

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

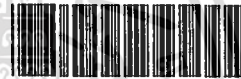
ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเกี่ยวกับผักปลอดภัยจากสารพิษ

ในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย

The Purchase Decision Making Behavior of Consumer about Chemical-Free Vegetable
in The East of Thailand



T097182

โดย

นางสาวราราม ตันกิตยานนท์

ป.ศ.

๖๒๑๙๗

๒๕๔๑

เลขหมู่.....

เลขทะเบียน.....๑๗๑๘๒

จัดพิมพ์.....

เสนอ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. ๒๕๔๑

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1321



ใบรับรองปัญหาพิเศษ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเกี่ยวกับผักปลอดภัยจากสารพิษ

ในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย

The Purchase Decision Making Behavior of Consumer about Chemical-Free Vegetable
in The East of Thailand

ของ

นางสาววราภรณ์ ตันกิตติยานนท์

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร


วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 19 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2542

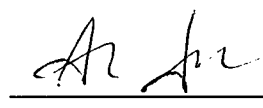
อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ

 19 / 02 / 42
(อาจารย์สุภาวดี ปัททวิคกศา)

กรรมการปัญหาพิเศษ

 19 / 02 / 42
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศิริจรรษา เกร็ววิริยะพันธ์)

หัวหน้าภาควิชา

 19 / 02 / 42
(อาจารย์เสาวคนธ์ เลิศกาญจนะ)

15800 ๗๗.
- 7 ส.ย. 2542 ๖๒๙๗๓
๒๕๔๑

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่ไปรษณีย์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง: พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเกี่ยวกับผักปลอดภัยจากสารพิษในเขตภาคตะวันออกเฉียง
ของประเทศไทย

โดย: นางสาวรวงาม ตันกิตติยานนท์

ชื่อปริญญา: วิทยาศาสตร์บัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก: บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ: _____ 19 / 8 / 43

(สุภาวดี ปัตทวิวงศ์)

การเกษตรปลอดสารเคมีเป็นประโยชน์ต่อเกษตรกรผู้ผลิตในการประกอบอาชีพอย่างปลอดภัย
จากสารเคมีฆ่าแมลงต่าง ๆ และเอื้อประโยชน์ต่อผู้บริโภคในการบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษ
และการเกษตรปลอดสารเคมีก็ไม่ทำลายสภาพแวดล้อมให้สูญเสียความสมดุล จากประโยชน์
ดังกล่าวจึงมีองค์กรอิสระเอกชนเข้าไปส่งเสริมเกษตรกรในหลาย ๆ จังหวัด ให้ทำการเกษตร
ปลอดสารเคมีและช่วยเหลือในการจัดจำหน่าย รวมทั้งให้ความรู้และสร้างความเข้าใจในหมู่ผู้บริโภค
แต่ในด้านการจัดจำหน่ายยังไม่ประสบความสำเร็จนัก จึงเห็นว่าควรศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่
เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ เพื่อนำความรู้ที่ได้มาเป็นข้อเสนอแนะทาง
การตลาดเบื้องต้นสำหรับผักปลอดภัยจากสารพิษ เพื่อส่งเสริมให้เกิดการบริโภคผักปลอดภัยจากสาร
พิษ และใช้เป็นแนวทางในการให้ความรู้ สร้างความเข้าใจเรื่องผักปลอดภัยจากสารพิษแก่ผู้บริโภค
นอกจากนี้จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งมีพื้นที่ติดทะเลเป็นส่วนใหญ่ แต่ก็ยังมีพื้นที่ทำการเกษตร
โดยเฉพาะจังหวัดที่ได้ทำการศึกษา ซึ่งได้แก่ จังหวัดจันทบุรี จังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดชลบุรี
จังหวัดปราจีนบุรี และจังหวัดระยอง มีการใช้ประโยชน์ที่ดินในการเพาะปลูกพืชผักและสถิติ
ประชากรที่ดูจากความหนาแน่นต่อตารางกิโลเมตรแล้วมากเป็นอันดับต้น ๆ จึงเห็นว่าน่าจะทำการ
ศึกษาเรื่องดังกล่าว ดังนั้นการออกสำรวจพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเกี่ยวกับผักปลอดภัย
จากสารพิษในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นอกจากจะทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
เกี่ยวกับผักปลอดภัยจากสารพิษแล้ว ยังทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการตอบสนองทางด้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ราคาของผักปลอดภัยจากสารพิษ และความต้องการบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การศึกษาครั้งนี้ ได้ทำการเก็บข้อมูลปฐมภูมิโดยใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์ผู้บริโภคที่อยู่ในบริเวณสถานที่ที่จัดจำหน่ายผักปลอดภัยจากสารพิษใน 5 จังหวัดดังนี้ จังหวัดจันทบุรี จำนวน 30 ชุด จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 40 ชุด จังหวัดชลบุรี จำนวน 60 ชุด จังหวัดปราจีนบุรี จำนวน 40 ชุด และจังหวัดระยอง จำนวน 30 ชุด

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 36-45 ปี การศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับอุดมศึกษา ผู้บริโภคที่ประกอบอาชีพรับราชการมีมากที่สุด และผู้ที่ไม่ประกอบอาชีพมีกลุ่มของแม่บ้านมากที่สุด ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 10,001 บาทขึ้นไป มีขนาดของครอบครัวไม่ใหญ่มากนัก คือ ส่วนใหญ่มีสมาชิกจำนวน 4-6 คน ซึ่งจัดว่าเป็นครอบครัวที่มีขนาดปานกลาง และส่วนใหญ่แม่บ้านจะเป็นผู้ที่ตัดสินใจซื้อผักสดเพื่อบริโภคในครอบครัว เหตุผลส่วนใหญ่ที่ไม่บริโภคคือหาซื้อยากและราคาไม่สมเหตุสมผล ผู้บริโภคได้รับข่าวสารเกี่ยวกับผักปลอดภัยจากสารพิษจากโทรทัศน์มากที่สุด และผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าผักนั้นจะปลอดภัยจากสารพิษจริง ในอนาคตผู้บริโภคจะบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษในปริมาณที่เพิ่มขึ้น สถานที่ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่หาซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษคือตลาดสดใกล้บ้าน และมีผู้บริโภคซึ่งคิดเป็นครึ่งหนึ่งของผู้บริโภค 200 คนที่ซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษทุก ๆ สัปดาห์ ค่าใช้จ่ายของผู้บริโภคส่วนใหญ่ ในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายในการซื้อผักทั่วไป คือ 50: 50 (ผักปลอดภัยจากสารพิษ: ผักทั่วไป) ผู้บริโภคส่วนใหญ่พอใจราคาที่จำหน่ายผักปลอดภัยจากสารพิษในระดับปานกลาง และผู้บริโภคต้องการให้ราคาผักปลอดภัยจากสารพิษสูงกว่าผักทั่วไปเพียงร้อยละ 10 ความสะดวกในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษอยู่ในระดับปานกลาง จากการสำรวจดังกล่าวผู้บริโภคได้บอกรายละเอียดถึงปัญหาต่าง ๆ ที่ทำให้ไม่สะดวกในการตัดสินใจซื้อ คือ สถานที่ที่จำหน่ายคับแคบและอยู่ไกลเกินไป ราคาไม่สมเหตุสมผล ไม่นั่นใจในคุณภาพ และมีผู้จำหน่ายน้อยราย ผู้ศึกษาจึงได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ดังนี้ คือ ควรให้ผักปลอดภัยจากสารพิษมีราคาถูกลงและมีจำหน่ายมากขึ้นไม่ว่าจะเป็นสถานที่หรือความถี่ในการจำหน่าย ควรให้มีการประชาสัมพันธ์มากขึ้นเพื่อประชาชนทั่วไปได้ทราบเกี่ยวกับผักปลอดภัยจากสารพิษ นอกจากนี้ควรเพิ่มความมั่นใจให้ผู้บริโภคโดยการติดฉลากที่แสดงถึงเครื่องหมายรับรองคุณภาพของผักปลอดภัยจากสารพิษจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและเชื่อถือได้บนภาชนะบรรจุ และให้ใบรับรองแก่เกษตรกรผู้ผลิตที่มีคุณภาพด้านการผลิตผักปลอดภัยจากสารพิษด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนิยาม

ปัญหาพิเศษฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ลงได้ ต้องขอขอบพระคุณอาจารย์สุภาวดี ปัตทวิคคา อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์ กรรมการปัญหาพิเศษ ที่ได้ช่วยตรวจแก้ไขและปรับปรุงให้ปัญหาพิเศษฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานต่าง ๆ เช่น กรมส่งเสริมการเกษตร ฝ่ายป้องกันและกำจัดศัตรูพืช จังหวัดจันทบุรี จังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดชลบุรี จังหวัดปราจีนบุรี และจังหวัดระยอง สำนักงานสถิติแห่งชาติ เป็นต้น ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ช่วยเหลือทางด้านการค้นหาและรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาใช้ประกอบในการทำปัญหาพิเศษฉบับนี้ และขอขอบคุณ จูติมาศ แจ่มจันทร์ และทศพล ป่านกรด ที่ช่วยเหลือในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ

และท้ายสุดขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ สำหรับกำลังใจที่มีให้ รวมถึงน้ำใจจากเพื่อนทุกคน และขอขอบคุณผู้ที่ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทำให้ปัญหาพิเศษฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ลงได้

วารางม ตันกิติยานนท์
มีนาคม 2542

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(5)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
ขอบเขตการศึกษา	4
นิยามศัพท์	4
การตรวจเอกสาร	5
วิธีการศึกษา	6
สมมติฐานการศึกษา	7
บทที่ 2 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ	8
การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	8
กระบวนการตัดสินใจซื้อ	12
บทที่ 3 ตลาดผักปลอดภัยจากสารพิษ	16
ระบบการตลาดผักปลอดภัยจากสารพิษ	16
วิธีการตลาดผักปลอดภัยจากสารพิษ	17
กระบวนการเพิ่มมูลค่าทางการตลาดผักปลอดภัยจากสารพิษ	19
สถานะการตลาดโดยทั่วไปของผักปลอดภัยจากสารพิษ	20
บทที่ 4 ราคาผักปลอดภัยจากสารพิษในตลาดระดับต่าง ๆ	25
ราคาสินค้าเกษตรในตลาดระดับต่าง ๆ	25
ราคาผักปลอดภัยจากสารพิษในตลาดระดับต่าง ๆ	28

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	หน้า
บทที่ 5 ผลการศึกษา	30
ตอนที่ 1 สภาพทั่วไปของผู้บริโภค	30
ตอนที่ 2 การบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษ	35
ตอนที่ 3 ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผักปลอดภัยจากสารพิษ	40
ตอนที่ 4 ปัญหาเกี่ยวกับผักปลอดภัยจากสารพิษ	43
ผลการทดสอบสมมติฐาน	45
บทที่ 6 สรุปและข้อเสนอแนะ	50
สรุป	50
ข้อเสนอแนะ	52
เอกสารอ้างอิง	55
ภาคผนวก	57



สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนผู้ถือครองและเนื้อที่ถือครองทำการเกษตร จำแนกตามการใช้ประโยชน์ในที่ดิน รายจังหวัด พ.ศ.2536	3
2	สถิติประชากรและบ้านจากการทะเบียน จำแนกเป็นรายภาคและจังหวัด พ.ศ.2540	4
3	เปรียบเทียบราคาผักปลอดภัยจากสารพิษกับผักทั่วไป ทั้งในราคาที่เกษตรกรได้รับและราคาขายปลีก (บาท/กก.)	29
4	ผู้บริโภคจำแนกตามเพศ	30
5	ผู้บริโภคจำแนกตามอายุ	31
6	ผู้บริโภคจำแนกตามระดับการศึกษา	32
7	ผู้บริโภคจำแนกตามอาชีพ	33
8	ผู้บริโภคจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	34
9	จำนวนสมาชิกในครอบครัว	35
10	ผู้ตัดสินใจซื้อผักสดเพื่อบริโภคในครอบครัว	35
11	การบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษ	36
12	เหตุผลที่ไม่บริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษ	36
13	ชื่อที่เคยได้ยินหรือคุ้นเคยมากที่สุด	37
14	การรับรู้ข่าวสารของผู้บริโภคเกี่ยวกับผักปลอดภัยจากสารพิษ	38
15	ความมั่นใจในคุณภาพของผักปลอดภัยจากสารพิษต่อผู้บริโภค	38
16	ปริมาณผักปลอดภัยจากสารพิษที่จะบริโภคในอนาคต	39
17	สถานที่ที่ผู้บริโภคซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ	40
18	ความถี่ในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ	40
19	ค่าใช้จ่ายของผู้บริโภคในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ	41
20	ความพอใจของผู้บริโภคต่อราคาผักปลอดภัยจากสารพิษ	42
21	ราคาของผักปลอดภัยจากสารพิษที่ผู้บริโภคต้องการให้สูงกว่าผักทั่วไป	43
22	ความสะดวกของผู้บริโภคในการหาซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ	44
23	ตารางแจกแจงความถี่ร่วมระหว่างระดับรายได้ของผู้บริโภค และความถี่ในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ	47

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่		หน้า
24	ผลทดสอบสมมติฐานระหว่างตัวแปรระดับรายได้ของผู้บริโภค และความถี่ในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ	48
25	ตารางแจกแจงความถี่ร่วมระหว่างระดับรายได้ของผู้บริโภค และค่าใช้จ่ายในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ	49
26	ผลทดสอบสมมติฐานระหว่างตัวแปรระดับรายได้ของผู้บริโภค และค่าใช้จ่ายในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ	49
27	แสดงค่าไคสแควร์ (X^2) ณ ระดับความมีนัยสำคัญต่างๆ	71



สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิต ผู้บริโภค และพ่อค้าคนกลาง ในตลาดผลผลิตและตลาดปัจจัยการผลิต	16
2	วิธีการตลาดผักปลอดภัยจากสารพิษ	17
3	ขบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ผักปลอดภัยจากสารพิษ	19
4	ราคาสินค้าเกษตรในระดับต่างๆ	26



บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ในปัจจุบันกระแสความตื่นตัวเรื่องสุขภาพมีมากขึ้นเป็นลำดับ ซึ่งผู้บริโภคได้ใช้เป็นปัจจัยสำคัญในการพิจารณาเลือกซื้ออาหาร จึงทำให้เกิดความต้องการอาหารที่มีคุณค่า ปลอดภัย จากสารเคมีและสารพิษตกค้าง อีกทั้งเรื่องสภาพแวดล้อมก็ได้รับความสนใจมากด้วยเช่นกัน เพราะความตระหนักถึงภัยของสภาพแวดล้อมที่สูญเสียความสมดุล จึงเกิดความพยายามในการรักษาสมดุลด้วยวิธีต่างๆ (เครือวัลและคณะ, 2539)

การบริโภคอาหารประเภทผัก เป็นอีกทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภคในปัจจุบันที่เริ่มให้ความสนใจในเรื่องสุขภาพอนามัยของคนมากขึ้น เนื่องจากผักเป็นอาหารที่อุดมด้วยวิตามินและเกลือแร่หลายชนิด ช่วยลดสภาพความเป็นกรดอันเนื่องมาจากการย่อยอาหารประเภทเนื้อสัตว์ ช่วยในการขับถ่าย ลดปริมาณคลอเรสเตอรอล ลดการเป็นโรคลำไส้และมะเร็งลำไส้ใหญ่ เนื่องจากผักมีเส้นใยอยู่มาก แต่ผู้บริโภคสมัยนี้นิยมบริโภคผักที่สวยงามและสดอยู่เสมอ (เครือวัลและคณะ, 2539) ไม่มีการทำลายของแมลงศัตรูพืช เป็นเหตุให้เกษตรกรไม่มีการใช้สารเคมีเพื่อให้ได้ผักที่สวยงามตามความต้องการของตลาด อันตรายของสารเคมีจึงเข้าสู่ร่างกายโดยที่ผู้บริโภคไม่รู้ตัว ผ่านระบบย่อยอาหาร อาจก่อให้เกิดอาการเฉียบพลันต่อสุขภาพ เช่น ปวดศีรษะ สายตาพร่า คลื่นไส้ อาเจียน อัตราการเต้นของหัวใจเปลี่ยนแปลง กล้ามเนื้อเปื่อย ระบบหายใจเป็นอัมพาต จิตใจสับสน ชัก ไม่รู้สึกตัว และตายในที่สุด ส่วนอาการเรื้อรังจากการได้รับพิษในปริมาณน้อยอาจนำไปสู่การเป็นมะเร็ง ระบบประสาทใช้งานไม่ได้ ตับและไตถูกทำลาย เป็นต้น (ศิริวรรณ, 2539) ทำให้ต้องเสียเงินส่วนหนึ่งมาเป็นค่ารักษาพยาบาล ซึ่งบางครั้งอาจจะไม่คุ้มกับการที่จะต้องเสียไป ผู้บริโภคก็อาจหันมาเลือกรับประทานผักปลอดภัยจากสารพิษถึงแม้จะราคาแพงกว่าก็ตาม ซึ่งเป็นการรักษาเงินออมที่ไม่ต้องจ่ายไปเพื่อการรักษาพยาบาลดังกล่าว และการรับประทานผักปลอดภัยจากสารพิษก็มีผลดีต่อร่างกายดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น

จากปัญหาต่างๆ ดังที่กล่าวมา ส่งผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ สังคม สุขภาพอนามัย และสิ่งแวดล้อม ทำให้นักวิชาการและผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมมือกันแก้ไขปัญหาโดยไม่ใช้สารเคมีในโครงการปลูกผัก เช่น โครงการผลิตพืชผักและผลไม้อนามัย โครงการพัฒนาและส่งเสริมการเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปลูกผักและผลไม้อนามัยปลอดจากสารพิษ ปี พ.ศ. 2540 – 2544 และโครงการรณรงค์การเพิ่มผลผลิตผักปลอดภัยจากสารพิษ เป็นต้น วัตถุประสงค์เพื่อช่วยลดอัตราการเสี่ยงภัยจากการใช้วัตถุพิษเพื่อให้ปลอดภัยต่อคน สัตว์ พืช และสิ่งแวดล้อมมากขึ้น และก่อให้เกิดความปลอดภัยต่อผู้บริโภคมากขึ้นด้วย (ศิริวรรณ, 2539)

การเกษตรปลอดสารเคมีจึงเป็นทางเลือกสำคัญของสังคมที่เอื้อประโยชน์ต่อผู้บริโภคในการให้ทางเลือกในการบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษ ต่อเกษตรกรผู้ผลิตในการประกอบอาชีพอย่างปลอดภัยจากสารเคมีและสารพิษฆ่าแมลงต่างๆ ต่อสภาพแวดล้อมในการไม่ทำลายสภาพแวดล้อมให้สูญเสียความสมดุล จากประโยชน์ดังกล่าวจึงมีองค์กรอิสระเอกชนเข้าไปช่วยเหลือเกษตรกรในหลายๆ จังหวัด ให้ทำการเกษตรปลอดสารเคมีและช่วยเหลือในการจัดจำหน่ายรวมทั้งให้ความรู้และสร้างความเข้าใจในหมู่ผู้บริโภค แต่ในด้านการจัดจำหน่ายยังไม่ประสบความสำเร็จนัก จึงเห็นว่าควรศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ เพื่อนำความรู้ที่ได้มาเป็นข้อเสนอแนะทางการตลาดเบื้องต้นสำหรับผักปลอดภัยจากสารพิษ เพื่อส่งเสริมให้เกิดการบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษ และใช้เป็นแนวทางในการให้ความรู้ สร้างความเข้าใจเรื่องผักปลอดภัยจากสารพิษแก่ผู้บริโภค

นอกจากนี้จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งมีพื้นที่ติดทะเลเป็นส่วนใหญ่ แต่ก็ยังมีพื้นที่ทำการเกษตร โดยเฉพาะจังหวัดที่จะทำการศึกษา ซึ่งได้แก่ จังหวัดจันทบุรี จังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดชลบุรี จังหวัดปราจีนบุรี และจังหวัดระยอง มีการใช้ประโยชน์ในที่ดินในการเพาะปลูกพืชผัก (ตารางที่ 1) และสถิติประชากรที่ดูจากความหนาแน่นต่อตารางกิโลเมตร (ตารางที่ 2) มากเป็นอันดับต้นๆ จึงเห็นว่าน่าจะทำการศึกษาเรื่องดังกล่าว

ดังนั้นการออกสำรวจพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษของผู้บริโภคในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นอกจากจะทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษของผู้บริโภคแล้ว ยังทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการตอบสนองทางด้านราคาของผักปลอดภัยจากสารพิษและความต้องการบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนืออีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษของผู้บริโภค ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการตอบสนองทางด้านราคาของผักปลอดภัยจากสารพิษในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษกับระดับรายได้ของผู้บริโภคในเขตภาคตะวันออก

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษของผู้บริโภค ในเขตภาคตะวันออก
2. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการตอบสนองด้านราคาของผักปลอดภัยจากสารพิษในเขตภาคตะวันออก
3. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษกับระดับรายได้ของผู้บริโภคในเขตภาคตะวันออก

ตารางที่ 1 จำนวนผู้ถือครองและเนื้อที่ถือครองทำการเกษตร จำแนกตามการใช้ประโยชน์ในที่ดิน รายจังหวัด พ.ศ.2536

จังหวัด	ที่ปลูกพืชผักและไม้ดอกไม้ประดับ	
	จำนวน (ราย)	เนื้อที่ (ไร่)
จันทบุรี	1,201	8,279
ฉะเชิงเทรา	1,318	6,691
ชลบุรี	2,774	10,844
ตราด	692	3,001
นครนายก	613	1,696
ปราจีนบุรี	1,346	5,055
ระยอง	727	2,878
สระแก้ว	1,313	8,454
รวม	9,984	46,898

ที่มา: (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2539)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 สถิติประชากรและบ้านจากการทะเบียน จำแนกเป็นรายจังหวัด พ.ศ.2540

จังหวัด	เพศ			อัตราการ เพิ่ม 2539-2540	ความหนา แน่น ต่อตร.กม.	บ้าน (หลัง)
	รวม (คน)	ชาย (คน)	หญิง (คน)			
ชลบุรี	1,028,625	523,295	505,330	1.9	236	396,209
ระยอง	504,631	254,728	249,903	3.0	142	171,766
จันทบุรี	484,170	243,265	240,905	1.1	76	138,808
ตราด	220,000	111,781	108,219	4.7	78	65,319
ฉะเชิงเทรา	627,119	311,157	315,962	0.8	117	163,056
ปราจีนบุรี	436,956	220,434	216,522	1.1	92	110,310
นครนายก	241,939	119,768	122,171	0.9	114	58,682
สระแก้ว	521,432	263,875	257,557	1.2	72	131,770
รวม	4,064,872	2,048,303	2,016,569	1.7	111	1,235,920

ที่มา: (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2540)

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้มุ่งที่จะศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภค ตลอดจนการตอบสนองด้านราคาของผักปลอดภัยจากสารพิษ โดยทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างประชากรจากสถานที่ที่มีการจำหน่ายผักปลอดภัยจากสารพิษในเขตภาคตะวันออก โดยผู้ศึกษาจะทำการสุ่มตัวอย่างขึ้นมา 5 จังหวัด คือ จังหวัดจันทบุรี จังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดชลบุรี จังหวัดปราจีนบุรี และจังหวัดระยอง และประเมินแบบสอบถามจากแบบสอบถามจำนวน 200 ตัวอย่าง เพื่อให้เหมาะสมกับเวลาและงบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัด

นิยามศัพท์

ผักปลอดภัยจากสารพิษ คือ ผลผลิตพืชผักที่ไม่มีสารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรูพืชตกค้างอยู่ หรือมีตกค้างไม่เกินระดับมาตรฐานที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนดไว้ในประกาศกระทรวง
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สาธารณสุข ฉบับที่ 163 พ.ศ. 2538 ลงวันที่ 28 เมษายน 2538 เรื่อง อาหารที่มีสารพิษตกค้าง ซึ่งผักปลอดภัยจากสารพิษในการศึกษาครั้งนี้อาจมีชื่อเรียกแตกต่างกัน ได้แก่ ผักปลอดสารพิษ ผักปลอดภัยจากสารพิษ ผักอนามัย ผักไร้สารพิษ ผักปลอดสารเคมี ผักเกษตรอินทรีย์ ฯลฯ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2539)

พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ เป็นพฤติกรรมของผู้บริโภคที่อยู่ในภาวะของการเลือกกิจกรรมจากสองทางเลือกขึ้นไป เป็นลักษณะที่เกี่ยวกับความชอบที่ปฏิบัติสม่ำเสมอจนเคยชินในการตัดสินใจซื้อ ซึ่งผู้บริโภคจะต้องนำมาพิจารณาในการเลือกซื้อ (ศิริวรรณ, 2539)

การตรวจเอกสาร

จิตรา ชำของ (2525) กล่าวว่า การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคจากการศึกษาด้านแรงจูงใจ ตัวแบบเศรษฐศาสตร์ สังคมวิทยา จิตวิทยาและลำดับขั้นความต้องการ รวมทั้งพฤติกรรมศาสตร์ ประกอบการวางแผนเพื่อการวิจัย การค้นคว้า ทดลอง และการติดต่อสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ มาวิเคราะห์ร่วมกับหลักการทางด้านการตลาด ย่อมช่วยให้ นักบริหารหรือฝ่ายจัดการทางด้านการตลาดมีความเข้าใจปัญหาและความสัมพันธ์ที่สลับซับซ้อนต่างๆ เกี่ยวกับลักษณะการใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภค ในการแสวงหาสินค้าและบริการมาบำบัดความต้องการของผู้บริโภคเหมาะสมกับอัตราของแต่ละบุคคลได้

เจนต เอี่ยมกิจสัมฤทธิ์ (2525) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในการบริโภคผัก ได้แก่ รายได้ ผักประเภทอื่นที่ใช้ทดแทน ค่าใช้จ่ายประเภทเนื้อสัตว์ ไขมันคาร์โบไฮเดรต และผลไม้ จากผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่า รายได้ของครัวเรือนเป็นปัจจัยสำคัญต่อค่าใช้จ่ายในการบริโภคผักของประชากรในกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้รายได้แล้วราคาก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในการบริโภคผักของประชากร

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2539) กล่าวถึงกระบวนการซื้อว่า กระบวนการซื้ออาจเกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ มาตรการในการประเมินค่า ทศนคติ และกระบวนการเลือกที่จะตั้งใจ เลือกเข้าใจ และเลือกเก็บไว้ในความทรงจำ เป็นต้น ปัจจัยเหล่านี้แต่ละปัจจัยอาจเกี่ยวข้องหรือไม่ก็กระทบต่อการปฏิบัติตอบสนองฝ่ายซึ่งมีความสลับซับซ้อนของความตั้งใจซื้อ ผลของกระบวนการซื้อก่อให้เกิดผลสำคัญ 2 ประเภท คือ ซื้อหรือยุติการซื้อ การซื้ออาจจะเกิดขึ้นเมื่อพบทางเลือกที่สามารถทำความพอใจให้แก่การประเมินค่าของเขาได้ และการซื้ออาจจะเกิดขึ้นเมื่อพบทางเลือกที่สามารถทำความพอใจให้แก่การประเมินค่าของเขาได้ และการซื้ออาจจะยุติเนื่องจากไม่มีทางเลือกที่พอใจ ผลต่อเนื่องของกระบวนการซื้อ ผลของพฤติกรรมกระบวนการซื้อจะถูกเก็บไว้ใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความทรงจำของผู้บริโภคเนื่องจากเป็นผลต่อเนื่อง ถ้าผลของพฤติกรรมกระบวนการซื้อได้รับการนึกเห็นภาพพจน์ว่าเป็นที่พอใจแล้ว กรรมวิธีในทำนองเดียวกันจะถูกนำมาใช้อีกในอนาคต

จารุพรรณ นิมคิษฐ์ (2529) ได้ศึกษาถึงการวิเคราะห์รูปแบบการบริโภคของเกษตรกรในบางท้องที่ของประเทศไทย กล่าวว่า ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดปริมาณการบริโภคสินค้าและบริการที่จำเป็นต่อการดำรงชีพของครัวเรือนเกษตรกร คือ รายได้สุทธิของครัวเรือน ส่วนการเพิ่มขึ้นของระดับการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือน จะทำให้ครัวเรือนลดค่าใช้จ่ายในการบริโภคสินค้าจำเป็นลง ดังนั้นปัจจัยที่จะทำให้ปริมาณการบริโภคสินค้าและบริการที่จำเป็นของครัวเรือนเปลี่ยนแปลงมากที่สุด คือ รายได้สุทธิของครัวเรือนและจำนวนสมาชิกในครัวเรือน

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาจะเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งปฐมภูมิและทุติยภูมิจากแหล่งต่างๆ ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ได้จากการรวบรวมข้อมูลโดยการออกแบบสอบถามผู้บริโภคในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดังนี้

1.1 การสร้างแบบสอบถาม แบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาเพื่อใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้ประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 4 ตอน คือ สภาพทั่วไปของผู้บริโภค การบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษ ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผักปลอดภัยจากสารพิษ และปัญหาเกี่ยวกับผักปลอดภัยจากสารพิษ

1.2 การสุ่มตัวอย่างเพื่อสัมภาษณ์ตามแบบสอบถาม โดยมีตัวอย่างประชากรที่ทำการศึกษาจำนวน 200 ตัวอย่าง นอกจากนี้การสัมภาษณ์ผู้บริโภคจะใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบบังเอิญ (accidental sampling) โดยกระจายการศึกษาไปตามสถานที่ที่มีการจัดจำหน่ายผักปลอดภัยจากสารพิษ โดยสุ่มตัวอย่าง 5 จังหวัดและจำนวนแบบสอบถามขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของแต่ละจังหวัดและความสะดวกของผู้ทำการศึกษา ดังนี้

1.2.1 จังหวัดจันทบุรี	จำนวน 30 ชุด
1.2.2 จังหวัดฉะเชิงเทรา	จำนวน 40 ชุด
1.2.3 จังหวัดชลบุรี	จำนวน 60 ชุด
1.2.4 จังหวัดปราจีนบุรี	จำนวน 40 ชุด
1.2.5 จังหวัดระยอง	จำนวน 30 ชุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) โดยการศึกษาค้นคว้าหนังสือ วารสาร และเอกสารต่างๆ จากกรมส่งเสริมการเกษตร ห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์และห้องสมุดกลางของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นจะนำข้อมูลจากการออกแบบสอบถามสัมภาษณ์และข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวม มาทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อทำการสรุปผลการศึกษา ซึ่งวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้มี 2 วิธี คือ

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive analysis) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงพรรณนา โดยการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษของผู้บริโภคในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือกับตัวแปรต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ รวมทั้งปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (quantitative analysis) เป็นการนำเสนอข้อมูลตัวเลขที่ได้จากการปฏิบัติการภาคสนาม มาวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติ โดยเสนอผลการวิเคราะห์และทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS

สมมติฐานการศึกษา

- H_0 : ระดับรายได้ของผู้บริโภคเป็นอิสระต่อความถี่ในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ

H_1 : ระดับรายได้ของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ
- H_0 : ระดับรายได้ของผู้บริโภคเป็นอิสระต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ

H_1 : ระดับรายได้ของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ

บทที่ 2

พฤติกรรมการณ์ตัดสินใจซื้อ

บทนี้จะกล่าวโดยรวมถึงสิ่งที่มีผลต่อพฤติกรรมการณ์ตัดสินใจซื้อ โมเดลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค โมเดลการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และกระบวนการตัดสินใจซื้อ เพื่อสร้างความเข้าใจในเรื่องพฤติกรรมการณ์ตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคโดยทั่วไป

การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ตัวแปรที่ก่ออิทธิพลต่อการตัดสินใจ

1. อิทธิพลจากสิ่งแวดล้อม ผู้บริโภคอาศัยอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่มีความสลับซับซ้อน กระบวนการตัดสินใจและพฤติกรรมของเขาได้รับจากวัฒนธรรม ชนทางสังคม อิทธิพลจากตัวบุคคล
2. อิทธิพลและความแตกต่างของตัวบุคคล เป็นปัจจัยภายในที่กระทบและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม ผู้บริโภคมีความแตกต่างกันที่ทรัพยากรมนุษย์และความรู้ของผู้บริโภค การมุ่งความพยายาม ทักษะคติ บุคลิกภาพแบบของการใช้ชีวิต และประชากรศาสตร์
3. กระบวนการทางจิตวิทยามีอิทธิพลเป็นอย่างมากต่อพฤติกรรมผู้บริโภค กระบวนการนี้ประกอบด้วยการดำเนินกรรมวิธีเกี่ยวกับข่าวสาร การเรียนรู้ และทักษะคติ

แบบจำลองที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการณ์การบริโภค

เป็นการพิจารณาถึงส่วนสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาเหตุและวิธีการซึ่งบุคคลตัดสินใจซื้อ มี 4 แบบ คือ

1. บุคคลที่ตัดสินใจซื้อโดยถือเกณฑ์เศรษฐกิจ ทฤษฎีนี้สมมติว่าผู้บริโภคใช้หลักเหตุผลในการประเมิน จัดลำดับทางเลือกแต่ละผลิตภัณฑ์และเลือกทางเลือกซึ่งให้มูลค่าสูงสุด แต่นักวิทยาศาสตร์สังคมพบว่าไม่เป็นจริงด้วยเหตุผลต่อไปนี้

1.1 บุคคลมีข้อจำกัดด้านทักษะ อุปนิสัย และการกระทำที่สะท้อนจากประสาทสัมผัส

1.2 บุคคลมีข้อจำกัดด้านมูลค่าผลิตภัณฑ์และจุดมุ่งหมายที่มีอยู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 บุคคลมีข้อจำกัดด้านความรู้

ผู้บริโภคอยู่ในตลาดที่ไม่สมบูรณ์ซึ่งไม่สามารถตัดสินใจโดยใช้หลักเหตุผล เช่น ความสัมพันธ์ระหว่างราคาและคุณภาพ อรรถประโยชน์หน่วยสุดท้าย และเส้นแสดงความพอใจเท่าเดิม โดยแท้จริงแล้วผู้บริโภคไม่เต็มใจที่จะมีกิจกรรมการตัดสินใจซื้อในวงกว้างและยังคงยึดหลักความพึงพอใจ ด้วยเหตุผลนี้แบบจำลองนี้จึงสะท้อนถึงความเป็นอุดมคติมากเกินไป

2. บุคคลที่ตัดสินใจซื้อโดยคล้อยตามบุคคลอื่น หมายถึง ทฤษฎีมนุษย์ที่แสดงว่าผู้บริโภคเป็นผู้ยอมจำนนต่อการใช้ความพยายามทางการตลาดของนักการตลาด ทฤษฎีนี้ตรงกันข้ามกับทฤษฎีแรก โดยมองว่าผู้บริโภคมีการรับรู้จากสิ่งกระตุ้น และเป็นผู้ซื้อที่ไม่มีเหตุผล พร้อมทั้งจะยอมรับเครื่องมือของนักการตลาด ข้อจำกัดของแบบจำลองนี้ก็คือ การที่ไม่ได้ระลึกถึงว่าผู้บริโภคมีบทบาทเท่ากัน บทบาทในสถานการณ์การซื้อ โดยการค้นหาทางเลือกผลิตภัณฑ์และการเลือกผลิตภัณฑ์ที่ทำให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งจำเป็นจะต้องศึกษาถึงการจงใจ การรับรู้ การเลือกสรร การเรียนรู้ ทัศนคติ การติดต่อสื่อสาร และผู้นำความคิด ทั้งหมดนี้จะมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของผู้บริโภค ดังนั้นแบบจำลองนี้จึงถูกต่อต้านว่าไม่เป็นความจริง

3. บุคคลที่ตัดสินใจซื้อด้วยความเข้าใจ ผู้บริโภคเป็นผู้ค้นหาข้อมูลที่เหมาะสม ซึ่งสามารถทำให้เกิดการตัดสินใจซื้ออย่างเหมาะสม ในแบบจำลองนี้จึงมองว่าผู้บริโภคเป็นผู้แก้ปัญหา ผู้บริโภคจะค้นหาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองความต้องการของเขา โดยการค้นหาและประเมินข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกตราสินค้าและช่องทางของร้านค้าปลีก

แบบจำลองนี้จะตรงกันข้ามกับแบบจำลองการตัดสินใจซื้อทางเศรษฐกิจ เพราะแบบจำลองความเข้าใจมีความเป็นจริงมากกว่า เนื่องจากผู้บริโภคไม่ได้ใช้ความพยายามหาข้อมูลในทุกทางเลือก ความพยายามในการหาข้อมูลของผู้บริโภคจะสิ้นสุดลง เมื่อได้รับการรับรู้ว่ามี การรับรู้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับทางเลือกต่างๆ ข้อมูลที่เพียงพอจะทำให้สามารถตัดสินใจซื้อได้ดี

4. บุคคลที่ตัดสินใจซื้อด้วยอารมณ์ เป็นแบบจำลองซึ่งเสนอว่าผู้บริโภคทำการตัดสินใจโดยอาศัยเกณฑ์ดุลพินิจของผู้บริโภคหรือความรู้สึกส่วนตัว เช่น ความรัก ความภาคภูมิใจ ความกลัว การยกย่อง มากกว่าการประเมินข้อมูลที่ได้มาจริง ในกรณีนี้เป็นการยึดถือความรู้สึกหรืออารมณ์ของผู้บริโภค เช่น ความสนุก ความกลัว ความรัก ความหวัง ความมีเสน่ห์ทางเพศ ซึ่งผู้บริโภคต้องการ เมื่อผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อโดยอาศัยอารมณ์จะมีการค้นหาข้อมูลก่อนการซื้อน้อย ซึ่งเกณฑ์การตัดสินใจซื้อในกรณีนี้เป็นความต้องการด้านจิตวิทยา คือ ความต้องการของผู้บริโภคและการจงใจ

แบบจำลองการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

แบบจำลองนี้จะรวมหลายความคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคและพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งมีส่วนสำคัญ 3 ส่วน คือ ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลลัพธ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยนำเข้า (Input)

ปัจจัยนำเข้าของแบบจำลองการตัดสินใจซื้อที่เกิดจากปัจจัยภายนอก ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และมีอิทธิพลต่อค่านิยม ทักษะ และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ส่วนสำคัญของปัจจัยนำเข้า ประการแรก คือ กิจกรรมส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งพยายามที่จะติดต่อกับผลประโยชน์ของผลิตภัณฑ์และบริการกับผู้บริโภคที่มีศักยภาพ ประการที่สอง คือ สิ่งแวดล้อมทางสังคมวัฒนธรรม ทั้ง 2 ประการนี้เป็นปัจจัยภายนอกซึ่งมีผลกระทบบต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคดังนี้

1. ปัจจัยนำเข้าด้านส่วนประสมทางการตลาด เป็นกิจกรรมการตลาดที่พยายามเข้าถึงโดยการแจ้งข่าวสารและจูงใจผู้บริโภคให้ซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์ ซึ่งเราเรียกว่ากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วยกลยุทธ์ต่อไปนี้

