ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกระเทียมไทย ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวภัทรา เกรียงเกษร

ปริญญา ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (อาชีวศึกษา)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา เกียรติมณีรัตน์ ประธานกรรมการ
อาจารย์ ดร.ทิพย์รัตน์ นพฤทธิ์ กรรมการ

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกระเทียมไทย และเพื่อหาแนวทางการส่งเสริมการบริโภคกระเทียมไทย ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคทั่วไปในครัวเรือน เลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 382 ครัวเรือน ผู้ประกอบการร้านอาหารไทย เลือกแบบเจาะจง จำนวน 57 ร้าน ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการบริโภคกระเทียมไทย จำนวน 4 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล คือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหาและบรรยายเชิงพรรณนา

สรุปผลการวิจัยดังนี้

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกระเทียมไทย ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่มากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านการรับรู้ของผู้บริโภค โดยเฉพาะกลิ่นที่หอมฉุน และรสชาติที่เผ็ดร้อนของกระเทียมไทยมีอิทธิพลต่อการบริโภคกระเทียมของกลุ่มผู้บริโภคทั่วไปมากที่สุด และพบว่าราคาไม่มีผลต่อการเลือกซื้อกระเทียมของผู้บริโภคทั่วไปแต่มีผลต่อผู้ประกอบการร้านอาหารที่ต้องใช้กระเทียมในปริมาณที่มาก และฤดูกาลมีผลต่อปริมาณการซื้อกระเทียมไทย ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกระเทียมไทยน้อยที่สุดคือ ปัจจัยด้านกลุ่มอ้างอ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2. แนวทางในการส่งเสริมการบริโภคกระเทียมไทย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถดำเนินการ ใน 4 ด้าน คือ 1) ด้านการตลาด ส่งเสริมโดยช่วยเกษตรกรระบายสินค้ากระเทียมไทยออกสู่ตลาด 2) ด้านการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา ส่งเสริมโดยกระตุ้นและสร้างความตระหนักในการบริโภคกระเทียมไทย 3) ด้านการรณรงค์ ส่งเสริมโดยให้ประชาชนได้รับรู้ถึงความสำคัญของกระเทียมไทย และ4) ด้านการส่งเสริมอาชีพเกษตรกรผู้ปลูกกระเทียมไทยส่งเสริมโดยให้เกษตรกรมีความเข้มแข็งในการรวมกลุ่มสหกรณ์การเกษตร

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Thesis Title Factors Influencing on Thai Garlic Consumption in Chiang Mai Municipality

Author Miss Pattra Kriangkasorn

Degree Master of Education (Vocational Education)

Thesis Advisory Committee

Asst. Prof. Dr.Kanjana Keatmaneerat Chairperson

Lect. Dr.Tipparat Noparit Member

ABSTRACT

The objectives of this study were to determine factors influencing Thai garlic consumption and to find the guidelines to promote Thai garlic consumption in Chiang Mai municipal area. The sample group consisted of household consumers in general from 382 families and selected by accidental sampling; Thai restaurant entrepreneurs from 57 restaurants in Chiang Mai municipal area, selected by purposive sampling and 4 representatives associated with Thai garlic consumption organization. The research instruments were questionnaire and interview inventory. Quantitative data were analyzed by frequency, percentage, means and standard deviation, and qualitative data were analyzed by content analysis and narrative.

Research Findings revealed that

1. the factors that most influencing Thai garlic consumption in Chiang Mai municipal area were perception factors that especially garlic's scent and spicy taste were the most influencing towards the consumption of household consumers. In addition, the price was not affected on the garlic purchase of household consumers, but on that of the restaurant entrepreneurs that consumed a lot of garlic. Seasons also affected the amount of garlic purchase. On the other hand, the least influencing factor to Thai garlic consumption was reference group facto

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2. for the guidelines to promote Thai garlic consumption, the associated organization should promote in 4 aspects: 1) Marketing, helping garlic producers to distribute garlic to markets; 2) Public relation and advertisement, motivating and recognizing people to consume Thai garlic; 3) Campaign, making people to perceive the importance of Thai garlic and 4) Occupational promotion of Thai garlic producers, encouraging producers to make strong cooperation.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved