

สรณัญจิต ไพฑูรยากุล 2562: การรับรู้และทัศนคติของผู้บริโภคต่อหญ้าหวานผงในเขต กรุงเทพมหานคร ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจการเกษตร) สาขาธุรกิจการเกษตร ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร และทรัพยากร อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษา ค้นคว้าอิสระ: รองศาสตราจารย์ศานิต แก้วเอี่ยม, วท.ม. 90 หน้า

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภคต่อหญ้าหวานผง และพฤติกรรมการซื้อหญ้าหวานผง จำนวน 400 คน ทั้งผู้ที่เคยและไม่เคยบริโภคหญ้าหวานผงในกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้ที่เคยและไม่เคยบริโภคหญ้าหวานผงในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุ 35 - 44 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานเอกชน/ห้างร้าน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 30,000 บาท และจากการศึกษาการรับรู้ของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ทราบว่าหญ้าหวานให้ความหวานเหมือนน้ำตาลแต่ไม่ให้พลังงาน ซึ่งมีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง และมีทัศนคติเห็นด้วยในระดับมากในเรื่องของหญ้าหวานผงควรบรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่ปลอดภัยและได้มาตรฐาน และจากการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เคยบริโภคหญ้าหวาน ซื้อเพื่อบริโภคเอง และเพื่อสุขภาพที่ดี บริโภคในปริมาณ 31 - 60 กรัม ซึ่งมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อประมาณ 101 - 300 บาท บริโภคสัปดาห์ละครั้ง หรือแล้วแต่โอกาส และผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมของผู้บริโภค พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อหญ้าหวานผง ด้านราคา มีความสัมพันธ์กับเหตุผลหลักในการบริโภคหญ้าหวานผง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับปริมาณการบริโภคหญ้าหวานผง ด้านการส่งเสริมการขาย มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการบริโภคหญ้าหวานผง ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของผู้บริโภค พบว่า ด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่มีส่วนต่อการตัดสินใจบริโภคหญ้าหวานผง ด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการบริโภคหญ้าหวานผง ด้านการศึกษา มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อหญ้าหวานผง ด้านรายได้ มีความสัมพันธ์กับปริมาณการซื้อหญ้าหวานผง