

การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อสารเคลือบผักและผลไม้สด

Consumer Survey on Attitude and Behavior of Fresh Fruits and Vegetables Coating

TH Sarabun New 15 p.

ตัวหนา (bold)

ค่าแน่นอน (exactly) 16 p.

อยู่กลางหน้ากระดาษ

TH Sarabun New 12 p.

1 เคาะ

ตัวหนา (bold)

ค่าแน่นอน (exactly) 14 p.

จัดข้อความชิดขอบขวา

ใส่เลขเชิงอรรถ (footnote)

เพื่ออ้างอิงถึงกัณฑ์ด้านล่างของกระดาษ

วันฉัตร จิรังรัตน์¹ อนุวัตร แจ่มชัด¹ พิสิษฐ์ ธรรมวิที¹ และ อภิญญา หิรัญวงศ์²Wannita Jirangrat¹, Anuvat Jangchud¹, Pisit Dhamvithee¹ and Apinya Hirunwong²

1 เคาะ

Abstract (ตัวหนา, อยู่กลางหน้ากระดาษ)

Recently, coating of agricultural products is widely used for quality maintenance and shelf life extension.

Although, this method is now used in the market such as a chitosan coating on oranges, most of consumers have very limited knowledge about coating. Therefore, this research was designed to determine consumer attitudes and behavior on fresh fruits and vegetables coating. In this study, a questionnaires, which had 0.82 of the Cronbach's alpha score from the reliability test, was prepared and completed by 200 of consumers selected by convenience sampling method in the Bangkok area. The data were analyzed using probit analysis to determine the effect of demographic characteristics on the consumer attitudes and purchased of fresh fruits and vegetables and coating. According to the result, the percentage of male and female were 27.8 and 72.2, respectively. 33.9% of them already knew what the coating is before they answered and 66.1% of them did not know the coating. 7.2% increase in purchase intention was observed after the advantages of coating have been described to consumers. Therefore, prior distribution of coating agricultural products, the information and advantages of coating should be informed to consumer as well as they consume.

Key word: coating, survey, fruits and vegetables

Key word มี 3 คำ แต่ละคำขึ้นด้วยเครื่องหมาย (.) และหลังเครื่องหมาย (.) ต้องเคาะ 1 ครั้ง

1 เคาะ

หลัง Key word ตามด้วยเครื่องหมาย (.) (โดยไม่ต้องเคาะ)

แต่หลังจากเครื่องหมาย (.) ให้เคาะ 1 ครั้ง

บทคัดย่อ (ตัวหนา, อยู่กลางหน้ากระดาษ)

ปัจจุบันมีการใช้สารเคลือบในผักและผลไม้สดเป็นจำนวนมาก เพื่อยืดอายุการเก็บรักษาผักและผลไม้ให้คงความสดและอยู่ได้นานด้วยวัตถุดิบที่มาจากธรรมชาติ เช่น การใช้สารเคลือบไคโตซานในการเคลือบส้ม ซึ่งมีอยู่มากในท้องตลาด แต่ความรู้ในเรื่องที่เกี่ยวกับสารเคลือบผัก และผลไม้สำหรับตัวผู้บริโภคเองนั้นยังคงมีอยู่น้อยมาก ดังนั้น งานวิจัยฉบับนี้จึงทำการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการใช้สารเคลือบในผักและผลไม้และการเลือกซื้อผักและผลไม้สดของผู้บริโภค โดยการออกแบบสอบถามและทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability test) พบว่า ให้ค่า Cronbach's alpha เท่ากับ 0.82 จากนั้นนำไปทดสอบกับผู้บริโภคจำนวน 200 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (convenience sampling) ในเขตกรุงเทพมหานคร และทำการวิเคราะห์โดยใช้เทคนิคทางสถิติ Probit analysis เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ของคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคในการซื้อผักและผลไม้ที่เคลือบผิวด้วยสารเคลือบที่มาจากวัตถุดิบธรรมชาติ พบว่า ผู้บริโภคแบ่งเป็น เพศชายร้อยละ 27.8 และเพศหญิงร้อยละ 72.2 รู้จักสารเคลือบร้อยละ 33.9 ไม่รู้จักร้อยละ 66.1 และผู้บริโภคให้ความสนใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีการเคลือบผิวเมื่อมีการให้ความรู้เรื่องสารเคลือบแก่ผู้บริโภคเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 7.2 ดังนั้นในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีการเคลือบผิวจากวัตถุดิบธรรมชาติควรมีการให้ความรู้แก่ผู้บริโภคโดยระบุข้อความเกี่ยวกับสารเคลือบและประโยชน์ของสารเคลือบที่ตัวผลิตภัณฑ์ในระหว่างการจำหน่ายก่อนถึงมือผู้บริโภค

คำสำคัญ: สารเคลือบ, ทัศนคติ, ผักและผลไม้

คำสำคัญมี 3-5 คำ แต่ละคำขึ้นด้วยเครื่องหมาย (.) และหลังเครื่องหมาย (.) ต้องเคาะ 1 ครั้ง

หลัง คำสำคัญ ตามด้วยเครื่องหมาย (.) (โดยไม่ต้องเคาะ)

แต่หลังจากเครื่องหมาย (.) ให้เคาะ 1 ครั้ง

¹ ภาควิชาพัฒนาผลิตภัณฑ์ คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน กรุงเทพฯ 10900

¹ Department of Product Development, Faculty of Agro-Industry, Kasetsart University, Bangkok Campus, Bangkok 10900

² ภาควิชาสถิติ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน กรุงเทพฯ 10900

² Department of Statistics, Faculty of Science, Kasetsart University, Bangkok Campus, Bangkok 10900

TH Sarabun New 10 p.

ค่าแน่นอน (exactly) 10 p.

จัดข้อความชิดขอบซ้าย