

สุภาณี ความบุศย์ 2562 : อิทธิพลของฉลากออร์แกนิกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำมะเขือเทศเพื่อสุขภาพ
ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจการเกษตร) สาขาธุรกิจ
การเกษตร ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์จักรกฤษณ์ พจนศิลป์, Ph.D. 79 หน้า

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจสังคม และ
พฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์น้ำมะเขือเทศของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร 2. เพื่อศึกษาปัจจัย
ด้านฉลากออร์แกนิกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำมะเขือเทศของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร 3. เพื่อ
วิเคราะห์กลยุทธ์เพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำมะเขือเทศให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค การ
วิเคราะห์ประยุกต์ใช้การวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) เพื่อหาคุณลักษณะที่เหมาะสม
ของน้ำมะเขือเทศ ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี มีระดับ
การศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่
ระหว่าง 20,000-30,000 บาท สถานภาพโสด และไม่มีโรคประจำตัว ผลการศึกษาด้านพฤติกรรม
ผู้บริโภค พบว่า สาเหตุในการเลือกซื้อน้ำมะเขือเทศ คือ คัดค้านคำแนะนำของคนอื่น ภาพลักษณ์ตรา
สินค้า และเพื่อสุขภาพ โดยความถี่ในการบริโภคน้ำมะเขือเทศอยู่ที่ 6-10 ครั้งต่อเดือน ช่วงเวลาที่เลือก
คัดน้ำมะเขือเทศ คือ ช่วงเช้า และแบรนด์สินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมบริโภคที่เป็นที่นิยมมากที่สุด
คือ คอยคำ รองลงมาคือ คาโกเมะ และส่วนมากซื้อน้ำมะเขือเทศผ่านร้านสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟ
เว่น แฟมิลีมาร์ท ลอร์สัน โดยมีค่าใช้จ่าย 51-100 บาทต่อสัปดาห์ ผลการศึกษาจากการใช้เครื่องมือ
Conjoint Analysis พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับ ด้านการเพิ่มลักษณะพิเศษ โดยผสมเม็ดบุกมาก
ที่สุด รองลงมาคือ ด้านปริมาณน้ำตาล ด้านปริมาณความเข้มข้น ด้านปริมาณ โซเดียม และด้านการคิด
ฉลากออร์แกนิก ตามลำดับ

จากผลการวิจัยข้างต้นผู้ประกอบการน้ำมะเขือเทศควรคิดฉลากออร์แกนิกลงในบรรจุภัณฑ์
ผู้บริโภคจะมีความพึงพอใจมากขึ้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรพิจารณาเพิ่มคุณลักษณะพิเศษ เช่น น้ำ
มะเขือเทศที่ผสมเม็ดบุก เป็นต้น

ลายมือชื่อนิสิต

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