

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์จากผักเชียงดาของผู้บริโภค
ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวณัฐนันท์ เม็ดโท

ปริญญา วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจเกษตร)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ศ.ดร.อารี วิบูลย์พงษ์

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

รศ.ดร.กาญจนา โชคถาวร

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

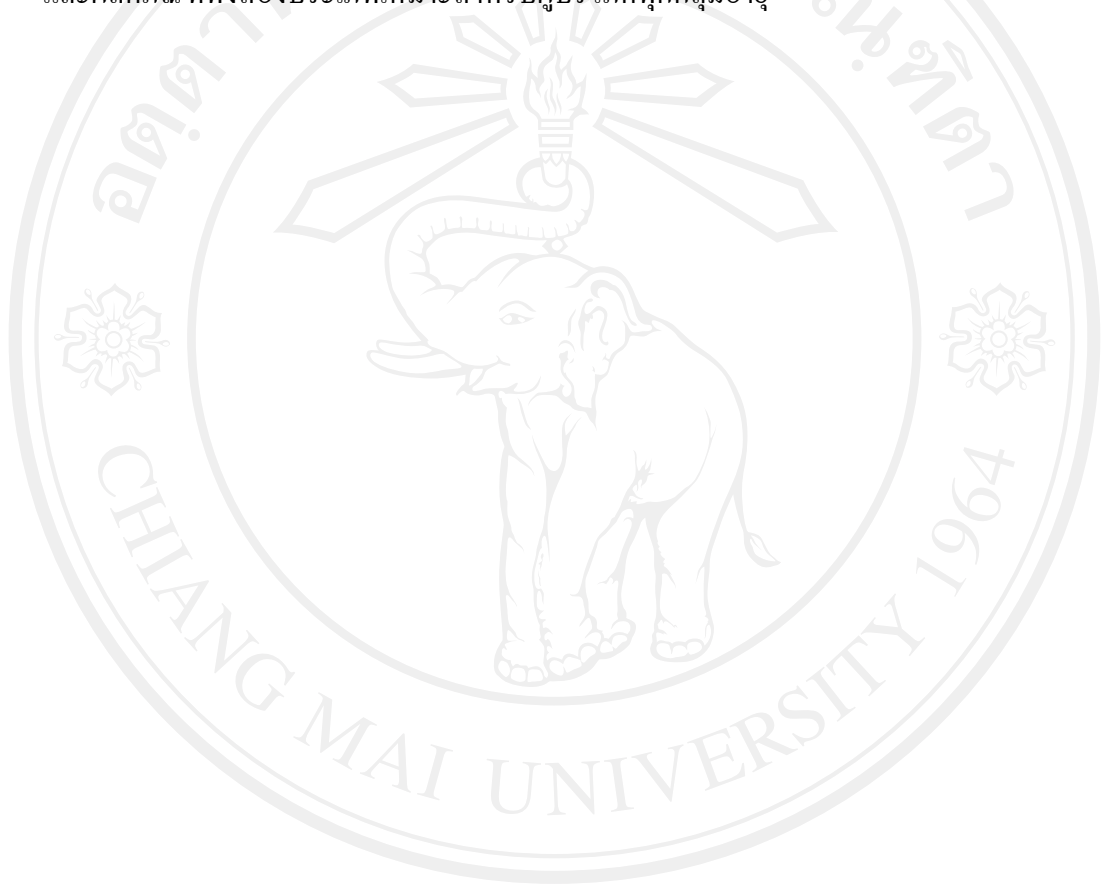
บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเข้าใจพฤติกรรมการบริโภคผักเชียงดา และทัศนคติของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์จากผักเชียงดา และหาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์จากผักเชียงดา ด้วยแบบจำลองโลจิสต์ (logit model)

จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างโดยสุ่มจากผู้บริโภควัยอายุน้อย ปานกลาง และสูงอายุ รวมทั้งสิ้น 210 ราย แบบโควตานั้น ปรากฏว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 67.00) จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 79.00) ส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพเอกชน โดยมีอายุเฉลี่ยที่ 33 ปี และมีระดับรายได้เฉลี่ยที่ 9,987 ตัวอย่างส่วนมาก (ร้อยละ 81.00) จะไม่มีปัญหาในด้านสุขภาพ และพบว่าปัญหาสุขภาพที่กลุ่มตัวอย่างมีปัญหาส่วนใหญ่นั้นคือ โรคเบาหวาน และสภาวะความดันโลหิตสูง-ต่ำ กลุ่มตัวอย่างจะมีการออกกำลังกาย 1-2 ครั้ง/สัปดาห์และจะเลือกวิธีการออกกำลังกายโดยการเดินและวิ่งเหยาะ ๆ ตามลำดับ

หลังจากชิมผลิตภัณฑ์น้ำผักเชียงดาและผงเชียงดาขงละลายน้ำแล้ว ผู้บริโภคน้ำผักเชียงดาพบว่ามีความชอบผลิตภัณฑ์ทั้งสองในระดับปานกลาง และได้เสนอแนะให้มีการปรับปรุงกลิ่นและสีเพื่อให้ความน่ารับประทานให้มากกว่านี้ โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะซื้อน้ำผักเชียงดาและผงเชียงดาขงละลายน้ำ อยู่ที่ร้อยละ 50-74 % เท่ากัน ในระดับราคาที่มีความเต็มใจที่จะซื้อ คือ ราคาขวดละ 20 บาทและซองละ 25 บาท โดยสถานที่สะดวกในการซื้อคือ ซูเปอร์มาร์เก็ต

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์จากผักเชียงดา ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสนใจในด้านสรรพคุณ รวมทั้งความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ และผลจากแบบจำลองโลจิตพบว่า ผู้บริโภคมีปัญหาสุขภาพมีโอกาสยอมรับมากกว่าผู้ไม่มีปัญหาสุขภาพ และการจัดจำหน่ายจากทุกช่องทางไม่มีความแตกต่างกันยกเว้นการจัดจำหน่ายผ่าน ไปรษณีย์ซึ่งผู้ผลิตควรหลีกเลี่ยง และผลิตภัณฑ์ทั้งสองประเภทเหมาะสำหรับผู้บริโภคทุกกลุ่มอายุ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title	Factors Affecting Consumers' Acceptance of <i>Phak Chiangda (Gymnema indorum Decne.)</i> Products in Mueang District, Chiang Mai Province.	
Author	Miss Nattanan Meadto	
Degree	Master of Science (Agribusiness)	
Independent Study Advisory Committee	Prof. Dr.Aree Wiboonpongse	Advisor
	Assoc. Prof. Dr. Kanchana Chokthavorn	Co-advisor

ABSTRACT

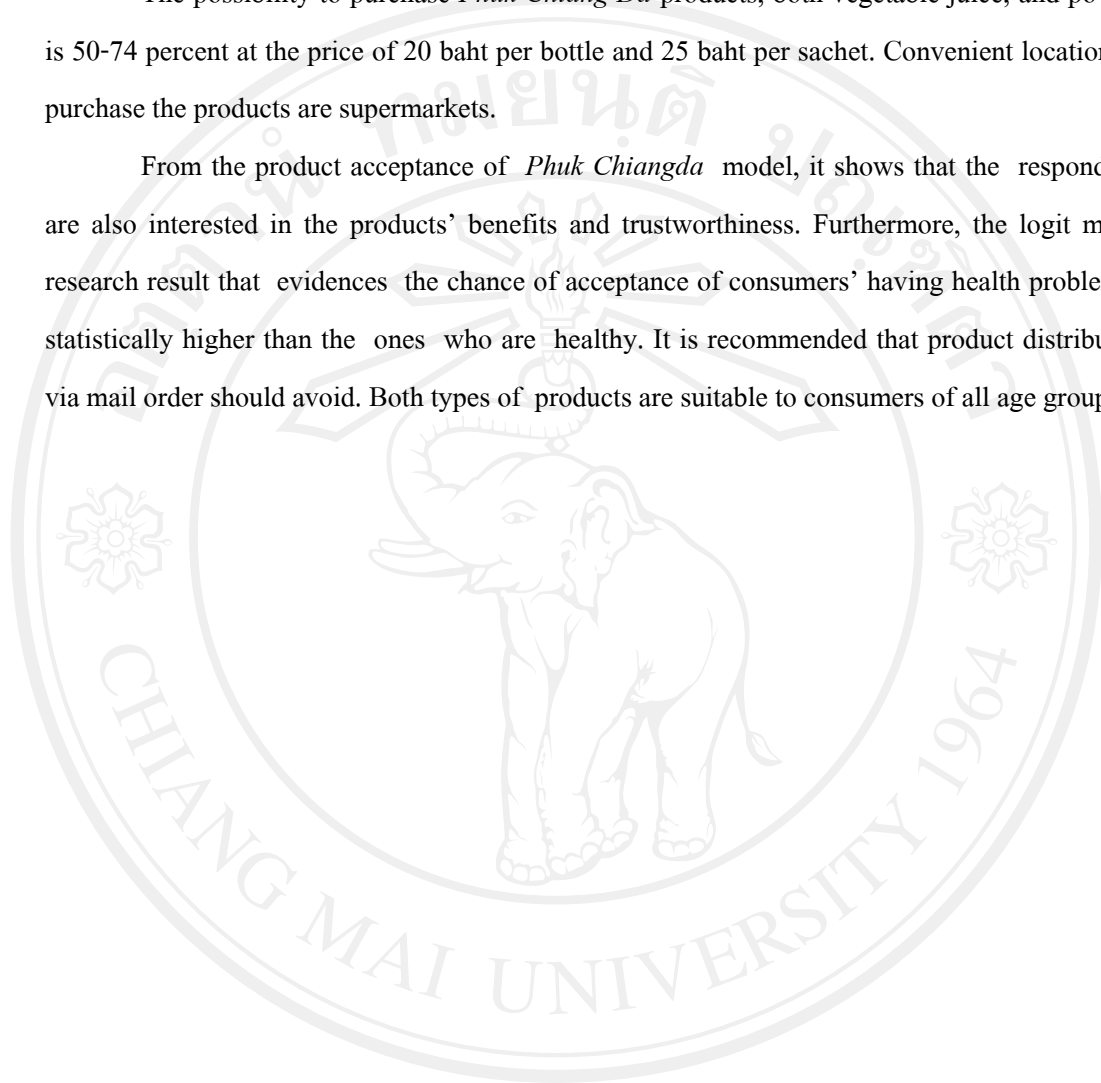
The research aims to study the consumption behaviors and attitudes towards *Phuk Chiangda* products, and analyze the correlation of factors that affect the acceptance of the consumers. The research participants are 210 young, senior citizen. The Logitech Model was used in this study.

It is found that 67 percent of the sample are female and graduated with a Bachelor's Degree. Seventy nine percent are employees in private companies, with the average age of 33 years and the average income of 9,987. Most respondents do not have health problems. Only 18 percent of the sample have health problems such as diabetes and high blood pressure. In addition, these people exercise 1-2 times a week and prefer to exercise by walk or jogging.

After taste test, consumers responded that their satisfaction towards *Phuk Chiangda* products, (both vegetable juice, and soluble powder) is moderate. The majority of the respondents suggested there should be improvement in the quality of flavor and color.

The possibility to purchase *Phuk Chiang Da* products, both vegetable juice, and powder is 50-74 percent at the price of 20 baht per bottle and 25 baht per sachet. Convenient locations to purchase the products are supermarkets.

From the product acceptance of *Phuk Chiangda* model, it shows that the respondents are also interested in the products' benefits and trustworthiness. Furthermore, the logit model research result that evidences the chance of acceptance of consumers' having health problem in statistically higher than the ones who are healthy. It is recommended that product distribution via mail order should avoid. Both types of products are suitable to consumers of all age groups.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved