

บทคัดย่อ

บทคัดย่อวิทยานิพนธ์ เสนอต่อโครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์แห่งปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

การรับรู้และความต้องการผักปลอดภัยจากสารพิษของประชาชน

ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

โดย

นางสาวบังอร สุขจันทร์

พฤษภาคม 2544

ประธานกรรมการที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชูศักดิ์ จันทรศิริ

ภาควิชา/คณะ: ภาควิชาบริหารธุรกิจและการตลาดการเกษตร คณะธุรกิจการเกษตร

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การรับรู้และปัญหาการรับรู้เกี่ยวกับผักปลอดภัยจากสารพิษของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ 2) ศึกษาความต้องการผักปลอดภัยจากสารพิษของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ 3) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ทั้งหมด 14 ตำบล จำนวน 400 ตัวอย่าง และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ผลการวิจัยพบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 20-29 ปี มีอาชีพค้าขาย รายได้เฉลี่ยของครัวเรือนต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท มีการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสและมีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 3-4 คน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักผักปลอดภัยจากสารพิษในระดับมาก โดยโทรทัศน์เป็นสื่อที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้จักผักปลอดภัยจากสารพิษมากกว่าสื่ออื่น ๆ กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจติดตามข้อมูลข่าวสารในระดับปานกลาง ส่วนการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผักปลอดภัยจากสารพิษในปัจจุบันกลุ่มตัวอย่างคิดว่าอยู่ในระดับปานกลาง กลุ่มตัวอย่างคิดว่าผักปลอดภัยจากสารพิษช่วยลดมลภาวะและรักษาสิ่งแวดล้อมได้ในระดับมากและคิดว่าผักปลอดภัยจากสารพิษปราศจากสารพิษในระดับปานกลาง ส่วนด้านความสามารถในการจดจำชื่อหรือสัญลักษณ์ผัก

ปลอดภัยจากสารพิษรวมทั้งเนื้อหาสาระสำคัญของข่าวสารการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างสามารถจดจำได้ในระดับปานกลาง

ปัญหาการรับรู้เกี่ยวกับผักปลอดภัยจากสารพิษของประชาชนในเขตเทศบาลนคร เชียงใหม่ที่พบได้แก่ ขาดการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นอันดับแรก อันดับสอง คือ ขาดการรณรงค์และส่งเสริมให้ผู้บริโภคหันมาบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษ อันดับสามคือ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ น้อยมาก

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อ ผักปลอดภัยจากสารพิษ จำนวน 302 คนพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา เป็นปัจจัยที่มี ผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านวัฒนธรรมและภาวะการแข่งขัน เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษในระดับปานกลาง

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจไม่ซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยซื้อ ผักปลอดภัยจากสารพิษ จำนวน 98 คนพบว่า ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและปัจจัยด้านภาวะการแข่งขัน เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจไม่ซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษในระดับมาก

ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านวัฒนธรรมเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจไม่ ซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษในระดับปานกลาง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้ผู้ประกอบธุรกิจผักปลอดภัยจากสารพิษสนอง ครอบคลุมความต้องการด้านผลิตภัณฑ์โดยมีหน่วยงานรับรองมาตรฐานอย่างจริงจัง ด้านราคาต้องการ ให้ลดราคาผักปลอดภัยจากสารพิษลง ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการ ให้มีจำหน่ายตามตลาดสด ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดต้องการให้มีการรณรงค์และประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับผักปลอดภัยจากสารพิษมากขึ้น

สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับความต้องการผักปลอดภัยจาก สารพิษพบว่า เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานภาพทางครอบครัว มีความสัมพันธ์ กับความต้องการผักปลอดภัยจากสารพิษ ส่วนตัวแปรด้านรายได้เฉลี่ยรวมของครัวเรือนต่อเดือน และตัวแปรด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวพบว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน

ด้านความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้กับความต้องการผักปลอดภัยจากสารพิษพบว่า ความเข้าใจในการเลือกสรรมีความสัมพันธ์กัน ส่วนการเปิดรับการเลือกสรร การตั้งใจรับการ เลือกสรรและการเก็บรักษาการเลือกสรรไม่มีความสัมพันธ์กันกับความต้องการผักปลอดภัย จากสารพิษ

ABSTRACT

Abstract of thesis submitted to the Graduate School Project of Maejo University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Business Administration in Business Administration

PERCEPTION AND NEEDS FOR HYGIENIC VEGETABLES OF PEOPLE IN CHIANGMAI MUNICIPALITY

By

BUNG-ON SUKJAN

MAY 2001

Chairman Assistant Professor Choosak Jantanopsri
Department/Faculty: Department of Agricultural Business Administration and Marketing,
Faculty of Agricultural Business

The objectives of this research were to find out 1) perception and perception problems concerning hygienic vegetables of people in Chiangmai municipality; 2) their needs for hygienic vegetables; and 3) factors affecting their hygienic vegetable purchasing decision. The data were collected by means of questionnaires from 400 samples of people in 14 tambons in Chiangmai municipality, and analyzed by using the SPSS for Windows. The findings were as follows:

Most of respondents were female, married, 20-29 years old, engaged in trading, held a bachelor's degree, had 3-4 family members and gained average household income lower than 10,000 baht per month.

Most of the respondents had a high level of knowledge of hygienic vegetables, through television, as well as opinions on pollution decrease and environmental protection by hygienic vegetables. They had a moderate level of searching more information about hygienic vegetables, as well as of opinions on advertising and dissemination of information about hygienic vegetables, and also on absence of toxic substances in hygienic vegetables, and remembering brand names and contents of advertisements on hygienic vegetables.

The perception problems were lack of public relations by relevant agencies, lack of hygienic vegetable consumption campaigns and insufficient advertising media, respectively.

For 302 households consuming hygienic vegetables, product and price were the factors affecting the respondents' purchasing decision at a high level while distribution channel, sale promotion, economy, culture, and competition affected their decision at a moderate level.

For the 98 households which have never bought hygienic vegetables, price, distribution channel, sale promotion, economy and competition caused them not to purchase hygienic vegetables at a high level while product and culture, at a moderate level.

Most of the respondents wanted hygienic vegetables to be of the standard certified by reliable agencies and to be sold at fresh markets. They also wanted lower price and hygienic vegetable consumption campaigns.

Sex, age, occupation, level of education and family status were found to be correlated with the respondents' needs for hygienic vegetables while average household income and number of household members were not. Selective comprehension was found to be correlated with the respondents' needs for hygienic vegetables while selective exposure, selective attention and selective retention were not.