

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับมะม่วงน้ำดอกไม้ปลอดสารเคมี อีกทั้งยัง ศึกษาสภาพทั่วไปทางการผลิต และการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับมะม่วงน้ำดอกไม้ปลอดสารเคมี โดยทำการศึกษาผู้บริโภคที่เข้ามาซื้อสินค้าในร้านท็อปซูเปอร์มาร์เก็ต ในเขตกรุงเทพมหานคร การวิเคราะห์โดยใช้ค่าร้อยละ สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองโลจิส

จากผลการศึกษาสภาพเศรษฐกิจของผู้บริโภคพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานะภาพโสด อายุส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัยทำงาน ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ส่วนบุคคลต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และมีรายได้ครัวเรือนมากกว่า 40,000 บาท จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคมะม่วงน้ำดอกไม้ปลอดสารเคมี พบว่าเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกบริโภคมะม่วงน้ำดอกไม้ปลอดสารเคมีเพราะ มีตรารับรองจากหน่วยงานราชการมากที่สุด และจากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคมะม่วงน้ำดอกไม้ปลอดสารเคมีของผู้บริโภคคือ รูปลักษณ์ของมะม่วงน้ำดอกไม้ปลอดสารเคมี อายุของผู้บริโภค จำนวนปีที่ผู้บริโภคได้รับการศึกษา ราคาของมะม่วงน้ำดอกไม้ปลอดสารเคมี และ ระยะเวลาที่ผู้บริโภคเดินทางมายังแหล่งวางจำหน่าย ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ มีผลต่อการบริโภคมีทิศทางเดียวกันกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ยกเว้นปัจจัยอายุของผู้บริโภคที่มีทิศทางตรงกันข้ามกับสมมุติฐาน

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เลือกบริโภคมะม่วงน้ำดอกไม้ปลอดสารเคมีเพราะมีตรารับรองจากหน่วยงานราชการและเชื่อถือในแหล่งผลิต ภาครัฐจึงควรจัดตั้งหน่วยงานที่ทำหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพที่น่าเชื่อถือ กำหนดหน่วยงานที่รับผิดชอบให้ชัดเจน สนับสนุนให้เพิ่มพื้นที่ปลูกและสถานที่จัดจำหน่าย โดยจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่าง ๆ เช่นความรู้ด้านสุขภาพ มาตรฐาน ราคา และประโยชน์ต่าง ๆ ของมะม่วงน้ำดอกไม้ปลอดสารเคมี

The objectives of this study are to analyze consumer's behavior and factors affecting buying decision of chemical-free Namdokmai mangoes in Bangkok Metropolitan, and also analyze production and marketing of chemical-free Namdokmai mangoes. The data was collected from the target customers in Top Supermarket in Bangkok areas. In this study, the percentage has been applied in descriptive analysis while the Logit model has been used to utilize the quantitative analysis.

The results of the social economic of consumer research has showed that most of consumers are female, single and age between 21 and 30 years and most of them were officers and well educated (bachelor degree). The personal income was not over 10,000 baht and their household income was more than 40,000 baht per month. The main reason for customer to buy the chemical-free Namdokmai mangoes is the safety guarantee from the government agency. The factors affecting on the buying decision are the appearance of Namdokmai mangoes, consumer age numbers of study year, price of chemical-free Namdokmai mangoes, and the period of time to the place where they can buy. These factors were correlated with the research hypothesis but the consumer's age factor was reverse to hypothesis.

As per this study indicated that most of consumer concern on the quality of mango plantation and the guarantee from state agency. The quality assurance agency and the standardization for Namdokmai mangoes should be established. In addition, the government should promote the chemical-free mango plantation and the place where distribute together with the information such as the healthy, the standardize, the price and the other nutrient of Namdokmai mangoes.