- 1.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์
- 1.2 กลยุทธ์ด้านราคา
- 1.3 กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย
- 1.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด
 - 1.4.1 กลยุทธ์ด้านการโฆษณา
 - 1.4.2 กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย
 - 1.4.3 กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย
 - 1.4.4 กลยุทธ์การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์
 - 1.4.5 กลยุทธ์การตลาดทางตรง

2. ปัจจัยนำเข้าด้านสังคมวัฒนธรรม ปัจจัยนี้ถือว่ามามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเช่นเดียวกัน ได้แก่ ครอบครัว ชั้นทางสังคม วัฒนธรรม วัฒนธรรมกลุ่มย่อย แหล่งข้อมูลไม่เป็นทางการ แหล่งข้อมูลอื่นที่ไม่ใช่ธุรกิจ ปัจจัยด้านสังคมวัฒนธรรมไม่จำเป็นจะต้องเป็นการสนับสนุนการซื้อหรือการบริโภคผลิตภัณฑ์อย่างใดอย่างหนึ่งเสมอไป แต่อาจจะทำให้ผู้บริโภคต่อต้านการใช้เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ก็ได้ เช่น ในสังคมกรุงเทพมหานครซึ่งมีค่านิยมในวัฒนธรรมเกี่ยวกับวิกฤตการณ์ ปัญหามลพิษทางอากาศ จะมีส่วนช่วยสนับสนุนให้ผู้บริโภคใช้น้ำมัน ไร้สารตะกั่วและต่อต้าน การใช้น้ำมันเบนซินที่มีสารตะกั่ว

ผลกระทบสะสมจากการที่ธุรกิจใช้ความพยายามทางการตลาด จะมีอิทธิพลต่อครอบครัว เพื่อนบ้าน สังคม ค่านิยมในวัฒนธรรม ทั้งหมดเป็นปัจจัยนำเข้าที่มีผลต่อสิ่งที่ผู้บริโภคซื้อ วิธีการที่เขาใช้สิ่งที่เขาซื้อ อิทธิพลเหล่านี้เป็นปัจจัยนำเข้าร่วมกัน

กระบวนการ (Process)

ส่วนนี้จะเกี่ยวข้องกับวิธีการหรือขั้นตอนที่ผู้บริโภคตัดสินใจ ซึ่งจะต้องพิจารณาถึง ปัจจัยด้านจิตวิทยาซึ่งหมายถึงปัจจัยภายใน ประกอบด้วย การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพ และทัศนคติ ซึ่งมีผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ คือ การรู้จักเลือกผลิตภัณฑ์ต่างๆ กิจกรรมการเก็บรวบรวมข้อมูล การประเมินผลทางเลือก ซึ่งจะได้กล่าวต่อไป

ผลลัพธ์ (Output)

ส่วนที่เป็นผลลัพธ์ของโมเดลการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค จะเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดกับ กิจกรรม 2 ประการ คือ พฤติกรรมการซื้อ และการประเมินภายหลังการซื้อ

1. พฤติกรรมการซื้อ ผู้บริโภคมีรูปแบบการซื้อ 2 ประการ คือ การซื้อเพื่อทดลอง (trial purchase) และการซื้อซ้ำ (repeat purchases) ถ้าผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้าเป็นครั้งแรก จะซื้อในปริมาณน้อยกว่าปกติ ในกรณีนี้ถือว่าเป็นการซื้อเพื่อทดลอง ช่วงทดลองเป็นช่วงการสำรวจพฤติกรรมการซื้อซึ่งผู้บริโภคพยายามที่จะประเมินผลิตภัณฑ์จากการใช้โดยตรง ถ้ามีตราสินค้าใหม่ในชนิดของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดขึ้น เช่น ยาสีฟัน ผงซักฟอก มีการค้นพบโดยการทดลอง ทำให้เกิดความพึงพอใจมากขึ้นหรือมากกว่าตราสินค้าเดิม ผู้บริโภคมีแนวโน้มจะซื้อซ้ำ การซื้อซ้ำจะแสดงว่าผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค และเขาเต็มใจที่จะใช้ซ้ำในปริมาณที่มากขึ้น

การทดลองไม่ใช่สิ่งที่ทำง่ายเสมอไป สินค้าบางชนิด เช่น เสื้อผ้า เตาอบไมโครเวฟ ผู้บริโภคต้องทำการประเมินโดยตรงในระยะยาวและมีมูลค่าสูงจึงไม่มีโอกาสที่จะทดลองโดยตรง

2. การประเมินภายหลังการซื้อ เมื่อผู้บริโภคใช้ผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะระหว่างที่ผู้บริโภค มีการทดลอง เขาจะซื้อผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีผลลัพธ์ที่เป็นไปได้ของการประเมิน 3 ประการ คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาดเห็นาไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1 การทำงานที่แท้จริง ที่สอดคล้องกับความคาดหวังจะไปสู่ความรู้สึกที่เป็นกลาง (neutral feeling)

2.2 การทำงานที่เกินความคาดหวังนำไปสู่ความพึงพอใจ (satisfaction)

2.3 การทำงานต่ำกว่าความคาดหวัง ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ (dissatisfaction)

จากผลลัพธ์ 3 ประการ ความคาดหวังของผู้บริโภคและความพึงพอใจมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิด ซึ่งผู้บริโภคต้องพิจารณาถึงประสบการณ์ที่มีต่อความคาดหวัง เมื่อกระทำการประเมินภายหลังการซื้อ

ส่วนประกอบที่สำคัญในการประเมินภายหลังการซื้อคือ การลดความไม่แน่นอนหรือความสงสัยที่ผู้บริโภคจะมีเกี่ยวกับการเลือกสรร ส่วนของการวิเคราะห์การซื้อในภายหลัง ผู้บริโภคพยายามที่จะทำให้เกิดความแน่นอนว่าการเลือกซื้อของเขาเป็นสิ่งฉลาด โดยใช้หนึ่งในกลยุทธ์ต่อไปนี้

1. เขาให้เหตุผลการตัดสินใจนั้นฉลาด
2. เขาจะค้นหาโฆษณาที่สนับสนุนการเลือก และหลีกเลี่ยงที่จะเลือก
3. เขาจะพยายามจูงใจเพื่อนหรือเพื่อนบ้านเพื่อซื้อตราสินค้าเดียวกัน
4. เปลี่ยนเป็นตราอื่นเพื่อให้เป็นเจ้าของความพอใจที่มีความมั่นใจ

ระดับของการวิเคราะห์การซื้อภายหลังซึ่งผู้บริโภคมีอยู่ ขึ้นอยู่กับความสำคัญในการตัดสินใจของผลิตภัณฑ์ ถ้าผลิตภัณฑ์อยู่ในความคาดหวัง เขาจะซื้ออีก ถ้าการทำงานของผลิตภัณฑ์ผิดหวัง ไม่สอดคล้องกับความคาดหวัง เขาก็จะค้นหาทางเลือกที่เหมาะสมทางเลือกอื่น

กระบวนการตัดสินใจซื้อ

ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนี้ ย่อมขึ้นอยู่กับว่าผู้บริโภคทราบถึงปัญหาและความต้องการผลิตภัณฑ์นั้นๆ ซึ่งจะเป็นไปตามลำดับขั้นตอนจนถึงขั้นการประเมินผลการซื้อ ผลหลังการซื้ออันเนื่องมาจากตัวประกอบและคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ ตราของผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีปฏิริยาต่ออำนาจ ทศนคติที่อยู่ในความนึกคิดและภาพพจน์ของผู้บริโภค

ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอนดังนี้

การทราบถึงปัญหา

เป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคเห็นภาพความแตกต่างระหว่างสภาวะที่พึงปรารถนาหรือต้องการและสถานการณ์ที่เป็นจริง หากความแตกต่างนั้นมีมากพอที่จะเร้าและกระตุ้นกระบวนการตัดสินใจ

ผู้บริโภคต้องเล็งเห็นปัญหา หากก่อนที่จะมีการพิจารณาตัดสินใจซื้อ การทราบถึงปัญหาจะเกิดขึ้นก่อนที่การตัดสินใจจะเริ่มต้น เมื่อทราบปัญหา แล้วก็จะมีการกำหนดปัญหา นั้นให้แน่นอน เพื่อให้จะได้เริ่มหาข่าวสารเพื่อแก้ปัญหา การทราบถึงปัญหา อาจเกี่ยวข้องกับตัวแปรต่าง ๆ พร้อมกันทีเดียวหลายตัว ตัวแปรดังกล่าวรวมถึงการนึกเห็นภาพพจน์ การเรียนรู้ ทักษะคิดต่างๆ ค่านิยม สิ่งจูงใจต่าง ๆ คุณสมบัติทางบุคลิกภาพ และอิทธิพลต่าง ๆ จากกลุ่มอ้างอิงทั้งหลาย เป็นต้น จำนวนของตัวแปรดังกล่าวที่เกี่ยวกับการทราบถึงปัญหา จะแตกต่างกันไป เมื่อสถานการณ์แตกต่างกัน

การเสาะหาข้อมูลเพิ่มเติม

หมายถึง ความตั้งใจที่จะเก็บรวบรวมและสะสมข่าวสารที่เกี่ยวข้องในการแก้ปัญหา ให้กับความต้องการ ความจำเป็น หรือความปรารถนาที่ผู้บริโภคเห็นภาพพจน์ได้ การเสาะแสวงหา เป็นปฏิกิริยาก่อนการซื้อซึ่งเริ่มต้นเกิดขึ้นมาก่อนที่ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคให้ความสนใจจะถูกซื้อไป

ผู้บริโภคเสาะหาข้อมูลจากที่เก็บไว้ในความทรงจำ ซึ่งเป็นการเสาะแสวงหาภายในความนึกคิด เป็นการค้นหาข้อมูลโดยอาศัยขอบเขตด้านจิตวิทยา ได้แก่ การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพ และทัศนคติของบุคคลจากประสบการณ์ในอดีต หรือหาข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจจากสภาวะแวดล้อม ซึ่งเป็นการเสาะแสวงหาภายนอก การค้นหาข้อมูลจากภายนอกจะแตกต่างกันขึ้นกับชนิดของผลิตภัณฑ์และทัศนคติของผู้บริโภค ความพยายามในการเลือกซื้อของผู้บริโภคจะมากที่สุด ในกรณีที่ผู้บริโภคมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่ำสุด ยิ่งผู้บริโภคมีความรู้ น้อยเกี่ยวกับชนิดของผลิตภัณฑ์ ความสำคัญต่อการซื้อจำเป็นต้องใช้เวลามากยิ่งขึ้น รวมทั้งมีกิจกรรมค้นหา ก่อนการซื้อยิ่งมากขึ้น

อย่างไรก็ตามอาจจะมีบางกรณีที่ทางเลือกทั้งหลายได้เป็นที่รู้อยู่แล้วว่ามีอะไรบ้าง ดังนั้น อาจดำเนินข้ามขั้นโดยไม่ต้องเสาะหาทางเลือกดังกล่าว ในกรณีเช่นนี้การซื้อก็จะเป็นการกระทำ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยถือเกณฑ์ของนิสัยที่มีอยู่ ซึ่งถ้าหากเป็นเช่นนั้นอาจเข้าไปโดยอัตโนมัติ โดยที่ไม่ต้องคิดหรือพิจารณาแต่อย่างใด ทำนองเดียวกัน เมื่อสิ้นสุดการเสาะหาแล้ว ถ้าไม่ชอบใจ ผู้บริโภคอาจจะหยุด ไม่คิดหรือพิจารณาต่อไป เช่น อาจหยุดเพราะอยากจะซื้อของชนิดอื่นทดแทนหรือเกิดอุปสรรคทางการเงิน

การประเมินทางเลือก

เมื่อผู้บริโภคเก็บรวบรวมข่าวสารได้แล้วก็จะทำการประเมินค่าข่าวสารนั้น และเลือกสรรให้ตอบสนองความต้องการของตน ผู้บริโภคจะทำการประเมินค่าทางเลือกในแง่ของคุณประโยชน์ที่คาดหวัง และทำให้การเลือกแคบลงจนกระทั่งได้ทางเลือกที่ชอบที่สุด ผลที่ออกมาอย่างหนึ่งของการเสาะหาและประเมินผลอาจสิ้นสุดด้วยการไม่กระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง ทั้งนี้เพราะทางเลือกทั้งหลายที่ประเมินผลแล้วนั้น ไม่มีทางไหนที่ดีเพียงพอเลย

เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินผลมักจะอยู่ในรูปแบบต่างๆ กัน และไม่เหมือนกันในทุกสินค้า เช่น ราคา เราจะพบอยู่เสมอว่าตัวราคาเป็นปัจจัยหนึ่งที่ผู้บริโภคใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจ ในทางกลับกันผู้ผลิตก็มักจะใช้ราคาของสินค้าเป็นเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดด้วย อีกเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินผลคือตราหือ ซึ่งมักจะถูกใช้เป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญ ถึงลักษณะทางคุณภาพของสินค้า ดังนั้นถ้าผู้บริโภคมีความเข้าใจหรือมีความเชื่อว่าตราหือใดดี แสดงถึงคุณภาพที่ดีก็มักจะมีแนวโน้มเอนเอียงในการตัดสินใจซื้อ นอกจากนี้ในบางครั้งผู้บริโภคอาจยินดีจ่ายมากกว่าเพื่อตราหือที่ได้รับความนิยม ทั้ง ๆ ที่สินค้าตัวนั้นมีคุณสมบัติไม่แตกต่างจากตัวอื่น ๆ ที่มีขายอยู่ในตลาด นอกจากนี้ตราหือยังมีอิทธิพลเมื่อสิ่งนั้นเป็นลักษณะสี ลักษณะที่จูงใจให้ซื้อ เช่น ผู้บริโภคบางคนยอมซื้อนาฬิกาหือโรเล็กซ์เพื่อเพียงให้มีคำว่า “โรเล็กซ์” อยู่บนนาฬิกาเป็นต้น

การตัดสินใจซื้อ

ผู้บริโภคซื้อทางเลือกที่ชอบที่สุดหรือหากจำเป็นก็จะซื้อสิ่งที่ยอมรับว่าทดแทนกันได้ กระบวนการตัดสินใจก็จะสิ้นสุดลงด้วยการซื้อหรือไม่ซื้อ และ ณ จุดนี้สภาพการณ์อาจเปลี่ยนแปลงหรือปัจจัยผันแปรตัวอื่น ๆ ที่ไม่เคยได้เกิดขึ้นก่อน อาจเกิดขึ้น ณ จุดนี้ก็ได้

การประเมินผลการซื้อ

ผู้บริโภครู้ว่าการประเมินผลการซื้อว่าทางเลือกที่เลือกมาแล้วนั้นตอบสนองความต้องการและความคาดหวังหรือไม่ทันทีที่มีการใช้หรือบริโภคทางเลือกนั้น



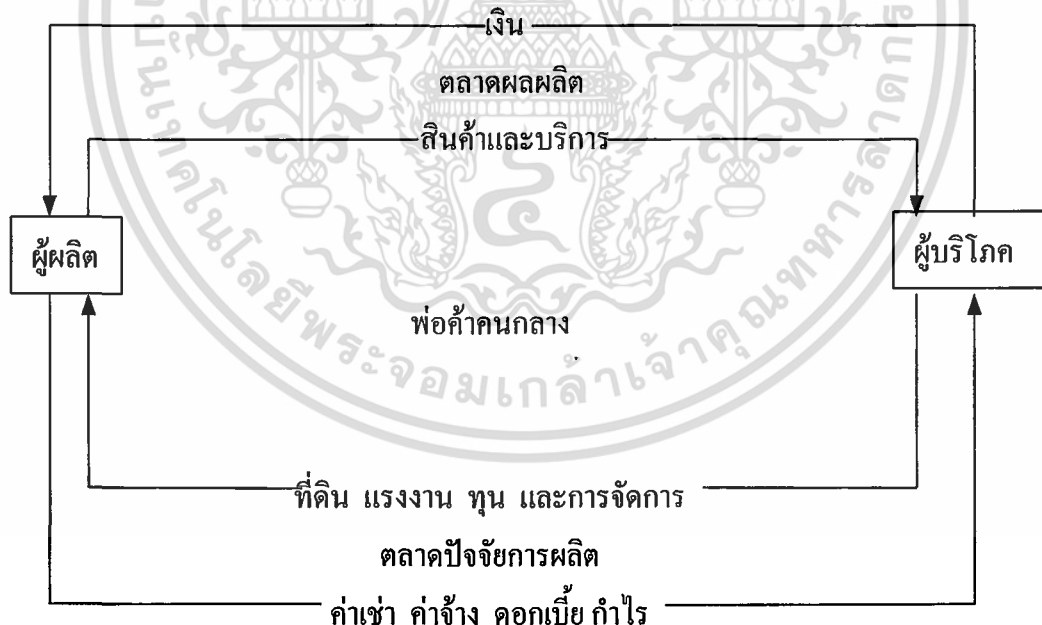
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

ตลาดผักปลอดภัยจากสารพิษ

ระบบการตลาดผักปลอดภัยจากสารพิษ

ประเทศไทยเป็นประเทศเศรษฐกิจการค้าเสรี จะพบว่าในระบบการตลาดจะประกอบด้วย 3 ฝ่าย (ภาพที่ 1) คือ ฝ่ายผลิต ฝ่ายตัวกลางการซื้อขายแลกเปลี่ยน และฝ่ายบริโภค ทั้งนี้ทั้ง 3 ฝ่ายจะเกี่ยวข้องซึ่งกันและกันอย่างมากใน 2 ตลาดหลัก ๆ คือ ตลาดผลผลิต และตลาดปัจจัยการผลิต ดังภาพที่ 1 ในตลาดผลผลิต ฝ่ายผลิตจะผลิตสินค้าให้แก่ฝ่ายบริโภค ในขณะที่ฝ่ายบริโภคต้องจ่ายเงินเป็นค่าตอบแทนให้แก่ฝ่ายผลิตสำหรับสินค้านั้น และในตลาดปัจจัยการผลิต ฝ่ายผลิตจะใช้ปัจจัยการผลิต เช่น ที่ดิน แรงงาน ทุน และการจัดการซึ่งได้จากฝ่ายบริโภค ซึ่งเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต โดยต้องจ่ายค่าตอบแทนในรูปของค่าเช่า ค่าจ้าง ดอกเบี้ย และกำไรให้แก่เจ้าของปัจจัยการผลิตนั้นด้วย



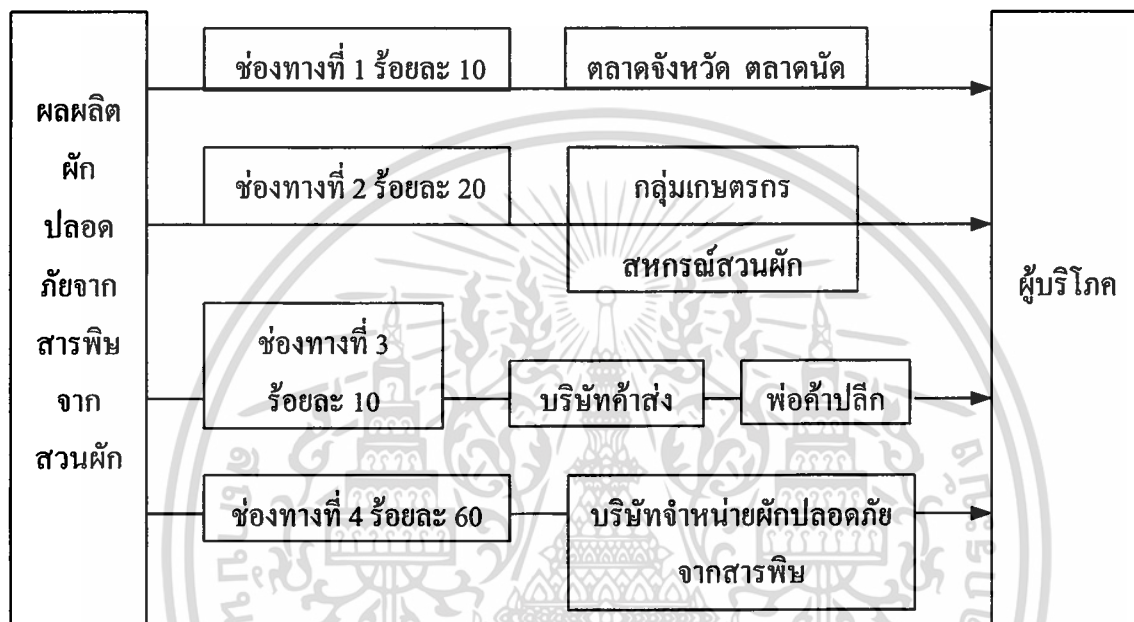
ภาพที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิต ผู้บริโภค และพ่อค้าคนกลาง ในตลาดผลผลิตและตลาดปัจจัยการผลิต

ที่มา: (วิลาวุธ, 2540: 11)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีการตลาดผักปลอดภัยจากสารพิษ

ระบบการตลาดผักปลอดภัยจากสารพิษในการนำผักจากเกษตรกรไปสู่ผู้บริโภค สามารถแบ่งออกได้ 3 ระดับ (ภาพที่ 2) คือ



ภาพที่ 2 วิธีการตลาดผักปลอดภัยจากสารพิษ

ที่มา: (วิลาวัลย์, 2540:12)

1. การตลาดระดับท้องถิ่น (ช่องทางการตลาดที่ 1) คือการที่เกษตรกรนำผักปลอดภัยจากสารพิษมาขายให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง ซึ่งอาศัยความร่วมมือกับหน่วยราชการจัดตลาดนัดท้องถิ่น ตลาดจังหวัด เช่น ตลาดนัดจังหวัดชลบุรี เป็นต้น เนื่องจากตลาดดังกล่าวอยู่ในพื้นที่บริเวณใกล้เคียงแหล่งผลิต ซึ่งบุคคลในพื้นที่ดังกล่าวมักมีอาชีพการเกษตรเช่นเดียวกัน ทำให้มีปริมาณอุปสงค์ในผักน้อย ดังนั้นผลผลิตผักปลอดภัยจากสารพิษปริมาณน้อยเท่านั้นที่อาศัยช่องทางการตลาดนี้

2. การตลาดผ่านกลุ่มเกษตรกรและสหกรณ์ (ช่องทางการตลาดที่ 2) คือการที่เกษตรกรรวมตัวกันตั้งกลุ่มหรือสหกรณ์ ทำหน้าที่รวบรวมผัก คัดขนาดและคุณภาพ ขนย้าย และใช้ตราเครื่องหมายสหกรณ์หรือกลุ่มรับประกันคุณภาพผัก รวมทั้งรับภาระจัดหาภาชนะบรรจุ โดยที่สมาชิกจะเสียค่าบริการตลาดนี้ กลุ่มหรือสหกรณ์ยังทำหน้าที่ในการจัดซื้อปัจจัยการผลิตทางการเกษตรต่าง ๆ เช่น ปุ๋ย เมล็ดพืช เครื่องมือและอุปกรณ์ เพื่อจำหน่ายให้แก่สมาชิกในราคาขอมเยา

แม้ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นอกจากนี้สหกรณ์ที่ก้าวหน้าจะมีการแนะนำ อบรมวิชาการแก่สมาชิก ในการปรับปรุงเพิ่มผลผลิต การวางแผนการผลิต รวมถึงประสานกับหน่วยงานราชการในการตรวจสอบคุณภาพความปลอดภัยในการบริโภคก่อนการเก็บเกี่ยวผลผลิต

สำหรับช่องทางการตลาดนี้ จะรองรับปริมาณผลผลิตผักปลอดภัยจากสารพิษมากขึ้นกว่าการตลาดระดับท้องถิ่น เนื่องจากมีอำนาจต่อรองในการขอความร่วมมือจากหน่วยงานราชการและเอกชนและการจัดหาปัจจัยการผลิตครั้งละมาก ๆ ทำให้ต้นทุนถูกลง ทั้งนี้ผู้บริหารกลุ่มหรือสหกรณ์ต้องมีความซื่อสัตย์และมีความสามารถทางการตลาดเป็นอย่างดี จึงจะได้ผลงานและประสิทธิภาพ เป็นประโยชน์สูงสุดแก่เกษตรกรและผู้บริโภค แต่ในสภาพความเป็นจริงความสามารถทางการตลาดของสถาบันในช่องทางนี้ยังไม่มีประสิทธิผล เพราะการจัดการด้านการตลาดของสหกรณ์ยังไม่มีประสิทธิภาพที่ดีพอ ดังนั้นปริมาณผลผลิตผักปลอดภัยจากสารพิษส่วนใหญ่ยังคงต้องอาศัยช่องทางการตลาดที่ 3 และ 4 มากที่สุด

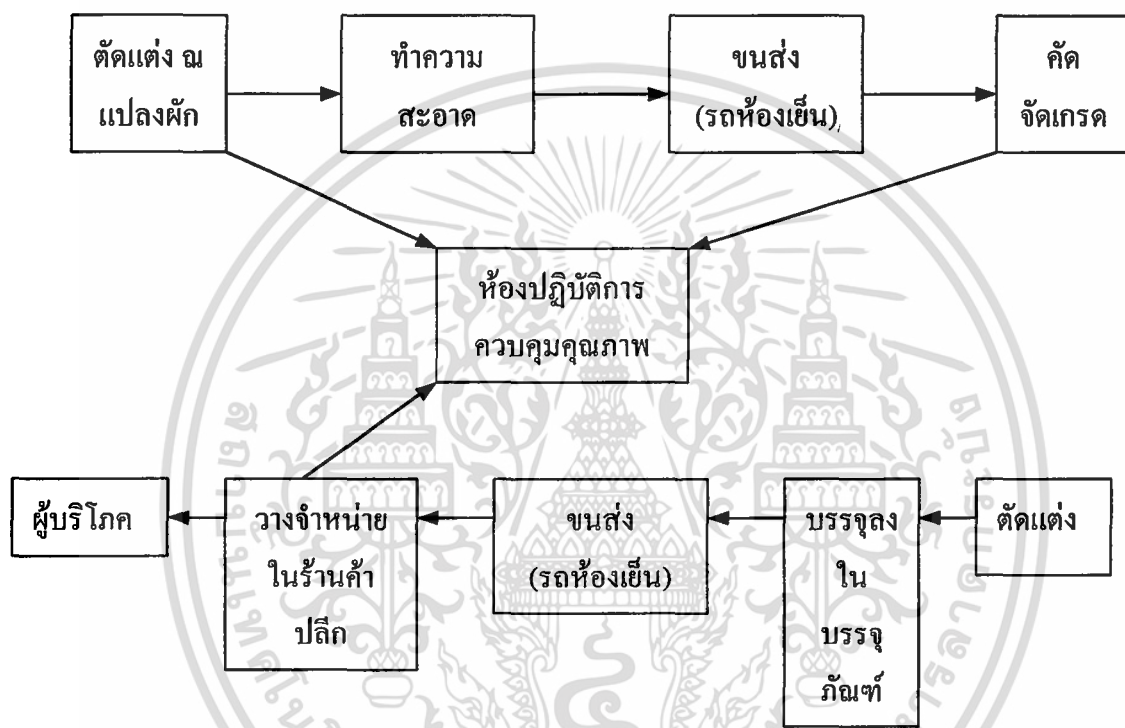
3. การตลาดผ่านพ่อค้าคนกลาง (ช่องทางการตลาดที่ 3 และ 4)

3.1 ตัวแทนจำหน่ายส่งผักปลอดภัยจากสารพิษ จะทำหน้าที่รวบรวมผลผลิตผัก คัดขนาดและคุณภาพ ขนย้าย บรรจุ และใช้ตราเครื่องหมายของบริษัทจำหน่ายนั้น ๆ ประทับตรารับประกันคุณภาพ ซึ่งในจุดนี้เอง ทำให้บริษัทจำหน่ายมักต้องมีขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพความปลอดภัยจากสารพิษของผักก่อนเก็บเกี่ยวออกมาจำหน่าย หรือครอบคลุมตั้งแต่เริ่มปลูกจนถึงมือผู้บริโภค ในสภาพปัจจุบันบริษัทจำหน่ายบางรายทำการค้าแบบมีสัญญา (contract farming) หรือทำการเพาะปลูกเองทั้งหมดหรือบางส่วน (backward integration) ซึ่งการค้าแบบมีสัญญาหรือการทำการเพาะปลูกเองเพื่อให้บริษัทจำหน่ายสามารถวางแผนการผลิต ปริมาณคุณภาพ และราคาได้ตามความต้องการของตลาดและสอดคล้องกับอุปสงค์ของผลิตภัณฑ์ของบริษัทตนเอง

3.2 พ่อค้าคนกลางจำหน่ายปลีกผักปลอดภัยจากสารพิษ จะทำหน้าที่นำผลผลิตจากบริษัทส่งมาจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภค ตัวกลางประเภทนี้ได้แก่ ซุปเปอร์มาร์เก็ตต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งรูปแบบบางแห่งเป็นการส่งผักปลอดภัยจากสารพิษเข้ามาจำหน่าย แต่ในบางกรณีอาจใช้รูปแบบของการฝากขาย โดยที่เมื่อขายสินค้าได้แล้วจึงหักค่านายหน้าจากราคาที่ขายได้ ทำให้อำนาจการตั้งราคาอยู่ที่ตัวกลางขายส่ง

กระบวนการเพิ่มมูลค่าทางการตลาดผักปลอดภัยจากสารพิษ

ผลผลิตผักสดก่อนทำการเก็บเกี่ยวจะต้องได้รับการตรวจวิเคราะห์ปริมาณสารพิษตกค้างจากหน่วยงานราชการ สหกรณ์ หรือบริษัทจำหน่ายเพื่อให้ผลในการรับรองคุณภาพ เมื่อผ่านการรับรองตรวจสอบแล้วจึงทำการเก็บเกี่ยวและเข้าสู่ขั้นตอนการตลาดต่อไป (ภาพที่ 3)



ภาพที่ 3 ขบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ผักปลอดภัยจากสารพิษ

ที่มา: (วิลาวัลย์, 2540: 14)

1. การเตรียมผักหลังเก็บเกี่ยว ขั้นตอนนี้เกษตรกรมักเป็นผู้ดำเนินการ ภายหลังจากเก็บเกี่ยวมีการตัดแต่ง ต้องแยกชนิดผัก คัดขนาดและคุณภาพ ซึ่งใช้ลักษณะต่าง ๆ เป็นเกณฑ์ เช่น สี รูปร่าง ความสม่ำเสมอ หรือคัดแยกพันธุ์แล้วบรรจุในลังพลาสติกหรือกล่องกระดาษเพื่อรอการขนส่งต่อไป

2. การขนย้ายและการเก็บรักษาสินค้า ผักสดได้รับการขนย้ายและเก็บรักษาด้วยวิธีที่ถูกต้องและเหมาะสม เพื่อรักษาสภาพความสดจนถึงมือผู้บริโภค ทั้งนี้บริษัทจำหน่ายขนาดใหญ่ มักจะจัดรถห้องเย็นมารับผลผลิตจากเกษตรกร

3. ผลผลิตที่มาถึงผู้จัดจำหน่าย จะทำการสุ่มตรวจสอบสารพิษตกค้างอีกครั้งเพื่อความปลอดภัย และส่งผลผลิตเข้าสู่ขบวนการแปรรูปตามชนิดของผัก ผักจะได้รับการตกแต่งและล้างให้มีน้ำหนักตามความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย แล้วจึงบรรจุห่อพลาสติกที่มีตราประทับรับรองว่าปลอดภัยจากสารพิษ จากนั้นจึงส่งต่อไปใส่ภาชนะบรรจุเพื่อการขนส่งไปจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคต่อไป

สภาวะการตลาดโดยทั่วไปของผักปลอดภัยจากสารพิษ

การตลาด เป็นกระบวนการทางสังคมและการบริหาร ซึ่งบุคคลและกลุ่มบุคคลได้รับสิ่งสนองต่อความจำเป็นและความต้องการของเขา จากการสร้างและแลกเปลี่ยนระหว่างผลิตภัณฑ์และมูลค่าผลิตภัณฑ์นั้น

การตลาดมีความสำคัญสำหรับสินค้าทุกชนิดโดยตรง ลักษณะของตลาดแต่ละตลาดจะแตกต่างกัน ซึ่งจะมีผลทำให้พฤติกรรมของผู้ขายและผู้ซื้อแตกต่างกัน และจากความเคลื่อนไหวของสิ่งที่ปรากฏอยู่ในตลาดโดยทั่วไป เช่น การเปลี่ยนแปลงของราคา ปริมาณ และคุณภาพของสินค้า ตลอดจนค่าใช้จ่ายในการขายและประชาสัมพันธ์ เป็นต้น ล้วนเป็นผลสืบเนื่องมาจากผลการดำเนินงานทางการตลาด ผักก็เป็นสินค้าทางการเกษตรชนิดหนึ่งที่มีความสำคัญมาก

จากความหมายของการตลาด จะเห็นว่าในฐานะผู้ผลิตจะต้องพิจารณาถึง ประการแรก คือ ความจำเป็น (needs) ว่าอาหารเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับร่างกายของมนุษย์ทุกคน ประการที่สอง คือ ความต้องการ (wants) ปัจจุบันคนเราต้องการมีสุขภาพแข็งแรงและเห็นความสำคัญของการบริโภคผักกันมากขึ้น ประการที่สาม คือ ความต้องการซื้อ (demands) ผู้บริโภคมีความต้องการซื้ออาหารที่มีคุณภาพที่ให้ความมั่นใจถึงความปลอดภัยในการบริโภค หลังจากนั้นผู้ผลิตจึงเสนอผักปลอดภัยจากสารพิษเพื่อสนองความต้องการดังกล่าว ทั้งนี้ผักปลอดภัยจากสารพิษที่จะเสนอแก่ผู้บริโภคต้องสามารถสร้างอรรถประโยชน์ คือ สามารถสนองตอบความจำเป็นสำหรับร่างกายและความต้องการซื้อผักที่มีคุณภาพ มีความปลอดภัยในการบริโภค และต้องสามารถสร้างความพึงพอใจให้เกิดกับตลาดเป้าหมายได้ ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนและกิจกรรมการตลาดขึ้น

ส่วนผสมทางการตลาด เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ถูกใช้เพื่อสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายพอใจและมีความสุขได้ ประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ (เรียกว่า 4 P's) ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ (product) เป็นสิ่งที่สนองตอบต่อความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



2. ราคา (price) เป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของเงินตรา หรือเป็นมูลค่าที่ยอมรับในการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์

3. ช่องทางการจำหน่าย (place or channel of distribution) เป็นกระบวนการในการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค

4. การส่งเสริมการจำหน่าย (promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารทางการตลาดระหว่างผู้ซื้อหรือลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ เพื่อเตือนความทรงจำ แจ้งข่าวสาร หรือชักจูงให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และตัดสินใจซื้อ

ส่วนผสมทางการตลาดเหล่านี้จะใช้ศึกษาทางด้านการตลาด ซึ่งจะแสดงถึงพฤติกรรมทางการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (ผักปลอดภัยจากสารพิษ) รวมถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การกำหนดและการเคลื่อนไหวของราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย (สถานที่) และวิธีการที่จะจูงใจให้ผู้บริโภคสนใจในผักปลอดภัยจากสารพิษ จากที่กล่าวมาพอจะสรุปถึงสภาวะการตลาดโดยทั่วไปของผักปลอดภัยจากสารพิษได้ดังนี้

ระดับผลผลิตของผักปลอดภัยจากสารพิษ

ผักจัดเป็นสินค้าจำเป็นหรือสินค้าหลัก (stable goods) ที่ผู้ซื้อซื้อเพื่อบริโภคเป็นประจำในชีวิตประจำวัน มีลักษณะสภาพธรรมชาติ คือ มีปริมาณผลผลิตสู่ตลาดมากน้อยผันแปรตามฤดูกาล เน้าเสียง่าย อีกทั้งมีขนาดและน้ำหนักที่ไม่อานวยต่อการขนส่ง จึงต้องการการจัดการขนส่งที่นุ่มนวล รวดเร็ว และการเก็บรักษาต้องอาศัยการควบคุมสภาวะที่เหมาะสม ได้แก่ อุณหภูมิและความชื้น ลักษณะทางธรรมชาติเหล่านี้มีผลต่ออายุของสินค้า มีช่วงเวลาที่สินค้าถูกจัดเสนอขายในร้านค้า โดยยังมีลักษณะและคุณภาพที่ดีของผลิตภัณฑ์ครบถ้วนที่สั้น (shelf life) คือประมาณ 1-2 วันเท่านั้น ดังนั้นถ้าจะกำหนดผลผลิตในการตลาดให้เพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภคจากพืชผักทุกชนิดนั้นจึงไม่สามารถทำได้เสมอไป

ผักปลอดภัยจากสารพิษ เป็นสินค้าที่ไม่มีความแตกต่างในตัวเอง เพราะผู้บริโภคจะไม่สามารถใช้ประสาทสัมผัสตัดสินการปลอดสารพิษของผักได้ จึงเป็นหน้าที่ของการตลาดในการทำให้สินค้ามีความแตกต่าง โดยกำหนดคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ดังนี้

1. คุณภาพ ผลิตภัณฑ์ผักปลอดภัยจากสารพิษจะต้องสะอาด มีความปลอดภัยในการบริโภค ซึ่งเป็นที่ต้องการและยอมรับของตลาด
2. ลักษณะ ผลิตภัณฑ์ผักปลอดภัยจากสารพิษจะต้องมีลักษณะที่เห็นได้ถึงความสะดวก ไม่ซ้ำ และปริมาณที่พอเหมาะแก่การบริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. รูปแบบ มีรูปแบบที่พยายามให้มีมาตรฐานและสะดวกต่อการซื้อขายหรือเคลื่อนย้ายสินค้า
4. ราสินค้า เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคว่าเป็นผักที่ปลอดภัยจากสารพิษจริง
5. บรรจุหีบห่อ บรรจุภัณฑ์โดยทั่วไปจะห่อด้วยพลาสติกใส ให้ผู้บริโภคสามารถเห็นได้ถึงลักษณะของสินค้าและติดตราสินค้าหรือสัญลักษณ์ที่แสดงถึงการรับประกันคุณภาพ

การกำหนดราคาของผักปลอดภัยจากสารพิษ

เนื่องจากปริมาณผลผลิตของผลิตภัณฑ์ผักปลอดภัยจากสารพิษ มีความผันแปรเคลื่อนไหวไปตามฤดูกาล คือ ช่วงปลายฤดูฝนต้นฤดูหนาว ผักจะเจริญเติบโตงามดีมีผลผลิตมาก ส่วนในช่วงฤดูฝน เนื่องจากฝนมักทำให้ผักบางชนิดช้ำและบางปีก็เกิดอุทกภัยทำให้ได้รับความเสียหาย จึงมีผลผลิตออกสู่ตลาดน้อย เมื่อประกอบกับผลิตภัณฑ์ผักปลอดภัยจากสารพิษเป็นสินค้าจำเป็น (stable goods) ที่มีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา (price elasticity of demand) ต่ำ ($0 < E_p < 1$) ทำให้ในช่วงเวลาที่มีผลผลิตมาก เกษตรกรจะได้รับราคาสินค้าต่ำ และช่วงที่มีปริมาณผลผลิตออกสู่ตลาดน้อย เกษตรกรจะได้รับราคาที่สูงขึ้น ราคาที่เกษตรกรผู้เพาะปลูกผักปลอดภัยจากสารพิษจะได้รับ ปกติทั่วไปบริษัทจำหน่ายจะให้ราคาสูงกว่าราคาผักท้องตลาดอีกร้อยละ 20 อยู่แล้วราคาที่เกษตรกรผู้เพาะปลูกผักปลอดภัยจากสารพิษได้รับ ย่อมหมายถึงต้นทุนวัตถุดิบของบริษัทจำหน่าย ซึ่งการตั้งราคาผักปลอดภัยจากสารพิษโดยทั่วไปไปต่ออัตรานิ่งถึงต้นทุนบวกด้วยกำไรที่ต้องการ ทำให้ราคาผลิตภัณฑ์ผักปลอดภัยจากสารพิษมีความผันแปรตามฤดูกาลด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการพิจารณาราคาผลิตภัณฑ์ผักปลอดภัยจากสารพิษ ได้แก่

1. ลักษณะผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ผักปลอดภัยจากสารพิษมีลักษณะเด่นด้านคุณภาพความปลอดภัยในการบริโภค จึงทำให้สามารถตั้งราคาได้สูงกว่าราคาผักท้องตลาดโดยทั่วไป
2. ประเภทลูกค้า กลุ่มตลาดเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ผักปลอดภัยจากสารพิษ ได้แก่ ผู้มีรายได้สูงถึงปานกลางที่ห่วงในสุขภาพ ความปลอดภัยในการบริโภค จึงยินดีจ่ายในราคาที่สูง
3. ภาวะเศรษฐกิจ ในช่วงภาวะเงินเฟ้อ ราคาสินค้ามีแนวโน้มจะสูงขึ้น เนื่องจากต้นทุนสูงขึ้น ส่วนในภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ อำนาจซื้อลดลง ราคามีแนวโน้มจะลดลง เพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อ

ในการกำหนดราคาของผักปลอดภัยจากสารพิษ จะกำหนดจากต้นทุนเป็นหลักและจะมีการบวกด้วยต้นทุนค่าจัดการต่าง ๆ ที่ใช้ในการควบคุมสารป้องกันกำจัดศัตรูพืชระหว่างการผลิต และเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น การใช้มุ้งกางเพื่อป้องกันศัตรูพืชมากัดกิน การใช้สารสะเดา แทนสารเคมี การใช้แรงงานเพิ่มขึ้นเพื่อการกำจัดศัตรูอย่างทั่วถึงแทนการใช้สารเคมีฆ่าแมลง ตลอดจนการบรรจุหีบห่อระหว่างการขนส่ง เช่น ต้องบรรจุในถุงพลาสติกและอาจมีการห่อด้วยใบตองอีกชั้นหนึ่ง เนื่องจากผักปลอดภัยจากสารพิษต้องทะนุถนอมดูแลเป็นพิเศษ มีอายุการเก็บรักษาน้อยกว่า และง่ายต่อการบอบช้ำมากกว่า เพราะต้องรักษาคุณภาพ ความสวยงามของผักปลอดภัยจากสารพิษให้ใกล้เคียงกับผักสดทั่วไป (ใบมีลักษณะเต็ม ไม่มีรอยตำหนิมากนัก) ตลอดจนมีการสูญเสียในระหว่างการขนส่ง

ช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านการขนส่งผักปลอดภัยจากสารพิษนั้น ในกรณีที่ต้องใช้ระยะทางไกลจะใช้การขนส่งทางรถตู้คอนเทนเนอร์โดยมีการบรรจุผักในพลาสติกและมีใบตองห่อทับอีกชั้น เนื่องจากต้องทะนุถนอมดูแลเป็นพิเศษ เพื่อให้คุณภาพและความสวยงามตรงตามหรือใกล้เคียงกับความต้องการของผู้บริโภค หรือในกรณีที่ขนส่งในระยะทางใกล้ ๆ อาจใช้ขนส่งโดยรถบรรทุกทั่วไป หรือรถกระบะ และมีการห่อพลาสติกทับอีกชั้นหนึ่ง

ในระหว่างการขนส่งจะมีการสูญเสียในระหว่างทาง ได้แก่ ผักบอบช้ำในระหว่างการขนถ่ายสินค้า และต้องตัดส่วนที่มีลักษณะไม่สมบูรณ์ทิ้ง เช่น ใบเหลือง ใบหงิกงอต่าง ๆ ไปบ้าง เนื่องจากผลผลิตผักปลอดภัยจากสารพิษเสียหายได้ง่าย และจากสภาพการจราจรที่ติดขัด ทำให้ต้นทุนทางการตลาดสูงขึ้น

สำหรับด้านสถานที่ที่จำหน่ายนั้น จังหวัดในเขตภาคตะวันออกจะจัดขึ้นในรูปแบบของตลาดนัดผักปลอดภัยจากสารพิษ ซึ่งจัดโดยสำนักงานเกษตรของจังหวัดนั้น ๆ แต่ละจังหวัดก็จะมีเวลาที่จำหน่ายไม่เหมือนกัน เช่น

1. จังหวัดฉะเชิงเทรา ตลาดนัดผักปลอดภัยจากสารพิษจะมีทุกวันศุกร์ต้นเดือน
2. จังหวัดชลบุรี ตลาดนัดผักปลอดภัยจากสารพิษจะมีทุกวันศุกร์ที่ 1 และ 3 ของเดือน
3. จังหวัดปราจีนบุรี ตลาดนัดผักปลอดภัยจากสารพิษจะมีทุกวันศุกร์ เป็นต้น

ในด้านการจัดจำหน่ายนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มแม่บ้านของแต่ละอำเภอเป็นผู้จำหน่าย ซึ่งรวบรวมมาจากเกษตรกรอีกต่อหนึ่ง บางรายก็เป็นเกษตรกรที่นำผลผลิตมาจำหน่ายเองโดยตรง

การส่งเสริมทางการตลาดของผักปลอดภัยจากสารพิษ

การส่งเสริมการตลาดนั้นส่วนใหญ่จะเป็นการจัดตลาดนัดผักปลอดภัยจากสารพิษขึ้น โดยเฉพาะ ซึ่งจัดโดยสำนักงานเกษตรของจังหวัด และผู้บริโภคก็ได้ให้ความสนใจกับสินค้าพอสมควร เนื่องจากมีการประชาสัมพันธ์เชิญชวนสม่ำเสมอ ซึ่งให้เห็นถึงอันตรายของสารเคมีจากรายการทางโทรทัศน์ เช่น เกษตรกับธรรมชาติ ใบปลิว หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เช่น หมอชาวบ้าน เป็นต้น เมื่อผู้คนสนใจและได้อ่านก็จะบอกกล่าวกันต่อไป



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

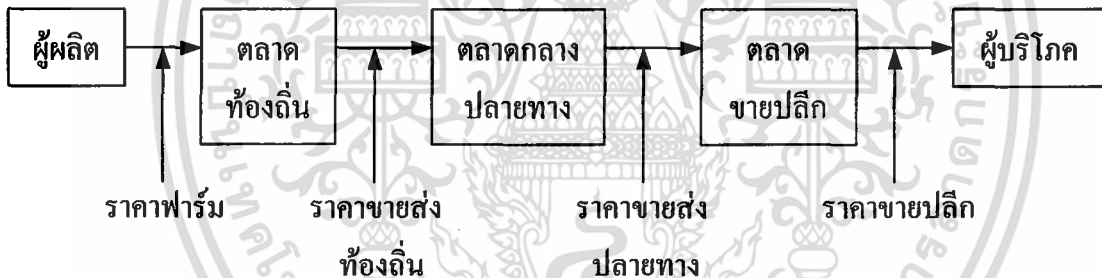
บทที่ 4

ราคาผักปลอดภัยจากสารพิษในตลาดระดับต่าง ๆ

ก่อนจะถึงรายละเอียดเกี่ยวกับราคาผักปลอดภัยจากสารพิษในตลาดระดับต่าง ๆ นั้น ควรจะศึกษาราคาสินค้าเกษตรในตลาดระดับต่าง ๆ ก่อน เพื่อความเข้าใจในเรื่องดังกล่าวต่อไป

ราคาสินค้าเกษตรในตลาดระดับต่าง ๆ

ในระบบตลาดสินค้าเกษตรสามารถแบ่งตลาดออกได้เป็น 3 ระดับใหญ่ ๆ (ภาพที่ 4) คือ ตลาดท้องถิ่น ตลาดกลางปลายทาง และตลาดขายปลีก สำหรับบางกรณีที่เป็นสินค้าเพื่อการส่งออกหรือป้อนโรงงานอุตสาหกรรม ตลาดขายปลีกจะไม่เกิดขึ้นหรือมีความสำคัญน้อยมาก



ภาพที่ 4 ราคาสินค้าเกษตรในระดับต่าง ๆ

ที่มา: (ยุทธนา, 2540: 8)

ด้วยระดับตลาดสินค้าเกษตรที่ได้กล่าวมานี้ ทำให้เกิดราคาสินค้าเกษตรในระดับต่าง ๆ คือ ราคาที่ฟาร์ม ราคาขายส่งในตลาดท้องถิ่น ราคาขายส่งในตลาดกลางปลายทาง และราคาขายปลีก ราคาในระดับต่าง ๆ เหล่านี้จะเกิดขึ้นหรือถูกกำหนดขึ้นต่อเนื่องกันเป็นลำดับ โดยเริ่มต้นจากราคาขายปลีก หากเป็นสินค้าเพื่อการส่งออก ราคาสินค้าจะเริ่มจากราคาส่งออก ซึ่งถือได้ว่าเป็นตลาดระดับสุดท้ายของผู้ซื้อหรือผู้บริโภคเช่นเดียวกับตลาดขายปลีก และในทางปฏิบัติพ่อค้าขายส่งในตลาดในเมืองใหญ่หรือพ่อค้าขายส่งในตลาดปลายทางมักเป็นผู้ส่งออกด้วย จึงเป็นเหตุให้นักเศรษฐศาสตร์หลายคนเข้าใจว่าราคาสินค้าเกษตรมีจุดเริ่มต้นมาจากตลาดกลางปลายทาง และประกอบกับเมื่อราคาที่ผู้บริโภคหรือผู้ผลิตเปลี่ยนแปลงไป พ่อค้าขายปลีกและพ่อค้าท้องถิ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับนักเรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปเผยแพร่บนสื่อออนไลน์
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มักอ้างว่าราคาขายส่งหรือราคาในเมืองใหญ่เปลี่ยนแปลงเป็นสำคัญ แต่โดยความเป็นจริงแล้วราคาสินค้าที่ตลาดขายปลีกหรือตลาดระดับสุดท้ายจะเป็นราคาสินค้าเริ่มแรก และเป็นตัวกำหนดราคาสินค้าในระดับต่าง ๆ ต่อไป ที่เป็นดังนี้เพราะ

1. อุปสงค์ของสินค้าเกษตรมีความสำคัญต่อการกำหนดราคามากกว่าสินค้าประเภทอื่น ๆ
2. การผลิตสินค้าเกษตร ไม่สามารถควบคุมปริมาณและไม่สามารถปรับปริมาณผลผลิตให้ทันต่อเหตุการณ์ได้อย่างสมบูรณ์

3. การผลิตสินค้าโดยทั่วไป จะมีวัตถุประสงค์สำคัญประการหนึ่ง คือ เพื่อสนองตอบหรือผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

ดังนั้นเมื่อความสำคัญของอุปสงค์ที่มีต่อการกำหนดราคามากกว่าอุปทาน ระดับราคาแรกจึงได้แก่ ราคาขายปลีก ซึ่งเป็นราคาที่ถูกกำหนดโดยอุปสงค์ของผู้บริโภคหรืออุปสงค์ที่แท้จริงของสินค้า

อนึ่ง อุปสงค์ของพ่อค้าระดับต่างๆ ที่เกิดขึ้นต่อจากอุปสงค์ของผู้บริโภค จะเป็นอุปสงค์ที่เรียกว่าอุปสงค์ต่อเนื่อง (derived demand) ดังนั้นหากไม่เกิดความต้องการของผู้บริโภคในสินค้านั้น ๆ ความสัมพันธ์นี้จะเกิดขึ้นต่อเนื่องกันเป็นลำดับจากผู้บริโภคไปยังพ่อค้าปลีก จากพ่อค้าปลีกไปยังพ่อค้าระดับต่าง ๆ ไปจนถึงผู้ผลิต ดังนั้นเมื่อผู้บริโภคต้องการซื้อสินค้าลดลง ก็ทำให้พ่อค้าขายปลีกต้องการซื้อสินค้าจากพ่อค้าท้องถิ่นลดลง พ่อค้าท้องถิ่นก็จะต้องการซื้อสินค้าจากผู้ผลิตลดลงตามไปด้วย เป็นการสะท้อนให้ผู้ผลิตทราบถึงความต้องการของผู้บริโภค เมื่อเป็นดังนี้ ในที่สุดผู้ผลิตก็จะปรับตัวเปลี่ยนแปลงการผลิต โดยผลิตสินค้าชนิดนี้ลดลงตามความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

เมื่อราคาสินค้าขายปลีกหรือราคาส่งออกถูกกำหนดขึ้นแล้วในตลาดระดับขายปลีก (สำหรับสินค้าที่ใช้บริโภคภายในประเทศ) หรือในตลาดระดับส่งออก (สำหรับสินค้าส่งออก) ระดับราคาที่ได้นี้จะถูกกำหนดใช้ในตลาดระดับต่าง ๆ ไป เช่น เมื่อพ่อค้าส่งออกหรือพ่อค้าขายปลีกได้ราคามาจากผู้ซื้อ จะนำเอาราคานั้นมากำหนดเป็นราคารับซื้อจากพ่อค้าขายส่งตลาดในเมืองใหญ่หรือตลาดกลางปลายทาง โดยเอาราคาที่ผู้บริโภคซื้อ (ราคาส่งออกหรือราคาขายปลีก) หักด้วยค่าใช้จ่ายการตลาดและกำไรที่ต้องการ ส่วนพ่อค้าตลาดกลางในเมืองใหญ่หรือตลาดกลางปลายทางเมื่อได้ราคาจากพ่อค้าส่งออกหรือพ่อค้าขายปลีก จึงนำมากำหนดราคารับซื้อจากพ่อค้าท้องถิ่นอีกต่อหนึ่ง โดยเอาราคาที่พ่อค้าในตลาดในเมืองใหญ่หรือตลาดปลายทางซื้อ หักด้วยค่าใช้จ่ายและกำไรที่ต้องการ ดังนั้นราคาสินค้าเกษตรในระดับต่าง ๆ ดังกล่าวจึงมีความสัมพันธ์ต่อกันและเปลี่ยนแปลงไปในลักษณะเดียวกัน โดยมีความแตกต่างระหว่างราคาในระดับต่างๆ

ครั้งที่ (หากค่าใช้จ่ายการตลาดและกำไรของผู้ประกอบการไม่เปลี่ยนแปลง) อย่างไรก็ตามในทางเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาก็เท่านั้น เมื่ออนุญาตให้เผยแพร่บนเว็บไซต์โดยไม่ผ่านการคัดลอกหรือแก้ไขเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปฏิบัติ ความเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าที่ฟาร์ม ราคาขายส่งและราคาขายปลีกที่เกิดขึ้นจะไม่เป็นไปในลักษณะเดียวกันเสมอไป เช่น บางครั้งราคาขายส่งในเมืองใหญ่หรือราคาขายปลีกสูงขึ้น แต่ราคาฟาร์มอาจไม่สูงขึ้นตามก็ได้ หรือสูงขึ้นตามแต่เพิ่มขึ้นไม่เท่ากัน ในเรื่องนี้โดยทั่วไปแล้วราคาฟาร์มจะรุนแรงกว่าราคาขายส่งและโดยเฉพาะอย่างยิ่งราคาขายปลีก ซึ่งสาเหตุสำคัญของสถานการณ์ดังกล่าวนี้ (ราคาระดับต่าง ๆ ไม่เปลี่ยนแปลงตามกัน) อาจเนื่องมาจากปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1. การคาดการณ์ของพ่อค้าในระดับต่าง ๆ เช่น ในขณะที่ราคาส่งออกและราคาตลาดในเมืองใหญ่ลดลง ราคาในท้องถิ่นอาจจะเพิ่มขึ้นก็ได้ ทั้งนี้เพราะพ่อค้าท้องถิ่นคาดการณ์ว่าราคาในตลาดในเมืองใหญ่จะเพิ่มสูงขึ้นในอนาคตอันใกล้นั่นเอง
2. ความล่าช้าในการทำหน้าที่ตลาด โดยทั่วไปแล้วเมื่อราคาผู้บริโภครหรือราคาส่งออกหรือราคาขายส่งในเมืองใหญ่เปลี่ยนแปลง ราคาในระดับท้องถิ่นและที่ฟาร์มอาจยังไม่สามารถเปลี่ยนแปลงตามไปได้ทันที เพราะความล่าช้าในการทำหน้าที่ตลาดในด้านข่าวสาร และการขนส่ง เป็นต้น เช่นวันนี้ราคาในเมืองใหญ่เท่ากับ 50 บาทต่อหาบ ราคานี้กว่าจะเดินทางหรือส่งไปถึงท้องถิ่นอาจเป็นวันรุ่งขึ้นหรืออีกอาทิตย์หนึ่ง ดังนั้นราคาท้องถิ่นจะเปลี่ยนแปลงได้ก็ต้องใช้เวลาอีกวันหรืออาทิตย์หนึ่งต่อมา
3. การยอมรับภาระเนื่องจากราคาเปลี่ยนแปลงของพ่อค้าขายปลีก ในบางกรณีเมื่อราคาขายปลีกเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งอาจจะเกิดขึ้นกับอุปสงค์หรืออุปทานก็ตาม พ่อค้าขายปลีกอาจยอมรับเอาผลของการเปลี่ยนแปลงวันนี้ไว้เอง โดยยอมขายให้ผู้บริโภคในราคาเท่าเดิมหรือเปลี่ยนแปลงไปเล็กน้อยเพื่อเป็นการเอาใจลูกค้า
4. ตัวสินค้าที่ระดับฟาร์มกับระดับขายส่งและระดับผู้บริโภคมีลักษณะแตกต่างกัน สินค้าชนิดหนึ่งที่ระดับฟาร์มหรือผู้ผลิตอาจเป็นอย่างหนึ่ง แต่เมื่อมาถึงผู้บริโภคอาจเป็นผลิตภัณฑ์ได้หลายชนิด ซึ่งแต่ละชนิดจะมีความยืดหยุ่นของอุปสงค์แตกต่างกัน
5. การพิทักษ์ประโยชน์ผู้บริโภค โดยทั่วไปแล้วผู้บริโภคมักได้รับการพิทักษ์ประโยชน์ในการซื้อสินค้าจากรัฐบาลตามกฎหมายในลักษณะต่าง ๆ เช่น กฎหมายค้ำกำไรเกินควร หรือพระราชบัญญัติควบคุมราคาสินค้าเพื่อป้องกันความเดือดร้อนที่จะเกิดขึ้นกับผู้บริโภค ดังนั้นเมื่อราคาฟาร์มเปลี่ยนแปลงไป ราคาที่ผู้บริโภคจึงไม่เปลี่ยนแปลงตาม

ราคาผักปลอดภัยจากสารพิษในตลาดระดับต่าง ๆ

ราคาผักปลอดภัยจากสารพิษที่เกษตรกรขายได้

ราคาผักปลอดภัยจากสารพิษที่เกษตรกรขายได้ หมายถึง ราคาผักปลอดภัยจากสารพิษที่บริษัทผู้รวบรวมและ/หรือบริษัทผู้ผลิตและรวบรวมเข้ามาซื้อจากเกษตรกรที่ฟาร์มของเกษตรกรหรือสมาชิกเกษตรกรผู้ปลูกจะส่งผักที่ผลิตได้นั้นให้กับกลุ่มสมาชิก โดยกลุ่มสมาชิกนั้นจะคัดเลือกตัวแทนมาดำเนินการเอง แล้วจึงคิดค่าบริการสำหรับค่าใช้จ่ายในการรวบรวมสินค้า แล้วจึงรอให้บริษัทเอกชนต่าง ๆ มารับ ณ แหล่งที่รวบรวมไว้แล้วนั่นเอง โดยในการผลิตผักนั้นจะมีการวางแผนโดยบริษัทจะวิเคราะห์เองว่าผู้บริโภคต้องการผักชนิดใด เป็นจำนวนเท่าไร ดังนั้นการวางแผนในการผลิตผักจึงค่อนข้างเป็นไปอย่างมีแบบแผน ทำให้เกษตรกรได้รับราคาผลผลิตที่สูงขึ้น (ตารางที่ 4)

ราคาขายปลีกผักปลอดภัยจากสารพิษ

ราคาขายปลีกผักปลอดภัยจากสารพิษ หมายถึง ราคาที่บริษัทกำหนดขึ้นเพื่อจำหน่ายแก่ผู้บริโภคในราคาที่สูงกว่าราคาที่รับซื้อมา โดยทั่วไปจะนำไปจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าหรือผู้ผลิตนำไปขายให้แก่ผู้บริโภคเองในตลาดหรือร้านของตัวเอง ดังนั้นราคาขายปลีกของผักปลอดภัยจากสารพิษย่อมสูงกว่าราคาที่เกษตรกรขายได้ การที่ราคาขายปลีกสูงกว่าราคาที่เกษตรกรขายได้ เพราะราคาขายปลีกนี้จะต้องบวกค่าขนส่ง ค่าบริการต่าง ๆ ในการที่จะนำมาบริการแก่ผู้บริโภคโดยตรงหรือส่วนเหลืออมการตลาดนั่นเอง จึงทำให้ราคาขายปลีกสูงกว่าราคาที่เกษตรกรขายได้ (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบราคาผักปลอดภัยจากสารพิษกับผักทั่วไปทั้งในราคาที่เกษตรกรได้รับ
และราคาขายปลีก (บาท/กก.)

