

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อ และปัญหาอุปสรรคในการตัดสินใจซื้อพืชผักปลอดภัยจากสารพิษของผู้บริโภคกลุ่มผักเมืองหนาว ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาใช้บริการซื้อสินค้าพืชผักปลอดภัยจากสารพิษ กลุ่มผักเมืองหนาว ที่ริมบึงซูบเปอร์มาร์เก็ตทั้ง 3 สาขา ได้แก่ ริมบึงซูบเปอร์มาร์เก็ตสาขามีโชค ริมบึงซูบเปอร์มาร์เก็ตสาขานิมชิตีเคที และ ริมบึงซูบเปอร์มาร์เก็ตสาขานวรัฐ ในการศึกษาวิจัยใช้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์ และ แปรผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ผลการวิจัยมีดังนี้

ผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อพืชผักปลอดภัยจากสารพิษกลุ่มผักเมืองหนาว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ประกอบด้วยชาวไทย และ ชาวต่างชาติ โดยชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นสัญชาติอเมริกัน สำหรับสัญชาติอื่นๆ มีเพียงเล็กน้อย อายุระหว่าง 21 - 30 ปี สถานภาพสมรสแล้ว การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวนสมาชิกในครัวเรือน 4 - 6 คน ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท

กลุ่มผู้บริโภคทั้งชาวไทย และ ชาวต่างชาติ ตัดสินใจซื้อพืชผักปลอดภัยจากสารพิษกลุ่มผักเมืองหนาว โดยมีปัจจัยในการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมากคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านการเมืองและกฎหมาย ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านเศรษฐกิจ และ ด้านเทคโนโลยี ตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับปานกลาง

ปัญหาและอุปสรรคในการตัดสินใจซื้อพืชผักปลอดภัยจากสารพิษของผู้บริโภค ที่มีระดับมากที่สุด คือ ผักปลอดภัยจากสารพิษมีราคาสูงกว่าผักที่วางขายตามท้องตลาดทั่วไป ไม่ทราบการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผักปลอดภัยจากสารพิษของภาครัฐ ร้านค้าที่จำหน่ายอยู่ไกล ไม่สะดวกในการซื้อ และ ไม่มั่นใจในความปลอดภัยของพืชผัก

The objective of this study was aimed to investigate decision – making on the purchase of toxin free vegetables of temperate vegetable consumers in Muang district, Chiang Mai province. Sample group of this study were people who purchases toxin free temperate vegetables at the three branches of the Rimping superstore: Meechoke branch, Nim City Daily branch, and Nawarat branch. Respondents of this study consisted of 400 people. A set of questionnaires was used as a tool for data collection. Obtained data were analyzed by using the Statistical Package for the Social Science Program (SPSS/PC⁺).

Results of the study revealed that most of the respondents were female, their age range was 21 - 30 years, married, and Bachelor's degree graduates. The respondents were Thais and foreigners and most of the foreigner respondents were American. It's was also found that most of the respondents had 4 – 6 family members and they had an average annual income of more than 50,000 baht. They decided to purchase toxin free temperate vegetables based on high level of the following factors: product, price, sale management, politics, law, and social and cultural aspects. However, factors on marketing promotion, economics, and technology were found in a moderate level.

The following factors had a highest level of problems encountered in decision – making on the purchase of toxin free vegetables of the respondents: higher price of toxin free temperate vegetables when compared to other markets, do not perceive public relations on toxin free vegetables, the supermarkets are far away, inconvenience to purchase, and uncertainty on the safety of vegetables