

พฤติกรรมกรรมการบริโศคฝักปลอดสารพิษของผูับริโศคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี

กรรณิการ์ คงวาริน¹, จินตนิยั รุ้ชื่อ²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโศคฝักปลอดสารพิษของผูับริโศคในอำเภอเมืองจังหวัดสุราษฎร์ธานี 2) ศึกษาปัจจัยด้านจิตวิทยาของผูับริโศคฝักปลอดสารพิษของผูับริโศคในอำเภอเมืองจังหวัดสุราษฎร์ธานี 3) ศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของผูับริโศคฝักปลอดสารพิษของผูับริโศคในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี 4) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านจิตวิทยา และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมของผูับริโศค กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 415 คน วิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน Chi-Square กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการศึกษา พบว่า ผูัตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี สถานภาพสมรส ศึกษา ระดับปริญญาตรี ประกอบธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 21,001 บาทขึ้นไป และไม่มีเด็กในครัวเรือน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโศคฝักปลอดสารพิษในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยเพศหญิงมีอิทธิพลในการเลือกซื้อฝักปลอดสารพิษมากที่สุด ในขณะที่จำนวนเด็กในครัวเรือนไม่มีความสัมพันธ์ ปัจจัยด้านจิตวิทยา พบว่า การรับรู้อยู่ในระดับมาก แรงจูงใจอยู่ในระดับมาก และทัศนคติเห็นด้วยกับการบริโศคฝักปลอดสารพิษ ซึ่งสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโศคฝักปลอดสารพิษในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดผูับริโศคมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโศคฝักปลอดสารพิษในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ฝักปลอดสารพิษ, ฝักอนามัย, ฝักไฮโดรโปนิก, พฤติกรรมผูับริโศค, ส่วนประสมทางการตลาด

ชื่อผู้ติดต่อขอความ: กรรณิการ์ คงวาริน

E-mail: k.kannikar.25@gmail.com

(Received: June 11, 2018; Revised: September 27, 2018; Accepted: March 18, 2019)

¹ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ E-mail: k.kannikar.25@gmail.com

² ดร. สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ E-mail: jjintane@wu.ac.th

Consumer's Behavior in Pesticide – Free Vegetables and Produce Consumption in Suratthani Province

Kannikar Kongwarin¹, Jintanee Roosae²

Abstract

This research aimed to study: 1) behavior among consumers of Pesticide-Free Vegetables and Produce in Surat Thani Province; 2) psychological factors of consumers' behavior in Pesticide-Free Vegetables and Produce in Surat Thani Province; 3) marketing mix factors of consumers' behavior in Pesticide-Free Vegetables and Produce in Surat Thani Province and ;4) relationship between socio-demographic factors, psychological factors and marketing mix factors. The questionnaire was used as a tool for collecting data. The samples were composed of 415 individuals. The results were analyzed with descriptive statistics (percentage, mean, standard deviation) and inferential statistics (Chi-Square) with statistical significance at 0.05.

The results show that the most respondents were female, married, aged 31–40 years old, and earned a bachelor's degree, business owners with an income of more than 21,001 baht per month, and without children in the household. The demographic factors (sex age income education marriage status and Occupation) were found to be highly correlated to consumer's behavior in buying Pesticide-Free Vegetables and Produce in Surat Thani Province with statistical significance at 0.05. Pesticide-Free Vegetables and Produce were more often bought by females than males. On the other hand, the number of children in the household had no influence. For psychological factors, the respondents had a high level of Awareness, motives and attitude, and most showed consent with consuming pesticide-free vegetables and produce. In summary, the consumers' behavior was correlated to psychological factors significantly at the 0.05 level. marketing mix factors were found at high level and, correlated to consumer's behavior in consuming Pesticide-Free Vegetables and produce in Surat Thani Province statistically significant at the 0.05 level.

Keywords: Pesticide free; Pesticide safe; Hydroponics; Consumer's Behavior; Marketing Mix

Corresponding Author: Kannikar Kongwarin

E-mail: k.kannikar.25@gmail.com

¹ Graduate Student Major Business Administration, Walailak University. E-mail: k.kannikar.25@gmail.com

² Dr. in Faculty of Management Sciences, , Walailak University. E-mail: jjintane@wu.ac.th

1. บทนำ

การดูแลสุขภาพกำลังเป็นกระแสนิยมในปัจจุบัน เนื่องจากผู้บริโภคยุคใหม่เริ่มตระหนักถึงภัยของสารเคมีที่ตกค้างในผลิตภัณฑ์ต่างๆ เริ่มมีอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ส่งผลให้ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับผลผลิตทางการเกษตรที่ปลอดภัยต่อสารเคมีมากขึ้น (ประทานทิพย์, 2557) ได้แก่ ผักและผลไม้ เนื่องจากประเทศไทยมีการนำเข้าวัตถุดิบตราขายทางการเกษตรอย่างแพร่หลาย โดยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ตั้งแต่ปี 2553-2558 ก่อให้เกิดการสะสมสารเคมีในห่วงโซ่อาหาร อีกทั้งจากการศึกษาทางวิจัย พบว่าผู้บริโภคมีพฤติกรรมการซื้อ และบริโภคผักทุกวันตามตลาด และห้างสรรพสินค้าทั่วไป มากกว่าผลไม้ถึงร้อยละ 17 ในปริมาณ 2-5 กิโลกรัม (ร้อยละ 75) (Sanjeev Kapoor & Niraj Kumar, 2015) กล่าวได้ว่าผู้บริโภคมีความเสี่ยงสูงในการที่จะได้รับสารเคมีเข้าสู่ร่างกาย ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี พร้อมทั้งศึกษาปัจจัยทางด้านจิตวิทยา และส่วนประสมทางการตลาด ณ สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน เพื่อให้เป็นแนวทางในการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และเป็นแนวทางเบื้องต้นของนักธุรกิจในการวางแผนการทำตลาดผลิตภัณฑ์เกษตรปลอดสารพิษสำหรับผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี กลุ่มเกษตรและผู้ประกอบการในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอแนะในงานวิจัยของ คุณฐิติมา เทียนไพโร (2550) ศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- 2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้บริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- 2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- 2.4 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านจิตวิทยา และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

3. การทบทวนวรรณกรรม และกรอบแนวคิด และสมมติฐานการวิจัย

3.1 การทบทวนวรรณกรรม

3.1.1 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษารครั้งนี้ ได้มีการทบทวนแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา พฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี การศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีมีหลายหลายแง่มุม สรุปได้ดังนี้

แนวคิดและทฤษฎีการรับรู้

การรับรู้ถือเป็นกระบวนการสำคัญในการแสดงพฤติกรรม ความเชื่อ และทัศนคติ โดยมีกระบวนการรับรู้ทางจิตวิทยาเบื้องต้น ในการตีความสิ่งเร้าที่เราสัมผัสต่างๆ เพื่อกลายเป็นประสบการณ์ที่สำคัญต่อผู้รับรู้ ซึ่งการรับรู้จะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ต่างๆ ซึ่งเป็นแรงกระตุ้นจากภายนอก เช่น แรงกดดัน บทบาท คำแนะนำสั่งสอน พลังงานกลุ่ม และภายใน อาทิเช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา ความต้องการ คุณค่า ฯลฯ ซึ่งสิ่งต่างๆ จะมีผลต่อกระบวนการเรียนรู้ เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความสนใจ หรือความต้องการในการรับรู้สิ่งนั้น โดยสิ่งเร้าที่เข้ามาจะเกิดจากกระบวนการสัมผัส แปลความหมาย เพื่อรับรู้สิ่งนั้น (Schmenhorn, Hunt & Osborn, 1982; Kast & Rosenzweig, 1985)

แนวคิดและทฤษฎีทัศนคติ

ทัศนคติ เกิดจากการเรียนรู้ที่บุคคลมีอยู่ตลอดเวลาในการดำรงชีวิตในสังคม ทั้งทางด้านความคิด หรือการรับรู้ ด้านความรู้สึก และแสดงออกมาทางพฤติกรรม (Henry, 1995 และ อดุลย์ และ ดลยา จาตุรงค์กุล, 2550) ซึ่งการรับรู้ถึงสิ่งที่พบเห็น ฟัง สัมผัส อยู่เป็นประจำ ประสบการณ์ การเรียนรู้ หรืออิทธิพลจากความคิดกลุ่ม ซึ่งนำไปสู่การเกิดความคิด ความเชื่อ หรือทัศนคติใหม่ๆ โดยความเชื่อของบุคคล ทัศนคติของคนเรานั้น ไม่ได้เกิดมาพร้อมๆกับเรา (ธงชัย สันติวงษ์, 2539) แต่เกิดขึ้นจากแหล่งต่างๆ ที่เป็นตัวกระตุ้น หรือสิ่งเร้า ให้เกิดการเรียนรู้ทัศนคตินั้นๆ ได้แก่ ประสบการณ์ และค่านิยม (วีระพล สุทธิพรพลากร และเจลิยว แก่นจันทร์, 2538)

แนวคิดการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคแลพฤติกรรมตามแผน

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) โดยใช้หลักการทฤษฎี 6Ws และ 1H (Kotler, 2009) เพื่อค้นหาคำตอบ 7 คำตอบ (7Os) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2550) ทั้งนี้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคดังกล่าวข้างต้น พบว่า หลักการ 6Ws1H เป็นเครื่องมือที่สำคัญ และเกี่ยวข้องในการศึกษาพฤติกรรม และการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค ซึ่งการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคจะช่วยให้เกิดการตลาดสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร และการคิดค้นกลยุทธ์ในการดำเนินงาน ให้ประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับแนวความคิดทางการตลาด (Marketing Concept) และเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจสูงสุด

พฤติกรรมตามแผนใช้ในการตรวจสอบในส่วนของพฤติกรรมการรับรู้ของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีปัจจัยด้านความปลอดภัย เพื่อสุขภาพ สิ่งแวดล้อมและการคุ้มครองสัตว์ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ โดยพฤติกรรมตามแผนเป็นความตั้งใจที่สอดคล้องกับการเรียนรู้ ซึ่งถูกควบคุมโดยพฤติกรรม (Ajzan, 1991)

พฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี

แนวความคิดการศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการเป็นการพิจารณาทางเลือกหนึ่งจากหลายๆ ทางเลือก โดยนำผลตอบแทนจากทุกๆ ทางเลือกมาเปรียบเทียบกันเพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่ผู้บริโภคพึงพอใจที่สุด โดยผู้บริโภคแต่ละรายจะมีความต้องการ และความพึงพอใจแตกต่างกันขึ้นอยู่กับพื้นฐานของแต่ละบุคคล โดยมีกระบวนการการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ 5 ขั้นตอน (Kotler, 1997) ได้แก่ การรับรู้ถึงความต้องการ เพื่อนำไปสู่การค้นหาคำขอซื้อในสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการ โดยพิจารณาสินค้าที่เป็นทางเลือก 3-5 รายการ เพื่อใช้ในการประกอบการประเมินทางเลือกที่ตอบสนองความต้องการได้ดีที่สุด จึงตัดสินใจเลือกซื้อ (และหากพอใจในผลิตภัณฑ์จะเกิดการซื้อซ้ำหรือบอกต่อในแง่บวก แต่หากไม่เป็นที่น่าพึงพอใจ จะเกิดการเลือกซื้อยี่ห้ออื่น และบอกต่อแก่ผู้บริโภครายอื่นในแง่ลบ

แนวความคิดการศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจ

แรงจูงใจเป็นกระบวนการต่างๆ ที่ร่างกาย และจิตใจถูกกระตุ้นจากสิ่งให้เกิดความต้องการซื้อเป็นแรงขับเคลื่อนให้เกิดกระบวนการตัดสินใจซื้อ เพื่อตอบสนองสิ่งที่ตนเองต้องการ โดยแรงจูงใจมี 3 ประเภท ได้แก่ แรงจูงใจในด้านสรีระวิทยา แรงจูงใจทางด้านจิตวิทยา และแรงจูงใจทางสังคม (อารี พันธุ์มณี, 2546)

ข้อมูลเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษ

ผู้บริโภคควรพิจารณาสินค้าที่ปลอดภัยจากสารตกค้าง และเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน ตามที่กรมส่งเสริมการเกษตร กองป้องกันและกำจัดศัตรูพืช (2539) ได้จำแนกออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ผักปลอดสารพิษ ผักอนามัย ผักเกษตรอินทรีย์ และผักไฮโดรโปนิิกส์

3.1.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษารัั้งนี้ ได้มีการศึกษางานวิจัยทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานีผู้บริโภค ดังนี้ Parichard Sangkumchaling and Wen-Chi Huang (2012) ศึกษาวิจัยเรื่อง การรับรู้ และทัศนคติของผู้บริโภคต่อสินค้าอินทรีย์ในภาคเหนือของประเทศไทย วัตถุประสงค์ศึกษาการรับรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับอาหารอินทรีย์ของผู้บริโภค ใช้แบบสอบถาม โดยการสำรวจ 2 ขั้นตอน ขั้นแรกเป็นการ Face-to-Face ในงาน "เกษตรแฟร์ ครั้งที่ 6" ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มอย่างมีระบบ และทำการสำรวจอีกครั้งในกลุ่มตัวอย่างที่นาสนใจ ขั้นตอนที่สอง ทำการสุ่มตัวอย่างในตลาด 3 แห่ง ที่มีความแตกต่างกัน ได้แก่ ตลาดชุมชน ร้านโครงการหลวง และ ท็อปซูเปอร์มาเก็ต แบบสอบถามจะมี 4 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ 2) ความรู้เกี่ยวกับสินค้าอินทรีย์ เช่น ฉลาก และการผลิต 3) พฤติกรรมการบริโภคสินค้าอินทรีย์ เช่น ความถี่ของการซื้อ การรับรู้คุณค่า และ 4) เหตุผลในการซื้อสินค้าอินทรีย์ ข้อมูลที่ได้ใช้สถิติ เช่น ความถี่ cross tabulation และวิเคราะห์ความแตกต่างด้วยโปรแกรม SPSS ผลการศึกษา พบว่า ผู้ซื้ออาหารอินทรีย์จะเป็นผู้สูงอายุ การศึกษาสูงกว่าผู้ที่ไม่เลือกซื้ออาหารอินทรีย์ และส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่ตัดสินใจซื้ออาหารสำหรับทำอาหารภายในครอบครัว อายุเฉลี่ย 36 ปี ซึ่งมีความเต็มใจที่จะจ่ายเงินเพื่อบริโภคสินค้าอินทรีย์ รวมทั้งการที่ผู้ซื้อมีเด็กอาศัยอยู่ด้วยเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าอินทรีย์ สำหรับผู้ที่อายุน้อยกว่า 25 ปี ไม่เต็มใจที่จะจ่ายเงินเนื่องจากสถานะทางการเงินที่ต้อยกว่า แรงจูงใจ และเหตุผลหลักในการซื้ออาหารอินทรีย์ คือ คาดหวังเกี่ยวกับสุขภาพ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการรับรู้เรื่องราคาจำเป็นต่อผู้บริโภค อีกทั้งอุปสรรคในการบริโภคสินค้าอินทรีย์ คือ ผู้บริโภคมีข้อมูลเกี่ยวกับอาหารอินทรีย์ในเรื่องของความปลอดภัย และสุขภาพอนามัยที่

พฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี

ไม่ชัดเจน และควรมีการปรับปรุงเกี่ยวกับการโฆษณาสินค้าอินทรีย์ และป้ายอินทรีย์ยังไม่ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคจริงๆ ร้อยละ 90

Ueasangkomsate and Santiteerakul (2016) ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาทัศนคติ และความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคสินค้าอินทรีย์อย่างยั่งยืน วัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ทัศนคติของผู้บริโภค และความตั้งใจซื้ออาหารอินทรีย์ภายใต้หลักการของการพัฒนาอย่างยั่งยืน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง 316 คน ความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม the Cronbach's Alpha 0.964 ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าทัศนคติของผู้บริโภคเกี่ยวกับอาหารอินทรีย์นั้น ส่วนใหญ่เป็น ด้านสุขภาพ แหล่งกำเนิดการผลิต ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านความปลอดภัย ตามลำดับ ในส่วนของสวัสดิภาพของสัตว์เป็นคุณลักษณะใหม่ที่กำลังได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค แสดงความสัมพันธ์โดย กระบวนการของเพียร์สัน เพื่อค้นหาความสัมพันธ์ระหว่าง 5 คุณลักษณะ และความตั้งใจที่จะซื้ออาหารอินทรีย์โดยการเปิดเผยถึงต้นกำเนิดในการผลิตสัมพันธ์กันในเชิงบวก ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความตั้งใจที่จะซื้ออาหารอินทรีย์ ส่วนคุณลักษณะเรื่องสวัสดิภาพสัตว์และสภาพแวดล้อมเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจที่จะซื้อ แต่สุขภาพ และความปลอดภัยของอาหารเป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการซื้ออาหารอินทรีย์มากที่สุด

จิตติมา เทียนไพโร (2550) ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี วัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค 2) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค และ 3) ศึกษาปัญหา และอุปสรรคในการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ที่เข้ามาใช้บริการและเลือกซื้อผักปลอดสารพิษที่เทสโก้โลตัส บิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ แม็คโคร และร้านบ้านผักสด วิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติความถี่ ร้อยละ และไคร์สแควร์ ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 41-50 ปี สถานภาพสมรส ศึกษาในระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 9,001-12,000 บาท ส่วนใหญ่นิยมเลือกซื้อผักสดชนิดต่างๆ แหล่งที่นิยมเลือกซื้อ คือ บิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์โดยผู้ซื้อเป็นผู้ตัดสินใจเลือกซื้อผักปลอดสารพิษเอง ช่วงเวลาในการเลือกซื้อระหว่าง 18.01-22.00 น. จากผลการศึกษาสามารถสรุปสมมติฐานได้ดังนี้ 1) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษ คือ ปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษในระดับมาก ปัจจัยด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษในระดับกลาง 2) ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค ได้แก่ ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้มีความสัมพันธ์กับร้านที่นิยมเลือกซื้อ ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อ และช่วงเวลาที่นิยมเลือกซื้อ 3) ปัจจัยทางการตลาดสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค พบว่า ปัจจัยทางการตลาด ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริม การตลาด มีความสัมพันธ์กับร้านที่นิยมเลือกซื้อผักปลอดสารพิษ มีส่วนตัดสินใจเลือกซื้อผักปลอดสารพิษ และช่วงเวลาที่นิยมเลือกซื้อผักปลอดสารพิษ

นนุช โกสีย์รัตน์ (2553) ศึกษาวิจัยในเรื่อง ความต้องการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในร้านค้าเพื่อสุขภาพ แขวงศิริราช วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยกำหนดความต้องการบริโภคผักปลอดสารพิษ และศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในร้านค้าเพื่อสุขภาพ แขวงศิริราช เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ด้วยวิธีเลือกแบบเจาะจง และการสุ่มแบบกำหนดตัวอย่าง สถิติที่ใช้

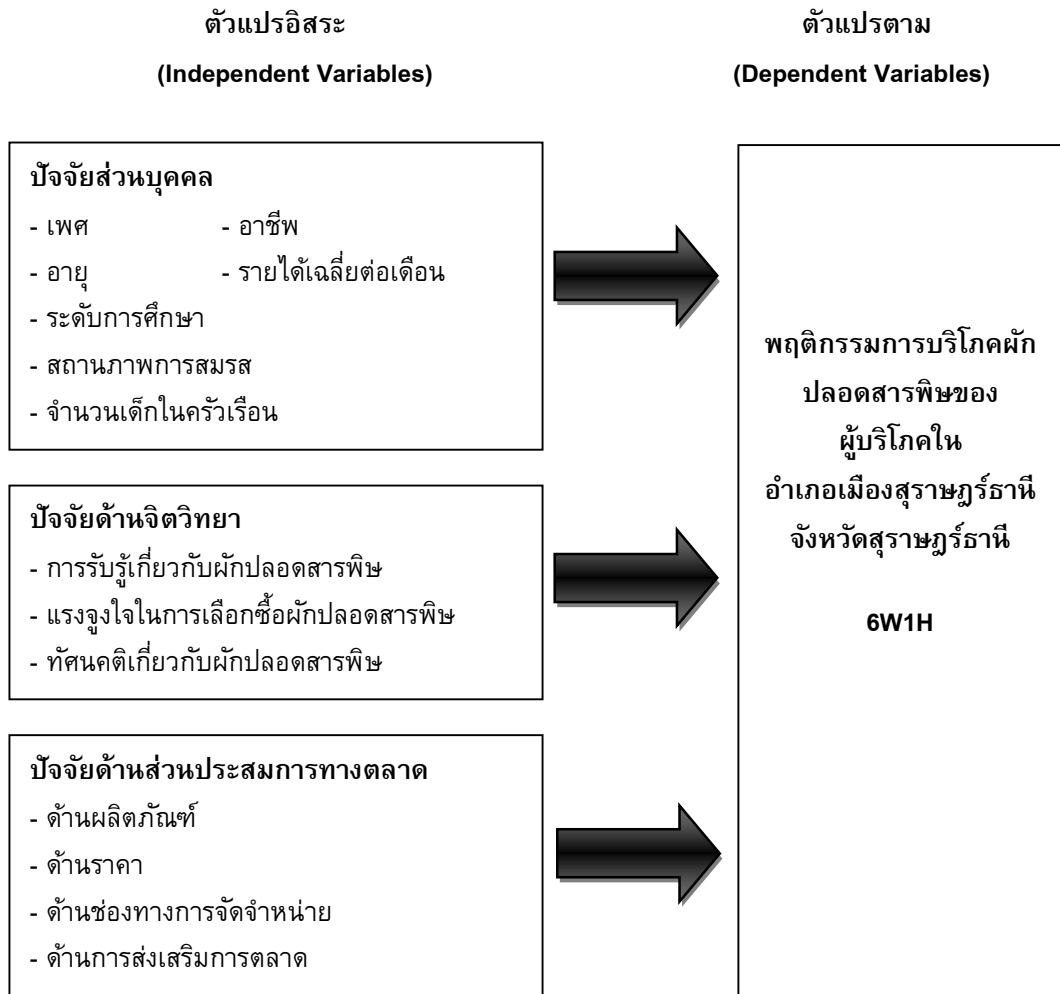
พฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี

วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าอัตราส่วนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบที่ สถิติ One-Way Analysis of Variance ค่าการวิเคราะห์หาผลต่างของรายคู่ด้วย LSD และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลจากการศึกษา พบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศที่ต่างกันมีความต้องการ และพฤติกรรมกรรมการบริโภคไม่แตกต่างกัน แต่ปัจจัยด้านอายุอาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพครอบครัวที่แตกต่างกันมีความต้องการ และพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า มีความสัมพันธ์กับความต้องการ และพฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 3) ปัจจัยด้านจิตวิทยา พบว่า มีความสัมพันธ์กับความต้องการ และพฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 4) แหล่งที่ซื้อผักปลอดสารพิษส่วนใหญ่ คือ ร้านค้าเพื่อสุขภาพ เพราะเชื่อมั่นในคุณภาพ โดยซื้อผักปลอดสารพิษ สัปดาห์ละ 1 ครั้ง ผักปลอดสารพิษที่นิยมซื้อ คือ ผักสลัด รองลงมา คือ ผักกาดขาว ส่วนการสร้างตรา/ยี่ห้อ และบรรจุภัณฑ์ห่อหุ้มอย่างดีจะทำให้ราคาของผักปลอดสารพิษมีราคาสูงขึ้น

อรนุช อาจประจัญ (2558) ศึกษาวิจัยเรื่อง ความรู้ และพฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรู้ และพฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เปรียบเทียบความรู้เกี่ยวกับผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 คน คือ ผู้บริโภคอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยซื้อและบริโภคผักปลอดสารพิษ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และ Chi-Square ผลจากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุ 20-30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี พนักงานบริษัทเอกชน จำนวนสมาชิกในครอบครัว 4-6 คน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวมากกว่า 40,000 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร โดยผู้บริโภคที่มีข้อมูลทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีความรู้เรื่องผักปลอดสารพิษที่แตกต่างกันซึ่งส่งผลต่อความถี่ในการซื้อ ชนิดของผัก ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง สถานที่ซื้อ และผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ซึ่งจากการทบทวนงานวิจัยดังกล่าว ปัจจัยที่นำมาศึกษาคือ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านพฤติกรรมกรรมการซื้อของผู้บริโภค

3.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3.3 สมมติฐานการวิจัย

3.3.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพ และจำนวนเด็กในครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี

3.3.2 ปัจจัยด้านจิตวิทยา ประกอบด้วย ปัจจัยด้าน การรับรู้ แรงจูงใจ และทัศนคติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี

3.3.3 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มผู้บริโภคผักปลอดสารพิษที่อาศัยในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น จึงคำนวณหากลุ่มตัวอย่างด้วย W.G. Cochran โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมรับความผิดพลาดไม่เกิดร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2549) เพื่อให้สอดคล้องกับการเก็บตัวอย่างทุกกลุ่ม จะทำการเก็บตัวอย่างทั้งสิ้น 415 คน

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ 415 คน

4.2 เทคนิคการสุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สถานที่เก็บข้อมูล และจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

สถานที่	จำนวนตัวอย่าง
ไฮเปอร์มาเก็ต	105
ซูเปอร์มาร์เก็ต	100
ตลาดสด	105
ร้านขายผักปลอดสารพิษ	105
รวม	415

4.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล วิธีวิเคราะห์ การแปลผล

4.3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

โดยการค้นคว้าข้อมูลประกอบด้วย 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ตามแบบสอบถามที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล และเพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านจิตวิทยา ส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคผักปลอดสารพิษ รวมถึงพฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค และ 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ประกอบด้วย งานวิจัยที่สอดคล้องกับแนวคิด และทฤษฎีการรับรู้พฤติกรรมกรรมของผู้บริโภค และเกี่ยวข้องกับผักปลอดสารพิษ และบทความที่เกี่ยวข้องกับผักปลอดสารพิษ สถานการณ์ของอุตสาหกรรมเกษตร รวมถึงสภาวการณ์การบริโภคผักในปัจจุบัน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ แบบสอบถาม สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อสอบถามประชากรกลุ่มเป้าหมาย แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 สอบถามลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม หรือปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) แบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว จำนวน 7 คำถาม

พฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านจิตวิทยาเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษ เป็นคำถามปลายเปิด (Close-Ended Response Question) จัดเป็นข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) ประกอบด้วย ปัจจัยด้านแรงจูงใจ การรับรู้ และทัศนคติ ซึ่งลักษณะคำถามเป็นแบบประเมินค่า ตามแบบของลิเคิลทซ์ (Likert Scale)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านส่วนประสมทางการตลาด คำถามปลายเปิด (Close-Ended Response Question) จัดเป็นข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) คำถาม 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ลักษณะคำถามเป็นแบบประเมินค่าตามแบบของลิเคิลทซ์ (Likert Scale)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้หลัก 6W1H ของ Kotler (2009)

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

ทดลองใช้แบบสอบถาม (Pilot Study) กับผู้บริโภคผักปลอดสารพิษในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 40 คน เพื่อหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach) โดยแบบสอบถามต้องมี ค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป จากนั้นผู้วิจัยขอหนังสืออนุญาตจากมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์เพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ และคัดเลือกเฉพาะฉบับที่สมบูรณ์เท่านั้น คือ ตอบครบทุกข้อเมื่อพบว่าแบบสอบถามทุกฉบับตอบได้อย่างสมบูรณ์ จึงนำมาวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

4.3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์และประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS FOR WINDOWS (Statistical package for the social science) เพื่อคำนวณหาค่าทางสถิติดังนี้

สถิติเชิงพรรณนา

1) วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพ และจำนวนเด็กในครอบครัว

2) วิเคราะห์ปัจจัยด้านจิตวิทยา และด้านส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคผักปลอดสารพิษ ในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี หาค่าเฉลี่ย (Mean: \bar{x}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) และใช้มาตรวัดของลิเคิลทซ์ (Likert Scale) กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ และเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังตารางที่ 2

3) วิเคราะห์ปัจจัยด้านพฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยการหาความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

สถิติเชิงอนุมาน

สำหรับการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ทำการทดสอบด้วย ค่าสถิติ Chi-Square เนื่องจากกลุ่มประชากรมีขนาดเล็ก

4.3.3 การแปลผล

ตารางที่ 2 เกณฑ์การให้คะแนน และการแปลความหมายปัจจัยด้านจิตวิทยา และด้านส่วนประสมทางการตลาด แบบ Likert Scale

เกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ			เกณฑ์การแปลความหมายของระดับค่าเฉลี่ย				
ระดับความคิดเห็น		คะแนน	แปลความหมายระดับความคิดเห็น		ค่าเฉลี่ย		
มากที่สุด	/	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	มากที่สุด	/	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.21 – 5.00
มาก	/	เห็นด้วย	4	มาก	/	เห็นด้วย	3.41 – 4.20
ปานกลาง	/	ไม่แน่ใจ	3	ปานกลาง	/	ไม่แน่ใจ	2.61 – 3.40
น้อย	/	ไม่เห็นด้วย	2	น้อย	/	ไม่เห็นด้วย	1.81 – 2.60
น้อยที่สุด	/	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	น้อยที่สุด	/	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1.00 – 1.80

5. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

5.1 ผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของแบบสอบถาม

จากผลการวิเคราะห์จำนวนและร้อยละตามปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง (ภาพรวม) และสถานที่ของกลุ่มผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 415 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม 415 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 342 คน คิดเป็นร้อยละ 78.10 อายุในช่วง 31-40 ปี จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 28.90 และมีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 55.70 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 และประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 36.40 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 21,001 บาทขึ้นไป จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 48.90 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีเด็กในครัวเรือน จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00

เมื่อพิจารณาข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง เมื่อจำแนกตามสถานที่ 4 กลุ่ม ได้แก่ ไฮเปอร์มาเก็ต (HM) ซูเปอร์มาเก็ต (SM) Health Store (HS) และตลาดสด (FM) จำนวนตัวอย่าง 415 คน พบว่า ทั้ง 4 สถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 70.00-80.00 โดยสถานที่ HM และ SM ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มช่วงอายุ 21-30 ปี ถึงร้อยละ 30.00 ในขณะที่ HS จะเป็นกลุ่มช่วงอายุ 31-40 ปี และ FM เป็นกลุ่มช่วงอายุ 41-50 ปี โดยปัจจัยส่วนบุคคลส่วนใหญ่ของทั้ง 4 กลุ่มเป็นผู้มีสถานภาพสมรสหรืออยู่ด้วยกัน และจบการศึกษาในระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า ร้อยละ 50.00 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 21,001 บาท ร้อยละ 40.00 ยกเว้นในกลุ่ม HS รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 21,001 บาทขึ้นไป มีถึงร้อยละ 70.00 และเมื่อทำการสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่มีเด็กในครัวเรือนถึงร้อยละ 40.00

พฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี

5.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตวิทยา

ศึกษาปัจจัยด้านจิตวิทยาของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ ด้านแรงจูงใจ และด้านทัศนคติ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

สรุปปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้บริโภคผักปลอดสารพิษ ในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวมทั้ง 3 ด้าน ดังตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีจิตวิทยาอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.90 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.44

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้บริโภคผักปลอดสารพิษในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี (ผลรวมทั้ง 3 ด้าน)

จิตวิทยาของผู้บริโภคผักปลอดสารพิษ (โดยรวม)	\bar{x}	S.D.	ระดับทัศนคติ
ผลรวมจิตวิทยาด้านการรับรู้	3.66	.99	มาก
- การรับรู้ข่าวสาร	3.22	.97	ปานกลาง
- การรับรู้เกี่ยวกับผัก	4.10	.54	มาก
ผลรวมจิตวิทยาด้านแรงจูงใจ	4.02	.57	มาก
- แรงจูงใจด้านผลิตภัณฑ์	3.93	.75	มาก
- แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล	4.31	.61	มากที่สุด
- แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์	3.71	.80	มาก
ผลรวมจิตวิทยาด้านทัศนคติ	3.99	.43	เห็นด้วย
- ทัศนคติด้านสุขภาพ	4.18	.77	เห็นด้วย
- ทัศนคติด้านคุณภาพ	4.35	.76	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- ทัศนคติด้านจริยธรรม	4.07	.76	เห็นด้วย
- ทัศนคติด้านราคา	3.49	1.16	เห็นด้วย
- ทัศนคติด้านความเชื่อใจ/ความมั่นใจ	3.72	1.06	เห็นด้วย
- ทัศนคติด้านคุณค่า	4.42	.77	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- ทัศนคติด้านความปลอดภัย	3.78	1.08	เห็นด้วย
ผลรวมทั้ง 3 ด้าน	3.90	.44	มาก

จิตวิทยาด้านการรับรู้ ประกอบด้วย 1) การรับรู้ข่าวสาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.97 ซึ่งผู้บริโภครับทราบข้อมูลจากสื่อโฆษณามากกว่าการให้ข้อมูลจากภาครัฐ และ 2) ผู้บริโภคมีระดับการรับรู้เกี่ยวกับผักปลอดสารพิษในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.54 โดยผู้บริโภครับรู้ว่ามีผักปลอดสารพิษเป็นผักที่ดีที่สุดสุขภาพ

จิตวิทยาด้านแรงจูงใจ ประกอบด้วย 1) แรงจูงใจในด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.75 โดยแรงจูงใจด้านผลิตภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดการซื้อผักปลอดสารพิษ

พฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี

เนื่องจากความสด สะอาด นำรับประทาน 2) แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผลในการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.61 แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดการซื้อ เนื่องจากห่วงใยสุขภาพ และ 3) แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ในการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.71 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.80 แรงจูงใจด้านอารมณ์ที่ก่อให้เกิดการซื้อ คือ กลุ่มตัวอย่างได้รับอิทธิพลจากคนในครอบครัว

จิตวิทยาด้านทัศนคติ ประกอบด้วย 1) ทัศนคติด้านสุขภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.77 พบว่า ผู้บริโภคเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการบริโภคผักปลอดสารพิษทำให้ลดความเสี่ยงในการสะสมสารเคมีในร่างกาย 2) ทัศนคติด้านคุณภาพในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ค่าเฉลี่ย 4.35 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.76 พบว่า ผู้บริโภคเห็นด้วยอย่างยิ่งเกี่ยวกับคุณค่าในเรื่องของผักปลอดสารพิษเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ 3) ทัศนคติด้านจริยธรรมในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย 4.07 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.76 พบว่า ผู้บริโภคเห็นด้วยในเรื่องของการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษเนื่องจากเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และสินค้ามีการผลิตอย่างมีจริยธรรม 4) ทัศนคติด้านราคาในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.16 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีเห็นด้วยกับผักปลอดสารพิษมีราคาสูง 5) ทัศนคติด้านความเชื่อใจ/ความมั่นใจในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย 3.72 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.06 พบว่า ผู้บริโภคเห็นด้วยอย่างยิ่งในการเชื่อใจ/มั่นใจในกระบวนการผลิตมากที่สุด 6) ทัศนคติด้านคุณค่าเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.42 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.77 พบว่า ผู้บริโภคเห็นด้วยอย่างยิ่งเกี่ยวกับคุณค่าของผักปลอดสารพิษที่มีต่อท่าน ผักปลอดสารพิษเป็นสินค้าด้านบวก และเป็นส่วนหนึ่งของท่านที่มีความสำคัญ และ 7) ทัศนคติด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.78 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.08 พบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติในระดับเห็นด้วยเกี่ยวกับความปลอดภัยทั้งหมด ได้แก่ กังวลเกี่ยวกับสารเคมีตกค้างในผัก ท่านกังวลในเรื่องความปลอดภัยของผักปลอดสารพิษ กังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยของสินค้าภายในซูเปอร์มาร์เก็ต และกังวลเรื่องการตัดแปลงพันธุกรรมของอาหาร

5.1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของกลุ่มตัวอย่าง (4P) ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

สรุปปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคผักปลอดสารพิษ ในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้หลัก 4P ในภาพรวมผู้บริโภคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.70 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.565 ดังแสดงในตารางที่ 4

พฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคผักปลอดสารพิษ (ผลรวมทั้ง 4 ด้าน)

ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านผลิตภัณฑ์	3.91	.54	มาก
ด้านราคา	3.60	.74	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.70	.65	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.40	1.02	มาก
ผลรวมส่วนประสมการตลาด ทั้ง 4 ด้าน	3.70	.57	มาก

1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.54 พบว่า ผู้บริโภคคำนึงถึงลักษณะภายนอก เช่น ความสด สวยงาม นำรับประทานมากที่สุด

2) กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.74 พบว่า ผู้บริโภคเห็นว่าราคาผักปลอดสารพิษเหมาะสม ไม่สูงเกินไป และใกล้เคียงกับท้องตลาด

3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.65 พบว่า ผู้บริโภคเห็นว่าช่วงเวลาในการเปิด-ปิด ร้านมีความเหมาะสม

4) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.02 พบว่า ผู้บริโภคมีความเห็นว่าผู้ประกอบการมีการให้ความร่วมมือทางสังคมอย่างต่อเนื่อง

5.1.4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษ

พฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของกลุ่มตัวอย่าง ตามหลักการ 6W1H วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ และค่าร้อยละ และในภาพรวมของผู้บริโภคผักปลอดสารพิษในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี และจำแนกตามกลุ่มสถานที่

ผู้บริโภคผักปลอดสารพิษในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวมนิยมบริโภคผักปลอดสารพิษ ร้อยละ 55.90 โดยผักที่นิยมเลือกซื้อ 3 อันดับแรก ได้แก่ ผักบุ้ง ร้อยละ 10.00 ผักกาดชนิดต่างๆ ร้อยละ 9.50 และผักคะน้า ร้อยละ 8.60 ตามลำดับ และกลุ่มผู้บริโภคดังกล่าวยังคำนึงถึงตราสินค้าขณะทำการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษ เหตุผลที่ผู้บริโภคนิยมเลือกบริโภคผักปลอดสารพิษ เนื่องจากต้องการคุณค่าทางอาหารมากที่สุด ร้อยละ 33.30 และส่วนใหญ่ท่านจะเป็นผู้ตัดสินใจเลือกซื้อเอง ร้อยละ 59.30 ช่วงเวลาที่ผู้บริโภคนิยมเลือกซื้อผักปลอดสารพิษมากที่สุด คือ 06.00-10.00 น. ร้อยละ 30.40 ความถี่ในการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษ คือ 2-3 วัน/สัปดาห์ ร้อยละ 43.90 ซึ่งใน 1 เดือนที่ผ่านมากลุ่มตัวอย่างนิยมเลือกซื้อผักปลอดสารพิษจากตลาดสด และตลาดนัด มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.50 โลตัสร้อยละ 19.70 และร้านค้าเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 14.80 ตามลำดับ เนื่องจากสะดวก ร้อยละ 39.00 คุณภาพเชื่อถือได้ ร้อยละ 25.60 และมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย

พฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี

ร้อยละ 22.90 โดยกลุ่มผู้บริโภคนิยมซื้อปริมาณ น้อยกว่า 2 กิโลกรัม ร้อยละ 77.30 ซึ่งส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่าย 50-100 บาท ร้อยละ 32.00

วิเคราะห์ด้วยการจำแนกสถานที่เก็บกลุ่มตัวอย่าง พบว่า 1) ไฮเปอร์มาเก็ต ประกอบด้วย แม็คโคร โลตัส และ บิ๊กซี พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษมากที่สุด โดยนิยมเลือกซื้อผักกาดชนิดต่างๆ ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะคำนึงถึงตราสินค้า โดยเหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกบริโภคผักปลอดสารพิษ เนื่องจากห่วงใยสุขภาพมากที่สุด คุณค่าทางอาหาร และความชอบตามลำดับ ตัวท่านเองเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผักมากที่สุด ช่วงเวลาที่นิยมเลือกซื้อผักมากที่สุด คือ 18.00 น.-22.00 น. ความถี่ในการซื้อผักส่วนใหญ่ กลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้จะไป 2-3 วันต่อสัปดาห์ โดยใน 1 เดือนที่ผ่านมานิยมเดินทางไปเลือกซื้อผักปลอดสารพิษ ณ ตลาดสด/ตลาดนัด โลตัส และแม็คโครตามลำดับ เหตุผลที่ไปเลือกซื้อผักจากสถานที่ดังกล่าว เนื่องจากสะดวก คุณภาพเชื่อถือได้ และมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย ปริมาณการซื้อต่อครั้งส่วนใหญ่จะเลือกซื้อน้อยกว่า 2 กิโลกรัม และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งจะอยู่ที่ 50-100 บาท

2) ซูเปอร์มาเก็ต ประกอบด้วย สหไทย และ ท็อป ซูเปอร์มาเก็ต พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อผักมากที่สุด นิยมเลือกซื้อผักบุง ผักกาดชนิดต่างๆ และผักคะน้าตามลำดับ โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่จะคำนึงถึงตราสินค้า เหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกบริโภคผักปลอดสารพิษ เนื่องจากห่วงใยสุขภาพ คุณค่าทางอาหาร และด้วยความชอบ โดยผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผักปลอดสารพิษ ช่วงเวลาที่นิยมเลือกซื้อผักมากที่สุด คือ 06.00 น.-10.00 น. และ 18.00 น.-22.00 น. ความถี่ในการซื้อผักส่วนใหญ่กลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้จะไป 2-3 วันต่อสัปดาห์ ใน 1 เดือนที่ผ่านมานิยมเดินทางไปเลือกซื้อผักปลอดสารพิษ ณ ตลาดสด/ตลาดนัด โลตัส และ Tops ตามลำดับ เหตุผลที่ไปเลือกซื้อผักจากสถานที่ดังกล่าว เนื่องจากสะดวก มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย และคุณภาพเชื่อถือได้ ปริมาณการซื้อต่อครั้งส่วนใหญ่จะเลือกซื้อน้อยกว่า 2 กิโลกรัม และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งจะอยู่ที่ 50-100 บาท

3. ตลาดสด ประกอบด้วย ตลาดดอนนอก ตลาดสำเภาทอง และตลาดเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษมากที่สุด นิยมเลือกซื้อผักบุง แตงกวา และผักคะน้าตามลำดับ โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่จะไม่คำนึงถึงตราสินค้า และเหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกบริโภคผักปลอดสารพิษ เนื่องจากห่วงใยสุขภาพ คุณค่าทางอาหาร และด้วยความชอบตามลำดับ โดยท่านเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผัก ช่วงเวลาที่นิยมเลือกซื้อผักมากที่สุด คือ 06.00 น.-10.00 น. ความถี่ในการซื้อผักส่วนใหญ่ กลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้จะไป 2-3 วันต่อสัปดาห์ ใน 1 เดือนที่ผ่านมานิยมเดินทางไปเลือกซื้อผักปลอดสารพิษ ณ ตลาดสด/ตลาดนัด โลตัส และแม็คโครตามลำดับ เหตุผลที่ไปเลือกซื้อผักปลอดสารพิษจากสถานที่ดังกล่าว เนื่องจากสะดวก คุณภาพเชื่อถือได้ และมีสินค้าให้เลือกหลากหลายตามลำดับ ปริมาณการซื้อต่อครั้งส่วนใหญ่จะเลือกซื้อน้อยกว่า 2 กิโลกรัม และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งจะอยู่ที่ 50-100 บาท

4. ร้านค้าเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย ร้านดอยคำ ร้านบัวน้ำเงิน และร้านบ้านผัก และสมุนไพร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษ นิยมเลือกซื้อผักกาดชนิดต่างๆ มะเขือเทศ และผักสลัดตามลำดับ โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่จะคำนึงถึงตราสินค้า เหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกบริโภคผักปลอดสารพิษ เนื่องจากห่วงใยสุขภาพ คุณค่าทางอาหาร และด้วยความชอบ โดยท่านเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผัก ช่วงเวลาที่นิยมเลือกซื้อผักมากที่สุด คือ 14.01-18.00 น. ความถี่ในการซื้อผัก 2-3 วันต่อสัปดาห์ ใน 1 เดือนที่ผ่านมานิยมเดินทางไปเลือกซื้อผักปลอดสารพิษ ณ ร้านค้าเพื่อสุขภาพ ตลาดสด/ตลาดนัด และโลตัส

พฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี

ตามลำดับ เหตุผลที่ไปเลือกซื้อผักจากสถานที่ดังกล่าว เนื่องจากสะดวก คุณภาพเชื่อถือได้ และมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย การซื้อต่อครั้งส่วนใหญ่จะเลือกซื้อน้อยกว่า 2 กิโลกรัม และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งจะมากกว่า 201 บาท

5.1.5 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1: ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีความสัมพันธ์ในพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ผลการทดสอบเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ ดังแสดงในตารางที่ 5 นอกจากปัจจัยส่วนบุคคลเรื่องจำนวนเด็กในครัวเรือนไม่สัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคผักปลอดสารพิษ ผลการทดสอบไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

สมมติฐานที่ 2: ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจิตวิทยากับพฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยจิตวิทยาทุกตัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี นอกจากพฤติกรรมของช่วงเวลาที่นิยมไปเลือกซื้อผักปลอดสารพิษไม่สัมพันธ์กับปัจจัยจิตวิทยาใดๆ ดังสรุปในตารางที่ 6 ผลการทดสอบเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

สมมติฐานที่ 3: ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจิตวิทยากับพฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกตัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคผักในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี นอกจากพฤติกรรมของช่วงเวลาที่นิยมไปเลือกซื้อผักปลอดสารพิษ ความถี่ในการซื้อผักฯ และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อผักปลอดสารพิษ (บาท) ไม่สัมพันธ์กับปัจจัยจิตวิทยาใดๆ ดังสรุปในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคผักในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี

พฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี	ปัจจัยส่วนบุคคล						
	เพศ	อายุ	สถานภาพการสมรส	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จน.เด็กในครัวเรือน
1. ประเภทผักปลอดสารพิษที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ	-	-	-	.002	.003	-	-
2. คำนึงถึงตราสินค้าเมื่อบริโภคผักปลอดสารพิษ	-	.012	.000	-	.001	-	-
3. ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผักมากที่สุด	.016	.002	-	-	-	-	-
4. ท่านนิยมเลือกซื้อผักฯในช่วงเวลาใดมากที่สุด	-	-	-	-	-	.003	-
5. ความถี่ในการซื้อผักปลอดสารพิษ	-	-	.024	.000	.011	-	-

พฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี

ตารางที่ 5 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคผักในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี (ต่อ)

พฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี	ปัจจัยส่วนบุคคล						
	เพศ	อายุ	สถานภาพการสมรส	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จน.เด็กให้ครัวเรือน
6. ปริมาณการซื้อผักปลอดสารพิษต่อครั้ง (กิโลกรัม)	-	-	-	-	-	-	-
7. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อผัก (บาท)	-	-	-	.000	-	.000	-

Sig* อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตารางที่ 6 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจิตวิทยากับพฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี

พฤติกรรมกรรมการบริโภคผัก ปลอดสารพิษในอำเภอ เมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี	ปัจจัยจิตวิทยา											
	การรับรู้		แรงจูงใจ			ทัศนคติ						
	ข่าวสาร	เกี่ยวกับผัก	ผลิตภัณฑ์	เหตุผล	อารมณ์	สุขภาพ	คุณภาพ	กิจกรรม	ราคา	ความเข้าใจ/ความมั่นใจ	คุณค่า	ปลอดภัย
1. ประเภทผักปลอดสารพิษที่ ผู้บริโภคเลือกซื้อ	.000	-	.000	.000	.000	-	.015	.002	.012	.000	.000	.002
2. คำนึงถึงตราสินค้าเมื่อ บริโภคผักปลอดสารพิษ	.000	.050	.000	.000	.000	-	0.12	.025	.007	.000	-	-
3. ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจเลือกซื้อผักมากที่สุด	-	.000	-	.000	.021	-	.000	.000	-	-	.000	-
4. ท่านิยมเลือกซื้อผักใน ช่วงเวลาใดมากที่สุด	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5. ความถี่ในการซื้อผักปลอด สารพิษ	-	-	-	.036	-	-	-	-	-	-	.000	-
6. ปริมาณการซื้อผักต่อครั้ง (กิโลกรัม)	-	.003	.001	.001	-	-	-	.001	-	.000	.001	.019

พฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี

ตารางที่ 6 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจิตวิทยากับพฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี (ต่อ)

พฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี	ปัจจัยจิตวิทยา											
	การรับรู้		แรงจูงใจ			ทัศนคติ						
	ข่าวสาร	เกี่ยวกับผัก	ผลิตภัณฑ์	เหตุผล	อารมณ์	สุขภาพ	คุณภาพ	จริยธรรม	ราคา	ความเชื่อใจ/ความมั่นใจ	คุณค่า	ปลอดภัย
1. ประเภทผักปลอดสารพิษที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ	.000	-	.000	.000	.000	-	.015	.002	.012	.000	.000	.002
2. คำนึงถึงตราสินค้าเมื่อบริโภคผักปลอดสารพิษ	.000	.050	.000	.000	.000	-	0.12	.025	.007	.000	-	-
3. ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผักมากที่สุด	-	.000	-	.000	.021	-	.000	.000	-	-	.000	-
4. ทำนนิยมเลือกซื้อผักในช่วงเวลาใดมากที่สุด	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5. ความถี่ในการซื้อผักปลอดสารพิษ	-	-	-	.036	-	-	-	-	-	-	.000	-
6. ปริมาณการซื้อผักต่อครั้ง (กิโลกรัม)	-	.003	.001	.001	-	-	-	.001	-	.000	.001	.019
7. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อการซื้อผัก (บาท)	-	.014	-	.005	-	-	.004	.015	.014	.000	.000	-

Sig* อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

5.2 อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ ได้ดังนี้

5.2.1 ศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคผักของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วง 31-40 ปี มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน การศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากประกอบธุรกิจส่วนตัว ซึ่งมีรายได้ 21,001 บาทขึ้นไป โดยปัจจุบันผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีเด็กในครัวเรือน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตติมา เทียนไพโร (2550) พรรณรินทร์ อภิรัตน์ตุดม (2552) พิมพ์กานต์ดา เทพวงษ์ (2013) Sanjeev Kapoor & Niraj Kumar (2015) และ วัลลยา สิทธิยศ และธีรเวช ทิพย์สีแดง (2557) กล่าวไว้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น

พฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี

เพศหญิง สถานภาพสมรส ศีรษะระดับปริญญาตรี โดยผู้ซื้อเป็นผู้ตัดสินใจเลือกซื้อผักปลอดสารพิษเอง และกล่าวว่า ประชากรที่ศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน จบการศึกษาระดับปริญญาตรี รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Parichaed Sangkumchaling and Wen-chi Huang (2012) พบว่า แนวโน้มผู้ซื้ออาหารอินทรีย์จะเป็นผู้สูงอายุ และมีการศึกษาสูงกว่าผู้ที่ไม่เลือกซื้ออาหารอินทรีย์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่ซื้อ และเป็นผู้ตัดสินใจซื้ออาหารสำหรับทำอาหารภายในครอบครัว อายุเฉลี่ยประมาณ 36 ปี สอดคล้องกับงานวิจัยของ Peeraya Somsak and Markus Blut (2012) กล่าวว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อผักอินทรีย์ 293 คน ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุอยู่ระหว่าง 31-60 ปี การศึกษาส่วนใหญ่อยู่ระดับปริญญาตรีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-40,000 บาท

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการบริโภคผักของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้สถิติทดสอบ คือ Chi-Square สามารถอภิปราย ดังนี้ ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านสถานภาพการสมรส ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผักของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจิตติมา เทียนไพโร (2550) ธวัลยา สิทธิยศ และธีรเวช ทิตย์สีแดง (2557) นงนุช โกสิยรัตน์ (2553) พิมพ์กานต์ดา เทพวงษ์ (2013) อรุณี เอกพาณิชย์ถาวร และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2554) และ อริศรา รุ่งแสง (2555) กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อผักของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ปัจจัยส่วนบุคคลด้านจำนวนเด็กในครัวเรือนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษ

5.2.2 ศึกษาปัจจัยด้านจิตวิทยา ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ปัจจัยจิตวิทยามีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผักปลอดสารพิษในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยจิตวิทยาด้านแรงจูงใจ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษมากที่สุด (ระดับมาก) รองลงมา คือ แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ โดยผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากครอบครัว หรือเพื่อน (ระดับมาก) และแรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ ในเรื่องของความสด สะอาด น่ารับประทาน (มากที่สุด) รองลงมา คือ ปัจจัยจิตวิทยาด้านทัศนคติ ภาพรวมผู้บริโภคเห็นด้วยในเรื่องด้านคุณค่า ผู้บริโภคกังวลเกี่ยวกับสารเคมีตกค้างในผักปลอดสารพิษในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง รองลงมา คือ ด้านคุณภาพ โดยผู้บริโภคเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าผักปลอดสารพิษเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ และด้านสุขภาพ ผู้บริโภคเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการบริโภคผักปลอดสารพิษทำให้ลดความเสี่ยงในการสะสมสารเคมีในร่างกาย ตามลำดับ และน้อยที่สุด คือ ปัจจัยจิตวิทยาด้านการรับรู้ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้บริโภคมีการรับรู้เกี่ยวกับผักปลอดสารพิษอยู่ในระดับมาก และมากที่สุดในเรื่องของผักปลอดสารพิษเป็นผักที่มีคุณภาพ โดยมีการรับรู้ข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง

พฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี

ตารางที่ 7 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการบริโภคผัก ปลอดสารพิษ ในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี

พฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษ ในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี	ปัจจัยส่วนผสมของการตลาด			
	ตำแหน่งพื้นที่	ด้านราคา	ตำแหน่งทางการจัดจำหน่าย	ด้านส่งเสริมการตลาด
1. ประเภทผักปลอดสารพิษที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ	.000	.003	.027	.000
2. คำนึงถึงตราสินค้าเมื่อบริโภคผักปลอดสารพิษ	.000	.000	.000	.000
3. ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผักปลอดสารพิษมากที่สุด	.006	.001	-	.000
4. ท่านนิยมเลือกซื้อผักปลอดสารพิษในช่วงเวลาใดมากที่สุด	-	-	-	-
5. ความถี่ในการซื้อผักปลอดสารพิษ	-	-	-	-
6. ปริมาณการซื้อผักปลอดสารพิษต่อครั้ง (กิโลกรัม)	.001	.010	-	-
7. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อผักฯ (บาท)	-	-	-	.010

Sig* อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านจิตวิทยากับพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี สรุปได้ว่า ปัจจัยการรับรู้ ประกอบด้วย ด้านข่าวสาร และการรับรู้เกี่ยวกับผักปลอดสารพิษสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยจิตวิทยาด้านแรงจูงใจ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านเหตุผล และด้านอารมณ์สัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยจิตวิทยาทัศนคติ แบ่งออกเป็น 7 ส่วน ได้แก่ ปัจจัยทัศนคติด้านคุณภาพ ด้านจริยธรรม ด้านราคา ด้านความเชื่อมั่น/ความมั่นใจ ด้านคุณค่า ด้านความปลอดภัยสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษ ในเรื่องของประเภทผักปลอดสารพิษ และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อผักปลอดสารพิษ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chiew Shi Wee et al. (2004) กล่าวว่า ผู้บริโภคมีความตั้งใจซื้ออาหารอินทรีย์ โดยได้รับอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญจากการรับรู้ในเรื่องของความปลอดภัย สุขภาพ และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม และสวัสดิภาพสัตว์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Maria Magnasson (2004) กล่าวว่า การรับรู้ และทัศนคติของอาหารอินทรีย์สัมพันธ์กับสุขภาพและสิ่งแวดล้อม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pittawat Ueasangkomsate and Salinee Santiteerakul (2016) กล่าวว่า ทัศนคติของผู้บริโภคเกี่ยวกับอาหารอินทรีย์นั้นจะเกี่ยวกับสุขภาพ แหล่งกำเนิดการผลิต ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านความปลอดภัยตามลำดับ ในส่วนของสวัสดิภาพของสัตว์เป็นคุณลักษณะใหม่ที่กำลังได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Peeraya Somsak and Markus Blut (2012) กล่าว

พฤติกรรมกรการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี

ว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับ “อินทรีย์” ในระดับเล็กน้อย บางส่วนก็ยังไม่แน่ใจในความหมายที่แท้จริง และการรับรู้ข่าวสารส่วนใหญ่จากเพื่อน โทรทัศน์หนังสือพิมพ์และนิตยสาร และผู้บริโภคจะทำการซื้อสินค้าจากซูเปอร์ มาร์เก็ต และร้านอาหารเพื่อสุขภาพ เพราะมั่นใจเรื่องสินค้าว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพสูง และสดใหม่ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Tina Vukasovic (2015) กล่าวว่า ผู้บริโภคมีความรู้และการรับรู้ไม่สูงมากมีเพียง 35% โดยพฤติกรรมของผู้บริโภคส่วนใหญ่จะนิยมซื้อผักมากกว่าผลไม้และจะซื้อผักในปริมาณที่สูงกว่าผลไม้ เช่นกัน แรงจูงใจในการซื้อ ด้านคุณภาพ ความสดใหม่ คุณค่าทางโภชนาการ วิธีการปลูกแบบ อินทรีย์ความปลอดภัย เป็นตัวบ่งชี้เหตุผลสำคัญในการซื้อผัก และผลไม้อินทรีย์ และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของอริศรา รุ่งแสง (2555) กล่าวว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้ด้านคุณค่าสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรการซื้อผักปลอดสารพิษ และมีแรงจูงใจในการซื้อผักปลอดสารพิษ (ระดับมากที่สุด) โดยพบว่าแรงจูงใจด้านความปลอดภัย และด้านความสะดวกเป็นแรงจูงใจในการซื้อผักมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Parichaed Sangkumchaling and Wen-chi Huang (2012) กล่าวว่า แรงจูงใจ และเหตุผลหลักในการซื้ออาหารอินทรีย์เพื่อคาดหวังเกี่ยวกับสุขภาพ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการรับรู้เรื่องราคาจำเป็นต่อผู้บริโภค ในขณะที่ปัจจัยทัศนคติด้านสุขภาพไม่สัมพันธ์กับพฤติกรรมกรการบริโภคผักปลอดสารพิษในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี

5.2.3 ศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรการของผู้บริโภคผักปลอดสารพิษในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวมในระดับมาก โดยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (ระดับมาก) ในเรื่องของลักษณะภายนอก เช่น ความสด สวยงาม น่ารับประทาน (ระดับมากที่สุด) ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาด้านปัจจัยจิตวิทยาด้านแรงจูงใจที่เกิดจากผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคจะเลือกซื้อผักจากลักษณะภายนอก รองลงมา คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ระดับมาก) ในเรื่องของช่วงเวลาในการเปิด-ปิด ร้านมีความเหมาะสม (ระดับมาก) และด้านราคา (ระดับมาก) ในเรื่องของผักปลอดสารพิษมีราคาเหมาะสมไม่สูงเกินไปใกล้เคียงกับท้องตลาด และด้านการส่งเสริมการตลาด (ระดับมาก) ในเรื่องของร้านค้ามีการให้ความร่วมมือทางสังคม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรุณี เอกพาณิชยถาวร และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2554) กล่าวว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์กับปัจจัยด้านความสดใหม่ และความสะอาดของผักมากที่สุด ด้านราคาคู่ค้ำกับคุณภาพมากที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับปัจจัยด้านสถานที่จำหน่ายสะอาด มีการจัดเก็บที่อุณหภูมิเหมาะสมต่อการรักษาผักมากที่สุด และด้านการส่งเสริมการตลาดกับปัจจัยด้านการจัดกิจกรรมเพื่อสุขภาพเพื่อแนะนำผักปลอดสารพิษมากที่สุดในด้านของภาพลักษณ์สินค้า พบว่า อยู่ที่ประสบการณ์ที่ดีจากการใช้สินค้ามากที่สุด ความภักดีต่อการใช้ตราสินค้า และด้านความไว้วางใจเรื่องกรการรู้สึกดีที่ได้บริโภคผักปลอดสารพิษมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของพรรณรินทร์ อภิรัตน์อุดม (2552) กล่าวว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสุขภาพมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านราคา พบว่า ราคามีความเหมาะสม และมีผักให้เลือกหลายราคาให้เลือก และด้านการส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับข้อมูลการส่งเสริมการโฆษณา ตามลำดับ

ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดกับกับพฤติกรรมกรการบริโภคผักปลอดสารพิษในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรการบริโภคผักปลอดสารพิษ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่

พฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี

ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอรุณี เอกพาณิชย์ถาวร และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2554) กล่าวว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการผลิตภัณฑ์ที่สดใหม่ และความสะดวกมากที่สุด และจิตติมา เทียนไพโร (2550) กล่าวว่า ปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษในระดับมาก ปัจจัยด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษในระดับกลาง อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Parichaed Sangkumchaling and Wen-chi Huang (2012) กล่าวว่า ราคาที่สูงไม่ได้เป็นอุปสรรคในการซื้ออาหารอินทรีย์ แม้ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ทราบว่าอาหารอินทรีย์มีราคาแพง โดยผู้บริโภคมีความเต็มใจที่จะจ่ายเงินเพื่อบริโภคสินค้าอินทรีย์

6. สรุปผลการวิจัย

6.1.1 ศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี สามารถวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี ตามหลักการ 6W1H สรุปดังตารางที่ 8 และปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส และอาชีพ สัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ปัจจัยส่วนบุคคลด้านจำนวนเด็กในครัวเรือนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษ

6.1.2 ศึกษาปัจจัยด้านจิตวิทยาที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี ปัจจัยด้านจิตวิทยาส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ ด้านแรงจูงใจ และด้านทัศนคติ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตวิทยาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้บริโภคมีแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผลในเรื่องการห่วงใยสุขภาพ คุณประโยชน์ และไม่มีสารตกค้างมากที่สุด โดยที่ทัศนคติในเรื่องของคุณค่าของสินค้า และมีการรับรู้เกี่ยวกับผักมากกว่าการรับรู้ข่าวสาร

6.1.3 ศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวมระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคเน้นเลือกซื้อสินค้าจากความสด สวยงาม นำรับประทาน และคำนึงถึงประโยชน์ และความปลอดภัยในการบริโภค รองลงมา คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าช่วงเวลาในการเปิด-ปิด ของร้านค้ามีความเหมาะสม ร้านค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ สถานที่จอดรถสะดวก (ระดับมาก) ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าราคาเหมาะสมไม่สูงเกินไป ใกล้เคียงกับท้องตลาด และราคาคงที่ไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงมาก (ระดับมาก) และพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการที่ร้านค้ามีการให้ความร่วมมือทางสังคม และมีป้ายโฆษณาเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษ และส่วนประสมทางการตลาดสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการทดสอบเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

พฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี

ตารางที่ 8 วิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี
จังหวัดสุราษฎร์ธานี

พฤติกรรมผู้บริโภค (6W1H)	อภิปรายผล
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market)	ผู้บริโภคเพศหญิง อายุ 31 – 40 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยมากกว่า 21,000 บาท ต่อเดือน และส่วนใหญ่ไม่มีเด็กในครอบครัว
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	โดยผักที่นิยมเลือกซื้อ 3 อันดับแรก ได้แก่ ผักบุ้ง ผักกาดชนิดต่าง ๆ และผักคะน้า ตามลำดับ โดยผู้บริโภคที่ใช้บริการ HM นิยมเลือกซื้อผักกาดขาว กะหล่ำปลี และผักบุ้ง FM ได้แก่ ผักบุ้ง ผักกาดขาวชนิดต่าง ๆ และ ผักคะน้า FM ได้แก่ ผักบุ้ง แดงกวา และคะน้า และ HS ได้แก่ ผักกาดขาวชนิดต่าง ๆ มะเขือเทศ และผักสลัด ตามลำดับ
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	เหตุผลที่ผู้บริโภคนิยมเลือกบริโภคผักเนื่องจาก คุณค่าทางอาหาร และห่วงใยสุขภาพ โดยสถานที่ที่เลือกซื้อผักปลอดสารพิษเน้นความสะดวก คุณภาพเชื่อถือได้ และมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying)	โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ตัดสินใจเลือกซื้อผักด้วยตัวท่านเอง โดยเพื่อน และครอบครัวมีอิทธิพลรองลงมา
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	ช่วงเวลาที่ผู้บริโภคนิยมเลือกซื้อผัก คือ 06.00 – 10.00 น. โดยเลือกซื้อผัก คือ 2 – 3 วัน/สัปดาห์ โดยผู้บริโภคที่มาใช้บริการ HM ส่วนใหญ่เลือกซื้อผักในช่วงเวลา 18:01 – 22.00 น. SM คือ 06.00 – 10.00 น. และ 18:01 – 22.00 น. สำหรับ FM ช่วงเวลา 06:00 – 10:00 น. และ HS คือ 14:01 – 18:00 น.
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	ใน 1 เดือนที่ผ่านมานิยมเลือกซื้อผักจาก ตลาดสด และตลาดนัด โลตัสและ ร้านค้าเพื่อสุขภาพ ตามลำดับ
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	ผู้บริโภคคำนึงถึงตราสินค้าในขณะที่เลือกซื้อผัก ส่วนใหญ่จะซื้อน้อยกว่า 2 กิโลกรัม โดยมีค่าใช้จ่าย 50 – 100 บาท ยกเว้นสถานที่ HS ผู้บริโภคมีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งมากกว่า 200 บาทขึ้นไป

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

สำหรับผู้ประกอบการ ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าเพื่อสุขภาพ หรือสถานที่ซึ่งจำหน่ายผักในเขตอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี สามารถนำไปใช้ปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด โดยเน้นลักษณะทางด้านปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้หลักส่วนประสมทางการตลาด (4P) และปัจจัยทางจิตวิทยา สรุปได้ว่าผู้บริโภคสนใจบริโภคผักมีหลากหลายอายุ อาชีพ และรายได้ขึ้นอยู่กับสถานที่ที่

พฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี

ผู้บริโภคสะดวกในการเลือกซื้อ แต่โดยส่วนใหญ่แล้วผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อจะเป็นเพศหญิง โดยมีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี อีกทั้งผู้จัดทำได้ทำการศึกษารายชื่อสมาชิกส่วนบุคคลในแต่ละกลุ่มสถานที่ โดยไฮเปอร์มาเก็ตและซูเปอร์มาเก็ต จะเป็นช่วงกลุ่มอายุ 21-30 ปี ในขณะที่ Health Store จะเป็นกลุ่มช่วงอายุ 31-40 ปี และตลาดสด เป็นกลุ่มช่วงอายุ 41-50 ปี กลุ่มวัยทำงานที่มีรายได้เป็นของตัวเอง และมีสถานภาพสมรสเป็นส่วนใหญ่ ถือได้ว่าผู้บริโภคผักปลอดสารพิษส่วนใหญ่เป็นผู้มีความรู้ เนื่องจากผู้บริโภคมีระดับการศึกษาปริญญาตรี และประกอบธุรกิจส่วนตัว มีรายได้มากกว่า 21,000 บาท อีกทั้งยังไม่มีเด็กในครัวเรือน เพราะฉะนั้นผู้ประกอบการแต่ละสถานประกอบการจึงต้องมุ่งเน้นการเสนอสินค้าไปยังกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และเน้นด้านคุณภาพสินค้าให้สอดคล้องกับปริมาณที่เหมาะสมแก่กลุ่มดังกล่าว สอดคล้องกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากครอบครัวส่วนใหญ่เริ่มเป็นครอบครัวขนาดเล็กไม่มีเด็กในครัวเรือน

กลุ่มสถานภาพโสด จัดเป็นกลุ่มที่น่าสนใจ รองมาจากกลุ่มที่มีสถานภาพสมรส เนื่องจากอาชีพส่วนใหญ่เป็นธุรกิจส่วนตัวที่มีรายได้มากกว่า 21,000 บาท ทำให้กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ชอบดูแลตัวเอง จึงจัดเป็นกลุ่มเป้าหมายอีกกลุ่มที่น่าสนใจที่ช่วงอายุ 21-30 ปี วัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่เริ่มมีรายได้ และมักจะหาสินค้าที่มีคุณค่าต่อตนเอง ดังนั้นผู้ประกอบการต้องมีการปรับแต่งขนาด หรือบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสม เนื่องจากกลุ่มดังกล่าวต้องการสินค้าเพียงเล็กน้อยในแต่ละวัน โดยเน้นความสะดวกใหม่เป็นหลัก เนื่องจากรับประทานเพียงคนเดียว

ปัจจัยด้านจิตวิทยา และส่วนประสมทางการตลาด

1) ด้านผลิตภัณฑ์: จากงานวิจัยพบว่า แรงจูงใจหลักในการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษ คือ ผู้บริโภคที่สะอาด นำรับประทานปลอดภัย ไม่มีสารตกค้าง และต้องได้รับการควบคุมคุณภาพจากหน่วยงานผู้เชี่ยวชาญ เนื่องจาก ผู้บริโภคยังไม่มี的信心/ความมั่นใจในกระบวนการผลิต และความปลอดภัยอย่างแท้จริง จึงทำให้บางครั้งผู้บริโภคตัดสินใจที่จะเลือกบริโภคผักจากตลาดนัด/ตลาดสด มากถึงร้อยละ 26.5 ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงควรมีการตรวจสอบคุณภาพของผักปลอดสารพิษก่อนวางจำหน่าย และผักที่นำมาจำหน่ายควรได้รับการควบคุมคุณภาพจากกรมวิชาการเกษตร หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งมีสัญลักษณ์ถึงการรับรองคุณภาพผักสด ใหม่ สะอาด ดูนำรับประทาน บรรจุภัณฑ์ที่สะอาด สวยงาม ทันสมัย และสะดวกในการพกพา

2) ด้านราคา: จากงานวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีการรับรู้เรื่องราคาว่ามีผักมีราคาสูง แต่กลับมีความคิดเห็นว่ารากากับไม่ได้เป็นเรื่องสำคัญในการเลือกซื้อผัก หรือกังวลเกี่ยวกับการจ่ายเงินที่เพิ่มขึ้นเพื่อซื้อผักปลอดสารพิษ หากผักปลอดสารพิษนั้นได้รับความเชื่อมั่น/มั่นใจในความสะอาด ปลอดภัย ไร้สารตกค้าง จึงกล่าวได้ว่าคุณภาพเป็นตัวกำหนดการตัดสินใจผักปลอดสารพิษ เพราะฉะนั้นผู้ประกอบการจึงควรมีการควบคุมคุณภาพเป็นหลัก และความน่าเชื่อถือในการผลิต เพื่อให้เกิดการยอมรับจากผู้บริโภค อีกทั้งการกำหนดราคาขายสินค้าควรเท่าเทียมกันทุกช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อให้เกิดแรงจูงใจในการเลือกซื้อผัก และเพื่อให้ผู้บริโภคได้บริโภคกันทั่วหน้า และดึงดูดผู้บริโภคให้หันมาตัดสินใจซื้อสินค้าดังกล่าว

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย: จากงานวิจัย พบว่า ผู้บริโภคต้องการความสะดวกสบาย ความน่าเชื่อถือ การเปิด-ปิด ร้านค้ามีความเหมาะสม และแหล่งจำหน่ายทั่วทุกที่ เพื่อความสะดวกในการเดินทาง เพราะฉะนั้นผู้ประกอบการ จึงควรมีการจัดเตรียมพื้นที่ในการจอดรถให้เหมาะสมต่อจำนวนผู้บริโภคที่เข้า-ออกซื้อสินค้าในแต่ละวัน รวมถึงเวลาในการเปิด-ปิดร้านค้า ในช่วง 14.01-22.00 น. ทั้งนี้เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่ผู้บริโภคนิยมเลือกซื้อผักปลอดสารพิษ รวมทั้งการจัดวางสินค้าสินค้าที่เป็นหมวดหมู่ทำให้เกิดความสะดวกในการซื้อ ผู้บริโภคยังมีการเสนอแนะให้ควรมีการรณรงค์การผลิตผักภายในพื้นที่ ตามชุมชนต่างๆ เพื่อลดต้นทุนการ

พฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี

ขนส่ง ลดค่าใช้จ่ายจากห้างใหญ่ และยังเป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าให้แก่เกษตรกรอีกทางหนึ่ง ทำผู้บริโภคได้ผักปลอดสารพิษที่ราคาถูก และมีคุณภาพ และเนื่องจากประเทศไทยเป็นยุค IT ฉะนั้นผู้ประกอบการควรมีการเข้าถึงข้อมูลของสินค้า อาทิเช่น การให้ความรู้ บทความ ป้ายโฆษณา และแหล่งปลูก ผ่านทางคิวอาร์โค้ด (QR Code) Line Facebook youtube ฯลฯ แสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือ ความวางใจในการกระบวนการผลิต ในการเสนอขายผักปลอดสารพิษด้วยความจริงใจ ซื่อตรง และยุติธรรม

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด: จากงานวิจัยพบว่า ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อผักด้วยตัวเอง โดยมีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกระบวนการผลิต การบริโภคสื่อ ความรู้ความเข้าใจบทความเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษในระดับปานกลาง เพราะฉะนั้นผู้บริโภคจึงควรมีป้ายโฆษณา ระบุประเภทของผักให้ชัดเจน รวมถึงอธิบายเกร็ดความรู้ความหมายของผักแต่ละประเภท เป็นต้น ควรมีการลดราคาผักปลอดสารพิษในบางโอกาส ทั้งนี้เพื่อให้ผู้บริโภคได้ลองเลือกซื้อไปรับประทาน เพื่อสร้างโอกาส ดึงดูดให้ผู้บริโภคกลับมาซื้อซ้ำในรูปของการจัดโปรโมชั่นลด แลก แจก แถม เป็นต้น

7.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

7.2.1 การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะพฤติกรรมของประชากรผู้มาใช้บริการสถานที่จำหน่ายผัก ในเขตอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งการแสดงผลพฤติกรรมในแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกัน ดังนั้นผลการศึกษาดังกล่าวจึงใช้ได้เพียงอ้างอิงเท่านั้น หากต้องการศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคผักในพื้นที่ หรือจังหวัดอื่นควรมีการศึกษาเพิ่มเติม

7.2.2 ผู้ที่สนใจประกอบกิจการเป็นผู้จำหน่ายผักปลอดสารพิษ สามารถนำผลการศึกษาด้านส่วนประสมทางการตลาดไปวางกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคผักปลอดสารพิษในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี

7.2.3 เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคจะมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ตามสภาวะเศรษฐกิจ สภาพแวดล้อม และเพื่อเป็นการเรียนรู้พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง ควรมีการศึกษาอย่างต่อเนื่อง สำหรับใช้เป็นแนวทางในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับผู้บริโภคในปัจจุบัน

8. กิตติกรรมประกาศ

การศึกษานี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณา และความเมตตาจาก ดร.จินตนิษฐ์ รัชชื้อ อาจารย์ที่ปรึกษา และคณะกรรมการสอบการศึกษานี้ และอาจารย์ประจำคณิศรวิทย์ทุกท่านในการให้คำแนะนำ และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์และตรวจสอบแก้ไขตลอดการวิจัย รวมถึงบิดา มารดา พี่น้อง และญาติมิตร ทุกๆ ท่าน คุณธนารักษ์ พงษ์ภคตรา กรรมการผู้จัดการ บริษัท ทักษิณปาล์ม (2521) จำกัด ผู้เป็นแรงบันดาลใจในการเรียนปริญญาโทมาบัดนี้ พร้อมทั้งให้ทุนสนับสนุนในการเรียน ขอขอบคุณ คุณโอม ร้านบัวน้ำเงิน คุณแทน ร้านดอยคำ & มาจากธรรมชาติ คุณหมวย ร้านบ้านผักและสมุนไพร คุณศิริพล นาสัมภพ ผู้จัดการสาขา บิ๊กซี สุราษฎร์ธานี ผู้จัดการทั่วไปแม็คโคร สุราษฎร์ธานี ผู้จัดการสาขา เทสโก้โลตัสสุราษฎร์ธานี ผู้จัดการสหไทย สุราษฎร์ธานี และผู้จัดการสาขาท็อปสุราษฎร์ธานี ที่ให้ความอนุเคราะห์ และความสะดวกในการเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จนทำให้งานวิจัยชิ้นนี้ได้ดำเนินการจนเสร็จสมบูรณ์

9. เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการเกษตร กองป้องกันและกำจัดศัตรูพืช. (2539). *คู่มือการปลูกผักให้ปลอดจากสารพิษ*. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์กรุงเทพ.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). *สถิติสำหรับการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 2 : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตติมา เทียนไพโร. (2550). *พฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี*. หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2539). *พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- ชวัลยา สิทธิยศ และธีรเวช ทิตยี่สีแดง. (2557). *ปัจจัยด้านความคิดเห็นที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการซื้อข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภค*. วท.บ.: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง. กรุงเทพมหานคร.
- นนุช โกสิยรัตน์. (2553). *การศึกษาความต้องการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในร้านค้าเพื่อสุขภาพ แขวงศิริราช*. วิทยานิพนธ์ หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต.: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ประทานทิพย์ กระมล. (2557). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการซื้อผลผลิตเกษตรอินทรีย์ และปลอดสารพิษในตลาดเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่*. *วารสารแก่นเกษตร: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, 42(2), 227 – 234.
- พรรณรินทร์ อภิรัตน์อุดม. (2552). *พฤติกรรมกรรมการบริโภคผักของประชาชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี*. วิทยานิพนธ์ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.: มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
- พิมพ์กานต์ดา เทพวงษ์. (2013). *การรับรู้ และพฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของครู โรงเรียนสังกัดเทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น*. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ.: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- วีระพล สุทธิพรพลากร และเฉลียว แก่นจันทร์. (2538). *ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จขององค์กรชุมชน โครงการวนศาสตร์ชุมชนบนพื้นที่สูง จังหวัดเชียงใหม่*.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : บริษัท ธีระพิมพ์ และไซเท็กซ์ จำกัด.
- อารี พันธุ์มณี. (2546). *จิตวิทยาสร้างสรรค์การสอน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ไยใหม่เอ็ดดูเคท.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรนุช อาจประจัญ. (2558). *ความรู้ และพฤติกรรมกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.กรุงเทพมหานคร.
- อริศรา รุ่งแสง. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.กรุงเทพฯ
- อรุณี เอกพาณิชย์ถาวร และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2554). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. *วารสารการเงิน การลงทุน การตลาดและการบริหารธุรกิจ*, 1(1), 72 – 91.
- Ajzan Icek. (1991). *The Theory of Planned behavior*. *Org. Behav Hum Decision Processes* 50, 179 – 211.

พฤติกรรมผู้บริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี

- Chiew Shi Wee, Khalid Ismail and Nawawi Ishak. (2014). Consumers Perception, Purchase Intention and Actual Purchase Behavior of Organic Food Products. *Review of Integrative Business & Economics Research*, 3(2), 378 – 397.
- Henry, A. (1995). *Consumer Behavior and Marketing Action*. The United of America : International Thomson Publishing.
- Kast, F.E., Rosenzweig and James E. (1985). *Organization and Management : A system and Contingency Approach*. New York: Mc Graw – Hill.
- Kotler, P. (1997). *Marketing management analysis, planning, implementation and control* (9th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Kotler Philip. (2009). *Marketing Management. Peaso Prentice Hall*.
- Maria Magnasson. (2004). *Consumer Perception of Organic and Genetically Modified Foods*. Uppsala University. Sweden.
- Parichard Sangkumchaling and Wen-Chi Huang. (2012). Consumers' Perceptions and Attitudes of Organic Food Products in Northern Thailand. *Journal International Food and Agribusiness Management Review*, 15(1), 87 – 102.
- Peeraya Somsak and Markus Blut. (2012). An Evaluation of Buying Behaviors and Perception of Organic Vegetable Consumer in Chiang Mai Province. *The Asia Business and Management Conference 2012 Official Conference Proceedings*, Osaka, Japan, 1 – 14.
- Pittawat Ueasangkomsate and Salinee Santiteerakul. (2016). A Study of Consumers' Attitudes and Intention to buy Organic Foods for Sustainability. *Procedia Environmental Science*, 34(2016), 423 – 430.
- Sanjeev Kapoor and Niraj Kumar. (2015). Fruit and Vegetable Consumers' Behavior : Implications for Organiaed Retailers in Emerging Market. *Journal of Intenational Food & Agribusiness Marketing*, page 1 – 25.
- Schermerhorn, J.R., Hunt, J.G. & Osborn, R.N. (1982). *Managing organizational behavior*. Newyork : John Wiley and Sons.
- Tina Vukasovic. (2015). Attitudes towards organic fruits and vegetables. *Agricultural Economics Review*, page 20 – 34.

ประวัติแนบท้ายบทความ



Name and Surname: Kannikar Kongwarin
 Highest Education: Master Degree
 University or Agency: Walailak University
 Field of Expertise: Master of Business Administration
 Address: 324/43 Taratibodee Rd. T.Thakham A.Phunphin, Surathani.
 84130
 E-mail: k.kannikar.25@gmail.com



Name and Surname: Dr. Jintanee Ru-zhe
 Highest Education: Ph.D.
 University or Agency: Chiangmai University
 Field of Expertise: Ph.D. of Economics
 Address: Walailak University
 E-mail: jjintane@gmail.com