ชนิดผัก	ราคาผักตลาด ท้องถิ่น	ราคาขายปลีกของ ผักทั่วไป	สมาชิก ส่งให้กลุ่ม	ราคาขายปลีกของ ผักปลอดฯ
คะน้า	8	25-26	18	33-35
กวางตุ้ง	5	14-17	17	33-35
ผักกาดหอม	15	18-22	20	38-40
ถั่วฝักยาว	10	20-24	20	38-40
บล๊อคโคลี่	20	-	22	38-40
กะหล่ำดอก	20	24-27	22	38-40
กะหล่ำปลี	10	15-17	20	38-40
มะระ	10	12-15	15	28-30
ต้นหอม	30	35-40	30	48-50
กวางตุ้งได้หัว	12	-	17	33-35
ผักกาดขาว	15	22-24	17	33-35
บวบ	10	15-17	15	28-30
มะเขือยาว	10	12-15	12	18-20
แตงกวา	6	12-14	10	18-20

ที่มา: (จिरันท์, 2538: 16)

บทที่ 5

ผลการศึกษา

การศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ โดยการสัมภาษณ์ตัวอย่าง ประชากร 200 ตัวอย่างในเขตภาคตะวันออก ซึ่งสุ่มตัวอย่างขึ้นมา 5 จังหวัด ได้แก่ จังหวัด จันทบุรี จังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดชลบุรี จังหวัดปราจีนบุรี และจังหวัดระยอง ซึ่งทำให้ได้ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภค การบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษตลอดจนค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผักปลอดภัยจากสารพิษ และปัญหาเกี่ยวกับผักปลอดภัยจากสารพิษ ซึ่งจะได้นำกล่าวในรายละเอียดต่อไป

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภค

เพศ

จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคเป็นเพศหญิงจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 67.00 และเพศชายจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคที่ได้เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ทั้งนี้เป็นเพราะถึงแม้ว่าเวลาจะผ่านไปนานแค่ไหน วัฒนธรรมตะวันตกจะเข้ามาเท่าใด และเพศหญิงต้องทำงานนอกบ้านมากขึ้น แต่ส่วนใหญ่ก็ยังทำหน้าที่รับผิดชอบในเรื่องจัดหาและประกอบอาหารให้กับสมาชิกในครอบครัว สำหรับเพศชายที่มาซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ ณ สถานที่จัดจำหน่ายนั้น ก็จะเป็นผู้ที่ให้ความสนใจในเรื่องเหล่านี้แล้ว (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 ผู้บริโภคจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หญิง	134	67.00
ชาย	66	33.00
รวม	200	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อายุ

ระดับอายุของผู้บริโภคแบ่งออกเป็น 6 ระดับ จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 36-45 ปี โดยมีจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 รองลงมาคือผู้ที่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 28.40 และผู้ที่มีอายุระหว่าง 15-25 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 20.30 เป็นผู้ที่สนใจเกี่ยวกับผักปลอดภัยจากสารพิษมากตามลำดับ ยกเว้นกลุ่มของผู้บริโภคที่มีอายุมากกว่า 66 ปีขึ้นไป มีเพียงร้อยละ 3.00 เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มนี้ถึงแม้ว่าจะให้ความสนใจในการบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษ แต่ไม่มีโอกาสได้มาเลือกซื้อด้วยตัวเองมากนัก เพราะจะบริโภคตามความนิยมของสมาชิกในครอบครัว ประกอบกับความไม่สะดวกในการเดินทางและสุขภาพของผู้บริโภคที่อยู่ในวัยชรา ที่จะมาเลือกซื้อและประกอบอาหารเพื่อการบริโภคด้วยตนเอง (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 ผู้บริโภคจำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	จำนวน (คน) ¹	ร้อยละ
15 – 25	40	20.30
26 – 35	56	28.40
36 – 45	64	32.50
46 – 55	21	10.70
56 – 65	10	5.10
66 ขึ้นไป	6	3.00
รวม	197	100.00

หมายเหตุ ¹ มีผู้บริโภคไม่ตอบแบบสอบถามข้อนี้มีจำนวน 3 คน

ระดับการศึกษา

จากการสำรวจพบว่า ผู้บริโภคที่มีการศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษาจะเป็นผู้ที่ซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษเป็นส่วนมาก โดยมีจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 39.10 ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาตามลำดับ คือ ผู้บริโภคที่มีการศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญาจำนวน 44 คน เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 9 จำนวนสมาชิกในครอบครัว

สมาชิกในครอบครัว (คน)	จำนวน (คน) ¹	ร้อยละ
1-3	63	31.70
4-6	123	61.80
7-9	10	5.00
มากกว่า 10	3	1.50
รวม	199	100.00

หมายเหตุ¹ ผู้บริโภคนับไม่ตอบแบบสอบถามข้อนี้มีจำนวน 1 คน

ตารางที่ 10 ผู้ตัดสินใจซื้อผักสดเพื่อบริโภคในครอบครัว

ผู้ตัดสินใจซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พ่อบ้าน	15	7.50
แม่บ้าน	153	76.50
ตนเอง	18	9.00
ทุกคนในครอบครัว	4	2.00
อื่นๆ ¹	10	5.00
รวม	200	100.00

หมายเหตุ¹ อื่นๆ ได้แก่ คนรับใช้ น้ำ ลูก และทั้งพ่อบ้านและแม่บ้าน

ตอนที่ 2 การบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษ

การบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษ

จากการสำรวจ ณ สถานที่ที่จัดจำหน่ายผักปลอดภัยจากสารพิษ และเนื่องจากการ สัมภาษณ์แบบบังเอิญ (accidental sampling) ผลที่ได้จึงปรากฏว่ามีทั้งผู้ที่บริโภคและไม่บริโภค ผักปลอดภัยจากสารพิษ แต่ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่บริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษ โดยมีจำนวน เอกสารต้นแบบเอกสารที่ส่งไว้ในไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้า เปรียบเทียบให้เห็นไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

171 คน คิดเป็นร้อยละ 85.5 และผู้ที่ไม่บริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษมีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 (ตารางที่ 11)

ตารางที่ 11 การบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษ

การบริโภคผักปลอดฯ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บริโภค	171	85.50
ไม่บริโภค	29	14.50
รวม	200	100.00

เหตุผลที่ไม่บริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษ

สำหรับคำถามข้อนี้เป็นคำถามที่ต่อเนื่องสำหรับผู้ตอบว่าไม่บริโภค เพื่อทราบสาเหตุที่ทำให้คนผู้นั้นไม่บริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษ เพื่อนำมาเป็นข้อเสนอแนะและได้มีการปรับปรุงต่อไปสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้อง ผลปรากฏว่า เหตุผลที่ไม่บริโภคคือ ราคาไม่สมเหตุสมผลและหาซื้อยาก มีจำนวนเท่ากัน คือ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 เหตุผลรองลงมาคือเหตุผลที่ว่าไม่มีผักปลอดภัยจากสารพิษที่ต้องการ โดยมีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 24.10 (ตารางที่ 12)

ตารางที่ 12 เหตุผลที่ไม่บริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษ

เหตุผล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ราคาไม่สมเหตุสมผล	10	34.50
ไม่มีผักชนิดที่ต้องการ	7	24.10
หาซื้อยาก	10	34.50
อื่น ๆ ¹	2	6.90
รวม	29	100.00

หมายเหตุ ¹ อื่น ๆ ได้แก่ ไม่ทราบสถานที่ขายและเป็นคนที่ไม่ชอบทานผัก

จริงมีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 18.10 ส่วนผู้บริโภครที่ไม่เชื่อว่าเป็นผักปลอดภัยจากสารพิษ
จริงนั้นมีเพียง 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5.80 (ตารางที่ 15)

ตารางที่ 14 การรับรู้ข่าวสารของผู้บริโภคเกี่ยวกับผักปลอดภัยจากสารพิษ

ประเภทสื่อ	จำนวน (คน) ²	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์	27	15.90
โทรทัศน์	76	44.70
วิทยุ	30	17.60
นิตยสารหรือวารสาร	14	8.20
ใบปลิว	13	7.60
อื่น ๆ ¹	10	5.90
รวม	170	100.00

หมายเหตุ¹ อื่น ๆ ได้แก่ เพื่อนบ้าน คนในบ้าน และทุกสื่อ
² ผู้บริโภคไม่ตอบแบบสอบถามข้อนี้มีจำนวน 1 คน

ตารางที่ 15 ความมั่นใจในคุณภาพของผักปลอดภัยจากสารพิษต่อผู้บริโภค

ความปลอดภัยในผักปลอดฯ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จริง	31	18.10
ไม่แน่ใจ	130	76.00
ไม่จริง	10	5.80
รวม	171	100.00

ปริมาณผักปลอดภัยจากสารพิษที่จะบริโภคในอนาคต

จากการสำรวจพบว่า ปริมาณที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะบริโภคในอนาคต คือ ร้อยละ 80

โดยมีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 39.20 รองลงมาคือปริมาณที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะบริโภค
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ญาติเห็นว่าไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 17 สถานที่ที่ซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ

สถานที่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตลาดสดใกล้บ้าน	105	61.40
ห้างสรรพสินค้า	58	33.90
อื่น ๆ ¹	8	4.70
รวม	171	100.00

หมายเหตุ¹ อื่น ๆ ได้แก่ ปิ่นนํ้ามัน โครงการหลวง ตลาดวัดลุ่ม ตลาดแม่แดง

ตารางที่ 18 ความถี่ในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ

ความถี่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทุกวัน	10	5.80
ทุกๆ 3 วัน	18	10.50
ทุกสัปดาห์	101	59.10
เดือนละครั้ง	9	5.30
2 ครั้งต่อเดือน	12	7.00
แล้วแต่โอกาส	17	9.90
อื่น ๆ ¹	4	2.30
รวม	171	100.00

หมายเหตุ¹ อื่น ๆ ได้แก่ 3 ครั้งต่อเดือน

ตอนที่ 3 ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผักปลอดภัยจากสารพิษ

ค่าใช้จ่ายในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ

ข้อมูลในส่วนนี้จะทำการเปรียบเทียบระหว่างค่าใช้จ่ายในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษกับผักทั่วไป เพื่อดูปริมาณการใช้จ่ายว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับผักชนิดใดมากกว่า จากการเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนูญาได้เห็นว่าเว็บไซต์เผยแพร่ผลการคำนวณว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 21 ราคาของผักปลอดภัยจากสารพิษที่ผู้บริโภคต้องการให้สูงกว่าผักทั่วไป

ราคาที่ต้องการให้สูงกว่า (%)	จำนวน (คน) ¹	ร้อยละ
100	6	3.60
80	2	1.20
50	18	10.80
30	24	14.50
10	69	41.60
0	47	28.30
รวม	166	100.00

หมายเหตุ ¹ ผู้บริโภคไม่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้มีจำนวน 5 คน

ตอนที่ 4 ปัญหาเกี่ยวกับผักปลอดภัยจากสารพิษ

ความสะดวกในการหาซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความสะดวกในการหาซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษในระดับปานกลาง โดยมีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 33.70 รองลงมาคือสะดวกในระดับที่น้อย น้อยที่สุด มาก และมากที่สุด ตามลำดับ (ตารางที่ 22)

สถานที่ที่จำหน่ายผักปลอดภัยจากสารพิษที่ผู้บริโภคทราบ มีดังนี้

1. จังหวัดฉะเชิงเทรา ได้แก่ ตะวันออกคอมเพล็กซ์ ตลาดนัดผักปลอดภัยจากสารพิษซึ่งตั้งอยู่หน้าศาลากลางจังหวัด ขายทุกวันศุกร์ต้นเดือน ห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพฯ และเลมอนฟาร์ม (เนื่องจากจังหวัดฉะเชิงเทราอยู่ใกล้กรุงเทพฯ มากกว่าจังหวัดอื่น ๆ สถานที่ที่จำหน่ายผักปลอดภัยจากสารพิษในกรุงเทพฯ จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษในจังหวัดฉะเชิงเทรา)

2. จังหวัดชลบุรี ได้แก่ ตลาดนัดผักปลอดภัยจากสารพิษ ซึ่งตั้งอยู่หน้าศาลากลางจังหวัด ขายทุกวันศุกร์ที่ 1 และ 3 ของเดือน และปั้มน้ำมัน
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดังนั้นการอ่านค่าจะพิจารณาจากค่าที่น้อยที่สุดของระดับนัยสำคัญ 0.05 ที่จะทำให้ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หรือค่านัยสำคัญของการทดสอบแบบสองข้าง (2-Tail Significance) โดยจะพิจารณาจากค่านัยสำคัญของการทดสอบแบบสองข้างซึ่งได้จากผลลัพธ์ของโปรแกรมทางสถิติ SPSS ดังนี้

1. ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ถ้าค่านัยสำคัญของการทดสอบแบบสองข้างน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ (0.05)
2. ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ถ้าค่านัยสำคัญของการทดสอบแบบสองข้างมากกว่าระดับนัยสำคัญ (0.05)

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1

H_0 : ระดับรายได้ของผู้บริโภคกับความถี่ในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษเป็นอิสระต่อกัน

H_1 : ระดับรายได้ของผู้บริโภคกับความถี่ในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ มีความสัมพันธ์กัน

จากผลลัพธ์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรระดับรายได้ของผู้บริโภคและความถี่ในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ ที่ได้จากการคำนวณในโปรแกรมทางสถิติ SPSS สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของสองตัวแปรได้ดังนี้

จากการสำรวจพบว่า ผู้ที่มีระดับรายได้อยู่ในทุกช่วง คือ 0 – 4,000 4,001 – 6,000 6,001 – 8,000 8,001 – 10,000 และมากกว่า 10,001 บาทต่อเดือน จะซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ ทุกสัปดาห์ โดยมีจำนวน 24 คน 21 คน 19 คน 16 คน และ 16 คนตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 72.70 63.60 67.90 61.50 และ 37.20 ตามลำดับ (ตารางที่ 23)

จากผลลัพธ์ในตารางที่ 24 ค่าสถิติไคลส์แควร์ระหว่างตัวแปรระดับรายได้ของผู้บริโภคและความถี่ในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ เท่ากับ 25.410 ณ ค่าชั้นแห่งความเป็นอิสระเท่ากับ 24 โดยมีค่านัยสำคัญของการทดสอบแบบสองข้างที่ได้จากการคำนวณโปรแกรม SPSS มีค่าเท่ากับ 0.384

จากค่านัยสำคัญของการทดสอบแบบสองข้างของทั้งสองตัวแปรมีค่าเท่ากับ 0.384 ซึ่งสูงกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) นั่นคือยอมรับว่าตัวแปรระดับรายได้ของผู้บริโภคและความถี่ในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษเป็นอิสระที่สวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารพิษเป็นอิสระต่อกัน นอกจากนั้นค่าไคลส์แควร์ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 25.410 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าไคลส์แควร์ที่เปิดได้จากตารางภาคผนวก ณ ระดับนัยสำคัญที่กำหนดเท่ากับ 0.05 และค่าชั้นแห่งความเป็นอิสระเท่ากับ 24 ซึ่งมีค่าเท่ากับ 36.42 ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าระดับรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ

ตารางที่ 23 ตารางแจกแจงความถี่ร่วมระหว่างระดับรายได้ของผู้บริโภคและความถี่ในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ

รายได้ ต่อเดือน (บาท)	ความถี่ในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ							รวม
	ทุกวัน	ทุก 3 วัน	ทุก สัปดาห์	เดือนละ ครั้ง	สองครั้ง ต่อเดือน	แล้วแต่ โอกาส	อื่นๆ	
0-4,000	1 (3.00)	4 (12.10)	24 (72.70)	1 (3.00)	3 (9.10)	0 (0.00)	0 (0.00)	33 (100.00)
4,001- 6,000	1 (3.00)	4 (12.10)	21 (63.60)	3 (9.10)	2 (6.10)	2 (6.10)	0 (0.00)	33 (100.00)
6,001- 8,000	2 (7.10)	2 (7.10)	19 (67.90)	1 (3.60)	2 (7.10)	2 (7.10)	0 (0.00)	28 (100.00)
8,001- 10,000	1 (3.80)	3 (11.50)	16 (61.50)	1 (3.80)	1 (3.80)	3 (11.50)	1 (3.80)	26 (100.00)
มากกว่า 10,000	5 (11.60)	4 (9.30)	16 (37.20)	3 (7.00)	4 (9.30)	8 (18.60)	3 (7.00)	43 (100.00)
รวม	10 (6.10)	17 (10.40)	96 (58.90)	9 (5.50)	12 (7.40)	15 (9.20)	4 (2.50)	163 (100.00)

หมายเหตุ ค่าในวงเล็บหมายถึงค่าร้อยละของจำนวนผู้บริโภค

สมมติฐานข้อที่ 2

H_0 : ระดับรายได้ของผู้บริโภคเป็นอิสระกับค่าใช้จ่ายในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

H_1 : ระดับรายได้ของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ

ตารางที่ 24 ผลทดสอบสมมติฐานระหว่างตัวแปรระดับรายได้ของผู้บริโภคและความถี่ในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ

ค่าทางสถิติ	ค่าไคส์สแควร์ ที่คำนวณได้	ค่าชั้นแห่งความ เป็นอิสระ (df)	ค่านัยสำคัญของการทดสอบ แบบสองข้าง (Sig. 2-sided)
เพียร์สัน ไคส์สแควร์	25.410	24	0.384

จากผลลัพธ์ ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรระดับรายได้ของผู้บริโภคและค่าใช้จ่ายในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ ที่ได้จากการคำนวณใน โปรแกรมทางสถิติ SPSS สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของสองตัวแปรได้ดังนี้

จากการสำรวจพบว่า ผู้ที่มีระดับรายได้อยู่ในทุกช่วง คือ 0 – 4,000 4,001 – 6,000 6,001 – 8,000 8,001 – 10,000 และมากกว่า 10,001 บาทต่อเดือน จะมีค่าใช้จ่ายในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษเมื่อเทียบกับผักทั่วไป คือ เป็นสัดส่วน 50 : 50 โดยมีจำนวน 14 คน 18 คน 14 คน 16 คน และ 20 คนตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 42.40 54.50 56.00 61.50 และ 47.60 ตามลำดับ (ตารางที่ 25)

จากผลลัพธ์ในตารางที่ 26 ค่าสถิติไคส์สแควร์ระหว่างตัวแปรระดับรายได้ของผู้บริโภคและค่าใช้จ่ายในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ เท่ากับ 8.002 ณ ค่าชั้นแห่งความเป็นอิสระเท่ากับ 12 โดยมีค่านัยสำคัญของการทดสอบแบบสองข้างที่ได้จากการคำนวณโปรแกรม SPSS มีค่าเท่ากับ 0.785

จากค่านัยสำคัญของการทดสอบแบบสองข้างของทั้งสองตัวแปรมีค่าเท่ากับ 0.785 ซึ่งสูงกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) นั่นคือยอมรับว่าตัวแปรระดับรายได้ของผู้บริโภคและค่าใช้จ่ายในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษเป็นอิสระต่อกัน นอกจากนั้นค่าไคส์สแควร์ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 8.002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าไคส์สแควร์ที่เปิดได้จากตารางภาคผนวก ณ ระดับนัยสำคัญที่กำหนดเท่ากับ 0.05 และค่าชั้นแห่งความเป็นอิสระเท่ากับ 12 ซึ่งมีค่าเท่ากับ 21.03 ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าระดับรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 25 ตารางแจกแจงความถี่ร่วมระหว่างระดับรายได้ของผู้บริโภคและค่าใช้จ่ายในการซื้อผัก
ปลอดภัยจากสารพิษ

รายได้ต่อ เดือน (บาท)	ค่าใช้จ่ายในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ				รวม
	100: 0	80: 20	50: 50	20: 80	
0 – 4,000	0 (0.00)	9 (27.30)	14 (42.40)	10 (30.30)	33 (100.00)
4,001 – 6,000	2 (6.10)	5 (15.20)	18 (54.50)	8 (24.20)	33 (100.00)
6,001 – 8,000	1 (4.00)	6 (24.00)	14 (56.00)	4 (16.00)	25 (100.00)
8,000 – 10,000	0 (0.00)	6 (23.10)	16 (61.50)	4 (15.40)	26 (100.00)
มากกว่า 10,001	1 (2.40)	11 (26.20)	20 (47.60)	10 (23.80)	42 (100.00)
รวม	4 (2.50)	37 (23.30)	82 (51.60)	36 (22.60)	159 (100.00)

หมายเหตุ ค่าในวงเล็บหมายถึงค่าร้อยละของจำนวนผู้บริโภค

ตารางที่ 26 ผลทดสอบสมมติฐานระหว่างระดับรายได้ของผู้บริโภคและค่าใช้จ่ายในการซื้อผัก

ค่าทางสถิติ	ค่าไคส์แควร์ที่คำนวณ ได้	ค่าชั้นแห่งความ เป็นอิสระ (df)	ค่านัยสำคัญของการทดสอบ แบบสองข้าง (Sig. 2-sided)
เพียร์สัน ไคส แควร์	8.002	12	0.785

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 6

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

1. การเกษตรปลอดสารเคมี เป็นประโยชน์ต่อเกษตรกรผู้ผลิตในการประกอบอาชีพอย่างปลอดภัยจากสารเคมีฆ่าแมลงต่าง ๆ และเอื้อประโยชน์ต่อผู้บริโภคในการบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษ และการเกษตรปลอดสารเคมีก็ไม่ทำลายสภาพแวดล้อมให้สูญเสียความสมดุล จากประโยชน์ดังกล่าวจึงมีองค์กรอิสระเอกชนเข้าไปส่งเสริมเกษตรกรในหลาย ๆ จังหวัด ให้ทำการเกษตรปลอดสารเคมีและช่วยเหลือในการจัดจำหน่าย รวมทั้งให้ความรู้และสร้างความเข้าใจในหมู่ผู้บริโภค แต่ในด้านการจัดจำหน่ายยังไม่ประสบผลสำเร็จมากนัก จึงได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเกี่ยวกับผักปลอดภัยจากสารพิษในเขตภาคตะวันออก ทำให้ทราบว่าราคาของผักปลอดภัยจากสารพิษมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และผู้บริโภคในภาคตะวันออกมีความต้องการที่จะบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษมากขึ้นด้วย

2. ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ขึ้นอยู่กับว่าผู้บริโภคทราบถึงปัญหาและความต้องการผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ซึ่งจะเป็นไปตามลำดับขั้นตอนจนถึงขั้นการประเมินผลการซื้อ ผลหลังการซื้ออันเนื่องมาจากตัวประกอบและคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ ตรายของผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีปฏิภริยาต่อค่านิยม ทัศนคติที่อยู่ในความนึกคิดและภาพพจน์ของผู้บริโภค

3. ผักปลอดภัยจากสารพิษ เป็นสินค้าจำเป็นหรือสินค้าหลัก (stable goods) ที่ผู้ซื้อซื้อเพื่อบริโภคเป็นปกติในชีวิตประจำวัน มีลักษณะสภาพธรรมชาติ คือ มีปริมาณผลผลิตสู่ตลาดมากน้อยผันแปรตามฤดูกาล เน้าเสถียร ราคาก็ผันแปรตามฤดูกาลด้วยเช่นกัน คือ ในช่วงที่มีผลผลิตมากเกษตรกรจะได้รับราคาสินค้าต่ำ และช่วงที่มีปริมาณผลผลิตออกสู่ตลาดน้อยเกษตรกรจะได้รับราคาที่สูงขึ้น

4. ราคาผักปลอดภัยจากสารพิษในตลาดระดับต่าง ๆ

4.1 ราคาผักปลอดภัยจากสารพิษที่เกษตรกรขายได้ หมายถึง ราคาผักปลอดภัยจากสารพิษที่บริษัทผู้รวบรวมและ/หรือบริษัทผู้ผลิตและรวบรวมเข้ามาซื้อจากเกษตรกรที่ฟาร์มของเกษตรกรหรือสมาชิกเกษตรกรผู้ปลูกจะส่งผักที่ผลิตได้นั้นให้กับกลุ่มสมาชิก โดยกลุ่มสมาชิคนั้นจะคัดเลือกตัวแทนมาดำเนินการเอง แล้วจึงคิดค่าบริการสำหรับค่าใช้จ่ายในการรวบรวมสินค้าแล้วจึงรอให้บริษัทเอกชนต่างๆ มารับ ณ แหล่งที่รวบรวมไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 ราคาขายปลีกผักปลอดภัยจากสารพิษ หมายถึง ราคาที่บริษัทกำหนดขึ้นเพื่อจำหน่ายแก่ผู้บริโภคในราคาที่สูงกว่าราคาที่รับซื้อมา ราคาขายปลีกของผักปลอดภัยจากสารพิษย่อมสูงกว่าราคาที่เคยตรกรขายได้ เนื่องจากราคาขายปลีกนี้จะต้องบวกค่าขนส่ง ค่าบริการต่าง ๆ ในการที่จะนำมาบริการแก่ผู้บริโภคโดยตรง จึงทำให้ราคาขายปลีกสูงกว่าราคาที่เคยตรกรขายได้

5. จากการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคต่อผักปลอดภัยจากสารพิษในเขตภาคตะวันออก จากการสุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำนวน 200 ตัวอย่าง สามารถสรุปผลการศึกษาดังต่อไปนี้

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 36-45 ปี การศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับอุดมศึกษา เป็นผู้บริโภคที่ประกอบอาชีพโดยส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 90.00 ในจำนวนนี้เป็นผู้ประกอบอาชีพรับราชการมากที่สุดคือร้อยละ 28.60 และผู้ที่ไม่ประกอบอาชีพมีกลุ่มของแม่บ้านมากที่สุดคือร้อยละ 9.00 ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 10,001 บาทขึ้นไป มีขนาดของครอบครัวไม่ใหญ่มากนัก คือ มีสมาชิกจำนวน 4 - 6 คน คิดเป็นร้อยละ 61.80 ซึ่งจัดว่าเป็นครอบครัวที่มีขนาดปานกลาง และส่วนใหญ่แม่บ้านจะเป็นผู้ที่ตัดสินใจซื้อผักสดเพื่อบริโภคครอบครัว

ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่บริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษ คิดเป็นร้อยละ 85.50 เหตุผลส่วนใหญ่ที่ไม่บริโภคคือหาซื้อยาก ชื่อที่ผู้บริโภคคุ้นเคยมากที่สุดคือผักปลอดสารพิษ ผู้บริโภคได้รับข่าวสารเกี่ยวกับผักปลอดภัยจากสารพิษจากโทรทัศน์มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 44.70 ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าผักนั้นจะปลอดภัยจากสารพิษจริง ปริมาณที่ผู้บริโภคจะบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษในอนาคตคือร้อยละ 80 สถานที่ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่หาซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษคือตลาดสดใกล้บ้าน คิดเป็นร้อยละ 61.40 และมีผู้บริโภคซึ่งคิดเป็นครึ่งหนึ่งของผู้บริโภค 200 คนที่ซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษทุก ๆ สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 59.10

ค่าใช้จ่ายของผู้บริโภคส่วนใหญ่ในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ เมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายในการซื้อผักทั่วไป คือ 50: 50 (ผักปลอดภัยจากสารพิษ: ผักทั่วไป) ผู้บริโภคส่วนใหญ่พอใจในราคาที่ยาผักปลอดภัยจากสารพิษในระดับปานกลาง ผู้บริโภคต้องการให้ราคาผักปลอดภัยจากสารพิษสูงกว่าผักทั่วไปเพียงร้อยละ 10 ความสะดวกในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษอยู่ในระดับปานกลาง

6. สถานที่ที่จำหน่ายผักปลอดภัยจากสารพิษที่ผู้บริโภคทราบ มีดังนี้

6.1 จังหวัดฉะเชิงเทรา ได้แก่ ตะวันออกคอมเพล็กซ์ ตลาดนัดผักปลอดภัยจากสารพิษซึ่งตั้งอยู่หน้าศาลากลางจังหวัด ขายทุกวันศุกร์ต้นเดือน ห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพฯ และ เลมอนฟาร์ม (เนื่องจากจังหวัดฉะเชิงเทราอยู่ใกล้กรุงเทพฯ มากกว่าจังหวัดอื่น ๆ สถานที่ที่เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จำหน่ายผักปลอดภัยจากสารพิษในกรุงเทพฯ จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษในจังหวัดฉะเชิงเทรา)

6.2 จังหวัดชลบุรี ได้แก่ ตลาดนัดผักปลอดภัยจากสารพิษ ซึ่งตั้งอยู่หน้าศาลากลางจังหวัด ขายทุกวันศุกร์ที่ 1 และ 3 ของเดือน และปืมน้ำมัน

6.3 จังหวัดปราจีนบุรี ได้แก่ โครงการหลวง ชูปเปอร์มาร์เก็ต ตลาดนัดผักปลอดภัยจากสารพิษ ซึ่งตั้งอยู่หน้าศาลากลางจังหวัด ขายทุกวันศุกร์ สวนผักของเกษตรกร และมีเพียงหนึ่งคนเท่านั้นที่เข้าไปซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษในกรุงเทพฯ ทุกสัปดาห์

6.4 จังหวัดระยอง ได้แก่ ตลาดวัดลุ่ม ตลาดแม่แดง สหกรณ์การเกษตร ตลาดเทศบาล แหล่งขายในตัวเมือง และร้านค้ากลุ่มแม่บ้านเกษตรกร หน้าสำนักงานเกษตรจังหวัด ซึ่งขายทุกวันอังคารและศุกร์

7. ปัญหาที่ผู้บริโภคได้รับจากการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ ได้แก่ ราคาไม่สมเหตุสมผล ไม่มั่นใจในคุณภาพ สถานที่จำหน่ายคับแคบ สถานที่ที่จำหน่ายอยู่ไกลเกินไป มีผู้จำหน่ายน้อยราย

8. จากผลการทดสอบสมมติฐานสรุปได้ว่า ระดับรายได้ของผู้บริโภคและควมดีในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษเป็นอิสระต่อกัน และระดับรายได้ของผู้บริโภคเป็นอิสระกับค่าใช้จ่ายในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ จากผลสรุปดังกล่าวเนื่องจากผักปลอดภัยจากสารพิษหรือผักทั่วไปเป็นสินค้าหลักหรือสินค้าจำเป็น (stable goods) นั่นเอง

ข้อเสนอแนะ

การบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษที่เพิ่มขึ้นของผู้บริโภค ทำให้เกษตรกรที่มีความตั้งใจจริงมีกำลังใจที่จะผลิตผลผลิตที่มีคุณภาพและไม่พึ่งสารเคมีที่เป็นพิษ ไม่ต้องทำลายสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติอีกต่อไป ผู้บริโภคจึงมีทางเลือกที่จะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ให้คุณภาพประโยชน์ต่อสุขภาพของตนเองและต่อสิ่งแวดล้อม การที่จะให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษต่อไปอย่างต่อเนื่อง จำเป็นต้องตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง การตัดสินใจซื้อเป็นพฤติกรรมเริ่มต้นของพฤติกรรมการบริโภค จึงควรที่จะมีการดำเนินกิจกรรมดังต่อไปนี้

1. จัดให้มีสถานที่จัดจำหน่ายผักปลอดภัยจากสารพิษให้มากกว่าที่มีอยู่ในปัจจุบัน และจำนวนครั้งในการจำหน่ายควรให้มีมากขึ้นด้วย เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภคและประชาชนที่สนใจ เป็นการให้ผู้บริโภคมีโอกาสที่จะซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษมากขึ้น โดยไม่ต้องเสียเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางมากนัก เพราะค่าใช้จ่ายในการซื้อจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความถี่ในการซื้อของผู้บริโภค การจัดให้มีสถานที่และจำนวนครั้งในการจำหน่ายให้มากขึ้นนี้ จะมีส่วนช่วยจูงใจให้ผู้บริโภคมาซื้อได้บ่อยและมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการประชาสัมพันธ์โดยอ้อมให้กับประชาชนผู้ที่ยังไม่เคยบริโภค ให้เกิดการทดลองและเกิดพฤติกรรมการบริโภคอย่างต่อเนื่อง เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสเลือกกระหว่างผักปลอดภัยจากสารพิษและผักทั่วไปได้ โดยไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของความไม่สะดวกในการเดินทางหรือสถานที่จัดจำหน่ายอยู่ห่างไกล นอกจากนี้ควรปรับปรุงสถานที่ที่จำหน่ายผักปลอดภัยจากสารพิษให้มีความสะดวกในการเลือกซื้อของผู้บริโภค

2. ดำเนินการให้ความรู้และข่าวสารเกี่ยวกับอันตรายที่เกิดขึ้นเนื่องจากการบริโภคผักที่มีสารเคมีทางการเกษตรตกค้าง และอันตรายที่เกิดจากการสะสมของสารพิษที่อยู่ในร่างกายของมนุษย์ ให้มีการประชาสัมพันธ์ให้เห็นถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษแก่ผู้บริโภคและประชาชน โดยทั่วไป เพื่อให้เกิดความสนใจและมีทัศนคติที่ดีต่อการบริโภค ก่อให้เกิดพฤติกรรมการซื้อจากผู้บริโภคได้มากขึ้น

3. จากการที่ในปัจจุบัน ประชาชนให้ความสนใจในเรื่องของการรักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และจากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษ จะมีส่วนช่วยในการรักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ดังนั้นการรณรงค์ให้ผู้บริโภคและประชาชน โดยทั่วไป ได้ทราบถึงว่าผักปลอดภัยจากสารพิษมีขั้นตอนการผลิตผลผลิตที่ไม่ทำลายธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยการไม่ใช้สารเคมีที่มีพิษต่าง ๆ ซึ่งจะมีผลส่งเสริมให้ผู้บริโภคสนใจที่จะบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษมากขึ้น และถ้าหากมีการรณรงค์และสร้างค่านิยมอย่างต่อเนื่องแล้ว ก็จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกที่คุ้นเคยกับการบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษ

4. จากการวิเคราะห์ทำให้ทราบว่า รายได้จัดเป็นตัวแปรหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษ และจากการสำรวจพบว่าราคาของผักปลอดภัยจากสารพิษนั้นยังสูงกว่าราคาของผักที่มีจำหน่ายทั่วไปในท้องตลาด ทั้งนี้มีสาเหตุมาจากต้นทุนในการผลิตของเกษตรกรยังมีมูลค่าสูงอยู่นั่นเอง การที่จะให้ราคาของผักปลอดภัยจากสารพิษต่ำลงนั้นสามารถทำได้โดยการส่งเสริมให้ผู้บริโภคบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษให้มากขึ้น จะส่งผลให้เกษตรกรมีการผลิตผลผลิตในปริมาณมากขึ้น ต้นทุนต่อหน่วยในการผลิตผักปลอดภัยจากสารพิษจะได้ลดต่ำลง ราคาของผลผลิตที่จำหน่ายอยู่ก็จะลดต่ำลงตามไปด้วย เป็นการจูงใจให้ผู้ที่มีรายได้น้อยอยู่แล้วบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษได้มากขึ้น เนื่องจากมีราคาที่ไม่ว่าแตกต่างกัน อีกทั้งยังได้รับประโยชน์จากการบริโภคผักที่ไม่มีสารพิษตกค้าง นอกจากนี้ผู้ที่มีรายได้น้อยสามารถที่จะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษได้โดยไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของรายได้ที่ต้องสูญเสียไปกับค่าใช้จ่ายในการบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษที่มีราคาสูง

5. รัฐบาลควรมีการส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกผักปลอดภัยจากสารพิษมากขึ้น เพื่อให้มีปริมาณผักปลอดภัยจากสารพิษเพียงพอกับความต้องการ มีการส่งเสริมความรู้การตลาดและให้ความรู้ในด้านการจัดการในช่วงการปลูก และให้ความร่วมมือปัจจัยต่างๆ เช่น มุ้ง หรือสารสกัดจากสะเดา เพื่อให้ได้ผลผลิตที่สูงและมีคุณภาพเพียงพอกับความต้องการของตลาด

6. ควรขายผักปลอดภัยจากสารพิษให้แยกจากผักทั่วไปเนื่องจากเปรียบเทียบความแตกต่างได้ยาก ภาชนะที่ใช้บรรจุผักปลอดภัยจากสารพิษ ควรมีเครื่องหมายรับรองคุณภาพจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและเชื่อถือได้ เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการที่จะตัดสินใจเลือกซื้อได้เร็วขึ้น นอกจากนี้ควรมีใบรับรองคุณภาพให้เกษตรกรผู้ผลิตด้วย เนื่องจากผู้บริโภคยังไม่แน่ใจในกระบวนการผลิตว่าจะได้ผักที่ปลอดภัยจากสารพิษจริงหรือไม่



เอกสารอ้างอิง

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2539. ผักปลอดภัยจากสารพิษ. กรุงเทพมหานคร.

เครือวัล พงษ์ประเสริฐชัย และคณะ. 2539. “การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับอาหารปลอดสารเคมี”. บริหารธุรกิจ. 5(72): น. 81-96.

จารุพรรณ นิมิตยธู. 2529. การวิเคราะห์รูปแบบการบริโภคของเกษตรกรในบางท้องที่ของประเทศไทย ปี พ.ศ.2523-2524. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

จิตรา ชำชอง. 2525. ศิลปการขาย. กรุงเทพมหานคร. สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชย์.

จิรนนท์ จิ่งเจริญชัยศักดิ์. 2538. ศักยภาพและข้อจำกัดของการผลิต-การตลาดของผักปลอดภัยจากสารพิษ. กรุงเทพมหานคร: ปัญหาพิเศษ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เจนต เอี่ยมกิจสัมฤทธิ์. 2525. การศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้บริโภคผักสดในกรุงเทพมหานคร ปี 2525. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ปริญ ลักขิตานนท์. 2536. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (2). กรุงเทพมหานคร. โรงพิมพ์บริษัท เอ็ดดิสัน เพรส โปรดักส์ จำกัด.

ยุทธนา เทพี. 2540. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างราคาในตลาดระดับต่างๆ และนโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริมธุรกิจผักปลอดภัยจากสารพิษ. กรุงเทพมหานคร: ปัญหาพิเศษ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

รวีวรรณ พูนชนสมบัติ. 2536. พฤติกรรมผู้บริโภคผักและผลไม้ปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: ปัญหาพิเศษ, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

วิลาวลัย สลิตวิทยากุล. 2540. บทบาทของรัฐกับการส่งเสริมการปลูกผักปลอดภัยจากสารพิษ. กรุงเทพมหานคร: ปัญหาพิเศษ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศิริวรรณ งามพัตราพันธ์. 2539. การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการตอบสนองด้านราคาผักปลอดภัยจากสารพิษ. กรุงเทพมหานคร: ปัญหาพิเศษ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร. โรงพิมพ์บริษัท วิสิทธิ์พัฒนา จำกัด.

สุวรรณา ประณีตวาทกุล. 2540. การวิเคราะห์การตลาดและแนวโน้มของราคาขายปลีกผักปลอดภัยจากสารพิษ ณ ตลาดกรุงเทพฯ. กรุงเทพมหานคร: ปัญหาพิเศษ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2539. ข้อมูลสถิติที่สำคัญ รายจังหวัด พ.ศ.2539. กรุงเทพมหานคร.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2540. รายงานสถิติรายไตรมาส. กรุงเทพมหานคร.

สำนักวิจัยและพัฒนาการเกษตร เขตที่ 6. 2538. รายงานประจำปี 2538. กรุงเทพมหานคร.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2539. พฤติกรรมผู้บริโภค (5). กรุงเทพมหานคร. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อรพิน ธีระวัฒน์ และคณะ. 2539. การปลูกผักปลอดภัยจากสารพิษ. กองป้องกันและกำจัดศัตรูพืช.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก.

ตัวอย่างแบบสอบถาม

ชุดที่.....

...../...../.....

จ.

แบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาเขียนเครื่องหมาย ✓ บนคำตอบที่ตรงกับตัวท่าน

1. สภาพทั่วไปของผู้บริโภค

- | | | | |
|--------------------------|-------------------------|---------------------|--------|
| 1.1 เพศ | 1. ชาย | 2. หญิง | SEX |
| 1.2 อายุ | 1. 15 - 25 ปี | 2. 26 - 35 ปี | AGE |
| | 3. 36 - 45 ปี | 4. 46 - 55 ปี | |
| | 5. 56 - 65 ปี | 6. 66 ปีขึ้นไป | |
| 1.3 ระดับการศึกษา | 1. ประถมศึกษา | | EDLEVE |
| | 2. มัธยมศึกษา | | |
| | 3. อาชีวฯ | | |
| | 4. อุดมศึกษา | | |
| | 5. อื่นๆ โปรดระบุ | | |
| 1.4 อาชีพ | | | OCCU |
| | 1. ลูกจ้างรายวัน | 2. ลูกจ้างประจำ | |
| | 3. ข้าราชการ | 4. นิสิต - นักศึกษา | |
| | 5. ธุรกิจส่วนตัว | 6. แม่บ้าน | |
| | 7. อื่นๆ โปรดระบุ | | |
| 1.5 รายได้ต่อเดือน (บาท) | | | INCOME |
| | 1. 0 - 4,000 | 2. 4,001 - 6,000 | |
| | 3. 6,001 - 8,000 | 4. 8,001 - 10,000 | |
| | 5. 10,001 ขึ้นไป | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 1.6 จำนวนสมาชิกในครอบครัว (คน) MEMBE
- | | |
|------|-------------------------|
| 1. 1 | 2. 2 |
| 3. 3 | 4. 4 |
| 5. 5 | 6. อื่นๆ โปรดระบุ |

- 1.7 ใครเป็นผู้ตัดสินใจซื้อผักสดเพื่อบริโภคในครอบครัว? DECI
- | | |
|-------------|---------------------|
| 1. พ่อบ้าน | 2. แม่บ้าน |
| 3. คนรับใช้ | 4. อื่นๆ ระบุ |

2. การบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษ

- 2.1 ท่านบริโภคผักปลอดสารพิษหรือไม่? CONSU
- | | |
|-----------|--------------|
| 1. บริโภค | 2. ไม่บริโภค |
|-----------|--------------|

- 2.2 ถ้าไม่บริโภค เพราะเหตุใด? UNCON
- | | |
|--------------------|---------------------------|
| 1. ราคาไม่สมเหตุผล | 2. ไม่มีผักชนิดที่ต้องการ |
| 3. หาซื้อยาก | 4. อื่นๆ ระบุ |

- 2.3 ท่านเคยได้ยินหรือคุ้นเคยกับผักชนิดใดมากที่สุด? NAME
- | | |
|-------------------------|------------------------|
| 1. ผักปลอดสารพิษ | 2. ผักปลอดภัยจากสารพิษ |
| 3. ผักอนามัย | 6. ผักการมั่ง |
| 5. อื่นๆ โปรดระบุ | |

- 2.4 ท่านได้ยินหรือรู้จักมาจากสื่อใด? MEDIA
- | | |
|-----------------|------------------------|
| 1. หนังสือพิมพ์ | 4. นิตยสาร หรือ วารสาร |
| 2. โทรทัศน์ | 5. อื่นๆ ระบุ |
| 3. วิทยุ | |

- 2.5 ท่านคิดว่าผักเหล่านี้ปลอดภัยจากสารพิษจริงหรือไม่? SAVE
- | |
|-----------------------------------------------------------|
| 1. จริง (100%) เพราะเชื่อมั่นในผู้ผลิต |
| 2. ไม่แน่ใจ (50%) เพราะไม่เห็นกรรมวิธีการผลิต |
| 3. ไม่จริง (0%) เพราะคงไม่มีผักชนิดใดปลอดภัยจากสารพิษจริง |

- 2.6 ในอนาคตท่านคิดว่าจะบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษในปริมาณเท่าใด? QUAN
- | | |
|---------|--------|
| 1. 100% | 4. 80% |
| 2. 50% | 5. 20% |
| 3. 0% | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7 ท่านซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษจากที่ใดบ้าง? PLACE

1. ตลาดสดใกล้บ้าน
2. ห้างสรรพสินค้า
3. อื่นๆ ระบุ

2.8 ความถี่ในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ FREQ

1. ทุกวัน
2. ทุกๆ 3 วัน
3. ทุกสัปดาห์
4. อื่นๆ ระบุ

3. ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผักปลอดภัยจากสารพิษ

1.1 ค่าใช้จ่ายในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษเมื่อเปรียบเทียบกับค่าซื้อผักทั้งหมด (ผักปลอดภัยจากสารพิษ : ผักทั่วไป) PAY

1. 100 : 0
2. 80 : 20
3. 50 : 50
4. 20 : 80

1.2 ท่านพอใจกับราคาที่ขายอยู่หรือไม่? SATISFY

1. มากที่สุด (100%)
2. มาก (80%)
3. ปานกลาง (50%)
4. น้อย (30%)
5. น้อยที่สุด (10%)
6. ไม่พอใจ (0%)

1.3 ท่านต้องการให้ผักปลอดภัยจากสารพิษมีราคาสูงกว่าผักทั่วไปเท่าใด? PRICE

1. 100%
2. 80%
3. 50%
4. 30%
5. 10%
6. 0%

4. ปัญหาเกี่ยวกับผักปลอดภัยจากสารพิษ

4.1 การหาซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษทำได้สะดวกเพียงไร? FACILI

1. มากที่สุด (100%)
2. มาก (80%)
3. ปานกลาง (50%)
4. น้อย (30%)
5. น้อยที่สุด (10%)
6. ไม่สะดวกเลย (0%)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 ท่านทราบสถานที่ขายผักปลอดภัยจากสารพิษที่แห่ง? ที่ใดบ้าง?

..... แห่ง ได้แก่.....
.....

1.3 ท่านมีข้อเสนอแนะอื่นใดเกี่ยวกับผักปลอดภัยจากสารพิษหรือไม่?

.....
.....
.....

😊 ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือ 😊



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ข.

ผลการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรม SPSS

เพศ

sex of respondent

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	male	66	33.0	33.0	33.0
	female	134	67.0	67.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	
Total		200	100.0		

อายุ

age of respondent

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15-25 years	40	20.0	20.3	20.3
	26-35 years	56	28.0	28.4	48.7
	36-45 years	64	32.0	32.5	81.2
	46-55 years	21	10.5	10.7	91.9
	56-65 years	10	5.0	5.1	97.0
	>66 years	6	3.0	3.0	100.0
	Total	197	98.5	100.0	
	Missing	System Missing	3	1.5	
	Total	3	1.5		
Total		200	100.0		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับการศึกษา

education level of respondent

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	primary school	33	16.5	16.8	16.8
	high/secondary school	40	20.0	20.3	37.1
	diploma	44	22.0	22.3	59.4
	bachelor degree	77	38.5	39.1	98.5
	other	3	1.5	1.5	100.0
	Total	197	98.5	100.0	
Missing	System Missing	3	1.5		
	Total	3	1.5		
Total		200	100.0		

อาชีพ

occupation of respondent

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	temporary employee	22	11.0	11.1	11.1
	permanent employee	28	14.0	14.1	25.1
	government officer	57	28.5	28.6	53.8
	student	28	14.0	14.1	67.8
	ownership	41	20.5	20.6	88.4
	housewife	18	9.0	9.0	97.5
	other	5	2.5	2.5	100.0
	Total	199	99.5	100.0	
Missing	System Missing	1	.5		
	Total	1	.5		
Total		200	100.0		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายได้ต่อเดือน

income per month of respondent

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0-4,000 baht	34	17.0	17.8	17.8
	4,001-6,000 baht	35	17.5	18.3	36.1
	6,001-8,000 baht	32	16.0	16.8	52.9
	8,001-10,000 baht	32	16.0	16.8	69.6
	>10,001 baht	58	29.0	30.4	100.0
	Total	191	95.5	100.0	
Missing	System Missing	9	4.5		
	Total	9	4.5		
Total		200	100.0		

จำนวนสมาชิกในครอบครัว

number of member in family of respondent

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-3	63	31.5	31.7	31.7
	4-6	123	61.5	61.8	93.5
	7-9	10	5.0	5.0	98.5
	>10	3	1.5	1.5	100.0
	Total	199	99.5	100.0	
Missing	System Missing	1	.5		
	Total	1	.5		
Total		200	100.0		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้ตัดสินใจซื้อผักสดเพื่อบริโภคในครอบครัว

decision maker to consume vegetable of respondent

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	house-holder	15	7.5	7.5	7.5
	housewife	153	76.5	76.5	84.0
	oneself	18	9.0	9.0	93.0
	everyone in your family	4	2.0	2.0	95.0
	other	10	5.0	5.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	
Total		200	100.0		

การบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษ

consumption chemical-free vegetable of respondent

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	yes	171	85.5	85.5	85.5
	no	29	14.5	14.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	
Total		200	100.0		

สาเหตุที่ไม่บริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษ

reason to reject of respondent

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	unworthy its cost	10	34.5	34.5	34.5
	haven't vegetable to need	7	24.1	24.1	58.6
	hard to buy	10	34.5	34.5	93.1
	other	2	6.9	6.9	100.0
	Total	29	100.0	100.0	
Total		29	100.0		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อที่เคยได้ยินหรือคุ้นเคยมากที่สุด

name to be acquainted

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	non-toxic vegetable	102	59.6	60.4	60.4
	chemical-free vegetable	13	7.6	7.7	68.0
	healthy vegetable	12	7.0	7.1	75.1
	vegetable plant in mosquito net	41	24.0	24.3	99.4
	other	1	.6	.6	100.0
	Total	169	98.8	100.0	
	Missing	System Missing	2	1.2	
Total		2	1.2		
Total		171	100.0		

การรับรู้ข่าวสารของผู้บริโภคเกี่ยวกับผักปลอดภัยจากสารพิษ

media to know

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	newspaper	27	15.8	15.9	15.9
	television	76	44.4	44.7	60.6
	radio	30	17.5	17.6	78.2
	magazine	14	8.2	8.2	86.5
	leaflet	13	7.6	7.6	94.1
	other	10	5.8	5.9	100.0
	Total	170	99.4	100.0	
Missing	System Missing	1	.6		
	Total	1	.6		
	Total	171	100.0		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความมั่นใจในคุณภาพของผักปลอดภัยจากสารพิษต่อผู้บริโภค

convinced in chemical-free vegetable

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid rely	31	18.1	18.1	18.1
unsure	130	76.0	76.0	94.2
unrely	10	5.8	5.8	100.0
Total	171	100.0	100.0	
Total	171	100.0		

ปริมาณผักปลอดภัยจากสารพิษที่จะบริโภคในอนาคต

quantity of consumption chemical-free vegetable in the future

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 100%	42	24.6	24.6	24.6
50%	50	29.2	29.2	53.8
0%	8	4.7	4.7	58.5
80%	67	39.2	39.2	97.7
20%	4	2.3	2.3	100.0
Total	171	100.0	100.0	
Total	171	100.0		

สถานที่ที่ซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ

somewhere you can buy chemical-free vegetable

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid nearest market	105	61.4	61.4	61.4
department store	58	33.9	33.9	95.3
other	8	4.7	4.7	100.0
Total	171	100.0	100.0	
Total	171	100.0		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความถี่ในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ

frequency to buy chemical-free vegetable of respondent

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	everyday	10	5.8	5.8	5.8
	every third day	18	10.5	10.5	16.4
	every week	101	59.1	59.1	75.4
	one time per month	9	5.3	5.3	80.7
	two times per month	12	7.0	7.0	87.7
	up to chance	17	9.9	9.9	97.7
	other	4	2.3	2.3	100.0
	Total	171	100.0	100.0	
	Total	171	100.0		

ค่าใช้จ่ายในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ

payment between chemical-free and normal vegetable of respondent

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	100 : 0	4	2.3	2.4	2.4
	80 : 20	41	24.0	24.6	26.9
	50 : 50	85	49.7	50.9	77.8
	20 : 80	37	21.6	22.2	100.0
	Total	167	97.7	100.0	
Missing	System Missing	4	2.3		
	Total	4	2.3		
Total		171	100.0		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความพอใจในราคาที่ขายของผักปลอดภัยจากสารพิษ

satisfaction in price level chemical-free vegetable of respondent

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	the most	21	12.3	12.4	12.4
	much	22	12.9	13.0	25.4
	medium	97	56.7	57.4	82.8
	a few	14	8.2	8.3	91.1
	least	11	6.4	6.5	97.6
	unsatisfy	4	2.3	2.4	100.0
	Total	169	98.8	100.0	
Missing	System Missing	2	1.2		
	Total	2	1.2		
	Total	171	100.0		

ราคาของผักปลอดภัยจากสารพิษที่ผู้บริโภคต้องการให้สูงกว่าราคาของผักทั่วไป

price higher than normal vegetable to need of respondent

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	100%	6	3.5	3.6	3.6
	80%	2	1.2	1.2	4.8
	50%	18	10.5	10.8	15.7
	30%	24	14.0	14.5	30.1
	10%	69	40.4	41.6	71.7
	0%	47	27.5	28.3	100.0
	Total	166	97.1	100.0	
Missing	System Missing	5	2.9		
	Total	5	2.9		
	Total	171	100.0		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสะดวกในการหาซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ

facility to buy chemical-free vegetable of respondent

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	the most	12	7.0	7.1	7.1
	much	18	10.5	10.7	17.8
	medium	57	33.3	33.7	51.5
	a few	48	28.1	28.4	79.9
	least	33	19.3	19.5	99.4
	unfacility	1	.6	.6	100.0
	Total	169	98.8	100.0	
Missing	System	2	1.2		
	Missing				
	Total	2	1.2		
Total		171	100.0		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ค.

ตารางที่ 27 แสดงค่าไคลส์แควร์ (X^2) ณ ระดับความมีนัยสำคัญต่าง ๆ

df	α					
	.20	.10	.05	.02	.01	.001
1	1.64	2.71	3.84	5.41	6.64	10.83
2	3.22	4.60	5.99	7.82	9.21	13.82
3	4.64	6.25	7.82	9.84	11.34	16.27
4	5.99	7.78	9.49	11.67	13.28	18.46
5	7.29	9.24	11.07	13.39	15.09	20.52
6	8.56	10.64	12.59	15.03	16.81	22.46
7	9.80	12.02	14.07	16.62	18.48	24.32
8	11.03	13.36	15.51	18.17	20.09	26.12
9	12.24	14.68	16.92	19.68	21.67	27.88
10	13.44	15.99	18.31	21.16	23.21	29.59
11	14.63	17.28	19.68	22.62	24.72	31.26
12	15.81	18.55	21.03	24.05	26.22	32.91
13	16.98	19.81	22.36	25.47	27.69	34.53
14	18.15	21.06	23.68	26.87	29.14	36.12
15	19.31	22.31	25.00	28.26	30.58	37.70
16	20.46	23.54	26.30	29.63	32.00	39.29
17	21.62	24.77	27.59	31.00	33.41	40.75
18	22.76	25.99	28.87	32.35	34.80	42.31
19	23.90	27.20	30.14	33.69	36.19	43.82
20	25.04	27.41	31.41	35.02	37.57	45.32
21	26.17	29.62	32.67	36.34	38.93	46.80
22	27.30	30.81	33.92	37.66	40.29	48.27
23	28.43	32.01	35.17	38.97	41.64	49.73
24	29.55	33.20	36.42	40.27	42.98	51.18

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 27 (ต่อ)

Df	α					
	.20	.10	.05	.02	.01	.001
25	30.68	34.38	37.65	41.57	44.31	52.62
26	31.80	35.56	38.88	52.86	45.64	54.05
27	32.91	36.74	40.11	44.14	46.69	55.48
28	34.03	37.92	41.34	45.42	48.28	56.89
29	35.14	39.09	42.69	46.69	49.59	58.30
30	36.25	40.26	43.77	47.96	50.89	59.70
32	38.47	42.59	46.19	50.49	53.49	62.49
34	40.68	44.90	48.60	53.00	56.06	65.25
36	42.88	47.21	51.00	55.49	58.62	67.99
38	45.08	49.51	53.38	57.97	61.16	70.70
40	47.27	51.81	55.76	60.44	63.69	73.40
44	51.64	56.37	60.48	65.34	68.71	78.75
48	55.99	60.91	65.17	70.20	73.68	84.04
52	60.33	65.42	69.83	75.02	78.62	89.27
56	64.66	69.92	74.47	79.82	83.51	94.46
60	68.97	74.40	79.08	84.58	88.38	99.61



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้