that match the consumer’s demand. The current survey research of 400 respondents who were familiar with *P. frutescens*, who lived in Chiang Mai city and their age range were between 10 - 65 years old. The five subgroups included (1) under 15 years, (2) 15 - 30 years, (3) 31 - 45 years, (4) 46 - 60 years and (5) above 60 years with 80 people in each subgroup. The questionnaires were randomly distributed to the correct sample group with the screening questions. The descriptive statistics such as frequency, percentage, mean, and standard deviation were used. The inferential statistic being applied in this study included Pearson chi-square, McNemar chi-square, factor analysis, and Kano’s model analysis with the computer programs.

The study revealed that most of respondents were female with Bachelor degree education. The occupation of respondents was student with no income. The majority of respondents understood that the functional foods as any kind of foods that could prevent illnesses, alleviated disease or cured sickness. The reason for functional foods consumption was for overall physical good health. The consumers decided to purchase health foods by themselves with the budget of 50 – 100 baht each time. The correspondents preferred fruits/vegetables more than the other type of foods and preferred to purchase health foods regularly at the market. The correlation study between demographic characteristics and functional food consumption behavior revealed that gender and income had an influence over the frequency of consumption as well as the type of functional foods consumed. This was compared to age with similar influence and additional effect on spending budget. The dilemmas encountered from functional foods consumption included a more expensive sales price than the ordinary food, scarcity, and unreliable qualities. The most crucial factor in choosing health food products for the consumers was the quality and safety standard. The results from factor analysis indicated that 15 factors could be grouped and separated into three new determinants which showed how the consumer's behavior was influenced. The first determinant was product quality and value which was the most important factor. It consisted of 7 variables which included quality and safety standard, food processing and production technology, labeling of important information and consuming instruction, quantity and variety of functional components, source and quality of ingredients, shelf-life, and reasonable pricing for quality and quantity. The second and the third were marketing campaign and sensory characteristics. The analysis of Kano's model revealed that the existence of antioxidant substance could persuade the consumers to purchase the product.

Finally, the respondents chose Perilla functional food based on beneficial effects on health. Nevertheless, this study revealed that participants had slight knowledge regarding Perilla. The consumers understood that Perilla had similar health benefit to black sesame seed. They also expressed their interests regarding the new food product which was the combination of Perilla and milk or soy-milk.