



ทัศนคติต่อการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
Attitudes towards Fresh Vegetable Consumption of Consumers in Hatyai City
Municipality, Songkhla Province

พิชิตพล ชุ่มจินดา
Pichitpol Chumjinda

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการธุรกิจเกษตร
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

A Minor Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts in Agribusiness Management
Prince of Songkla University

2554

ชื่อสารนิพนธ์ ทักษะคิดต่อการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่
จังหวัดสงขลา
ผู้เขียน พิชิตพล ชุ่มจินดา
สาขาวิชา การจัดการธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษา

คณะกรรมการสอบ

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปริชญญา เนติโณม)

.....ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปริชญญา เนติโณม)

.....กรรมการ
(ดร. สิริรัตน์ เกียรติปฐมชัย)

.....กรรมการ
(อาจารย์ กนกพร ภาชีรัตน์)

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร. สุรัชัญญา ทองรักษ์)
ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

ชื่อสารนิพนธ์	ทัศนคติต่อการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
ผู้เขียน	พิชิตพล ชุ่มจินดา
สาขาวิชา	การจัดการธุรกิจเกษตร
ปีการศึกษา	2553

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพสังคม และเศรษฐกิจของผู้บริโภคผักสด 2) พฤติกรรมการบริโภคผักสดของผู้บริโภค 3) ทัศนคติต่อการบริโภคผักสดของผู้บริโภค 4) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับทัศนคติในการบริโภคผักสดของผู้บริโภค และ 5) ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการบริโภคผักสดของผู้บริโภค โดยข้อมูลที่ใช้ประกอบด้วย ข้อมูลทัศนคติ และข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์รายบุคคลกลุ่มตัวอย่างจำนวน 180 ราย สุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ใช้แบบสอบถามเชิงโครงสร้างในการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และสถิติไคสแควร์

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 79.4 อายุเฉลี่ย 40.5 ปี สถานภาพสมรส นับถือศาสนาพุทธ จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 3.9 คน ส่วนใหญ่ไม่มีโรคประจำตัว และประกอบอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีรายได้รวมเฉลี่ยของครัวเรือน 32,406.1 บาท/เดือน ซื้อผักเฉลี่ย 2.0 ครั้ง/สัปดาห์ เป็นจำนวนเงินเฉลี่ย 101.8 บาท/ครั้ง ผู้บริโภคเน้นซื้อผักที่สดใหม่ จากตลาดสดปลาช่ามากที่สุด เนื่องจากอยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน และนิยมล้างผักสดด้วยน้ำสะอาด เฉลี่ย 2.3 ครั้ง

ผู้บริโภคนิยมซื้อผักบริโภคไป 3 ชนิดแรก ได้แก่ ผักบุ้งจีน ผักคะน้า และผักกาดขาว/ผักกาดขาวปลี โดยซื้อเฉลี่ย 2 ครั้ง/สัปดาห์ ปริมาณที่ซื้อเฉลี่ย 0.6 กก./ครั้ง ซื้อที่ตลาดสด ปัญหาในการเลือกซื้อ คือ ผักไม่สด ผู้บริโภคนิยมซื้อผักบริโภคดอก 3 ชนิดแรก ได้แก่ เห็ด กะหล่ำดอก และบล็อคเคอรี่ โดยซื้อเฉลี่ย 1.6 ครั้ง/สัปดาห์ ปริมาณที่ซื้อเฉลี่ย 0.7 กก./ครั้ง ซื้อที่ตลาดสด ปัญหาในการซื้อ คือ มีสารเคมีตกค้าง ผู้บริโภคนิยมซื้อผักบริโภคผัก 3 ชนิดแรก ได้แก่ ถั่วฝักยาว ถั่วพู และสะตอ โดยซื้อเฉลี่ย 1.8 ครั้ง/สัปดาห์ ปริมาณที่ซื้อเฉลี่ย 0.5 กก./ครั้ง ซื้อที่ตลาด ปัญหาในการซื้อ คือ มีสารเคมีตกค้าง ผู้บริโภคนิยมซื้อผักบริโภคผล 3 ชนิดแรก ได้แก่ แตงร้าน/แตงกวา มะเขือเปราะ และมะเขือเทศ/มะเขือเทศสีดา โดยซื้อเฉลี่ย 2.0 ครั้ง/สัปดาห์ ปริมาณที่ซื้อเฉลี่ย 0.7 กก./ครั้ง ซื้อที่ตลาดสด ปัญหาในการซื้อ คือ มีสารเคมีตกค้าง ผู้บริโภคนิยมซื้อผัก

บริโภคน้ำ 3 ชนิดแรก ได้แก่ แครอท หัวไชเท้า และหอมใหญ่ โดยซื้อเฉลี่ย 1.5 ครั้ง/สัปดาห์ ปริมาณที่ซื้อเฉลี่ย 0.6 กก./ครั้ง ซื้อที่ตลาดสด ปัญหาในการซื้อ คือ ขนาดหัวเล็กเกินไป

ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อการบริโภคผักสดอยู่ในระดับดี แต่มีระดับทัศนคติไม่สู้ดีใน ประเด็น ปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐมีการส่งเสริมให้เกษตรกรลดการใช้สารเคมีค่อนข้างน้อย และมีระดับทัศนคติดีปานกลางในประเด็น กระบวนการผลิตผักในปัจจุบันมีความปลอดภัยต่อ ผู้บริโภค และผักที่วางขายตามท้องตลาดทั่วไปเป็นผักที่มีความปลอดภัยจากสารพิษ

ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสภาพทางสังคม และเศรษฐกิจกับระดับทัศนคติ ในการบริโภคผักสดของผู้บริโภค พบว่า ปัจจัยสภาพทางสังคม และเศรษฐกิจไม่มีความสัมพันธ์ ต่อระดับทัศนคติในการบริโภคผักสดของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$

ปัญหา และอุปสรรคในการบริโภคผักสดของผู้บริโภค คือ ไม่มั่นใจในความปลอดภัย ผู้บริโภคเสนอแนะให้เกษตรกรลดการใช้สารเคมีทางการเกษตร และให้ภาครัฐเข้ามาควบคุมเรื่อง ราคาของผักที่แพงเกินไปในช่วงเทศกาล นอกจากนี้การเลือกซื้อผักสดควรเลือกผักที่ปลอดภัย จากสารพิษมากที่สุด

Minor Thesis Title Attitudes towards Fresh Vegetable Consumption of Consumers in Hatyai City Municipality, Songkhla Province

Author Mr. Pichitpol Chumjinda

Major Agribusiness Management

Academic Year 2010

Abstract

The research aims to study 1) the consumers' social and economic features on fresh vegetables 2) consumers' behavior on fresh vegetables 3) consumers' attitudes towards fresh vegetable consumption 4) factors affecting the attitude level of consumers' behavior on fresh vegetables and 5) problems, threats, and suggestions on fresh vegetable consumption raised by the consumers. The data was comprised of the secondary and primary data. The primary data was collected by the interview of 180 consumers via the accidental sampling. The structured questionnaires were applied. The data analysis was implemented by the descriptive statistics and Chi-Square statistics.

The results reveal as following. Most of the consumers are female, 79.4%. The average age is 40.5 years old. The consumers are Buddhists and bachelor degree educated. The average household members are 3.9 people. The consumers are in good health condition and do not have any congenital disease. The consumers operate their own business and trading. The total household income is averagely 32,406.1 baht a month. They buy fresh vegetables 2.0 times a week, which costs 101.8 baht in average. The consumers prefer fresh vegetables from Plaza Fresh Market Place due to nearby location. The vegetables will be averagely cleaned up with clean water for 2.3 times before the consumption.

The first 3 leaf vegetables, which the consumers like buying, are water morning glory, Chinese kale and Chinese cabbage. The preferable quantity is 0.6 kilograms. The buying activity is 2 times a week at the fresh market. The problem encountered is that the vegetables are not fresh. The first 3 flower vegetables are Mushrooms, cauliflowers and broccolis. The preferable quantity is 0.7 kilograms. The buying activity is 1.6 times a week at the fresh market. The problem is chemical

residue. The first 3 vegetables are long beans, winged beans and *Parkia speciosa*. The preferable quantity is 0.5 kilograms. The buying activity is 1.8 times a week at the fresh market. The problem is chemical residue. The first 3 fruit vegetables are cucumbers, egg plants and tomatoes/cherry tomatoes. The preferable quantity is 0.7 kilograms. The buying activity is 2.0 times a week at the fresh market. The problem is chemical residue. The first 3 bulb vegetables are carrots, radishes and onions. The preferable quantity is 0.6 kilograms. The buying activity is 1.5 times a week at the fresh market. The problem is too small size.

The consumers' attitudes towards fresh vegetables are rated in the good level. However, the consumers' attitude rated in the bad level is that the campaign to reduce chemical application is less implementation. The consumers' attitudes rated in the moderate level are described as details. The production process is currently safe for the consumers' consumption. The vegetables sold in the markets are free-toxin.

The correlation analysis between the social and economic factors and consumers' attitude level towards fresh vegetable consumption are described as details. The social and economic factors do not correlate to the consumers' attitude level towards fresh vegetable consumption with statistically significance at $\alpha = 0.05$.

Problems and threats on consumers' fresh vegetable consumption are the consumers' confidence on consumption safety. The suggestions raised by the consumers are that the farmers should reduce the chemical application. The government should monitor and control the vegetable price during the festivals. Finally, the consumers should buy the vegetables, which are free-toxin.

กิตติกรรมประกาศ

ผลงานสารนิพนธ์เรื่อง ทศนคติต่อการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เป็นเพราะผู้วิจัยได้มีความพยายามทุ่มเทความสามารถอย่างเต็มที่ในการค้นคว้าหาข้อมูล ทฤษฎี และองค์ความรู้ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องข้องในการทำวิจัย รวมถึงการลงพื้นที่เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยมีความซาบซึ้งใจยิ่ง และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับผู้ช่วยศาสตราจารย์ปริญญา เถิดโฉม อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าโดยกรุณาใส่ใจดูแลและให้คำแนะนำปรึกษาในกระบวนการวิจัยอย่างสม่ำเสมอ โดยเริ่มตั้งแต่การเขียนโครงร่างสารนิพนธ์ การวิเคราะห์ข้อมูล จนกระทั่งขั้นตอนสุดท้าย คือ การเขียนสารนิพนธ์อย่างถูกต้อง ทั้งใคร่ขอขอบพระคุณ ดร. สิริรัตน์ เกียรติปฐมชัย และอาจารย์กนกพร ภาชีรัตน์ กรรมการสอบสารนิพนธ์ ที่ได้กรุณาชี้แนะสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เขียน ทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

นอกเหนือจากคณาจารย์ทั้ง 3 ท่านแล้ว ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานต่างๆ ของคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ที่อำนวยความสะดวกในการเรียนการสอนตลอดมา การวิจัยครั้งนี้จะประสบผลสำเร็จลุล่วงไม่ได้ หากไม่ได้รับความอนุเคราะห์และเสียสละเวลาในการให้ข้อมูล รวมทั้งข้อคิดเห็นต่างๆ จากผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณทุกท่านที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ด้วยดีเป็นอย่างสูง

สำหรับบุคคลที่สำคัญยิ่งและจะขาดเสียมิได้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณแม่ และครอบครัวที่คอยเป็นกำลังใจสำคัญโดยตลอดระยะเวลาที่ทำการศึกษา จนกระทั่งงานวิจัยชิ้นนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี สุดท้ายขอกราบขอบพระคุณรุ่นพี่ รุ่นที่ 10 ที่คอยห่วงใย ถวายความก้าวหน้าของงานวิจัย และเพื่อนๆ ร่วมชั้นเรียน รุ่นที่ 11 ที่คอยเป็นกำลังใจ และช่วยเหลือผู้วิจัยตลอดมา ผู้วิจัยจึงขอมอบคุณค่า และประโยชน์จากสารนิพนธ์ฉบับนี้แด่บุพการี ครูบาอาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกๆ ท่านที่ถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่ผู้วิจัย

พิชิตพล ชุ่มจินดา

มิถุนายน 2554

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
Abstract	(5)
กิตติกรรมประกาศ	(7)
สารบัญ	(8)
สารบัญตาราง	(10)
สารบัญภาพ	(11)
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความสำคัญของการวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.5 นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 การตรวจสอบเอกสาร	
2.1 องค์ความรู้เกี่ยวกับการผลิตและการเลือกซื้อผัก	6
2.2 ทฤษฎี และองค์ความรู้เกี่ยวกับทัศนคติ และพฤติกรรมผู้บริโภค	13
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	25
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	
3.1 ข้อมูล และการรวบรวมข้อมูล	35
3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล	38
บทที่ 4 ผลการวิจัย และอภิปรายผล	
4.1 สภาพสังคม และเศรษฐกิจของผู้บริโภคผักสดในเขตเทศบาลนคร หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา	41
4.2 พฤติกรรมการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา	45
4.3 ทัศนคติต่อการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัด สงขลา	74
4.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับทัศนคติในการบริโภคผักสดของผู้บริโภคใน เขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา	77

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.5 ปัญหา และอุปสรรคในการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา	78
4.6 ข้อเสนอแนะของผู้บริโภคผักสดในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา	79
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	82
5.2 ข้อเสนอแนะ	86
5.3 ข้อจำกัดการวิจัย	87
5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	87
บรรณานุกรม	88
ภาคผนวก : แบบสอบถาม	91
ประวัติผู้เขียน	98

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 2.1	หลักเกณฑ์ และวิธีการตรวจประเมินที่ใช้ในการตรวจรับรองฟาร์ม GAP	7
ตารางที่ 3.1	จำนวนตัวอย่างที่ใช้ศึกษา จำแนกตาม โชน	36
ตารางที่ 4.1	สภาพทางสังคม และเศรษฐกิจของผู้บริโภคผักสด	42
ตารางที่ 4.2	พฤติกรรมการบริโภคผักสดของผู้บริโภค	46
ตารางที่ 4.3	ชนิดของผักสดที่ผู้บริโภคนิยมซื้อมาประกอบอาหาร	50
ตารางที่ 4.4	วิธีการล้างผักสดของผู้บริโภค	52
ตารางที่ 4.5	การบริโภคผักสด ชนิดผักบริโภคใบที่ผู้บริโภคซื้อเป็นประจำทุกสัปดาห์	54
ตารางที่ 4.6	การบริโภคผักสด ชนิดผักบริโภคดอกที่ผู้บริโภคซื้อเป็นประจำทุกสัปดาห์	59
ตารางที่ 4.7	การบริโภคผักสด ชนิดผักบริโภคฝักที่ผู้บริโภคซื้อเป็นประจำทุกสัปดาห์	63
ตารางที่ 4.8	การบริโภคผักสด ชนิดผักบริโภคผลที่ผู้บริโภคซื้อเป็นประจำทุกสัปดาห์	66
ตารางที่ 4.9	การบริโภคผักสด ชนิดผักบริโภคหัวที่ผู้บริโภคซื้อเป็นประจำทุกสัปดาห์	71
ตารางที่ 4.10	ทัศนคติต่อการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา	74
ตารางที่ 4.11	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสภาพทางสังคม และเศรษฐกิจกับระดับทัศนคติต่อการบริโภคผักสดของผู้บริโภค	78
ตารางที่ 4.12	ปัญหา และอุปสรรคในการบริโภคผักสดของผู้บริโภค	79
ตารางที่ 4.13	ข้อเสนอแนะของผู้บริโภคในการดำเนินการผลิต ด้านการควบคุมคุณภาพ และราคา และด้านการเลือกซื้อ	80

สารบัญภาพ

		หน้า
ภาพที่ 1.1	แผนที่เทศบาลนครหาดใหญ่	3
ภาพที่ 2.2	รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค	19
ภาพที่ 2.3	ส่วนประสมทางการตลาด	20
ภาพที่ 2.4	กล่องคำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ	23
ภาพที่ 2.5	ขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	24
ภาพที่ 3.1	กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางเศรษฐกิจ และสังคมกับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการบริโภคผักสด	40

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญของการวิจัย

ผักเป็นอาหารหมวดหนึ่งที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ เนื่องจากประกอบด้วยวิตามิน แร่ธาตุ กากใย โปรตีน และธาตุอาหารอื่นๆ ที่ทำให้ร่างกายของมนุษย์ทำหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และป้องกันการเกิดโรคชนิดต่างๆ ได้ เช่น โรคหัวใจ โรคมะเร็ง โรคเบาหวาน โรคระบบทางเดินหายใจ และโรคอ้วนลงพุง เมื่อบริโภคผักเป็นประจำ ในปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการของร่างกาย ผู้เชี่ยวชาญทางด้านโภชนาการได้แนะนำให้บริโภคผักหลากหลายชนิดในปริมาณขั้นต่ำ 400 กรัม/คน/วัน หรือ 150 กิโลกรัม/คน/ปี ประเทศไทยมีพื้นที่ปลูกผักเศรษฐกิจประมาณปีละ 3 ล้านไร่ หรือร้อยละ 2.5 ของพื้นที่ภาคการเกษตร มีผลผลิตรวมประมาณ 5.0-5.5 ล้านตัน ผลผลิตส่วนใหญ่ใช้เพื่อการบริโภคภายในประเทศ และมีการส่งออกผักสด ผักแปรรูปชนิดต่างๆ ตลอดจนเมล็ดพันธุ์ ประมาณปีละ 0.45 ล้านตัน มูลค่าประมาณ 1.52 หมื่นล้านบาท หรือราวร้อยละ 2.0 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตร ผักที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจ ได้แก่ ผักในตระกูลแตง (Cucurbitaceae) ตระกูลกะหล่ำ (Cruciferae) ตระกูลหอม กระเทียม (Amaryllidaceae) ตระกูลพริก มะเขือ (Solanaceae) ตระกูลถั่ว (Leguminosae) ตระกูลผักบุ้ง (Convolvulaceae) ข้าวโพด หน่อไม้ฝรั่ง กระเจี๊ยบเขียว และแครอท เป็นต้น (สถาบันวิจัยพืชสวน, 2550)

จากสภาพภูมิอากาศของประเทศไทยที่เหมาะสมแก่การผลิตพืชผักแทบทุกชนิด บางชนิดให้ผลผลิตเฉพาะตามฤดูกาล แต่บางชนิดสามารถให้ผลผลิตตลอดทั้งปี นอกจากนี้ยังสามารถปลูกได้ทุกภาคของประเทศไทย ความต้องการบริโภคผักจะมีความสัมพันธ์กับการผลิตของระบบเศรษฐกิจ โดยที่ความต้องการบริโภคผักจะเป็นตัวกำหนดให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในการผลิตทั้งในด้านปริมาณและราคา ซึ่งปริมาณการบริโภคผักสดเพิ่มขึ้นทุกปี เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของประชากร การขยายตัวทางเศรษฐกิจ การเพิ่มขึ้นของรายได้ต่อบุคคล รวมทั้งการหันมาเอาใจใส่ต่อสุขภาพร่างกาย ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญต่อการขยายตัวของความต้องการพืชผัก (นาวิ แก้วสุข, 2547) ปัจจุบันคนไทยนิยมบริโภคผักใน 5 ลักษณะ กล่าวคือ ลักษณะที่ 1) ในรูปของผักเคียงหรือกับแกงส้ม (สด ลวก นึ่ง หรือต้ม) กับน้ำพริกหรืออาหารรสจัดต่างๆ เช่น ลาบ ส้มตำ ลักษณะที่ 2) ในรูปของผักปรุงรสและแต่งกลิ่น เช่น ใส่ในต้มยำ ยำ หรือแกงต่างๆ ลักษณะที่ 3) ใช้เป็นส่วนประกอบหลัก เช่น ผัด ยำ และต้ม ลักษณะที่ 4) ใช้เป็นเครื่องเคียง เช่น น้ำตะไคร้ น้ำบัวบก น้ำแตงโม น้ำมะเขือเทศ และน้ำผักรวม ลักษณะที่ 5) ใช้เป็นผลไม้ ได้แก่ แตงโม แคนตาลูป

และมะเขือเทศ ของว่างและของขบเคี้ยวได้แก่ เมล็ดแตงโม เมล็ดฟักทอง เป็นต้น (ศูนย์ความรู้งานวิจัยการเกษตร, 2547)

ความปลอดภัยจากสารพิษ และสิ่งปนเปื้อนต่างๆ ในพืชผักเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นพิเศษ ในขณะที่ปัจจุบันผู้บริโภคมักประสบปัญหาสารพิษตกค้างในพืชผัก ส่งผลให้ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับพืชผักที่ปลอดภัยมากขึ้น แม้ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในการบริโภคพืชผักมากเพียงใด แต่หลักในการเลือกซื้อผักสดของผู้บริโภคก็ยังคงยึดติดกับค่านิยมเดิมๆ ที่ให้ความสำคัญกับความสวย ความสด ความงามปราศจากแมลง และหนอนของพืชผัก ทำให้เกษตรกรยังคงให้ความสำคัญกับสารเคมีกำจัดศัตรูพืชอยู่ เพื่อให้ผลผลิตของตนเป็นที่ถูกใจของผู้บริโภค ปัจจุบันกระแสผักปลอดภัยกำลังได้รับความนิยม ดังจะเห็นได้จากตามตลาดต่างๆ จะมีชื่อของผักปลอดสารพิษ ผักปลอดภัย ผักอนามัย และผักอินทรีย์ วางขายตามท้องตลาดมากมาย แต่เกษตรกรที่ปลูกผักดังกล่าวยังประสบปัญหาค่อนข้างมากจากค่านิยมของผู้บริโภคที่ต้องการผักสวยสด ปราศจากหนอน และแมลง ทำให้เกษตรกรต้องมีการคัดแยกผักที่ต้นหรือผลไม่สวยออก จนบางครั้งอาจต้องคัดทิ้งครั้งละจำนวนมาก

จากสภาพปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาทัศนคติต่อการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยศึกษาสภาพสังคม และเศรษฐกิจ พฤติกรรมการบริโภคผักสด ทัศนคติต่อการบริโภคผักสด ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับทัศนคติในการบริโภคผักสด และปัญหา อุปสรรค รวมทั้งข้อเสนอแนะในการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อเกษตรกรผู้เพาะปลูกพืชผัก ผู้ค้าผักสด เพื่อเป็นแนวทางในการปรับเปลี่ยนแผนการผลิต และการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานของภาครัฐในส่วนที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สาธารณสุขจังหวัด หน่วยงานเทศบาล และกรมส่งเสริมการเกษตร เป็นต้น ในการนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปเป็นแนวทางในการปรับเปลี่ยนทัศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคผักสดของประชาชน โดยการให้ความรู้ อบรม และส่งเสริมให้ประชาชนในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ได้บริโภคผักสดอย่างถูกวิธี ลดความเสี่ยง และอันตรายจากสารพิษตกค้าง

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาสภาพสังคม และเศรษฐกิจของผู้บริโภคผักสดในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

3) เพื่อศึกษาทัศนคติต่อการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

4) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับทัศนคติในการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

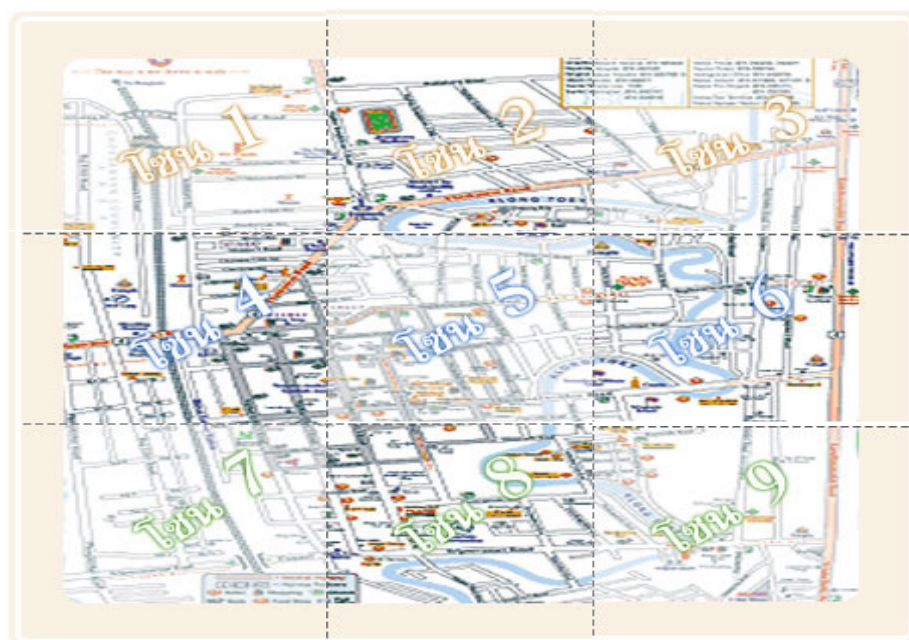
5) เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาทัศนคติต่อการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตในการศึกษา ดังนี้

1) พื้นที่ศึกษา

ผู้วิจัยทำการสำรวจทัศนคติต่อการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อให้ได้ข้อมูลครอบคลุมทั่วพื้นที่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ โดยผู้วิจัยได้แบ่งพื้นที่ศึกษาทั้งหมดออกเป็น 9 โซน ดังแสดงในภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 แผนที่เทศบาลนครหาดใหญ่

ที่มา : เทศบาลนครหาดใหญ่, 2553

2) ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากร คือ ผู้บริโภคผักสดที่พักอาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจาก 9 โซน โซนละ 20 ราย รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 180 ราย

3) ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้เน้นศึกษาทัศนคติต่อการบริโภคผักสด และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับทัศนคติในการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยทางด้านสภาพทางสังคม และเศรษฐกิจ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครัวเรือน โรคประจำตัว รายได้รวมของครัวเรือน และอาชีพ ในส่วนการศึกษา พฤติกรรมการบริโภคผักสด ผู้วิจัยได้เลือกชนิดของผักมาทำการศึกษาโดยแบ่งผักสดออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้ ผักบริโภคใบ ดอก ผัก ผล และหัว ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกศึกษาชนิดของผักแต่ละประเภทที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบมากที่สุด 3 ชนิด

4) การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือน ธันวาคม 2553 ถึง มกราคม 2554

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1) เกษตรกรผู้เพาะปลูกพืชผัก และผู้ค้าผักสด สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยไปใช้เป็นข้อมูล เพื่อเป็นแนวทางในการปรับเปลี่ยนแผนการผลิต และแผนการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

2) หน่วยงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สาธารณสุขจังหวัด หน่วยงานเทศบาล และกรมส่งเสริมการเกษตร สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยไปเป็นแนวทางในการปรับเปลี่ยนทัศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคผักสดของประชาชน โดยการให้ความรู้ รมรงค์ และส่งเสริมให้ประชาชนได้บริโภคผักสดอย่างถูกวิธี ลดความเสี่ยง และอันตรายจากสารพิษตกค้าง

1.5 นิยามศัพท์

1) ผักสด หมายถึง ผักที่วางขายอยู่ทั่วไปตามท้องตลาดที่ไม่ได้ระบุว่าเป็นผักปลอดสารพิษ ผักปลอดภัย ผักอนามัย และผักอินทรีย์ ซึ่งผู้บริโภคนิยมบริโภคผักใน 5 ลักษณะ ได้แก่ 1) ผักเคียงหรือกับแก้มกับน้ำพริกหรืออาหารรสจัดต่างๆ เช่น ถาบ ส้มตำ 2) ผักปรุงรสและแตงก่ลิน เช่น ใสในต้มยำ ยำ หรือแกงต่างๆ 3) ผักที่ใช้เป็นส่วนประกอบหลัก เช่น ผัด ยำ และต้ม 4) ผักที่ใช้เป็นเครื่องต้ม เช่น น้ำตะไคร้ น้ำบัวบก น้ำแดงโม น้ำมะเขือเทศ และ

น้ำผักรวม และ 5) ผักที่ใช้เป็นผลไม้ได้แก่ แดง โม แคนตาลูป และมะเขือเทศ (ศูนย์ความรู้ งานวิจัยการเกษตร, 2547)

2) ผักพื้นบ้าน หมายถึง พืชที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ หรือถูกนำมาปลูกบริเวณบ้าน หรือภายในสวน มีตั้งแต่ไม้ยืนต้น ไม้ล้มลุก หรือไม้ล้มลุก ที่ถูกนำมาบริโภคเป็นผัก โดยส่วนที่นำมาบริโภคมีตั้งแต่ยอดอ่อน ดอก ใบ ผัก ผลราก เหง้า (เฉลิมศักดิ์ พัฒนาคม, 2544)

3) ทักษะของผู้บริโภคที่มีต่อผักสด หมายถึง ความรู้สึก ความคิดเห็นและท่าที รวมทั้งแนวทางในการปฏิบัติที่แสดงออกต่อการบริโภคผักสด

บทที่ 2

การตรวจสอบเอกสาร

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับทัศนคติต่อการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ เพื่อให้สามารถดำเนินงานได้ถูกต้อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 2.1 องค์ความรู้เกี่ยวกับการผลิต และการเลือกซื้อผัก
- 2.2 ทฤษฎี และองค์ความรู้เกี่ยวกับทัศนคติ และพฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 องค์ความรู้ที่เกี่ยวกับการผลิตและการเลือกซื้อผัก

ผักเป็นแหล่งอาหารที่อุดมไปด้วยวิตามิน และแร่ธาตุต่างๆ ที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย การรับประทานผักหลายชนิดเป็นประจำ นอกจากจะทำให้ร่างกายแข็งแรงแล้ว ยังสามารถป้องกันโรคบางชนิดได้อีกด้วย แต่ในกระบวนการผลิตผักให้ได้ผลผลิต ไม่ว่าจะในรูปแบบผักสดหรือเมล็ดพันธุ์จำเป็นต้องมีการจัดการในแปลงปลูกที่ดี ผักจึงจะให้ผลผลิตตามที่ต้องการ ซึ่งหลักการจัดการที่สำคัญ ได้แก่ เวลาและสถานที่ที่เหมาะสม (Suitable Time and Location) การเตรียมแปลงปลูก (Land Preparation) การย้ายปลูก (Transplanting) การดูแลรักษา (Crop Management) และการเก็บเกี่ยว (Harvest) (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2553)

2.1.1 การผลิตผัก

การผลิตทางการเกษตรที่ดี และเหมาะสม หรือ Good Agricultural Practices (GAP) หมายถึง แนวทางในการทำการเกษตร เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพดี ตรงตามมาตรฐานที่กำหนด ได้ผลผลิตสูงคุ้มค่าการลงทุน และขบวนการผลิตจะต้องปลอดภัยต่อเกษตรกร และผู้บริโภค มีการใช้ทรัพยากรที่เกิดประโยชน์สูงสุด เกิดความยั่งยืนทางการเกษตร และไม่ทำให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม โดยหลักการนี้ได้รับการกำหนดโดยองค์การอาหาร และเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO)

สำหรับประเทศไทย กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการตรวจรับรองระบบการจัดการคุณภาพ โดยได้กำหนดข้อกำหนด กฎเกณฑ์ และวิธีการตรวจประเมิน ซึ่งเป็นไปตามหลักการที่สอดคล้องกับ GAP ตามหลักการสากล เพื่อใช้เป็นมาตรฐานการผลิตพืชในระดับฟาร์มของประเทศ รวมทั้งได้จัดทำคู่มือการเพาะปลูกพืชตามหลัก GAP สำหรับพืชที่สำคัญของไทยจำนวน 24 ชนิด ประกอบด้วย

1) ผลไม้ ได้แก่ ทุเรียน ลำไย กล้วยไม้ สับปะรด ส้มโอ มะม่วง และส้มเขียวหวาน
 2) พืชผัก ได้แก่ มะเขือเทศ หน่อไม้ฝรั่ง ผักคะน้า หอมหัวใหญ่ กะหล่ำปลี พริก
 ถั่วฝักยาว ถั่วลันเตา ผักกาดขาวปลี ข้าวโพดฝักอ่อน หัวหอมปลี และหัวหอมแบ่ง

3) ไม้ดอก ได้แก่ กล้วยไม้ตัดดอก และปทุมมา

4) พืชอื่นๆ ได้แก่ กาแฟโรบัสต้า มันสำปะหลัง และยางพารา

การตรวจรับรองระบบ GAP ของกรมวิชาการเกษตรได้แบ่งออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้

1) กระบวนการผลิตที่ผลิตตลอดภัย

2) กระบวนการที่ได้ผลิตตลอดภัย และปลอดภัยจากศัตรูพืช

3) กระบวนการผลิตที่ได้ผลิตตลอดภัย ปลอดภัยจากศัตรูพืช และคุณภาพเป็นที่
 พึงพอใจของผู้บริโภค

ข้อกำหนด หลักเกณฑ์ และวิธีการตรวจประเมินที่ใช้ในการตรวจรับรองฟาร์ม
 GAP ทั้ง 3 ระดับ ประกอบด้วยข้อกำหนดด้านแหล่งน้ำ พื้นที่ปลูก การใช้วัตถุอันตรายทาง
 การเกษตรการเก็บรักษาและการขนย้ายผลิตผลภายในแปลง การบันทึกข้อมูล การผลิตให้
 ปลอดภัยจากศัตรูพืชการจัดการกระบวนการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตผลคุณภาพ การเก็บเกี่ยว
 และการปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว รายละเอียดดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 หลักเกณฑ์และวิธีการตรวจประเมินที่ใช้ในการตรวจรับรองฟาร์ม GAP

ลำดับ ข้อกำหนด	เกณฑ์ที่กำหนด	วิธีการตรวจประเมิน
1. แหล่งน้ำ	- น้ำที่ใช้ต้องได้จากแหล่งที่ไม่มีสภาพ แวดล้อมซึ่งก่อให้เกิดการปนเปื้อนวัตถุ อันตรายและจุลินทรีย์	- ตรวจสอบสภาพแวดล้อม หากอยู่ใน สถานะเสี่ยงให้ตรวจสอบ และวิเคราะห์ คุณภาพน้ำ
2. พื้นที่ปลูก	- ต้องเป็นพื้นที่ที่ไม่มีวัตถุอันตราย และ จุลินทรีย์ที่จะทำให้เกิดการตกค้างหรือ ปนเปื้อนในผลิตผล	- ตรวจสอบสภาพแวดล้อม หากอยู่ใน สถานะเสี่ยงให้ตรวจสอบและวิเคราะห์ คุณภาพดิน
3. การใช้วัตถุ อันตรายทาง การเกษตร	- หากมีการใช้สารเคมีในกระบวนการผลิตให้ ใช้ตามคำแนะนำหรืออ้างอิงคำแนะนำของ กรมวิชาการเกษตร หรือ ตามฉลากที่ขึ้น ทะเบียนกับกรมวิชาการเกษตร กระทรวง เกษตรและสหกรณ์ - ต้องใช้สารเคมีให้สอดคล้องกับรายการ - ห้ามใช้วัตถุอันตรายที่ระบุในทะเบียนวัตถุ อันตรายทางการเกษตรที่ห้ามใช้	- ตรวจสอบสถานที่เก็บรักษาวัตถุ อันตรายทางการเกษตร - สารเคมีที่ประเทศคู่ค้าอนุญาตให้ใช้ ตรวจบันทึกข้อมูลการใช้วัตถุอันตราย ทางการเกษตร และสุ่มตัวอย่างวิเคราะห์ สารพิษตกค้างในผลิตผลกรณีมีข้อสงสัย

ตารางที่ 2.1 หลักเกณฑ์และวิธีการตรวจประเมินที่ใช้ในการตรวจรับรองฟาร์ม GAP (ต่อ)

ลำดับข้อกำหนด	เกณฑ์ที่กำหนด	วิธีการตรวจประเมิน
4. การเก็บรักษาและการขนย้ายผลิตผลภายในแปลง	<ul style="list-style-type: none"> - สถานที่เก็บรักษาต้องสะอาด อากาศถ่ายเทได้ดีและสามารถป้องกันการปนเปื้อนของวัตถุแปลกปลอม วัตถุอันตรายและสัตว์พาหะนำโรค - อุปกรณ์และพาหะในการขนย้ายต้องสะอาด ปราศจากการปนเปื้อนสิ่งอันตรายที่มีผลต่อความปลอดภัยในการบริโภค - ต้องขนย้ายผลิตผลอย่างระมัดระวัง 	<ul style="list-style-type: none"> - ตรวจพินิจสถานที่ อุปกรณ์ ภาชนะบรรจุ ขึ้นตอนและวิธีการขนย้ายผลิตผล
5. การบันทึกข้อมูล	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องมีการบันทึกข้อมูลการสำรวจและการป้องกันกำจัดศัตรูพืช- ต้องมีการบันทึกข้อมูลการจัดการเพื่อให้ได้ผลิตผลคุณภาพ 	<ul style="list-style-type: none"> - ตรวจสอบบันทึกข้อมูลของเกษตรกรตามแบบบันทึกข้อมูล
6. การผลิตให้ปลอดภัยจากศัตรูพืช	<ul style="list-style-type: none"> - ผลิตผลที่เก็บเกี่ยวแล้ว ต้องไม่มีศัตรูพืชติดอยู่ถ้าพบต้องตัดแยกไว้ต่างหาก 	<ul style="list-style-type: none"> - ตรวจสอบบันทึกข้อมูลการสำรวจศัตรูและการป้องกันกำจัด - ตรวจพินิจผลการตัดแยก
7. การจัดการกระบวนการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตผลคุณภาพ	<ul style="list-style-type: none"> - การปฏิบัติและการจัดการตามแผนควบคุมการผลิต - ตัดแยกผลิตผลด้วยคุณภาพไว้ต่างหาก 	<ul style="list-style-type: none"> - ตรวจสอบบันทึกข้อมูลการปฏิบัติและการจัดการเพื่อให้ได้ผลิตผลคุณภาพ - ตรวจพินิจผลการตัดแยก
8. การเก็บเกี่ยวและการปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว	<ul style="list-style-type: none"> - เก็บเกี่ยวผลในระยะเวลาที่เหมาะสมตามเกณฑ์ในแผนควบคุมการผลิต - อุปกรณ์ที่ใช้ในการเก็บเกี่ยว ภาชนะบรรจุและวิธีการเก็บเกี่ยวต้องสะอาดไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อคุณภาพของผลผลิต และปนเปื้อนสิ่งอันตรายที่มีผลต่อความปลอดภัยในการบริโภค 	<ul style="list-style-type: none"> - ตรวจสอบบันทึกการเก็บเกี่ยวและการปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว - ตรวจพินิจอุปกรณ์ ภาชนะบรรจุ ขึ้นตอนและวิธีการเก็บเกี่ยว

ที่มา : กรมวิชาการเกษตร, 2553

หมายเหตุ : ข้อกำหนดในข้อ 1-5 สำหรับกระบวนการผลิตที่ได้ผลิตผลปลอดภัย

ข้อกำหนดในข้อ 1-6 สำหรับกระบวนการผลิตที่ได้ผลิตผลปลอดภัย และปลอดภัยจากศัตรูพืช
 ข้อกำหนดในข้อ 1-8 สำหรับกระบวนการผลิตที่ได้ผลิตผลปลอดภัย ปลอดภัยจากศัตรูพืช
 และคุณภาพเป็นที่พึงพอใจของผู้บริโภค

2.1.2 สถานการณ์การผลิตผัก

ประเทศไทยเป็นแหล่งปลูกผักหลากหลายชนิด และหลากหลายพันธุ์ โดยมีพื้นที่การปลูกผักเศรษฐกิจประมาณปีละ 3 ล้านไร่ หรือ ร้อยละ 2.5 ของพื้นที่ภาคการเกษตร มีผลผลิตรวมประมาณ 5.0-5.5 ล้านตัน ผลผลิตส่วนใหญ่ใช้เพื่อการบริโภคภายในประเทศ และมีการส่งออกผักสด ผักแปรรูปชนิดต่างๆ ตลอดจนเมล็ดพันธุ์ ประมาณปีละ 0.45 ล้านตัน มูลค่าประมาณ 1.52 หมื่นล้านบาท หรือราวร้อยละ 2 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตร ผักที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจในชีวิตประจำวันของคนไทยนิยมบริโภคผักในกลุ่มหลัก 3 กลุ่ม ได้แก่ ผักในตระกูลแตง (Cucurbitaceae) ตระกูลกะหล่ำ (Cruciferae) และตระกูลพริก มะเขือ (Solanaceae) (สถาบันวิจัยพืชสวน, 2550)

1) พืชตระกูลแตง (Cucurbitaceae)

พื้นที่ปลูกพืชตระกูลแตงในประเทศไทย มีประมาณ 440,000 ไร่ หรือ 15% ของพื้นที่ปลูกผักทั้งหมด แตงโมเป็นพืชที่มีพื้นที่ปลูกมากที่สุด รองลงไปได้แก่ แตงกวา ฟักทอง แตงร้าน บวบ ฟักเขียว มะระจีน และแคนตาลูป

2) พืชตระกูลกะหล่ำ (Cruciferae)

พืชผักตระกูลกะหล่ำเป็นพืชตระกูลใหญ่ มีประมาณ 300 สกุล (Genera) แบ่งย่อยได้ประมาณ 3,000 ชนิด (Species) มีถิ่นกำเนิดและการกระจายตัวทั่วโลก ทั้งในประเทศแถบอบอุ่นเมดิเตอร์เรเนียน เช่น บรูเล่ กะหล่ำปลี กะหล่ำดาว กะหล่ำปม เป็นต้น บางชนิดมีถิ่นกำเนิดในประเทศจีน เช่น ผักกาดขาวปลี ผักกวางตุ้ง ผักหางหงส์ และผักฮ่องเต้ นอกจากนี้ยังมีบางชนิดที่มีถิ่นกำเนิดในแถบยุโรป เช่น ผักกาดเขียวปลี กะหล่ำดอก บร็อกโคลี่ เป็นต้น พืชตระกูลกะหล่ำจัดเป็นพืชที่สำคัญที่สุดตระกูลหนึ่งในประเทศไทย เนื่องจากเป็นพืชผักที่ใช้บริโภคในชีวิตประจำวัน และใช้บริโภคในลักษณะต่างๆ กัน เช่น บริโภคทั้งต้น ก้านใบ ดอก ผักอ่อน ส่วนของลำต้น และรากที่ขยายขนาด รวมทั้งนำเมล็ดมาสกัดน้ำมัน จึงมีการปลูกอยู่ในทั่วทุกภาคของประเทศ

3) พืชตระกูลพริก มะเขือ (Solanaceae)

พืชผักในตระกูลนี้ ประกอบด้วย พริกชนิดต่างๆ ได้แก่ พริกขี้หนู พริกยักษ์ พริกหยวก พริกชี้ฟ้า มะเขือเปราะ มะเขือยาวมะเขือพวง มะเขือเทศ มันฝรั่ง และยาสูบ พืชผักในตระกูลนี้นิยมใช้ประกอบอาหารในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะกลุ่มคนในแถบเอเชีย และคนไทย พืชในตระกูลนี้จะอ่อนแอต่อโรคชนิดเดียวกัน โดยเฉพาะพริกไม่แนะนำให้ปลูกตามหลังยาสูบ มะเขือเทศ มะเขือต่างๆ และมันฝรั่ง

ในสกุลพริก (Capsicum sp.) ประกอบไปด้วยพริกหลากหลายชนิด มีทั้งขนาดผลเล็กไม่ถึง 1 เซนติเมตร ไปจนถึงขนาดผลยาวเกือบ 30 เซนติเมตร และมีทั้งพริกเผ็ดมาก และไม่เผ็ดเลย ชนิดที่สำคัญได้แก่ พริกชี้ฟ้า พริกชี้หนุผลใหญ่ พริกชี้หนุสวน

2.1.3 สถานการณ์การตลาด

ผลผลิตผักที่ได้ในประเทศกว่าร้อยละ 95 จะใช้เพื่อการบริโภคภายในประเทศ ส่วนที่เหลืออีกประมาณร้อยละ 5 จะส่งออกไปจำหน่ายในต่างประเทศ เนื่องจากผักเป็นสินค้าที่เน่าเสียง่าย เกษตรกรจึงต้องจำหน่ายผลผลิตทันทีหลังการเก็บเกี่ยวเพื่อลดการสูญเสีย อย่างไรก็ตามการสูญเสียอาจเกิดขึ้นได้ โดยเฉพาะในขั้นตอนการขนส่ง เช่น จากไร่นาไปยังตลาดกลางจะมีการสูญเสียประมาณร้อยละ 4 - 17 และจากตลาดกลางไปสู่ตลาดขายปลีก อีกประมาณร้อยละ 4-12 ดังนั้นการค้าผักสดจึงต้องมีกลไกด้านการตลาด ที่สามารถกระจาย ผลผลิตจากแหล่งผลิตไปสู่ผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วที่สุด เพื่อลดความสูญเสียที่เกิดขึ้น ระบบตลาดผักในประเทศโดยทั่วไปแบ่งได้เป็น 3 ตลาด ได้แก่ (Food Market Exchange, 2542)

1) ตลาดท้องถิ่น

เกษตรกรรายใหญ่มักเป็นผู้นำสินค้าไปจำหน่ายเอง ขณะที่เกษตรกรรายย่อยมักจะจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลาง หรือผู้รวบรวมผลผลิตระดับท้องถิ่น ซึ่งอาจซึ่งอาจเป็นเกษตรกรรายใหญ่ก็ได้

2) ตลาดขายส่ง

เป็นตลาดที่รวบรวมผลผลิต และกระจายผลผลิตออกไปสู่ตลาดขายปลีกต่างๆ ตลาดขายส่งที่สำคัญในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ได้แก่ ตลาดปากคลองตลาด องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร (อ.ต.ก.) ตลาดสะพานใหม่ ตลาดหัวรถไฟ ตลาดสี่มุมเมือง ตลาดไท ตลาดบางแค เป็นต้น สำหรับตลาดขายส่งตามภูมิภาคต่างๆ ที่สำคัญได้แก่ ตลาดเมืองใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ตลาดศรี เมืองจังหวัดราชบุรี ตลาดท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี ตลาดหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ ตลาดเทศบาล จังหวัดนครราชสีมา ตลาดโพหวาย จังหวัดสุราษฎร์ธานี และตลาดหัวอิฐ จังหวัดนครศรีธรรมราช

3) ตลาดขายปลีก

เป็นตลาดที่มีอยู่ทั่วไปในชุมชนต่างๆ ทั้งในรูปแบบของตลาดสด ตลาดนัดหรือซูเปอร์มาร์เก็ต ผู้ขายผักสดในตลาดเหล่านี้ส่วนใหญ่จะซื้อผักสดมาจากตลาดขายส่ง หรือพ่อค้าคนกลาง แต่ในบางกรณีพ่อค้าคนกลาง หรือเกษตรกรรายย่อยอาจเป็นผู้นำผักสดมาจำหน่ายเองก็ได้ เกษตรกรมีวิธีจำหน่ายผักสดที่สำคัญ 4 ลักษณะ ได้แก่

3.1) การจำหน่ายโดยตรงแก่ผู้บริโภค เกษตรกรจะนำผักไปจำหน่ายในตลาดท้องถิ่นด้วยตนเอง วิธีนี้จะช่วยให้ผู้ปลูกสามารถทราบถึงปริมาณที่ขายได้ในแต่ละวัน เพื่อช่วยในการวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับการตลาด

3.2) การจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลาง เกษตรกรจะนำผลผลิตไปฝากขายกับพ่อค้าคนกลาง วิธีนี้เกษตรกรสามารถมั่นใจได้ว่าจะขายสินค้าได้แน่นอน แม้ราคาที่ได้จะต่ำกว่าการขายตรงแก่ผู้บริโภคก็ตาม นอกจากนี้พ่อค้าคนกลางอาจให้ความช่วยเหลือแก่เกษตรกรในด้านต่างๆ เช่น ด้านการเงิน เมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย เป็นต้น

3.3) การจำหน่ายผ่านกลุ่มเกษตรกร หรือกลุ่มสหกรณ์ เกษตรกรจะขายผลผลิตให้กับกลุ่มเกษตรกร หรือสหกรณ์ที่เป็นผู้รวบรวมผลผลิต โดยจะคัดขนาด คุณภาพ หรือระดับตรารับประกันคุณภาพ นอกจากนี้ทางกลุ่มอาจจะให้ความช่วยเหลือแก่เกษตรกรในการจัดหาปัจจัยการผลิตให้ด้วย

3.4) การจำหน่ายในลักษณะสัญญาล่วงหน้า เป็นการทำความตกลงซื้อขายระหว่างเกษตรกรกับผู้ซื้อไว้ล่วงหน้า โดยระบุปริมาณ คุณภาพ และราคาสินค้าตามที่ตกลงกันไว้ การจำหน่ายในลักษณะนี้จะช่วยป้องกันความเสี่ยงทั้งของผู้ซื้อและผู้ขาย โดยผู้ขายหรือเกษตรกรก็จะสามารถคาดการณ์ถึงความต้องการของตลาดได้ล่วงหน้า และสามารถวางแผนการผลิตได้สอดคล้องกัน ในขณะที่ผู้ซื้อก็มั่นใจว่าจะมีสินค้าในช่วงเวลาที่ต้องการ การจำหน่ายในลักษณะนี้มักเป็นเกษตรกรที่มีสวนขนาดใหญ่

ส่วนการกำหนดราคาซื้อขายในตลาดผักต่างๆ จะใช้ราคาผักที่ตลาดกลางกรุงเทพมหานครเป็นราคาอ้างอิง ซึ่งราคาคงกล่าวจะกำหนดขึ้นโดยผู้ค้าส่งรายใหญ่ที่ทราบภาวะตลาดเป็นอย่างดี ราคาผักสดในแต่ละวันจะขึ้นกับปริมาณผลผลิตที่เข้าสู่ตลาด ซึ่งจะได้ข้อมูลจากพ่อค้าท้องถิ่นหรือเกษตรกร และปริมาณความต้องการผักสดในขณะนั้น นอกจากนี้ยังพิจารณาถึงราคาซื้อขายในวันที่ผ่านมา ค่าใช้จ่ายในการค้า และฤดูกาลของผักบางชนิดด้วย

2.1.4 การเลือกซื้อผักเพื่อการบริโภค

ผักเป็นอาหารที่สำคัญต่อร่างกาย ประกอบด้วยเซลล์ลูไลสจำนวนมาก ซึ่งมีประโยชน์ช่วยในการขับถ่าย ทำให้ไม่เป็นโรคท้องผูก และที่สำคัญในผักมีวิตามินเอช่วยบำรุงสายตา วิตามินซีช่วยบำรุงเหงือก และฟัน สร้างภูมิคุ้มกันโรคให้กับร่างกาย แต่ในปัจจุบันผู้บริโภคมักประสบปัญหาสารพิษตกค้างในพืชผัก อันเนื่องมาจากการใช้สารเคมีป้องกัน และกำจัดศัตรูพืชที่ไม่ถูกต้อง ไม่เหมาะสม และไม่ระมัดระวังของเกษตรกรผู้ผลิต ทำให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนผู้บริโภค ดังนั้นผู้บริโภคจึงควรพิจารณาเลือกซื้อผักที่ปลอดภัยจากสารพิษ เช่น ผักที่ได้รับรองจากหน่วยราชการ หรือองค์กรต่างๆ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมี

วิธีการที่ทำให้สารพิษตกค้างในผักลดน้อยลง เพื่อความปลอดภัยต่อสุขภาพของผู้บริโภคด้วยวิธีการต่างๆ ก่อนนำประกอบอาหารรับประทาน ดังนี้ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2553)

(1) ลอกหรือปอกเปลือก แล้วแช่น้ำสะอาดนาน 5-10 นาที จากนั้นล้างด้วยน้ำสะอาดอีกครั้ง ลดปริมาณสารพิษตกค้างได้ร้อยละ 27-72

(2) แช่น้ำปูนใส นาน 10 นาที จากนั้นล้างด้วยน้ำสะอาดอีกครั้ง ลดปริมาณสารพิษตกค้างได้ร้อยละ 34-52

(3) การใช้ความร้อน ลดปริมาณสารพิษตกค้างได้ร้อยละ 48-50

(4) แช่น้ำด่างทับทิม นาน 10 นาที (ด่างทับทิม 20-30 กรัม/ลิตร) ผสมน้ำ 4 ลิตร ล้างด้วยน้ำสะอาดอีกครั้ง ลดปริมาณสารพิษตกค้างได้ร้อยละ 35-43

(5) ล้างด้วยน้ำไหลจากก๊อกนาน 2 นาที ลดปริมาณสารพิษตกค้างได้ร้อยละ 25-39

(6) แช่น้ำขาวขำ นาน 10 นาที และล้างด้วยน้ำสะอาดอีกครั้ง ลดปริมาณสารพิษตกค้างได้ร้อยละ 29-38

(7) แช่น้ำส้มสายชูหรือเกลือป่น (น้ำส้มสายชูหรือเกลือป่น 1 ช้อนโต๊ะ ผสมน้ำ 4 ลิตร) และล้างด้วยน้ำสะอาดอีกครั้ง ลดปริมาณสารพิษตกค้างได้ร้อยละ 29-38

(8) แช่น้ำยาล้างผัก นาน 10 นาที และล้างด้วยน้ำสะอาดอีกครั้ง ลดปริมาณสารพิษตกค้างได้ร้อยละ 22-36

ในการเลือกซื้อผักแต่ละชนิดมาบริโภคนั้น มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาดังต่อไปนี้

(1) พิจารณาจากสี ขนาด รูปร่าง ความอ่อนแก่

(2) เลือกซื้อตามฤดูกาล การเลือกซื้อผักที่เป็นหัว มีดังนี้

(2.1) เผือก มัน เลือกที่มีน้ำหนักมาก เนื้อแน่น ผิวเรียบ

(2.2) ผักกาดหัว เลือกหัวอ่อน ๆ ผิวเรียบไม่งอ

(2.3) กะหล่ำปลี เลือก หัวแน่น ๆ และมีน้ำหนักมาก

(2.4) หอมใหญ่ เลือกหัวแน่น ๆ เปลือกแข็ง

(3) การเลือกซื้อผักที่เป็นผัก ถั่วฝักยาว ถั่วแขก ถั่วพู ถั่วลันเตา เลือกผักอ่อนๆ สีเขียวแน่น ไม่พอง อ้วน มีเมล็ดเล็กๆ ช่าง ใน อันตรงๆ ไม่คดงอ

(4) การเลือกซื้อผักที่เป็นใบ ผักกาดหอม ผักกาดขาว ผักบุ้ง ฯลฯ เลือกที่มีสีเขียวสด ไม่เหี่ยว ไม่มีรอยช้ำ และมีหนอน ต้นใหญ่ อวบ ใบแน่นติดกับโคน

(5) การเลือกซื้อผักที่เป็นผล

(5.1) มะเขือเปาะ เลือกที่ขั้วติดแน่น สด มีน้ำหนักมาก ไม่เหี่ยว

(5.2) แตงกวา แตงร้าน ลูกที่มีน้ำหนักสีเขียวอ่อน ลูกยาว ผิววนล ไม่มีรอยช้ำ

(5.3) มะนาวเลือกผิวบางเรียบ ไม่เหี่ยว

(5.4) ฟักทอง ผลหนัก แน่น เนื้อเหลืองอมเขียว ผิวเปลือกแข็งขรุขระ

2.2 ทฤษฎี และองค์ความรู้เกี่ยวกับทัศนคติ และพฤติกรรมผู้บริโภค

ทฤษฎี และองค์ความรู้เกี่ยวกับทัศนคติ และพฤติกรรมผู้บริโภค ที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ จะศึกษาในเรื่องของความหมายของทัศนคติ องค์ประกอบของทัศนคติ องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติ การเปลี่ยนทัศนคติ และการวัดทัศนคติ ในส่วนพฤติกรรมผู้บริโภคนั้นจะศึกษาถึงความหมาย และรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค ทั้งนี้เพื่อให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์ และมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

2.2.1 องค์ความรู้เกี่ยวกับทัศนคติ

ในสังคมโดยทั่วไปย่อมประกอบด้วยบุคคลหลายชั้น หลายระดับ ซึ่งมีความแตกต่างกันทางด้านอาชีพ การศึกษา ความประพฤติ ฯลฯ สิ่งหนึ่งที่คนในสังคมอาจมีได้เหมือนกัน หรือแตกต่างกัน ได้แก่ ความคิด ความเชื่อ ความรู้สึก ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นตัวกำหนด “ ทัศนคติ ” ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ จึงสามารถเปลี่ยนแปลงได้ แต่ทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ ที่บุคคลสร้างขึ้นจะมีความมั่นคงถาวรพอสมควร จะไปแปรเปลี่ยนไปตามอารมณ์ในขณะต่างๆ ของบุคคล (ยุพินพรรณ ศิริวิธนนกุล , 2540)

1) ความหมายของทัศนคติ

Millton (1970) (อ้างโดย ยุพินพรรณ ศิริวิธนนกุล, 2540) กล่าวถึงทัศนคติว่า เป็นการผสมผสานหรือการจัดระเบียบของความเชื่อมั่นที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง ผลรวมของความเชื่อนี้จะเป็นตัวกำหนดแนวโน้มของบุคคล ในการที่จะมีปฏิกิริยาตอบสนองในลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบ

สุชา จันท์ธอม (2541) ได้ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติ (Attitude) หมายถึง ความรู้สึก หรือท่าทีของบุคคล ที่มีต่อบุคคล วัตถุสิ่งของ หรือสถานการณ์ต่างๆ เป็นไปในทำนองที่พึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยก็ได้

ทัศนคติแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างผู้กระทำ สิ่งที่ถูกกระทำ ทัศนคติสร้างขึ้นจากการมีความสัมพันธ์ต่อสิ่งเร้าเฉพาะ และความสัมพันธ์ของคนที่มีต่อกลุ่มปัญหา

ทัศนคติ มี 2 ระดับ คือ บวก และลบ ถ้ามีทัศนคติในทางบวก หมายความว่า คนๆ นั้นได้แสดงไปในทิศทางโน้มเอียงไปสู่การเข้าหาสิ่งที่เขา มีทัศนคติด้วย แต่ในทางตรงกันข้าม ทัศนคติในทางลบนั้น หมายถึง คนมีความโน้มเอียงที่จะหลีกเลี่ยงสิ่งนั้น

2) องค์ประกอบของทัศนคติ

ซูซา จันทรเอม (2541) ได้แบ่งองค์ประกอบของทัศนคติไว้ 3 ประการ คือ

(1) Cognition Component เป็นองค์ประกอบเกี่ยวกับความรู้หรือความเชื่อของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หากบุคคลมีความรู้หรือความเชื่อว่าเป็นสิ่งใดดี ก็มักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น ในทางตรงกันข้าม หากมีความรู้มาก่อนว่า สิ่งใดไม่ดี ก็จะมีทัศนคติไม่ดีต่อสิ่งนั้น

(2) Filling Component เป็นองค์ประกอบทางด้านความรู้สึกของบุคคล ซึ่งมีอารมณ์เกี่ยวข้องกับอยู่ด้วย นั่นคือ หากบุคคลมีความรู้สึกรัก หรือชอบพอในบุคคลใดหรือสิ่งใด ก็จะช่วยให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อบุคคลนั้นๆ ไปด้วย แต่ถ้าหากมีความรู้สึกเกลียดหรือ โกรธบุคคลใด สิ่งใด ก็จะทำให้มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อบุคคลหรือสิ่งนั้น

(3) Action Tendency Component เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของบุคคล คือความโน้มเอียงที่บุคคลจะแสดงพฤติกรรมตอบโต้บางอย่างออกมา พฤติกรรมที่เขาแสดงออกมานั้น เกิดจากความรู้ และความรู้สึกที่เขามีอยู่เกี่ยวกับวัตถุ เหตุการณ์ หรือบุคคลนั้นๆ นั้นเอง

3) องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติ

ซูซา จันทรเอม (2541) ได้กล่าวไว้ว่า ทัศนคติเกิดจากการเรียนรู้ และการเพิ่มพูนประสบการณ์ให้แก่บุคคล ฉะนั้นเราจึงอาจสร้างทัศนคติที่ต้องการได้ องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการสร้างทัศนคติที่ควรคำนึงถึงมีดังนี้

(1) วัฒนธรรม (Culture) วัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อชีวิตของบุคคลทุกๆ คน ตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย วัฒนธรรมของชาติต่างๆ แตกต่างกันไป เริ่มจากครอบครัว โรงเรียน วัด สถาบันอื่นๆ ในสังคม วิทยุ โทรทัศน์ สื่อมวลชนต่างๆ มีอิทธิพลต่อการสร้างทัศนคติทั้งสิ้น

(2) ครอบครัว (Family) ครอบครัวเป็นแหล่งที่อบรมให้เด็กรู้จักสมาคมต่างๆ จึงมีอิทธิพลมากที่สุดในการสร้างทัศนคติให้แก่เด็ก ตลอดจนการปลูกฝังทัศนคติ ในการดำเนินชีวิตให้แก่บุตรของตน ทั้งนี้เพราะเด็กมักเลียนแบบ และเชื่อฟังพ่อแม่อยู่แล้ว

(3) กลุ่มเพื่อน (Social Groups) เด็กจากบิดามารดาอยู่กับกลุ่มเพื่อนตั้งแต่เล็กๆ จะได้รับอิทธิพลต่างๆ จากกลุ่มเพื่อนมากที่สุด ทั้งนี้เพราะเด็กต้องการการยอมรับจากเพื่อน ต้องการคำแนะนำ และการช่วยเหลือจากเพื่อนฝูง นั่นคือเด็กต้องการมิตรนั่นเอง

(4) บุคลิกภาพ (Personality) ลักษณะบุคลิกภาพมีความสัมพันธ์ หรือมีอิทธิพลต่อทัศนคติของบุคคลมากเหมือนกัน พวกที่ชอบออกสังคม พวกหนีสังคม พวกชอบเด่น หรือพวกอ่อนน้อม จะมีทัศนคติไม่เหมือนกัน

4) การเปลี่ยนทัศนคติ

ซูซา จันทรธรม (2541) ได้กล่าวไว้ว่า การเปลี่ยนทัศนคติบางอย่างพอจะปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงได้ ถ้าเห็นว่าเป็นไปในทางที่ทำให้บุคลิกภาพเสื่อมเสีย นักจิตวิทยาได้แนะนำวิธีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ 3 ประการ ดังนี้

(1) การชักชวน (Persuasion) มีบุคคลเป็นจำนวนมากที่สามารถปรับปรุงทัศนคติหรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติของตนเสียใหม่ หลังจากได้รับคำแนะนำ บอกล่า หรือได้รับความรู้เพิ่มพูนขึ้น

(2) การเปลี่ยนกลุ่ม (Group Change) กลุ่มมีอิทธิพลต่อการสร้างทัศนคติของบุคคลมาก ฉะนั้นหากเปลี่ยนทัศนคติของบุคคล อาจจะลองเปลี่ยนกลุ่มสมาชิกดูอาจจะช่วยได้

(3) การโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) เป็นการชักชวนให้บุคคลหันมาสนใจหรือรับรู้โดยการสร้างสิ่งแปลกๆ ใหม่ๆ เพื่อให้คนทั่วไปสนใจและเข้ามามี

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ จะได้ผลอย่างไรขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 3 ประการ ดังนี้

(1) การรับรู้ (Selective Perception) คนเราจะรับรู้ในสิ่งที่เห็นว่าเหมาะสมกับตนเองเท่านั้น หากสิ่งใดไม่เหมาะสมกับตน ตนจะตัดออกไป คือไม่รับรู้นั่นเอง

(2) การหลีกเลี่ยง (Avoidance) นั่นคือ คนเราจะรับเอาแต่สิ่งที่ทำให้ความสุข หรือให้ในสิ่งที่ตนต้องการเท่านั้น ส่วนสิ่งที่บังเกิดความทุกข์แก่ตน บุคคลจะไม่ยอมรับ คนชนิดนี้ก็เปลี่ยนทัศนคติได้ยากเช่นเดียวกัน

(3) การสนับสนุนของกลุ่ม (Group Support) บุคคลจะประสบความสำเร็จขณะอยู่กลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ก็ไม่อยากจะเปลี่ยนแปลงกลุ่มใหม่ เพราะมีความสุข และประสบความสำเร็จแล้ว พวกนี้ก็จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติยากเช่นเดียวกัน

5) วิธีการวัดทัศนคติ

Lupdag (1990) (อ้างโดย ยุพินพรรณ ศิริวิธนนกุล, 2540) กล่าวถึง การวัดทัศนคติเป็นการวัดสิ่งที่บ่งบอกถึงผลรวมของมนุษย์เกี่ยวกับความชอบ ความรู้สึก ความอคติ ความคิดลวงหน้า ความกลัว การขู่เข็ญ และความเชื่อทั้งหมดที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ

มาตรวัดทัศนคติของลิเคอร์ท์ ประกอบด้วยข้อความคิดเห็นหลายๆ ข้อ แต่ละข้อมีคุณค่าทัศนคติตามสเกลตามระดับความต่อเนื่องจากไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (Strongly Disagree) ไม่เห็นด้วย (Disagree) ไม่แน่ใจ (Uncertain) เห็นด้วย (Agree) และเห็นด้วยอย่างยิ่ง (Strongly Agree)

วิธีการสร้างมาตรวัดของลิเคอร์ท์

(1) การเลือกคำถาม หรือการรวบรวมข้อความความคิดเห็น ที่จะกระตุ้นให้บุคคลแสดง ปฏิกิริยาออกมา ข้อความดังกล่าวควรมีลักษณะดังต่อไปนี้

(1.1) แนวคำถามทุกข้อต้องเป็นข้อความที่เกี่ยวกับทัศนคติ ไม่ใช่เป็นการถาม เรื่องราวข้อเท็จจริง

(1.2) ต้องเป็นคำถามที่แจ่มแจ้ง ชัดเจน รัดกุม ตรงประเด็นที่ต้องการศึกษา

(1.3) ควรเลือกศัพท์ที่ง่ายและสามัญ

(1.4) ควรมีการกระจายพอสสมควรมีทั้งฝ่ายเห็นด้วยและไม่เห็นด้วย

(1.5) ในมาตรวัดชุดหนึ่งๆ ควรมีคำถามลักษณะบอกเล่า และคำถามลักษณะ ปฏิเสธ

(1.6) ถ้าใช้แนวคำถามประเภทเลือกตอบ (Multiple Choice Statement) คัดเลือก แต่ละตัวจะต้องสามารถแยกทัศนคติได้ และไม่มีหลายตัวแปรในแต่ละคำตอบ

(1.7) สามารถจำแนกแจกแจงทัศนคติของบุคคลในแง่ต่างๆ ได้

(2) การกำหนดตัวแปรของทัศนคติ เมื่อทำการตั้งคำถามเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ก็นำ คำถามนั้นมากำหนดค่าทัศนคติ ว่าควรมีตั้งแต่เท่าไรถึงเท่าไร พิจารณาดังต่อไปนี้

(2.1) ข้อคำถามแต่ละประเภทรุ่นกำหนดค่าเป็น 5 ลักษณะ คือ ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง ไม่เห็นด้วย ไม่แน่ใจ เห็นด้วย และเห็นด้วยอย่างยิ่ง

(2.2) การกำหนดน้ำหนัก โดยข้อคำถามลักษณะบอกเล่าจะให้น้ำหนักสูงที่สุด คือ “เห็นด้วยอย่างยิ่ง” และน้ำหนักต่ำที่สุด คือ “ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง” ส่วนคำถามลักษณะปฏิเสธ จะให้น้ำหนักสูงที่สุด คือ “ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง” และน้ำหนักต่ำที่สุด คือ “เห็นด้วยอย่างยิ่ง”

(2.3) การเลือกคำถาม คำถามแต่ละข้อที่สร้างขึ้นในตอนแรกนี้จะนำไปใช้เป็น แบบสอบถามทัศนคติไม่ได้ จะต้องนำคำถามไปทดสอบดูก่อนว่าคำถามแต่ละข้อนั้นพอจะเชื่อถือ ได้หรือไม่ สามารถวัดทัศนคติที่ต้องการจะวัดได้หรือไม่

ธำรงค์ศักดิ์ หมั่นจักรและศรีสง่า กรรณสูต (2523) ได้อธิบายเกี่ยวกับทัศนคติ ผู้บริโภคไว้ว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นพฤติกรรมที่ถูกจงใจหรือกระตุ้นให้เกิดขึ้น อันอาจ เป็นผลจากความต้องการหรือสิ่งเร้าภายใน หรือเนื่องจากการปลุกเร้าความต้องการให้เกิดขึ้น พฤติกรรมที่แสดงออกมานั้นย่อมสอดคล้องหรือแสดงถึงทัศนคติที่ผู้บริโภคมีอยู่ในขณะนั้น ดังนั้นการเลือกซื้อสินค้าชนิดใดหรือยี่ห้อใดจึงเป็นการแสดงออกถึงทัศนคติ หรือความเชื่อของ ผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ว่าจะตอบสนองความต้องการของตนได้ในที่สุด

การเกิดหรือการเปลี่ยนทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ หรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง บริษัท บุคคลความคิด หรือสิ่งใดก็ตามนั้นเป็นผลมาจากการเรียนรู้ของผู้บริโภคซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญๆ ดังนี้

1) ประสบการณ์ตรงของผู้บริโภค

ประสบการณ์ของผู้บริโภคนี้ หมายถึงกระบวนการที่ผู้บริโภคมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม หรือสิ่งเร้าต่างๆ โดยตรง เช่น มีการรับรู้ หรือ ได้สัมผัส การได้รับข้อมูลข่าวสาร

การที่ทัศนคติจะเป็นไปในรูปใด และมีความเข้มข้นเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลายประการ ดังนี้

1.1) ความต้องการของบุคคล หากบุคคลมีความต้องการทั้งทางกาย และทางสังคม เช่น ความหิวหรือการได้รับการยอมรับ การยกย่องอยู่ในระดับสูง และการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการชนิดใดของบริษัทใดบริษัทหนึ่ง ตอบสนองความต้องการของเขาได้เป็นอย่างดี และสร้างความพึงพอใจให้เกิดแก่บุคคลนั้นแล้ว แนวโน้มการเกิดทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริษัทนั้นๆ ก็จะมีเพิ่มขึ้น

1.2) ประสิทธิภาพในการจูงใจของข่าวสารข้อมูล que ผู้บริโภคได้สะสมเข้าไว้ ปกติแล้วผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และบริการต่างๆ อยู่ตลอดเวลาทุกวัน แต่เขาจะไม่รับเอาข้อมูลเหล่านี้ไว้ทั้งหมดในคราวเดียว เว้นแต่เขากำลังแสวงหาข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ หรือข่าวสารข้อมูลนั้นตรงกับความสนใจ และความต้องการของเขา ดังนั้นข่าวสารข้อมูล que ผู้ผลิตหรือผู้โฆษณาเสนอจึงต้องมีประสิทธิภาพเป็นอย่างดี สามารถที่จะดึงดูดผู้บริโภคให้สนใจ และยอมรับเอาข้อมูลเหล่านั้นเข้าไว้ให้ได้มากที่สุด เพื่อว่าข้อมูลเหล่านั้นจะค่อยๆ ช่วยสร้างทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ให้เกิดขึ้นในตัวผู้บริโภคได้ที่ละเล็กละน้อย จนกลายเป็นทัศนคติที่สมบูรณ์คงทนได้ในที่สุด

1.3) ความเข้มของสิ่งจูงใจ เป็นสิ่งที่ผู้ผลิต และผู้โฆษณายกมาเป็นจุดเด่นเพื่อดึงดูดความสนใจ และสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่ผลิตภัณฑ์ของตน ควรจะมีความเข้มข้นอย่างเพียงพอในด้านคุณสมบัติต่างๆ ทั้งนี้เพื่อสร้างความประทับใจ และความรู้สึกที่ดีให้เกิดขึ้นในตัวผู้บริโภค

1.4) บุคลิกภาพ และภาพพจน์ที่ผู้บริโภคมีต่อตนเอง และต่อผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคที่มีความอ่อนไหวง่าย ขาดความเชื่อมั่นในตนเอง ถูกชักจูงง่าย และมีภาพพจน์ในทางที่ไม่ดีต่อตนเองอาจมีความชื่นชมหรือมีทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สร้างความรู้สึกหรือภาพพจน์ให้เกิดขึ้นในตัวผู้บริโภคว่าจะช่วยขจัดปัญหาหรือสร้างบุคลิกของเขาให้ดีขึ้นได้อย่างไรบ้าง ซึ่งจะเป็นผลดีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นๆ เป็นอย่างยิ่ง

2) อิทธิพลของสิ่งแวดล้อมภายนอก

อิทธิพลของสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากภายนอกที่มีผลต่อการเกิดทัศนคติของผู้บริโภค นั้นได้แก่องค์ประกอบอื่นๆ ภายนอกตัวผู้บริโภคเอง เช่น อิทธิพลของกลุ่มหรือผู้ที่ผู้บริโภคให้ เชื่อถือหรือสนใจ ค่านิยมของสังคมที่ผู้บริโภคเป็นสมาชิกอยู่ การเปลี่ยนแปลงสภาพการณ์หรือ ปรากฏการณ์ทางสังคม การเลือกใช้สื่อต่างๆ ในการส่งข้อมูลข่าวสาร เป็นต้น

2.2.2 พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)

การบริโภคเป็นกิจกรรมสุดท้ายของกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญ กล่าวคือ เป็น กิจกรรมที่ก่อให้เกิดการตอบสนองหรือบำบัดความต้องการให้กับหน่วยเศรษฐกิจต่างๆ ของ ระบบเศรษฐกิจ ทั้งครัวเรือน ธุรกิจ และรัฐบาล เนื่องจากทุกๆ หน่วยจำเป็นต้องได้รับสินค้าและ บริการมาอุปโภคบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการด้วยกันทั้งสิ้น ในการวิจัยครั้งนี้จะศึกษา พฤติกรรมผู้บริโภคในเรื่องต่างๆ ดังนี้ (ฉัตรพร เสมอใจ, 2550)

1) ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

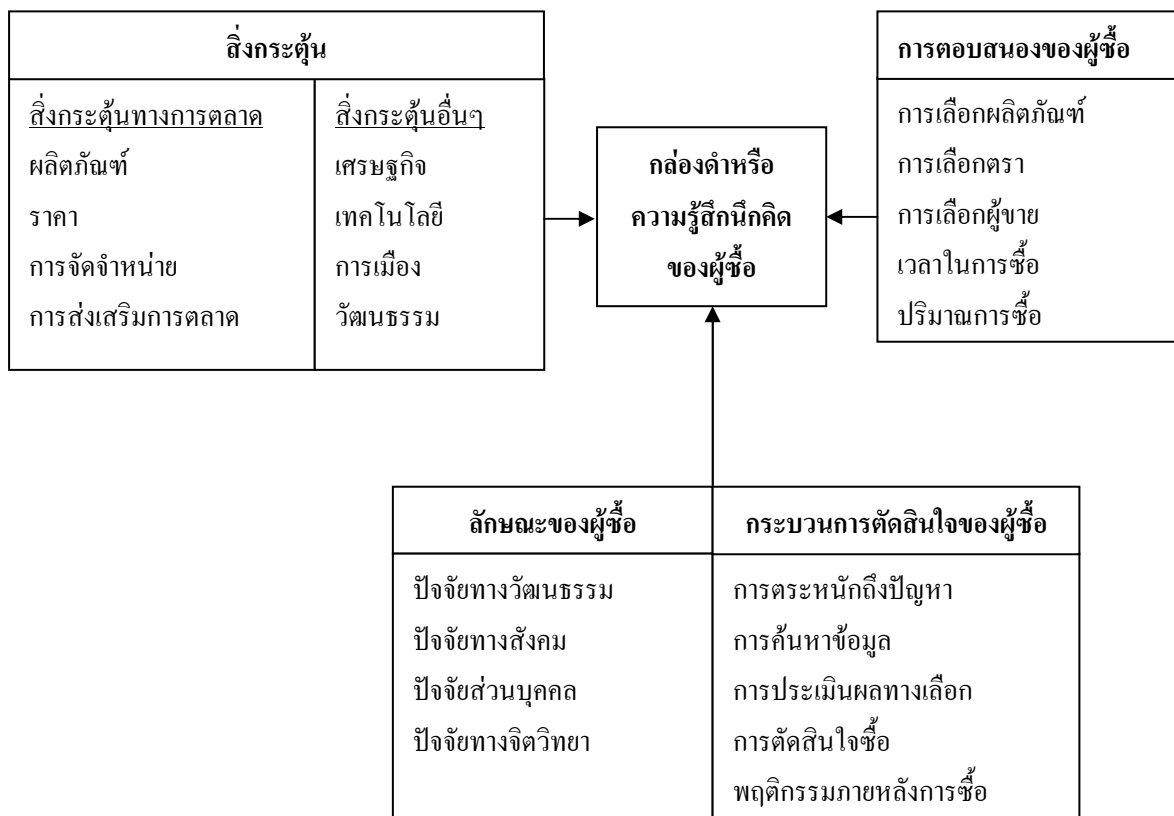
ฉัตรพร เสมอใจ (2550) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการ ตัดสินใจ และลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคลในการประเมิน การจัดหา การใช้ และการ ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าและบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายความว่า พฤติกรรม การตัดสินใจ และการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ การใช้สินค้า และ บริการเพื่อตอบสนองความต้องการ และความพึงพอใจของเขา

อาจกล่าวได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค คือ กระบวนการตัดสินใจ และการกระทำที่ เกี่ยวข้องกับการซื้อ การใช้สินค้า และบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

2) รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ได้อธิบายไว้ว่า รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาดังเหตุจูงใจที่ทำให้มีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการ เกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิด ของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเน ได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ แล้วก็จะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่มีสิ่งกระตุ้นให้เกิดความต้องการก่อน แล้วทำให้เกิดการ ตอบสนอง (Response) ดังนั้นรูปแบบนี้ จึงเรียกว่า S-R Theory ดังแสดงในภาพที่ 2.2 ดังนี้



ภาพที่ 2.2 รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541

1) **สิ่งกระตุ้น (Stimulus)** เป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งจะประกอบไปด้วย 2 ส่วน คือ สิ่งกระตุ้นทางการตลาด และสิ่งกระตุ้นอื่นๆ

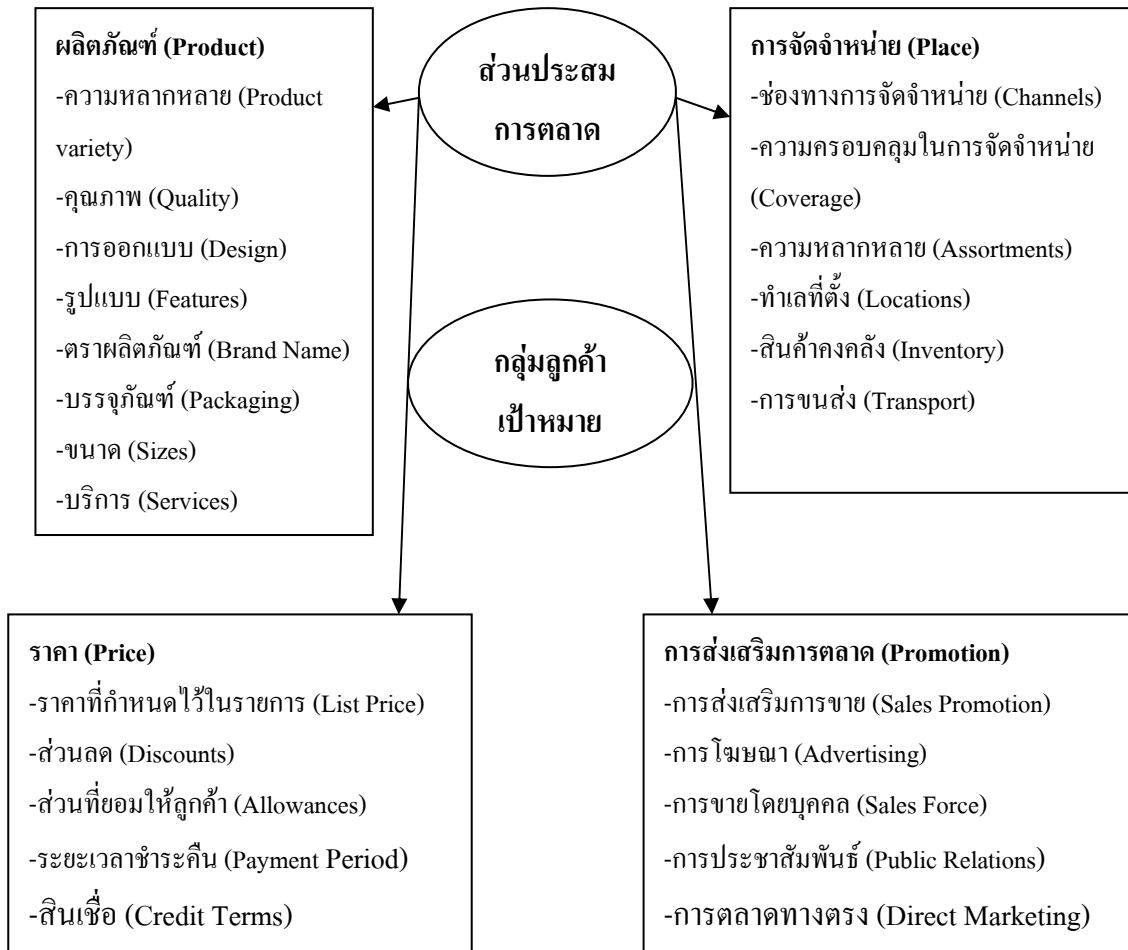
1.1) **สิ่งกระตุ้นทางการตลาด** สิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งนักการตลาดต้องนำมาใช้กระตุ้นให้ผู้ซื้อเกิดความต้องการซื้อ ประกอบด้วย (ภาพที่ 2.3)

1.1.1) **ผลิตภัณฑ์ (Product)** หมายถึง ตัวสินค้าและบริการที่ธุรกิจได้นำเสนอเพื่อสนองความต้องการ และพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจมีตัวตน และไม่มีตัวตนก็ได้ จะได้รับอิทธิพลจากพฤติกรรมของผู้บริโภคว่า มีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติอะไรบ้าง แล้วนักการตลาดจึงนำมากำหนดกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ทางด้านต่างๆ เช่น ขนาด รูปร่าง และคุณสมบัติอะไรบ้างที่ผลิตภัณฑ์ควรมี

1.1.2) **ราคา (Price)** หมายถึง มูลค่าสินค้าในรูปตัวเงินที่ลูกค้าต้องจ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้านั้น ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าสินค้ากับราคาสินค้านั้น ถ้าคุณค่าสินค้าสูงกว่าราคาผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ

1.1.3) การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง ช่องทางที่ใช้ในการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการ ไปยังตลาดหรือหมายถึงกลุ่มบุคคลหรือองค์กร ซึ่งอำนวยความสะดวกเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังลูกค้า การจัดจำหน่ายจึงเกี่ยวข้องกับกลไกในการจัดซื้อ จัดหา จัดเก็บ และจัดสินค้าและบริการไปยังผู้บริโภค

1.1.4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง กระบวนการของกิจกรรมต่างๆ ที่ผู้ขายจัดทำขึ้น เพื่อขายสินค้าและบริการ ให้กับตลาดเป้าหมาย โดยสื่อสารออกมาในรูปแบบของการโฆษณา การขายผ่านพนักงาน การลดราคา หรือของแถม เป็นต้น การส่งเสริมการตลาดนี้เป็นงานสำคัญของนักบริหารที่จะต้องกำหนดนโยบายส่งเสริมการขายให้เหมาะสมกับกลยุทธ์การตลาดอื่นๆ ที่ตั้งเป้าหมายไว้



ภาพที่ 2.3 ส่วนประสมทางการตลาด

ที่มา : Kotler, 1997 อ้าง โดย ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541

1.2) สิ่งกระตุ้นอื่นๆ เป็นสิ่งกระตุ้นที่อยู่เหนือความควบคุมขององค์การที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ทำให้เกิดการซื้อได้ ได้แก่

1.2.1) สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ เช่น ภาวะทางเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค

1.2.2) สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี เช่น การฝาก – ถอน เงินอัตโนมัติ

1.2.3) สิ่งกระตุ้นทางการเมือง เช่น กฎหมาย เพิ่ม ลดภาษีทางการค้า

1.2.4) สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม เช่น ประเพณีไทยในเทศกาลต่างๆ มีผลทำให้เกิดความต้องการสินค้าในช่วงเทศกาลนั้นๆ

2) กล้องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งเป็นสิ่งที่ยากแก่การเข้าใจ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

2.1) ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristics) ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางด้านต่างๆ ดังนี้

2.1.1) ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factors) ประกอบด้วย

(1) วัฒนธรรม เป็นปัจจัยพื้นฐาน ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม และความต้องการของบุคคลที่เติบโต และอยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีวัฒนธรรมเดียวกัน จะมีค่านิยม การรับรู้ และพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน โดยมีการเรียนรู้จากสิ่งต่างๆ ในเรื่องของค่านิยม การรับรู้ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมผ่านทางสถาบันครอบครัว และสถาบันอื่นๆ โดยวัฒนธรรมจะเป็นรูปแบบที่คนส่วนใหญ่ในสังคมยอมรับ จึงเป็นสิ่งที่นักการตลาดต้องตระหนัก ซึ่งประกอบด้วยวัฒนธรรมย่อยเป็นตัวกำหนดการจำแนกลักษณะ และกระบวนการทางสังคม ซึ่งรวมถึงชนชาติ ศาสนา ภูมิภาค

(2) ชนชั้นทางสังคม เป็นการแบ่งสมาชิกในสังคมออกเป็นลำดับชั้นที่แตกต่างกัน ชนชั้นของสังคมจะแสดงให้เห็นถึงความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์ และตราสินค้าที่แตกต่างกันไป

2.1.2) ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors) ประกอบด้วย

(1) กลุ่มอ้างอิง กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคคลทั้งที่มีอิทธิพลทางตรง และทางอ้อม ได้แก่ กลุ่มอ้างอิงปฐมภูมิ เช่น ครอบครัว เพื่อน เพื่อนร่วมงาน กลุ่มอ้างอิงทุติยภูมิ เช่น กลุ่มศาสนา อาชีพ เป็นต้น

(2) ครอบครัว เป็นสถาบันที่มีความสำคัญที่สุด โดยสมาชิกในครอบครัวถือเป็นกลุ่มอ้างอิงทางตรงชั้นปฐมภูมิ ที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

(3) บทบาท และสถานภาพ ผู้บริโภคแต่ละคนจะอยู่ในกลุ่มหลายๆ กลุ่มแตกต่างกันออกไป เช่น ครอบครัว ที่ทำงาน เป็นต้น ดังนั้น ตำแหน่งของบุคคลในแต่ละกลุ่มจะ

ถูกกำหนดในรูปของบทบาท และสถานภาพที่แตกต่างกัน ซึ่งแต่ละบทบาทก็จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อ

2.1.3) ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย

(1) อายุ และขั้นของวงจรชีวิต พฤติกรรม และรสนิยมของบุคคลนั้นจะแตกต่างกันไปตามช่วงอายุและขั้นของวงจรชีวิต

(2) อาชีพ มีอิทธิพลต่อรูปแบบการบริโภคของบุคคล กล่าวคือ บุคคลที่อยู่ในอาชีพที่แตกต่างกัน ความต้องการในการใช้สินค้าหรือบริการก็จะแตกต่างกันออกไป ดังนั้นนักการตลาดจะต้องออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของบุคคลที่อยู่ในแต่ละสาขาอาชีพได้

(3) สภาพเศรษฐกิจของบุคคล ประกอบด้วยรายได้ที่สามารถนำไปใช้จ่ายได้ เงินสด สินทรัพย์ หนี้สิน รวมถึงทัศนคติด้านการออม และการใช้จ่ายของบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ

(4) รูปแบบการดำเนินชีวิต ถึงแม้บุคคลจะมีสถานะทางสังคมเหมือนกัน ทำงานอาชีพเดียวกัน แต่ก็อาจมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันได้ ซึ่งจะมีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าและบริการ โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตนั้นจะวัดจาก กิจกรรม ความสนใจ ความคิดเห็น

(5) บุคลิกลักษณะ และแนวคิดของตนเอง เป็นลักษณะเฉพาะของบุคคลที่จะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อของผู้บริโภค ซึ่งบ่งบอกได้จากความเชื่อมั่นในตนเอง ความเป็นผู้นำ การชอบเข้าสังคม ความสามารถในการปรับตัว

2.1.4) ปัจจัยด้านจิตวิทยา ประกอบด้วย

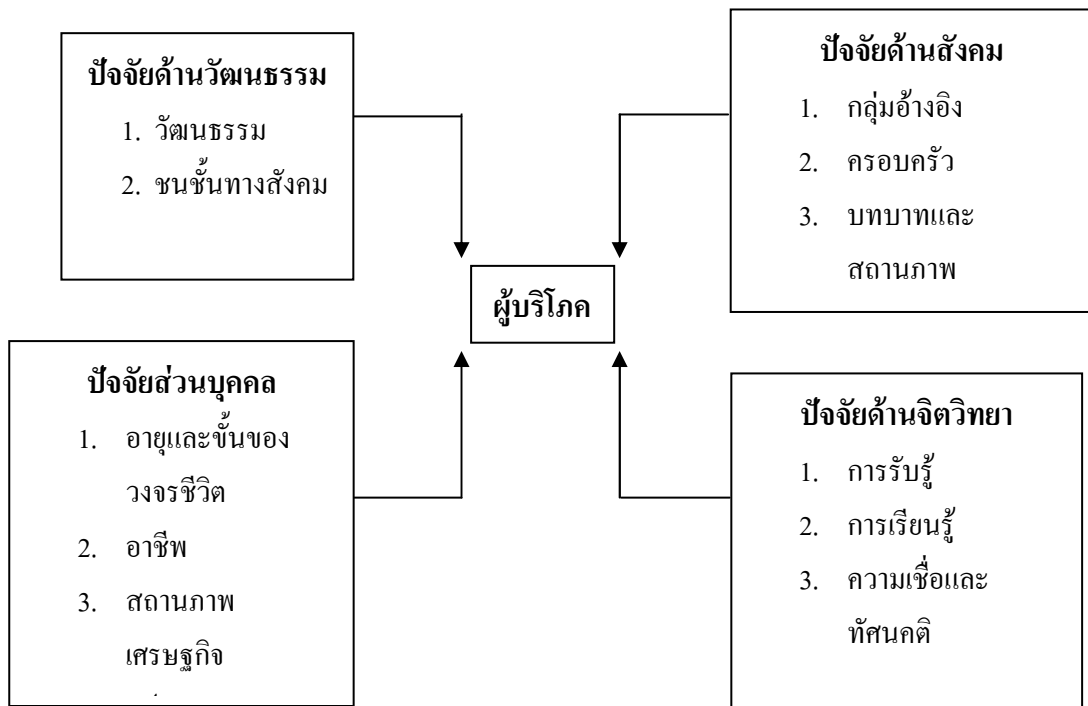
(1) แรงจูงใจ (Motivation) เป็นตัวกระตุ้นความต้องการที่อยู่ภายในตัวบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้บุคคลกระทำหรือดำเนินการให้ได้มาซึ่งเป้าหมายที่ตั้งไว้ แรงจูงใจอาจเกิดจากภายในตัวบุคคลหรืออาจถูกกระตุ้นจากปัจจัยภายนอก

(2) การรับรู้ (Perception) บุคคลที่ถูกจูงใจพร้อมที่จะแสดงออก ซึ่งการแสดงออกในรูปแบบไหนขึ้นอยู่กับการรับรู้ของบุคคล การรับรู้เป็นกระบวนการในการคัดเลือก จัดการ และแปรความหมายข้อมูลข่าวสารออกมา เพื่อกำหนดเป็นภาพที่มีความหมายขึ้นมา มี 4 ขั้นตอน คือ การเลือกเปิดรับข้อมูล (Selective Exposure) การเลือกสนใจข้อมูล (Selective Attention) การเลือกตีความข้อมูล (Selective Distortion) และการเลือกที่จะจดจำข้อมูล (Selective Retention)

(3) การเรียนรู้ (Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของแต่ละบุคคลจากประสบการณ์ที่ผ่านมามาของคนแต่ละคน โดยการเรียนรู้เกิดจากการแสดงบทบาทที่มีอิทธิพลต่อ

กันระหว่างแรงขับ (Drive) สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สัญญาณ (Cues) การตอบสนอง (Responses) และการตอกย้ำ (Reinforcement)

(4) ความเชื่อ และทัศนคติ (Beliefs and Attitudes) ความเชื่อ และทัศนคติเกิดขึ้นจากการกระทำ และการเรียนรู้ ความเชื่อ คือ ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทัศนคติเป็นความรู้สึก อารมณ์ ด้านความชอบ หรือไม่ชอบ และแนวโน้มการปฏิบัติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทั้งความเชื่อ และทัศนคติจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค ดังแสดงในภาพที่ 2.4



ภาพที่ 2.4 กล้องคำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ

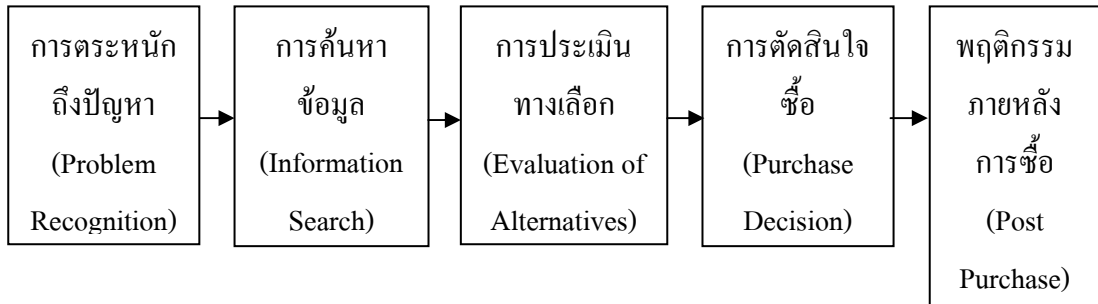
ที่มา : Kotler, 1997 อ้างโดย ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541

2.2) กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (The Buying Decision Process)

ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคจะผ่านขั้นตอนต่างๆ 5 ขั้นตอน ดังแสดงในภาพที่ 2.5

2.2.1) การตระหนักถึงปัญหา (Problem Recognition) กระบวนการตัดสินใจซื้อเกิดขึ้นเมื่อผู้ซื้อตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ ความต้องการอาจถูกกระตุ้นโดยสิ่งเร้าภายในหรือภายนอก กระบวนการในขั้นนี้เป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคตระหนักถึง ความต้องการ

ต่อตัวสินค้า โดยมองว่า สินค้าประเภทนั้น มีความจำเป็นสำหรับตน เนื่องจากสินค้าที่มีอยู่เดิมเสื่อมคุณภาพแล้ว จึงเกิดความต้องการสินค้าใหม่



ภาพที่ 2.5 ขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ที่มา : ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ, 2547

2.2.2) การค้นหาข้อมูล (Information Search) เมื่อผู้บริโภคได้รับสิ่งกระตุ้นในสินค้าหรือบริการแล้ว ผู้บริโภคก็จะทำการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้านั้นๆ เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ โดยแหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

(1) แหล่งบุคคล เช่น การสอบถามจากครอบครัว เพื่อนบ้าน คนรู้จักที่มีประสบการณ์ในการใช้สินค้าหรือบริการนั้นๆ

(2) แหล่งทางการค้า เช่น การโฆษณาตามสื่อต่างๆ พนักงานขาย ตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ร้านค้า เป็นต้น

(3) แหล่งสาธารณะชน เช่น หน่วยงานของรัฐ สื่อสารมวลชน หรือองค์การคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น

(4) แหล่งประสบการณ์ เช่น ประสบการณ์ของผู้บริโภคที่เคยทดลองใช้ผลิตภัณฑ์นี้มาก่อน

2.2.3) การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternatives) ผู้บริโภคประมวลข้อมูลเกี่ยวกับตราสินค้าเชิงเปรียบเทียบ และทำการตัดสินใจมูลค่าของตราสินค้านั้นๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจ เกณฑ์ที่ผู้บริกอนำมาใช้ประกอบการประเมินผลทางเลือก ได้แก่ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้า ประสบการณ์เกี่ยวกับสินค้าในอดีต รวมทั้งข้อมูลที่ได้จากครอบครัว กลุ่มอ้างอิง เมื่อหาข้อมูลแล้ว ผู้บริโภคจะมีการกำหนดเกณฑ์เพื่อเปรียบเทียบการประเมินเป็นข้อมูลที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจที่จะซื้อ

2.2.4) การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) ผู้บริโภคทำการตัดสินใจซื้อโดยมีการตัดสินใจในด้านต่างๆ ดังนี้ ตราซื้อ (Brand Decision) ร้านค้า (Vendor Decision) ปริมาณ

(Quantity Decision) เวลา (Timing Decision) และวิธีการในการชำระเงิน (Payment – Method Decision)

2.2.5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) หลังจากที่ผู้บริโภคได้ทำการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการไปแล้วนั้น ผู้บริโภคจะมีความพอใจหรือไม่พอใจในระดับหนึ่ง ถ้าผู้บริโภคพอใจกับสินค้าหรือบริการนั้น ผู้บริโภคจะเกิดพฤติกรรมในการซื้อซ้ำหรือบอกต่อ เป็นต้น แต่ถ้าผู้บริโภคไม่พอใจกับสินค้าและบริการ ผู้บริโภคก็จะเปลี่ยนไปใช้สินค้าของคู่แข่ง และบอกต่อไปยังผู้บริโภคคนอื่นด้วย ด้วยเหตุนี้ นักการตลาดจะต้องทำการตรวจสอบความพึงพอใจของผู้บริโภคหลังจากที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือบริการแล้ว

3) การตอบสนองของผู้ซื้อหรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Buyer's Response)

ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจซื้อในประเด็นต่างๆ ดังนี้ การเลือกผลิตภัณฑ์ การเลือกตราสินค้า การเลือกผู้ขาย การเลือกเวลาในการซื้อ และการเลือกปริมาณการซื้อ

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เฉลิมศักดิ์ พัฒนาคม (2544) ได้ศึกษาเรื่อง ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผักปลอดภัยจากสารพิษในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ปี 2543 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ความต้องการและการปฏิบัติในการเลือกซื้อผักของผู้บริโภค 2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษ 3) ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผักปลอดภัยจากสารพิษ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเชิงโครงสร้างสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติอย่างง่ายคือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายร้อยละ 35 เพศหญิงร้อยละ 65 มีอายุเฉลี่ย 36 ปี จบการศึกษาภาคบังคับทุกระดับ จำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 4-5 คน รายได้รวมของครัวเรือนเฉลี่ย 36,150 บาท เหตุผลที่ขอรับประทานผักเนื่องจากผักมีประโยชน์ต่อร่างกาย ผักที่บริโภคส่วนใหญ่เป็นผักสด บางครั้งจะนำไปปลูก และนำไปประกอบอาหาร ต้ม แกง และผักในการเลือกซื้อผักจะเลือกผักที่สด และมีรูพรุนบ้าง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผักปลอดสารพิษ ที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ มีผักปลอดภัยจากสารพิษให้เลือกซื้อหลายๆ ชนิด คือ ผู้ปลูกควรจะต้องมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกซื้อหลายๆ ชนิด และหลายๆ ประเภท และควรมีสินค้าจำหน่ายโดยสม่ำเสมอ ซึ่งการที่มีแต่ผักเดิมๆ จำหน่าย อาจทำให้ความสนใจในการบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษลดน้อยลงไป นอกจากนี้ปัจจัยที่มีความสำคัญรองลงมาคือ ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณภาพของผักมีความปลอดภัยจากสารพิษนั้น การรับประกันในความปลอดภัยของภาครัฐจะสร้างความเชื่อมั่นมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้สถานที่จำหน่าย ก็มีผลมากเช่นกัน ซึ่งการที่ร้านค้าจำหน่ายกระจายอยู่

โดยทั่วไปอาจจะอยู่ใกล้บ้าน หรือใกล้ที่ทำงาน ทำให้ผู้บริโภคมีความสะดวกในการซื้อหามาบริโภคได้โดยง่าย

นอกจากนี้ยังได้วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้รวมของครัวเรือนกับค่าใช้จ่ายในการซื้อผักและความถี่ในการซื้อผักมาบริโภค พบว่าระดับรายได้รวมของครัวเรือนมีความสัมพันธ์ต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อผักมาบริโภค ในขณะที่ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษ และผักทั่วไป เนื่องจาก ผักเป็นสินค้าที่จำเป็นเพื่อการบริโภค โดยจำนวนความถี่ในการซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษน้อยกว่าความถี่ในการซื้อผักทั่วไป และทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผักปลอดภัยจากสารพิษโดยภาพรวมผู้บริโภคคิดว่าการรับประทานผักปลอดภัยจากสารพิษมีประโยชน์ และปลอดภัยต่อชีวิตและร่างกาย อีกทั้งยังตระหนักถึงพิษภัยที่เกิดจากสารพิษปนเปื้อนในผัก

โกวิทย์ จันทโชติกุล (2544) ได้ศึกษาเรื่อง ทัศนคติของผู้บริโภคไข่ไก่ ในอำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคไข่ไก่ 2) พฤติกรรมในการเลือกซื้อไข่ไก่ของผู้บริโภคไข่ไก่ 3) ทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์ไข่ไก่ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน โดยแบ่งเป็นผู้บริโภคที่อยู่ในเขตเทศบาลเมืองจำนวน 100 คน และผู้ที่ยอยู่นอกเขตเทศบาลเมืองจำนวน 100 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 60 อายุระหว่าง 20-40 ปี มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน อาชีพธุรกิจส่วนตัว และมีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ปริมาณการบริโภคไข่ไก่ของเพศชายเฉลี่ย 167 ฟองต่อคนต่อปี ของเพศหญิงจำนวน 154 ฟองต่อคนต่อปี ผู้บริโภคในช่วงอายุระหว่าง 20-40 ปี มีปริมาณการบริโภคไข่ไก่มากที่สุดจำนวน 163 ฟองต่อคนต่อปี ผู้บริโภคที่มีรายได้มากกว่า 10,001 บาทต่อเดือน จำนวน 223 ฟองต่อคนต่อปี ผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา มีการบริโภคจำนวน 170 ฟองต่อคนต่อปี ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการซื้อไข่ไก่ไม่เกิน 10 ฟองต่อเดือนโดยซื้อมาเพื่อประกอบอาหาร สถานที่ซื้อเป็นร้านค้าทั่วไป เนื่องจากสะดวกในการซื้อ การเลือกซื้อไข่ไก่จะดูที่ความสด และมีขนาดกลาง

ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ไข่ไก่พบว่า ผู้บริโภคเห็นด้วยอย่างยิ่งในประเด็นไข่ไก่มีคุณภาพประโยชน์ต่อร่างกายมากกว่าโทษและไข่ไก่สามารถซื้อหาได้ง่าย

สุทธิดา สิริธวานกุล (2545) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคผัก และผลไม้ให้ปลอดภัยจากสารพิษตกค้างของแม่บ้านเขตเทศบาลนครลำปาง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมการบริโภคผัก และผลไม้ให้ปลอดภัยจากสารพิษตกค้างของแม่บ้านเขตเทศบาล

นครลำปาง 2) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคผัก และผลไม้ให้ปลอดภัยจากสารพิษตกค้างของแม่บ้านเขตเทศบาลนครลำปาง เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเชิงโครงสร้างสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และการทดสอบไคสแควร์

ผลการศึกษาพบว่า แม่บ้านกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี มีการศึกษา ระดับประถมศึกษา ประกอบอาชีพค้าขาย หรืออาชีพส่วนตัว มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 4-5 คน รายได้ของครอบครัว 10,000 บาทต่อเดือน และต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน

แม่บ้านร้อยละ 79.5 มีพฤติกรรมบริโภคผัก และผลไม้ให้ปลอดภัยจากสารพิษตกค้าง ในระดับต่ำ ร้อยละ 75.5 มีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคผัก และผลไม้ให้ปลอดภัยในระดับสูง ร้อยละ 57.5 มีความคิดเห็นในเชิงลบต่อการบริโภคผัก และผลไม้ให้ปลอดภัยจากสารพิษตกค้าง ร้อยละ 60.8 มีการรับรู้เรื่องความสะดวกในการบริโภคผัก และผลไม้ให้ปลอดภัยจากสารพิษตกค้างในระดับต่ำ ส่วนใหญ่ได้รับการบอกกล่าว แนะนำจากบุคคลต่างๆ รอบข้าง และได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริโภคผักและผลไม้ให้ปลอดภัยจากสารพิษตกค้างจากหลายแหล่ง

การทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ กับพฤติกรรมการบริโภคผัก และผลไม้ให้ปลอดภัยจากสารพิษตกค้าง ปัจจัยเอื้ออำนวยได้แก่ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งต่างๆ พบว่ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผัก และผลไม้ให้ปลอดภัยจากสารพิษตกค้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) ปัจจัยลักษณะทางประชากร ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัว รายได้ต่อเดือน อาชีพ ปัจจัยนำได้แก่ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริโภคผัก และผลไม้ให้ปลอดภัยจากสารพิษตกค้างไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผัก และผลไม้ให้ปลอดภัยจากสารพิษตกค้าง อย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.05$)

พัชรินทร์ สีนันทวงศ์ (2546) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของประชาชนในเขตเทศบาลนครราชสีมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) คุณลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยด้านคุณลักษณะของครอบครัว ปัจจัยด้านจิตวิทยา สังคม และปัจจัยด้านการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของประชาชนในเขตเทศบาลนครราชสีมา 2) พฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของประชาชนในเขตเทศบาลนครราชสีมา 3) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของประชาชนในเขตเทศบาลนครราชสีมา 4) ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของประชาชนในเขตเทศบาลนครราชสีมา เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 360 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์อนุกรมการถดถอย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคผักปลอดสารพิษส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 85.3 มีอายุเฉลี่ย 36.09 ปี ศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีร้อยละ 35.6 มีสมาชิกในครอบครัวเฉลี่ย 4 คน มีทัศนคติต่อผักปลอดสารพิษอยู่ในระดับ เห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ย 3.70 และข้อมูลข่าวสารที่ผู้บริโภคได้รับอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.02 พฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของประชาชน ในเขตเทศบาลนครราชสีมา ประชาชนซื้อผักปลอดสารพิษเฉลี่ย 7.6 ครั้งต่อเดือน

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของประชาชน ได้แก่ อายุ สถานภาพในครัวเรือน จำนวนสมาชิกในครัวเรือน รายได้เฉลี่ยของสมาชิกในครอบครัว ความถี่ในการประกอบอาหารต่อวันของครอบครัว ความเชื่อในการรับประทานอาหาร ทัศนคติต่อผักปลอดสารพิษ เนื้อหา และแหล่งข้อมูลข่าวสารเรื่องผักปลอดสารพิษที่ได้รับ

ปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยด้านคุณลักษณะของครอบครัว ปัจจัยด้านจิตวิทยา สังคม และปัจจัยด้านการสื่อสาร การรับรู้ปัญหา การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก และการตัดสินใจซื้อ สามารถอธิบายผลที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษได้ร้อยละ 58.5 โดยตัวแปรที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษ ได้แก่ รายได้เฉลี่ยของสมาชิกในครอบครัว ความถี่ในการประกอบอาหารต่อวันของครอบครัว ความเชื่อในการรับประทานอาหาร ทัศนคติต่อผักปลอดสารพิษ เนื้อหาข้อมูลข่าวสารเรื่องผักปลอดสารพิษที่ได้รับ การประเมินทางเลือก และการตัดสินใจซื้อ

นางี แก้วสุข (2547) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคผักสดของครัวเรือน โดยมีวัตถุประสงค์ 1) ลักษณะ และพฤติกรรมการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคผักสดของครัวเรือน 2) ความแตกต่างของปัจจัยด้านสังคมที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคผักสดของครัวเรือน 3) การตอบสนองของค่าใช้จ่ายในการบริโภคผักสดของครัวเรือน รวบรวมข้อมูลโดยใช้ข้อมูลที่ได้จากรายงานการสำรวจภาวะเศรษฐกิจ และสังคมของครัวเรือน โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติในปี 2537 จำนวน 25,225 ครัวเรือน และปี 2549 จำนวน 23,549 ครัวเรือน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ซึ่งแบ่งกลุ่มผู้บริโภคออกได้ตามความแตกต่างของขนาดครัวเรือน อายุ เพศ สถานภาพทางเศรษฐกิจ และสังคม ในการวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างสัดส่วนค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคผักสดของครัวเรือน ตัวอย่างกับตัวแปรอิสระที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคผักสดจะใช้แบบจำลอง Linear Expenditure System ในรูปสมการของเอดเงิล (AID 's Engel Curve) ตัวแปรอิสระที่ใช้ ได้แก่ รายได้ของครัวเรือน การศึกษาของหัวหน้าครัวเรือน อายุของหัวหน้าครัวเรือน ลักษณะของชุมชน และเพศของหัวหน้าครัวเรือน ตัวแปรตาม ได้แก่ ค่าใช้จ่ายของครัวเรือนเพื่อการบริโภคผักสดของครัวเรือน

ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคผักสดของครัวเรือนในปี 2537 จะต่ำกว่าค่าใช้จ่ายในการบริโภคผักสดในปี 2541 แต่เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการบริโภคผักสดต่อค่าอาหารทั้งหมด สัดส่วนค่าใช้จ่ายในปี 2541 กลับต่ำกว่าสัดส่วนค่าใช้จ่ายในปี 2537 ทั้งนี้เพราะว่าค่าใช้จ่ายรวมในหมวดอาหารในปี 2541 เพิ่มขึ้นจากปี 2537 ในสัดส่วนที่สูงกว่าการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในหมวดผักสด

ปัจจัยต่างๆ เกี่ยวกับสภาพตามภูมิภาค ลักษณะตามการปกครองท้องถิ่น อายุของหัวหน้าครัวเรือน ระดับการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือน และอาชีพของหัวหน้าครัวเรือน ที่มีต่อการใช้จ่ายเพื่อบริโภคผักสดของครัวเรือน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคผักสดของครัวเรือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หากรายได้ของครัวเรือนเพิ่มขึ้นค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคผักสดของครัวเรือนจะเพิ่มขึ้น เช่นเดียวกับระดับการศึกษา คือเมื่อหัวหน้าครัวเรือนมีการศึกษาสูงขึ้นสัดส่วนค่าใช้จ่ายจะลดลง และเมื่อหัวหน้าครัวเรือนมีอายุมากขึ้นสัดส่วนค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคผักสดทุกชนิดก็เพิ่มขึ้น ครัวเรือนในเขตชนบทมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคผักสดมากกว่าเขตเทศบาล และสุขาภิบาล และยังพบว่าครัวเรือนที่หัวหน้าครัวเรือนเป็นเพศชายจะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายต่ำกว่าหัวหน้าครัวเรือนเพศหญิง ค่าความยืดหยุ่นของค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคผักสดแต่ละชนิดกับรายได้ของครัวเรือนตัวอย่างในปี 2537 และ 2541 มีค่าน้อยกว่า 1 ทุกตัว แสดงให้เห็นว่า ผักสดเป็นสินค้าจำเป็นสำหรับครัวเรือน

เกรียงไกร วาสนจิตต์ (2548) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคผัก และผลไม้ของนิสิต นักศึกษา : กรณีศึกษาในมหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และมหาวิทยาลัยมหิดล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการบริโภคผัก และผลไม้ กับพฤติกรรมการบริโภคผัก และผลไม้ของนิสิต นักศึกษา 2) ความสัมพันธ์ระหว่างการบริโภคผัก และผลไม้ กับพฤติกรรมการบริโภคผัก และผลไม้ของนิสิต นักศึกษา 3) ความสัมพันธ์ระหว่างการเข้าถึงแหล่งบริการในการเลือกซื้อผัก และผลไม้กับพฤติกรรมการบริโภคผัก และผลไม้ของนิสิต นักศึกษา 4) ความสัมพันธ์ระหว่างการได้รับข้อมูลข่าวสารเรื่องผัก และผลไม้จากสื่อต่างๆ กับพฤติกรรมการบริโภคผัก และผลไม้ของนิสิต นักศึกษา 5) ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางชีวสังคม กับพฤติกรรมการบริโภคผัก และผลไม้ของนิสิต นักศึกษา โดยประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นิสิตศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ (รังสิต) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (บางเขน) และมหาวิทยาลัยมหิดล (ศาลายา) ทั้งหมดจำนวน 21,156 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ยามาเน่ ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้

สถิติร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติไค-สแควร์ และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะทางชีวสังคม ได้แก่ เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผัก และผลไม้ของนิสิต นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ส่วนอายุ และรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผัก และผลไม้ของนิสิต นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคผัก และผลไม้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผัก และผลไม้ ของนิสิต นักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทิศนคติต่อการบริโภคผัก และผลไม้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผัก และผลไม้ ของนิสิต นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 การเข้าถึงแหล่งบริการในการเลือกซื้อผัก และผลไม้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผัก และผลไม้ของนิสิต นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ลักษณะทางชีวสังคมในด้านเพศ ทิศนคติการบริโภคผัก และผลไม้ และการเข้าถึงแหล่งบริการในการเลือกซื้อผัก และผลไม้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผัก และผลไม้ของนิสิต นักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ส่วนอายุ และรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผัก และผลไม้ของนิสิต นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

กาญจณี ชิตบุตร (2548) ได้ศึกษาเรื่อง เจตคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมความตั้งใจ และพฤติกรรมการบริโภคผัก และผลไม้ของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เจตคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงการรับรู้ความสามารถในการควบคุมความตั้งใจ และพฤติกรรมการบริโภคผัก และผลไม้ของผู้สูงอายุ 2) อำนาจการทำนายเจตคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงการรับรู้ความสามารถในการควบคุมความตั้งใจ และพฤติกรรมการบริโภคผัก และผลไม้ของผู้สูงอายุ 3) อำนาจการทำนายการรับรู้ ความสามารถในการควบคุมความตั้งใจ และพฤติกรรมการบริโภคผัก และผลไม้ของผู้สูงอายุ 4) ความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจ และพฤติกรรมการบริโภคผัก และผลไม้ของผู้สูงอายุ ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง ประชากร คือผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ซึ่งอาศัยอยู่ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนครราชสีมา กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยคำนวณจากสูตรวิเคราะห์อำนาจการทดสอบสถิติที่ศึกษาของโคเฮน ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 160 ตัวอย่าง เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติร้อยละ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบหลายขั้นตอนหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีเจตคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมความตั้งใจและพฤติกรรมการบริโภคผัก และผลไม้อยู่ในระดับสูง ร้อยละ 51.25, 66.25, 70.63, 97.50 และ 15.88 ตามลำดับ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงและการรับรู้ความสามารถในการควบคุม สามารถรวมกันทำนายความตั้งใจในการมีพฤติกรรมการบริโภคผัก และผลไม้มของผู้สูงอายุได้ร้อยละ 22 ($R^2=0.22$, $P < 0.01$) การรับรู้ความสามารถในการควบคุมสามารถทำนายพฤติกรรมการบริโภคผัก และผลไม้มของผู้สูงอายุได้ร้อยละ 4 ($R^2 = 0.04$, $P < 0.01$) และความตั้งใจในการมีพฤติกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำกับพฤติกรรมการบริโภคผัก และผลไม้มของผู้สูงอายุ ($r = 0.18$, $P < 0.05$)

อรพิน บุญโชคชัย (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะคิดของผู้บริโภคต่อสารให้ความหวานพลังงานต่ำในกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคต่อสารให้ความหวานพลังงานต่ำในกรุงเทพมหานคร 2) ให้ทราบถึงปัญหาเกี่ยวกับสารให้ความหวานพลังงานต่ำ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย โดยแบ่งออกเป็นผู้บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำจำนวน 200 ราย และผู้ไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำจำนวน 200 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพ โสด อายุ 21-30 ปี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท สำหรับกลุ่มที่ไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่มีสถานภาพสมรส อายุ 21-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001- 30,000 บาท

องค์ประกอบของทัศนคติด้านสติปัญญา (ความรู้ความเข้าใจ) พบว่ากลุ่มที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีค่าเฉลี่ยของคะแนนความรู้ที่ตอบถูกต้องต่ำกว่ากลุ่มที่ไม่บริโภค โดยทั้งสองกลุ่มมีจำนวนผู้ที่รู้ว่าสารให้ความหวานพลังงานต่ำสามารถใช้ทดแทนน้ำตาลได้สูงกว่าความรู้เรื่องอื่นๆ

องค์ประกอบของทัศนคติด้านท่าที ความรู้สึก (ความคิดเห็น) พบว่ากลุ่มที่บริโภค และกลุ่มที่ไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำเห็นด้วยกับกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดทุกด้าน โดยกลุ่มที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีค่าเฉลี่ยของความเห็นด้วยต่อส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายมากที่สุด โดยเห็นด้วยในปัจจัยย่อยเรื่องสารให้ความหวานมีจำหน่ายในคิสเคาส์ส โดรต์ต่างๆ เช่น โลตัส บิ๊กซี แมคโคร สำหรับกลุ่มที่ไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคามากที่สุด โดยเห็น

ด้วยในปัจจุบันย้อยเรื่องราคาของผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำมีราคาสูงมากเมื่อเทียบกับน้ำตาลทั่วไป

องค์ประกอบของทัศนคติด้านพฤติกรรมพบว่า ผู้ที่บริโภค และไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำตราอีควอล โดยกลุ่มที่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานทางนิตยสารมากที่สุด สำหรับกลุ่มที่ไม่บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์สารให้ความหวานพลังงานต่ำทางสื่อโทรทัศน์ นอกจากนี้กลุ่มผู้บริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำส่วนใหญ่นิยมบริโภคตราอีควอล โดยเหตุผลที่ชอบบริโภคสารให้ความหวานในตราสินค้าดังกล่าวเนื่องจากเป็นตราสินค้าที่มีชื่อเสียง และเชื่อมั่นในคุณภาพ ความถี่ในการบริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำคือ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยส่วนใหญ่นำไปผสมในเครื่องดื่ม เช่น ชา กาแฟ และนิยมซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำคือเพื่อต้องการลดน้ำหนัก และหวังโยสุขภาพ สำหรับผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการบริโภคสารให้ความหวานพลังงานต่ำคือ ตัวเอง ปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำทุกด้านของส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญมาก

องค์ประกอบของทัศนคติด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกซื้อสารให้ความหวานพลังงานต่ำด้านผลิตภัณฑ์ไม่มีความแตกต่างกันตามเพศ ระดับการศึกษา และรายได้ ด้านราคาไม่มีความแตกต่างกันตามเพศ ด้านการจัดจำหน่ายมีความแตกต่างกันตามเพศ ระดับการศึกษา และรายได้ และด้านส่งเสริมการตลาดมีความแตกต่างกันตามรายได้

กัญญา กุศลชู (2551) ได้ศึกษาเรื่อง ทัศนคติผู้บริโภคที่มีต่อชาสมุนไพรเขียวกู่หลาน ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติผู้บริโภคที่มีต่อชาสมุนไพรเขียวกู่หลาน ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย โดยแบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างอายุ 35-50 ปี จำนวน 200 ราย และกลุ่มตัวอย่างอายุ 51 ปีขึ้นไปจำนวน 200 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

ผลจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 51-55 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพหลักเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท มีระดับโคเลสเตอรอลอยู่ในระดับปกติ และเป็นผู้ที่ไม่เคยได้รับการตรวจไตรกรีเซอร์ไรด์ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเครื่องดื่มสมุนไพรเขียวของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคเครื่องดื่มสมุนไพรชาเขียว โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการดื่มเพื่อเป็นเครื่องดื่มทั่วไปดับกระหาย มีความถี่ของการดื่มที่ไม่แน่นอน ส่วนใหญ่ซื้อจากร้านค้า ร้านสะดวกซื้อ

ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าเครื่องคั้นสมุนไพรต้องมีประโยชน์หรือรักษาโรคได้ และควรมีความปลอดภัย ไม่มีโทษจากการคั้น ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รู้จักสมุนไพรเขียวกู่หลาน

การศึกษาด้านแนวโน้มพฤติกรรมในการซื้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการปริมาณต่อครั้งของการคั้นชาสมุนไพรเขียวกู่หลาน ประมาณ 100-250 มล. มีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการคือ แบบซองบรรจุซอง และชาพร้อมคั้นบรรจุขวด โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ต้องการให้มีการปรุงแต่งกลิ่น และรสเพิ่มเติม แต่ในส่วนของผู้ที่ต้องการจะแต่งกลิ่นเพิ่ม ต้องการเพิ่มกลิ่นใบเตยและกลิ่นมะลิ ในส่วนของผู้ที่ต้องการปรุงแต่งรสเพิ่ม ต้องการเพิ่มรส น้ำผึ้ง ราคาที่เหมาะสมของชาสมุนไพรเขียวกู่หลาน คือ 3-5 บาทต่อซอง สถานที่จำหน่ายชาสมุนไพรเขียวกู่หลานที่ต้องการคือ ร้านค้า ร้านสะดวกซื้อ และคาดว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรเขียวกู่หลาน

มลทิwa โสมะ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะคดีของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีต่อข้าวอินทรีย์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีต่อข้าวอินทรีย์ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากประชากรที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่เป็นผู้บริโภคข้าวสารและซื้อข้าวสารแบบบรรจุถุงที่รู้จักข้าวอินทรีย์จำนวน 200 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพรับราชการ รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนประมาณ 30,000-40,000 บาท จำนวนสมาชิกในครอบครัว 4 คนขึ้นไป และมีพฤติกรรมการซื้อข้าวสารบรรจุถุงขนาดกลาง 5 กิโลกรัม ซึ่งในแต่ละครั้งที่ซื้อข้าวผู้ตอบส่วนมากจะซื้อข้าวสารครั้งละ 2 ถุง และส่วนมากมีความถี่ในการซื้อคือ 2 เดือนต่อครั้ง โดยนิยมซื้อข้าวกล้องมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70 สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อข้าวอินทรีย์มาก่อน จะซื้อข้าวอินทรีย์แบบไม่เจาะจงยี่ห้อ คิดเป็นร้อยละ 93.8 และเลือกซื้อข้าวอินทรีย์บางครั้งที่พบว่ามีจำหน่ายเท่านั้น คิดเป็นร้อยละ 52.3 เหตุผลในการซื้อคือห่วงใยสุขภาพ

การศึกษาทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้และความเข้าใจโดยรวมเกี่ยวกับข้าวอินทรีย์ มีความรู้สึกโดยเห็นด้วยและชอบในคุณสมบัติต่างๆของข้าวอินทรีย์ และมีแนวโน้มที่จะซื้อข้าวอินทรีย์ในอนาคต ด้วยเหตุผลหลักคือ เพื่อความปลอดภัยต่อสุขภาพร่างกายของผู้บริโภคเอง ทั้งนี้ผู้บริโภคก็พร้อมที่จะแนะนำข้าวอินทรีย์ให้เพื่อน และคนรู้จักซื้อข้าวอินทรีย์ด้วย แม้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะมีทัศนคติที่ดีต่อข้าวอินทรีย์ การศึกษายังค้นพบว่า มีประเด็นที่ผู้ตอบยังไม่เข้าใจ คือ ร้อยละ 59.5 ของผู้ตอบไม่ทราบว่าข้าวอินทรีย์ที่จำหน่ายในห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต มีราคาสูงกว่าท้องตลาดทั่วไป

เนื่องจากเป็นมาตรฐานเดียวกับข้าวอินทรีย์ส่งออก และร้อยละ 59 ไม่ทราบว่าผู้ค้าจะรับซื้อข้าวเปลือกอินทรีย์จากเกษตรกรในราคาที่สูงกว่าราคาตลาด ดังนั้นราคาข้าวอินทรีย์จึงแพงกว่าข้าวทั่วไป

ผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อเสนอแนะความต้องการต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ตรงกันเป็นอันดับแรกคือ ต้องการให้ผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์มีตรารับรองมาตรฐาน ปลอดภัย ปลอดสารพิษ ต้องการให้มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน ต้องการให้เพิ่มสถานที่จำหน่ายให้มากขึ้น และต้องการให้มีการณรงค์ ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การวางกรอบวิธีวิจัย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เพียงพอ มีความน่าเชื่อถือ และผลการศึกษามีผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยเรื่องทัศนคติต่อการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยไว้ดังนี้

3.1 ข้อมูล และการรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาทัศนคติต่อการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ 2 ประเภท คือ ข้อมูลทุติยภูมิและข้อมูลปฐมภูมิ ดังนี้

3.1.1 ข้อมูลทุติยภูมิ

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษาจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้แล้วในเรื่องที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ องค์ความรู้เกี่ยวกับการผลิต และการบริโภคผัก แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ และพฤติกรรมผู้บริโภค และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นข้อมูลในรูปของบทความวิจัย หนังสือวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนข้อมูลทางสถิติของหน่วยงานราชการที่ได้รวบรวมไว้แล้ว เช่น สำนักงานเกษตรจังหวัด กรมส่งเสริมการเกษตร ศูนย์ข้อมูลด้านการเกษตรและสหกรณ์ โดยได้รวบรวมข้อมูลจากหอสมุดคุณหญิงหลง อรรถกระวีสุนทร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และเว็บไซต์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.1.2 ข้อมูลปฐมภูมิ

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมจากภาคสนาม (Field Survey) โดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคผักสด โดยใช้แบบสอบถามเชิงโครงสร้าง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ระบุไว้ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) ประชากร

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคผักสดที่พักอาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

2) กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ได้ทำการวิเคราะห์ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 180 ราย และเพื่อให้ได้ตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด ผู้วิจัยได้กระจายตัวอย่างเป็น 9 โชน โชนละ 20 ราย รวมตัวอย่างทั้งหมด 180 ราย ดังแสดงในตารางที่ 3.1

ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยมีการคัดกรองเฉพาะผู้ที่ซื้อผักสดมาเพื่อประกอบอาหารบริโภคในครัวเรือนเท่านั้น

ตารางที่ 3.1 จำนวนตัวอย่างที่ใช้ศึกษา จำแนกตามโซน

โซนที่	พื้นที่ศึกษา	ตัวอย่าง
1	โรงพยาบาลหาดใหญ่ โรงพยาบาลศศิครินทร์ สถานีดับเพลิง	20
2	ห้างสรรพสินค้าบีคี่ สนามกีฬาจรนคร เทศบาลเมืองหาดใหญ่ วงเวียนน้ำพุ โรงเรียนหาดใหญ่วิทยาลัย	20
3	สวนสาธารณะหาดใหญ่ โรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ ห้างสรรพสินค้าคาร์ฟูร์ โรงเรียนหาดใหญ่วิทยาลัย โรงพยาบาลกรุงเทพหาดใหญ่	20
4	วัดโคกสมานคุณ สถานีตำรวจ ศูนย์การค้าขิงดี ตลาดกิมหยง องค์การโทรศัพท์ สถานีรถไฟหาดใหญ่	20
5	โรงเรียนธิดานุเคราะห์ วัดโลกนาว โรงเรียนแสงทองวิทยา แหล่งอาหารและโรงแรม	20
6	ไปรษณีย์คองหงส์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ โรงพยาบาลสงขลานครินทร์ ห้างสรรพสินค้าโลตัส โรงพยาบาลท่งเข็ย เชียงตุง โรงเรียนศรีนคร	20

ตารางที่ 3.1 จำนวนตัวอย่างที่ใช้ศึกษา จำแนกตามโซน (ต่อ)

โซนที่	พื้นที่ศึกษา	ตัวอย่าง
7	สถานีรถไฟหาดใหญ่ ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน สำนักงานสายการบินไทย	20
8	สถานีตำรวจ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สถานีตำรวจท่องเที่ยว แหล่งร้านอาหารและโรงแรม	20
9	โรงพยาบาลราชบุรีอินดี วัดคลองเรียน ที่ทำการไปรษณีย์ สถานีดับเพลิง ถนนศรีภูวนารถ ห้างสรรพสินค้าไดอาน่า สถานีขนส่งรถประจำทาง ห้างสรรพสินค้าแมคโคร แหล่งร้านอาหารและโรงแรม	20
รวม		180

ที่มา : เทศบาลนครหาดใหญ่, 2553

3) วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ

การรวบรวมข้อมูลใช้การสัมภาษณ์รายบุคคล (Personal Interview) โดยใช้แบบสอบถามเชิงโครงสร้าง (Structured Questionnaire) ประกอบด้วยคำถามปลายปิด (Close-ended Questions) ที่มีลักษณะคำถามไว้ให้เลือกตอบ และคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) โดยคำถามในแบบสอบถามมีรายละเอียดดังนี้ (ภาคผนวก)

ส่วนที่ 1 สภาพทางสังคม และเศรษฐกิจของผู้บริโภคที่พักอาศัยในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคที่พักอาศัยของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ส่วนที่ 3 ทักษะการบริโภคที่พักอาศัยของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ส่วนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

สำหรับข้อคำถามทัศนคติต่อการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ประกอบไปด้วยคำถามในเชิงบวก และคำถามในเชิงลบ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับดังนี้ (สมบุญณ์ เจริญจิระตระกูล, 2553)

คะแนน	ความคิดเห็น
5	เห็นด้วยมากที่สุด
4	เห็นด้วยมาก
3	เห็นด้วยปานกลาง
2	เห็นด้วยน้อย
1	เห็นด้วยน้อยที่สุด

4) การทดสอบแบบสอบถาม

หลังจากผู้วิจัยได้ทดสอบความถูกต้องด้านเนื้อหาแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่จัดพิมพ์เสร็จแล้ว ไปทดลองสัมภาษณ์ผู้บริโภคผักสดที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 ราย เพื่อตรวจสอบความยากง่าย และความสามารถนำไปใช้จริง โดยพิจารณาถึงความเข้าใจและความชัดเจนในการตอบ รวมถึงเวลาที่ใช้ในการตอบว่าใช้เวลาอย่างน้อยเพียงใด เหมาะสมที่จะนำไปใช้รวบรวมข้อมูลจริงหรือไม่ โดยนำข้อบกพร่องมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น แล้วจึงนำแบบสอบถามที่แก้ไขสมบูรณ์แล้วไปดำเนินการสอบถามจริง

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิแล้ว ได้นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

3.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

- 1) สภาพทางสังคม และเศรษฐกิจของผู้บริโภคผักสดในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- 2) พฤติกรรมการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- 3) ทัศนคติต่อการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

4) ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

สำหรับการแปลความหมายจากข้อคำถามทัศนคติเชิงบวก ผู้วิจัยมีเกณฑ์ในการหาค่าเฉลี่ยและแปลความหมายโดยใช้ค่ากลางของข้อมูล 5 ระดับ ดังนี้ (สมบูรณ์ เจริญจิระตระกูล, 2553)

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.50 - 5.00	มีทัศนคติต่อการบริโภคผักสดอยู่ในระดับดีมาก
3.50 - 4.49	มีทัศนคติต่อการบริโภคผักสดอยู่ในระดับดี
2.50 - 3.49	มีทัศนคติต่อการบริโภคผักสดอยู่ในระดับดีปานกลาง
1.50 - 2.49	มีทัศนคติต่อการบริโภคผักสดอยู่ในระดับไม่สู้ดี
1.00 - 1.49	มีทัศนคติต่อการบริโภคผักสดอยู่ในระดับไม่ดี

กรณีที่เป็นทัศนคติในเชิงลบจะแปลความหมายในทางตรงกันข้าม

3.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis)

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติการบริโภคผักสดของผู้บริโภค ด้วยสถิติไคสแควร์ (Chi-square : χ^2) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพทางสังคม และเศรษฐกิจ ได้แก่ เพศ อายุ ศาสนา สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครัวเรือน โรคประจำตัว รายได้รวมของครัวเรือน และอาชีพ กับระดับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผักสด ดังแสดงในภาพที่ 3.1 ซึ่งมีขั้นตอนในการทดสอบดังนี้

1) การตั้งสมมติฐาน

H_0 : สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจไม่ความสัมพันธ์ต่อระดับทัศนคติต่อการบริโภคผักสดของผู้บริโภคผักสดในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

H_A : สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์ต่อระดับทัศนคติต่อการบริโภคผักสดของผู้บริโภคผักสดในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

2) กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.05$

3) คำนวณค่า χ^2 ซึ่งมีสูตรดังนี้

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

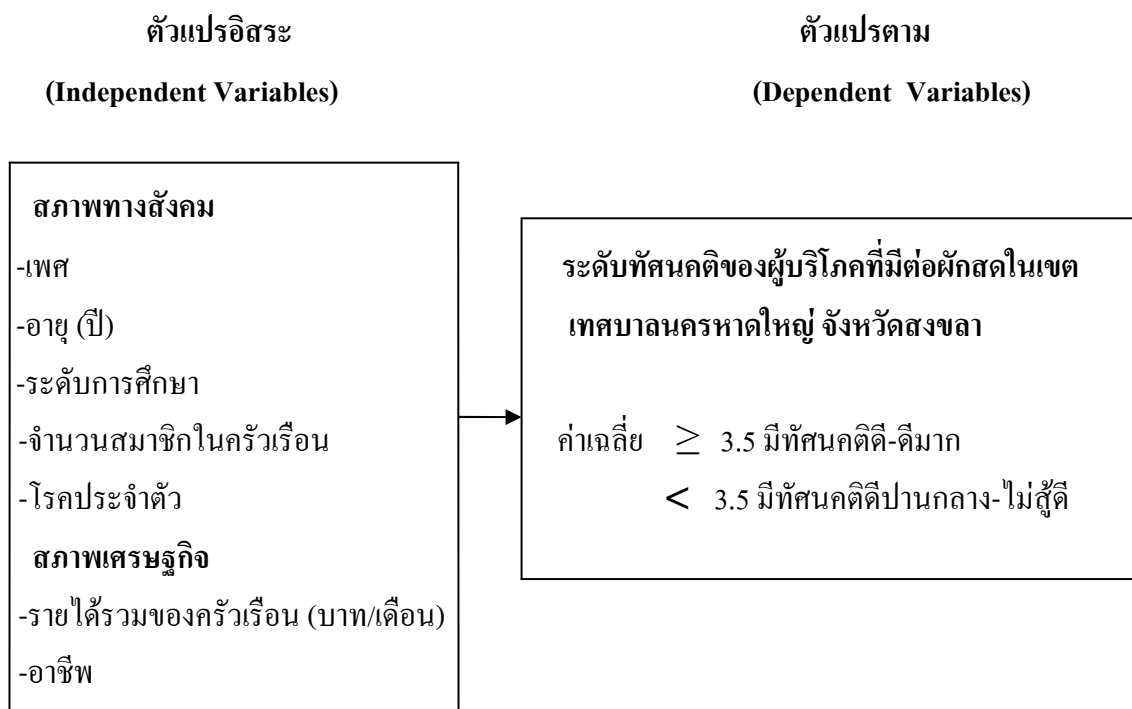
เมื่อ χ^2 = ไคสแควร์

O_{ij} = ค่าความถี่จากการสังเกตในแถวที่ i คอลัมน์ที่ j

$$E_{ij} = \text{ค่าความถี่ที่คาดหวังในแถวที่ } i \text{ คอลัมน์ที่ } j$$

4) คำนวณค่า P-Value ด้วยโปรแกรมทางสถิติ

5) สรุปผลการทดสอบ คือ ถ้าค่า P-Value น้อยกว่าค่า α จะปฏิเสธ H_0 หรือยอมรับ H_A กล่าวคือ ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับระดับทัศนคติต่อการบริโภคผักสดของผู้บริโภคผักสดในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ α เท่ากับ 0.05 ในทางตรงกันข้าม ถ้าค่า P-Value มากกว่าค่า α จะยอมรับ H_0 หรือปฏิเสธ H_A กล่าวคือ ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจไม่มีความสัมพันธ์กับระดับทัศนคติต่อการบริโภคผักสดของผู้บริโภคผักสดในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ α เท่ากับ 0.05



