

|                        |                                                                                      |
|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| ชื่อเรื่อง             | ปัจจัยการเลือกซื้อพืชผักปลอดภัยจากสารพิษของผู้บริโภคใน<br>ห้างคาร์ฟูร์ สาขาเชียงใหม่ |
| ชื่อผู้เขียน           | นายจักริน สันธิปัน                                                                   |
| ชื่อปริญญา             | บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ                                           |
| ประธานกรรมการที่ปรึกษา | รองศาสตราจารย์จำเนียร บุญมาก                                                         |

### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกซื้อ ปัญหา และอุปสรรคในการเลือกซื้อพืชผักปลอดภัยจากสารพิษของผู้บริโภคในห้างคาร์ฟูร์ สาขาเชียงใหม่ โดยผู้ที่ให้ข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือผู้บริโภคที่มาใช้บริการในห้างคาร์ฟูร์ สาขาเชียงใหม่ จำนวน 345 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกซื้อพืชผักปลอดภัยจากสารพิษของผู้บริโภค ในห้างคาร์ฟูร์ สาขาเชียงใหม่ โดยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม มาทำการวิเคราะห์ด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

การศึกษาด้านข้อมูลส่วนบุคคลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26 - 35 ปี สถานภาพสมรสแล้ว การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท และมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 - 4 คน

ปัจจัยในการเลือกซื้อพืชผักปลอดภัยจากสารพิษ พบว่า ปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ เลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษที่บรรจุในถุงพลาสติกใส และมีตราสัญลักษณ์หน้าถุง ด้านราคา เลือกซื้อเพราะราคาเหมาะสม ไม่สูงมาก ด้านการจัดจำหน่าย เลือกซื้อสินค้าที่ใส่บรรจุภัณฑ์ จัดวางบนชั้นวางของ ด้านการส่งเสริมการตลาดเลือกซื้อเพราะ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณา แผ่นพับ วิทยุ เป็นต้น ปัจจัยแวดล้อมภายนอก พบว่า ด้านเศรษฐกิจ เลือกซื้อตามความจำเป็นที่ต้องใช้ ด้านการเมืองและกฎหมาย ไม่มีผลต่อการเลือกซื้อพืชผักปลอดภัยจากสารพิษ ด้านเทคโนโลยี เลือกซื้อเพราะสามารถชำระค่าใช้จ่ายผ่านทางบัตรเครดิตได้ และด้านสังคมและวัฒนธรรม เลือกซื้อเพราะนิยมนำไปประกอบอาหารรับประทานเองที่บ้าน

ปัญหา และ อุปสรรคทางการตลาดในการเลือกซื้อพืชผักปลอดภัยจากสารพิษ โดยผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาและอุปสรรคด้านผลิตภัณฑ์คือ ชนิดของพืชผักมีให้เลือกน้อย ด้านราคาคือ ผักปลอดภัยจากสารพิษมีราคาสูงกว่าผักที่วางขายตามท้องตลาดทั่วไป ด้านการจัดจำหน่ายคือ ร้านค้าที่จำหน่ายอยู่ไกล ไม่สะดวกในการซื้อ และด้านการส่งเสริมการตลาดคือ ไม่ทราบการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผักปลอดภัยจากสารพิษของภาครัฐ

|                                       |                                                                                                                              |
|---------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Title</b>                          | Factors on the Selection of Toxic Free Vegetable<br>Purchasing of Consumers in Carrefour Supermarket,<br>Chiang Mai Province |
| <b>Author</b>                         | Mr. Chakkarin Sinthupan                                                                                                      |
| <b>Degree of</b>                      | Master of Business Administration in Business<br>Administration                                                              |
| <b>Advisory Committee Chairperson</b> | Associate Professor Jamnian Bunmark                                                                                          |

### ABSTRACT

The objectives of this study were to investigate factors on the selection of toxic free vegetable purchasing and problems encountered of consumers in Carrefour supermarket, Chiang Mai province. Respondents in this study consisted of 345 customers of the supermarket. A set of questionnaires was used for data collection and analyzed by using the Statistical Package.

Findings showed that all of the respondents were female, aged 26-35 years, married, and Bachelor's degree graduates. They were private company employees with an average monthly income of 10,001-20,000 baht. They had 3-4 family members.

With regards to factors on the selection of toxic free vegetable purchasing, it was found that the respondents preferred to buy the vegetable packaged in a plastic bag with a brand on the bag. They bought the vegetables because of it reasonable price. They preferred to buy the vegetables packaged in a plastic bag placed on the shelf. For market promotion, they bought the vegetables because they perceived advertisement through various media such as cutout, brochure, and radio. For economic aspect, it was found that the respondents decided to buy the vegetable as needed. However, it was found that politics and law factors did not effect the selection of toxic free purchasing. For technological aspect, the respondents decided to buy the vegetables because they were able to use credit cards for payment. For social and cultural aspects, they preferred to cook the vegetables at home.

In the case of problems encountered, the respondents had a problem on the product due to few kind of the vegetables to be chosen. The price of the vegetables was higher than that of the general markets. The supermarket was far from their houses and it was

(5)

inconvenient to buy the vegetables. For market promotion, the respondents did not perceived public relations about the toxic free vegetables from the government sector.

