

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคเห็ดจาก
ห้างสรรพสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาว นิตยา วิฑูรย์

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตรการเมือง)

คณะกรรมการที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ เสกสิน ศรีวัฒนานุกุลกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา ไชกถาวร อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การศึกษานี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคเห็ดจาก
ห้างสรรพสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่โดยทำการสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 คน ซึ่ง
ประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการห้าง Big C, Lotus, Makro, supermarket ในแผนกผัก
และผลไม้ของแต่ละห้าง ในเขตอำเภอเมือง และอำเภอหางดงจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์
ของการศึกษาคือ

เพื่อศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคเห็ดในห้างสรรพสินค้าใน
จังหวัดเชียงใหม่และเปรียบเทียบความต้องการของผู้บริโภคในรูปแบบต่าง ๆ ผลการศึกษามีดังนี้

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็น เพศหญิง สถานภาพสมรส อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่
โดยกลุ่มผู้บริโภคอายุระหว่าง 25 - 39 ปี มีการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีถึงปริญญาเอก ประกอบ
อาชีพธุรกิจส่วนตัวและรับราชการ มีรายได้ตั้งแต่ 15,001 - 29,000 บาท จำนวนครั้งที่ซื้อเห็ดมา
บริโภคอยู่ที่ 11 - 15 ครั้ง ต่อปี โดยซื้อครั้งละตั้งแต่ 100 กรัม ถึง 500 กรัม ส่วนใหญ่ซื้อเพื่อนำไป
บริโภคเอง และกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน ความสดใหม่ของเห็ด และความปลอดภัยจาก
สารเคมี และให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเห็ดประเภทเครื่องดื่มหอสุขภาพซึ่งส่วนใหญ่
ผู้บริโภคกลุ่มนี้จะใช้บริการที่ห้าง Top supermarket

กลุ่มผู้บริโภคอายุระหว่าง 40 - 59 ปี มีการศึกษาตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จนถึง
อนุปริญญา ประกอบอาชีพผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหาร มีรายได้ตั้งแต่ 15,001-29,000 บาท

จำนวนครั้งที่ซื้อเห็ดมาบริโภคจะมากกว่า 20 ครั้งขึ้นไป ต่อปี โดยซื้อครั้งละมากกว่า 500 กรัม ขึ้นไป ส่วนใหญ่ซื้อเพื่อประกอบอาหารขายและแปรรูป และกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา การลดราคาของผู้ผลิต และความสะอาดของสถานที่ขาย และให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเห็ดประเภทเครื่องดื่ມเพื่อสุขภาพซึ่งส่วนใหญ่ผู้บริโภคกลุ่มนี้จะใช้บริการที่ห้าง Makro

กลุ่มผู้บริโภคอายุ 30 - 59 ปี มีการศึกษาตั้งแต่อนุปริญญา/ปวส.ไปจนถึงระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน พนักงานรัฐวิสาหกิจ และรับจ้างทั่วไป และมีรายได้ตั้งแต่ 15,001 บาท ไปจนถึง 29,000 บาท จำนวนครั้งที่ซื้อเห็ดมาบริโภคอยู่ที่ตั้งแต่ 1 ครั้งไปจนถึง 20 ครั้ง ต่อปี โดยซื้อครั้งละตั้งแต่ 100 กรัม ถึง 500 กรัม ส่วนใหญ่ซื้อเพื่อนำไปบริโภคเอง และกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับปัจจัยขนาดของดอกเห็ด และบรรจุภัณฑ์สวยงาม และให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเห็ดประเภทเห็ดพร้อมรับประทานในรูปแบบกึ่งสำเร็จรูป ซึ่งส่วนใหญ่ผู้บริโภคกลุ่มนี้จะใช้บริการที่ห้าง Big C และ Lotus



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title	Behavior Analysis and Factors Affecting Consumption of Mushroom of Supermarkets in Chiang Mai Province
Author	Miss Nittaya Withoon
Degree	Master of Arts (Political Economy)
Independent Study Advisory	Associate Professor Seksin Srivatananukulkit Advisor Associate Professor Dr.Karnjana Chokthaworn Co-advisor

ABSTRACT

This research focused on studying the behavior and factors that affected mushroom consumption of the clients of the supermarkets in Chiang Mai Province. A questionnaire was distributed to 300 subjects in the sample group who were clients of Big C, Lotus, Makro and Tops supermarkets in the Mueang Districts and Hang Dong Districts in their vegetable and fruit sections with the following objectives:

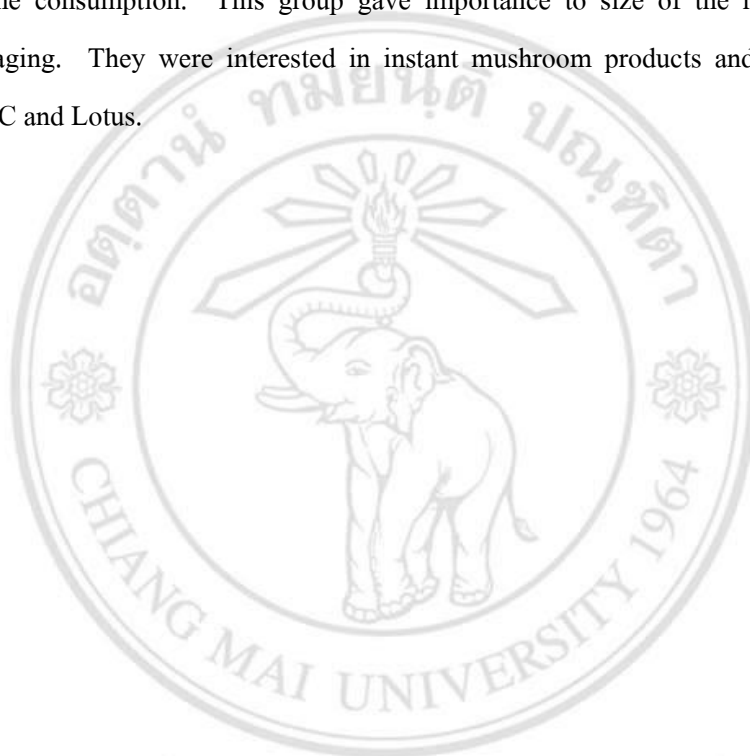
Analyzing the behavior and factors affecting mushroom consumption in some supermarkets in Chiang Mai. And Comparing various kinds of needs of the consumers. The results were as follows:

The majority of the respondents were female who were married and were living in Chiang Mai. Their age was 25-39 years old and the education was from BA to PhD. Some of them had a private business and some were government employees with an income from 15,001-29,000 Baht. They bought 100-500 grams of mushrooms each time about 11-15 times a year, mostly for home consumption. They gave significance to factors such as freshness and chemical-free products. They were also interested in mushrooms in a drinking form for health benefits. Most of them were customers of Tops Supermarket.

The respondents whose age range was 40-59 years old had an education from secondary school to a diploma level. They were mostly hotel/restaurant entrepreneurs, having an income from 15,001-29,000 Baht. They bought more than 500 grams of mushrooms each time over 20 times per year, mostly for cooking and processing for commercial purposes. This group gave emphasis to such factors as price, producer's reducing price and convenient buying places. They

were interested in mushrooms in a drinking form for health benefits. This group were customers of Makro.

The respondents in the age range of 30-59 years old, having an education from a diploma/higher vocational certificate (Por-Wor-Sor) to a Bachelor's degree, were employees of a private or state enterprise or the general hiring jobs. Their income ranged from 15,001-28,000 Baht as well. They bought about 100-500 grams each time from one to twenty times per year, mostly for home consumption. This group gave importance to size of the mushrooms and attractive packaging. They were interested in instant mushroom products and most of them shopped at Big C and Lotus.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved