

ความรู้และพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร

อรนุช อาจประจัญ*

ดร.เบญจมาภรณ์ อิศรเดช**

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรู้และพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เปรียบเทียบความรู้เกี่ยวกับผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยซื้อและบริโภคผักปลอดสารพิษ โดยทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และสถิติ Chi-square

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เพศหญิง อายุ 20 – 30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี พนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4 – 6 คน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวมากกว่า 40,000 บาท และมีภูมิลำเนากรุงเทพฯ และปริมณฑล ความรู้เกี่ยวกับผักปลอดสารพิษอยู่ในระดับสูง ความถี่ในการซื้อผักปลอดสารพิษ 1 – 2 วันต่อสัปดาห์ ค่าใช้จ่าย 50-140 บาทต่อครั้ง ซื้อจากร้านโครงการหลวง ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ คือ ตนเอง จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว และภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับผักปลอดสารพิษแตกต่างกัน นอกจากนี้ ผู้บริโภคที่มีอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว และภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีความถี่ในการซื้อผักปลอดสารพิษ ชนิดของผักปลอดสารพิษที่ซื้อ ค่าใช้จ่ายซื้อผักปลอดสารพิษต่อครั้ง ราคาเฉลี่ยของผักปลอดสารพิษที่ต้องการซื้อ สถานที่เลือกซื้อผักปลอดสารพิษ ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผักปลอดสารพิษแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

** ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าเฉพาะบุคคล

1. บทนำ

จากกระแสการตื่นตัวในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ โดยผู้บริโภคหันมารับประทานผักกันมากขึ้น ซึ่งผักมีความสำคัญต่อมนุษย์ในฐานะเป็นแหล่งอาหารที่สำคัญมาตั้งแต่สมัยโบราณ ในผักมีสิ่งต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อร่างกาย ซึ่งในอาหารชนิดอื่นมีไม่เพียงพอหรือไม่มี พืชผักเป็นแหล่งสำคัญของธาตุอาหารที่จำเป็นต่อร่างกายโดยอุดมด้วยธาตุแคลเซียมและธาตุเหล็ก ให้วิตามินหลายอย่าง (ไทยเกษตรศาสตร์, 2555) แม้ว่าผักจะอุดมไปด้วยสารอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย แต่ถ้าผักเหล่านั้นมีการปนเปื้อนสารเคมีในปริมาณที่สูงเกินกว่าเกณฑ์มาตรฐานจะทำให้เกิดโทษแก่ผู้บริโภคได้ (“เกษตรปราบสารเคมี มหันตภัยทำลายสุขภาพ”, 2557)

ฉะนั้น ผู้บริโภคจะมีสุขภาพดีได้ก็มาจากการเลือกรับประทานอาหารที่มีคุณภาพดีและเป็นประโยชน์ต่อร่างกาย ดังนั้นวิธีการบริโภคผักปลอดสารพิษจึงเป็นอีกหนึ่งทางเลือกของผู้บริโภคที่รักสุขภาพ ซึ่งการได้บริโภคผักต่าง ๆ ที่ปลอดภัยจากสารพิษในปริมาณที่เหมาะสมเป็นประจำจะช่วยให้ร่างกายมีสุขภาพที่แข็งแรง ไม่เจ็บป่วยง่าย (“อาหารปลอดภัย เป็นจริงได้ ผู้บริโภคต้องแสดงพลังช่วยผู้ผลิต”, 2557)

ทุกภาคส่วนควรร่วมมือกันให้ความรู้เกี่ยวกับผักปลอดสารพิษที่ถูกต้องแก่ผู้บริโภค เพราะถ้าผู้บริโภคมีความรู้เกี่ยวกับผักปลอดสารพิษที่ดี ย่อมทำให้ผู้บริโภคได้ตระหนักถึงการบริโภคผักที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพอนามัย และยังส่งผลให้ผู้บริโภคตื่นตัวและมีพฤติกรรม การซื้อและรับประทานผักปลอดสารพิษ รวมถึงมีความเต็มใจที่จ่ายเงินเพื่อสินค้าที่มีคุณภาพและปลอดภัยมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยมีความต้องการศึกษาความรู้และพฤติกรรม การบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้ประกอบการผักปลอดสารพิษที่เป็นผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายสามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการวางแผนการตลาดผักปลอดสารพิษให้สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 2.1 เพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
- 2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
- 2.3 เพื่อเปรียบเทียบความรู้เกี่ยวกับผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
- 2.4 เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขต
กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

3. สมมติฐานของการศึกษา

สมมติฐานที่ 1 ผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว และภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับผักปลอดสารพิษแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว และภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษแตกต่างกัน

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงความรู้และพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

2. ผู้ประกอบการผักปลอดสารพิษที่เป็นผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการวางแผนการตลาดผักปลอดสารพิษให้สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานและแนวทางให้แก่บุคคลทั่วไปที่มีความสนใจเกี่ยวกับข้อมูลผักปลอดสารพิษดังกล่าว และใช้เป็นหลักฐานอ้างอิงทางวิชาการในโอกาสต่อไป

5. ขอบเขตของการศึกษา

ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยซื้อและบริโภคผักปลอดสารพิษ

ขอบเขตด้านเนื้อหา เป็นการศึกษาความรู้เกี่ยวกับผักปลอดสารพิษและพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว และภูมิลำเนา

ตัวแปรตาม ดังนี้

1) ความรู้เกี่ยวกับผักปลอดสารพิษ ได้แก่ วิธีการเลือกซื้อผัก วิธีการล้างผัก และวิธีเลือกกินผัก

2) พฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษ ได้แก่ ความถี่ในการซื้อผักปลอดสารพิษ ชนิดของผักปลอดสารพิษที่ซื้อ ค่าใช้จ่ายซื้อผักปลอดสารพิษต่อครั้ง ราคาเฉลี่ยของผักปลอดสารพิษที่ต้องการซื้อ สถานที่เลือกซื้อผักปลอดสารพิษ และผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผักปลอดสารพิษ

ขอบเขตด้านระยะเวลาเก็บข้อมูล ระยะเวลาเก็บข้อมูลต้นเดือนเมษายน-กลางเดือนเมษายน 2558

6. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยนำแบบสอบถามไปขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างให้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง และขอรับแบบสอบถามคืนทันที ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับผักปลอดสารพิษของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้ตอบแบบสอบถาม

7. ผลการศึกษา

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เพศหญิง อายุ 20 - 30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี พนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4 - 6 คน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวมากกว่า 40,000 บาท และมีภูมิลำเนากรุงเทพฯ และปริมณฑล นอกจากนี้มีงานอดิเรก คือ ดูภาพยนตร์มากที่สุด รองลงมา คือ ออกกำลังกายหรือเล่นกีฬา ส่วนใหญ่ไม่มีโรคประจำตัว ในระยะ 1 เดือน ที่ผ่านมา ส่วนใหญ่เคยรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษจากสื่อโทรทัศน์ และมีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษอยู่ในระดับต่ำ

การศึกษาความรู้เกี่ยวกับผักปลอดสารพิษ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับผักปลอดสารพิษอยู่ในระดับสูง

การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อผักปลอดสารพิษ 1 - 2 วันต่อสัปดาห์ ซื้อผักปลอดสารพิษ (Pesticide Free) มากที่สุด มีค่าใช้จ่าย 50-140 บาทต่อครั้ง ต้องการซื้อผักปลอดสารพิษราคาเฉลี่ยแพงกว่าผักทั่วไป 0.5-1 เท่า ซื้อผักปลอดสารพิษจากร้านโครงการหลวง ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ คือ ตนเอง ส่วนใหญ่บริโภคผักปลอดสารพิษประเภทผักที่นิยมปรุงให้สุกก่อนบริโภค เช่น คะน้า กวางตุ้ง ผักบุ้ง ดอกกะหล่ำ ถั่วลันเตา ฯลฯ และมีการนำผักปลอดสารพิษไปประกอบอาหารประเภทผัดมากที่สุด โดยเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อผักปลอดสารพิษเป็นอันดับ 1 มากที่สุด คือ คุณภาพ/ ความสะอาด เหตุผลอันดับ 2 มากที่สุด คือ ความสดใหม่ เหตุผลอันดับ 3 มากที่สุด คือ ความปลอดภัย

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว และภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับผักปลอดสารพิษแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษในเรื่องความถี่ในการซื้อผักปลอดสารพิษ ชนิดของผักปลอดสารพิษที่ซื้อ ค่าใช้จ่ายซื้อผักปลอดสารพิษต่อครั้ง สถานที่เลือกซื้อผักปลอดสารพิษ ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผักปลอดสารพิษแตกต่างกัน และผู้บริโภคที่มีอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว และภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีความถี่ในการซื้อผักปลอดสารพิษ ชนิดของผักปลอดสารพิษที่ซื้อ ค่าใช้จ่ายซื้อผักปลอดสารพิษต่อครั้ง ราคาเฉลี่ยของผักปลอดสารพิษที่ต้องการซื้อ สถานที่เลือกซื้อผักปลอดสารพิษ ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผักปลอดสารพิษแตกต่างกัน

8. อภิปรายผลการศึกษา

1. จากการศึกษาความรู้เกี่ยวกับผักปลอดสารพิษ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับผักปลอดสารพิษอยู่ในระดับสูง สอดคล้องกับงานวิจัยของ อิศระสินธนกุลไพศาล (2547) ศึกษาเรื่อง “ความรู้และความเข้าใจของผู้บริโภคผักปลอดสารพิษในจังหวัดเชียงใหม่” ผลการศึกษา พบว่า ผู้บริโภค ผักปลอดภัยส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจในระดับความรู้อีก

2. จากการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อผักปลอดสารพิษ 1 - 2 วันต่อสัปดาห์ ซื้อผักปลอดสารพิษ (Pesticide Free) มากที่สุด มีค่าใช้จ่าย 50-140 บาทต่อครั้ง ต้องการซื้อผักปลอดสารพิษราคาเฉลี่ยแพงกว่าผักทั่วไป 0.5 - 1 เท่า ส่วนใหญ่ซื้อผักปลอดสารพิษจากร้านโครงการหลวง ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ คือ ตนเอง ซึ่งส่วนใหญ่บริโภคผักปลอดสารพิษประเภทผักที่นิยมปรุงให้สุกก่อนบริโภค เช่น คื่นช่าย กวางตุ้ง ผักบุ้ง ดอกกะหล่ำ ถั่วลันเตา ฯลฯ มีการนำผักปลอดสารพิษไปประกอบอาหารประเภทผัดมากที่สุด โดยเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อผักปลอดสารพิษเป็นอันดับ 1 มากที่สุด คือ คุณภาพ/ ความสะอาด สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมิตรา กันธวงค์ (2552) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อผักปลอดสารพิษจากเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่” ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกซื้อผักปลอดสารพิษด้วยตัวเอง ซื้อผักปลอดสารพิษ 2-3 วันต่อครั้ง มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อผักปลอดสารพิษครั้งละ 51-100 บาท สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริเกษ มาลาวงษ์ (2552) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างยินดีซื้อผักปลอดสารพิษราคาแพงกว่าผักทั่วไป 0.5 - 1 เท่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ พุริยา สิริภัทรไพศาล (2550) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมผู้บริโภค และส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษในซูเปอร์มาเก็ตเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษา พบว่า ผักปลอดสารพิษที่นิยมบริโภค คือ ผักคะน้า และชอบบริโภคผักปลอดสารพิษแบบนำมาผัด บุคคลที่มีอิทธิพลในการบริโภคผักปลอดสารพิษ คือ

ตัวเอง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อริศรา รุ่งแสง (2555) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษา พบว่า มีเหตุผลที่ซื้อผักปลอดสารพิษเพราะด้านคุณภาพ/ ความสะอาด

3. จากการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว และภูมิสำเนาแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับผักปลอดสารพิษแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ โชคอารีย์ มั่นอินทร์ (2550) ศึกษาเรื่อง “ความรู้ และพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อด้านการบริโภคผักปลอดสารพิษของชุมชนเมืองและชนบท จังหวัดพิษณุโลก” ผลการศึกษา พบว่า อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพมีความสัมพันธ์กับความรู้ในการบริโภคผักปลอดสารพิษ

4. จากการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษในเรื่องความถี่ในการซื้อผักปลอดสารพิษ ชนิดของผักปลอดสารพิษที่ซื้อ ค่าใช้จ่ายซื้อผักปลอดสารพิษต่อครั้ง สถานที่เลือกซื้อผักปลอดสารพิษ ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผักปลอดสารพิษแตกต่างกัน และผู้บริโภคที่มีอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว และภูมิสำเนาแตกต่างกัน มีความถี่ในการซื้อผักปลอดสารพิษ ชนิดของผักปลอดสารพิษที่ซื้อ ค่าใช้จ่ายซื้อผักปลอดสารพิษต่อครั้ง ราคาเฉลี่ยของผักปลอดสารพิษที่ต้องการซื้อ สถานที่เลือกซื้อผักปลอดสารพิษ ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผักปลอดสารพิษแตกต่างกัน

สอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546) กล่าวไว้ว่า อายุเป็นปัจจัยที่สำคัญในการนำไปสู่พฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน ขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัวเป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์ต่อความต้องการ ทักษะ และค่านิยมของบุคคล ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน ส่วนอาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ โอกาสเหล่านี้ประกอบด้วย รายได้ การออมสินทรัพย์ อำนาจการซื้อ และทักษะเกี่ยวกับการจ่ายเงิน แนวโน้มของรายได้ส่วนบุคคล การออมและอัตราดอกเบี้ย และผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีกว่าผู้มีการศึกษาต่ำ โดยแบบการดำรงชีวิตขึ้นกับวัฒนธรรม ชั้นของสังคมแต่ละกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคล การเลือกผลิตภัณฑ์ของบุคคลขึ้นอยู่กับแบบการดำรงชีวิต สอดคล้องกับงานวิจัยของ อริศรา รุ่งแสง (2555) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีความถี่ที่ซื้อ/ บริโภคผักปลอดสารพิษ และด้านค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งที่ซื้อผักปลอดสารพิษ โดยเฉลี่ยแตกต่างกัน ผู้บริโภคที่มีอายุ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งที่ซื้อผักปลอดสารพิษโดยเฉลี่ยแตกต่างกัน ผู้บริโภคที่มีอาชีพและสถานภาพแตกต่างกัน มีค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งที่ซื้อผักปลอดสารพิษโดยเฉลี่ยแตกต่างกัน

9. ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

จากผลการศึกษา ผู้วิจัยพบประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

1. จากผลการวิจัย พบว่า ในระยะ 1 เดือน ที่ผ่านมา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เคยรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษจากสื่อโทรทัศน์ และมีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษอยู่ในระดับต่ำ แสดงให้เห็นว่าในช่วงไตรมาสแรกของปีไม่มีข่าวสารที่เกี่ยวกับผักปลอดสารพิษที่มากนัก จึงทำให้ผู้บริโภครับรู้ข่าวสารน้อย ดังนั้นผู้ประกอบการผักปลอดสารพิษที่เป็นผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายควรร่วมมือกับภาครัฐและภาคเอกชนในการรณรงค์ให้ผู้บริโภคได้เห็นถึงความสำคัญของการบริโภคผักปลอดสารพิษเป็นระยะ ๆ ผ่านทางสื่อโทรทัศน์ เพื่อเป็นการย้ำเตือนให้ผู้บริโภคหันมาใส่ใจบริโภคผักปลอดสารพิษกันเป็นประจำแทนผักทั่วไป

2. จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการซื้อผักปลอดสารพิษราคาเฉลี่ยแพงกว่าผักทั่วไป 0.5-1 เท่า และเหตุผลที่เลือกซื้อผักปลอดสารพิษเป็นอันดับ 1 มากที่สุด คือ คุณภาพ/ ความสะอาด ดังนั้น ผู้ประกอบการผักปลอดสารพิษที่เป็นผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายควรพิจารณาตั้งราคาผักปลอดสารพิษโดยยึดราคาผักปลอดสารพิษให้ไม่แพงกว่าผักทั่วไป 0.5-1 เท่า และรักษามาตรฐานผักปลอดสารพิษให้มีคุณภาพ/ความสะอาด ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อผักปลอดสารพิษเพิ่มขึ้น เพราะเห็นว่าราคาที่ซื้อผักปลอดสารพิษไม่แพงเกินไปเมื่อเทียบกับคุณภาพและความสะอาดที่ได้รับ

3. จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคผักปลอดสารพิษประเภทผักที่นิยมปรุงให้สุกก่อนบริโภค เช่น คื่นช่าย กวางตุ้ง ผักบุ้ง ดอกกะหล่ำ ถั่วลันเตา ฯลฯ และมีการนำผักปลอดสารพิษไปประกอบอาหารประเภทผัดมากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการผักปลอดสารพิษที่เป็นผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย ควรพิจารณานำประเภทผักที่นิยมปรุงให้สุกก่อนบริโภคมาทำเป็นป้ายเมนูอาหารแนะนำให้ผู้บริโภคได้ทราบว่าผักแต่ละชนิดสามารถนำไปประกอบอาหารประเภทผัดอะไรได้บ้าง และควรมีส่วนประกอบเครื่องปรุงอะไรในเมนูอาหารแนะนำบ้าง ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษไปประกอบอาหารได้ง่ายขึ้น

4. จากผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคกลุ่มกรุงเทพฯ และปริมณฑล เลือกซื้อผักปลอดสารพิษจากตลาดสดมากที่สุด และซื้อผักปลอดสารพิษ (Pesticide Free) มากที่สุด ผู้บริโภคกลุ่มภาคกลางและผู้บริโภคกลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือเลือกซื้อผักปลอดสารพิษจากเทสโก้โลตัส และจากร้านโครงการหลวงมากที่สุด และทั้งสองกลุ่มซื้อผักปลอดสารพิษ (Pesticide Free) มากที่สุด ผู้บริโภคกลุ่มภาคใต้และผู้บริโภคกลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือเลือกซื้อผักปลอดสารพิษจากร้านโครงการหลวงมากที่สุด โดยผู้บริโภคกลุ่มภาคใต้ซื้อผักเกษตรอินทรีย์ (Organic Farming) และซื้อผักไฮโดรโปนิกส์ (Hydroponics) มากที่สุด และผู้บริโภคกลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซื้อผักไฮโดรโปนิกส์ (Hydroponics) มากที่สุด ผู้บริโภคกลุ่มภาคเหนือเลือกซื้อผักปลอดสารพิษจากบิ๊กซีมากที่สุด และซื้อผักปลอดสารพิษ (Pesticide Free) มากที่สุด และผู้บริโภคกลุ่มภาคตะวันตก เลือกซื้อผักปลอดสารพิษจากแมคโคร และจากท็อปส์มากที่สุดและซื้อผักเกษตรอินทรีย์

(Organic Farming) มากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการผักปลอดสารพิษที่เป็นผู้จัดจำหน่ายควรพิจารณานำประเภทผักมาวางจำหน่ายให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคแต่ละภูมิภาค

10. กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ ด้วยความกรุณาของ ดร.เบญจมาภรณ์ อิศรเดช ที่กรุณา
รับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งได้ให้คำปรึกษา ข้อชี้แนะ ที่เป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัยจนกระทั่ง
ลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

เกษตรอาบสารเคมี มหันตภัยทำลายสุขภาพ. (2557, 9 ตุลาคม). กรุงเทพธุรกิจ, น. 2.

ศิริเกษ มาลาวงษ์. (2552). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษในเขต

กรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ:

มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สมิตรา กันธะวงศ์. (2552). พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อผักปลอดสารพิษจากเกษตรกรใน

จังหวัดเชียงใหม่ (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). เชียงใหม่:

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อริศรา รุ่งแสง. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขต

กรุงเทพมหานคร (สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ:

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

โชคอารีย์ มั่นอินทร์. (2550). ความรู้และพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อด้านการบริโภค

ผักปลอดสารพิษของชุมชนเมืองและชนบท จังหวัดพิษณุโลก (วิทยานิพนธ์

วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.

สุรียา สิริภัทรไพศาล. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภคและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อ

แนวโน้มการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษในซูเปอร์มาร์เกตเขตกรุงเทพมหานคร

(วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) กรุงเทพฯ:

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อิสระ สิ้นธนกกุลไพศาล. (2547). ความรู้และความเข้าใจของผู้บริโภคผักปลอดสารพิษในจังหวัด

เชียงใหม่ (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ไทยเกษตรศาสตร์. (2555, 11 เมษายน). ความสำคัญของพืชผัก. สืบค้นจาก

<http://www.thaikasetsart.com/ความสำคัญของพืชผัก/>

อาหารปลอดภัย เป็นจริงได้ ผู้บริโภคต้องแสดงพลังช่วยผู้ผลิต. (2557, 28 ตุลาคม). กรุงเทพฯ
ธุรกิจออนไลน์. สืบค้นจาก [http://www.bangkokbiznews.com/news/
detail/613764](http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/613764)