



รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

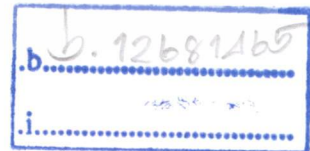
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ
Factors Influencing Consumers Purchasing Behavior of Free Toxic
Vegetables in Muang District, Samutprakarn Province



ปัญญา หมั่นเก็บ

รชช
พ 524 4
2557

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน 137706
วันเดือนปี 17 ก.ค. 2558



ได้รับทุนสนับสนุนงานวิจัยจากเงินงบประมาณรายได้ ประจำปีงบประมาณ 2557

สาขาพัฒนาการเกษตรและการจัดการทรัพยากร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ขอสงวนสิทธิ์ใน
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อโครงการ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดสมุทรปราการ

แหล่งเงิน เงินงบประมาณรายได้ สาขาพัฒนาการเกษตรและการจัดการทรัพยากร คณะเทคโนโลยีการเกษตร
ประจำปีงบประมาณ 2557 จำนวนเงินที่ได้รับการสนับสนุน 46,400 บาท

ระยะเวลาที่ทำวิจัย 1 ปี ตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2556 ถึง 30 กันยายน 2557

หัวหน้าโครงการวิจัย นายปัญญา หมั่นเก็บ สาขาพัฒนาการเกษตรและการจัดการทรัพยากร
คณะเทคโนโลยีการเกษตร

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 405 คนที่เคยบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษ และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติทดสอบที (t-test) สถิติทดสอบเอฟ (F-test) และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 45-54 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพสมรส ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท ผู้บริโภคเลือกซื้อผักประเภทกินใบมากที่สุด เหตุผลในการเลือกซื้อเนื่องจากให้ความสำคัญกับสุขภาพ ตัดสินใจเลือกซื้อด้วยตัวเอง ความถี่ในการซื้อ 1 ครั้ง/สัปดาห์ ปริมาณ 86 กก./ครั้ง ค่าใช้จ่ายในการซื้อ 107.22 บาท ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากโทรทัศน์มากที่สุด ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษได้แก่ อายุ สถานภาพสมรสและรายได้ต่อเดือน ส่วนความปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านส่งเสริมการตลาด

คำสำคัญ : พฤติกรรมการเลือกซื้อ, ผักปลอดภัยจากสารพิษ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Research Title: Factors Influencing Consumers Purchasing Behavior of Free Toxic Vegetables in Muang District, Samutprakarn Province

Researcher: Mr. PanyaMankeb, Faculty of Agricultural Technology,
Department of Agricultural Development and Resource Management

ABSTRACT

The purposes of this study were to investigate consumers purchasing behavior and factors influencing consumers purchasing behavior of free toxic vegetables in Muang district, Samutprakarn province. Questionnaires were used to collect data from 405 respondents. Data analysis was conducted by descriptive statistics such as frequency, percentage, arithmetic mean and standard deviation and hypothesis testing were applied t-test, F-test and multiple regression analysis.

The results showed that the majority of respondents were female, aged 45-54 years, completed bachelor's degree, married, employed private business, personal income more than 40,000 baht per month. The reasons to buy free toxic vegetables due to the focus on health, decision purchasing by own self, purchasing by average once a week, purchase each time .86 kg., 107.22 baht and mostly received information from television. The factors influencing purchasing behavior of free toxic vegetables were significant ($p < .05$) i.e. age, marital status, monthly income, product, price, distribution channels and marketing promotion.

Keyword : consumers purchasing behavior; free toxic vegetables

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์นี้ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีด้วยความร่วมมือของผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริโภคมักปลอดภัยจากสารพิษในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ที่เสียสละเวลา และให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลเป็นอย่างดี

ขอขอบคุณ นายปฐมพงศ์ มาทอง และ นางสาวชลิตา เลิศเกษมผล ผู้ช่วยนักวิจัยที่ทุ่มเทในการทำงานครั้งนี้อย่างไม่จักเหน็ดเหนื่อย มีความอดทน ขยันลงพื้นที่อย่างต่อเนื่อง

ขอบคุณ ผศ.ดร. อังรงค์ เมฆโหรา ประธานสาขาวิชาพัฒนาการเกษตรและการจัดการทรัพยากร ที่คอยให้กำลังใจ และให้คำปรึกษาด้านวิชาการ

ขอขอบคุณสาขาวิชาพัฒนาการเกษตรและการจัดการทรัพยากร คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่สนับสนุนทุนวิจัยจากเงินงบประมาณรายได้ ประจำปีงบประมาณ 2557

ผู้วิจัย ใคร่ขอขอบคุณทุกท่านทั้งที่กล่าวถึงและไม่ได้กล่าวถึงมา ณ ที่นี้ ที่มีส่วนสนับสนุนให้รายงานการวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการศึกษาครั้งนี้ทั้งหมด ผู้วิจัยขอมอบความดีให้แก่ผู้สนับสนุนและช่วยเหลือทุกท่านดังที่กล่าวไว้ข้างต้น

ปัญญา หมั่นเก็บ
ตุลาคม 2557

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	VI
สารบัญภาพ.....	VII
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	1
1.3 ขอบเขตการวิจัย.....	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	2
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะในการวิจัย.....	2
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม.....	3
2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค.....	3
2.1.1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค.....	3
2.1.2 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4P's).....	4
2.1.3 กล้องดำ (Black box).....	5
2.1.4 สภาพแวดล้อมทางการตลาด (Marketing Environment).....	6
2.1.5 แนวความคิดด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อ.....	7
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับผักปลอดภัยจากสารพิษ.....	9
2.2.1 ความหมายของผักปลอดภัยจากสารพิษ.....	9
2.2.2 ความสำคัญของผักปลอดภัยจากสารพิษ.....	9
2.2.3 ข้อดีของการปลูกผักปลอดภัยจากสารพิษ.....	10
2.2.4 สาเหตุการระบาดของศัตรูพืช.....	10
2.2.5 การควบคุมศัตรูพืชให้ประสบผลสำเร็จ.....	11
2.2.6 วิธีการควบคุมศัตรูพืชอย่างมีประสิทธิภาพ.....	11
2.2.7 ผลดีของการป้องกันและกำจัดศัตรูพืชโดยวิธีผสมผสาน.....	11
2.2.8 วิธีการผสมผสานในการควบคุมศัตรูพืช.....	11
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
2.4 กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	14
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	15
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	15
3.2 เครื่องมือและวิธีเก็บรวบรวมข้อมูล.....	15
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	16

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	18
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	18
4.2 พฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ.....	20
4.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อ ผักปลอดภัยจากสารพิษ.....	23
4.4 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ.....	26
4.5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อ ผักปลอดภัยจากสารพิษ.....	34
4.6 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ	36
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	37
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	37
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	38
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	40
บรรณานุกรม.....	37
ภาคผนวก.....	39
ภาคผนวก ก. แบบสอบถาม.....	40
ภาคผนวก ข. ประวัตินักวิจัย.....	44

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	19
4.2	พฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษของกลุ่มตัวอย่าง.....	21
4.3	ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษในภาพรวม.....	24
4.4	ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษจำแนกเป็นรายด้าน	25
4.5	ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความถี่ในการซื้อจำแนกตามเพศ.....	26
4.6	ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความถี่ในการซื้อจำแนกตามอายุ.....	26
4.7	ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความถี่ในการซื้อจำแนกตามระดับการศึกษา.....	27
4.8	ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความถี่ในการซื้อจำแนกตามสถานภาพสมรส.....	27
4.10	ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความถี่ในการซื้อจำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	28
4.11	ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อปริมาณในการซื้อจำแนกตามเพศ.....	28
4.12	ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อปริมาณในการซื้อจำแนกตามอายุ.....	29
4.13	ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อปริมาณในการซื้อจำแนกตามระดับการศึกษา.....	29
4.14	ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อปริมาณในการซื้อจำแนกตามสถานภาพสมรส.....	30
4.15	ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อปริมาณในการซื้อจำแนกตามอาชีพ.....	30
4.16	ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อปริมาณในการซื้อจำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	31
4.17	ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อจำแนกตามเพศ.....	31
4.18	ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อจำแนกตามอายุ.....	32
4.19	ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อจำแนกตามระดับการศึกษา.....	32
4.20	ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อจำแนกตามสถานภาพสมรส.....	33
4.21	ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อจำแนกตามอาชีพ.....	33
4.22	ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อจำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	34
4.23	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความถี่ในการซื้อ.....	34
4.24	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อปริมาณในการซื้อ.....	35
4.25	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อ.....	36
5.1	ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ.....	38

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	14



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม ในอดีตมีการทำการเกษตรเพื่อยังชีพไม่พึ่งสารเคมี แต่ปัจจุบันความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและความต้องการเพิ่มผลผลิต เพื่อตอบสนองความต้องการของประชากรที่เพิ่มมากขึ้น จึงมีการใช้สารเคมีอย่างเข้มข้น ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพของเกษตรกร ปัญหาสุขภาพที่เกิดขึ้นเนื่องจากสารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรูพืชเป็นนัยปัญหาใหญ่ และรุนแรงมากของสังคมไทย ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและสังคมไทยยังขาดความตระหนักร่วมกันอย่างเพียงพอ โดยเฉพาะผลกระทบต่อเกษตรกรและผู้บริโภค จากรายงานของมูลนิธิชีววิถี (2554) พบว่าเกษตรกรมีผลการตรวจเลือดอยู่ในเกณฑ์ไม่ปลอดภัยและเสี่ยงต่อการเกิดพิษเพิ่มมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยในปี 2550 ผลการสุ่มตรวจพบว่ามีเกษตรกรถึงร้อยละ 39 ที่มีความเสี่ยงทางสุขภาพ และผู้บริโภคมักประสบปัญหาสารตกค้างในพืชผัก อันเนื่องมาจากการใช้สารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรูพืชที่ไม่ถูกต้องเหมาะสมและไม่ระมัดระวังของเกษตรกรผู้ผลิตทำให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชน ดังนั้นผู้บริโภคจึงควรพิจารณาเลือกซื้อผักที่ปลอดภัยจากสารพิษ

วิกฤตการณ์การตกค้างปนเปื้อนสารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรูพืชในผลผลิตทางการเกษตรและอาหารของประเทศไทย จากการสุ่มตรวจผักจำนวน 7 ชนิด ซึ่งประกอบด้วยกะหล่ำปลี คื่นช่าย ถั่วฝักยาว ผักกาดขาว ผักบุ้งจีน ผักชีและพริกจินดา ซึ่งเป็นผักที่บริโภคกันทั่วไป โดยสุ่มเก็บจากผักที่ได้รับมาตรฐาน Q และผักตราห้าง (house brand) ที่ขายในห้างค้าปลีกขนาดใหญ่และซูเปอร์มาร์เก็ตต่างๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าพืชผักดังกล่าวมีสารเคมีกำจัดศัตรูพืชตกค้างเกินค่ามาตรฐานถึง 6 ตัวอย่าง (วรลักษณ์ ศรีโย, 2555)

ดังนั้น สำนักงานเกษตรจังหวัดสมุทรปราการ ได้จัดโครงการส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย และได้มาตรฐาน โดยส่งเสริมให้ผลิตสินค้าเกษตรด้านพืช ตามระบบการจัดการคุณภาพการปฏิบัติการทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practices : GAP) เพื่อให้เกิดผลผลิตที่มีคุณภาพทางการเกษตร โดยดำเนินการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตตามระบบการรับรองมาตรฐาน GAP มีการให้คำปรึกษาแนะนำ และประเมินผล จากนั้นจึงตรวจรับรองเพื่อให้เกษตรกรสามารถผลิตสินค้าเกษตรที่ปลอดภัย มีคุณภาพได้มาตรฐาน เกิดความยั่งยืนในระบบ การผลิตและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมทั้งปลอดภัยต่อสุขภาพของเกษตรกรผู้ผลิตและผู้บริโภค (สำนักงานเกษตรจังหวัดสมุทรปราการ, 2554)

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษาจะเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อเกษตรกรผู้ผลิต ผู้ประกอบการจำหน่าย และหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อปรับกลยุทธ์ทางการตลาด ให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดสมุทรปราการ

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษของผู้บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 ขอบเขตการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ศึกษาในครั้งนี่คือ ผู้บริโภคที่เคยซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา ตัวแปรอิสระประกอบด้วยปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด ส่วนตัวแปรตามคือพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ปริมาณในการซื้อ มูลค่าในการซื้อ และความถี่ในการซื้อ

1.3.3 ขอบเขตด้านระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่ เดือนมีนาคม 2557 ถึงเดือนมิถุนายน 2557 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 4 เดือน

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อเกษตรกร และผู้จำหน่ายผักปลอดภัยจากสารพิษ ในการวางแผนการผลิตและจำหน่าย ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ โดยนำข้อมูลที่ได้มาช่วยในการส่งเสริมพัฒนาและปรับปรุงการผลิตผักปลอดภัยจากสารพิษให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งจะส่งผลให้เกษตรกรและผู้จำหน่ายมีรายได้เพิ่มมากขึ้น

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะในการวิจัย

พฤติกรรมการเลือกซื้อ หมายถึง พฤติกรรมการตอบสนองของผู้ซื้อที่เกี่ยวข้องกับมูลค่าในการซื้อ ความถี่ในการซื้อและปริมาณในการซื้อ

ผักปลอดภัยจากสารพิษ หมายถึง ผักที่ปราศจากสารพิษตกค้าง รวมทั้งผักที่มีสารพิษตกค้างในระดับที่ต่ำมาก แต่ไม่เกินกว่าค่าความปลอดภัยที่กำหนด MRL (Maximum Residue Limit) ซึ่งเป็นค่าที่กำหนดปริมาณสารพิษตกค้างได้สูงสุดของผักชนิดต่าง ๆ ในระดับที่ไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค มีความสะอาด ผ่านวิธีปฏิบัติก่อนและหลังการเก็บเกี่ยวและเป็นผักที่ปลูกขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการค้าและลดปริมาณการใช้สารเคมี

ผู้บริโภค หมายถึง บุคคลที่เลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษที่ห้างสรรพสินค้า 3 แห่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาสมุทรปราการ เทสโก้โลตัส สาขาศรีนครินทร์ และแม็คโคร สาขาศรีนครินทร์

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ หมายถึง ตัวแปรหรือองค์ประกอบที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อ ซึ่งในการศึกษานี้คือปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค ได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพสมรส อาชีพ และระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับผักปลอดภัยจากสารพิษ
- 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.4 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

2.1.1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

ศุภร เสรีรัตน์ (2540) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้าและบริการ โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนที่บุคคลต้องมีการตัดสินใจทั้งก่อนและหลังการกระทำดังกล่าว

ธงชัย เสรีรัตน์ (2540) ให้ความหมายของพฤติกรรมไว้ว่า หมายถึง กระบวนการต่างๆ ของบุคคลที่ปฏิบัติต่อสภาพแวดล้อมที่มีอยู่ภายนอก กระบวนการกระทำหรือการแสดงออกของมนุษย์ที่ปรากฏออกมาเป็นพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งการแสดงออกเป็นการกระทำดังกล่าวนี้ จะมีกระบวนการสิ่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกำกับอยู่จากภายใน ดังนั้นพฤติกรรมผู้บริโภคจะมีความหมายเฉพาะกระบวนการของตัวบุคคลที่ตัดสินใจว่าจะซื้อสินค้าและบริการอะไรหรือไม่ ถ้าจะซื้อจะซื้อที่ไหน เมื่อไร อย่างไร และจะซื้อจากใคร

พิมล ศรีวิกรณ์ (2542) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำที่ผู้บริโภคแสดงออก ได้แก่ การค้นหา การเลือกซื้อ การเลือกใช้ การประเมินผล ในการใช้สอยผลิตภัณฑ์นั้นๆ รวมถึงการบริการที่ผู้บริโภคได้รับหรือพึงได้รับ ซึ่งการกระทำดังกล่าวเป็นที่คาดว่าจะสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคนั้นๆ ได้

เสรี วงษ์มณฑา (2542) ได้ให้ความหมายของผู้บริโภคไว้ดังนี้ ผู้บริโภค คือ ผู้ที่มีความต้องการซื้อ ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ และพฤติกรรมการใช้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา

จากความหมายของคำว่า “พฤติกรรมผู้บริโภค” สามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค คือ กระบวนการในการที่บุคคลใดบุคคลหนึ่ง กระทำก่อนและระหว่างการเลือกซื้อสินค้าและบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อสนองความต้องการของตนเอง

พิบูล ทิปะปาล (2543) นักการตลาดกล่าวว่า จะสามารถตอบสนองผู้บริโภคให้เกิดความพอใจต่อเมื่อมีความเข้าใจต่อผู้บริโภค ซึ่งการวิเคราะห์ผู้บริโภคนั้นเป็นสิ่งจำเป็น เป็นการตรวจสอบวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อในอดีตและพยากรณ์กิจกรรมการซื้อในอนาคต ด้วยการรวบรวมข่าวสารที่เกี่ยวข้องอย่างติดต่อกันในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคว่าผู้บริโภคซื้ออะไร ที่ไหน ทำไม อย่างไร กล่าวถึงความพยายามของนักการตลาดในการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค ทำให้มีผู้คิดค้นตัวแบบขึ้นมามากมายหลายทฤษฎี เพื่อนำมาใช้อธิบายพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

แม้ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัครฤทธิ์ หอมประเสริฐ (2543) กล่าวถึงรูปแบบและพฤติกรรมผู้บริโภคว่า ประกอบด้วย สิ่งกระตุ้นซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ และสิ่งกระตุ้นจะผ่านไปยังความคิดของผู้บริโภค หรือกลองคำ ซึ่งผู้ชายไม่สามารถทราบถึงความคิดของผู้บริโภคได้ รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบด้วยสิ่งกระตุ้นซึ่งอาจจะเรียกว่า S-R Theory ซึ่งสิ่งกระตุ้นจะทำให้เกิดความต้องการและจะทำให้เกิดการตอบสนอง มีรายละเอียดดังนี้

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1.1 สิ่งกระตุ้นภายในร่างกาย (Internal stimulus) หมายถึง สิ่งที่กระตุ้นที่เกิดจาก สัญชาตญาณหรือนิสัย กระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมา เช่น ความหิวเป็นสิ่ง กระตุ้นจากภายในให้เกิดการแสวงหา หรือซื้ออาหาร เป็นต้น

1.2 สิ่งกระตุ้นจากภายนอกร่างกาย (External stimulus) ประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing stimulus) เป็นสิ่งที่นักการตลาดใช้ กระตุ้นความต้องการของผู้บริโภค สามารถควบคุมได้ เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทาง การตลาด

1.2.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other stimulus) เป็นการกระตุ้นที่อยู่ภายนอกซึ่งไม่ สามารถควบคุมได้ คือ

(1) เศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค เป็นต้น ซึ่งมีอิทธิพลต่อการซื้อ

(2) เทคโนโลยี (Technological) เช่น ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เป็นต้น

2.1.2 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4P's)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546) ได้อธิบายทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดว่า หมายถึง เครื่องมือทางการตลาด 4 ประการ ที่ควบคุมได้ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาด และการจัดจำหน่าย โดยใช้ร่วมกันเพื่อพัฒนาแผนการตลาดให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร และสนองความพึงพอใจของลูกค้า ประกอบด้วยเครื่องมือดังต่อไปนี้

2.1.2.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งเสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย อาจจะทำตัวคนเดียวหรือไม่ก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ มีคุณค่าในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผล ทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงปัจจัยต่อไปนี้

(1) ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product differentiation) และความแตกต่างทางการแข่งขัน

(2) องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่าง ลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า เป็นต้น

(3) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product positioning) เป็นการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่าง และมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย

(4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะ ใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ดีขึ้น

2.1.2.2 ราคา (Price) เป็นเครื่องกำหนดมูลค่าในการแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าและบริการ ต่างๆ การซื้อขายจะสำเร็จเมื่อผู้ซื้อเต็มใจจะจ่ายในราคาหนึ่ง และผู้ขายพอใจที่จะขายในราคาเดียวกันนั้น ปัญหาการตั้งราคาสินค้าให้เหมาะสมจึงต้องพิจารณาจากปัจจัยประกอบหลายด้าน เช่น มูลเหตุในการซื้อ พฤติกรรมต่างๆ ของผู้ซื้อ สภาพการแข่งขัน ตัวบทกฎหมาย บทบาทของรัฐบาล ต้นทุน ค่าใช้จ่ายต่างๆ ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของสินค้าและบริการนั้น สภาพเศรษฐกิจ จริยธรรมของผู้ขาย เป็นต้น ผู้ขายจะศึกษาวิเคราะห์จากปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ ตัดสินใจเลือกราคาที่เหมาะสมภายใต้เงื่อนไขของวัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ ซึ่งปัจจัยในการกำหนดราคาจะพิจารณาจากวัตถุประสงค์ของกิจการอันได้แก่

(1) วัตถุประสงค์ของการกำหนดราคา เพื่อให้เป็นแนวทางในการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาจากวัตถุประสงค์ของกิจการอันได้แก่ มุ่งผลตอบแทนหรือกำไร มุ่งยอดขาย หรือ มุ่งรักษาสภาพ

(2) นโยบายการกำหนดราคา ใช้เพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจเลือกราคาผลิตภัณฑ์สามารถแบ่งได้ ตามนโยบายระดับราคา นโยบายราคาเดียว หรือราคายืดหยุ่นได้

2.1.2.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นการศึกษาถึงกิจกรรมและสถาบันการตลาด โดยศึกษาถึงปัจจัยที่จะให้ผลตอบแทนประโยชน์ทางด้านเวลา สถานที่และความเป็นเจ้าของ เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในตลาดเป้าหมายได้ ดังนั้นช่องทางจัดจำหน่ายจึงเป็นเรื่องของการจัดหาแหล่งขาย การเลือก การใช้ผู้เชี่ยวชาญทางการตลาด สถาบันที่เข้ามาทำหน้าที่ขนส่งและจัดเก็บสินค้า รวมไปถึงตัวแทน คนกลาง ผู้ค้าส่ง และผู้ค้าปลีก

2.1.2.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นกิจกรรมที่กิจการธุรกิจทำการติดต่อสื่อสารเพื่อชักจูงให้ผู้ซื้อเกิดความสนใจในผลิตภัณฑ์ของตน ทำให้เกิดความต้องการซื้อสิ่งของที่ต้องการเสนอขาย การส่งเสริมการตลาดจำเป็นต้องใช้เครื่องมือหลายอย่าง เช่น การโฆษณา การใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ และการตลาดทางตรง เป็นต้น ซึ่งจะมี 4 ขั้นตอน คือ

- (1) ทำให้เกิดการเรียกร้องความสนใจ
- (2) สามารถรักษาความสนใจให้คงที่
- (3) กระตุ้น หรือจูงใจให้ลูกค้าเกิดความต้องการ
- (4) เกิดพฤติกรรมตอบสนอง

2.1.3 กล่องดำ (Black box)

กล่องดำ คือ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ เปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลมาจากลักษณะของผู้ซื้อ กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ รวมทั้งการตอบสนองของผู้ซื้อดังนี้

2.1.3.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer characteristics)

(1) ผู้ซื้อเป็นบุคคลที่มีความต้องการ (Needs) การที่จะถือว่าใครเป็นผู้บริโภคนั้น บุคคลต้องมีความต้องการในผลิตภัณฑ์ ถ้าหากบุคคลนั้นไม่มีความต้องการไม่ถือว่าเป็นผู้บริโภค ดังนั้นผู้บริโภคคือ คนที่มีความต้องการนั่นเอง

(2) ผู้ซื้อเป็นผู้มีอำนาจซื้อ (Purchasing power) ผู้บริโภคนอกจากจะต้องมีความต้องการแล้ว หากไม่มีอำนาจในการซื้อก็ไม่ถือว่าเป็นผู้บริโภคเช่นกัน

(3) การเกิดพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing behavior) เมื่อผู้บริโภคมีทั้งความต้องการและอำนาจในการซื้อ จะเกิดพฤติกรรมการซื้อขึ้นมา เป็นต้นว่า ซื้อที่ไหน เมื่อใด และมาตรการในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า

(4) พฤติกรรมการใช้ (Using behavior) เมื่อเกิดการซื้อสินค้าแล้ว ในขั้นนี้จะเป็นขั้นของการพิจารณาว่าผู้บริโภคมีพฤติกรรมในการใช้อย่างไร เพื่อใช้ประโยชน์การวางแผนกลยุทธ์ด้านเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การตลาดของบริษัทที่ผลิตสินค้า ซึ่งในการพิจารณาเลือกซื้อบริการนั้น ผู้บริโภคจะมีความต้องการมีอำนาจในการซื้อ เกิดพฤติกรรมการซื้อและการใช้เช่นเดียวกัน

2.1.3.2 กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer decision process) ประกอบด้วย 5 ส่วนดังนี้

(1) การรับรู้ความต้องการ (ปัญหา) คือ ความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ผักปลอดภัยจากสารพิษที่คำนึงถึงสุขภาพความปลอดภัยจากสารพิษเป็นสำคัญ

(2) การค้นหาข้อมูล คือ เมื่อเกิดความต้องการ ผู้บริโภคจะพยายามหาข้อมูลผลิตภัณฑ์ผักปลอดภัยจากสารพิษ เพื่อสนองความต้องการ และปริมาณของข้อมูลที่ผู้บริโภคค้นหาจะขึ้นอยู่กับปัจจัย ได้แก่ ปัญหาเกี่ยวกับความต้องการที่เผชิญอยู่ในระดับมากหรือน้อย จำนวนเวลาที่ใช้ในการเลือกสินค้าและจำนวนความเสี่ยงที่พึงมี ถ้าการตัดสินใจผิดพลาด

(3) การประเมินผลทางเลือก คือ เมื่อผู้บริโภครับข้อมูลเข้ามาจะเกิดความเข้าใจและทำการประเมินข้อมูลเหล่านั้นเพื่อพิจารณาการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผักปลอดภัยจากสารพิษ

(4) การตัดสินใจ คือ เมื่อทำการประเมินผลแล้ว ก่อนการตัดสินใจซื้อผู้บริโภคจะพิจารณาปัจจัย 3 ประการ คือ ทักษะที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์ผักปลอดภัยจากสารพิษ สถานการณ์ที่คาดไว้ เช่น การคาดคะเนประโยชน์ที่ได้รับ เป็นต้น และสถานการณ์ที่คาดไว้ ซึ่งอาจเกิดขึ้นในขณะที่ผู้บริโภคกำลังซื้อ เช่น ความไม่พอใจในลักษณะของพนักงานขาย ความไม่พอใจในตัวผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

(5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ คือ ผู้บริโภคอาจมีความพอใจหรือไม่พอใจในสินค้าหรือบริการที่ได้รับ

2.1.3.3 การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyers response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หรือผู้ซื้อจะมีการตัดสินใจดังนี้

(1) การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product choice) คือ การที่ผู้บริโภคสนใจตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผักปลอดภัยจากสารพิษชนิดใดชนิดหนึ่งตามต้องการ

(2) การเลือกตราสินค้า (Brand choice) คือ การที่ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าจากตราผลิตภัณฑ์ผักปลอดภัยจากสารพิษ

(3) การเลือกผู้ขาย (Dealer choice) คือ การที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผักปลอดภัยจากสารพิษนั้น ผู้บริโภคมักคำนึงถึงสถานที่ขาย และการบริการ

(4) การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase timing) คือ การที่ให้ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกเวลา ซื้อผลิตภัณฑ์ผักปลอดภัยจากสารพิษที่เหมาะสม

(5) การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase amount) คือ การที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกปริมาณที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ผักปลอดภัยจากสารพิษในครั้งหนึ่งๆ

2.1.4 สภาพแวดล้อมทางการตลาด (Marketing Environment)

ศรีสุดา สหชัยศรี (2546) กล่าวถึงสภาวะแวดล้อมทางการตลาด คือ ปัจจัยต่างๆ ที่ไม่สามารถควบคุมได้หรือควบคุมได้บางส่วน มีการเปลี่ยนแปลงได้อย่างต่อเนื่องและตลอดเวลา และอาจเป็นโอกาสหรืออุปสรรคต่อการบริหารการตลาด ทำให้ไม่สามารถสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ หรือเรียกว่า สภาวะแวดล้อมระดับมหภาค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) กล่าวถึงการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการค้นคว้าหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการ พฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำถามที่ใช้เพื่อการค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6 Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย Who? What? Why? Where? When? และ How? เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ คือ 7Os แม้ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซึ่งประกอบด้วย Occupants, Objects, Objectives, Organization, Occasions, Outlets และ Operations

2.1.4.1 ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the market) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ภาตอบอาศัยเกณฑ์ในการแบ่งส่วนการตลาด 4 ด้านคือ

- (1) ด้านประชากร
- (2) ด้านภูมิศาสตร์
- (3) ด้านจิตวิทยา
- (4) ด้านพฤติกรรมศาสตร์

2.1.4.2 ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy) เป็นคำถามที่ต้องการจากผลิตภัณฑ์อาจดูได้จากรูปลักษณ์ การบริการ

2.1.4.3 ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy) เป็นคำถามเพื่อทราบวัตถุประสงค์การซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของเขา ทั้งทางร่างกายและจิตวิทยา ทั้งนี้ต้องศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อทั้งภายใน ได้แก่ การจูงใจ ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ การเรียนรู้ การเกิดทัศนคติ บุคลิกภาพ และแนวคิดของตนเอง ส่วนปัจจัยภายนอก จะประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านวัฒนธรรม และค่านิยม

2.1.4.4 ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying) เป็นคำถามเพื่อทราบบทบาทของกลุ่มต่างๆ (Organizations) ที่ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อและผู้ใช้

2.1.4.5 ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy) เป็นการถามเพื่อทราบถึงโอกาสในการซื้อ (Occasions) ของผู้บริโภค เช่น ซื้อเมื่อมีโปรโมชั่นใหม่ๆ ออกมา เช่น การลดราคา ซื้อ 1 แกรม 1 เป็นต้น

2.1.4.6 ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงช่องทาง (Channel) หรือแหล่ง (Outlets) ที่บริโภคไปซื้อ เช่น การเลือกซื้อในห้างสรรพสินค้า หรือการเลือกซื้อตามร้านสะดวกซื้อ เช่น 7-eleven เป็นต้น

2.1.4.7 ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อหรือกระบวนการซื้อ

2.1.5 แนวความคิดด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อ

บุญเกียรติ ชีวะตระกูลกิจ (2541) ได้กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ 5 ขั้นตอน คือ

2.1.5.1 การเล็งเห็นถึงปัญหาหรือตระหนักถึงความต้องการ (Need recognition) ในขั้นตอนนี้ เป็นขั้นตอนแรกของการตัดสินใจ และเกิดขึ้นเมื่อบุคคลเกิดความรู้สึกในความแตกต่างระหว่างสถานะที่เป็นจริง ความสำคัญของการเล็งเห็นความสำคัญของปัญหา คือ เมื่อความต้องการเกิดกระตุ้นให้ตื่นตัวขึ้นมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อความต้องการนั้นเกี่ยวข้องกับภาพพจน์ของผู้บริโภคเอง และผู้ที่คาดว่า จะเป็นผู้ซื้ออาจถูกจูงใจด้วยปัจจัยต่าง ๆ จากผู้ขายสินค้าหรือบริการ นอกจากนั้นยังมีอิทธิพลด้านสิ่งแวดล้อม ที่มีกระทบต่อความต้องการของบุคคลด้วย

2.1.5.2 การแสวงหาข่าวสาร (Search for information) เมื่อผู้บริโภครู้ปัญหาคือเกิดความ ต้องการผลิตภัณฑ์ในขั้นที่ 1 แล้ว ในขั้นที่ 2 นี้จะเป็นการค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆซึ่งได้แก่ เอกสารเป็นเอกสารที่ส่งมาไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาดูงาน ไม่อนขาดให้เข้าไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า แหล่งบุคคล แหล่งการค้า แหล่งทดลอง แหล่งการหาข้อมูลมี 2 แหล่ง คือ

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(1) แหล่งข้อมูลภายใน (Internet sources) ในกรณีนี้ผู้บริโภคจะค้นหาข้อมูลจากความทรงจำโดยอาศัยขอบเขตด้านจิตวิทยา ได้แก่ การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพ และทัศนคติของบุคคลจากประสบการณ์ในอดีต

(2) แหล่งข้อมูลภายนอก (External sources) ในกรณีนี้ผู้บริโภคไม่มีประสบการณ์ตรงเกี่ยวกับข้อมูล หรือข้อมูลไม่เพียงพอ จำเป็นต้องอาศัยข้อมูลจากภายนอก เช่น ข้อมูลจากสื่อต่างๆ ได้แก่ พนักงานขาย การโฆษณา เป็นต้น ซึ่งการหาข้อมูลจากภายนอกจะแตกต่างกันขึ้นอยู่กับชนิดของผลิตภัณฑ์ จำนวนของข้อมูล que ผู้บริโภคต้องค้นหาจะขึ้นอยู่กับปัจจัยสถานการณ์ต่างๆ เช่น ถ้าเขารู้สึกว่าเขาต้องการซื้อทันทีทันใด การค้นหาข้อมูลอาจจะน้อยกว่าในกรณีที่เขาต้องการซื้อโดยไม่รีบร้อน เป็นต้น

2.1.5.3 การประเมินค่าทางเลือกก่อนการซื้อ (Pre-purchase alternative evaluation) เป็นการประเมินในด้านของประโยชน์ที่ผู้บริโภคคาดหวังว่าจะได้รับ และยังเป็นการทำให้ทางเลือกของผู้บริโภคแคบเข้ามา เช่น การประเมินในลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการซื้อ และทำการเปรียบเทียบกับราคาความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และความแตกต่างของบริการ

2.1.5.4 การซื้อ (Purchase) เป็นการได้มาซึ่งทางเลือกที่ผู้บริโภคนิยม หรือสิ่งทดแทนที่ผู้บริโภครับยอมรับได้ และที่เขาชอบมากที่สุด

2.1.5.5 ความรู้สึกหลังการซื้อ (Post purchase feeling) หรือผลภายหลังการซื้อเกิดขึ้นหลังจากการซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์ไปแล้ว ผู้บริโภคจะได้รับประสบการณ์ว่า ผลิตภัณฑ์สามารถแก้ไขปัญหาได้จริงหรือไม่ สร้างความพอใจให้มากน้อยเพียงใด กรณีในการวัดความพื่อนั้น ผู้บริโภคจะใช้ความคาดหวังที่ตั้งเอาไว้ก่อนการซื้อเป็นมาตรฐาน ถ้าผลิตภัณฑ์ให้ประโยชน์มากกว่าที่คาดหวังไว้ ผู้บริโภคจะรู้สึกพอใจอย่างยิ่ง ถ้าผลิตภัณฑ์ให้ประโยชน์น้อยกว่าที่คาดไว้ ผู้บริโภคจะรู้สึกไม่พอใจในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคนั้น ผู้บริโภคได้มีปัจจัยซึ่งเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมในการตัดสินใจ ดังนี้

(1) ความจำเป็น (Needs) ความต้องการ (Wants) และความปรารถนา (Desire) ของมนุษย์ซึ่งทั้ง 3 ประการนี้ สามารถทดแทนกันได้ เพราะความจำเป็นใช้สำหรับพิจารณาเลือกซื้อสินค้าหรือบริการที่จำเป็นในการครองชีพ ส่วนความต้องการนี้ใช้สำหรับความต้องการที่สูงขึ้นกว่าความจำเป็นและความปรารถนาเป็นความต้องการทางจิตวิทยาที่สูงสุด

(2) แรงจูงใจ (Motive) คือ ปัญหาที่ถึงจุดวิกฤตที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่สบายใจ แรงจูงใจ จึงเป็นความต้องการที่เกิดขึ้น และสามารถกระตุ้นให้บุคคลค้นหาวิธีมาตอบสนองความพึงพอใจ โดยแรงจูงใจพื้นฐานมาจากความจำเป็น ดังนั้น นักการตลาดจึงมีหน้าที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการ จนกระทั่งผู้บริโภคเกิดความต้องการจนเข้าสู่จุดวิกฤต ที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่สบายใจอย่างรุนแรง และทำให้ผู้บริโภคค้นหาวิธีการตอบสนองความต้องการนั้น ๆ

(3) บุคลิกภาพ (Personality) เป็นลักษณะนิสัยโดยรวมของบุคคล ซึ่งมีผลกระทบต่อข้อกำหนดรูปแบบในการตอบสนองที่ไม่เหมือนกัน รวมทั้งขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพของแต่ละบุคคลด้วย

(4) ทัศนคติ (Attitude) เป็นการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งทัศนคติเป็นสิ่งที่นำมาซึ่งพฤติกรรมผู้บริโภค สิ่ง que เข้ามากำหนดทัศนคติมี 3 ประการ คือ ความรู้ ความรู้สึกและแนวโน้มของนิสัย ทั้ง 3 ประการนี้เป็นสิ่งที่นักการตลาดพยายามที่จะเปลี่ยนแปลง โดยที่ผู้บริโภคคนใดที่มีทัศนคติต่อสินค้าหรือการบริการของบริษัท ทางบริษัทจะพยายามเปลี่ยนทัศนคติของบุคคลนั้นให้หันมาชอบสินค้าหรือบริการของบริษัทในที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(5) การรับรู้ (Perception) เป็นการที่บุคคลเลือกที่จะรับและตีความข้อมูลที่ ได้รับเพื่อกำหนดภาพที่มีความหมายในการตลาด การรับรู้เปรียบเสมือนช่องทางในการที่นักตลาดจะสร้าง ภาพพจน์ที่ดีให้กับตราสินค้า หรือภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริการ จนผู้บริโภคเกิดการรับรู้ที่ดี โอกาสที่จะ ทำให้ผู้บริโภคหันมาซื้อสินค้าหรือบริการของบริษัทจะง่ายขึ้น

(6) การเรียนรู้ (Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของบุคคล ที่เกิดจาก ประสบการณ์ของตัวบุคคลเอง ดังนั้นการเรียนรู้จึงเป็นประสบการณ์ที่บุคคลสะสมไว้ นักการตลาดจึงมี หน้าที่ในการใส่ประสบการณ์การเรียนรู้เกี่ยวกับตราสินค้าหรือการให้บริการที่ถูกต้องให้กับผู้บริโภค

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับผักปลอดภัยจากสารพิษ

พืชผักเป็นพืชอาหารที่คนไทยนิยมนำมาใช้รับประทานกันมาก เนื่องจากมีคุณค่าทางอาหารทั้ง วิตามินและแร่ธาตุต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกายสูง แต่ค่านิยมในการบริโภคผักนั้น มักจะเลือกบริโภค ผักที่สวยงามไม่มีร่องรอยการทำลายของหนอนและแมลงศัตรูพืช จึงทำให้เกษตรกรที่ปลูกผักจะต้องใช้ สารเคมีป้องกันและกำจัดแมลงชนิดพ่นในปริมาณที่มาก เพื่อให้ได้ผักที่สวยงามตามความต้องการตลาด เมื่อผู้ ชื่อนำมาบริโภคแล้วอาจได้รับอันตรายจากสารพิษที่ตกค้างอยู่ในผักผักนั้นได้เพื่อเป็นการแก้ปัญหาดังกล่าว เกษตรกรจึงควรหันมาทำการปลูกผักปลอดภัยจากสารพิษ โดยนำเอาวิธีการป้องกันและกำจัดศัตรูพืชหลาย วิธีมาประยุกต์ใช้ร่วมกัน เป็นการทดแทนหรือลดปริมาณการใช้สารเคมีให้น้อยลง เพื่อความปลอดภัยของ เกษตรกร ผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม

2.2.1 ความหมายของผักปลอดภัยจากสารพิษ

กรมส่งเสริมการเกษตร (ม.ป.ป.:4) ได้ให้ความหมายผักปลอดภัยจากสารพิษ หมายถึง ผลผลิตพืชผักที่ไม่มีสารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรูพืชตกค้างอยู่ หรือมีตกค้างอยู่ไม่เกินระดับมาตรฐานที่ กระทรวงสาธารณสุขกำหนดไว้ในประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 163 พ.ศ.2538

สลักจิต ศิรินันท์ (2539) ได้ให้ความหมายของผักปลอดสารพิษ ผักที่ไม่มีการใช้สารเคมี ใดๆในกระบวนการผลิตเลย หรืออาจมีการอนุโลมให้ใช้สารเคมีบางชนิดแต่ห้ามใช้ชนิดที่ร้ายแรง

มูลนิธิ วาย.เอ็ม.ซี.เอ. เพื่อการพัฒนาภาคเหนือ (มปพ) ได้ให้ความหมายการปลูกผักปลอด สารเคมีว่า การปลูกผักแบบปลอดภัยจากสารเคมีในระบบเกษตรยั่งยืนเป็นการปลูกผักที่ไม่ใช้สารเคมีใดๆ เลย นอกจากวิธีการธรรมชาติ โดยมีการปลูกผักแบบหมุนเวียน

จากที่กล่าวมาทั้งหมดสามารถสรุปได้ว่า ความหมายของผักปลอดภัยจากสารพิษคือผักที่ ปลอดภัยจากสารพิษตกค้างที่ผู้ผลิตเกษตรกรใช้ในการเพาะปลูก หรือ มีน้อยกว่าที่ประกาศของกระทรวง สาธารณสุข ฉบับที่ 163 พ.ศ. 2538 และตามที่ระเบียบสากลได้กำหนดไว้

2.2.2 ความสำคัญของผักปลอดภัยสารพิษ

ศิริวรรณ งามพัตราพันธ์ (2539) ได้ทำการศึกษาและรายงานว่า การตกค้างของสารเคมี ทางการเกษตร ทำให้เกิดผลกระทบตามมาหลายประการ คือ

2.2.2.1 การสะสมของสารพิษในสิ่งมีชีวิตรวมทั้งเกษตรกรและผู้บริโภค โดยในปี พ.ศ. 2529 กองวัดภูมิพิชการเกษตรร่วมกันเจ้าหน้าที่สาธารณสุขและกรมส่งเสริมการเกษตร โดยสุ่มตัวอย่าง เลือดของเกษตรกรผู้มีอาชีพปลูกผัก รวมทั้งสิ้น 145 คน พบว่า 10 คน หรือร้อยละ 8.89 ของเกษตรกร ทั้งหมดได้รับผลกระทบจากการใช้สารเคมี ทำให้ระดับเอนไซม์โคลีนเอสเตอเรสในเลือดต่ำกว่าเกณฑ์เฉลี่ย ของคนปกติ โดยส่วนใหญ่ที่พบเป็นเกษตรกรที่ปลูกผักในกรุงเทพมหานคร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.2.2 ผู้บริโภคได้รับผลเสียจากการบริโภคผลิตภัณฑ์จากผักที่มีสารเคมีตกค้างอยู่ไม่ต่ำกว่า 14 ชนิด ผักที่มีโอกาสเสี่ยงต่อการตกค้างของสารพิษมักเป็นผักที่มีการระบาดของศัตรูพืชรุนแรงอยู่เสมอและเกษตรกรต้องเก็บเกี่ยวพืชผลทุกวันหรือ ทุก 2-3 วัน ยกแก่การทิ้งเวลาให้สารเคมีสลายตัว เช่น คื่นช่าย ผักกาดขาว มะเขือยาว มะเขือเปราะ พริกต่างๆ ผักบุงจิ้น แดงกวา มะเขือเทศ เป็นต้น

จากปัญหาต่างๆที่กล่าวมา ส่งผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ สังคม สุขภาพอนามัยและสิ่งแวดล้อม ทำให้นักวิชาการและผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมมือกันแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยไม่ใช้สารเคมีในโครงการปลูกผัก เช่น โครงการผลิตผักและผลไม้อนามัย โครงการปลูกผักกางมุ้ง วัตถุประสงค์เพื่อช่วยลดอัตราการเสี่ยงจากการใช้สารเคมีมีพิษ เพื่อให้ปลอดภัยต่อคน สัตว์ พืช และสิ่งแวดล้อมมากขึ้น และก่อให้เกิดความปลอดภัยต่อประชาชนมากขึ้น

พัชริน ดำรงกิติกุล (2542) ได้กล่าวไว้ในนิตนสารสำหรับผู้ส่งออกและผู้บริหาร เรื่องการจัดการระบบประกันผักปลอดสารพิษ สร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภค สรุปได้ว่า ปัจจุบันแนวโน้มการยอมรับของผู้บริโภคที่มีต่อผักปลอดสารพิษ ผลผลิตผักอนามัยและผักปลอดภัยจากสารพิษสูงมาก แต่ขาดความเชื่อมั่นในผลผลิตที่มีจำหน่ายทั่วไปในท้องตลาด แม้ว่าจะมีตรารับรองของผู้ผลิตโดยตรง หรือหน่วยงานราชการรับรองระบบการผลิตผัก เพื่อที่จะให้ผู้บริโภคเกิดการยอมรับและสร้างความมั่นใจในการบริโภคด้วยการรับรองระบบการผลิตและประกันคุณภาพจากแหล่งที่ผ่านการดูแลตรวจสอบ และรับรองคุณภาพผลผลิตด้วยการอนุญาตให้เกษตรกร หรือผู้ผลิตที่ผ่านการตรวจสอบและรับรองโดยกรมวิชาการเกษตร นำสัญลักษณ์ และใบรับรองผลผลิตไปแสดงแก่ผู้จำหน่ายและผู้บริโภคจะจัดซื้อหรือหามาบริโภคโดยสังเกตตราสัญลักษณ์ดังกล่าวที่แสดงไว้บนภาชนะบรรจุ ส่วนด้านราคาและคุณค่าทางโภชนาการ ราคาผักอนามัยจะมีราคาสูงกว่าผักที่วางจำหน่ายทั่วไปเนื่องจากมีปริมาณการผลิตที่น้อยกว่า

2.2.3 ข้อดีของการปลูกผักปลอดภัยจากสารพิษ

- (1) ทำให้ได้พืชผักที่มีคุณภาพไม่มีสารพิษตกค้างเกิดความปลอดภัยแก่ผู้บริโภค
- (2) ช่วยให้เกษตรกรผู้ปลูกผักมีสุขภาพอนามัยดีขึ้น เนื่องจากไม่มีการฉีดพ่นสารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรูพืชทำให้เกษตรกรปลอดภัยจากสารพิษเหล่านี้ด้วย
- (3) ลดต้นทุนการผลิตของเกษตรกรด้านค่าใช้จ่ายในการซื้อสารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรู
- (4) ลดปริมาณการนำเข้าสารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรูพืช
- (5) เกษตรกรจะมีรายได้เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากผลผลิตที่ได้มีคุณภาพ ทำให้สามารถขายผลผลิตได้ในราคาสูงขึ้น
- (6) ลดปริมาณสารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรูพืชที่จะปนเปื้อนเข้าไปในอากาศและน้ำ ซึ่งเป็นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและลดมลพิษของสิ่งแวดล้อมได้ทางหนึ่ง

2.2.4 สาเหตุการระบาดของศัตรูพืช

- (1) ศัตรูพืชเคลื่อนย้ายจากแหล่งหนึ่งไปยังอีกแหล่งหนึ่งที่มีความเหมาะสมมากกว่า ทำให้มีการขยายพันธุ์และระบาดทำความเสียหายเพิ่มขึ้น
- (2) สภาพแวดล้อมและสภาพทางนิเวศน์เปลี่ยนแปลงไปทำให้ศัตรูพืชมีการขยายพันธุ์ได้เพิ่มขึ้นเพิ่มจำนวนมากขึ้น หรือมีผลต่อการพัฒนาสายพันธุ์ให้มีความต้านทาน และมีประสิทธิภาพในการเข้าทำลายมากขึ้น เช่น การกำจัดทุ่ง ทำให้หนูระบาด การใช้สารเคมีทำให้แมลงที่กินแมลงศัตรูพืชตาย เป็นต้น
- (3) สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคมของมนุษย์ที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้ความต้องการผลิตในการบริโภคเปลี่ยนไป ทำให้ความต้องการผลผลิตในการบริโภคเปลี่ยนไป ทำให้ความต้องการผลผลิตเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่แตกต่างกันไปตามความต้องการของบริโภค ทำให้บางครั้งร่องรอยการทำลายของศัตรูพืชเพียงจุดเดียว ก็ถือว่าผลผลิตตกเกรดไม่ได้มาตรฐาน มีการระบาดของศัตรูพืชได้

2.2.5 การควบคุมศัตรูพืชให้ประสบผลสำเร็จ มีหลักการง่ายๆดังนี้

(1) ต้องป้องกันไม่ให้เกิดโรคในแปลงปลูก เช่น การใช้พันธุ์ที่ปราศจากโรคและแมลง การไม่นำชิ้นส่วนของพืชที่มีโรคแมลงเข้ามาในแปลงปลูก เป็นต้น

(2) ถ้ามีศัตรูพืชเข้ามาในแปลงปลูกหรือแสดงอาการเป็นโรคแล้ว ต้องยับยั้งการแพร่ระบาด

(3) ถ้ามีระบาดแล้วต้องกำจัดให้หมดไป อย่างไรก็ตามสาเหตุสำคัญที่ก่อให้เกิดการระบาดของศัตรูพืชในแปลงปลูก คือ ตัวเกษตรกรเองที่ละเลยการควบคุมดูแล ทำให้ศัตรูพืชสะสมในแปลงปลูกจนถึงระดับที่ไม่สามารถควบคุมกำจัดได้

2.2.6 วิธีการควบคุมศัตรูพืชอย่างมีประสิทธิภาพ มีขั้นตอนดังนี้

(1) ต้องศึกษาชนิดของศัตรูพืชในแปลงปลูกนั้นๆก่อน

(2) สำรวจสถานการณ์ศัตรูพืชในแปลงปลูก

(3) พิจารณาแนวโน้มการระบาดของศัตรูพืช แล้วจึงหาแนวทางป้องกันและกำจัดต่อไป

(4) เมื่อควบคุมการระบาดให้อยู่ในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายมากขึ้นแล้ว ให้เลือกใช้วิธีการที่เหมาะสมเพื่อลดปริมาณ หรือรักษาระดับการเข้าทำลายให้คงที่หรือลดลง

(5) ในกรณีที่ไม่สามารถควบคุมสถานการณ์ศัตรูพืชด้วยวิธีการอื่นๆได้มีความจำเป็นที่จะต้องใช้สารเคมีให้เลือกใช้สารเคมีที่ถูกต้อง เหมาะสมกับชนิดศัตรูพืชและการระบาดตามคำแนะนำวิธีการใช้ในฉลาก

2.2.7 ผลดีของการป้องกันและกำจัดศัตรูพืชโดยวิธีผสมผสาน

(1) ลดปริมาณศัตรูพืชให้ต่ำกว่าระดับที่จะก่อให้เกิดความเสียหายแก่พืช

(2) ลดปริมาณการใช้สารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรูพืช

(3) มีความปลอดภัยต่อสุขภาพของเกษตรกรผู้บริโภครวมไปถึง สภาพแวดล้อม

2.2.8 วิธีการผสมผสานในการควบคุมศัตรูพืช จะเป็นการนำเอาวิธีการป้องกันและกำจัดศัตรูพืชหลายวิธีมาประยุกต์ใช้ร่วมกัน โดยวิธีการปลูกผักปลอดภัยจากสารพิษนี้มีข้อเสนอแนะ ให้เกษตรกรเลือกใช้วิธีการป้องกันและกำจัดศัตรูพืช ทดแทนการใช้สารเคมี ดังนี้

(1) การเตรียมแปลงปลูก

(2) การเตรียมเมล็ดพันธุ์

(3) การปลูกและการดูแล

(4) การให้ธาตุอาหารเสริม

(5) การใช้กับดักดินเหนียว

(6) การใช้กับดักแสงไฟ

(7) การใช้พลาสติกหรือฟางข้าวคลุมแปลงปลูก

(8) การปลูกผักในโรงเรือนมุ้งตาข่ายในลอน

(9) การควบคุมโดยชีววิธี

(10) การใช้สารสกัดจากพืช

(11) การใช้สารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรูพืช (กรณีที่ใช้วิธีการป้องกันและกำจัดศัตรูพืช

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานาน น เมื่ออนุญาตเห็นาเบเซประะเยชนดานกรรคาข้างต้นไม่ได้ผล)

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สลักจิตร์ สิรินันท์ (2539) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผักปลอดสารพิษของแม่บ้านในกรุงเทพมหานคร พบว่า สาเหตุสำคัญที่ทำให้แม่บ้านตัดสินใจบริโภคผักปลอดสารพิษ คือ การคำนึงถึงสุขภาพของคนในครอบครัว และสาเหตุสำคัญที่ทำให้แม่บ้านที่เคยบริโภคผักปลอดสารพิษตัดสินใจเลิกบริโภคผักปลอดสารพิษ คือ ผักปลอดสารพิษมีราคาแพง และสาเหตุที่ทำให้แม่บ้านตัดสินใจไม่บริโภคผักปลอดสารพิษ คือ ไม่รู้จักลักษณะและประโยชน์จากผักปลอดสารพิษ

กรมวิชาการเกษตร และการส่งเสริมสหกรณ์ (2541) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมทัศนคติและความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อพืชผักอนามัยที่จำหน่ายในท้องตลาดพบว่า เป็นผู้บริโภคที่มีความรู้อยู่ในสถานะภาพสมรส และมีครอบครัวแล้วเป็นส่วนใหญ่ จึงมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษเป็นครั้งคราว และเป็นประจำ เพราะมีความห่วงใยสมาชิกในครอบครัวและเป็นผู้ที่ทราบและเข้าใจเกี่ยวกับผักปลอดภัยจากสารพิษ โดยส่วนใหญ่ได้แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคมีทัศนคติ ความรู้ความเข้าใจ แลประโยชน์ของการบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษเป็นอย่างดี

กรรณิการ์ นิตติภัยธรรม (2547) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จากการศึกษา พบว่า

(1) เพศ สภาพการอยู่อาศัย และการศึกษาของบิดา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านประเภทของอาหาร แหล่งข้อมูลในการรับรู้ข่าวสาร รูปแบบการบริโภคอาหาร และสถานที่ซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ

(2) สาขาวิชามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านประเภทของอาหาร รูปแบบการบริโภคอาหาร และสถานที่ซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ

(3) การเรียนรายวิชาที่เกี่ยวกับอาหารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านประเภทของอาหาร แหล่งข้อมูลในการรับรู้ข่าวสาร และรูปแบบการบริโภคอาหาร

(4) รายได้ของนิสิตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านประเภทของอาหาร แหล่งข้อมูลในการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพ

(5) ขนาดครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านประเภทของอาหารเพื่อสุขภาพ

(6) การศึกษาของมารดา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพด้านประเภทของอาหาร แหล่งข้อมูลในการรับรู้ข่าวสาร รูปแบบการบริโภคอาหาร และสถานที่ซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ

บังอร สุขจันทร์ (2544) ศึกษาเรื่องการรับรู้และความต้องการผักปลอดภัยจากสารพิษของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วง 20-29 ปี มีอาชีพขาย รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท มีการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี มีสถานภาพสมรส มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3.4 คน ปัญหาการรับรู้เกี่ยวกับผักปลอดภัยจากสารพิษของประชาชนที่พบ ได้แก่ ขาดการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นอันดับแรก อันดับสองคือ ขาดการณรงค์และส่งเสริมให้ผู้บริโภคหันมาบริโภคผักปลอดสารพิษ อันดับสามคือ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆน้อยมาก ส่วนด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรมและภาวการณ์แข่งขันอยู่ในระดับปานกลางสำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจไม่ซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยซื้อผักจำนวน 98 ตัวอย่าง ระบุปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยเศรษฐกิจ และปัจจัยด้านภาวการณ์แข่งขัน เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจไม่ซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษในระดับมาก สำหรับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นถั่วทุกชนิด อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และปัจจัยด้านวัฒนธรรม เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจไม่ซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษในระดับปานกลาง นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้ผู้ประกอบการธุรกิจผักปลอดภัยจากสารพิษสนองตอบความต้องการด้านผลิตภัณฑ์โดยมีหน่วยงานรับรองมาตรฐานอย่างจริงจัง ด้านราคาต้องการให้ลดราคาลง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ต้องการให้มีจำหน่ายตามตลาดสด ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดต้องการให้มีการณรงค์ประชาสัมพันธ์มากขึ้น

ปาริชาติ วิสุทธิสมาจาร (2547) ได้ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบทางสุขภาพจากการใช้สารเคมีภาคเกษตรกรรม พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงทั้งชนิดและปริมาณการใช้สารเคมีสูงก่อให้เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมวงจรไหลของสารเคมีในพื้นที่พบว่าหาซื้อได้ง่ายและมีขายทั่วไป ส่งผลกระทบต่อสุขภาพทางภายใน 8 กลุ่มอาการเบื้องต้นคือ 1) ปวดศีรษะ 2) ปวดเกร็งที่หน้าท้อง คลื่นไส้อาเจียน 3) กล้ามเนื้อกระตุก หรือเกร็ง 4) กล้ามเนื้ออ่อนแรง ซา 5) สายตาพร่ามัว น้ำตาไหล 6) แน่นหน้าอก หายใจติดขัด 7) หน้ามืด หมดสติ 8) อาการผื่นคัน หรือเป็นโรคผิวหนัง โดยพบว่า อาการปวดศีรษะ คลื่นไส้เป็นอาการที่พบมากที่สุด

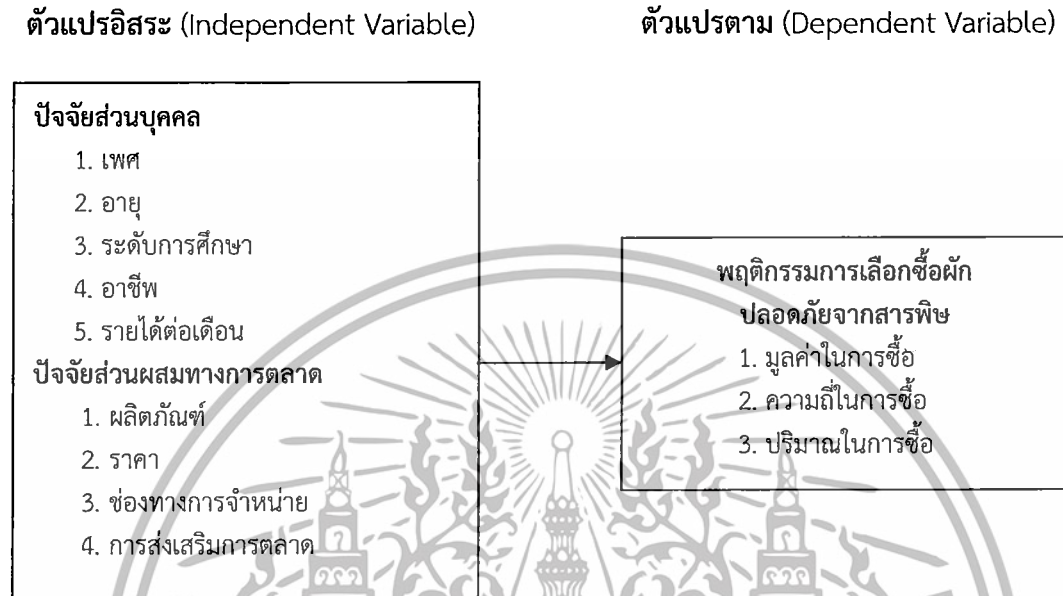
ณัฐพล อนันท์วัฒน์ (2547) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเลือกซื้อผักและผลไม้ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการเลือกซื้อผักและผลไม้ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเลือกซื้อโดยคำนึงถึงความสดใหม่ของผัก รองลงมาคือ ฤดูกาลของผักและความต้องการของผลไม้ สำหรับปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้บริโภคอันประกอบไปด้วย อายุ สถานภาพสมรส ระดับผู้บริโภคมั พฤติกรรมในการเลือกซื้อผักและผลไม้แตกต่างกัน ควรจัดสถานที่ให้สะอาดและถูกสุขลักษณะ ควรจัดประเภทของผักแต่ละชนิดให้เป็นหมวดหมู่มีมาตรฐานรับรองการจำหน่ายผักและผลไม้ที่ซูเปอร์มาร์เก็ต ควรจะปรับราคาสินค้าให้พอเหมาะควรมีผักและผลไม้ให้หลากหลายและควรมีพนักงานให้คำแนะนำแก่ผู้บริโภค

ผลการศึกษาจากทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภค คือ การบริการลูกค้า ความสะดวกในการบริโภค คุณค่าทางโภชนาการ รสชาติ ชนิดผัก ความสด การรับรองจากองค์กรของรัฐ ความปลอดภัยจากสารพิษ ความสะดวกในการซื้อวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาของผู้บริโภคกับระดับความสำคัญที่ให้กับปัจจัยทางการตลาด และอื่นๆ พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านคุณค่าทางโภชนาการ ชนิดผัก ความสด สถานที่จำหน่าย การรับรองจากองค์กรของรัฐ ความปลอดภัยจากสารพิษ และความสะดวกในการซื้อแตกต่างกับกลุ่มผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนปัจจัยด้านรายได้ พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อครัวเรือนต่อเดือนน้อย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านโฆษณา และความปลอดภัยจากสารพิษแตกต่างกับกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อครัวเรือนต่อเดือนมาก เหตุผลทั้งหลายเหล่านี้มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวความคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริโภคที่มาเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษที่ห้างสรรพสินค้าในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาสมุทรปราการ เทสโก้โลตัส สาขาศรีนครินทร์ และแม็คโคร สาขาศรีนครินทร์

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น จึงคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตร Cochran (1997) ดังนี้

$$n = \frac{Z^2}{4E^2}$$

โดยที่ n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 Z คือ ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นค่า Z เท่ากับ 1.96
 E คือ ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ที่ระดับ 0.05

แทนค่าได้

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$
$$= 384.16 \text{ คน หรือ } 384 \text{ คน}$$

สำหรับการศึกษานี้ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 405 คน โดยการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยสอบถามจากผู้บริโภคที่มาเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษที่ห้างสรรพสินค้า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ มีอายุ 15 ปีขึ้นไป และมาเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษที่ห้างสรรพสินค้า ทั้ง 3 แห่ง ได้แก่ บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาสมุทรปราการ เทสโก้โลตัส สาขาศรีนครินทร์ และแม็คโคร สาขาศรีนครินทร์ จำนวนแห่งละ 135 คน

3.2 เครื่องมือและวิธีเก็บรวบรวมข้อมูล (Research Instruments and Data Gathering)

3.2.1 เครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย โดยแบบสอบถามเอกสารแบ่งเป็น 4 ตอนดังนี้ไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยคำถามเป็นลักษณะการเลือกตอบ (Choice techniques)

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษของผู้บริโภค ประกอบด้วย จำนวนครั้งในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษต่อเดือน มูลค่าการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษในแต่ละครั้ง สถานที่ที่ผู้บริโภคไปซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ และเหตุผลที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ โดยคำถามเป็นการเลือกตอบ (Choice techniques)

ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประกอบทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษของผู้บริโภค แบบสอบถาม ได้แก่ ผลិតภัณฑ์ ราคา ช่องทางในการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด โดยคำถามเป็นการเลือกตอบ (Choice techniques)

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ เป็นแบบสอบถามชนิดปลายเปิด (Open questionnaire)

3.2.2 การสร้างเครื่องมือและการทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนการสร้างดังนี้

(1) ศึกษาเอกสาร ตำรา วารสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ครอบคลุมตัวแปรที่ศึกษาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

(2) สร้างข้อคำถามโดยการศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยต่าง ๆ

(3) แบบสอบถาม การเลือกบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษสร้างขึ้นจากการศึกษา งานวิจัยต่าง ๆ เพื่อทำความเข้าใจลักษณะของการสร้างข้อคำถามให้สัมพันธ์สอดคล้องกับตัวแปรที่จะศึกษา

(4) สร้างแบบสอบถามสำหรับงานวิจัยให้ครอบคลุมสอดคล้องและสัมพันธ์กับตัวแปรที่ผู้วิจัยทำการศึกษา แล้วนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Tryout) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (α - Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.77

3.2.3 วิธีเก็บข้อมูล

(1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) โดยการรวบรวมข้อมูลจากการใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้น โดยการสัมภาษณ์ผู้บริโภคที่มาซื้อผักปลอดสารพิษในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 405 ตัวอย่าง

(2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) โดยการค้นคว้าจากวารสาร บทความ รายงาน เว็บไซต์ และรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานต่าง ๆ เช่น สำนักหอสมุด สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง เป็นต้น เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานที่ใช้เป็นแนวทางในการศึกษา

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปด้านสังคมศาสตร์ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

3.3.1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ในแบบสอบถามตอนที่ 3 ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ ผู้วิจัยได้นำค่าคะแนนเฉลี่ย ที่หาได้นำมากำหนดเกณฑ์การเอกสารที่เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า แปลผล ดังนี้ (ไชยยศ เรืองสุวรรณ, 2526)

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.50 – 5.00 หมายถึง ระดับความสำคัญมากที่สุด

3.50 – 4.49 หมายถึง ระดับความสำคัญมาก

2.50 – 3.49 หมายถึง ระดับความสำคัญปานกลาง

1.50 – 2.49 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อย

1.00 – 1.49 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

3.3.2 การทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติทดสอบที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way ANOVA) และการวิเคราะห์ความถดถอยพหุแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

- 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 พฤติกรรมการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษของกลุ่มตัวอย่าง
- 4.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อ
- 4.4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ
- 4.5 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษ

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ต่อเดือน ผลการศึกษามีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- (1) เพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 60.0 และ 40.0 ตามลำดับ
- (2) อายุ มีอายุอยู่ในช่วง 45-54 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.7 รองลงมาคือ 35-44 และ 65 ปีขึ้นไปน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.9 และ 5.7 ตามลำดับ
- (3) ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 61.0 รองลงมาคือระดับอนุปริญญาหรือปวส. และประถมศึกษาชั้นน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.9 และ 1.2 ตามลำดับ
- (4) สถานภาพสมรส ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 71.6 รองลงมาคือ โสด และหย่าร้างหรือแยกกันอยู่น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.0 และ 5.4 ตามลำดับ
- (5) อาชีพ ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.6 รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน และอื่นๆ (รับจ้าง) คิดเป็นร้อยละ 27.7 และ 1.0 ตามลำดับ
- (6) รายได้ต่อเดือน มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.2 รองลงมาคือ 35,001-40,000 บาท และต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 13.8 และ 4.8 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูล	จำนวน (n=405)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	162	40.0
หญิง	243	60.0
2. อายุ		
15-24 ปี	36	8.9
25-34 ปี	54	13.3
35-44 ปี	109	26.9
45-54 ปี	112	27.7
55-64 ปี	71	17.5
65 ปี ขึ้นไป	23	5.7
3. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	5	1.2
มัธยมศึกษาตอนต้น	15	3.7
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช.	46	11.4
อนุปริญญาหรือปวส.	48	11.9
ปริญญาตรี	247	61.0
สูงกว่าปริญญาตรี	44	10.9
4. สถานภาพการสมรส		
โสด	93	23.0
สมรส	290	71.6
หย่าร้าง/แยกกันอยู่	22	5.4
5. อาชีพ		
นิสิตหรือนักศึกษา	33	8.1
รับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ	98	24.2
แม่บ้านหรือพ่อบ้าน	38	9.4
พนักงานบริษัทเอกชน	112	27.7
ธุรกิจส่วนตัว	120	29.6
อื่นๆ (รับจ้าง)	4	1.0
6. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	19	4.7
5,001-10,000 บาท	20	4.9
10,001-15,000 บาท	33	8.1
15,001-20,000 บาท	49	12.1
20,001-25,000 บาท	52	12.8
25,001-30,000 บาท	43	10.6
30,001-35,000 บาท	43	10.6
35,001-40,000 บาท	56	13.8
มากกว่า 40,000 บาท	90	22.2

เอกสารนี้เป็นมากกว่า 40,000 บาท รับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น 90 อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 พฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ

จากตารางที่ 4.2 พฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ ได้แก่ ชนิดผักปลอดภัยจากสารพิษที่ซื้อบ่อยที่สุด เหตุผลที่เลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษสถานที่ซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษสาเหตุที่เลือกสถานที่ซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ การตัดสินใจเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ การทำความรู้จักผักปลอดภัยจากสารพิษ ค่าใช้จ่ายในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ ประเภทการประกอบอาหารผักปลอดภัยจากสารพิษ แหล่งข่าวผักปลอดภัยจากสารพิษ ความนิยมผักปลอดภัยจากสารพิษ สาเหตุความนิยมผักปลอดภัยจากสารพิษ ความแตกต่างของรสชาติ และตราสินค้าที่ใช้ของผักปลอดภัยจากสารพิษ ผลการศึกษามีดังนี้

(1) ชนิดผักปลอดภัยจากสารพิษที่เลือกซื้อบ่อยที่สุด กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อผักกินใบ เช่น ผักบุ้ง คะน้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.9 รองลงมาคือ ผักกินดอก เช่น กะหล่ำปลี บล็อกโคลี่ และผักกินราก เช่น แครอท หัวหอมน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.7 และ 8.9 ตามลำดับ

(2) การเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ กลุ่มตัวอย่างเลือกให้ความสำคัญกับสุขภาพมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.2 รองลงมาคือ คุณค่าทางอาหาร และอื่นๆ เช่น ความสะอาด และถูกหลักอนามัยน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.7 และ 0.2 ตามลำดับ

(3) การเลือกสถานที่ซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ กลุ่มตัวอย่างสะดวกในการเดินทางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.3 รองลงมาคือ ใกล้ที่พักอาศัย และใกล้ที่ทำงานน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.7 และ 12.6 ตามลำดับ

(4) การตัดสินใจซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษกลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.2 รองลงมาคือ ครอบครัว และเพื่อนหรือมีผู้แนะนำน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.1 และ 12.8 ตามลำดับ

(5) การรู้จักกับผักปลอดภัยจากสารพิษ กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจเป็นการส่วนตัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.2 รองลงมาคือ จากสื่อ วิทยุ โทรทัศน์ และอื่นๆ (เห็นจากชั้นวางสินค้า)น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.2 และ 0.5 ตามลำดับ

(6) ความถี่ในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ กลุ่มตัวอย่างซื้อ 1 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.3 รองลงมาคือ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ และมากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 35.6 และ 0.2 ตามลำดับ โดยเฉลี่ยซื้อ 1.63 ครั้งต่อสัปดาห์

(7) ปริมาณในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ กลุ่มตัวอย่างซื้อปริมาณน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.5 กก.มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.4 รองลงมาคือ น้ำหนัก 0.6-1 กก. และน้ำหนักมากกว่า 2 กก.ขึ้นไปน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.4 และ 3.8 ตามลำดับโดยเฉลี่ยซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ 0.86 กก.ต่อครั้ง

(8) ค่าใช้จ่ายในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ กลุ่มตัวอย่างซื้อ 51-100 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.2 รองลงมาคือ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 50 บาท และมากกว่า 250 บาทขึ้นไปน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.3 และ 4.2 ตามลำดับโดยเฉลี่ยมีค่าใช้จ่าย 107.22 บาทต่อครั้ง

(9) ประเภทการนำไปประกอบอาหาร กลุ่มตัวอย่างซื้อเพื่อนำไปผัดมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 49.1 รองลงมาคือ ทำสลัดหรือยำ และนำไปต้มหรือลวกน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.3 และ 15.6 ตามลำดับ

(10) แหล่งข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับผักปลอดภัยจากสารพิษ กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสาร ทางโทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.9 รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ตและอื่นๆ (วารสาร, ฉลากบรรจุภัณฑ์) คิดเป็นร้อยละ 23.5 และ 1.5 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับครูใช้ งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(11) ความนิยมระหว่างผักธรรมดากับผักปลอดภัยจากสารพิษ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษมากกว่าผักธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 67.9 และ 32.1 ตามลำดับ

(12) สาเหตุในการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษมากกว่าผักธรรมดา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อเนื่องจากดีต่อสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 70.1 รองลงมาคือ ราคาถูก และอื่นๆ (สะดวกในการซื้อ, ความพึงพอใจในการซื้อ) คิดเป็นร้อยละ 27.4 และ 2.5 ตามลำดับ

(13) ความแตกต่างของรสชาติระหว่างผักธรรมดาและผักปลอดภัยจากสารพิษ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดเห็นว่าผักปลอดภัยจากสารพิษมีรสชาติไม่แตกต่างจากผักธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 64.9 และ 35.1 ตามลำดับ

(14) ความมั่นใจต่อตราสัญลักษณ์ที่ใช้รับรอง กลุ่มตัวอย่างมีความมั่นใจต่อตราสัญลักษณ์ที่ใช้ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมาคือ ระดับปานกลาง และน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.7 และ 0.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 พฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูล	จำนวน(n=405)	ร้อยละ
1. ชนิดของผักปลอดภัยจากสารพิษที่เลือกซื้อบ่อยที่สุด		
ผักกินใบ เช่น ผักบุ้ง คะน้า	202	49.9
ผักกินราก เช่น แครอท หัวหอม	36	8.9
ผักกินดอก เช่น กะหล่ำดอก บล็อกโคลี่	84	20.7
ผักกินผล เช่น แตงกวา มะเขือ	44	10.9
ผักตระกูลถั่ว เช่น ถั่วฝักยาว ถั่วลันเตา	39	9.6
2. การเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ		
อยากทดลองบริโภค	50	12.3
คุณค่าทางอาหาร	88	21.7
ตามค่านิยม	33	8.1
ให้ความสำคัญกับสุขภาพ	171	42.2
ความชอบ	39	9.6
หาซื้อได้ง่าย	23	5.7
อื่นๆ (สะดวก, ถูกหลักอนามัย)	1	0.2
3. การเลือกสถานที่ซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ		
สะดวกในการเดินทาง	147	36.36
ใกล้ที่พักอาศัย	112	27.7
มั่นใจว่าเป็นผักปลอดภัยจากสารพิษ	95	23.5
ใกล้ที่ทำงาน	51	12.6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวน(n=405)	ร้อยละ
4. สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ		
ตัดสินใจเอง	171	42.2
เพื่อนหรือมีผู้แนะนำ	52	12.8
ครอบครัว	126	31.1
กระแสนิยม	56	13.8
5. สาเหตุที่รู้จักผักปลอดภัยจากสารพิษ		
บุคคลรู้จักแนะนำ	81	20.0
การโฆษณาของผู้ขาย	49	12.1
มีความสนใจเป็นส่วนตัว	163	40.2
จากสื่อ วิทยุ โทรทัศน์	110	27.2
อื่นๆ(เห็นจากชั้นวางสินค้า)	2	0.5
6. ความถี่ในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ		
1 ครั้ง/สัปดาห์	236	58.3
2-3 ครั้ง/สัปดาห์	144	35.6
4-5 ครั้ง/สัปดาห์	24	5.9
มากกว่า 5 ครั้ง/สัปดาห์	1	0.2
($\bar{x} = 1.63, S.D. = 0.923$)		
7. ปริมาณในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษในแต่ละครั้ง		
น้ำหนักน้อยกว่า หรือเท่ากับ 0.5 กก.	168	41.4
น้ำหนัก 0.6-1 กก.	156	38.4
น้ำหนัก 1-2 กก.	66	16.4
มากกว่าน้ำหนัก 2 กก. ขึ้นไป	15	3.8
($\bar{x} = 0.86, S.D. = 0.551$)		
8. ค่าใช้จ่ายในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษในแต่ละครั้ง		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 50 บาท	70	17.3
51-100 บาท	175	43.2
101-150 บาท	82	20.2
151-200 บาท	42	10.4
201-250 บาท	19	4.7
มากกว่า 250 บาทขึ้นไป	17	4.2
($\bar{x} = 107.22, S.D. = 60.458$)		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวน(n=405)	ร้อยละ
9. การนำผักปลอดภัยจากสารพิษไปประกอบเป็นอาหาร		
ทำสลัดหรือยำ	74	18.3
รับประทานเป็นเครื่องเคียง	69	17.0
นำไปผัด	199	49.1
นำไปต้มหรือลวก	63	15.6
10. แหล่งข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับผักปลอดภัยจากสารพิษ		
โทรทัศน์	210	51.9
หนังสือพิมพ์	68	16.8
วิทยุ	26	6.4
อินเทอร์เน็ต	95	23.5
อื่นๆ (วารสาร, ฉลากบรรจุภัณฑ์)	6	1.5
11. ความนิยมในการเลือกซื้อระหว่างผักธรรมดา กับ ผักปลอดภัยจากสารพิษ		
ผักธรรมดา	130	32.1
ผักปลอดภัยจากสารพิษ	275	67.9
12. สาเหตุที่เลือกซื้อผักตามข้อ 12		
ดีต่อสุขภาพ	284	70.1
ราคาถูกกว่า	111	27.4
อื่นๆ (สะดวกซื้อ, ความพึงพอใจในการซื้อ)	10	2.5
13. ความแตกต่างด้านรสชาติของผักธรรมดา กับ ผักปลอดภัยจากสารพิษ		
แตกต่าง	142	35.1
ไม่แตกต่าง	263	64.9
14. ความมั่นใจต่อตราสัญลักษณ์ที่ใช้รับรองเป็นผักปลอดภัยจากสารพิษ		
มากที่สุด	54	13.3
มาก	170	42.0
ปานกลาง	165	40.7
น้อย	14	3.5
น้อยที่สุด	2	0.5

4.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ

4.3.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ

จากตารางที่ 4.3 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.06$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีคะแนนเฉลี่ย 4.26, 4.19, 4.16 และ 3.61 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อนำผลการวิเคราะห์ของแต่ละด้านมาพิจารณาเป็นรายข้อ มีดังรายละเอียดดังนี้ (ตารางที่ 4.4)

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความสดใหม่ของผักอยู่ในระดับมากที่สุด นอกนั้นอยู่ในระดับมากทั้งหมด ได้แก่ ความมั่นใจในคุณภาพว่าปลอดภัยจากสารพิษ ความสะอาดของผัก ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ รูปแบบของลักษณะหีบห่อ ปริมาณที่บรรจุมีความเหมาะสม และมีฉลากกำกับว่ามาจากแหล่งผลิตใด

(2) ด้านราคาที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมากทั้งหมด

(3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมากทั้งหมด

(4) ด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ พบว่า หัวข้อที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษในระดับมาก ได้แก่ การจัดวางเป็นระเบียบสะดวกในการเลือกซื้อ มีป้ายโฆษณา ผักปลอดภัยจากสารพิษ และการลดราคาสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อ นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ แนะนำผ่านเสียงตามสาย การแจกแผ่นพับ ใบปลิว แนะนำผักปลอดภัยจากสารพิษ การให้ของแถมเมื่อมีการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ และการบริการของพนักงานขาย

ตารางที่ 4.3 ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษในภาพรวม

รายการ	\bar{x}	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.26	0.736	มาก	1
2. ด้านราคา	4.19	0.705	มาก	2
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.16	0.813	มาก	3
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.61	0.844	มาก	4
เฉลี่ยรวม(Grand Mean) ทั้ง 4 ด้าน	4.06	0.774	มาก	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.4 ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษจำแนกเป็นรายด้าน

รายการ	\bar{x}	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1. ด้านผลิตภัณฑ์				
ความสดใหม่ของผัก	4.62	0.600	มากที่สุด	1
มั่นใจในคุณภาพว่าปลอดภัยจากสารพิษ	4.37	0.775	มาก	2
ความสะอาดของผัก	4.34	0.719	มาก	3
มีฉลากกำกับว่ามาจากแหล่งผลิตใด	4.28	0.759	มาก	4
ปริมาณที่บรรจุมีความเหมาะสม	4.15	0.752	มาก	5
ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์	4.05	0.729	มาก	6
รูปแบบของลักษณะหีบห่อ	3.99	0.820	มาก	7
เฉลี่ย (Mean) ด้านผลิตภัณฑ์	4.26	0.736	มาก	-
2. ด้านราคา				
มีป้ายแสดงราคาให้เห็นชัดเจน	4.24	0.715	มาก	1
ราคาคู่ค้ำกับคุณภาพ	4.20	0.681	มาก	2
ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับผักอื่นๆ	4.12	0.719	มาก	3
เฉลี่ย (Mean) ด้านราคา	4.19	0.705	มาก	-
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย				
มีจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าทั่วไป	4.33	0.747	มาก	1
ทำเลที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายใกล้ที่พักอาศัย	4.19	0.847	มาก	2
ทำเลที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายอยู่ในเส้นทางที่ผ่านเป็นประจำ	4.17	0.823	มาก	3
ทำเลที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายใกล้ที่ทำงาน	3.94	0.836	มาก	4
เฉลี่ย (Mean) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.16	0.813	มาก	-
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด				
การจัดวางเป็นระเบียบสะดวกในการเลือกซื้อ	4.19	0.733	มาก	1
มีป้ายโฆษณาผักปลอดภัยจากสารพิษ	3.99	0.790	มาก	2
การลดราคาสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	3.55	0.839	มาก	3
การบริการของพนักงานขาย	3.44	0.890	ปานกลาง	4
การประชาสัมพันธ์ แนะนำผ่านเสียงตามสาย	3.42	0.889	ปานกลาง	5
การแจกแผ่นพับ ใบปลิว แนะนำผักปลอดภัย	3.39	0.871	ปานกลาง	6
จากสารพิษ				
การให้ของแถมเมื่อมีการซื้อผักปลอดภัยจาก	3.32	0.899	ปานกลาง	7
สารพิษ				
เฉลี่ย (Mean) ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.61	0.844	มาก	-
เฉลี่ย (Grand Mean) ทั้ง 4 ด้าน	4.06	0.774	มาก	-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ

4.4.1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความถี่ในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ

(1) เพศกับความถี่ในการซื้อ

จากตารางที่ 4.5 พบว่าเพศที่ต่างกันไม่มีอิทธิพลต่อความถี่ในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.5 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความถี่ในการซื้อจำแนกตามเพศ

เพศ	\bar{x}	S.D.	ค่าผลต่าง	t	Sig
ชาย	1.71	0.987	0.07	1.386	0.166
หญิง	1.58	0.875			

(2) อายุกับความถี่ในการซื้อ

จากตารางที่ 4.6 พบว่าอายุที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อความถี่ในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากการทดสอบรายคู่โดยใช้สถิติทดสอบของ LSD พบว่าอายุที่แตกต่างกันได้แก่ อายุ 15-24 ปี กับ 45-54 ปี, 25-34 ปี กับ 35-44 ปี, 45-54 ปี, 55-64 ปี และ 65 ปีขึ้นไป, 35-44 ปี กับ 45-54 ปี และ 45-54 ปีกับ 55-64 ปี ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความถี่ในการซื้อจำแนกตามอายุ

อายุ	\bar{x}	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
15-24 ปี (1)	1.36	ระหว่างกลุ่ม	23.170	5	4.634	5.760	0.000**
25-34 ปี (2)	1.20	ภายในกลุ่ม	321.012	399	0.805		
35-44 ปี (3)	1.60	รวม	344.182	404			
45-54 ปี (4)	1.93						
55-64 ปี (5)	1.63						
65 ปีขึ้นไป (6)	1.69						

คู่ที่ต่างกัน คือ (1) กับ (4)**, (2) กับ (3)**, (2) กับ (4)**, (2) กับ (5)**, (2) กับ (6)*, (3) กับ (4)** และ (4) กับ (5)*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

(3) การศึกษากับความถี่ในการซื้อ

จากตารางที่ 4.7 พบว่าการศึกษาที่แตกต่างกันไม่มีอิทธิพลต่อความถี่ในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.7 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความถี่ในการซื้อจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	\bar{x}	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ประถมศึกษา	1.80	ระหว่างกลุ่ม	1.867	5	0.373	0.435	0.824
มัธยมศึกษาต้น	1.46	ภายในกลุ่ม	342.316	399	0.858		
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	1.50	รวม	344.183	404			
อนุปริญญา/ปวส.	1.70						
ปริญญาตรี	1.63						
สูงกว่าปริญญาตรี	1.70						

(4) สถานภาพสมรสกับความถี่ในการซื้อ

จากตารางที่ 4.8 พบว่าสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันไม่มีอิทธิพลต่อความถี่ในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.8 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความถี่ในการซื้อจำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	\bar{x}	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
โสด	1.45	ระหว่างกลุ่ม	3.933	2	1.966	2.323	0.099
สมรส	1.68	ภายในกลุ่ม	340.250	402	0.846		
หย่าร้าง/แยกกันอยู่	1.68	รวม	344.183	404			

(5) อาชีพกับความถี่ในการซื้อ

จากตารางที่ 4.9 พบว่าอาชีพที่แตกต่างกันไม่มีอิทธิพลต่อความถี่ในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.9 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความถี่ในการซื้อจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	\bar{x}	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
นิสิต/นักศึกษา	1.39	ระหว่างกลุ่ม	6.317	5	1.263	1.492	0.191
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	1.65	ภายในกลุ่ม	337.866	399	0.847		
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	1.50	รวม	344.183	404			
พนักงานบริษัท เอกชน	1.61						
ธุรกิจส่วนตัว อื่นๆ (รับจ้าง)	1.70 2.50						

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(6) รายได้ต่อเดือนกับความถี่ในการซื้อ

จากตารางที่ 4.10 พบว่ารายได้ต่อเดือนมีอิทธิพลต่อความถี่ในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากการทดสอบรายคู่โดยใช้สถิติทดสอบของ LSD พบว่าคู่ที่แตกต่างได้แก่ 5,001-10,000 บาท กับ 25,001-30,000 บาท และ 30,001-35,000 บาท, 10,001-15,000 บาท กับ 25,001-30,000 บาท, 30,001-35,000 บาทและมากกว่า 40,000 บาท, 15,001-20,000 บาท กับ 25,001-30,000 บาท และ 30,001-35,000 บาท, 20,001-25,000 บาท กับ 25,001-30,000 บาท และ 30,001-35,000 บาท, 25,001-30,000 บาท กับ 35,001-40,000 บาท และ มากกว่า 40,000 บาท

ตารางที่ 4.10 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความถี่ในการซื้อจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	\bar{x}	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท (1)	1.57	ระหว่างกลุ่ม	17.783	8	2.223	2.697	0.007**
5,001-10,000 บาท (2)	1.35	ภายในกลุ่ม	326.400	396	0.824		
10,001-15,000 บาท (3)	1.27	รวม	344.183	404			
15,001-20,000 บาท (4)	1.48						
20,001-25,000 บาท (5)	1.51						
25,001-30,000 บาท (6)	2.02						
30,001-35,000 บาท (7)	1.90						
35,001-40,000 บาท (8)	1.59						
มากกว่า 40,000 บาท (9)	1.69						

คู่ที่ต่างกัน คือ (2) กับ (6)**, (2) กับ (7)*, (3) กับ (6)**, (3) กับ (7)**, (3) กับ (9)*, (4) กับ (6)**, (4) กับ (7)*, (5) กับ (6)**, (5) กับ (7)*, (6) กับ (8)* และ (6) กับ (9)*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4.4.2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อปริมาณในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ

(1) เพศกับปริมาณในการซื้อ

จากตารางที่ 4.11 พบว่าเพศที่ต่างกันไม่มีอิทธิพลต่อปริมาณในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.11 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อปริมาณในการซื้อจำแนกตามเพศ

เพศ	\bar{x}	S.D.	ค่าผลต่าง	t	Sig
ชาย	0.86	0.529	0.01	1.29	0.898
หญิง	0.87	0.567			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(2) อายุกับปริมาณในการซื้อ

จากตารางที่ 4.12 พบว่าอายุที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อปริมาณในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการทดสอบรายคู่โดยใช้สถิติทดสอบของ LSD พบว่าอายุที่แตกต่างกันได้แก่ อายุ 25-34 ปี กับ 35-44 ปี, 45-54 ปี, 55-64 ปี และ 65 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.12 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อปริมาณในการซื้อจำแนกตามอายุ

อายุ	\bar{x}	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
15-24 ปี (1)	0.79	ระหว่างกลุ่ม	4.018	5	0.804	2.699	0.021*
25-34 ปี (2)	0.64	ภายในกลุ่ม	118.813	399	0.298		
35-44 ปี (3)	0.86	รวม	122.831	404			
45-54 ปี (4)	0.91						
55-64 ปี (5)	0.97						
65 ปีขึ้นไป (6)	0.93						

คู่ที่ต่างกัน คือ (2) กับ (3)*, (2) กับ (4)**, (2) กับ (5)** และ (2) กับ (6)*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

(3) การศึกษากับปริมาณในการซื้อ

จากตารางที่ 4.13 พบว่าการศึกษาที่แตกต่างกันไม่มีอิทธิพลต่อปริมาณในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.13 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อปริมาณในการซื้อจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	\bar{x}	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ประถมศึกษา	1.52	ระหว่างกลุ่ม	2.613	5	0.523	1.734	0.126
มัธยมศึกษาต้น	0.99	ภายในกลุ่ม	120.218	399	0.301		
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	0.81	รวม	122.831	404			
อนุปริญญา/ปวส.	0.85						
ปริญญาตรี	0.85						
สูงกว่าปริญญาตรี	0.89						

(4) สถานภาพสมรสกับปริมาณในการซื้อ

จากตารางที่ 4.14 พบว่าสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อปริมาณในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั้น ไม่นุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการทดสอบรายคู่โดยใช้สถิติทดสอบของ LSD พบว่า สถานภาพโสด กับ หย่าร้าง/
แยกกันอยู่ มีปริมาณในการซื้อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01

ตารางที่ 4.14 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อปริมาณในการซื้อจำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	\bar{x}	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
โสด (1)	0.75	ระหว่างกลุ่ม	2.371	2	1.186	3.956	0.020*
สมรส (2)	0.88	ภายในกลุ่ม	120.460	402	0.300		
หย่าร้าง/แยกกันอยู่ (3)	1.10	รวม	122.831	404			

คู่ที่ต่างกัน คือ (1) กับ (3)**

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

(5) อาชีพกับปริมาณในการซื้อ

จากตารางที่ 4.15 พบว่าอาชีพที่แตกต่างกันไม่มีอิทธิพลต่อปริมาณในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.15 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อปริมาณในการซื้อจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	\bar{x}	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
นิสิต/นักศึกษา	0.80	ระหว่างกลุ่ม	1.113	5	0.223	0.730	0.601
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	0.94	ภายในกลุ่ม	121.718	399	0.305		
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	0.90	รวม	122.831	404			
พนักงาน	0.81						
บริษัทเอกชน							
ธุรกิจส่วนตัว	0.85						
อื่นๆ (รับจ้าง)	0.82						

(6) รายได้ต่อเดือนกับปริมาณในการซื้อ

จากตารางที่ 4.16 พบว่ารายได้ต่อเดือนมีอิทธิพลต่อปริมาณในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากการทดสอบรายคู่โดยใช้สถิติทดสอบของ LSD พบว่าคู่ที่แตกต่างกันได้แก่ 5,001-10,000 บาทกับ 10,001-15,000 บาท, 10,001-15,000 บาท กับ 20,001-25,000 บาท, 25,001-30,000 บาท, 35,001-40,000 บาท และ มากกว่า 40,000 บาท, 15,001-20,000 บาท กับ 20,001-25,000 บาท, 25,001-30,000 บาทและ 35,001-40,000 บาท, 25,001-30,000 บาท กับ 30,001-35,000 บาท เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.16 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อปริมาณในการซื้อจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	\bar{x}	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท (1)	0.80	ระหว่างกลุ่ม	6.525	8	0.816	2.777	0.005**
5,001-10,000 บาท (2)	0.94	ภายในกลุ่ม	116.306	396	0.294		
10,001-15,000 บาท (3)	0.63	รวม	122.831	404			
15,001-20,000 บาท (4)	0.66						
20,001-25,000 บาท (5)	0.93						
25,001-30,000 บาท (6)	1.07						
30,001-35,000 บาท (7)	0.81						
35,001-40,000 บาท (8)	0.90						
มากกว่า 40,000 บาท (9)	0.92						

คู่ที่ต่างกัน คือ (2) กับ (3)*, (3) กับ (5)*, (3) กับ (6)**, (3) กับ (8)*, (3) กับ (9)*, (4) กับ (5)*, (4) กับ (6)**, (4) กับ (8)*, (4) กับ (9)** และ (6) กับ (7)*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4.4.3 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ

(1) เพศกับค่าใช้จ่ายในการซื้อ

จากตารางที่ 4.17 พบว่าเพศที่ต่างกันไม่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.17 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อจำแนกตามเพศ

เพศ	\bar{x}	S.D.	ค่าผลต่าง	t	Sig
ชาย	107.31	60.244	0.16	0.026	0.979
หญิง	107.15	60.725			

(2) อายุกับค่าใช้จ่ายในการซื้อ

จากตารางที่ 4.18 พบว่าอายุที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการทดสอบรายคู่โดยใช้สถิติทดสอบของ LSD พบว่าอายุที่แตกต่างกันได้แก่ อายุ 25-34 ปี กับ 35-44 ปี, 45-54 ปี, 55-64 ปี และ 65 ปีขึ้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.18 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อจำแนกตามอายุ

อายุ	\bar{x}	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
15-24 ปี (1)	105.26	ระหว่างกลุ่ม	4.27E4	5	8.55E3	2.382	0.038*
25-34 ปี (2)	82.34	ภายในกลุ่ม	1.43E6	399	3.59E3		
35-44 ปี (3)	111.79	รวม	1.47E6	404			
45-54 ปี (4)	109.58						
55-64 ปี (5)	111.62						
65 ปีขึ้นไป (6)	121.91						

คู่ที่ต่างกัน คือ (2) กับ (3)*, (2) กับ (4)**, (2) กับ (5)** และ (2) กับ (6)

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

(3) การศึกษากับค่าใช้จ่ายในการซื้อ

จากตารางที่ 4.19 พบว่าการศึกษาที่แตกต่างกันไม่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.19 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	\bar{x}	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ประถมศึกษา	125.50	ระหว่างกลุ่ม	2.63E4	5	5.26E3	1.450	0.206
มัธยมศึกษาต้น	141.97	ภายในกลุ่ม	1.45E6	399	3.63E3		
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	110.90	รวม	1.47E6	404			
อนุปริญญา/ปวส.	101.78						
ปริญญาตรี	103.94						
สูงกว่าปริญญาตรี	113.74						

(4) สถานภาพสมรสกับค่าใช้จ่ายในการซื้อ

จากตารางที่ 4.20 พบว่าสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันไม่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากการทดสอบรายคู่โดยใช้สถิติทดสอบของ LSD พบว่า สถานภาพโสด กับ หย่าร้าง/แยกกันอยู่ และ สมรสกับหย่าร้าง/แยกกันอยู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.20 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อจำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	\bar{x}	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
โสด (1)	97.17	ระหว่างกลุ่ม	4.2E3	2	2.10E4	5.8889	0.003**
สมรส (2)	107.52	ภายในกลุ่ม	1.43E6	402	3.56E3		
หย่าร้าง/แยกกันอยู่ (3)	145.73	รวม	1.47E6	404			

คู่ที่ต่างกัน คือ (1) กับ (3)** และ (2) กับ (3)**

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

(5) อาชีพกับค่าใช้จ่ายในการซื้อ
จากตารางที่ 4.21 พบว่าอาชีพที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.21 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	\bar{x}	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
นิสิต/นักศึกษา	102.98	ระหว่างกลุ่ม	1.96E4	5	3.92E3	1.074	0.374
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	107.96	ภายในกลุ่ม	1.45E6	399	3.65E3		
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	108.50	รวม	1.47E6	404			
พนักงาน	103.10						
บริษัทเอกชน							
ธุรกิจส่วนตัว	109.60						
อื่นๆ (รับจ้าง)	171.62						

(6) รายได้ต่อเดือนกับค่าใช้จ่ายในการซื้อ
จากตารางที่ 4.22 พบว่ารายได้ต่อเดือนไม่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.22 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	\bar{x}	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	99.28	ระหว่างกลุ่ม	5.39E4	8	6.74E3	1.877	0.062
5,001-10,000 บาท	117.02	ภายในกลุ่ม	1.42E6	396	3.59E3		
10,001-15,000 บาท	93.12	รวม	1.47E6	404			
15,001-20,000 บาท	89.31						
20,001-25,000 บาท	108.10						
25,001-30,000 บาท	118.05						
30,001-35,000 บาท	102.01						
35,001-40,000 บาท	101.12						
มากกว่า 40,000 บาท	122.22						

4.5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ

4.5.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความถี่ในการซื้อ

จากตารางที่ 4.23 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบหลายขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) พบว่าจากตัวแปรอิสระทั้งหมด 21 ตัวแปร มีเพียง 1 ตัวแปร ได้แก่ รูปแบบของลักษณะหีบห่อ ที่มีผลต่อความถี่ในการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสามารถพยากรณ์ความถี่ในการซื้อ (R^2) ได้ร้อยละ 4.00 มีความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ (SE_{est}) เท่ากับ 0.905 และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรมีค่าเป็นลบ กล่าวคือ เมื่อรูปแบบของลักษณะหีบห่อมีขนาดใหญ่ จะมีผลต่อความถี่ในการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษลดลง

ตารางที่ 4.23 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความถี่ในการซื้อ

ตัวแปร	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	2.529	0.223		11.321	0.000
รูปแบบของลักษณะหีบห่อ	-0.225	0.055	-0.200	-4.099	0.000**
multiple R	= 0.200	F	=	16.805	
multiple R ²	= 0.040	Sig F	=	0.000	
SE _{est}	= 0.905	Durbin Watson	=	2.029	

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4.5.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อปริมาณในการซื้อ

จากตารางที่ 4.24 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบหลายขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) พบว่าจากตัวแปรอิสระทั้งหมด 21 ตัวแปร มี 7 ตัวแปร ที่มีอิทธิพลต่อปริมาณในการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดย ตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มี 6 ตัวแปร ได้แก่ การบริการของพนักงานขายการจัดวางเป็นระเบียบสะดวกในการเลือกซื้อราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับผักอื่นๆทำเลที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายใกล้ที่ทำงานมีป้ายโฆษณาผักปลอดภัยจากสารพิษ

และการแจกแผ่นพับ ใบปลิว แนะนำผักปลอดภัยจากสารพิษ และมี 1 ตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ทำเลที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายอยู่ในเส้นทางที่ผ่านเป็นประจำ ซึ่งสามารถพยากรณ์ค่าใช้จ่ายในการซื้อ (R^2) ได้ร้อยละ 18.20 มีความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์(SE_{est}) เท่ากับ 0.503 และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรมีค่าเป็นบวก กล่าวคือ เมื่อมีการบริการของพนักงานขาย การจัดวางผักปลอดภัยจากสารพิษเป็นระเบียบในการเลือกซื้อ มีป้ายโฆษณาผักปลอดภัยจากสารพิษที่ชัดเจน และสถานที่จำหน่ายผักปลอดภัยจากสารพิษอยู่ในแล้วทางที่ผ่านเป็นประจำ จะส่งผลต่อปริมาณในการซื้อเพิ่มขึ้น ส่วนสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรมีค่าเป็นลบกล่าวคือ เมื่อราคาผักปลอดภัยจากสารพิษมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับผักอื่นๆทำเลที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายใกล้ที่ทำงานและการแจกแผ่นพับ ใบปลิว แนะนำผักปลอดภัยจากสารพิษที่จะส่งผลต่อปริมาณในการซื้อลดลง

ตารางที่ 4.24 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อปริมาณในการซื้อ

ตัวแปร	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	0.409	0.223		1.838	0.067
การบริการของพนักงานขาย	0.167	0.030	0.270	5.664	0.000**
การจัดวางเป็นระเบียบสะดวกในการเลือกซื้อ	0.108	0.042	0.143	2.577	0.010**
ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับผักอื่นๆ	-0.125	0.036	-0.163	-3.440	0.001**
ทำเลที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายใกล้ที่ทำงาน	-0.140	0.037	-0.213	-3.824	0.000**
มีป้ายโฆษณาผักปลอดภัยจากสารพิษ	0.116	0.040	0.166	2.885	0.004**
การแจกแผ่นพับ ใบปลิว แนะนำผักปลอดภัยจากสารพิษ	-0.097	0.032	-0.154	-3.005	0.003**
ทำเลที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายอยู่ในเส้นทางที่ผ่านเป็นประจำ	0.087	0.038	0.131	2.279	0.023*
multiple R	= 0.426	F	= 5.192		
multiple R ²	= 0.182	Sig F	= 0.023		
SE _{est}	= 0.503	Durbin Watson	= 1.876		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4.5.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อ

จากตารางที่ 4.25 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบหลายขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) พบว่าจากตัวแปรอิสระทั้งหมด 21 ตัวแปร มีเพียง 3 ตัวแปร ได้แก่ การจัดวางเป็นระเบียบสะดวกในการเลือกซื้อราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับผักอื่นๆและ การบริการของพนักงานขาย ที่มีผลต่อปริมาณในการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสามารถพยากรณ์ค่าใช้จ่ายในการซื้อ (R^2) ได้ร้อยละ 11.50 มีความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์(SE_{est}) เท่ากับ 57.10 และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรมีค่าเป็นบวก กล่าวคือ เมื่อมีการการจัดวางผักปลอดภัยจากสารพิษเป็นระเบียบสะดวกในการเลือกซื้อและมีการบริการของพนักงานขายที่ดี จะส่งผลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อเพิ่มขึ้น เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรมีค่าเป็นลบ กล่าวคือ เมื่อราคาผักปลอดภัยจากสารพิษไม่เหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับผักอื่นๆ จะส่งผลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อลดลง

ตารางที่ 4.25 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อ

ตัวแปร	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	61.278	22.521		2.721	0.007
การจัดวางเป็นระเบียบสะดวกในการเลือกซื้อ	20.334	4.002	0.246	5.080	0.000**
ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับผักอื่นๆ	-17.462	4.025	-0.208	-4.349	0.000**
การบริการของพนักงานขาย	9.485	3.279	0.140	2.892	0.004**
multiple R	= 0.339		F	= 8.365	
multiple R ²	= 0.115		Sig F	= 0.004	
SE _{est}	= 57.096		Durbin Watson	= 1.835	

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4.6 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นและมีข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ควรมีความสะอาด สดใหม่ทุกวัน ควรเป็นผักที่ปลอดภัยจากสารพิษจริง ไม่มีการปลอมปน ควรได้รับการรับรองมาตรฐานและคุณภาพจากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือ ผลิตภัณฑ์ควรมีความหลากหลายของชนิดผัก ควรมีบรรจุภัณฑ์ที่ดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อ และมีแหล่งผลิตที่ชัดเจน

(2) ด้านราคา ได้แก่ ควรปรับราคาให้เหมาะสมกับกำลังซื้อของบุคคลทั่วไป ควรมีการลดราคาสินค้าเป็นประจำและต่อเนื่อง เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายของผู้บริโภค และควรมีการติดป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน

(3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่ายยังมีน้อย ควรมีการจัดการบริการส่งถึงบ้าน ควรมีการจัดวางผลิตภัณฑ์ในสถานที่จำหน่ายให้มีความเป็นระเบียบ และดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค

(4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ควรมีพนักงานแนะนำในการซื้อว่าผักปลอดภัยจากสารพิษมีผลดีอย่างไรต่อสุขภาพ ควรมีการส่งเสริมการขาย เช่น จัดโปรโมชั่น เพื่อกระตุ้นยอดขาย อาจมีการลดราคาสินค้าเป็นช่วงๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคให้ซื้อมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษของผู้บริโภคเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 405 คน และวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติทดสอบที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way ANOVA) และการวิเคราะห์ความถดถอยพหุแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 60.0 มีอายุระหว่าง 45-54 ปี ร้อยละ 27.7 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 61.0 สถานภาพสมรสแล้ว ร้อยละ 71.6 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวร้อยละ 29.6 มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาทร้อยละ 22.2

5.1.2 ข้อมูลพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ

การเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ ผู้บริโภคนิยมเลือกประเภทผักกินใบมากที่สุด ร้อยละ 49.9 การเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษเนื่องจากให้ความสำคัญกับสุขภาพ ร้อยละ 42.2 การเลือกสถานที่ซื้อเนื่องจากสะดวกในการเดินทาง ร้อยละ 36.3 การตัดสินใจซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษเป็นการตัดสินใจด้วยตัวเองมากที่สุด ร้อยละ 42.2 รู้จักกับผักปลอดภัยจากสารพิษเนื่องจากมีความสนใจเป็นการส่วนตัวร้อยละ 40.2 ความถี่ในการซื้อ จะซื้อ 1 ครั้ง/สัปดาห์มากที่สุด ร้อยละ 58.3 โดยเฉลี่ยซื้อ 1.63 ครั้งต่อสัปดาห์ปริมาณในการซื้อเฉลี่ย 0.86 กก.ต่อครั้ง และค่าเฉลี่ยในการซื้อ 107.22 บาทต่อครั้ง การประกอบอาหาร จะนำไปผัดมากที่สุดร้อยละ 49.1 ส่วนใหญ่นิยมซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษมากกว่าผักธรรมดา ร้อยละ 67.9 เนื่องจากดีต่อสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 70.1 แต่มีความคิดเห็นว่าผักปลอดภัยจากสารพิษมีรสชาติไม่แตกต่างจากผักธรรมดา ร้อยละ 64.9 มีความมั่นใจต่อตราสัญลักษณ์ที่ใช้ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 42.0

5.1.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.06$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีคะแนนเฉลี่ย 4.26, 4.19, 4.16 และ 3.61 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า 1) ด้านผลิตภัณฑ์ความสดใหม่ของผักมีความสำคัญต่อการเลือกซื้อ อยู่ในระดับมากที่สุด นอกนั้นอยู่ในระดับมากที่สุดทั้งหมด 2) ด้านราคา พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุดทั้งหมด 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุดทั้งหมด และ 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด หัวข้อที่อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การจัดวางเป็นระเบียบสะดวกในการเลือกซื้อ มีป้ายโฆษณา ผักปลอดภัยจากสารพิษ และการลดราคาสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อ นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้สำหรับใช้ในงานวิจัยการศึกษานี้เท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.4 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรสและรายได้ต่อเดือน(ตารางที่ 5.1)

ตารางที่ 5.1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ

ปัจจัยส่วนบุคคล	พฤติกรรมในการเลือกซื้อผักปลอดภัยต่อสารพิษ		
	ความถี่ในการซื้อ	ปริมาณในการซื้อ	ค่าใช้จ่ายในการซื้อ
เพศ	-	-	-
อายุ	✓	✓	✓
การศึกษา	-	-	-
สถานภาพสมรส	-	✓	✓
อาชีพ	-	-	-
รายได้ต่อเดือน	✓	✓	-

5.1.5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ รูปแบบของลักษณะหีบห่อ 2) ด้านราคา ได้แก่ ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับผักอื่นๆ 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ท่าเลที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายใกล้ที่ทำงาน และท่าเลที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายอยู่ในเส้นทางที่ผ่านเป็นประจำ 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การจัดวางเป็นระเบียบสะดวกในการเลือกซื้อ มีป้ายโฆษณาผักปลอดภัยจากสารพิษ การแจกแผ่นพับใบปลิวแนะนำผักปลอดภัยจากสารพิษ และการบริการของพนักงานขาย

5.2 การอภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

พฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษของผู้บริโภค พบว่า

(1) ผู้บริโภคเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษประเภทผักกินใบมากที่สุด อาจเป็นเพราะสามารถนำมาประกอบอาหารได้ง่าย และทำได้หลากหลายเมนูมากกว่าผักประเภทอื่นๆ

(2) ผู้บริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษมีเหตุผลในการเลือกซื้อ คือ ให้ความสำคัญกับสุขภาพมากที่สุด โดยผู้บริโภคจะเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษจากห้างบิ๊กซี โลตัส และแม็คโครเนื่องจากสะดวกในการเดินทางมากที่สุด และผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ คือ การตัดสินใจด้วยตนเอง อาจเป็นเพราะความต้องการที่จะดูแลตนเอง จึงได้มีการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษมาบริโภค

(3) ผู้บริโภครู้จักผักปลอดภัยจากสารพิษได้ เพราะมีความสนใจเป็นการส่วนตัวอยู่แล้ว จึงตัดสินใจในการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษมาบริโภคด้วยตนเอง เพื่อให้มีสุขภาพที่ดี

(4) ผู้บริโภคมีวิธีในการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ 1 ครั้ง/สัปดาห์มากที่สุด โดยซื้อในไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปริมาณครั้งละน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.5 กก. ค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้ง 51-100 บาท ผู้บริโภคนำผักปลอดภัยจากสารพิษไปประกอบเป็นอาหารประเภทผักมากที่สุด อาจเป็นเพราะเป็นวิธีการประกอบอาหารที่ง่าย หรือได้รสชาติที่ดีกว่าการนำไปประกอบอาหารประเภทอื่นๆ

(5) ผู้บริโภคได้รับข่าวสารเกี่ยวกับผักปลอดภัยจากสารพิษทางโทรทัศน์มากที่สุด อาจเป็นเพราะโทรทัศน์เป็นสื่อที่เข้าถึงได้ง่าย และมีกันทุกครัวเรือน

(6) ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความนิยมผักปลอดภัยจากสารพิษมากกว่าผักธรรมดา เนื่องจากสาเหตุที่ว่า ดีต่อสุขภาพมากกว่าผักธรรมดา แต่มีรสชาติที่ไม่แตกต่างกัน ด้านความมั่นใจในตราสัญลักษณ์ที่ใช้รับรองว่าเป็นผักปลอดภัยจากสารพิษ มีความมั่นใจในระดับมาก

ปัจจัยประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษพบว่า

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ ความสดใหม่ของผัก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐพล อนันท์วัฒน์ (2547) พบว่า พฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภคส่วนใหญ่ จะเลือกซื้อโดยคำนึงถึงความสดใหม่ของผักมาเป็นอันดับแรก ซึ่งอาจเป็นเพราะว่าความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์สามารถมองเห็นได้ด้วยสายตาเป็นอันดับแรก

(2) ด้านราคา มีป้ายแสดงราคาให้เห็นชัดเจน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เพราะราคาเป็นอีกหนึ่งปัจจัยในการเลือกซื้อของผู้บริโภค การมีป้ายแสดงราคาจึงเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจง่ายขึ้นในการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ

(3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าทั่วไป มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด อาจเป็นเพราะผู้บริโภคมีความสะดวกสบายในการเดินทาง หรือห้างสรรพสินค้ามีสินค้าให้เลือกหลากหลาย มีการจัดวางสินค้าให้มีความน่าสนใจและสะดวกในการเลือกซื้อ

(4) ด้านการส่งเสริมการตลาด การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบสะดวกในการเลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด อาจเป็นเพราะสถานที่จำหน่ายมีการจัดวางผลิตภัณฑ์เป็นระเบียบ เป็นหมวดหมู่ ผู้บริโภคจึงสะดวกในการมองหาและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผักปลอดภัยจากสารพิษได้ง่าย

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส และรายได้ต่อเดือน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากอายุของผู้บริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษ มีอายุอยู่ในช่วง 45-54 ปีมากที่สุด และมีสถานภาพสมรสแล้ว ซึ่งเป็นวัยทำงาน และให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพของตนเองและครอบครัว ส่วนรายได้ต่อเดือนของผู้บริโภค มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาทมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจิราวรรณ เปรื่องปราชญ์และวิภา อภิรักษ์ (2555) เนื่องจากผักปลอดภัยจากสารพิษเป็นสินค้าที่มีราคาสูงกว่าผักธรรมดา ดังนั้นกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมีรายได้ค่อนข้างสูง ซึ่งมีกำลังซื้อเพียงพอที่จะซื้อหาอาหารเพื่อสุขภาพของตนเองและครอบครัว

จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส และรายได้ต่อเดือน

(1) อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อปริมาณกับค่าใช้จ่ายในการซื้อแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีผลต่อความถี่ในการซื้อแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

(2) สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีผลต่อปริมาณในการซื้อแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีผลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

(3) รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อปริมาณในการซื้อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีผลต่อความถี่ในการซื้อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

เอกสารนี้เป็นเอกสารของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ขอสงวนสิทธิ์ในเนื้อหา ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า(1) ด้านผลิตภัณฑ์ รูปแบบของลักษณะหีบห่อ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

(2) ด้านราคา ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับผักอื่นๆ มีความสัมพันธ์กับปริมาณ และค่าใช้จ่ายในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

(3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ท่าเลที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายใกล้ที่ทำงาน มีความสัมพันธ์กับปริมาณในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนท่าเลที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายอยู่ในเส้นทางที่ผ่านเป็นประจำ มีความสัมพันธ์กับปริมาณในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(4) ด้านการส่งเสริมการตลาด การจัดวางเป็นระเบียบสะดวกในการเลือกซื้อ มีความสัมพันธ์กับปริมาณ และค่าใช้จ่ายในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีป้ายโฆษณาผักปลอดภัยจากสารพิษ มีความสัมพันธ์กับปริมาณในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนการแจกแผ่นพับ ใบปลิว แนะนำผักปลอดภัยจากสารพิษ มีความสัมพันธ์กับปริมาณในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และการบริการของพนักงานขาย มีความสัมพันธ์กับปริมาณ และค่าใช้จ่ายในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

(1) ด้านกลยุทธ์การตลาดผักปลอดภัยจากสารพิษ ควรให้ความสำคัญกับผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก โดยพิจารณาด้านอายุ สถานภาพสมรสและรายได้ต่อเนื่อง ซึ่งจากการศึกษาพบว่า มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

(2) ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้จัดจำหน่ายควรให้ความสำคัญกับรูปแบบของลักษณะหีบห่อ โดยมีการพัฒนารูปแบบหีบห่อให้มีความน่าสนใจ มีความแข็งแรง ป้องกันการกระแทกหรือกดทับ ซึ่งจะช่วยให้ผักเข้าได้ รวมทั้งผลิตภัณฑ์ที่สามารถลดการคายน้ำของผักได้ดี เพื่อยืดอายุการเก็บรักษาได้นานขึ้นเป็นต้น เพราะจากการศึกษาพบว่า มีอิทธิพลต่อความถี่ในการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

(3) ด้านราคา จะต้องมียุทธศาสตร์ที่เหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับผักอื่น ๆ และควรตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพ และมีการแสดงราคาจำหน่ายให้ชัดเจน เป็นต้น

(4) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เนื่องจากท่าเลที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายใกล้ที่ทำงาน และอยู่ในเส้นทางที่ผ่านเป็นประจำ มีความสัมพันธ์กับปริมาณในการซื้อ ดังนั้นผู้ผลิตจึงควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้หลากหลายมากยิ่งขึ้น ทั้งการวางขายในร้านค้าทั่วไป หรือมีการออกร้านแสดงสินค้า เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ และเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

(5) ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการบริการของพนักงานขาย และผู้บริโภคควรได้รับคำแนะนำหรือข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับสินค้าจากพนักงาน เพื่อช่วยในการตัดสินใจในการเลือกซื้อ มีการปรับลดราคาสินค้า จัดโปรโมชั่นต่างๆ หรือมีส่วนลดสำหรับสมาชิก เพื่อช่วยในการกระตุ้นยอดขายเพิ่มมากขึ้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

(1) ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษในพื้นที่อื่นๆ

(2) ควรมีการศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษทุกๆ 3-5 ปี เนื่องจากกระแสการบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

- กรมวิชาการเกษตรและกรมส่งเสริมสหกรณ์. 2541. รายงานการประเมินผลงานส่งเสริม. กรุงเทพฯ : กรมวิชาการเกษตรและการส่งเสริมการเกษตร.
- กรรณิการ์ นิตติภักย์ธรรม. 2547. ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมของการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของนิสิต. วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จิราพร จักรโพวงศ์. 2530. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความตระหนักเกี่ยวกับปัญหาการบริโภคอาหารที่มีวัตถุเจือปนและเครื่องปรุงรสของแม่บ้านในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- จิวรรณ เป็รื่องปราชญ์และวิภา อภิรักษ์. 2555. พฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษของผู้บริโภคในเขตสะพานสูง กรุงเทพมหานคร. ปัญหาพิเศษระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ไชยยศ เรืองสุวรรณ. 2526. การบริหารสื่อและเทคโนโลยีการศึกษา. กรุงเทพฯ : ไทย วัฒนาพานิชย์.
- ณัฐพล อนันต์วิธาน. 2547. พฤติกรรมการเลือกซื้อผักและผลไม้ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ธงชัย สันติวงษ์. 2540. พฤติกรรมการบริโภคทางการตลาด. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิชย์.
- บงอร สุขจันทร์. 2544. การรับรู้และความต้องการผักปลอดภัยจากสารพิษของประชาชน. วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- บุญเกียรติ ชิวตะกุลกิจ. 2541. เอกสารการสอนชุดวิชาพฤติกรรมผู้บริโภค. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- บุญกรรม กิจปริดาบริสุทธิ. 2535. ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ : B&B Publishing.
- ปาริชาติ วิสุทธิสมาจาร. 2547. เอกสารวิเคราะห์เส้นทางและผลกระทบของสารเคมีทางการเกษตรที่ตกค้างในกระบวนการผลิตผักในพื้นที่ภาคใต้. กรุงเทพฯ : สำนักงานปฏิรูประบบสุขภาพแห่งชาติ.
- ฝ่ายข้อมูลมูลนิธิชีววิถี. 2554. ผลกระทบสารเคมีกำจัดศัตรูพืชต่อสุขภาพคนไทย. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.biothai.net/node/869>. [10 กุมภาพันธ์ 2556].
- พัชริน ดำรงกิตติกุล. 2542. การจัดการระบบประกันคุณภาพผักปลอดสารพิษ: สร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภค. วารสารผู้ส่งออก. 13(286): 54-77.
- พิบูลย์ ทีปะपाल. 2543. การบริหารการตลาด ยุคใหม่ในศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัดรุ่งเรืองศาสน์การพิมพ์.
- พิมล ศรีวิกรม์. 2542. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : คณะพาณิชยศาสตร์และการ บัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรรณนีย์ วิชชาชู. 2548. เกษตรนำชาติศาสตร์ที่ยั่งยืน. วารสารกสิกร 78(1): 90-104.
- วรลักษณ์ ศรีโย. 2555. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.tcijthai.com/TCIJ/view.php?ids=972>. [10 กุมภาพันธ์ 2556].
- เอกสารนี้เป็นเอกสารที่เผยแพร่โดยไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ศิริวรรณ งามพัฒนาพันธ์. 2539. การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการตอบสนองด้านราคาของผักปลอดสารพิษ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538. พฤติกรรมผู้บริโภคฉบับพื้นฐาน. กรุงเทพฯ : พัฒนาการศึกษาศึกษา.
- _____. 2546. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- ศรีสุดา สหชัยศรี. 2540. การตลาดในยุคเศรษฐกิจใหม่ : แนวคิดและทฤษฎี. กรุงเทพฯ : Tipping Point Press.
- ศุภร เสรีรัตน์. 2540. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ดอกหญ้า.
- สลักจิตร์ ศิรินันท์. 2539. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผักปลอดสารพิษของแม่บ้านในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สำนักงานเกษตรจังหวัดสมุทรปราการ. 2554. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : www.samutprakan.doae.go.th/html/document/handbook54.pdf. [10 กุมภาพันธ์ 2556].
- เสรี วงษ์มณฑา. 2542. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : Diamond in Business World.
- แสงเดือน อินชนบท. 2553. การบริโภคผักให้ปลอดภัยจากสารพิษ. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www2.it.mju.ac.th/dbresearch/raen/index.php/newspaper2010/125-vegetpotion>. [10 กุมภาพันธ์ 2556].
- อภิชาติ ดีสมสุข. 2545. ทิศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารที่มีส่วนผสมจากพืชที่ดัดแปลงพันธุกรรม (GMOs) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อัครฤทธิ์ หอมประเสริฐ. 2543. การศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นที่มีต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดประเภทธุรกิจ แฟรนไชส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศศิภา ลีละยุทธสุนทร. 2554. พฤติกรรมในการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดสระบุรี. ปัญหาพิเศษระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร.
- อรุณี ข่างสุวรรณ. 2547. ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์ของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร. ปัญหาพิเศษระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- Cochran, William G. 1997. Sampling Techniques. New York: John Willey and Sons.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษของผู้บริโภค
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หรือเติมข้อความลงในช่องว่างตรงตามความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. ท่านเคยซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษหรือไม่

() เคย () ไม่เคย

2. เพศ

() ชาย () หญิง

3. อายุ

() 15-24 ปี () 25-34 ปี () 35-44 ปี

() 45-54 ปี () 55-64 ปี () 65 ปีขึ้นไป

4. ระดับการศึกษา

() ประถมศึกษา () มัธยมศึกษาตอนต้น

() มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. () อนุปริญญา/ปวส.

() ปริญญาตรี () สูงกว่าปริญญาตรี

5. สถานภาพสมรส

() โสด () สมรส () หย่าร้าง/แยกกันอยู่

6. อาชีพ

() นิสิต/นักศึกษา () รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ

() แม่บ้าน/พ่อบ้าน () พนักงานบริษัทเอกชน

() ธุรกิจส่วนตัว () อื่นๆ (ระบุ).....

7. รายได้ต่อเดือน

() ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท () 5,001-10,000 บาท () 10,001-15,000 บาท

() 15,001-20,000 บาท () 20,001-25,000 บาท () 25,001-30,000 บาท

() 30,001-35,000 บาท () 35,001-40,000 บาท () มากกว่า 40,000 บาท

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษของผู้บริโภค

8. ท่านซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษชนิดใดบ่อยที่สุด

() ผักกินใบ เช่น ผักบุ้ง คะน้า () ผักกินราก เช่น แครอท หัวหอม

() ผักกินดอก เช่น กะหล่ำดอก บล็อกโคลี () ผักกินผล เช่น แตงกวา มะเขือ

() ผักตระกูลถั่ว เช่น ถั่วฝักยาว ถั่วลันเตา () อื่นๆ (ระบุ).....

9. สาเหตุที่ท่านเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ

() อยากรทดลองบริโภค () คุณค่าทางอาหาร

() ตามค่านิยม () ให้ความสำคัญกับสุขภาพ

() ความชอบ () หาซื้อได้ง่าย

() อื่นๆ (ระบุ).....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10. ส่วนใหญ่ท่านซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษจากสถานที่ใด
 บิ๊กซี โลตัส
 แม็คโคร อื่นๆ (ระบุ).....
11. สาเหตุที่ท่านเลือกซื้อจากสถานที่ดังกล่าว
 สะดวกในการเดินทาง ใกล้ที่พักอาศัย
 มั่นใจว่าเป็นผักปลอดภัยจากสารพิษจริง ใกล้ที่ทำงาน
12. ใครมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษของท่านมากที่สุด
 ตัดสินใจเอง เพื่อน/มีผู้แนะนำ
 ครอบครัว กระแสนิยม
 อื่นๆ (ระบุ).....
13. ท่านรู้จักผักปลอดภัยจากสารพิษได้อย่างไร
 บุคคลรู้จักแนะนำ การโฆษณาของผู้ขาย
 มีความสนใจเป็นส่วนตัว จากสื่อ วิทยุ โทรทัศน์
 อื่นๆ (ระบุ).....
14. ท่านซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษบ่อยเพียงใด
 1 ครั้ง/สัปดาห์ 2-3 ครั้ง/สัปดาห์
 4-5 ครั้ง/สัปดาห์ มากกว่า 5 ครั้ง/สัปดาห์
 อื่นๆ (ระบุ).....
15. ปริมาณของผักปลอดภัยจากสารพิษที่ท่านซื้อในแต่ละครั้ง
 น้ำหนักน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ก.ก. น้ำหนัก 0.6-1 ก.ก.
 น้ำหนัก 1-2 ก.ก. มากกว่าน้ำหนัก 2 ก.ก. ขึ้นไป
16. ค่าใช้จ่ายในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษในแต่ละครั้ง
 ต่ำกว่า 50 บาท 51-100 บาท
 101-150 บาท 151-200 บาท
 201-250 บาท มากกว่า 250 บาท ขึ้นไป
17. ส่วนใหญ่ท่านซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษไปประกอบเป็นอาหารประเภทใด
 ทำสลัด/ยำ รับประทานเป็นเครื่องดื่ม
 นำไปผัด นำไปต้ม/ลวก
18. ท่านได้รับข่าวสารเกี่ยวกับผักปลอดภัยจากสารพิษจากแหล่งใดมากที่สุด
 โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์
 วิทยุ อินเทอร์เน็ต
 อื่นๆ (ระบุ).....
19. ระหว่างผักธรรมดากับผักปลอดภัยจากสารพิษท่านนิยมซื้อผักชนิดไหนมากกว่ากัน
 ผักธรรมดา ผักปลอดภัยจากสารพิษ
20. สาเหตุใดที่ท่านจึงเลือกซื้อผักตามข้อ 19
 ดีต่อสุขภาพ ราคาถูกกว่า
 อื่นๆ (ระบุ).....
21. ในการเปรียบเทียบระหว่างผักธรรมดาและผักปลอดภัยจากสารพิษท่านคิดว่ามีความแตกต่างด้านรสชาติหรือไม่
 แยกต่าง ไม่แตกต่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

22. ท่านมั่นใจในตราสัญลักษณ์ (Brand) ที่รับรองผักปลอดภัยจากสารพิษมากน้อยเพียงใด

() มากที่สุด () มาก () ปานกลาง () น้อย () น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง □ ที่ท่านคิดเห็นว่าข้อความนั้นอยู่ในระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยตอบเพียงข้อละ 1 คำตอบ ดังนี้

5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

ปัจจัยทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
ด้านผลิตภัณฑ์					
1.ความสดใหม่ของผัก					
2.มั่นใจในคุณภาพว่าปลอดภัยจากสารพิษ					
3.ความสะอาดของผัก					
4.ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์					
5.รูปแบบของลักษณะหีบห่อ					
6.ปริมาณที่บรรจุมีความเหมาะสม					
7.มีฉลากกำกับว่ามาจากแหล่งผลิตใด					
ด้านราคา					
8.ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับผักอื่นๆ					
9.ราคาคู่แข่งกับคุณภาพ					
10.มีป้ายแสดงราคาให้เห็นชัดเจน					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
11.ทำเลที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายใกล้ที่พักอาศัย					
12.ทำเลที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายใกล้ที่ทำงาน					
13.ทำเลที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายอยู่ในเส้นทางที่ผ่านเป็นประจำ					
14.มีจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าทั่วไป					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
15.การจัดวางเป็นระเบียบสะดวกในการเลือกซื้อ					
16.มีป้ายโฆษณาผักปลอดภัยจากสารพิษ					
17.การประชาสัมพันธ์ แนะนำผ่านเสียงตามสาย					
18.การแจกแผ่นพับ ใบปลิว แนะนำผักปลอดภัยจากสารพิษ					
19.การให้ของแถมเมื่อมีการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ					
20.การลดราคาสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อ					
21.การบริการของพนักงานขาย					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่ท่านคิดว่ามีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ

.....

.....

.....

.....



ภาคผนวก ข
ประวัตินักวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อมูลประวัติหัวหน้าโครงการวิจัย

ประวัติส่วนตัว

นายปัญญา หมั่นเก็บ

ตำแหน่งปัจจุบัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์

ประวัติการศึกษา

ชื่อย่อปริญญา	สาขา	สถาบันที่จบ	ปีที่จบ
วท.บ.	เกษตรศาสตร์	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	2527
ศบ.	เศรษฐศาสตร์	มหาวิทยาลัยสุโขทัย	2545
วท.ม.	เกษตรศาสตร์	ธรรมมาธิราช มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2536
ศษ.ด.	สิ่งแวดล้อมศึกษา	มหาวิทยาลัยมหิดล	2545

สาขาวิจัยที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) การวิเคราะห์ระบบการทำฟาร์มและระบบนิเวศเกษตร การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม การพัฒนาและส่งเสริมการเกษตร

ทุนการศึกษาและทุนวิจัยที่เคยได้รับ

ปี พ.ศ.	ทุนวิจัย	สถาบันที่ให้
2552	การติดตามและประเมินผลการดำเนินงานพัฒนาฝีมือแรงงานปีงบประมาณ 2551	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน
2550	การศึกษาระบบลอจิสติกส์และการจัดการโซ่อุปทานโคเนื้อในประเทศไทย	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
2548	ระบบการผลิตและการตลาดโคมีชีวิตตามแนวชายแดนไทย-พม่า	กรมปศุสัตว์
2548	ความเป็นไปได้ในการพัฒนาธุรกิจมีชีวิตและธุรกิจต่อเนื่องตามแนวชายแดนไทย-พม่า	กรมปศุสัตว์
2547	การประเมินผลโครงการนำร่องเพื่อพัฒนาเกษตรกรรายย่อยของเกษตรกรรายย่อยภูมินิเวศน์ฉะเชิงเทรา	มูลนิธิเกษตรกรรมยั่งยืน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์

ผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ที่ตีพิมพ์เผยแพร่ (ระดับชาติและนานาชาติ)

- Mankeb, P., T. Limunggura, A. In-go and P. Chulilung. 2013. Adoption of Good Agricultural Practices by Durian Farmers in Koh Samui District, Surat Thani Province, Thailand. Proceedings 9th International Symposium on Social Management Systems (SSMS2013) 2nd-4th December, 2013 in Sydney, Australia[Online]. Available : <http://management.kochi-tech.ac.jp>.
- Mankeb, P. 2010. Factors Affecting Decision Towards Organic Rice Farmer's Production at Trakarnpuanpon District, Ubon Rachathani Province Thailand. Proceedings 16th Asian Agricultural Symposium and 1st International Symposium on Agricultural Technology "Sufficiency Agriculture" 25-27 August 2010, Bangkok, Thailand. pp. 549-552.
- Limunggura, T., S. Pratumnan, and P. Mankeb. 2010. Factors Affecting Farmer Participation in the Agricultural Learning Center Under Sufficiency Economy Concept, Chon Buri Province, Thailand. Proceedings 16th Asian Agricultural Symposium and 1st International Symposium on Agricultural Technology "Sufficiency Agriculture" 25-27 August 2010, Bangkok, Thailand. pp.541-544.
- Teplip, J., T. Chaowalit and P. Mankeb. 2010. Production Factors Influencing Consumers' Purchasing Decision Towards Processed Meat Products of Thai-German Meat Product Co., Ltd. in Bangkok, Thailand. Proceedings 16th Asian Agricultural Symposium and 1st International Symposium on Agricultural Technology "Sufficiency Agriculture" 25-27 August 2010, Bangkok, Thailand. pp. 553-556.
- Mankeb, P. and T. Mekhora. 2007. Live Cattle and Buffalo Trading System and Condition Along Thai-Burmese. Proceedings International Conference on Engineering, Applied Sciences, and Technology (ICEAST), November 21-23, 2007, The SwissÔtel Le Concorde, Bangkok, Thailand. pp 699-701.
- Mekhora, T. and P. Mankeb 2007. Production and Marketing System of Burmese Live Cattle and Buffalo in Thailand. Proceedings International Conference on Engineering, Applied Sciences, and Technology (ICEAST), November 21-23, 2007, The SwissÔtel Le Concorde, Bangkok, Thailand. pp 623-625.
- Jongkaewwattana, S., A. Jintrawet, P. Mankeb and C. Sangchayoswat. 1993. A Decision Support System for Resources Optimization in Rice Production in the North and Northeast Thailand. Proceedings Low-Input Sustainable Crop Production Systems in Asia, KSCS, Korea. pp 325-346.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเสนอผลงานวิชาการ

- ปัญญา หมั่นเก็บ, สุนิสา น้อยใส และทิพวรรณ ลิ้มงูร. 2554. การเปลี่ยนแปลงสภาพครัวเรือนเกษตรกรในเขตชานเมือง กรณีศึกษาเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร. การประชุมทางวิชาการ ครั้งที่ 49 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สาขาส่งเสริมการเกษตร. หน้า 137-144.
- เลิศฤทธิ ทรัพย์เฉลิม, ปัญญา หมั่นเก็บ และทิพวรรณ ลิ้มงูร. 2554. กระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาการทำสวนผลไม้ของเกษตรกร กรณีศึกษาบ้านบ่อหิน ตำบลตะพง อำเภอมือง จังหวัดระยอง. การประชุมทางวิชาการ ครั้งที่ 49 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สาขาส่งเสริมการเกษตร. หน้า 124-130.
- สุพรรณิ เลขกลาง, ปัญญา หมั่นเก็บ และทิพวรรณ ลิ้มงูร. 2554. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจผลิตข้าวอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดสุรินทร์. การประชุมทางวิชาการ ครั้งที่ 49 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สาขาส่งเสริมการเกษตร. หน้า 131-136.
- ทิพวรรณ แสงเหลือ, ดวงกมล ปานรศทิพ ธรรมมาธิวัฒน์ และปัญญา หมั่นเก็บ. 2554. การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาฐานข้อมูลของเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดระยอง. การประชุมทางวิชาการ ครั้งที่ 49 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สาขาส่งเสริมการเกษตร. หน้า 35-42.
- ชิตชนก ตระกูลทิพย์, ทิพวรรณ ลิ้มงูร และปัญญา หมั่นเก็บ. การประยุกต์ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในการดำเนินชีวิต : กรณีศึกษาชุมชนเกษตรบ้านจำรุง ตำบลเนินฆ้อ อำเภอกาญจนบุรี จังหวัดระยอง. วารสารเกษตรพระจอมเกล้า. 28(2): 74-82.
- ปัญญา หมั่นเก็บ และลือพงษ์ ลือนาม. 2552. ผลของน้ำส้มควันไม้จากไม้ไผ่ต่อการเจริญเติบโตของคะน้าและกวางตุ้ง. การประชุมทางวิชาการ ปี 2552 สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ร่วมกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น “การพัฒนาชนบทที่ยั่งยืน”. หน้า 466-469.
- ปัญญา หมั่นเก็บ และ อารงค์ เมฆโหรา. 2552. ลอจิสติกส์และการจัดการโซ่อุปทานโคเนื้อในประเทศไทย. การสัมมนาวิชาการเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปี 2552. หน้า 260-261.
- ปัญญา หมั่นเก็บ และ อารงค์ เมฆโหรา. 2552. การศึกษาเปรียบเทียบมูลค่าเพิ่มของธุรกิจโคเนื้อที่ผ่านระบบโรงฆ่าสัตว์ทั่วไปและโรงฆ่าสัตว์มาตรฐานในประเทศไทย. การสัมมนาวิชาการเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปี 2552. หน้า 257-259.
- ปัญญา หมั่นเก็บ และ อารงค์ เมฆโหรา. 2552. การดำเนินงานของโรงฆ่าสัตว์ตามเส้นทางเดินของโคและกระบือจากสภาพพม่าในประเทศไทย. การประชุมทางวิชาการ ครั้งที่ 46. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สาขาเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ. หน้า 413 – 419.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้