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางเศรษฐกิจ และสังคมกับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการบริโภคผักสด

บทที่ 4

ผลการวิจัย และอภิปรายผล

บทนี้เป็นกรนำเสนอผลการศึกษาค้นคว้าต่อการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จากกลุ่มตัวอย่าง 180 ราย ผลการศึกษามีรายละเอียดตามลำดับ ดังนี้

- 4.1 สภาพสังคม และเศรษฐกิจของผู้บริโภคผักสดในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- 4.2 พฤติกรรมการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- 4.3 ค้นคว้าต่อการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัด สงขลา
- 4.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับค้นคว้าในการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- 4.5 ปัญหา และอุปสรรคในการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- 4.6 ข้อเสนอแนะในการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

4.1 สภาพสังคม และเศรษฐกิจของผู้บริโภคผักสดในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ผลการวิเคราะห์สภาพสังคม และเศรษฐกิจของผู้บริโภคผักสดในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ศาสนา ระดับการศึกษา สูงสุด จำนวนสมาชิกในครัวเรือน โรคประจำตัว อาชีพ และรายได้รวมเฉลี่ยของครัวเรือน โดยมีรายละเอียดตามตารางที่ 4.1 ดังนี้

1) เพศ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 79.4 และเพศชาย ร้อยละ 20.6 ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริโภคที่เป็นผู้ตัดสินใจเลือกซื้อผักสดมาเพื่อประกอบอาหารบริโภคในครัวเรือนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงหรือแม่บ้าน

2) อายุ

กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 41-50 ปี ในสัดส่วนมากที่สุดคือร้อยละ 27.2 รองลงมา มีอายุระหว่าง 31-40 ปี อายุระหว่าง 21-30 ปี และมีอายุมากกว่า 50 ปี ร้อยละ 25.0, 22.2 และ 21.7 ตามลำดับ ผู้บริโภคผักสดมีอายุเฉลี่ย 40.5 ปี

ตารางที่ 4.1 สภาพทางสังคม และเศรษฐกิจของผู้บริโภคผักสด

รายการ	จำนวน (n=180)	ร้อยละ
เพศ		
- หญิง	143	79.4
- ชาย	37	20.6
อายุ (ปี)		
- ≤ 20	7	3.9
- 21-30	40	22.2
- 31-40	45	25.0
- 41-50	49	27.2
- > 50	39	21.7
เฉลี่ย	40.5	
สถานภาพสมรส		
- สมรส	118	65.6
- โสด	51	28.3
- แยกกันอยู่	6	3.3
- หย่าร้าง	5	2.8
ศาสนา		
- พุทธ	145	80.6
- อิสลาม	35	19.4
ระดับการศึกษาสูงสุด		
- ประถมศึกษา	36	20.0
- มัธยมศึกษาตอนต้น	17	9.4
- มัธยมศึกษาตอนปลาย /ปวช.	28	15.6
- อนุปริญญา /ปวส.	30	16.7
- ปริญญาตรี	65	36.1
- สูงกว่าปริญญาตรี	4	2.2

ตารางที่ 4.1 สภาพทางสังคม และเศรษฐกิจของผู้บริโภคผักสด (ต่อ)

รายการ	จำนวน (n=180)	ร้อยละ
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (คน)		
- ≤ 2	63	35.0
- 3-4	70	38.9
- > 4	47	26.1
เฉลี่ย	3.9	
การมีโรคประจำตัว		
- ไม่มีโรคประจำตัว	133	73.9
- มีโรคประจำตัว	47	26.1
มีโรคประจำตัว*	(n=47)	
- โรคเบาหวาน	29	61.7
- โรคกระเพาะอาหาร	8	17.1
- โรคความดัน	4	8.5
- โรคหัวใจ	4	8.5
- โรคอื่นๆ (โรคไต, ภูมิแพ้, ไมเกรน, ไทรอยด์)	4	8.5
อาชีพ		
- ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	54	30.0
- แม่บ้าน	30	16.7
- พนักงานบริษัทเอกชนหรือพนักงานธนาคาร	29	16.1
- รับจ้างทั่วไป	29	16.1
- รับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ	24	13.3
- นักเรียน/นักศึกษา	9	5.0
- อื่นๆ (ข้าราชการบำนาญ, มอไซค์รับจ้าง)	5	2.8
รายได้รวมเฉลี่ยของครัวเรือน (บาทต่อเดือน)		
- < 10,000	30	16.7
- 10,000-30,000	93	51.7
- 30,001-50,000	40	22.2
- 50,001-70,000	8	4.4
- > 70,000	9	5.0
เฉลี่ย	32,406.1	

หมายเหตุ * เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

3) สถานภาพสมรส

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 65.6 มีสถานภาพสมรส รองลงมา มีสถานภาพโสดและแยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 28.3 และ 3.3 ตามลำดับ

4) ศาสนา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ คิดเป็นร้อยละ 80.6 รองลงมานับถือศาสนาอิสลาม คิดเป็นร้อยละ 19.4 ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลประชากรของเทศบาลนครหาดใหญ่ ที่สัดส่วนจำนวนประชากรนับถือศาสนาพุทธมีสัดส่วนมากที่สุด (เทศบาลนครหาดใหญ่, 2554)

5) ระดับการศึกษาสูงสุด

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 36.1 รองลงมา ได้แก่ ระดับประถมศึกษา ระดับอนุปริญญา /ปวส. และมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 20.0, 16.7 และร้อยละ 15.6 ตามลำดับจะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในจังหวัดสงขลามีมหาวิทยาลัยอยู่หลายแห่ง ทั้งของทางภาครัฐและเอกชน จึงทำให้ประชาชนในพื้นที่ได้รับการศึกษาอย่างทั่วถึง และในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่เป็นศูนย์กลางธุรกิจการค้า และส่วนราชการ ซึ่งพนักงานในหน่วยดังกล่าว ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป

6) จำนวนสมาชิกในครัวเรือน

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 38.9 มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวอยู่ในช่วง 3-4 คน รองลงมาได้แก่ 1-2 คน และมากกว่า 4 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 และ 26.1 ตามลำดับ โดยมีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 3.9 คน ครอบครัวในยุคปัจจุบันจะเป็นครอบครัวขนาดกลางเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งประกอบไปด้วย พ่อ แม่ และลูก

7) โรคประจำตัว

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 73.9 ไม่มีโรคประจำตัว และร้อยละ 26.1 มีโรคประจำตัว โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีโรคประจำตัว ร้อยละ 61.7 เป็นโรคเบาหวานมากที่สุด รองลงมาคือ โรคกระเพาะอาหาร คิดเป็นร้อยละ 17.1 โรคความดัน และโรคหัวใจในสัดส่วนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 8.5

8) อาชีพ

กลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมา ได้แก่ แม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 16.7 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนหรือธนาคาร และรับจ้างทั่วไป มีสัดส่วนที่เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 16.1 อาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 13.3 และอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 5.0 ตามลำดับ เทศบาลนครหาดใหญ่เป็นศูนย์กลางธุรกิจการค้า การลงทุน ประชาชนจึงนิยมประกอบอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว

9) รายได้รวมเฉลี่ยของครัวเรือน

กลุ่มตัวอย่างมีรายได้อยู่ในช่วง 10,000–30,000 บาท/เดือน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.7 รองลงมา มีรายได้ในช่วง 30,001-50,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 22.2 นอกจากนี้ มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 16.7 โดยกลุ่มตัวอย่างมีระดับรายได้รวมเฉลี่ยของครัวเรือน 32,406.1 บาท/เดือน

4.2 พฤติกรรมการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งประกอบด้วยลักษณะการซื้อผักสดของผู้บริโภค ชนิดของผักสดที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ วิธีการล้างผักสดของผู้บริโภค การบริโภคผักสดชนิดผักบริโภคใบ ชนิดของผักบริโภคดอก ชนิดของผักบริโภคผล และชนิดของผักบริโภคหัว มีรายละเอียดดังนี้

4.2.1 ลักษณะการซื้อผักสดของผู้บริโภค

ลักษณะการซื้อผักสดของผู้บริโภคประกอบด้วย ความถี่ ค่าใช้จ่าย หลักเกณฑ์ในการเลือกซื้อผัก สถานที่ในการเลือกซื้อผัก หลักเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกสถานที่ แหล่งที่มาของผักพื้นบ้าน และลักษณะในการนำผักมาบริโภค มีรายละเอียดตามตารางที่ 4.2 ดังนี้

1) ความถี่ในการซื้อผักมาบริโภค

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 41.1 ซื้อผักมาบริโภคอยู่ในช่วง 3-4 ครั้ง/สัปดาห์ รองลงมา อยู่ในช่วง 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ และมากกว่า 4 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 30.6 และ 28.3 ตามลำดับ โดยมีจำนวนการซื้อผักมาบริโภคเฉลี่ย 2.0 ครั้ง/สัปดาห์ เนื่องจากผักสดเป็นสินค้าเกษตรที่เน่าเสียง่าย และการนำมาปรุงอาหารหากจะให้อร่อย และนำมารับประทานนั้น ต้องเลือกผักที่สดใหม่ ผู้บริโภคจึงจำเป็นต้องซื้อผักบ่อยครั้ง เพื่อให้ได้ผักที่สดใหม่

2) ค่าใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อผักมาบริโภค

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 42.8 ซื้อผักมาบริโภคอยู่ในช่วง 50-100 บาท/ครั้ง รองลงมา อยู่ในช่วงน้อยกว่า 50 บาท/ครั้ง และ 101-150 บาท/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 29.4 และ 13.3 ตามลำดับ โดยมีจำนวนการซื้อผักมาบริโภคเฉลี่ย 101.8 บาท/ครั้ง

3) หลักเกณฑ์ในการเลือกซื้อผัก

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 70.6 มีหลักเกณฑ์ในการเลือกซื้อผักมาบริโภค เน้นผักที่สดใหม่ รองลงมาคือ เน้นผักพื้นบ้านเป็นหลัก ผลิตจากแหล่งที่เชื่อถือได้ ราคาถูก และมีร่องรอยของหนอน/แมลงกัด เจาะบ้าง คิดเป็นร้อยละ 36.1, 26.7, 24.4 และ 23.9 ตามลำดับ ซึ่งความสดใหม่ของผัก ยังเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสนใจเป็นอันดับแรกๆ ในการเลือกซื้อ เพราะผักที่ยังสดใหม่เมื่อนำไปประกอบอาหารจะทำให้อาหารนำมารับประทานยิ่งขึ้น

ตารางที่ 4.2 พฤติกรรมการบริโภคผักสดของผู้บริโภค

รายการ	จำนวน (n=180)	ร้อยละ
ความถี่ในการซื้อผักมาบริโภค (ครั้ง/สัปดาห์)		
- ≤ 2	55	30.6
- 3-4	74	41.1
- > 4	51	28.3
เฉลี่ย	2.0	
การใช้จ่ายเพื่อซื้อผักมาบริโภค (บาท/ครั้ง)		
- < 50	53	29.4
- 50-100	77	42.8
- 101-150	24	13.3
- 151-200	17	9.4
- > 200	9	5.0
เฉลี่ย	101.8	
หลักเกณฑ์ในการเลือกซื้อผัก*		
- สดใหม่	127	70.6
- เน้นผักพื้นบ้านเป็นหลัก	65	36.1
- ผลิตจากแหล่งที่เชื่อถือได้	48	26.7
- ราคาถูก	44	24.4
- มีร่องรอยของหนอน/แมลงกัด เจาะบ้าง	43	23.9
- สวยสะอาด ไม่มีร่องรอยของหนอน/แมลงกัดเจาะ	24	13.3
- มีเครื่องหมายรับรองความปลอดภัยจากสารพิษ	23	12.8
สถานที่ในการเลือกซื้อผักสด*		
- ตลาดสดพลาซ่า	73	40.6
- ตลาดสดคลองเรียน	52	28.9
- เทสโก้ โลตัส	45	25.0
- ตลาดนัดเกษตร มอ.	27	15.0
- คาร์ฟู	26	14.4
- ตลาดนัดเกาะหมี่	24	13.3
- ตลาดกิมหยง	22	12.2

ตารางที่ 4.2 พฤติกรรมการบริโภคผักสดของผู้บริโภค (ต่อ)

รายการ	จำนวน (n=180)	ร้อยละ
สถานที่ในการเลือกซื้อผักสด* (ต่อ)		
- ตลาดนัดขนาดใหญ่ใน	10	5.6
- บิ๊กซี	6	3.3
- ท็อป ซูเปอร์มาร์เก็ต (สาขาเซ็นทรัล)	1	0.6
- อื่นๆ (ตลาดนัดเกาะเสือ, ตลาดสุขภาพ, ร้านค้าย่อย, ตลาดสดทุ่งเสา)	9	5.0
หลักเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกสถานที่ซื้อผักสด		
- อยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน	104	57.8
- สะอาด	23	12.8
- มั่นใจว่าจะได้รับสินค้าที่มีคุณภาพ	22	12.2
- มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย	16	8.9
- ราคาถูกกว่าที่อื่นๆ	15	8.3
แหล่งที่มาของผักพื้นบ้านที่นำมาบริโภค*		
- ตลาดสดปลาซา	66	36.7
- ตลาดสดคลองเรียน	53	29.4
- ปลูกเอง	32	17.8
- ห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ต	25	13.9
- ตลาดนัดเกาะหมี่	20	11.1
- ตลาดนัดเกษตร มอ.	17	9.4
- ตลาดกิมหยง	17	9.4
- ตลาดนัดขนาดใหญ่ใน	10	5.5
- อื่นๆ (ตลาดนัดเกาะเสือ, ตลาดสุขภาพ, ตลาดสดทุ่งเสา)	8	4.4
ห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ต ที่ซื้อผักพื้นบ้าน	(n =25)	
- คาร์ฟู	16	64.0
- โลตัส	7	28.0
- บิ๊กซี	2	8.0

ตารางที่ 4.2 พฤติกรรมการบริโภคผักสดของผู้บริโภค (ต่อ)

รายการ	จำนวน (n=180)	ร้อยละ
ลักษณะในการนำผักมาบริโภค*		
- ต้ม/ผัด/แกง	164	91.1
- รับประทานสด	103	57.2
- ลวก	56	31.1
- ผักดอง	2	1.1

หมายเหตุ * เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

4) สถานที่ในการเลือกซื้อผักสด

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 40.6 ซื้อผักสดที่ตลาดสดปลาซ่า ร้อยละ 28.9 ซื้อที่ตลาดสดคลองเรียน ร้อยละ 25.0 ซื้อที่เทศบาล โฉมส และร้อยละ 15.0, 14.4 และ 13.3 ซื้อที่ตลาดนัดเกษตร มอ., คาร์ฟู และตลาดนัดเกาะหมี่ จากข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อผักสดที่ตลาดสดปลาซ่าเพราะเป็นศูนย์กลางในการจำหน่ายผักที่ใหญ่ที่สุดของหาดใหญ่ มีผักให้เลือกมากมาย และราคาจะถูกกว่าตลาดอื่นๆ เพราะเป็นแหล่งกระจายสินค้าไปยังตลาดต่างๆ ของอำเภอหาดใหญ่ และพื้นที่ใกล้เคียง

5) หลักเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกสถานที่ซื้อผักสด

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 57.8 เลือกสถานที่ซื้อผักสดใกล้บ้าน/ที่ทำงาน ร้อยละ 12.8 เลือกสถานที่ซื้อผักสดที่สะอาด และร้อยละ 12.2 เลือกสถานที่ซื้อผักสดที่มั่นใจว่าจะได้รับสินค้าที่มีคุณภาพ การเลือกซื้อผักสดจากสถานที่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน เป็นเพราะผู้บริโภคจะได้รับความสะดวกในเรื่องของการเดินทาง และประหยัดเวลา

6) แหล่งที่มาของผักพื้นบ้านที่นำมาบริโภค

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 36.7 ซื้อผักพื้นบ้านที่ตลาดสดปลาซ่า ร้อยละ 29.4 ซื้อที่ตลาดสดคลองเรียน ร้อยละ 17.8 ปลูกเอง ร้อยละ 13.9 ซื้อที่ห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ต จากข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อผักพื้นบ้านที่ตลาดสดปลาซ่า เช่นเดียวกับการเลือกซื้อผักสดทั่วไป เพราะเป็นศูนย์กลางในการจำหน่ายผักที่ใหญ่ที่สุดของหาดใหญ่ มีผักให้เลือกมากมาย และได้สินค้าครบถ้วน ในส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อผักพื้นบ้านที่ห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้อยละ 64.0 เลือกซื้อที่คาร์ฟู ร้อยละ 28.0 เลือกซื้อที่โลตัส และร้อยละ 8.0 เลือกซื้อที่บิ๊กซี

7) ลักษณะในการนำผักมาบริโภค

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 91.1 ชื้อผักมาบริโภคในรูปแบบของการต้ม/ผัด/แกง รongลงมาอยู่ในรูปแบบของการรับประทานสด และนำมาเป็นผักลวก คิดเป็นร้อยละ 57.2 และ 31.1 ตามลำดับ ผักสามารถนำมาปรุงอาหารได้หลากหลายชนิด การที่ผู้บริโภคเลือกรูปแบบของการปรุงอาหารจากผักประเภท ต้ม/ผัด/แกง ช่วยเพิ่มรสชาติของอาหารให้นำรับประทานมากยิ่งขึ้น

4.2.2 ชนิดของผักสดที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ

ผลการวิเคราะห์ชนิดของผักสดที่ผู้บริโภคนิยมเลือกซื้อมาประกอบอาหาร ประกอบด้วย ผักบริโภคใบ ผักบริโภคดอก ผักบริโภคฝัก ผักบริโภคผล และผักบริโภคหัว มีรายละเอียดตามตารางที่ 4.3 ดังนี้

1) ผักบริโภคใบที่นิยมซื้อมาประกอบอาหาร

กลุ่มตัวอย่างนิยมซื้อผักบุงจิ้นมาประกอบอาหารมากที่สุดคิดเป็น ร้อยละ 30.0 รองลงมาคือผักคะน้า และผักกาดขาว/ผักกาดขาวปลี คิดเป็นร้อยละ 23.3 และ 21.1 ตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องจากผักบุงจิ้นเป็นผักที่นำมาประกอบอาหารได้ง่าย และหลากหลายประเภท เช่น ลวกจิ้ม น้ำพริก แกงต่างๆ แต่ที่นิยมบริโภค คือ “ผัดผักบุงไฟแดง”

2) ผักบริโภคดอกที่นิยมซื้อมาประกอบอาหาร

กลุ่มตัวอย่างนิยมซื้อเห็ดมาประกอบอาหารมากที่สุดคิดเป็น ร้อยละ 35.6 รองลงมาคือกะหล่ำดอก คิดเป็นร้อยละ 31.1 และบล็อคเคอรี่ คิดเป็นร้อยละ 27.8 จะเห็นได้ว่าเห็ดเป็นผักบริโภคดอกอีกชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคนิยมรับประทาน เพราะสามารถนำมาประกอบอาหารได้หลากหลายประเภท หาซื้อได้ง่าย และมีขายตลอดทั้งปี โดยเฉพาะเห็ดฟาง และนางฟ้า

3) ผักบริโภคฝัก ที่นิยมซื้อมาประกอบอาหาร

กลุ่มตัวอย่างนิยมซื้อถั่วฝักยาวมาประกอบอาหารมากที่สุดคิดเป็น ร้อยละ 52.2 รองลงมาคือถั่วพู คิดเป็นร้อยละ 18.9 และสะตอ คิดเป็นร้อยละ 13.3 โดยถั่วฝักยาวถือเป็นผักเศรษฐกิจอีกชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคนิยมรับประทาน โดยส่วนใหญ่ใช้เป็นเครื่องเคียงรับประทานกับน้ำพริก

4) ผักบริโภคผล ที่นิยมซื้อมาประกอบอาหาร

กลุ่มตัวอย่างนิยมซื้อแตงร้าน/แตงกวามาประกอบอาหารมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 41.1 รองลงมาคือ มะเขือเปราะ คิดเป็นร้อยละ 14.4 และมะเขือเทศ/มะเขือเทศสีดา คิดเป็นร้อยละ 10.0 โดยแตงร้าน/แตงกวาถือเป็นผักเศรษฐกิจอีกชนิดหนึ่งเช่นเดียวกับถั่วฝักยาวที่ผู้บริโภคนิยมรับประทาน โดยส่วนใหญ่ใช้เป็นเครื่องเคียงรับประทานกับน้ำพริก

ตารางที่ 4.3 ชนิดของผักสดที่ผู้บริโภคนิยมซื้อมาประกอบอาหาร

รายการ	จำนวน (n=180)	ร้อยละ
ผักบริโภคใบ ที่นิยมซื้อมาประกอบอาหาร		
- ผักบุ้งจีน	54	30.0
- คะน้า	42	23.3
- ผักกาดขาว/ผักกาดขาวปลี	38	21.1
- กะหล่ำปลี	21	11.7
- กวางตุ้งใบ/กวางตุ้งดอก	16	8.8
- แขนงกะหล่ำ	3	1.6
- ผักกาดหอม	2	1.1
- ผักชี	1	0.6
- กระเพา	1	0.6
- โหระพา	1	0.6
- อื่นๆ (ตำลึง)	1	0.6
ผักบริโภคดอก ที่นิยมซื้อมาประกอบอาหาร		
- เห็ด	64	35.6
- กะหล่ำดอก	56	31.1
- บล๊อคเคอรี่	50	27.8
- ดอกแค	6	3.3
- ดอกขี้เหล็ก	2	1.1
- อื่นๆ (ดอกสะเดา)	2	1.1
ผักบริโภคผัก ที่นิยมซื้อมาประกอบอาหาร		
- ถั้วฝักยาว	94	52.2
- ถั้วพู	34	18.9
- สะตอ	24	13.3
- ข้าวโพดฝักอ่อน	15	8.3
- ถั้วลันเตา	12	6.7
- กระเจี๊ยบฝัก	1	0.6

ตารางที่ 4.3 ชนิดของผักสดที่ผู้บริโภคนิยมซื้อมาประกอบอาหาร (ต่อ)

รายการ	จำนวน (n=180)	ร้อยละ
ผักบริโภคผล ที่นิยมซื้อมาประกอบอาหาร		
- แดงร้าน/แดงกวา	74	41.1
- มะเขือเปราะ	26	14.4
- มะเขือเทศ/มะเขือเทศสีดา	18	10.0
- มะละกอ	15	8.3
- บวบเหลี่ยม	11	6.1
- ฟักทอง	10	5.6
- ฟักเขียว	9	5.0
- มะเขือยาว	7	3.9
- มะระ	7	3.9
- น้ำเต้า	3	1.7
ผักบริโภคหัว ที่นิยมซื้อมาประกอบอาหาร		
- แครอท	75	41.7
- หัวไชเท้า	59	32.8
- หอมใหญ่	26	14.4
- เผือก	11	6.1
- มัน	5	2.8
- มันแกว	4	2.2

5) ผักบริโภคหัว ที่นิยมซื้อมาประกอบอาหาร

กลุ่มตัวอย่างซื้อแครอทมาประกอบอาหารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.7 รองลงมาคือหัวไชเท้า คิดเป็นร้อยละ 32.8 และหอมใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 14.4 สำหรับแครอทเป็นผักที่ผู้บริโภคนิยมซื้อบริโภค เนื่องจากอุดมด้วยเกลือแร่ และวิตามินซี ไนอาซิน โปแทสเซียม แคลเซียมเพคเตท (Calcium Pectate) ซึ่งเป็นสารต้านมะเร็ง และต้านอนุมูลอิสระอยู่มาก ทำให้เลือดดี เสริมภูมิคุ้มกันของร่างกาย สามารถต้านสารมะเร็งหลายชนิด และที่สำคัญแครอทมีเบต้าแคโรทีนสามารถเปลี่ยนเป็นวิตามินเอทันทีที่รับประทานเข้าไป (ดวงจันทร์ เกรียงสุวรรณ, 2546)

4.2.3 วิธีการล้างผักสดของผู้บริโภค

วิธีการล้างผักสดของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ล้างผักด้วยน้ำสะอาด คิดเป็นร้อยละ 72.8 โดยล้างผักเฉลี่ย 2.3 ครั้ง รองลงมาเป็นการแช่ด้วยน้ำส้มสายชูหรือเกลือป่น คิดเป็นร้อยละ 17.8 โดยแช่ไว้นานเฉลี่ย 14.4 นาที และแช่ด้วยน้ำยาล้างผัก คิดเป็นร้อยละ 5.6 โดยแช่ไว้นานเฉลี่ย 15.3 นาที รายละเอียดตามตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 วิธีการล้างผักสดของผู้บริโภค

รายการ	จำนวน (n=180)	ร้อยละ
วิธีการล้างผักก่อนนำผักมาประกอบอาหารหรือรับประทานสด		
- ล้างด้วยน้ำสะอาด	131	72.8
- แช่ด้วยน้ำส้มสายชูหรือเกลือป่น	32	17.8
- แช่ด้วยน้ำยาล้างผัก	10	5.6
- แช่ด้วยด่างทับทิม	5	2.8
- แช่ด้วยน้ำปูนใส	2	1.1
ล้างด้วยน้ำสะอาด (ครั้ง)	(n=131)	
- ≤ 2	91	69.5
- 3-4	37	28.2
- > 4	3	2.3
เฉลี่ย	2.3	
แช่ด้วยน้ำส้มสายชูหรือเกลือป่น (นาที)	(n=32)	
- ≤ 10	17	53.1
- 11-20	10	31.3
- > 20	5	15.6
เฉลี่ย	14.4	
แช่ด้วยน้ำยาล้างผัก (นาที)	(n=10)	
- ≤ 10	4	40.0
- 11-20	4	40.0
- > 20	2	20.0
เฉลี่ย	15.3	

ตารางที่ 4.4 วิธีการล้างผักสดของผู้บริโภค (ต่อ)

รายการ	จำนวน (n=180)	ร้อยละ
แช่ด้วยด่างทับทิม (นาที่)	(n=5)	
- ≤ 10	2	40.0
- 11-20	1	20.0
- > 20	2	40.0
เฉลี่ย		19.0
แช่ด้วยน้ำปูนใส (นาที่)	(n=2)	
- 20	1	50.0
- 30	1	50.0
เฉลี่ย		25.0

4.2.4 การบริโภคผักสด ชนิดผักบริโภคใบที่ผู้บริโภคซื้อเป็นประจำทุกสัปดาห์

การบริโภคผักสด ชนิดผักบริโภคใบที่ผู้บริโภคซื้อเป็นประจำทุกสัปดาห์ 3 ชนิดแรก จากผลการศึกษาข้างต้น ได้แก่ ผักบุ้งจีน ผักคะน้า และผักกาดขาว/ผักกาดขาวปลี ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 74.4 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการบริโภคผักดังกล่าว รายละเอียดตามตารางที่ 4.5

1) ความถี่ในการซื้อผักบริโภคใบ

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 93.3 ซื้อผักบริโภคใบน้อยกว่าหรือเท่ากับ 2 ครั้ง/สัปดาห์ รองลงมาร้อยละ 4.5 ซื้อ 3-4 ครั้ง/สัปดาห์ และร้อยละ 2.2 ซื้อมากกว่า 4 ครั้ง/สัปดาห์ ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างซื้อผักบริโภคใบทั้ง 3 ชนิด คือ ผักบุ้งจีน คะน้า และผักกาดขาว/ผักกาดขาวปลี เฉลี่ย 2 ครั้ง/สัปดาห์

2) ปริมาณในการซื้อผักบริโภคใบ

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 46.3 ซื้อผักบริโภคใบในปริมาณ 0.4-0.6 กก./ครั้ง รองลงมา ร้อยละ 31.3 ซื้อ มากกว่า 0.6 กก./ครั้ง และร้อยละ 22.4 ซื้อน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.3 กก./ครั้ง กลุ่มตัวอย่างซื้อผักบริโภคใบทั้ง 3 ชนิด คือ ผักบุ้งจีน คะน้า และผักกาดขาว/ผักกาดขาวปลี เฉลี่ย 0.6 กก./ครั้ง

3) แหล่งที่ซื้อผักบริโภคใบ

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 65.0 เลือกซื้อผักบริโภคใบที่ตลาดสด รองลงมา ร้อยละ 23.1 เลือกซื้อที่ตลาดนัด และร้อยละ 11.2 เลือกซื้อที่ซูเปอร์มาร์เก็ต

ตารางที่ 4.5 การบริโภคผักสด ชนิดผักบริโภคใบที่ผู้บริโภคซื้อเป็นประจำทุกสัปดาห์

รายการ	จำนวน (n=134)	ร้อยละ
ความถี่ในการซื้อผักบริโภคใบ (ครั้ง/สัปดาห์)		
- ≤ 2	125	93.3
- 3-4	6	4.5
- > 4	3	2.2
เฉลี่ย	2.0	
ปริมาณในการซื้อผักบริโภคใบ (กก./ครั้ง)		
- ≤ 0.3	30	22.4
- 0.4-0.6	62	46.3
- > 0.6	42	31.3
เฉลี่ย	0.6	
แหล่งที่ซื้อผักบริโภคใบ		
- ตลาดสด	87	65.0
- ตลาดนัด	31	23.1
- ซูเปอร์มาร์เก็ต	15	11.2
- อื่นๆ (คอกค้า)	1	0.7
ราคาของผักบริโภคใบ (บาท/กก.)	(n=54)	
ผักนึ่งจิ้ม		
- ≤ 50	17	31.5
- 51-100	8	14.8
- > 100	29	53.7
เฉลี่ย	91.1	
คะน้ำ	(n=42)	
- ≤ 40	16	38.1
- 41-60	24	57.1
- > 60	2	4.8
เฉลี่ย	59.7	

ตารางที่ 4.5 การบริโภคผักสด ชนิดผักบริโภคใบที่ผู้บริโภคซื้อเป็นประจำทุกสัปดาห์ (ต่อ)

รายการ	จำนวน (n=134)	ร้อยละ
ผักกาดขาว/ขาวปลี	(n=38)	
- ≤ 30	13	34.2
- 31-50	18	47.4
- > 50	7	18.4
เฉลี่ย	40.0	
ความเหมาะสมของราคา ผักบริโภคใบ 3 ชนิด		
- ไม่เหมาะสม	72	53.7
- เหมาะสม	62	46.3
ราคาที่เหมาะสมของผักบริโภคใบ 3 ชนิด (บาท/กก.)	(n=40)	
ผักบุ้งจีน		
- ≤ 30	12	30.0
- 31-60	25	62.5
- > 60	3	7.5
เฉลี่ย	58.4	
คะน้า	(n=23)	
- ≤ 30	6	26.0
- 31-50	7	30.5
- > 50	10	34.5
เฉลี่ย	46.5	
ผักกาดขาว/ขาวปลี	(n=9)	
- ≤ 30	2	22.2
- 31-40	6	66.7
- > 40	1	11.1
เฉลี่ย	31.7	
ปัญหาในการบริโภคผักบริโภคใบ 3 ชนิด		
- มี	114	85.1
- ไม่มี	20	14.1

ตารางที่ 4.5 การบริโภคผักสด ชนิดผักบริโภคใบที่ผู้บริโภคซื้อเป็นประจำทุกสัปดาห์ (ต่อ)

รายการ	จำนวน (n=134)	ร้อยละ
สภาพปัญหาในการบริโภคผักบริโภคใบ	(n=114)	
- ไม่สด	54	47.4
- มีสารเคมีตกค้าง	26	22.8
- มีรอยกัดทำลายของหนอน	20	17.5
- ขนาดต้นใหญ่เกินไป	5	4.4
- ขนาดต้นเล็กเกินไป	5	4.4
- อื่นๆ (เน่าเสีย, แก่เกินไป)	4	3.5

4) ราคาของผักบริโภคใบ

4.1) ผักบุ้งจีน

กลุ่มตัวอย่างซื้อผักบุ้งจีนโดยมีราคามากกว่า 100 บาท/กก. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.7 รองลงมาคือน้อยกว่าหรือเท่ากับ 50 บาท/กก. คิดเป็นร้อยละ 31.5 และ 51-100 บาท/กก. คิดเป็นร้อยละ 14.8 ซึ่งราคาเฉลี่ยของผักบุ้งจีนเท่ากับ 91.1 บาท/กก. สาเหตุที่ผักบุ้งจีนมีราคาสูงส่วนหนึ่งมาจากในช่วงการเก็บข้อมูลระหว่างเดือน ธ.ค. 2553-มกราคม 2554 แหล่งผลิตทางภาคกลาง และทางภาคใต้ประสบกับปัญหาอุทกภัย ทำให้พื้นที่เพาะปลูกบางส่วนเสียหาย อีกทั้งยังตรงกับเทศกาลตรุษจีน ซึ่งผู้บริโภคมีความต้องการเพิ่มขึ้นมากกว่าปกติ เลยส่งผลให้ราคาของผักบุ้งจีนสูงขึ้น

4.2) ผักคะน้า

กลุ่มตัวอย่างซื้อผักคะน้าโดยมีราคา 41-60 บาท/กก. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.1 รองลงมาคือน้อยกว่าหรือเท่ากับ 40 บาท/กก. คิดเป็นร้อยละ 38.1 และราคามากกว่า 60 บาท/กก. คิดเป็นร้อยละ 4.8 ซึ่งราคาเฉลี่ยของผักคะน้าเท่ากับ 59.7 บาท/กก.

4.3) ผักกาดขาว/ผักกาดขาวปลี

กลุ่มตัวอย่างซื้อผักกาดขาว/ผักกาดขาวปลีโดยมีราคา 31- 50 บาท/กก. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.4 รองลงมาคือน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 บาท/กก. คิดเป็นร้อยละ 34.2 และมากกว่า 50 บาท/กก. คิดเป็นร้อยละ 18.4 ซึ่งราคาเฉลี่ยของผักกาดขาว/ผักกาดขาวปลี เท่ากับ 40.0 บาท/กก.

5) ความเหมาะสมของราคาผักบริโภคใบ

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 53.7 เห็นว่าราคาของผักบริโภคใบทั้ง 3 ชนิด คือ ผักบุ้งจีน ผักคะน้า และผักผักกาดขาว/ผักกาดขาวปลี เป็นราคาที่ไม่เหมาะสม ส่วนอีกร้อยละ 46.3 เห็นว่าเป็นราคาที่เหมาะสมแล้ว

6) ราคาที่เหมาะสมของผักบริโภคใบผัก

6.1) ผักบุ้งจีน

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 62.5 เห็นว่าราคาเหมาะสมควรจะอยู่ในช่วง 31-60 บาท/กก. รองลงมาร้อยละ 30.0 เห็นว่าควรอยู่ในช่วงน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 บาท/กก. และร้อยละ 7.5 เห็นว่าควรมีราคามากกว่า 60 บาท/กก. ซึ่งราคาเฉลี่ยที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเหมาะสมเท่ากับ 58.4 บาท/กก.

6.2) ผักคะน้า

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 34.5 เห็นว่าราคาที่เหมาะสมควรจะอยู่ในช่วงมากกว่า 50 บาท/กก. รองลงมาร้อยละ 30.5 เห็นว่าควรอยู่ในช่วง 31-50 บาท/กก. และร้อยละ 26.0 เห็นว่าราคาควรน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 บาท/กก. ซึ่งราคาเฉลี่ยที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเหมาะสมเท่ากับ 46.5 บาท/กก.

6.3) ผักกาดขาว/ผักกาดขาวปลี

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 66.7 เห็นว่าราคาเหมาะสมควรจะอยู่ในช่วง 31-40 บาท/กก. รองลงมาร้อยละ 22.2 เห็นว่าควรอยู่ในช่วงน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 บาท/กก. และร้อยละ 11.1 เห็นว่าราคาควรมากกว่า 40 บาท/กก. ซึ่งราคาเฉลี่ยที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเหมาะสมเท่ากับ 31.7 บาท/กก.

7) ปัญหาในการบริโภคผักใบ

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 85.1 มีปัญหาในการเลือกซื้อผักบริโภคใบ อีกร้อยละ 14.1 ไม่มีปัญหาในการเลือกซื้อ ซึ่งปัญหาส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่าง คือ ผักไม่สด คิดเป็นร้อยละ 47.4 รองลงมาคือ มีสารเคมีตกค้าง และมีรอยกัดทำลายของหนอนแมลง คิดเป็นร้อยละ 22.8 และ 17.5 ตามลำดับ การที่ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างบางส่วนยังคงยึดติดกับการเลือกซื้อผักที่ไม่มีรอยกัดทำลายของหนอนแมลง อาจเป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ทำให้เกษตรกรยังคงต้องใช้สารเคมีเพื่อกำจัดแมลงศัตรูพืชที่มาทำลายพืชผลทางการเกษตร

4.2.5 การบริโภคผักสด ชนิดผักบริโภคดอกที่ผู้บริโภคซื้อเป็นประจำทุกสัปดาห์

การบริโภคผักสด ชนิดผักบริโภคดอกที่ผู้บริโภคซื้อเป็นประจำทุกสัปดาห์ 3 ชนิดแรกจากผลการศึกษาข้างต้น ได้แก่ เห็ด กะหล่ำดอก และบร็อกเคอรี่ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 94.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีพฤติกรรมการบริโภคผักดังกล่าวรายละเอียดตามตารางที่ 4.6

1) ความถี่ในการซื้อผักบริโภคดอก

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 88.8 ซื้อผักบริโภคดอกน้อยกว่าหรือเท่ากับ 2 ครั้ง/สัปดาห์ รองลงมาร้อยละ 10.0 ซื้อ 3-4 ครั้ง/สัปดาห์ และ ร้อยละ 1.2 ซื้อมากกว่า 4 ครั้ง/สัปดาห์ ผู้บริโภค กลุ่มตัวอย่างซื้อผักบริโภคดอกทั้ง 3 ชนิด คือ เห็ด กะหล่ำดอก และบล็อคเคอรี่ เฉลี่ย 1.6 ครั้ง/สัปดาห์

2) ปริมาณในการซื้อผักบริโภคดอก

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 52.4 ซื้อในปริมาณ 0.5-0.7 กก./ครั้ง รองลงมาร้อยละ 31.7 ซื้อมากกว่า 0.7 กก./ครั้ง และร้อยละ 15.9 ซื้อน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.4 กก./ครั้ง ผู้บริโภค กลุ่มตัวอย่างซื้อผักบริโภคดอกทั้ง 3 ชนิด คือ เห็ด กะหล่ำดอก และบล็อคเคอรี่ เฉลี่ย 0.7 กก./ครั้ง

3) แหล่งที่ซื้อผักบริโภคดอก

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 59.4 เลือกซื้อที่ตลาดสด รองลงมาร้อยละ 21.8 เลือกซื้อที่ ตลาดนัด และร้อยละ 18.2 เลือกซื้อที่ซูเปอร์มาร์เก็ต

4) ราคาของผักบริโภคดอก

4.1) เห็ด

กลุ่มตัวอย่างซื้อเห็ดโดยมีราคา 51-80 บาท/กก. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.6 รองลงมาคือน้อยกว่าหรือเท่ากับ 50 บาท/กก. คิดเป็นร้อยละ 15.6 และมากกว่า 80 บาท/กก. คิดเป็นร้อยละ 7.8 ซึ่งราคาเฉลี่ยของเห็ดเท่ากับ 71.7 บาท/กก.

4.2) กะหล่ำดอก

กลุ่มตัวอย่างซื้อกะหล่ำดอกโดยมีราคา 51-80 บาท/กก. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมาคือน้อยกว่าหรือเท่ากับ 50 บาท/กก. คิดเป็นร้อยละ 33.9 และมากกว่า 80 บาท/กก. คิดเป็นร้อยละ 3.6 ซึ่งราคาเฉลี่ยของกะหล่ำดอกเท่ากับ 60.0 บาท/กก.

4.3) บล็อคเคอรี่

กลุ่มตัวอย่างซื้อบล็อคเคอรี่โดยมีราคา 51-80 บาท/กก. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.0 รองลงมาคือน้อยกว่าหรือเท่ากับ 50 บาท/กก. คิดเป็นร้อยละ 24.0 และมากกว่า 80 บาท/กก. คิดเป็นร้อยละ 12.0 ซึ่งราคาเฉลี่ยของบล็อคเคอรี่เท่ากับ 66.5 บาท/กก.

5) ความเหมาะสมของราคาผักบริโภคดอก

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 56.4 เห็นว่าราคาของผักบริโภคดอกทั้ง 3 ชนิด คือ เห็ด กะหล่ำดอก และบล็อคเคอรี่ เป็นราคาที่ไม่เหมาะสม ส่วนอีกร้อยละ 43.6 เห็นว่าเป็นราคาที่ เหมาะสมแล้ว

ตารางที่ 4.6 การบริโภคผักสด ชนิดผักบริโภคดอกที่ผู้บริโภคซื้อเป็นประจำทุกสัปดาห์

รายการ	จำนวน (n=170)	ร้อยละ
ความถี่ในการซื้อผักบริโภค (ครั้ง/สัปดาห์)		
- ≤ 2	151	88.8
- 3-4	17	10.0
- > 4	2	1.2
เฉลี่ย	1.6	
ปริมาณในการซื้อผักบริโภค (กก./ครั้ง)		
- ≤ 0.4	27	15.9
- 0.5-0.7	89	52.4
- > 0.7	54	31.7
เฉลี่ย	0.7	
แหล่งที่ซื้อผักบริโภคดอก		
- ตลาดสด	101	59.4
- ตลาดนัด	37	21.8
- ซูเปอร์มาร์เก็ต	31	18.2
- อื่นๆ (ดอยคำ)	1	0.6
ราคาของผักบริโภคดอก 3 ชนิด (บาท/กก.)	(n=64)	
เห็น		
- ≤ 50	10	15.6
- 51-80	49	76.6
- > 80	5	7.8
เฉลี่ย	71.7	
กะหล่ำดอก	(n=56)	
- ≤ 50	19	33.9
- 51-80	35	62.5
- > 80	2	3.6
เฉลี่ย	60.0	

ตารางที่ 4.6 การบริโภคผักสด ชนิดผักบริโภคดอกที่ผู้บริโภคซื้อเป็นประจำทุกสัปดาห์ (ต่อ)

รายการ	จำนวน (n=170)	ร้อยละ
บล็อกเคอร์รี่	(n=50)	
- ≤ 50	12	24.0
- 51-80	32	64.0
- > 80	6	12.0
เฉลี่ย	66.5	
ความเหมาะสมของราคาผักบริโภคดอก 3 ชนิด		
- ไม่เหมาะสม	96	56.4
- เหมาะสม	74	43.6
ราคาที่เหมาะสมผักของบริโภคดอก 3 ชนิด (บาท/กก.)	(n=42)	
เห็น		
- ≤ 30	10	23.8
- 31-50	20	47.6
- > 50	12	28.6
เฉลี่ย	46.5	
กะหล่ำดอก	(n=30)	
- ≤ 30	8	26.7
- 31-50	13	43.3
- > 50	9	30.0
เฉลี่ย	45.3	
บล็อกเคอร์รี่	(n=24)	
- ≤ 30	2	8.3
- 31-50	14	58.3
- > 50	8	33.4
เฉลี่ย	49.6	
ปัญหาในการบริโภคบริโภคดอก 3 ชนิด		
- มี	149	87.6
- ไม่มี	21	12.4

ตารางที่ 4.6 การบริโภคผักสด ชนิดผักบริโภคดอกที่ผู้บริโภคซื้อเป็นประจำทุกสัปดาห์ (ต่อ)

รายการ	จำนวน (n=170)	ร้อยละ
สภาพปัญหาในการบริโภคผักบริโภคดอก	(n=149)	
- มีสารเคมีตกค้าง	63	42.3
- มีรอยกัดทำลายของหนอน	28	18.8
- ขนาดดอกเล็กเกินไป	20	13.4
- ไม่สด	15	10.1
- ขนาดดอกใหญ่เกินไป	12	8.1
- สีน้ำมีน้อยขาดตลาด	7	4.7
- อื่นๆ (เน่าเสีย, แก่เกินไป)	4	2.6

6) ราคาที่เหมาะสมของผักบริโภคดอก

6.1) เห็ด

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 47.6 เห็นว่าราคาที่เหมาะสมควรอยู่ในช่วง 31-50 บาท/กก. รองลงมาร้อยละ 28.6 เห็นว่าควรอยู่ในช่วง มากกว่า 50 บาท/กก. และร้อยละ 23.8 เห็นว่าควรอยู่ในช่วงน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 บาท/กก. ซึ่งราคาเฉลี่ยที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเหมาะสมเท่ากับ 46.5 บาท/กก.

6.2) กะหล่ำดอก

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 43.3 เห็นว่าราคาที่เหมาะสมควรอยู่ในช่วง 31-50 บาท/กก. รองลงมาร้อยละ 30.0 เห็นว่าควรอยู่ในช่วงมากกว่า 50 บาท/กก. และร้อยละ 26.7 เห็นว่าควรอยู่ในช่วงน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 บาท/กก. ซึ่งราคาเฉลี่ยที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเหมาะสมเท่ากับ 45.3 บาท/กก.

6.3) บล๊อคเคอรี่

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 58.3 เห็นว่าราคาที่เหมาะสมควรอยู่ในช่วง 31-50 บาท/กก. รองลงมาร้อยละ 33.4 เห็นว่าควรอยู่ในช่วงมากกว่า 50 บาท/กก. และร้อยละ 8.3 เห็นว่าควรอยู่ในช่วงน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 บาท/กก. ซึ่งราคาเฉลี่ยที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเหมาะสมเท่ากับ 49.6 บาท/กก.

7) ปัญหาในการบริโภคผักบริโภคดอก

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 87.6 มีปัญหาในการเลือกซื้อผักบริโภคดอก อีกร้อยละ 12.4 ไม่มีปัญหาในการเลือกซื้อ ซึ่งปัญหาส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่าง คือ มีสารเคมีตกค้าง คิดเป็น

ร้อยละ 42.3 รองลงมาคือมีรอยกัดทำลายของหนอนแมลง และขนาดดอกเล็กเกินไป คิดเป็นร้อยละ 18.8 และ 13.4 ตามลำดับ

4.2.6 การบริโภคผักสด ชนิดผักบริโภคที่ผู้บริโภคซื้อเป็นประจำทุกสัปดาห์

การบริโภคผักสด ชนิดผักบริโภคที่ผู้บริโภคซื้อเป็นประจำทุกสัปดาห์ 3 ชนิดแรก จากผลการศึกษาข้างต้น ได้แก่ ถั้วผักยาว ถั้วพู และสะตอ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 84.4 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีพฤติกรรมการบริโภคผักดังกล่าวรายละเอียดตามตารางที่ 4.7

1) ความถี่ในการซื้อผักบริโภค

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 90.8 ซื้อผักบริโภคน้อยกว่าหรือเท่ากับ 2 ครั้ง/สัปดาห์ รองลงมาร้อยละ 5.3 ซื้อ 3-4 ครั้ง/สัปดาห์ และ ร้อยละ 3.9 ซื้อมากกว่า 4 ครั้ง/สัปดาห์ ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างซื้อผักบริโภคทั้ง 3 ชนิด คือ ถั้วผักยาว ถั้วพู และสะตอ เฉลี่ย 1.8 ครั้ง/สัปดาห์

2) ปริมาณในการซื้อผักบริโภค

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 49.3 ซื้อในปริมาณ 0.4-0.6 กก./ครั้ง รองลงมาร้อยละ 30.9 ซื้อน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.3 กก./ครั้ง และร้อยละ 19.7 ซื้อมากกว่า 0.6 กก./ครั้ง โดยเฉลี่ยผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างซื้อผักบริโภค ทั้ง 3 ชนิด คือ ถั้วผักยาว ถั้วพู และสะตอ 0.5 กก./ครั้ง

3) แหล่งที่ซื้อผักบริโภค

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 68.4 เลือกซื้อที่ตลาดสด รองลงมาร้อยละ 23.0 เลือกซื้อที่ตลาดนัด และร้อยละ 8.6 เลือกซื้อที่ซูเปอร์มาร์เก็ต

4) ราคาของผักบริโภค

4.1) ถั้วผักยาว

กลุ่มตัวอย่างซื้อถั้วผักยาวราคา 31-50 บาท/กก. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.0 รองลงมาคือน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 บาท/กก. คิดเป็นร้อยละ 27.7 และมากกว่า 50 บาท/กก. คิดเป็นร้อยละ 5.3 ซึ่งราคาเฉลี่ยของถั้วผักยาวเท่ากับ 38.6 บาท/กก.

4.2) ถั้วพู

กลุ่มตัวอย่างซื้อถั้วพูราคามากกว่า 50 บาท/กก. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 79.4 รองลงมาคือ 31-50 บาท/กก. คิดเป็นร้อยละ 11.8 และน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 บาท/กก. คิดเป็นร้อยละ 8.8 ซึ่งราคาเฉลี่ยของถั้วพูเท่ากับ 64.7 บาท/กก.

4.3) สะตอ

กลุ่มตัวอย่างซื้อสะตอราคามากกว่า 100 บาท/กก. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมาคือ 51-100 บาท/กก. คิดเป็นร้อยละ 25.0 และน้อยกว่าหรือเท่ากับ 50 บาท/กก. คิดเป็นร้อยละ 12.5 ซึ่งราคาเฉลี่ยของสะตอเท่ากับ 146.7 บาท/กก.

ตารางที่ 4.7 การบริโภคผักสด ชนิดผักบริโภคที่ผู้บริโภคซื้อเป็นประจำทุกสัปดาห์

รายการ	จำนวน (n=152)	ร้อยละ
ความถี่ในการซื้อผักบริโภค (ครั้ง/สัปดาห์)		
- ≤ 2	138	90.8
- 3-4	8	5.3
- > 4	6	3.9
เฉลี่ย	1.8	
ปริมาณในการซื้อผักบริโภค (กก./ครั้ง)		
- ≤ 0.3	47	30.9
- 0.4-0.6	75	49.3
- > 0.6	30	19.7
เฉลี่ย	0.5	
แหล่งที่ซื้อผักสดผักบริโภค 3 ชนิด		
- ตลาดสด	104	68.4
- ตลาดนัด	35	23.0
- ซูเปอร์มาร์เก็ต	13	8.6
ราคาของผักบริโภค 3 ชนิด (บาท/กก.)	(n=94)	
ถั่วฝักยาว		
- ≤ 30	26	27.7
- 31-50	63	67.0
- > 50	5	5.3
เฉลี่ย	38.6	
ถั่วพู	(n=34)	
- ≤ 30	3	8.8
- 31-50	4	11.8
- > 50	27	79.4
เฉลี่ย	64.7	

ตารางที่ 4.7 การบริโภคผักสด ชนิดผักบริโภคที่ผู้บริโภคซื้อเป็นประจำทุกสัปดาห์ (ต่อ)

รายการ	จำนวน (n=152)	ร้อยละ
สะดวก	(n=24)	
- ≤ 50	3	12.5
- 51-100	6	25.0
- > 100	15	62.5
เฉลี่ย	146.7	
ความเหมาะสมของราคาผักบริโภค 3 ชนิด		
- เหมาะสม	84	55.3
- ไม่เหมาะสม	68	44.7
ราคาที่เหมาะสมของผักบริโภค 3 ชนิด (บาท/กก.)	(n=38)	
ถั่วฝักยาว		
- ≤ 20	20	52.6
- 21-30	11	28.9
- > 30	7	18.4
เฉลี่ย	24.2	
ถั่วพู	(n=19)	
- ≤ 20	6	31.6
- 21-30	10	52.6
- > 30	3	15.8
เฉลี่ย	46.6	
สะดวก	(n=11)	
- ≤ 50	3	27.3
- 51-100	4	36.4
- > 100	4	36.4
เฉลี่ย	112.7	

ตารางที่ 4.7 การบริโภคผักสด ชนิดผักบริโภคที่ผู้บริโภคซื้อเป็นประจำทุกสัปดาห์(ต่อ)

รายการ	จำนวน (n=152)	ร้อยละ
ปัญหาในการบริโภคผักบริโภค 3 ชนิด		
- มี	128	84.2
- ไม่มี	24	15.8
สภาพปัญหาในการบริโภคผักบริโภค	(n=128)	
- มีสารเคมีตกค้าง	75	58.6
- ขนาดผักใหญ่เกินไป	17	13.3
- ไม่สด	14	10.9
- มีรอยกัดทำลายของหนอน	10	7.8
- สีน้ค้ำมีน้อยขาดตลาด	8	6.3
- ขนาดผักเล็กเกินไป	4	3.1

5) ความเหมาะสมของราคาผักบริโภค

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 55.3 เห็นว่าราคาของผักบริโภคทั้ง 3 ชนิด คือ ถั่วฝักยาว ถั่วพู และสะตอเป็นราคาที่เหมาะสมแล้ว ส่วนอีกร้อยละ 44.7 เห็นว่าเป็นราคาที่ไม่เหมาะสม

6) ราคาที่เหมาะสมของผักบริโภค

6.1) ถั่วฝักยาว

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 52.6 เห็นว่าราคาที่เหมาะสมควรน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 บาท/กก. รองลงมาร้อยละ 28.9 เห็นว่าควรอยู่ในช่วง 21-30 บาท/กก. และร้อยละ 18.4 เห็นว่าควรอยู่ในช่วงมากกว่า 30 บาท/กก. ซึ่งราคาเฉลี่ยที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเหมาะสมเท่ากับ 24.2 บาท/กก.

6.2) ถั่วพู

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 52.6 เห็นว่าราคาที่เหมาะสมควรอยู่ในช่วง 21-30 บาท/กก. รองลงมาร้อยละ 31.6 เห็นว่าควรอยู่ในช่วงน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 บาท/กก. และร้อยละ 15.8 เห็นว่าควรอยู่ในช่วงมากกว่า 30 บาท/กก. ซึ่งราคาเฉลี่ยที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเหมาะสมเท่ากับ 46.6 บาท/กก.

6.3) สะตอ

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 36.4 เห็นว่าราคาที่เหมาะสมควรอยู่ในช่วง 51-100 และมากกว่า 100 บาท/กก. ในสัดส่วนเท่ากัน รองลงมาร้อยละ 27.3 เห็นว่าควรอยู่ในช่วงน้อยกว่าหรือเท่ากับ 50 บาท/กก. ซึ่งราคาเฉลี่ยที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเหมาะสมเท่ากับ 112.7 บาท/กก.

7) ปัญหาในการบริโภคผักบริโภคผัก

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 84.2 มีปัญหาในการเลือกซื้อผักบริโภคผัก อีกร้อยละ 15.8 ไม่มีปัญหาในการเลือกซื้อ ปัญหาส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่าง คือ มีสารเคมีตกค้าง คิดเป็นร้อยละ 58.6 รองลงมาคือขนาดผักใหญ่เกินไป และไม่สด คิดเป็นร้อยละ 13.3 และ 10.9 ตามลำดับ

4.2.7 การบริโภคผักสด ชนิดผักบริโภคผลที่ผู้บริโภคซื้อเป็นประจำทุกสัปดาห์

การบริโภคผักสด ชนิดผักบริโภคผลที่ผู้บริโภคซื้อเป็นประจำทุกสัปดาห์ 3 ชนิดแรกจากผลการศึกษารายงาน ได้แก่ คือ แดงร้าน/แดงกวา มะเขือเปราะ และมะเขือเทศ/มะเขือเทศสีดา ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 65.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีพฤติกรรมการบริโภคผักดังกล่าวรายละเอียดตามตารางที่ 4.8

1) ความถี่ในการซื้อผักบริโภคผล

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 89.0 ซื้อผักบริโภคผลน้อยกว่าหรือเท่ากับ 2 ครั้ง/สัปดาห์ รองลงมาร้อยละ 6.8 ซื้อมากกว่า 4 ครั้ง/สัปดาห์ และร้อยละ 4.2 ซื้อ 3-4 ครั้ง/สัปดาห์ ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างซื้อผักบริโภคผลทั้ง 3 ชนิด คือ แดงร้าน/แดงกวา มะเขือเปราะ และมะเขือเทศ/มะเขือเทศสีดา เฉลี่ย 2.0 ครั้ง/สัปดาห์

2) ปริมาณในการซื้อผักบริโภคผล

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 46.6 ซื้อในปริมาณมากกว่า 0.6 กก./ครั้ง รองลงมาร้อยละ 41.5 ซื้อเท่ากับ 0.4-0.6 กก./ครั้ง และร้อยละ 11.9 ซื้อน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.3 กก./ครั้ง โดยเฉลี่ยผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างซื้อผักบริโภคผลทั้ง 3 ชนิด คือ แดงร้าน/แดงกวา มะเขือเปราะ และมะเขือเทศ/มะเขือเทศสีดา 0.7 กก./ครั้ง

ตารางที่ 4.8 การบริโภคผักสด ชนิดผักบริโภคผลที่ผู้บริโภคซื้อเป็นประจำทุกสัปดาห์

รายการ	จำนวน (n=118)	ร้อยละ
ความถี่ในการซื้อผักบริโภค (ครั้ง/สัปดาห์)		
- ≤ 2	105	89.0
- 3-4	5	4.2
- > 4	8	6.8
เฉลี่ย	2.0	
ปริมาณในการซื้อผักบริโภคผล (กก./ครั้ง)		
- ≤ 0.3	14	11.9
- 0.4-0.6	49	41.5
- > 0.6	55	46.6
เฉลี่ย	0.7	

ตารางที่ 4.8 การบริโภคผักสด ชนิดผักบริโภคผลที่ผู้บริโภคซื้อเป็นประจำทุกสัปดาห์ (ต่อ)

รายการ	จำนวน (n=118)	ร้อยละ
แหล่งที่ซื้อผักบริโภคผล		
- ตลาดสด	72	61.0
- ตลาดนัด	29	24.6
- ซูเปอร์มาร์เก็ต	16	13.6
- อื่นๆ (คอกำ)	1	0.8
ราคาของผักบริโภคผล 3 ชนิด (บาท/กก.)	(n=74)	
แจ๊		
แตงร้าน/แตงกวา		
- ≤ 20	20	27.0
- 21-30	47	63.5
- > 30	7	9.5
	27.1	
มะเขือเปาะ	(n=26)	
- ≤ 20	5	19.3
- 21-30	18	69.2
- > 30	3	11.5
	25.7	
มะเขือเทศ/มะเขือเทศสีดา	(n=18)	
- ≤ 20	7	38.9
- 21-30	8	44.4
- > 30	3	16.7
	29.7	
ความเหมาะสมของราคาผักบริโภคผล 3 ชนิด		
- เหมาะสม	93	78.8
- ไม่เหมาะสม	25	21.2

ตารางที่ 4.8 การบริโภคน้ำผักสด ชนิดผักบริโภคผลที่ผู้บริโภคซื้อเป็นประจำทุกสัปดาห์ (ต่อ)

รายการ	จำนวน (n=118)	ร้อยละ
ราคาที่เหมาะสมของผักบริโภคผล 3 ชนิด (บาท/กก.)	(n=20)	
แต่งร้าน/แต่งกวา		
- ≤ 15	6	30.0
- 15-20	12	60.0
- > 20	2	10.0
เฉลี่ย	18.7	
มะเขือเปาะ	(n=2)	
- 18	1	50.0
- 20	1	50.0
เฉลี่ย	19.0	
มะเขือเทศ/มะเขือเทศสีดา	(n=3)	
- 15	1	33.3
- 30	1	33.3
- 50	1	33.3
เฉลี่ย	31.7	
ปัญหาในการบริโภคผักบริโภคผล 3 ชนิด		
- มี	99	83.9
- ไม่มี	19	16.1
สภาพปัญหาในการบริโภคผักบริโภคผล	(n=99)	
- มีสารเคมีตกค้าง	48	48.5
- ขนาดผลเล็กเกินไป	32	32.3
- มีรอยกัดทำลายของหนอน	14	14.1
- ขนาดผลใหญ่เกินไป	2	2.0
- ไม่สด	1	1.0
- อื่นๆ (เน่าเสีย)	2	2.0

3) แหล่งที่ซื้อผักบริโภคผล

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 61.0 เลือกซื้อที่ตลาดสด รองลงมาร้อยละ 24.6 เลือกซื้อที่ตลาดนัด และร้อยละ 13.6 เลือกซื้อที่ซูเปอร์มาร์เก็ต

4) ราคาของผักบริโภคผล

4.1) แดงร้าน/แดงกวา

กลุ่มตัวอย่างซื้อแดงร้าน/แดงกวาโดยมีราคา 21-30 บาท/กก. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.5 รองลงมาคือน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 บาท/กก. คิดเป็นร้อยละ 27.0 และมากกว่า 30 บาท/กก. คิดเป็นร้อยละ 9.5 ซึ่งราคาเฉลี่ยของแดงร้าน/แดงกวาเท่ากับ 27.1 บาท/กก.

4.2) มะเขือเปราะ

กลุ่มตัวอย่างซื้อมะเขือเปราะโดยมีราคา 21-30 บาท/กก. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.2 รองลงมาคือน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 บาท/กก. คิดเป็นร้อยละ 19.3 และมากกว่า 30 บาท/กก. คิดเป็นร้อยละ 11.5 ซึ่งราคาเฉลี่ยของมะเขือเปราะเท่ากับ 25.7 บาท/กก.

4.3) มะเขือเทศ/มะเขือเทศสีดา

กลุ่มตัวอย่างซื้อมะเขือเทศ/มะเขือเทศสีดาโดยมีราคา 21-30 บาท/กก. คิดเป็นร้อยละ 44.4 รองลงมาคือน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 บาท/กก. คิดเป็นร้อยละ 38.9 และมากกว่า 30 บาท/กก. คิดเป็นร้อยละ 16.7 ซึ่งราคาเฉลี่ยของมะเขือเทศ/มะเขือเทศสีดาเท่ากับ 29.7 บาท/กก.

5) ความเหมาะสมของราคาผักบริโภคผล

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 78.8 เห็นว่าราคาของผักบริโภคผลทั้ง 3 ชนิด คือ แดงร้าน/แดงกวา มะเขือเปราะ และมะเขือเทศ/มะเขือเทศสีดาเป็นราคาที่เหมาะสมแล้ว ร้อยละ 21.2 เห็นว่าเป็นราคาที่ไม่เหมาะสม

6) ราคาที่เหมาะสมของผักบริโภคผล

6.1) แดงร้าน/แดงกวา

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 60.0 เห็นว่าราคาที่เหมาะสมควรอยู่ในช่วง 15-20 บาท/กก. รองลงมาร้อยละ 30.0 เห็นว่าควรเท่านั้นน้อยกว่าหรือเท่ากับ 15 บาท/กก. และร้อยละ 10.0 เห็นว่าควรอยู่ในช่วงมากกว่า 20 บาท/กก. ซึ่งราคาเฉลี่ยที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเหมาะสมเท่ากับ 18.7 บาท/กก.

6.2) มะเขือเปราะ

กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าราคาที่เหมาะสมควรเท่ากับ 18 บาท/กก. และ 20 บาท/กก. ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50 ซึ่งราคาเฉลี่ยที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเหมาะสมเท่ากับ 19 บาท/กก.

6.3) มะเขือเทศ/มะเขือเทศสีดา

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 33.3 เห็นว่าราคาที่เหมาะสมควรจะเท่ากับ 15, 30 และ 50 บาท/กก. ซึ่งราคาเฉลี่ยที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเหมาะสมเท่ากับ 31.7 บาท/กก.

7) ปัญหาในการบริโภคผักบริโภคผล ชนิดที่ซื้อเป็นประจำทุกสัปดาห์

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 83.9 มีปัญหาในการเลือกซื้อผักบริโภคผล ร้อยละ 16.1 ไม่มีปัญหาในการเลือกซื้อ ซึ่งปัญหาส่วนใหญ่ คือ มีสารเคมีตกค้าง คิดเป็นร้อยละ 48.5 รองลงมา คือขนาดผลเล็กเกินไป และมีรอยกัด ทำลายของหนอน คิดเป็นร้อยละ 32.3 และ 14.1 ตามลำดับ

4.2.8 การบริโภคผักสด ชนิดผักบริโภคหัวที่ผู้บริโภคซื้อเป็นประจำทุกสัปดาห์

การบริโภคผักสด ชนิดผักบริโภคหัวที่ผู้บริโภคซื้อเป็นประจำทุกสัปดาห์ 3 ชนิดแรก จากผลการศึกษาข้างต้น ได้แก่ แครอท หัวไชเท้า และหอมใหญ่ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 88.9 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีพฤติกรรมการบริโภคผักดังกล่าวรายละเอียดตามตารางที่ 4.9

1) ความถี่ในการซื้อผักบริโภคหัว

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 95.6 ซื้อผักบริโภคหัวน้อยกว่าหรือเท่ากับ 2 ครั้ง/สัปดาห์ รองลงมาร้อยละ 3.1 ซื้อมากกว่า 4 ครั้ง/สัปดาห์ และร้อยละ 1.3 ซื้อ 3-4 ครั้ง/สัปดาห์ ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างซื้อผักบริโภคหัว 3 ชนิด คือ แครอท หัวไชเท้า และหอมใหญ่ เฉลี่ย 1.5 ครั้ง/สัปดาห์

2) ปริมาณในการซื้อผักบริโภคหัว

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 51.9 ซื้อในปริมาณ 0.4-0.6 กก./ครั้ง รองลงมาร้อยละ 38.1 ซื้อมากกว่า 0.6 กก./ครั้ง และร้อยละ 10.0 ซื้อน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.3 กก./ครั้ง โดยเฉลี่ยผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างซื้อผักบริโภคหัวทั้ง 3 ชนิด คือ แครอท หัวไชเท้า และหอมใหญ่ 0.6 กก./ครั้ง

3) แหล่งที่ซื้อผักบริโภคหัว

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 57.5 เลือกซื้อที่ตลาดสด รองลงมาร้อยละ 23.1 เลือกซื้อที่ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้อยละ 18.8 เลือกซื้อที่ตลาดนัด

4) ราคาของผักบริโภคหัว

4.1) แครอท

กลุ่มตัวอย่างซื้อแครอทราคา 21-30 บาท/กก. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.7 รองลงมาคือน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 บาท/กก. คิดเป็นร้อยละ 36.0 และมากกว่า 30 บาท/กก. คิดเป็นร้อยละ 25.3 ซึ่งราคาเฉลี่ยของแครอทเท่ากับ 28.9 บาท/กก.

4.2) หัวไชเท้า

กลุ่มตัวอย่างซื้อหัวไชเท้าราคา 21-30 บาท/กก. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.2 รองลงมาคือน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 บาท/กก. คิดเป็นร้อยละ 35.6 และมากกว่า 30 บาท/กก. คิดเป็นร้อยละ 15.3 ซึ่งราคาเฉลี่ยของหัวไชเท้าเท่ากับ 27.0 บาท/กก.

4.3) หอมใหญ่

กลุ่มตัวอย่างซื้อหอมใหญ่ราคา 31-40 บาท/กก. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.8 รองลงมาคือน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 บาท/กก. และมากกว่า 40 บาท/กก. ในสัดส่วนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 23.1 ซึ่งราคาเฉลี่ยของหอมใหญ่เท่ากับ 35.4 บาท/กก.

5) ความเหมาะสมของราคาผักบริโภคหัว

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 85.6 เห็นว่าราคาของผักบริโภคหัวทั้ง 3 ชนิด คือ แครอท หัวไชเท้า และหอมใหญ่ เป็นราคาที่เหมาะสมแล้ว ร้อยละ 14.4 เห็นว่าเป็นราคาที่ไม่เหมาะสม

ตารางที่ 4.9 การบริโภคผักสด ชนิดผักบริโภคหัวที่ผู้บริโภคซื้อเป็นประจำทุกสัปดาห์

รายการ	จำนวน (n=160)	ร้อยละ
ความถี่ในการซื้อผักบริโภคหัว (ครั้ง/สัปดาห์)		
- ≤ 2	153	95.6
- 3-4	2	1.3
- > 4	5	3.1
เฉลี่ย	1.5	
ปริมาณในการซื้อผักบริโภคหัว (กก./ครั้ง)		
- ≤ 0.3	16	10.0
- 0.4-0.6	83	51.9
- > 0.6	61	38.1
เฉลี่ย	0.6	
แหล่งที่ซื้อผักสดบริโภคหัว		
- ตลาดสด	92	57.5
- ซูเปอร์มาร์เก็ต	37	23.1
- ตลาดนัด	30	18.8
- อื่นๆ (คอกค้า)	1	0.6
ราคาของผักบริโภคหัว 3 ชนิด (บาท/กก.)	(n=75)	
แครอท		
- ≤ 20	27	36.0
- 21-30	29	38.7
- > 30	19	25.3
เฉลี่ย	28.9	

ตารางที่ 4.9 การบริโภคผักสด ชนิดผักบริโภคหัวที่ผู้บริโภคซื้อเป็นประจำทุกสัปดาห์ (ต่อ)

รายการ	จำนวน (n=160)	ร้อยละ
หัวไชเท้า	(n=59)	
- ≤ 20	21	35.6
- 21-30	29	49.2
- > 30	9	15.3
เฉลี่ย	27.0	
หอมใหญ่	(n=26)	
- ≤ 30	6	23.1
- 31-40	14	53.8
- > 40	6	23.1
เฉลี่ย	35.4	
ความเหมาะสมของราคาผักบริโภคหัว 3 ชนิด		
- เหมาะสม	137	85.6
- ไม่เหมาะสม	23	14.4
ราคาที่เหมาะสมของผักบริโภคหัว 3 ชนิด (บาท/กก.)	(n=9)	
แครอท		
- 12	1	11.1
- 20	3	33.3
- 25	1	11.1
- 30	4	44.4
เฉลี่ย	24.1	
หัวไชเท้า	(n=5)	
- 20	3	60.0
- 25	1	20.0
- 30	1	20.0
เฉลี่ย	23.0	
หอมใหญ่	(n=9)	
- ≤ 20	4	44.4
- 21-30	4	44.4
- > 30	1	11.1
เฉลี่ย	25.6	

ตารางที่ 4.9 การบริโภคผักสด ชนิดผักบริโภคหัวที่ผู้บริโภคซื้อเป็นประจำทุกสัปดาห์ (ต่อ)

รายการ	จำนวน (n=160)	ร้อยละ
ปัญหาในการบริโภคผักบริโภคหัว 3 ชนิด		
- มี	127	79.4
- ไม่มี	33	20.6
สภาพปัญหาในการบริโภคผักบริโภคหัว	(n=127)	
- ขนาดหัวเล็กเกินไป	52	40.9
- มีสารเคมีตกค้าง	36	28.3
- ขนาดหัวใหญ่เกินไป	16	12.6
- ไม่สด	11	8.7
- สิ้นค้ามีน้อยขาดตลาด	6	3.8
- มีรอยกัดทำลายของหนอน	3	2.4
- อื่นๆ (เน่าเสีย)	3	2.4

6) ราคาที่เหมาะสมของผักบริโภคหัว

6.1) แครอท

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 44.4 เห็นว่าราคาที่เหมาะสมควรเท่ากับ 30 บาท/กก. รองลงมาร้อยละ 33.3 เห็นว่าควรเท่ากับ 20 บาท/กก. และร้อยละ 11.1 เห็นว่าควรเท่ากับ 12 และ 25 บาท/กก. ซึ่งราคาเฉลี่ยที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเหมาะสมเท่ากับ 24.1 บาท/กก.

6.2) หัวไชเท้า

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 60.0 เห็นว่าราคาที่เหมาะสมควรเท่ากับ 20 บาท/กก. รองลงมาร้อยละ 20 เห็นว่าควรเท่ากับ 25 และ 30 บาท/กก. ซึ่งราคาเฉลี่ยที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเหมาะสมเท่ากับ 23.0 บาท/กก.

6.3) หอมใหญ่

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 44.4 เห็นว่าราคาที่เหมาะสมควรน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 และ 21- 30 บาท/กก. รองลงมาร้อยละ 11.1 เห็นว่าควรมากกว่า 30 บาท/กก. ซึ่งราคาเฉลี่ยที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเหมาะสมเท่ากับ 25.6 บาท/กก.

7) ปัญหาในการบริโภคผักบริโภคหัว

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 79.4 มีปัญหาในการเลือกซื้อผักบริโภคหัว อีกร้อยละ 20.6 ไม่มีปัญหาในการเลือกซื้อ ซึ่งปัญหาส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่าง คือ ขนาดหัวเล็กเกินไป คิดเป็น

ร้อยละ 40.9 รองลงมาคือสารเคมีตกค้าง และขนาดหัวใหญ่เกินไปคิดเป็นร้อยละ 28.3 และ 12.6 ตามลำดับ

4.3 ทักษะต่อการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ผลจากการศึกษาทักษะต่อการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในพื้นที่ศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับทัศนคติดี ซึ่งสามารถแบ่งเป็นประเด็นต่างๆ รายละเอียดดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 ทักษะต่อการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับทัศนคติ
1. กระบวนการผลิตผักในปัจจุบันมีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค	3.18	ดีปานกลาง
2. ผักที่วางขายตามท้องตลาดทั่วไป เป็นผักที่มีความปลอดภัยจากสารพิษ	3.09	ดีปานกลาง
3. ผักพื้นบ้าน เช่น ตำลึง ผักปลั่ง กระถิน ชะอม ยอดมะม่วงหิมพานต์ ผักกูด ยอดมันปู เป็นต้น เป็นผักที่ปลอดภัยจากยาฆ่าแมลง	3.93	ดี
4.หน่วยงานภาครัฐมีการส่งเสริมให้เกษตรกรลดการใช้สารเคมีค่อนข้างน้อย	3.53	ไม่สู้ดี
5. การโฆษณาทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ เป็นต้น ถึงประโยชน์ของผัก ทำให้ผู้บริโภคมีความรู้และหันมาบริโภคผักมากยิ่งขึ้น	3.83	ดี
6. การบริโภคผักเป็นประจำสามารถป้องกันโรคเกี่ยวกับระบบขับถ่ายได้	4.44	ดี
7. พ่อแม่ควรปลูกฝังให้ลูกรับประทานผักให้หลากหลายชนิด ตั้งแต่ยังเล็ก	4.54	ดีมาก
8. ผู้ใหญ่ควรรับประทานผักให้ได้ปริมาณครึ่งหนึ่งของอาหารในแต่ละมื้อ	4.31	ดี
9. บุคคลทั่วไปควรบริโภคผักหลากหลายชนิดและหลากหลายสี	4.04	ดี

ตารางที่ 4.10 ทักษะการบริการโรคผัดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัด สงขลา (ต่อ)

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับทัศนคติ
10. ผู้บริโภคคำนึงถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากผัดมากกว่าความอร่อย	4.02	ดี
11. การใช้น้ำยาล้างผัก น้ำส้มสายชู ต่างทับทิมหรือวิธีอื่นๆ สามารถล้างสารพิษที่ตกค้างในผักได้	3.91	ดี
12. ผักสดทั่วไปหาซื้อได้ง่ายกว่าผักอินทรีย์/ผักปลอดสารพิษ/ผักไฮโดรโปนิก	4.14	ดี
13. ราคาของผักอินทรีย์/ผักปลอดสารพิษ/ ผักไฮโดรโปนิก สูงกว่าราคาของผักสดทั่วไปมาก	4.38	ดี

1) ระดับทัศนคติดีมาก

กลุ่มตัวอย่างมีระดับทัศนคติดีมากต่อประเด็น พ่อแม่ควรปลูกฝังให้ลูกรับประทานผักให้หลากหลายชนิดตั้งแต่ยังเล็ก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.54 ทั้งนี้เพราะผู้ปกครองเห็นว่าผักมีประโยชน์ต่อร่างกาย ช่วยในเรื่องการขับถ่ายของเด็กๆ การฝึกให้เด็กรับประทานผักตั้งแต่เล็กจะทำให้เด็กได้รับสารอาหารครบ 5 หมู่ เพื่อช่วยในเรื่องการเจริญเติบโตของร่างกาย

2) ระดับทัศนคติดี

กลุ่มตัวอย่างมีระดับทัศนคติดีต่อ 9 ประเด็น ดังนี้

2.1) ผักพื้นบ้านเป็นผักที่ปลอดภัยจากยาฆ่าแมลง โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.93 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเป็นผักที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภค เพราะเป็นผักที่ขึ้นเองตามธรรมชาติ ไม่มีการใช้สารเคมี ผู้บริโภคจึงเชื่อมั่นในความปลอดภัย

2.2) การโฆษณาทางสื่อต่างๆ ถึงประโยชน์ของผัก ทำให้ผู้บริโภคมีความรู้และหันมาบริโภคผักมากยิ่งขึ้น โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.83 ทั้งนี้เนื่องจากการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประโยชน์ของผักอาจมีส่วนช่วยในเรื่องการตัดสินใจบริโภคผักของผู้บริโภค

2.3) การบริโภคผักเป็นประจำสามารถป้องกันโรคเกี่ยวกับระบบขับถ่ายได้ โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.44 เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่ทราบคืออยู่แล้วว่า พืชผักทุกชนิดจะมีใยอาหารเป็นส่วนประกอบหลัก ซึ่งใยอาหารหมายถึงส่วนของอาหารซึ่ง เมื่อรับประทานแล้วร่างกายจะย่อยไม่ได้ เหลือเป็นส่วนของกากใยอาหาร ทำให้ขับถ่ายสะดวก ทำให้ท้องไม่ผูก ช่วยลดคอเลสเตอรอล รวมทั้งลดระดับน้ำตาลในเลือด ป้องกันมะเร็งบางชนิดได้ เช่น มะเร็งลำไส้ใหญ่ (หน่วยประสานงานมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์, 2553)

2.4) ผู้ใหญ่ควรรับประทานผักให้ได้ปริมาณครึ่งหนึ่งของอาหารในแต่ละมื้อ โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.31 เพื่อที่จะให้ได้รับประโยชน์สูงสุดจากการบริโภคผัก ควรรับประทานผักให้หลากหลายชนิดเท่าที่จะเป็นไปได้ เลือกรับประทานให้ได้ครบทุกสี ยกตัวอย่างเช่น ผักที่มีสีส้ม/เหลืองหลายชนิด อย่าง ฟักทอง จะเป็นแหล่งแคโรทีนอยด์ (Carotenoids) ที่ดี ผักที่มีสีเขียว เช่น หอมหัวใหญ่ และกระเทียม อุดมไปด้วยสารประกอบของกำมะถัน (Sulphurous Compounds) และผักใบเขียวจะให้วิตามินบีต่างๆ การเพิ่มปริมาณการบริโภคผักอาจจะเข้าไปแทนที่อาหารที่มีไขมัน เกลือ และอาหารพลังงานสูง ซึ่งเท่ากับเป็นการปรับปรุงคุณภาพของโภชนาการโดยรวมในชีวิตประจำวันไปด้วย (ศูนย์ข้อมูลข่าวสารด้านอาหารแห่งเอเชีย, 2548)

2.5) บุคคลทั่วไปควรบริโภคผักหลากหลายชนิดและหลากหลายสีส้ม โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.04 ทั้งนี้เนื่องจากผักและผลไม้แต่ละสีมีคุณสมบัติแตกต่างกัน สามารถช่วยลดอัตราการเสี่ยงของโรคมะเร็งได้ เช่น สีน้ำเงินหรือม่วง ผักและผลไม้กลุ่มนี้มีสารพวก Anthocyanins และ Phenolics ซึ่งช่วยลดอัตราการเสี่ยงต่อการเกิดมะเร็ง รักษากระบบทางเดินปัสสาวะเพิ่มความจำ สีเขียวมีสารกลุ่ม Lutein และ Indoles ซึ่งจะช่วยบำรุงสายตาและเพิ่มความแข็งแรงของกระดูกและฟัน สีขาวหรือสีน้ำตาลอ่อน มีสารพวก Allicin และธาตุซีลีเนียม ช่วยลดคอเลสเตอรอล ลดอัตราการเกิดโรคหัวใจและมะเร็ง สีเหลืองและสีส้ม มีสาร Carotenoids และ Bioflavonoids ซึ่งช่วยบำรุงหัวใจ บำรุงสายตา เพิ่มระบบภูมิคุ้มกันของร่างกาย และลดอัตราการเสี่ยงมะเร็ง และสีแดง มีสารกลุ่ม Lycopene และ Anthocyanins ช่วยบำรุงหัวใจ ช่วยเสริมความจำ รักษากระบบทางเดินปัสสาวะและลดอัตราการเสี่ยงการเกิดมะเร็ง (หน่วยประสานงานมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์, 2553)

2.6) ผู้บริโภคคำนึงถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากผักมากกว่าความอร่อย โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.02 ทั้งนี้ผักและผลไม้มีสารประกอบอยู่ 2 ส่วน คือ ส่วนแรกเป็นสารอาหาร ได้แก่ คาร์โบไฮเดรต โปรตีน เกลือแร่ วิตามิน อีกส่วนหนึ่งเรียกว่าสารกลุ่มไฟโตเคมีคัล (Phytochemical) หรือ พฤษเคมี เป็นสารต้านอนุมูลอิสระ ช่วยเพิ่มการทำงานของเอนไซม์ที่ช่วยขับสารพิษ เพื่อการทำงานของระบบภูมิคุ้มกันของร่างกาย เพิ่มการทำงานของระบบฮอร์โมน ยังยับยั้งหรือทำลาย เชื้อแบคทีเรีย และไวรัส (หน่วยประสานงานมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์, 2553)

2.7) การใช้น้ำยาล้างผัก น้ำส้มสายชู ค่างทับทิม หรือวิธีอื่นๆ สามารถล้างสารพิษที่ตกค้างในผักได้ โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.91 ทั้งนี้เนื่องจากหน่วยงานภาครัฐได้มีการณรงค์ ส่งเสริมให้ผู้บริโภคล้างผักและผลไม้ด้วยวิธีการต่างๆ ที่จะช่วยที่ทำให้สารพิษตกค้างในผักและผลไม้ลดน้อยลง เพื่อความปลอดภัยต่อสุขภาพของผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคเกิดความตื่นตัว และมีการปฏิบัติตามกันมากขึ้น

2.8) ผักสดทั่วไปหาซื้อได้ง่ายกว่าผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ และ ผักไฮโดรโปนิค และราคาของผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ และผักไฮโดรโปนิคสูงกว่าราคาของ ผักสดทั่วไปมาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.14 และ 4.38 ตามลำดับ ทั้งนี้เพราะผักอินทรีย์ ผักปลอด สารพิษ และผักไฮโดรโปนิคยังเป็นผักที่ปลูกเพื่อสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคเฉพาะ กลุ่มโดยเน้นกลุ่มผู้ที่รักสุขภาพ และมีกำลังซื้อ ต้นทุนการผลิตสูงกว่าการปลูกผักทั่วไปจึงส่งผล ให้ราคาขายสูงตามไปด้วย

3) ระดับทัศนคติดีปานกลาง

กลุ่มตัวอย่างมีระดับทัศนคติดีปานกลางใน 2 ประเด็น ดังนี้

3.1) กระบวนการผลิตผักในปัจจุบันมีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค โดยมี ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.18 ทั้งนี้เพราะผู้บริโภคอาจยังไม่แน่ใจในกระบวนการผลิตผักของเกษตรกร เมื่อผลผลิตออกจำหน่ายนั้นมีความปลอดภัยมากน้อยเพียงใด เนื่องจากผู้บริโภคไม่ได้รับข้อมูล ข่าวสารด้านการผลิตจากเกษตรกรหรือการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

3.2) ผักที่วางขายตามท้องตลาดเป็นผักที่มีความปลอดภัยจากสารพิษ โดยมี ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.09 ทั้งนี้เพราะผักสดทั่วไปที่วางขายอยู่ตามท้องตลาดทั่วไปไม่มีเครื่องหมาย รับรองความปลอดภัย ผู้บริโภคเลยไม่แน่ใจว่ามีสารพิษตกค้างหรือไม่

4) ระดับทัศนคติไม่สู้ดี

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับทัศนคติไม่สู้ดีต่อประเด็นปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐมีการ ส่งเสริมให้เกษตรกรลดการใช้สารเคมีค่อนข้างน้อย โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.53 ทั้งนี้เนื่องจาก ผู้บริโภคไม่ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารการส่งเสริมการลดการใช้สารเคมี เพราะการส่งเสริมให้ เกษตรกรลดการใช้สารเคมีนั้น เจ้าหน้าที่รัฐจะพบกับเกษตรกรโดยตรง ทำให้ผู้บริโภคไม่ทราบว่ามีการส่งเสริมหรือให้ลดการใช้สารเคมีบ้างหรือไม่

4.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับทัศนคติในการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนคร หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ผู้วิจัยได้ใช้สถิติที่ไม่ใช่พารามิเตอร์ (Nonparametric Statistic) คือ สถิติไคสแควร์ (Chi Square Statistic : χ^2) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ กับระดับทัศนคติในการบริโภคผักสดของ พบว่า ปัจจัยสภาพทางสังคมและเศรษฐกิจไม่มีความสัมพันธ์ต่อระดับทัศนคติในการบริโภคผักสดของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ รายละเอียดดังตารางที่ 4.11

กล่าวคือ กลุ่มผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครัวเรือน และ โรคประจำตัวที่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับทัศนคติต่อการบริโภคผักสดของผู้บริโภค

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ เช่นเดียวกับปัจจัยทางเศรษฐกิจที่พบว่ากลุ่มผู้บริโภครายได้รวมของครัวเรือน และอาชีพที่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับทัศนคติต่อการบริโภคผักสดของผู้บริโภคของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ เช่นกัน

ตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสภาพทางสังคมและเศรษฐกิจกับระดับทัศนคติต่อการบริโภคผักสดของผู้บริโภค

รายการ	ค่า Chi – square	ระดับนัยสำคัญ
ปัจจัยทางสังคม		
- เพศ	0.54	NS
- อายุ	0.26	NS
- ระดับการศึกษา	3.77	NS
- จำนวนสมาชิกในครัวเรือน	1.54	NS
- โรคประจำตัว	0.25	NS
ปัจจัยทางเศรษฐกิจ		
- รายได้รวมของครัวเรือน	1.94	NS
- อาชีพ	5.89	NS

หมายเหตุ NS หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha=0.05$

4.5 ปัญหา และอุปสรรค ในการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ผลการวิเคราะห์ปัญหา และอุปสรรคในการบริโภคผักสดของผู้บริโภค สามารถอธิบายได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่มีปัญหา อุปสรรค และไม่มีปัญหา อุปสรรคในการบริโภคผักสด มีสัดส่วนเท่ากันคือ ร้อยละ 50.0 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีปัญหาในการบริโภคผักสด ร้อยละ 60.0 มีปัญหาในเรื่องของความไม่มั่นใจในความปลอดภัยมากที่สุด รองลงมา ร้อยละ 15.6 มีปัญหาในประเด็นของไม่มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ และร้อยละ 11.1 มีปัญหาในประเด็นไม่มีเวลาไปจ่ายตลาด รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 ปัญหา และอุปสรรคในการบริโภคผักสดของผู้บริโภค

รายการ	จำนวน (n=180)	ร้อยละ
ปัญหา/อุปสรรคในการบริโภคผักสด		
- มี	90	50.0
- ไม่มี	90	50.0
ปัญหา/อุปสรรค ในการบริโภคผักสด	(n=90)	
- ไม่มีมั่นใจในความปลอดภัย	54	60.0
- ไม่มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ	14	15.6
- ไม่มีเวลาไปจ่ายตลาด	10	11.1
- ไม่ทราบแหล่งที่มา	7	7.8
- หาซื้อยาก	2	2.2
- มีให้เลือกน้อย ไม่หลากหลาย	2	2.2
- อื่นๆ (เลือกไม่เป็น)	1	1.1

4.6 ข้อเสนอแนะของผู้บริโภคผักสดในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

กลุ่มตัวอย่างมีข้อเสนอแนะต่อการบริโภคผักสดใน 3 ด้าน ได้แก่ ข้อเสนอแนะต่อเกษตรกรในด้านการผลิต ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในด้านการควบคุมคุณภาพ และราคา และข้อเสนอแนะต่อผู้บริโภคในด้านการเลือกซื้อ รายละเอียดดังตารางที่ 4.13

4.6.1 ข้อเสนอแนะต่อเกษตรกรในด้านการผลิต

กลุ่มตัวอย่างเสนอแนะให้เกษตรกรลดการใช้สารเคมีทางการเกษตรมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.4 รองลงมาคือ ให้หันมาปลูกพืชอินทรีย์ คิดเป็นร้อยละ 35.6 และให้ปลูกผักปลอดสารพิษ คิดเป็นร้อยละ 19.6 การที่ผู้บริโภคเสนอให้เกษตรกรลดการใช้สารเคมีทางการเกษตรนั้น ก็เพื่อลดสารพิษที่อาจตกค้างในพืชผักที่มาจำหน่าย

4.6.2 ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในด้านการควบคุมคุณภาพและราคา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เสนอแนะให้ภาครัฐเข้ามาควบคุมเรื่องราคาของผักที่แพงเกินไปในช่วงเทศกาล คิดเป็นร้อยละ 69.3 รองลงมาคือ กำหนดมาตรฐานและคุณภาพของผักแต่ละชนิด คิดเป็นร้อยละ 10.6 และต้องการให้ภาครัฐมีความจริงจังในการรณรงค์ให้เกษตรกรลดการใช้สารเคมีทางการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 6.8

กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าช่วงเทศกาลต่างๆ ผักสดจะมีราคาสูงขึ้นมา ซึ่งเป็นเพราะผู้บริโภคมีความต้องการเพิ่มมากขึ้น ไม่ใช่ฤดูกาลผลิตของผักบางชนิด และอาจรวมไปถึงการประสบปัญหาภัยธรรมชาติ ดังนั้นภาครัฐจึงเข้ามาควบคุมไม่ให้ผักสดมีราคาสูงจนเกินไป

ดังเช่นช่วงต้นปีที่ผ่านมา ฝักบัวเงินมีราคาเฉลี่ยสูงถึง 91.1 บาท/กก. ส่วนหนึ่งเป็นเพราะแหล่งผลิตทางภาคกลางและทางภาคใต้ประสบกับปัญหาอุทกภัย ทำให้พื้นที่ปลูกบางส่วนเสียหาย และตรงกับเทศกาลตรุษจีน ซึ่งผู้บริโภคมีความต้องการเพิ่มขึ้นมากกว่าปกติ เลยส่งผลให้ราคาของฝักบัวเงินสูงขึ้น

4.6.3 ข้อเสนอแนะต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อผักสด

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เสนอแนะในการเลือกซื้อผักสดว่าควรเลือกผักที่ปลอดภัยจากสารพิษมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.3 รองลงมาคือ ผักมีความสด สะอาด คิดเป็นร้อยละ 30.4 และมีหนอนหรือแมลงเจาะบ้าง คิดเป็นร้อยละ 41.8

การที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการเลือกซื้อผักสดที่ปลอดภัยจากสารพิษตกค้างมากที่สุดนั้น เป็นเพราะผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้น และรู้ถึงผลเสียจากการบริโภคผักที่มีสารพิษตกค้าง

ตารางที่ 4.13 ข้อเสนอแนะของผู้บริโภคในการด้านการผลิต ด้านการควบคุมคุณภาพ และราคา และด้านการเลือกซื้อ

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ด้านการผลิต*	(n=163)	
- ลดการใช้สารเคมีทางการเกษตร	74	45.4
- หันมาปลูกพืชอินทรีย์	58	35.6
- ปลูกผักปลอดสารพิษ	32	19.6
- ผลิตผักให้มีคุณภาพและขอเครื่องหมายรับรองคุณภาพจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	9	5.5
- อื่นๆ (ปลูกผักพื้นบ้าน, ผลิตผักให้หลากหลายชนิด)	2	1.2
ด้านการควบคุมคุณภาพและราคา*	(n=161)	
- ควบคุมราคาของผักในช่วงเทศกาลไม่ให้แพงเกินไป	110	68.3
- กำหนดมาตรฐานและคุณภาพของผักแต่ละชนิด	17	10.6
- ต้องการให้ภาครัฐมีความจริงจังในการรณรงค์ให้เกษตรกรลดการใช้สารเคมีทางการเกษตร	11	6.8
- ควบคุมเรื่องสารพิษตกค้างในผักสด โดยการสุ่มตรวจผักสดที่วางขายอยู่ทั่วไป	9	5.7

ตารางที่ 4.13 ข้อเสนอแนะของผู้บริโภคในการด้านการผลิต ด้านการควบคุมคุณภาพ และราคา และด้านการเลือกซื้อ (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ด้านการควบคุมคุณภาพและราคา* (ต่อ)		
- ช่วยเหลือด้านปัจจัยการผลิตแก่เกษตรกร เช่น ปุ๋ย เมล็ดพันธุ์ เครื่องจักรกลการเกษตร เป็นต้น	8	5.0
- ส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกผักปลอดสารพิษ	3	1.9
- ส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกผักพื้นบ้าน	1	0.6
ด้านการเลือกซื้อ*	(n=165)	
- ปลอดภัยจากสารพิษ	83	50.3
- สด สะอาด	69	41.8
- มีหนอนและแมลงเจาะบ้าง	23	13.9
- มีความเหมาะสมทางด้านราคาและคุณภาพ	13	7.9
- เลือกซื้อจากแหล่งที่เชื่อถือ	10	6.1
- เลือกผักพื้นบ้านหรือปลูกผักกินเอง	10	6.1
- มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ	9	5.5
- เลือกซื้อผักที่มีราคาถูก	5	3.0
- ซื้อจากเกษตรกรผู้ปลูกโดยตรง	2	1.2
- ซื้อผักอินทรีย์	2	1.2
- ซื้อผักที่ไม่มีร่องรอยหนอนและแมลงเจาะ	1	0.6

หมายเหตุ * เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

ในบทนี้เป็นส่วนของการสรุปผลการวิจัย จากการศึกษาทัศนคติต่อการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ข้อเสนอแนะ ข้อจำกัดในการวิจัย และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

การศึกษาศึกษาทัศนคติต่อการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพสังคมและเศรษฐกิจของผู้บริโภคผักสด 2) พฤติกรรมการบริโภคผักสดของผู้บริโภค 3) ทัศนคติต่อการบริโภคผักสดของผู้บริโภค 4) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับทัศนคติในการบริโภคผักสดของผู้บริโภค และ 5) ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ และข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคผักสดในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์รายบุคคล (Personal Interview) จำนวน 180 ราย วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยใช้สถิติอย่างง่าย และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) โดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi – square : χ^2) ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

5.1.1 สภาพสังคมและเศรษฐกิจของผู้บริโภคผักสด

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 79.4 มีอายุเฉลี่ย 40.5 ปี มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 65.6 ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ คิดเป็นร้อยละ 80.6 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 36.1 มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 3.9 คน ผู้บริโภคร้อยละ 73.9 ไม่มีโรคประจำตัว ประกอบอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.0 และมีรายได้รวมของครัวเรือนเฉลี่ย 32,406.1 บาท/เดือน

5.1.2 พฤติกรรมการบริโภคผักสดของผู้บริโภค

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีรายละเอียดดังนี้

1) ลักษณะการซื้อผักสดของผู้บริโภค

กลุ่มตัวอย่างซื้อผักมาบริโภคเฉลี่ย 2.0 ครั้ง/สัปดาห์ มีการซื้อผักมาบริโภคเฉลี่ย 101.8 บาท/ครั้ง มีหลักเกณฑ์ในการเลือกซื้อผักมาบริโภค โดยเน้นผักที่สดใหม่ คิดเป็นร้อยละ 70.6 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อผักสดที่ตลาดสดปลาซ่า คิดเป็นร้อยละ 40.6 และเลือกสถานที่ซื้อ

ผักสดใกล้บ้าน/ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 57.8 กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 36.7 ซื้อผักพื้นบ้านที่ตลาดสด พลาซ่า และร้อยละ 91.1 นำมาบริโภคในรูปแบบของการต้ม/ผัด/แกง

2) ชนิดของผักสดที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ

กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อผักบริโภคมาประกอบอาหารมากที่สุด ได้แก่ ผักบุ้งจีน คิดเป็นร้อยละ 30.0 ผักบริโภคดอก ได้แก่ เห็ด คิดเป็นร้อยละ 31.1 ผักบริโภคผัก ได้แก่ ถั่วฝักยาว คิดเป็นร้อยละ 52.2 ผักบริโภคผล ได้แก่ แตงร้าน/แตงกวา คิดเป็นร้อยละ 41.1 8 ผักบริโภคหัว ได้แก่ แครอท คิดเป็นร้อยละ 41.7

3) วิธีการล้างผักสดของผู้บริโภค

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ล้างผักสดด้วยน้ำสะอาด คิดเป็นร้อยละ 72.8 โดยล้างผักเฉลี่ย 2.3 ครั้ง

4) การบริโภคผักสด ชนิดผักบริโภคใบ

กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อผักบุ้งจีนมาบริโภคเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมา ได้แก่ ผักคะน้า และผักกาดขาว/ผักกาดขาวปลี คิดเป็นร้อยละ 23.3 และ 21.1 ตามลำดับ ซื้อผักบริโภคใบทั้ง 3 ชนิด เฉลี่ย 2 ครั้ง/สัปดาห์ ปริมาณที่ซื้อเฉลี่ย 0.6 กก./ครั้ง ส่วนใหญ่เลือกซื้อผักบริโภคใบที่ตลาดสด คิดเป็นร้อยละ 65.0 ราคาเฉลี่ยของผักบุ้งจีนเท่ากับ 91.1 บาท/กก. ราคาเฉลี่ยของผักคะน้าเท่ากับ 59.7 บาท/กก. และราคาเฉลี่ยของผักกาดขาว/ผักกาดขาวปลี เท่ากับ 40.0 บาท/กก. กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าราคาของผักบริโภคใบทั้ง 3 ชนิด เป็นราคาที่ไม่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 53.7 ราคาเฉลี่ยของผักบริโภคใบที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเหมาะสม ได้แก่ ผักบุ้งจีนเท่ากับ 58.4 บาท/กก. ผักคะน้าเท่ากับ 46.5 บาท/กก. และผักกาดขาว/ผักกาดขาวปลี เท่ากับ 31.7 บาท/กก. กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 85.1 มีปัญหาในการเลือกซื้อผักบริโภคใบ ปัญหาส่วนใหญ่ คือ ผักไม่สด คิดเป็นร้อยละ 47.4

5) การบริโภคผักสด ชนิดผักบริโภคดอก

กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อเห็ดมาบริโภคเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 31.1 รองลงมา ได้แก่ กะหล่ำดอก และบร็อกเคอรี คิดเป็นร้อยละ 31.1 และ 27.8 ตามลำดับ ซื้อผักบริโภคดอกทั้ง 3 ชนิด เฉลี่ย 1.6 ครั้ง/สัปดาห์ ปริมาณที่ซื้อเฉลี่ย 0.7 กก./ครั้ง ส่วนใหญ่เลือกซื้อผักบริโภคดอกที่ตลาดสด คิดเป็นร้อยละ 59.4 ราคาเฉลี่ยของเห็ดเท่ากับ 71.7 บาท/กก. ราคาเฉลี่ยของกะหล่ำดอก เท่ากับ 60.0 บาท/กก. และราคาเฉลี่ยของบร็อกเคอรี เท่ากับ 66.5 บาท/กก. กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าราคาของผักบริโภคดอกทั้ง 3 ชนิด เป็นราคาที่ไม่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 56.4 ราคาเฉลี่ยของผักบริโภคดอกที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเหมาะสม ได้แก่ เห็ด เท่ากับ 46.5 บาท/กก. กะหล่ำดอกเท่ากับ 45.3 บาท/กก. และบร็อกเคอรีเท่ากับ 49.6 บาท/กก. กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 87.6 มีปัญหาในการเลือกซื้อผักบริโภคดอก ปัญหาส่วนใหญ่ คือ มีสารเคมีตกค้าง คิดเป็นร้อยละ 42.3

6) การบริโภคน้ำมันพืช ชนิดผักนึ่ง

กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อถั่วฝักยาวมาบริโภคเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 52.3 รองลงมา ได้แก่ ถั่วพู และสะตอ คิดเป็นร้อยละ 18.8 และ 13.3 ตามลำดับ ซื้อผักนึ่งบริโภคทั้ง 3 ชนิด เฉลี่ย 1.8 ครั้ง/สัปดาห์ ปริมาณที่ซื้อเฉลี่ย 0.5 กก./ครั้ง ส่วนใหญ่เลือกซื้อผักนึ่งที่ตลาดสด คิดเป็นร้อยละ 68.4 ราคาเฉลี่ยของถั่วฝักยาวเท่ากับ 38.6 บาท/กก. ราคาเฉลี่ยของถั่วพูเท่ากับ 64.7 บาท/กก. และราคาเฉลี่ยของสะตอ เท่ากับ 146.7 บาท/กก. ผู้บริโภคเห็นว่าราคาของผักนึ่งบริโภคทั้ง 3 ชนิด เป็นราคาที่ไม่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 44.7 ราคาเฉลี่ยของผักนึ่งบริโภคที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเหมาะสม ได้แก่ ถั่วฝักยาวเท่ากับ 24.2 บาท/กก. ถั่วพูเท่ากับ 46.6 บาท/กก. สะตอ เท่ากับ 112.7 บาท/กก. กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 84.2 มีปัญหาในการเลือกซื้อผักนึ่ง ปัญหา ส่วนใหญ่ คือ มีสารเคมีตกค้าง คิดเป็นร้อยละ 58.6

7) การบริโภคน้ำมันพืช ชนิดผักผลไม้

กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อแตงร้าน/แตงกวามาบริโภคเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 41.1 รองลงมา ได้แก่ มะเขือเปราะ และมะเขือเทศ/มะเขือเทศสีดา คิดเป็นร้อยละ 14.4 และ 10.0 ตามลำดับ ซื้อผักผลไม้ทั้ง 3 ชนิด เฉลี่ย 2.0 ครั้ง/สัปดาห์ ปริมาณที่ซื้อเฉลี่ย 0.7 กก./ครั้ง ส่วนใหญ่เลือกซื้อผักผลไม้ที่ตลาดสด คิดเป็นร้อยละ 61.0 ราคาเฉลี่ยของแตงร้าน/แตงกวา เท่ากับ 27.1 บาท/กก. ราคาเฉลี่ยของมะเขือเปราะเท่ากับ 25.7 บาท/กก. และราคาเฉลี่ยของมะเขือเทศ/มะเขือเทศสีดาเท่ากับ 29.7 บาท/กก. กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าราคาของผักผลไม้ทั้ง 3 ชนิด เป็นราคาที่ไม่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 21.2 ราคาเฉลี่ยของผักผลไม้ที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเหมาะสม ได้แก่ แตงร้าน/แตงกวาเท่ากับ 18.7 บาท/กก. มะเขือเปราะเท่ากับ 19.0 บาท/กก. มะเขือเทศ/มะเขือเทศสีดาเท่ากับ 31.7 บาท/กก. กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 83.9 มีปัญหาในการเลือกซื้อผักผลไม้ ปัญหาส่วนใหญ่ คือ มีสารเคมีตกค้าง คิดเป็นร้อยละ 48.5

8) การบริโภคน้ำมันพืช ชนิดผักหัว

กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อแครอทมาบริโภคเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 41.7 รองลงมา ได้แก่ หัวไชเท้า และหอมใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 32.8 และ 14.4 ตามลำดับ ซื้อผักหัวทั้ง 3 ชนิด เฉลี่ย 1.5 ครั้ง/สัปดาห์ ปริมาณที่ซื้อเฉลี่ย 0.6 กก./ครั้ง ส่วนใหญ่เลือกซื้อผักหัวที่ตลาดสด คิดเป็นร้อยละ 57.5 ราคาเฉลี่ยของแครอทเท่ากับ 28.9 บาท/กก. ราคาเฉลี่ยของหัวไชเท้า เท่ากับ 27.0 บาท/กก. และราคาเฉลี่ยของหอมใหญ่เท่ากับ 35.4 บาท/กก. กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าราคาของผักหัวทั้ง 3 ชนิด เป็นราคาที่ไม่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 14.4 ราคาเฉลี่ยของผักหัวบริโภคที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเหมาะสม ได้แก่ แครอทเท่ากับ 24.1 บาท/กก. หัวไชเท้าเท่ากับ 23.0 บาท/กก. หอมใหญ่เท่ากับ 25.6 บาท/กก. กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 79.4 มีปัญหาในการเลือกซื้อผักหัว ปัญหาส่วนใหญ่ คือ ขนาดหัวเล็กเกินไป คิดเป็นร้อยละ 40.9

5.1.3 ทักษะคติต่อการบริโภคผักสดของผู้บริโภค

กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติดีมากในประเด็นพ่อแม่ควรปลูกฝังให้ลูกรับประทานผักให้หลากหลายชนิดตั้งแต่ยังเล็ก

มีทัศนคติอยู่ในระดับดีในประเด็นผักพื้นบ้านเป็นผักที่ปลอดภัยจากยาฆ่าแมลง การโฆษณาทางสื่อต่างๆ ถึงประโยชน์ของผักทำให้ผู้บริโภคมีความรู้และหันรับประทานบริโภคผักมากยิ่งขึ้น การบริโภคผักเป็นประจำสามารถป้องกันโรคเกี่ยวกับระบบขับถ่ายได้ ผู้ใหญ่ควรรับประทานผักให้ได้ปริมาณครึ่งหนึ่งของอาหารในแต่ละมื้อ บุคคลทั่วไปควรบริโภคผักหลากหลายชนิดและหลากหลายสีส้ม ผู้บริโภคคำนึงถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากผักมากกว่าความอร่อย การใช้ น้ำยาล้างผัก น้ำส้มสายชู ต่างทับทิม หรือวิธีอื่นๆ สามารถล้างสารพิษที่ตกค้างในผักได้ ผักสดทั่วไปหาซื้อได้ง่ายกว่าผักอินทรีย์/ผักปลอดสารพิษ/ผักไฮโดรโปนิก และราคาของผักอินทรีย์/ผักปลอดสารพิษ/ผักไฮโดรโปนิก สูงกว่าราคาของผักสดทั่วไปมาก

มีระดับทัศนคติดีปานกลางในประเด็น กระบวนการผลิตผักในปัจจุบันมีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค และผักที่วางขายตามท้องตลาดทั่วไปเป็นผักที่มีความปลอดภัยจากสารพิษ

และมีระดับทัศนคติไม่สู้ดีในประเด็น ปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐมีการส่งเสริมให้เกษตรกรลดการใช้สารเคมีค่อนข้างน้อย

5.1.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับทัศนคติในการบริโภคผักสดของผู้บริโภค

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสภาพทางสังคม และเศรษฐกิจกับระดับทัศนคติในการบริโภคผักสดของผู้บริโภค พบว่า ปัจจัยสภาพทางสังคมและเศรษฐกิจไม่มีความสัมพันธ์ต่อระดับทัศนคติในการบริโภคผักสดของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$

5.1.5 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการบริโภคผักสดของผู้บริโภค

กลุ่มตัวอย่างมีปัญหา อุปสรรคและไม่มีปัญหา อุปสรรคในการบริโภคผักสด มีสัดส่วนเท่ากันคือ ร้อยละ 50 ปัญหาที่พบคือ ความไม่มั่นใจในความปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมา ร้อยละ 15.6 มีปัญหาในเรื่องของไม่มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ และร้อยละ 11.1 มีปัญหาในเรื่องไม่มีเวลาไปจ่ายตลาด

กลุ่มตัวอย่างเสนอแนะให้เกษตรกรลดการใช้สารเคมีทางการเกษตรมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.4 ให้ภาครัฐเข้ามาควบคุมเรื่องราคาของผักที่แพงเกินไปในช่วงเทศกาลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.3 และเสนอแนะให้ผู้บริโภคเลือกซื้อผักสดที่ปลอดภัยจากสารพิษมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.3

5.2 ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยแบ่งการเสนอแนะ แบ่งเป็น 4 ประเด็น ดังนี้

5.2.1 ข้อเสนอแนะต่อเกษตรกร

1) เกษตรกรผู้ปลูกผักควรหาวิธีการเพื่อลดระยะเวลาในการเก็บเกี่ยวผลผลิต เพื่อป้องกันผลผลิตไม่ให้เหี่ยว หรือ ไม่สด

2) เกษตรกรผู้ปลูกผักควรร่วมมือกันในการลดการใช้สารเคมีทางการเกษตร และหันมาใช้สารชีวภาพแทน เพื่อเป็นการลดสารเคมีที่อาจตกค้างในผลผลิต หรือหันไปปลูกผักอินทรีย์แทน รวมทั้งขอเครื่องหมายรับรองคุณภาพจากหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นมาตรฐานของสินค้า เป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค

3) จากผลการศึกษา พบว่า ผักบุ้งจีน เห็ด ถั่วฝักยาว แตงร้าน/แตงกวา และ แครอท เป็นผักที่ผู้บริโภคนิยมซื้อมาประกอบอาหารมากที่สุด เกษตรกรควรปลูกผักเหล่านี้เพิ่มขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

5.2.2 ข้อเสนอแนะต่อผู้ค้าผักสด

1) ตลาดสดปลาซ่า และตลาดสดคลองเรียนเป็นสถานที่ที่ผู้บริโภคนิยมไปเลือกซื้อผักสดมาบริโภคมาก ผู้ค้าผักสดควรใช้สถานที่ทั้ง 2 แห่งนี้ ในการจำหน่ายสินค้า นอกจากนี้ ย่านชุมชนที่อยู่อาศัยหรือย่านสถานที่ทำงาน ศูนย์ราชการต่างๆ ก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งในการจำหน่ายผักสด เพราะผู้บริโภคบางส่วนซื้อผักจากสถานที่ใกล้ชุมชนอาศัยหรือที่ทำงานของตน

2) ผู้ค้าผักสดอาจเพิ่มการให้บริการส่งผักถึงบ้าน เพื่อเพิ่มช่องทางในการกระจายสินค้าถึงมือผู้บริโภค สำหรับผู้บริโภคบางส่วนที่ไม่มีเวลาไปจ่ายตลาด

3) จากผลการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคมีปริมาณการซื้อผักเฉลี่ยอยู่ในช่วง 0.5-0.7 กก./ครั้ง ดังนั้นในการจำหน่ายผักควรมีการจัดขนาดของผักให้มีปริมาณอยู่ในช่วงของน้ำหนักดังกล่าว

5.2.3 ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ควรให้ความสำคัญมากยิ่งขึ้นในการรณรงค์ และควบคุมกระบวนการผลิตผักของเกษตรกรให้มีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้นกว่าในปัจจุบัน รวมทั้งควรมีการประชาสัมพันธ์ผลจากกิจกรรมในการปฏิบัติงานให้ประชาชนผู้บริโภคทราบ และเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างผู้ผลิตผักสด และผู้บริโภค

กระทรวงสาธารณสุขควรมีมาตรการในการออกสุ่มตรวจสารพิษตกค้างในพืชผักที่วางขายตามตลาดสดต่างๆ เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับประชาชนผู้บริโภค และ

ยังเป็นการเก็บข้อมูลเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์หาสารพิษทางการเกษตรที่ตกค้างในพืชผักแต่ละชนิด นำข้อมูลส่งต่อหน่วยงานที่รับผิดชอบ เพื่อลดการใช้สารเคมีในพืชผักชนิดนั้นๆ

5.2.4 ข้อเสนอแนะต่อผู้บริโภค

ในการเลือกซื้อผักสดของผู้บริโภค หากไม่มั่นใจในความปลอดภัย ผู้บริโภคควรซื้อผักที่มีเครื่องหมายรับรองความปลอดภัยจากหน่วยงานที่เชื่อถือได้ หรือแหล่งผลิตที่เชื่อถือได้ และเลือกผักที่มีหนอนหรือแมลงกัด เจาะบ้าง รวมถึงก่อนการนำผักมาบริโภค ควรล้างผักด้วยวิธีการต่างๆ เช่น ล้างด้วยน้ำไหลจากก๊อก แช่น้ำปูนใส แช่น้ำด่างทับทิม แช่น้ำส้มสายชู หรือเกลือป่น และแช่น้ำยาล้างผัก เป็นต้น เพื่อเป็นการลดสารพิษตกค้างที่ติดมากับพืชผักก่อนการบริโภค

5.3 ข้อจำกัดในการวิจัย

การศึกษานี้ผู้วิจัยพบอุปสรรค และข้อจำกัดในการเก็บข้อมูล เนื่องจากพื้นที่ที่ทำการศึกษา คือ เขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ได้ประสบปัญหาน้ำท่วมอย่างหนัก ทำให้การเก็บข้อมูลล่าช้า และยังส่งผลให้สินค้ามีราคาสูงขึ้นจากปกติ แต่ทั้งนี้ยังได้รับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจากผู้ตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี ผู้วิจัยใคร่ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับผู้ที่สนใจศึกษาในครั้งต่อไปคือ ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการปรับเปลี่ยนวิธีการปลูกผักแบบใช้สารเคมี เป็นการปลูกผักแบบไม่ใช้สารเคมีของเกษตรกรผู้ปลูกผัก

บรรณานุกรม

- กรมวิชาการเกษตร. 2553. การผลิตทางการเกษตรที่ดีและเหมาะสม. [ออนไลน์].URL:[http://as.doa.go.th/hort/database /framehom _files/vegetable/.htm](http://as.doa.go.th/hort/database/framehom_files/vegetable/.htm) [สืบค้นวันที่ 31 สิงหาคม 2553].
- กรมส่งเสริมการเกษตร. 2553. การบริโภคผักให้ปลอดภัยจากสารพิษ. [ออนไลน์].URL: 2553 <http://www.doae.go.th/library/html/detail/safeveg/index.htm> [สืบค้นวันที่ 16/12/53]
- กัญญา กุศลชู. 2551. ทักษะคนผู้บริโภคที่มีต่อชาสมุนไพรเขียวภูหาลาน ในอำเภอเมืองเชียงใหม่. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กาญจณี ชิตบุตร. 2548. เจตคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุม ความตั้งใจ และพฤติกรรมผู้บริโภคผักและผลไม้ของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนครราชสีมา. สงขลา: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- เกรียงไกร วาสนจิตต์. 2548. พฤติกรรมการบริโภคผักและผลไม้ของนิสิต นักศึกษา : กรณีศึกษา ในมหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์และมหาวิทยาลัยมหิดล. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- โกวิทย์ จันทโชติกุล. 2544. ทักษะคนของผู้บริโภคไข่ไก่ ในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. ขอนแก่น: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- นัตราพร เสมอใจ. 2550. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : บริษัทซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- เฉลิมศักดิ์ พัฒนาคม. 2544. ทักษะคนของผู้บริโภคที่มีต่อผักปลอดภัยจากสารพิษในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ปี 2543. ขอนแก่น: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เทศบาลนครหาดใหญ่. 2553. แผนที่สำคัญ. [ออนไลน์].URL: <http://www.hatyaicity.go.th/index.php?options=map> [สืบค้นวันที่ 14 พฤศจิกายน 2553].
- ดวงจันทร์ เกรียงสุวรรณ. 2546. พืชผักผลไม้ไทยมีคุณค่าเป็นทั้งอาหารและยา ตอน “แคบ้านและ แครอท”. [ออนไลน์].URL: http://natres.psu.ac.th/radio/radio_article/radio45-46/45-460019.htm [สืบค้นวันที่ 19 พฤษภาคม 2554].
- ชนวรรณ แสงสุวรรณ อติลล่ำ พงศ์อิหล่า อุไรวรรณ เข้มนิยม ยุทธนา ธรรมเจริญ ขงยุทธ พุพงษ์ศิริพันธ์, 2547. การจัดการการตลาด. กรุงเทพฯ : เพียร์สันเอ็ดดูเคชั่นอินโดไชน่า.
- ธีรศักดิ์ หมั่นจักร และ ศรีสง่า กรรณสูต. 2523. จิตวิทยาธุรกิจ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ธุรกิจ.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- นาวิ แก้วสุข. 2547. การศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคผักสดของครัวเรือน.
กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พัชรินทร์ สีहनันทวงศ์. 2546. พฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของประชาชนในเขต
เทศบาลนครราชสีมา. ขอนแก่น: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- มลทิwa โสมะ. 2552. ทักษะคิของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีต่อข้าวอินทรีย์. เชียงใหม่:
วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 2553. ตำราการผลิตผัก-การผลิต. [ออนไลน์].http://eservice.agri.cmu.ac.th/download/course/lec_359421_%A1%D2%C3%BC%C5%D4%B5%BC%D1%A1.pdf [สืบค้นวันที่ 16 ธันวาคม 2553].
- ยุพินพรรณ ศิริวัธนกุล. 2540. เอกสารคำสอน จิตวิทยาพัฒนาชนบท. ภาควิชาพัฒนาการเกษตร
คณะทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ปริญญา ลักษิตานนท์ สุกร เสรีรัตน์ อองอาจ ปทะวานิช. 2541. กลยุทธ์การตลาด
และการบริหารการตลาด และกรณีศึกษา. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์พัฒนาศึกษา.
- ศูนย์ข้อมูลข่าวสารด้านอาหารแห่งเอเชีย. 2548. กินผักและผลไม้ให้มากขึ้นเพื่อสุขภาพ.
[ออนไลน์].URL:http://www.afic.org/FFA%20Issue%2025%20Health%20Advice%20to%20Eat%20More_Thai.htm [สืบค้นวันที่ 19 พฤษภาคม 2554].
- ศูนย์ความรู้งานวิจัยการเกษตร. 2547. รายงานสัมมนา. [ออนไลน์].URL:<http://kmag.ku.ac.th/technical/vegetable/index-1.html> [สืบค้นวันที่ 14 พฤศจิกายน 2553].
- สถาบันวิจัยพืชสวน. 2550. ผักเศรษฐกิจของไทย. [ออนไลน์]. URL:<http://as.doa.go.th/hort/PublicRelation/hortbook/ratchaphruek/html/bookhort/vegmush.pdf>
[สืบค้นวันที่ 31 สิงหาคม 2553].
- สมบูรณ์ เจริญจิระตระกูล. 2553. เอกสารประกอบการสอนวิชาวิจัย. โครงการปริญญาโท
ภาคสมทบ. สาขาวิชาการจัดการธุรกิจเกษตร. คณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- สุชา จันทร์อม. 2541. จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- สุทธิดา ศิริชวนากุล. 2545. พฤติกรรมการบริโภคผักและผลไม้ให้ปลอดภัยจากสารพิษตกค้างของ
แม่บ้านเขตเทศบาลนครลำปาง. ขอนแก่น: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัย
ขอนแก่น.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- หน่วยประสานงานมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ กรุงเทพมหานคร. 2553. คุณประโยชน์ของผัก-ผลไม้ 5 สี. [ออนไลน์]. URL: http://masterorg.wu.ac.th/source/detail.php?newss_id=325&paths=bkk-data [สืบค้นวันที่ 19 พฤษภาคม 2554].
- อรพิน บุญโชคชัย. 2550. ทักษะชีวิตของผู้บริโภคต่อสารให้ความหวานพลังงานต่ำในกรุงเทพมหานคร. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Food Market Exchange. 2542. ผัก. [ออนไลน์]. URL: http://www.foodmarketexchange.com/datacenter/industry/article_th/2_veget/detail_th_42_09.htm [สืบค้นวันที่ 31 สิงหาคม 2553].

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

ทัศนคติการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ชุดที่.....

สถานที่.....

วันที่สัมภาษณ์...../...../.....

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นเครื่องมือประกอบการรวบรวมข้อมูลโครงการวิจัยเพื่อสารนิพนธ์ (Minor Thesis) สำหรับหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ เพื่อความสมบูรณ์ของงานวิจัย และเพื่อประโยชน์ในการนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาระบบการผลิตผักสดของเกษตรกร และระบบการตลาดของผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยขอความกรุณาท่านได้ให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามบนความเป็นจริง และโดยอิสระ ข้อมูลทั้งหมดที่ได้ ผู้วิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งที่ท่านได้ให้ความอนุเคราะห์ในครั้งนี้

ผักสด ในที่นี้หมายถึง ผักที่วางขายอยู่ทั่วไปตามท้องตลาด รวมไปถึงผักพื้นบ้านที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ หรือถูกนำมาปลูกบริเวณบ้าน หรือภายในสวน ที่ถูกนำมาบริโภคในครัวเรือน

ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผักสด หมายถึง ความรู้สึก ความคิดเห็น และท่าที รวมทั้งแนวทางในการปฏิบัติที่แสดงต่อการบริโภคผักสด

แบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้บริโภคผักสดในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ส่วนที่ 3 ทัศนคติต่อการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ส่วนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ส่วนที่ 1 สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้บริโภคผักสดในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

1. เพศ

- 1.1 ชาย 1.2 หญิง

2. อายุ..... ปี

3. สถานภาพสมรส

- 3.1 โสด 3.2 สมรส 3.3 หย่าร้าง 3.4 แยกกันอยู่

4. ศาสนา

- 4.1 พุทธ 4.2 อิสลาม 4.3 คริสต์

- 4.4 อื่นๆ (ระบุ)

5. ระดับการศึกษาสูงสุด

- 5.1 ประถมศึกษา 5.2 มัธยมศึกษาตอนต้น

- 5.3 มัธยมศึกษาตอนปลาย /ปวช. 5.4 อนุปริญญา /ปวส.

- 5.5 ปริญญาตรี 5.6 สูงกว่าปริญญาตรี

6. อาชีพ

- 6.1 รับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ 6.2 พนักงานบริษัทเอกชนหรือธนาคาร

- 6.3 ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว 6.4 รับจ้างทั่วไป

- 6.5 แม่บ้าน 6.6 นักเรียน/นักศึกษา

- 6.7 อื่นๆ (ระบุ)

7. จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (รวมตัวท่านเอง).....คน

8. รายได้รวมเฉลี่ยของครัวเรือนประมาณ (อาศัยอยู่ด้วยกัน).....บาทต่อเดือน

9. โรคประจำตัว 9.1 ไม่มีโรคประจำตัว 9.2 มีโรคประจำตัว

กรณีมีโรคประจำตัวโปรดระบุชนิดของโรค : โรคเรื้อรัง โรคเบาหวาน

โรคหัวใจ โรคกระเพาะอาหาร โรคเมะเร็ง โรคปอด

โรคตับ โรคไต โรคอื่นๆ (ระบุ).....

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
 กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

1. ท่านซื้อผักมาบริโภคเฉลี่ย.....ครั้งต่อสัปดาห์
2. ท่านจ่ายเงินเพื่อซื้อผักมาบริโภคโดยเฉลี่ย.....บาท/ครั้ง
3. ผักที่ท่านซื้อมารับประทานส่วนใหญ่ท่านนำมาบริโภคในลักษณะใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

<input type="checkbox"/> 3.1 รับประทานสด	<input type="checkbox"/> 3.2 ต้ม/ผัด/แกง	<input type="checkbox"/> 3.3 ลวก
<input type="checkbox"/> 3.4 ผักดอง	<input type="checkbox"/> 3.6 อื่นๆ (ระบุ).....	
4. ท่านมีหลักในการเลือกซื้อผักอย่างไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

<input type="checkbox"/> 4.1 ราคาถูก	<input type="checkbox"/> 4.2 สดใหม่	<input type="checkbox"/> 4.3 ผลิตจากแหล่งที่เชื่อถือได้
<input type="checkbox"/> 4.4 เน้นผักพื้นบ้านเป็นหลัก	<input type="checkbox"/> 4.5 มีเครื่องหมายรับรองความปลอดภัยจากสารพิษ	
<input type="checkbox"/> 4.6 สวย สะอาด ไม่มีร่องรอยของหนอน/แมลงกัด เจาะ		
<input type="checkbox"/> 4.7 มีร่องรอยของหนอน/แมลงกัด เจาะบ้าง		
<input type="checkbox"/> 4.8 อื่น (ระบุ).....		
5. ท่านซื้อผักสดจากสถานที่ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

<input type="checkbox"/> 5.1 ตลาดสดปลาซ่า	<input type="checkbox"/> 5.2 ตลาดกิมหยง	<input type="checkbox"/> 5.3 ตลาดนัดเกษตร มอ.
<input type="checkbox"/> 5.4 ตลาดสดคลองเรียน	<input type="checkbox"/> 5.5 ตลาดนัดเกาะหมี่	<input type="checkbox"/> 5.6 ตลาดนัดหาดใหญ่ใน
<input type="checkbox"/> 5.7 เทสโก้ โลตัส	<input type="checkbox"/> 5.8 บิ๊กซี	<input type="checkbox"/> 5.9 คาร์ฟู
<input type="checkbox"/> 5.10 ท็อป ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขา.....		<input type="checkbox"/> 5.11 อื่นๆ (ระบุ).....
6. ผักพื้นบ้านที่ท่านนำมาบริโภคได้มาจากแหล่งใด

<input type="checkbox"/> 6.1 ตลาดสดปลาซ่า	<input type="checkbox"/> 6.2 ตลาดกิมหยง	<input type="checkbox"/> 6.3 ตลาดนัดเกษตร มอ.
<input type="checkbox"/> 6.4 ตลาดสดคลองเรียน	<input type="checkbox"/> 6.5 ตลาดนัดเกาะหมี่	<input type="checkbox"/> 6.6 ตลาดนัดหาดใหญ่ใน
<input type="checkbox"/> 6.7 ปลูกเอง	<input type="checkbox"/> 6.8 ห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ต (ระบุ).....	
<input type="checkbox"/> 6.9 อื่นๆ (ระบุ).....		
7. ท่านใช้หลักเกณฑ์ใดในการตัดสินใจเลือกสถานที่ซื้อผักสด

<input type="checkbox"/> 7.1 สะอาด	<input type="checkbox"/> 7.2 อยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน
<input type="checkbox"/> 7.3 ราคาถูกกว่าที่อื่นๆ	<input type="checkbox"/> 7.4 มั่นใจว่าจะได้รับสินค้าที่มีคุณภาพ
<input type="checkbox"/> 7.5 มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย	<input type="checkbox"/> 7.6 อื่นๆ (ระบุ).....

8. ผักบริโภคใบ ที่ท่านนิยมซื้อมาประกอบอาหารได้แก่

- 8.1 คะน้า 8.2 กวางตุ้งใบ/กวางตุ้งดอก 8.3 ผักกาดขาว/ผักกาดขาวปลี
 8.4 กะหล่ำปลี 8.5 ผักบุ้งจีน 8.6 ต้นหอม
 8.7 ผักชี 8.8 ขึ้นฉ่าย 8.9 ผักกาดหอม
 8.10 กระเพรา 8.11 โหระพา 8.12 แขนงกะหล่ำ
 8.13 อื่นๆ (ระบุ).....

9. ผักบริโภคดอก ที่ท่านนิยมซื้อมาประกอบอาหารได้แก่

- 9.1 กะหล่ำดอก 9.2 บล็อกเคอรี่ 9.3 เห็ด
 9.4 ดอกแค 9.5 ดอกขี้เหล็ก 9.6 อื่นๆ (ระบุ).....

10. ผักบริโภคผัก ที่ท่านนิยมซื้อมาประกอบอาหารได้แก่

- 10.1 ถั่วงอก 10.2 ถั่วงอก 10.3 ถั่วงอกขาว
 10.4 ถั่วงอก 10.5 กระเจี๊ยบฝัก 10.6 สะตอ
 10.7 ข้าวโพดฝักอ่อน 10.8 อื่นๆ (ระบุ).....

11. ผักบริโภคผล ที่ท่านนิยมซื้อมาประกอบอาหารได้แก่

- 11.1 แตงร้าน/แตงกวา 11.2 มะระ 11.3 มะเขือเปราะ
 11.4 มะเขือยาว 11.5 มะละกอ 11.6 มะเขือเทศ/มะเขือเทศสีดา
 11.7 น้ำเต้า 11.8 บวบเหลี่ยม 11.9 ผักเขียว
 11.10 ฟักทอง 11.11 อื่นๆ (ระบุ).....

12. ผักบริโภคหัว ที่ท่านนิยมซื้อมาประกอบอาหารได้แก่

- 12.1 แครอท 12.2 หัวไชเท้า 12.3 หอมใหญ่
 12.4 มัน 12.5 เผือก 12.6 มันแกว
 12.7 อื่นๆ (ระบุ)

13. ก่อนนำผักมาประกอบอาหารหรือรับประทานสด ท่านมีวิธีการล้างผักด้วยวิธีใด

- 13.1 ไม่ล้าง รับประทานเลย
 13.2 ล้างด้วยน้ำสะอาด.....ครั้ง
 13.3 แช่ด้วยน้ำส้มสายชูหรือเกลือป่น.....นาที
 13.4 แช่ด้วยน้ำยาล้างผัก.....นาที
 13.5 แช่ด้วยน้ำซาวข้าว.....นาที
 13.6 แช่ด้วยน้ำปูนใส.....นาที
 13.7 แช่ด้วยด่างทับทิม.....นาที
 13.8 อื่นๆ (ระบุ).....

14. พฤติกรรมการซื้อผักเฉพาะผักที่ท่านซื้อเป็นประจำทุกสัปดาห์

ชนิดของผักที่ซื้อเป็นประจำ	ความถี่ (ครั้งต่อสัปดาห์)	ปริมาณ (กก./ครั้ง)	แหล่งที่ซื้อ	ราคาเฉลี่ย (บาท/กก)	ความเหมาะสมของราคา	ราคาที่เหมาะสม (บาท/กก.)	ปัญหา
1.....							
2.....							
3.....							
4.....							
5.....							
			1) ตลาดสด..... 2) ตลาดนัด..... 3) ซูเปอร์มาร์เก็ต..... 4) เพื่อนบ้าน 5) อื่นๆ.....	1) เหมาะ สม 2) ไม่เหมาะสม	1) ไม่สด 2) ขนาดผล/ต้น ใหญ่เกินไป 3) ขนาดผล/ต้น เล็กเกินไป 4) มีรอยกัด ทำลายของหนอน 5) มีสารเคมีตกค้าง 6) สินค้ามีน้อย/ขาดตลาด 7) อื่นๆ.....		

ส่วนที่ 3 ทศนคติการบริโภคผักสดของผู้บริโภค

คำชี้แจง ให้ท่านแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นต่างๆ ในตารางต่อไปนี้ โดยกรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านให้มากที่สุด

ประเด็น	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด (5)	เห็นด้วยมาก (4)	เห็นด้วยปานกลาง (3)	เห็นด้วยน้อย (2)	เห็นด้วยน้อยที่สุด (1)
1. กระบวนการผลิตผักในปัจจุบันมีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค					
2. ผักที่วางขายตามท้องตลาดทั่วไป เป็นผักที่มีความปลอดภัยจากสารพิษ					

คำชี้แจง ให้ท่านแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นต่างๆ ในตารางต่อไปนี้ โดยกรุณาทำเครื่องหมาย

✓ ในช่องว่างที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านให้มากที่สุด

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด (5)	เห็นด้วยมาก (4)	เห็นด้วยปานกลาง (3)	เห็นด้วยน้อย (2)	เห็นด้วยน้อยที่สุด (1)
3. ผักพื้นบ้าน เช่น ตำลึง ผักปลั่ง กระถิน ชะอม ยอดมะม่วงหิมพานต์ ผักกูด ยอดมันปู เป็นต้น เป็นผักที่ปลอดภัยจากยาฆ่าแมลง					
4. ปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐมีการส่งเสริมให้เกษตรกรลดการใช้สารเคมีค่อนข้างน้อย					
5. การโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ เป็นต้น ถึงประโยชน์ของผัก ทำให้ผู้บริโภคมีความรู้และหันรับประทานบริโภคผักมากยิ่งขึ้น					
6. การบริโภคผักเป็นประจำสามารถป้องกันโรคเกี่ยวกับระบบขับถ่ายได้					
7. พ่อแม่ควรปลูกฝังให้ลูกรับประทานผักให้หลากหลายชนิด ตั้งแต่ยังเล็ก					
8. ผู้ใหญ่ควรรับประทานผักให้ได้ปริมาณครึ่งหนึ่งของอาหารในแต่ละมื้อ					
9. บุคคลทั่วไปควรบริโภคผักหลากหลายชนิดและหลากหลายสี					
10. ปัจจุบันผู้บริโภคคำนึงถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากผักมากกว่าความอร่อย					
11. การใช้น้ำยาล้างผัก น้ำส้มสายชู ค้างทับทิม หรือวิธีอื่นๆสามารถล้างสารพิษที่ตกค้างในผักได้					
12. ผักสดทั่วไปหาซื้อได้ง่ายกว่าผักอินทรีย์/ผักปลอดสารพิษ/ผักไฮโดรโปนิก					
13. ราคาของผักอินทรีย์/ผักปลอดสารพิษ/ผักไฮโดรโปนิก สูงกว่าราคาของผักสดทั่วไปมาก					

ส่วนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการบริโภคผักสดของผู้บริโภค

1. ท่านมีปัญหา/อุปสรรคในการเลือกบริโภคผักสดหรือไม่

1.1 มี

1.2 ไม่มี

2. ปัญหา/อุปสรรค ในการเลือกบริโภคผักสดของท่านคือข้อไหน

2.1 หาซื้อยาก

2.2 ไม่มั่นใจในความปลอดภัย

2.3 ไม่ทราบแหล่งที่มา

2.4 ไม่มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ

2.5 มีให้เลือกน้อย ไม่หลากหลาย

2.6 ไม่มีเวลาไปจ่ายตลาด

2.7 อื่นๆ (ระบุ)

.....

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะต่อเกษตรกร (ด้านการผลิต)

.....

3.2 ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง (ด้านการควบคุมคุณภาพ และราคา)

.....

3.3 ข้อเสนอแนะต่อผู้บริโภค (ด้านการเลือกซื้อ)

.....

*** ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม ***

นายพิชิตพล ชุ่มจินดา

ผู้วิจัย

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล		นายพิชิตพล ชุ่มจินดา
วัน เดือน ปีเกิด		2 กรกฎาคม 2525
การศึกษา	พ.ศ. 2551	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2546 - 2553	ประกอบธุรกิจส่วนตัว ซ่อมขายผักสด
สถานที่ทำงาน		ตลาดสดปลาซ่า