

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ทักษะคติของผู้ประกอบการ โรงแรมบูติกในจังหวัดเชียงใหม่ต่อ
 ผักอินทรีย์

ผู้เขียน นางสาว ยูพารัตน์ มังคละศรี

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
 (การจัดการอุตสาหกรรมเกษตร)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ ดร.อำพน กันธิยะ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
 รองศาสตราจารย์ นภาพร ณ เชียงใหม่ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทักษะคติของผู้ประกอบการ โรงแรม บูติกในจังหวัดเชียงใหม่ต่อผักอินทรีย์ โดยใช้ทฤษฎีเกี่ยวกับทักษะคติ ซึ่งมีองค์ประกอบ 3 ประการ ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจ ความรู้สึก และพฤติกรรม มีเนื้อหาทักษะคติต่อผักอินทรีย์ 3 ด้าน คือ สุขภาพ ความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อม

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้ประกอบการ โรงแรมบูติก ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 36 คน

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31 – 40 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มีตำแหน่งเป็นผู้จัดการห้องอาหาร จากข้อมูลของ โรงแรมบูติก พบว่าส่วนใหญ่เปิดดำเนินกิจการ 1 – 5 ปี มีจำนวนห้องพักไม่เกิน 20 ห้อง ลูกค้าที่เข้าพักเป็นชาว ต่างประเทศ

ด้านความรู้ความเข้าใจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจต่อผักอินทรีย์โดยรวม ในระดับมาก ในเรื่องประโยชน์จากผักอินทรีย์ทั้งด้านสุขภาพ ความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อม

ด้านความรู้สึก ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกต่อผักอินทรีย์โดยรวมในระดับมาก โดยมีความรู้สึกภาคภูมิใจที่ได้ดูแลลูกค้าด้านสุขภาพ ความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อม

ด้านพฤติกรรม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อผักอินทรีย์ตราสินค้าโครงการหลวงมากที่สุด โดยเลือกซื้อเองจากซูเปอร์มาร์เก็ตในช่วงเช้า เวลา 5.00 น. – 8.00 น. ปัจจัยสำคัญในการ

เลือกซื้อผักอินทรีย์ คือ ได้มีส่วนร่วมในการดูแลลูกค้าทั้งด้านสุขภาพ ความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อม ซึ่งพ่อครัว ฝ่ายจัดซื้อ และผู้จัดการห้องอาหารเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ โดยชนิดของผักที่เลือกซื้อคือ สลัดคอส ในปริมาณ 1 – 5 กิโลกรัมต่อสัปดาห์ มูลค่าเฉลี่ยไม่เกิน 1,000 บาทต่อสัปดาห์ ปัญหาที่พบคือขาดการประชาสัมพันธ์



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Attitudes of Boutique Hotel Entrepreneurs in Chiang Mai Province
Towards Organic Vegetables

Author Miss Yuparat Mangklasri

Degree Master of Business Administration
(Agro-Industry Management)

Independent Study Advisory Committee

Lect. Dr. Ampin Kuntiya Advisor

Assoc. Prof. Napaporn Na Chiang Mai Co-advisor

ABSTRACT

The purpose of this research was to investigate the attitudes of Boutique hotel entrepreneurs in Chiang Mai province towards organic vegetables based on an attitude theory which consists of three components on the aspects of cognitive component, affective component, and behavior component. Attitudes towards organic vegetables involved three components, namely, health, safety and environment.

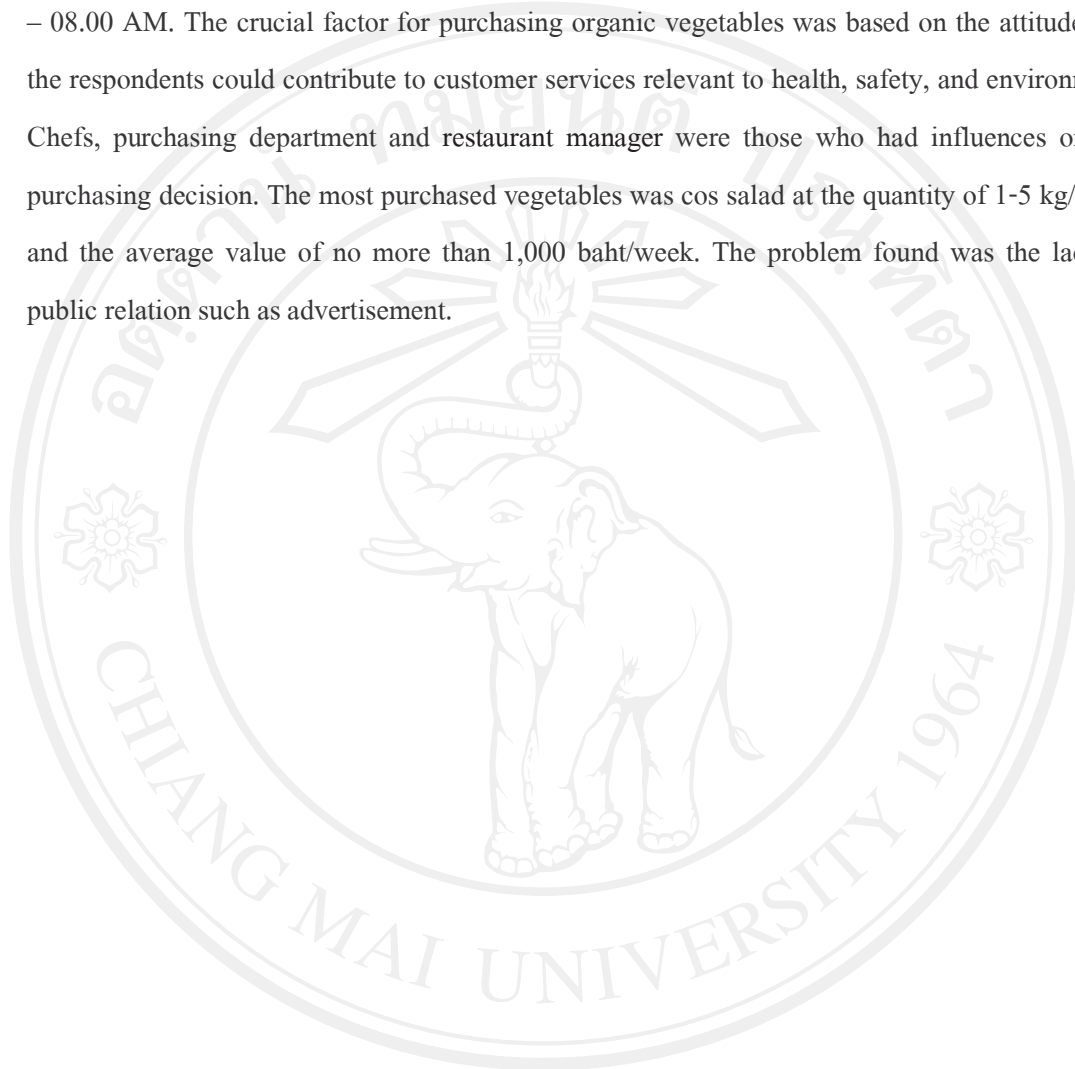
The data were collected from questionnaires distributed to 36 Boutique hotel entrepreneurs in Chiang Mai province.

Based on the results of current study, the majority of the respondents were female with age range between 31 – 40 years old with Bachelor degree education. Their positions were restaurant managers. From the information of boutique hotels, most of them had been established for 1-5 years with no more than 20 rooms and most of the customers were foreigners.

For the cognitive component, the respondents had knowledge and understanding towards organic vegetables at high level for the benefits to health, safety, and environment.

For the affective component, the respondents also felt proud at high level to service the customers for their health, safety, and environment.

For the behavior component, the majority of respondents chose to purchase organic vegetables of the Royal Project Foundation from supermarkets during the morning between 05.00 – 08.00 AM. The crucial factor for purchasing organic vegetables was based on the attitude that the respondents could contribute to customer services relevant to health, safety, and environment. Chefs, purchasing department and restaurant manager were those who had influences on the purchasing decision. The most purchased vegetables was cos salad at the quantity of 1-5 kg/week and the average value of no more than 1,000 baht/week. The problem found was the lack of public relation such as advertisement.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved