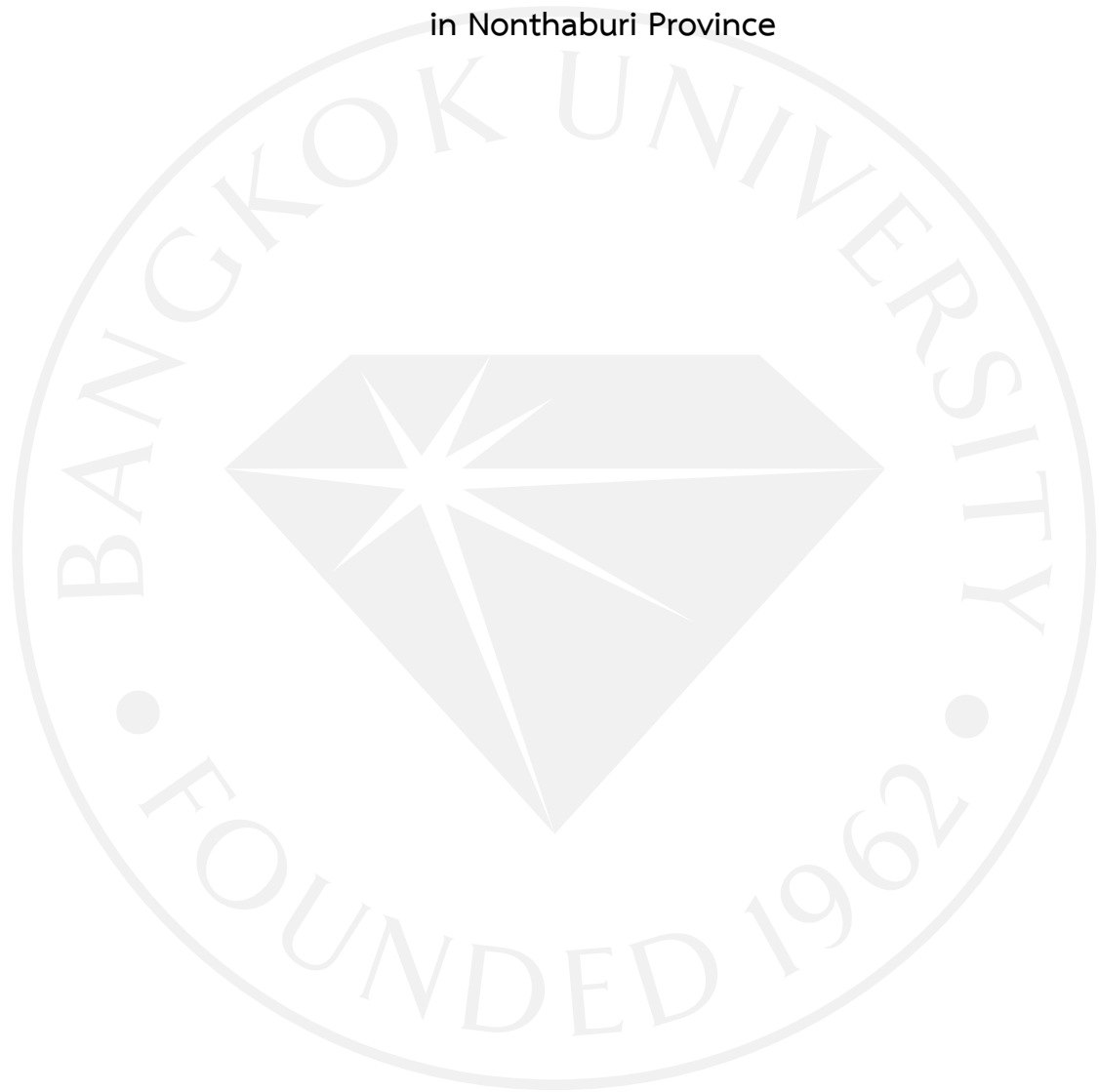


รูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้ข่าวสาร และทัศนคติ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภค  
ผักออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี

Lifestyle Pattern, Information Receiving and Attitude towards  
Consumers' Purchasing Behavior on Organic Vegetable  
in Nonthaburi Province



รูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้ข่าวสาร และทัศนคติ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิก  
ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี

Lifestyle Pattern, Information Receiving and Attitude towards Consumers' Purchasing  
Behavior on Organic Vegetable in Nonthaburi Province

สมศักดิ์ รอดลอย

การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ปีการศึกษา 2557



© 2558

สมศักดิ์ รอดลอย

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้ข่าวสาร และทัศนคติ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภค  
ผักออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี

ผู้วิจัย สมศักดิ์ รอดลอย

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....  .....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจวบ เพิ่มสุวรรณ)

ผู้เชี่ยวชาญ

.....  .....

(รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ)

.....  .....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรยา สิงห์สงบ)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ

รักษาการคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ ..... 27 ..... เดือน ..... มีนาคม ..... พ.ศ. 2558

สมศักดิ์ รอดลอย. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มีนาคม 2558, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย  
กรุงเทพ.

รูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้ข่าวสาร และทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิก  
ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี (71 หน้า).

อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจวบ เพิ่มสุวรรณ

### บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา โดยศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้  
ข่าวสาร และทัศนคติในเรื่องประโยชน์ที่จะได้รับการบริโภคที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผัก  
ออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรีในด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้ข่าวสาร และ  
ทัศนคติ โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี  
จำนวน 400 รายที่เข้าใช้บริการร้านเลมอนฟาร์ม สาขาแจ้งวัฒนะ ในเขตจังหวัดนนทบุรี ซึ่งเป็น  
ร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าออร์แกนิก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ  
ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์การ  
ถดถอยเชิงพหุ

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25-34 ปี มี  
การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท  
และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภค  
ผักออร์แกนิกของประชากรในเขตจังหวัดนนทบุรี โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ต่างกันจะส่งผลต่อ  
พฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างกัน การรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แก  
นิกของประชากรในเขตจังหวัดนนทบุรี โดยการรับรู้ข่าวสารที่ต่างกันจะส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภค  
ผักออร์แกนิกที่แตกต่างกัน ทัศนคติในเรื่องประโยชน์ที่ได้รับการบริโภคมีความสัมพันธ์ต่อ  
พฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิกของประชากรในเขตจังหวัดนนทบุรี โดยทัศนคติที่ต่างกันจะส่งผล  
ต่อพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิกที่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: ผักออร์แกนิก อาหารออร์แกนิก เกษตรปลอดภัย ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหาร  
ออร์แกนิก

Somsak R. M.B.A. , March 2015, Graduate School, Bangkok University.

Lifestyle Pattern, Information Receiving and Attitude towards Consumers' Purchasing Behavior on Organic Vegetable in Nonthaburi Province (71 pp.)

Advisor: Asst.Prof. Prachuab Permsuwan

#### ABSTRACT

The objective of the study is to investigate the lifestyle pattern, information Receiving and attitude towards consumers' purchasing behavior on organic vegetable in Nonthaburi province. The factors of this research included the lifestyle pattern, information receiving and attitude about the advantage of consuming as the core framework. Data were collected from 400 customers of Lemon Farm organic store via a closed-ended questionnaire survey. Data were statistically analyzed using percentage, mean and standard deviation. Statistical inference with multiple regressions was used to test hypotheses of this research.

The results revealed that the majority of participants were female bachelor's degree. Most of them had monthly income less than 10,000 baht. The results of the hypotheses testing showed that lifestyle patterns are related to consumers' behavior on organic vegetables in Nonthaburi province. Different lifestyle patterns affect different consumer behavior. Information Receiving also related to consumers' behavior on organic vegetables in Nonthaburi province. Different information receiving affected different consumer behavior. The Attitude about the advantage of consuming is related to consumers' behavior on organic vegetables in Nonthaburi province. Different attitude affect different consumer behavior.

*Keywords : Organic Vegetables, Organic Foods, Agriculture without Chemical, Organic Consuming Knowledge*

### กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเฉพาะบุคคลในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจวบ เพิ่มสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาเฉพาะบุคคล ซึ่งได้ให้ความรู้ การชี้แนะแนวทางการศึกษา ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องในงาน ตลอดจนให้คำที่ปรึกษาซึ่งเป็นประโยชน์ในการวิจัย งานวิจัยครั้งนี้มีความสมบูรณ์ครบถ้วนสำเร็จไปได้ด้วยดี รวมถึงอาจารย์ท่านอื่นๆ ที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้ และสามารถนำงานวิชาการต่างๆมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงขอกราบ ขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้

สมศักดิ์ รอดลอย



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 สมมติฐานของงานวิจัย	2
1.3 ขอบเขตของงานวิจัย	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	5
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.2 ข้อมูลและความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับออร์แกนิก	8
2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิต	11
2.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ข่าวสาร	14
2.5 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ	18
2.6 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค	23
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	29
2.8 กรอบแนวความคิด	33
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	
3.1 ประเภทของงานวิจัย	34
3.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	34
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	35
3.4 การทดสอบเครื่องมือ	36
3.5 วิธีการเก็บข้อมูล	39
3.6 วิธีการทางสถิติ	41



สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 บทวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 การสรุปข้อมูลทางประชากรศาสตร์	47
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน	50
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลอื่นๆ	57
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	59
5.2 อภิปรายผล	61
5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้	62
5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย	63
บรรณานุกรม	64
ภาคผนวก	66
ประวัติผู้เขียน	71
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

## สารบัญตาราง

### หน้า

ตารางที่ 1 : รูปแบบการดำเนินชีวิตโดยยึดหลักทฤษฎี AIOs	13
ตารางที่ 2 : การแบ่งประเภทรูปแบบการดำเนินชีวิต	13
ตารางที่ 3 : องค์ประกอบของทัศนคติ	21
ตารางที่ 3.1 : ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของแบบสอบถาม	36
ตารางที่ 3.2 : ตัวแปรระดับการวัดข้อมูลและเกณฑ์การแบ่งกลุ่มคำตอบ สำหรับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	37
ตารางที่ 3.3 : คำถามของแบบสอบถามส่วนที่ 2 (Part 1)	41
ตารางที่ 3.4 : คำถามของแบบสอบถามส่วนที่ 2 (Part 2)	43
ตารางที่ 3.5 : คำถามของแบบสอบถาม (การรับรู้ข่าวสาร)	44
ตารางที่ 3.6 : คำถามของแบบสอบถาม(ทัศนคติที่ส่งผลพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิก)	45
ตารางที่ 3.7 : คำถามของแบบสอบถาม (พฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิก)	47
ตารางที่ 4.1 : จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	49
ตารางที่ 4.2 : จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	50
ตารางที่ 4.3 : จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	50
ตารางที่ 4.4 : จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	51
ตารางที่ 4.5 : จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	51
ตารางที่ 4.6 : จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามสถานภาพทางครอบครัว	52
ตารางที่ 4.7 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิต	52
ตารางที่ 4.8 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลการรับรู้ข่าวสาร	54
ตารางที่ 4.9 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลทัศนคติ	55
ตารางที่ 5 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลพฤติกรรมการบริโภค	56
ตารางที่ 6.1 : สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	57
ตารางที่ 6.2 : สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	58

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1 : กระบวนการรับรู้	18
ภาพที่ 2 : องค์ประกอบของทัศนคติ	22
ภาพที่ 3 : รูปแบบพฤติกรรมการซื้อที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค	26
ภาพที่ 4 : ความสัมพันธ์ระหว่าง รูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้ข่าวสาร และทัศนคติ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี	33



## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา ระบบการผลิตสินค้าในอุตสาหกรรมอาหารล้วนได้รับอิทธิพลจากกระแสทุนนิยมและส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อวิถีชีวิตมนุษย์และสิ่งแวดล้อมจากเกษตรกร และกรรมวิธีอันมาจากการผลิต จนถึงการแจกจ่ายสินค้าถึงมือผู้บริโภค ล้วนมีอันตรายจากสารปนเปื้อนในหลายกระบวนการจนกลายเป็นเรื่องปกติและถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตไปแล้ว

เมื่อก้าวเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 ซึ่งเป็นยุคของข้อมูลข่าวสารผ่านเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัย ทำให้ผู้คนในยุคนี้ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ฉับไว รวมถึงข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในคุณภาพของอาหาร ทำให้ผู้คนในยุคนี้หันมาให้ความสนใจและเอาใจใส่ในคุณภาพอาหารและคุณภาพชีวิตมากขึ้น หลายคนหันมาตื่นตัวกับกระแสการบริโภคอาหารอินทรีย์ (Organic Food) โดยเฉพาะผู้บริโภคในแถบประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น กลุ่มประเทศยุโรป สหรัฐอเมริกา รวมถึงญี่ปุ่นด้วย ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกเป็นที่นิยมเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว อัตราการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกทั่วโลกเพิ่มขึ้นร้อยละ 20-30 ในสหรัฐอเมริกาเมื่อเปรียบเทียบกับยอดขายของผู้บริโภคในปี คริสต์ศักราช 1998 และปี คริสต์ศักราช 2011 แม้กระทั่งรัฐบาลไทยเองยังกำหนดให้เกษตรอินทรีย์เป็นวาระแห่งชาติ โดยตั้งเป้าหมายว่าไทยต้องมีพื้นที่สำหรับทำเกษตรอินทรีย์ให้ครอบคลุมพื้นที่ 85 ล้านไร่ จากพื้นที่เกษตรกรรมทั้งหมด 131 ล้านไร่ทั่วประเทศ จากการสำรวจของสหกรณ์กรีนเนท ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบเรื่องผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกในประเทศไทยพบว่า ในส่วนของประเภทสินค้า มีการวางจำหน่ายมากที่สุด 5 อันดับแรก คือ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากธัญพืช เครื่องดื่ม ผักสด เครื่องปรุงอาหาร และขนม โดยร้อยละ 58 ของสินค้าออร์แกนิกที่วางจำหน่ายเป็นสินค้าที่นำเข้ามาจากต่างประเทศที่เหลือผลิตภายในประเทศ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีแหล่งทรัพยากรที่สำคัญในการผลิตปัจจัยพื้นฐานของมนุษย์ เนื่องจากภูมิประเทศเหมาะในการประกอบอาชีพทางการเกษตร การปลูกพืชผักก็ถือเป็นส่วนหนึ่งของการเกษตร ซึ่งการที่จะทำให้พืชผักมีคุณภาพและปลอดภัยตามความต้องการของผู้บริโภค ต้องผ่านกรรมวิธีการปลูกที่ถูกต้องตามหลักการ แต่เดิมมีการใช้ยาฆ่าแมลง ซึ่งส่งผลอันตรายทั้งเกษตรกรและผู้บริโภค (กรมวิชาการเกษตร, 2551, หน้า 34) ซึ่งภาครัฐได้ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการปลูกผักปลอดภัย ทำให้ผู้บริโภคได้บริโภคผักที่สด สะอาด และปลอดภัยสารพิษ ปัจจุบันประชาชนส่วนใหญ่มักบริโภคพืช ผัก ที่สามารถหาซื้อได้ตามตลาดทั่วไป โดยเลือกความสด สวยงาม เป็นหลัก ซึ่งอาจจะมียาฆ่าแมลงตกค้าง สำหรับผักออร์แกนิกหรือผักปลอดภัยสารพิษนั้น เป็นผักที่ได้รับตรวจสอบแล้วว่าปราศจากเคมี ตามเกณฑ์ขององค์การอนามัยโลกและเกษตรแห่งชาติ (FAO Codes) (กรมส่งเสริม

การเกษตร, 2555) สาเหตุที่ความนิยมบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเป็นที่นิยมมากในปัจจุบัน เนื่องจากผู้บริโภคใส่ใจในการดูแลสุขภาพมากขึ้น โดยมุ่งเน้นอาหารที่ปลอดสารพิษ นอกจากนี้ทางกรมอนามัยได้ออกฉลากสำหรับกลุ่มสินค้าเกษตรปลอดสารพิษ มีการรณรงค์บริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพอย่างต่อเนื่อง กลุ่มผู้บริโภคจะอยู่ในระดับอายุกลางและระดับสูงเป็นหลัก สามารถศึกษาได้จากผลวิจัยของ (สมศิริ วัฒนสิน, 2550) ได้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของชาวกรุงเทพฯและปริมณฑล เป็นที่ยอมรับกันว่า “ผัก” มีประโยชน์ต่อร่างกาย ในระยะหลังนี้คนเราหันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น ซึ่งสิ่งที่ต้องระมัดระวังก็คือเรื่องของสารเคมีตกค้างในอาหารด้วย การเลือกรับประทานอาหารปลอดสารพิษ จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง แต่ทว่าราคาของพืชผักปลอดสารพิษจะมีราคาสูงกว่าพืชผักทั่วไป หลายคนก็ยังสับสนว่าจะยอมจ่ายแพงกว่าเพื่อให้ได้อาหารที่ปลอดภัยจากสารพิษนั้นจริงหรือไม่

ทั้งนี้ การเริ่มต้นธุรกิจอาหารออร์แกนิกสำหรับประเทศไทย ยังเป็นสิ่งที่ไม่แพร่หลายเท่าที่ควร จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับความต้องการและแนวโน้มในการบริโภคอาหารออร์แกนิก

ในปัจจุบันนี้ คนหันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น ทั้งเรื่องของการเลือกรับประทานอาหารสุขภาพ การออกกำลังกาย แต่เนื่องจากความเร่งรีบในปัจจุบัน ทำให้คนเลือกที่จะรับประทานอาหารสำเร็จรูป ซึ่งบางครั้งก็ไม่ได้รับสารอาหารครบตามหลักโภชนาการ อย่างไรก็ตามด้วยลักษณะการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป ความรีบเร่งของเวลา ทำให้ผู้บริโภคบางกลุ่มเริ่มใส่ใจสุขภาพโดยเฉพาะการบริโภคให้ได้รับสารอาหารครบถ้วน ปลอดภัยจากสารพิษต่างๆ ทั้งยาฆ่าแมลง ปุ๋ย รวมถึงสารเร่งการเจริญเติบโต ดังนั้นคนจึงให้ความสนใจเลือกรับประทานอาหารที่ปลอดสารพิษ ซึ่งหนึ่งในนั้นก็คือ ผักออร์แกนิก ปัจจุบันนี้การบริโภคอาหารที่ปราศจากสารเคมีหรืออาหารออร์แกนิก (Chen, 2009) ที่เพาะปลูกด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์ที่ใช้ปุ๋ยชีวภาพแทนการใช้สารเคมีกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก แต่เนื่องจากมีข้อจำกัดตรงที่อาหารออร์แกนิกราคาค่อนข้างสูงกว่าและหาซื้อได้ยากเมื่อเปรียบเทียบกับอาหารทั่วไป นอกจากนี้ผู้บริโภคยังขาดความรู้ที่แท้จริงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกอีกด้วย รวมถึงการมีทัศนคติที่แตกต่างกันในเรื่องสุขภาพยังส่งผลต่อการเลือกซื้ออาหารออร์แกนิกแตกต่างกัน

ปัจจุบันการศึกษาเกี่ยวกับอาหารออร์แกนิกยังมีอยู่น้อยมาก ดังนั้น ผู้ทำวิจัยจึงได้ทำการศึกษาเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้ข่าวสาร และทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักออร์แกนิก งานวิจัยนี้ได้เห็นความสำคัญต่อการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคผ่านการเรียนรู้พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อวิธีตัดสินใจเลือกซื้อผักออร์แกนิก เพื่อเป็นวิถีทางให้ผู้ที่เป็

เจ้าของธุรกิจออร์แกนิกนำไปปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและเหมาะสมกับผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม ผลิตภัณฑ์อาหารออร์แกนิกจึงเข้ามามีบทบาทและ ถือเป็นส่วนหนึ่ง สำหรับชีวิตประจำวันของผู้บริโภคที่เอาใจใส่ในสุขภาพ

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้คือ

1. เพื่อสำรวจรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิกของประชากรในเขตจังหวัดนนทบุรี
3. เพื่อศึกษาทัศนคติในด้านประโยชน์ที่จะได้รับจากการบริโภคที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี

### สมมติฐานการวิจัย

1. รูปแบบการดำเนินชีวิตส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี
2. การรับรู้ข่าวสารส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี
3. ทัศนคติในด้านประโยชน์ที่จะได้รับจากการบริโภคส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี

### ขอบเขตของการศึกษา

ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ใช้วิธีสำหรับการสำรวจด้วยแบบสอบถามที่ออกแบบขึ้นมาและได้กำหนดขอบเขตของงานวิจัยไว้ดังนี้คือ

1. ประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้ได้แก่ ประชากรทั้งหมดในเขตจังหวัดนนทบุรี จำนวน 1,156,271 คน (ศาลากลางจังหวัดนนทบุรี, 2557)
2. ตัวอย่างที่ใช้ศึกษาเลือกจากประชากร โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) และใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งจำนวนนี้ได้จากการใช้ตารางสำเร็จรูปของ Yamane (1967)
3. ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ประกอบด้วย

### ตัวแปรอิสระ คือ

1. รูปแบบการดำเนินชีวิต (ความสนใจเกี่ยวกับออร์แกนิก ความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคผักออร์แกนิก)
2. การรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคผักออร์แกนิก
3. ทักษะคติในเรื่องประโยชน์ที่จะได้รับจากการบริโภคผักออร์แกนิก

### ตัวแปรตาม คือ

1. พฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิก

### ประโยชน์ที่ได้จากการศึกษา

ผลจากการศึกษามีประโยชน์ต่อฝ่ายที่เกี่ยวข้องดังนี้ คือ

1. ผู้วิจัย เกษตรกร และผู้ประกอบการ สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนการดำเนินธุรกิจอาหารออร์แกนิก
2. ผู้ประกอบการ บริษัท ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจออร์แกนิกสามารถทราบถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อแนวโน้มการบริโภคผักออร์แกนิก
3. บริษัท ห้างร้าน ที่เกี่ยวกับธุรกิจออร์แกนิกสามารถทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับผักออร์แกนิกของผู้บริโภค กับแนวโน้มการบริโภค
4. เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีประโยชน์ สำหรับการอ้างอิงประกอบการวางแผนเชิงกลยุทธ์ และการตัดสินใจให้เหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน และสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

## นิยามศัพท์เฉพาะ

คำนิยามศัพท์เฉพาะในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่

**อาหารออร์แกนิก** หมายถึง ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติที่ปลูกโดยวิธีการเกษตร ที่ปลูกโดยวิธีเกษตรอินทรีย์ ซึ่งเป็นวิธีการปลูก ที่ควบคุมไม่ให้มีการปนเปื้อนของสารเคมีในทุกขั้นตอนการผลิต ดังนั้นผู้ผลิตจะต้องมีการเตรียมดินและน้ำเป็นเวลาหลายปี เพื่อไม่ให้มีสิ่งปนเปื้อนหลงเหลืออยู่เลย นอกจากนั้นยังต้องใช้ปุ๋ยที่ทำจากธรรมชาติ ไม่ใช่สารเคมีใดๆในการปลูก ผลิตภัณฑ์ ออร์แกนิกจะถูกควบคุมจนถึงขบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์โดยให้มีการเจือปนของสารเคมีน้อยที่สุดอีกด้วย

**ผักออร์แกนิก** หมายถึง ผักที่ผ่านกระบวนการปลูกซึ่งจะไม่ใช้สารสังเคราะห์ใดๆในการปลูก และเพาะเลี้ยง ผักจะเติบโตขึ้นมาด้วยธาตุอาหารจากธรรมชาติล้วนๆ โดยผักจะปลูกบนดินที่ปลอดสารเคมี ใช้ปุ๋ยหมักปุ๋ยคอกจากธรรมชาติ

**ผู้บริโภค** หมายถึง ประชากรทุกเพศ ทุกวัย ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตจังหวัดนนทบุรี

**พฤติกรรมการบริโภค** หมายถึง การกระทำหรือการแสดงเกี่ยวกับการบริโภคอาหาร การเลือกรับประทานอาหาร วิธีการรับประทานอาหาร และสุขอนามัยในการรับประทานอาหาร

**การเลือกรับประทานอาหาร** หมายถึง การปฏิบัติของนักศึกษาต่อการเลือกชนิดของอาหาร โดยการได้รับสารอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย ซึ่งรับประทานครบ 5 หมู่ หรือไม่ได้

**แนวโน้มการบริโภค** หมายถึง ภาวะที่ผู้บริโภคทำการซื้อ การใช้บริการ ซึ่งมีความน่าจะเป็นที่จะตอบสนองกับความต้องการ

**อาหารสุขภาพ** หมายถึง สิ่งใดก็ตามที่รับเข้าสู่ร่างกายแล้วก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสุขภาพทั้งทางร่างกายและจิตใจ (Darrall, 1999)

**ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารออร์แกนิก** หมายถึง ความรู้ความเข้าใจในเบื้องต้นของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรีเกี่ยวกับประโยชน์ของการบริโภคอาหารออร์แกนิก ซึ่งได้มาจากผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติที่ปลูกโดยวิธีการเกษตร ปลูกโดยวิธีเกษตรอินทรีย์ ซึ่งเป็นวิธีการปลูก ที่ควบคุมไม่ให้มีการปนเปื้อนของสารเคมีในทุกขั้นตอนการผลิต

**รูปแบบการดำเนินชีวิต** หมายถึง รูปแบบเฉพาะของกิจกรรมในแต่ละวัน ที่แสดงถึงความเป็นตัวของคนๆนั้น โดยที่รูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลจะเป็นลักษณะเฉพาะตัว (Identity) ที่ไม่มีใครเหมือน คนแต่ละคนจะเลือกทำในสิ่งที่แตกต่างจากคนอื่นๆ ซึ่งก็อาจจะมีใครคนอื่นๆทำในสิ่งเหล่านี้เหมือนกันก็เป็นได้ จึงมีคนจำนวนหนึ่งที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมือนกัน (Reimer, 1995, p. 130-136)

**เกษตรปลอดสารพิษ** หมายถึง ชื่อเรียกอย่างไม่เป็นทางการของระบบการเกษตรทั่วไปในประเทศไทย ที่มีการควบคุมการใช้สารเคมีการเกษตรให้เป็นไปตามหลักการที่เชื่อกันว่า ผลผลิตจะมี



ความปลอดภัยต่อการบริโภคโดยจะให้ความสำคัญกับการไม่ใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชที่มีการตกค้าง  
นาน และจะต้องเว้นระยะในการใช้สารเคมีการเกษตรก่อนการเก็บเกี่ยวผลผลิต

**เกษตรอินทรีย์** หมายถึง วิธีการเกษตรโดยที่ไม่พึ่งพาสารเคมีสังเคราะห์ แต่เป็นการใช้สาร  
ปราบศัตรูพืชจากธรรมชาติแทน โดยมีกระบวนการในการควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ทาง  
การเกษตรดังกล่าวด้วยอีกทั้งยังเป็นการเพาะปลูกโดยปราศจากสารเคมีในทุกขั้นตอน



## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บทนี้เป็นกรนำเสนอ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรของการศึกษา ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการสืบค้น จากเอกสารทางวิชาการและงานวิจัยจากแหล่งต่างๆ โดยแบ่งเนื้อหาของบทนี้เป็น 5 ส่วน คือ

1. ข้อมูลและความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับผักออร์แกนิก
  2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle)
  3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ข่าวสาร (Information Receiving)
  4. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ (Attitude)
  5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับตัวแปรเรื่อง พฤติกรรมการบริโภค (Consumer Behavior)
  6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องประกอบด้วยงานวิจัยที่เกี่ยวกับเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้ข่าวสาร และทัศนคติ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิก
- รายละเอียดในแต่ละข้อที่กล่าวมาข้างต้น มีดังนี้

#### 1. ข้อมูลและความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับผักออร์แกนิก

ผักออร์แกนิก หมายถึง ผักที่ปลูกโดยวิธีการเกษตร ที่ปลูกโดยวิธีเกษตรอินทรีย์ ซึ่งเป็นวิธีการปลูก ที่ควบคุมไม่ให้มีการปนเปื้อนของสารเคมีในทุกขั้นตอนการผลิต ดังนั้นผู้ผลิตจะต้องมีการเตรียมดินและน้ำเป็นเวลาหลายปี เพื่อไม่ให้มีสิ่งปนเปื้อนหลงเหลืออยู่เลย ดินที่ใช้ในการทำเกษตร ต้องเป็นดินที่ดี ดินที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยแร่ธาตุ สารอาหาร ดินดีคือดินที่สามารถอุ้มน้ำได้ดี ระบายน้ำได้ดี มีจุลินทรีย์ที่มีประโยชน์อยู่ในดินมาก ส่วนน้ำจะไม่ใช้น้ำจากแหล่งแม่น้ำลำคลอง เนื่องจาก น้ำจากแม่น้ำลำคลองทั่วไป ปนเปื้อนไปด้วยสารเคมีมากมาย เป็นสารตกค้างที่ถูกปล่อยมาจากการใช้น้ำตามบ้านเรือนต่างๆ จากน้ำเสียจากโรงงานทั่วไป จึงใช้น้ำที่ขุดลึกเอง ส่วนมากมีความลึกประมาณ 150 เมตร ซึ่งถือว่าเป็นน้ำที่สะอาดใสอย่างมาก สามารถนำมาเป็นน้ำดื่มได้

นอกจากนั้นยังต้องใช้ปุ๋ยที่ทำจากธรรมชาติ ไม่ใช่สารเคมีใดๆในการปลูก โดยผักออร์แกนิก จะถูกควบคุมจนถึงกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์โดยให้มีการเจือปนของสารเคมีน้อยที่สุดอีกด้วย โดยจะมีวิธีการตีกลบหญ้าที่ขึ้นมาบนแปลง เรียกว่า โรตารีไถกลบไปกับดิน การทำเช่นนี้ จะได้ปุ๋ยพืชสดไปในตัวมันเอง ถือว่าจะช่วยบำรุงให้ดินดีอย่างมากด้วย “ออร์แกนิก” (Organic) หรือ “เกษตรอินทรีย์” เป็นมาตรฐานอย่างหนึ่งของการผลิตอาหาร โดยทุกขั้นตอนของการผลิตจะไม่ใช้ปุ๋ยเคมีและยาฆ่าแมลงจะไร้สารปนเปื้อนที่เกิดจากโรงงานอุตสาหกรรมหรือมนุษย์ ไม่ผ่านการฉายรังสีและไม่

เพิ่มเติมสิ่งปรุงแต่งลงใน โดยนอกจากนี้แล้วอาหารออร์แกนิกในหลาย ๆ ประเทศจะไม่เน้นรวมอาหารที่ผ่านการตัดแปลงพันธุกรรม

ออร์แกนิก เกิดจากระบบนิเวศที่สมดุล ส่งผลให้เกิดความสมดุล กับสิ่งมีชีวิตในระบบนิเวศ ไม่ว่าจะเป็นพืช แมลง จุลินทรีย์ และสิ่งมีชีวิตอื่นๆ รวมทั้งแร่ธาตุต่างๆ ทั้งดิน น้ำ อากาศ เมื่อคนเราได้บริโภค หรือใช้ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากวัตถุดิบที่มีความสมบูรณ์เหล่านี้แล้ว จะทำให้กลไกทำงานในร่างกายของเราเป็นไปอย่างสมบูรณ์ แม้ว่าทั้งอาหารและผลิตภัณฑ์อุปโภค บริโภคออร์แกนิก จะมีราคาที่สูง แต่ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผักออร์แกนิก อยู่บนพื้นฐานของการใส่ใจเพื่อสุขภาพที่ดี และการปรับสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ให้กับธรรมชาติ ออร์แกนิก จึงน่าจะเป็นคำตอบที่ลงตัวสำหรับผู้ใส่ใจในสุขภาพ สำหรับประเทศที่มีพื้นที่เกษตรอินทรีย์มากที่สุด คือ ออสเตรเลีย อาร์เจนตินา และจีน ซึ่งออสเตรเลีย และอาร์เจนตินา ยังคงครองอันดับประเทศที่มีพื้นที่เกษตรอินทรีย์มากที่สุดของโลกที่มี พื้นที่การผลิตกว่า 33 ล้านไร่ (The World of Organic Agriculture: Statistics & Emerging Trends, 2013) สำหรับตลาด จากการศึกษาของ Organic Monitor ซึ่งเป็นหน่วยงานวิจัยเรื่องตลาดเกษตรอินทรีย์โลก ได้ประเมินตลาดเกษตรอินทรีย์ในปี 2554 ว่า มีมูลค่าราว 63,000 ล้านดอลลาร์ โดยสหรัฐอเมริกามีตลาดออร์แกนิกที่ใหญ่ที่สุด รองลงมาคือ เยอรมัน และฝรั่งเศส แต่ประเทศที่มีสัดส่วนการซื้อสินค้าออร์แกนิกต่อประชากรสูงสุดคือ สวิสเซอร์แลนด์ เดนมาร์ค และลักเซมเบิร์ก

โดยความหมายของ “เกษตรอินทรีย์”(Organic) ที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางเป็นคำนิยามของสหพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ (International Federation of Organic Agriculture Movements – IFOAM) ซึ่งเป็นเครือข่ายขององค์กรด้านเกษตรอินทรีย์ระหว่างประเทศที่มีสมาชิกกว้างขวางที่สุดในโลก ได้สรุปความหมายหรือนิยามของเกษตรอินทรีย์ไว้ว่า “เกษตรอินทรีย์ คือ ระบบการผลิตที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนของสุขภาพดิน ระบบนิเวศ และผู้คน เกษตรอินทรีย์พึ่งพาอาศัยกระบวนการทางนิเวศวิทยา ความหลากหลายทางชีวภาพ และวงจรธรรมชาติที่มีลักษณะเฉพาะของแต่ละพื้นที่ แทนที่จะใช้ปัจจัยการผลิตที่มีผลกระทบทางลบ เกษตรอินทรีย์ผสมผสานองค์ความรู้พื้นบ้าน นวัตกรรม และความรู้ทางวิทยาศาสตร์ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และส่งเสริมความสัมพันธ์ที่เป็นธรรม และคุณภาพชีวิตที่ดีของทุกคนและสิ่งมีชีวิตต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง”

แนวคิดพื้นฐานของเกษตรอินทรีย์ (Organic) คือ การทำเกษตรแบบองค์รวม ซึ่งแตกต่างอย่างมากจากระบบเกษตรแผนใหม่ที่มุ่งเน้นการใช้ปัจจัยการผลิตต่างๆ เพื่อเพิ่มผลผลิตที่ปลูก ซึ่งเป็นแนวคิดแบบแยกส่วน เพราะให้ความสนใจเฉพาะแต่ผลผลิตของพืชหลักที่ปลูก โดยไม่ได้คำนึงถึงผลกระทบต่อทรัพยากรการเกษตร สำหรับเกษตรอินทรีย์หรือออร์แกนิกนั้น เป็นการเกษตรแบบองค์รวม โดยจะมุ่งเน้นไปที่การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศการเกษตร จากเหตุผลดังกล่าวนี้ เกษตรอินทรีย์จึงปฏิเสธการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชและปุ๋ยเคมี เนื่องจากสารเคมีเหล่านี้กระทบกับ

ระบบนิเวศ นอกจากนี้แล้ว เกษตรอินทรีย์ยังให้ความสำคัญกับการสร้างสมดุลของวงจรของธาตุอาหาร การประหยัดพลังงาน การอนุรักษ์ระบบนิเวศการเกษตร และการฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพ ซึ่งถือได้ว่าเกษตรอินทรีย์เป็นการบริหารจัดการฟาร์มเชิงบวก และการจัดการเชิงบวกนี้เองที่ทำให้เกษตรอินทรีย์แตกต่างอย่างสำคัญจากการทำเกษตรที่ไม่ใช้สารเคมีแบบปล่อยปะละเลย (โดยมักอ้างว่า เป็นการเกษตรตามแบบธรรมชาติ) หรือเกษตรปลอดสารเคมีและเกษตรไร้สารพิษที่เป็นที่นิยมในบ้านเรามาหลายปี

เนื่องจากเกษตรอินทรีย์หรือออร์แกนิก เป็นการทำการเกษตรที่ให้ความสำคัญกับการทำฟาร์มเชิงสร้างสรรค์ ดังนั้นเกษตรกรที่หันมาทำเกษตรอินทรีย์จึงจำเป็นต้องพัฒนาการเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติและกระบวนการจัดการฟาร์มของตนเพิ่มขึ้นด้วย ดังนั้นสิ่งที่เกษตรกรจะได้เรียนรู้ก็คือ แนวทางการเกษตรที่ตั้งอยู่บนกระบวนการ เพราะเกษตรกรต้องสังเกต ศึกษา วิเคราะห์ และสรุปบทเรียนเกี่ยวกับการทำการเกษตรของฟาร์มตนเอง ซึ่งจะมีเงื่อนไขทั้งทางกายภาพ (เช่น ลักษณะของดิน ภูมิอากาศ และภูมินิเวศ) รวมถึงเศรษฐกิจ-สังคมที่แตกต่างจากพื้นที่อื่น เพื่อคัดสรรและพัฒนาแนวทางเกษตรอินทรีย์ที่เฉพาะและเหมาะสมกับฟาร์มของตัวเองอย่างแท้จริง นอกจากนี้ เกษตรอินทรีย์ยังให้ความสำคัญกับเกษตรกรผู้ผลิตและชุมชนท้องถิ่น เกษตรอินทรีย์มุ่งหวังที่จะสร้างความมั่นคงในการทำการเกษตรสำหรับเกษตรกร ตลอดจนอนุรักษ์และฟื้นฟูวิถีชีวิตของชุมชนเกษตรกรรม วิธีการผลิตของเกษตรอินทรีย์เป็นวิธีการผลิตที่เกษตรกรต้องอ่อนน้อมและ เรียนรู้ในการดัดแปลงการผลิตของตนให้เข้ากับวิถีธรรมชาติ อาศัยกลไกธรรมชาติเพื่อทำการเกษตร ดังนั้นวิธีการผลิตเกษตรอินทรีย์จึงเป็นวิถีแห่งการเคารพและพึ่งพิงธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกลมกลืนกับวิถีชีวิตของชุมชนเกษตรพื้นบ้านของสังคมไทย โดยกระบวนการการเกษตรอินทรีย์ได้มีการพัฒนามาตรฐานการผลิตและระบบการตรวจสอบรับรอง ที่สร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคได้ว่า ทุกขั้นตอนของการผลิต เป็นการจัดการที่ใส่ใจดูแลสภาพแวดล้อม ตลอดจนรักษาคุณภาพของผลผลิตให้เป็นธรรมชาติเดิมมากที่สุด

จากแนวคิดหลักพื้นฐานของเกษตรอินทรีย์ หรือ ออร์แกนิก ที่มุ่งเน้นการทำการเกษตรที่อนุรักษ์และฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม แนวทางปฏิบัติของเกษตรอินทรีย์จึงเน้นการผลิตความสอดคล้องกับวิถีธรรมชาติ โดยการประยุกต์ปรับใช้กลไกนิเวศธรรมชาติสำหรับการทำเกษตร ที่สำคัญได้แก่ การหมุนเวียนธาตุอาหาร การสร้างความอุดมสมบูรณ์ของดิน ความสัมพันธ์แบบสมดุลของสิ่งมีชีวิตที่หลากหลาย และการอนุรักษ์และฟื้นฟูนิเวศการเกษตร โดยหลักการสำคัญ 4 ข้อของเกษตรอินทรีย์ คือ สุขภาพ นิเวศวิทยา ความเป็นธรรม และการดูแลเอาใจใส่ (Health, Ecology, Fairness and Care)

1. ด้านสุขภาพ (Health) เกษตรอินทรีย์ควรจะต้องส่งเสริมและสร้างความยั่งยืนให้กับสุขภาพอย่างเป็นองค์รวมของดิน พืช สัตว์ มนุษย์ และโลก

2. ด้านนิเวศวิทยา (Ecology) เกษตรอินทรีย์ควรจะต้องยึดหลักอยู่บนพื้นฐานของระบบนิเวศวิทยาและ วัฏจักรแห่งธรรมชาติ การผลิตการเกษตรจะต้องสอดคล้องกับวิถีแห่งธรรมชาติ จะช่วยทำให้ระบบและวัฏจักรธรรมชาติเติบโตและยั่งยืนมากขึ้น

3. ด้านความเป็นธรรม (Fairness) เกษตรอินทรีย์ควรจะต้องอยู่บนความสัมพันธ์ที่มีความเป็นธรรมระหว่างสิ่งแวดล้อมโดยรวมและสิ่งมีชีวิต

4. ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Care) การบริหารจัดการเกษตรอินทรีย์ควรจะต้องดำเนินการอย่างระมัดระวังและรับผิดชอบ เพื่อปกป้องสุขภาพและความเป็นอยู่ของผู้คนทั้งในปัจจุบันและอนาคต รวมทั้งดูแลสภาพแวดล้อมโดยรวมให้ถูกต้องตามหลักสุขอนามัยในการจัดการบริหารด้านออร์แกนิก

แม้ว่าตลาดเกษตรอินทรีย์จัดว่าเป็นตลาดใหม่สำหรับเกษตรกรไทย แต่ด้วยแนวโน้มของตลาดที่ขยายและเติบโตขึ้นเป็นลำดับอย่างต่อเนื่องในทุกๆประเทศทั่วโลก จากการที่ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้ามากขึ้น ผู้คนส่วนใหญ่หันมาใส่ใจในสุขภาพ ดูแลสุขภาพตนเอง ดังคำกล่าวที่ว่า “การไม่มีโรค เป็นลาภอันประเสริฐ” ในขณะที่ผู้ผลิตมีจำนวนจำกัด จะยังคงผลิตสินค้าแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้านที่มีค่าแรงถูกกว่าไม่ว่าจะเป็น พม่า อินเดียน มาเลเซีย นั้นการปรับเปลี่ยนมาผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ ย่อมจะทำให้ไทยมีโอกาสส่งออกได้เพิ่มขึ้น ประกอบกับไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมที่มีความได้เปรียบทั้งทางด้านภูมิศาสตร์และ ภูมิอากาศ การปรับเปลี่ยนมาผลิตสินค้าเกษตรสำคัญ จึงย่อมมีโอกาสที่จะพัฒนาศักยภาพให้เป็นผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่สำคัญแห่งหนึ่งของ โลกได้ แต่ความสำเร็จจะเกิดขึ้นได้เพียงใดนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่รัฐบาลจะต้องให้การสนับสนุนอย่างจริงจัง เช่น การสร้างความเข้าใจและความรู้ให้แก่เกษตรกร การให้บริการตรวจสอบรับรองมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับจากต่างประเทศ เป็นต้น จึงนับได้ว่าเกษตรอินทรีย์เป็นทางเลือกใหม่ของเกษตรกรไทย ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าเกษตรและอาหารของประเทศ ในขณะที่เดียวกันจะช่วยเสริมให้โครงการอาหารสะอาด ปลอดภัย (Food Safety) ของรัฐบาลประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น และมีผลต่อเนื่องในด้านคุณภาพชีวิตของเกษตรกรจากรายได้ที่เพิ่มขึ้น อีกทั้งเกิดผลดีกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติอีกด้วย (วัลย์เงิน มหาคุณ, 2549) สำหรับอาหารออร์แกนิก หรือ อาหารเกษตรอินทรีย์ คือ อาหารที่ผ่านการผลิตทางการเกษตรที่ไม่ใช้ปุ๋ยเคมี สารเคมี รวมทั้งเมล็ดพันธุ์ที่ไม่ตัดต่อทางพันธุกรรม หรือ วัตถุสังเคราะห์ใดๆ ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะป็นปุ๋ยวิทยาศาสตร์ รวมถึงสารเคมีกำจัดวัชพืช โดยจะต้องมีการเตรียมหน้าดินก่อนการปลูกโดยวิธีธรรมชาติ คือ ต้องทำให้ปลอดสารพิษไม่น้อยกว่า 3 ปี ทุกขั้นตอนการปลูกและการแปรรูปจะอยู่ภายใต้มาตรฐานที่ผ่านการตรวจสอบจากหน่วยงานต่างๆ นอกจากนี้ปัจจัยการผลิตอาหารต้องมีการอนุรักษ์ดินและแหล่งน้ำโดยวิธีการที่ยั่งยืนและปลอดภัย นับได้ว่าเป็นพืชผักที่โตมาแบบธรรมชาติ ดังนั้นผลผลิตที่ได้จึงเป็นผลผลิตที่มาจากธรรมชาติตามธรรมชาติอย่างแท้จริง มีรสชาติดี มีวิตามินและเกลือแร่ครบถ้วน โดยหลักการสำคัญของการเกษตรแบบออร์แกนิก คือ ต้องปลอดสารพิษในทุกขั้นตอน โดยการปลูกนั้นจะต้องใช้ความอุดมสมบูรณ์ของดินที่

ปลอดภัยเป็นตัวเลือกที่สำคัญ รวมทั้งหลีกเลี่ยงการใช้สารเคมี การใช้ฮอร์โมนเร่งการเจริญเติบโต และการตัดต่อพันธุกรรมต่างๆ ที่สำคัญ เน้นให้ผลผลิตต่างๆ ออกตามฤดูกาลเท่านั้น ทั้งนี้เกษตรกรออร์แกนิกต้องทำงานหนักในทุกขั้นตอนของการเพาะปลูก รวมทั้งอาศัยความรักและการทุ่มเท แรงกายพร้อมระบบการจัดการที่ดีเพื่อให้ได้ผลผลิตคุณภาพเยี่ยม (สุรียา สิริภัทรไพศาล, 2550)

ดังนั้น ผู้บริโภคจึงควรใส่ใจพิจารณาเลือกซื้อผักที่ปลอดภัย มีตราสัญลักษณ์รับรองมาตรฐานต่างๆ เช่นผักปลอดภัยรับรองคุณภาพโดยสำนักงานเกษตรอินทรีย์ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ของออร์แกนิกนั้นจะถูกแบ่งออกเป็นประเภทต่างๆ ตามสัดส่วนของวัตถุดิบและส่วนผสมซึ่งเกิดจากการเพาะปลูกด้วยกระบวนการออร์แกนิก นับตั้งแต่ 75-100 เปอร์เซ็นต์ โดยการควบคุมและตรวจสอบมาตรฐานขององค์กรออร์แกนิกที่ได้รับการยอมรับ จึงเป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ราคาของผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกนั้นมีราคาสูงกว่า ผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน เพราะต้นทุนการผลิตที่สูงและข้อจำกัดในการควบคุมคุณภาพ จึงไม่สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ที่เป็นออร์แกนิกได้ในปริมาณมากเช่นเดียวกับการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมในสังคมปัจจุบัน ดังนั้นการรับประทานอาหารออร์แกนิก นอกจากจะเป็นอาหารที่ช่วยต้านทานโรคต่างๆ เช่นมะเร็ง ความดันโลหิตสูง ภูมิแพ้ รวมถึงลดความเสี่ยงของโรคหัวใจและโรคหลอดเลือดสมองแล้ว ยังทำให้ร่างกายได้รับสารอาหารในปริมาณที่ครบถ้วนตามความต้องการของร่างกายสูงกว่าอาหารทั่วไป เนื่องจากคุณค่าของอาหารยังคงความสมบูรณ์ ถึงแม้ว่าผลิตภัณฑ์ที่เป็นออร์แกนิกจะมีราคาค่อนข้างสูงก็ตาม แต่หากการตัดสินใจของคุณอยู่บนพื้นฐานของการสร้างสุขภาพที่ดี และการคืนสภาพแวดล้อมที่สมบูรณ์ให้กับธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกจึงสามารถตอบโจทย์ความต้องการของคนเหล่านี้ได้

## 2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle Pattern)

รูปแบบการดำเนินชีวิต เป็นหลักเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการทำวิจัย เนื่องจากรูปแบบการดำเนินชีวิตสามารถแสดงถึงลักษณะของผู้บริโภคและอธิบายลักษณะพฤติกรรมต่าง ๆ ที่ครบถ้วนและถูกต้องกว่าหลักเกณฑ์การแบ่งกลุ่มตลาดในเรื่องประชากร

รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) หมายถึง วงจรของมนุษย์ที่ดำรงอยู่ในปัจจุบัน โดยรวมถึงการใช้ชีวิต ใช้จ่ายเงิน ใช้เวลาอย่างมีความสุขกับครอบครัว โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตมีหลากหลาย ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ผ่านมาในอดีต (Englelet al, 1995 อ้างใน พิรุณ สุวรรณชัย, 2550)

รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง การดำรงชีวิตของมนุษย์โดยจะอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม จะมีกฎเกณฑ์แน่นอนในการปฏิบัติตน โดยในแต่ละกลุ่มของสังคม จะมีลักษณะพฤติกรรมของบุคคลที่คล้ายๆกัน โดยจะยึดถือแบบแผนของการบริโภค ซึ่งเราเรียกว่า แบบของการใช้ชีวิต (วิจารณ์ พาณิช, 2550, หน้า 225)

รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตจะสามารถพิจารณาได้จากการใช้เวลาในการทำกิจกรรม โดยให้ความสำคัญกับสิ่งต่างๆรอบตัว (สุมาลี เหลืองดำรงกิจ, 2553)

รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง สิ่งที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ ค่านิยม และ มุมมอง ของแต่ละบุคคล ดังนั้นรูปแบบการดำเนินชีวิต จึงมีความหมายในเชิงของตัวตน และใช้ในการสร้างสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่ประกอบกับอัตลักษณ์ของบุคคล (สุวิมล นราองอาจ, 2554, หน้า 25)

รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง วิธีชีวิตเป็นอุปนิสัยในการดำเนินชีวิตจนเป็นกิจวัตรประจำวันของแต่ละบุคคล โดยมีผลกระทบทางบวกหรือทางลบต่อบุคคลนั้น (Shulth,1984 อ้างถึงใน จูรีพร คงเฉลิม, 2551, หน้า 10)

รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง การที่บุคคลแสดงออกถึงพฤติกรรมการดำเนินชีวิตซึ่งบุคคลนั้นได้เลือกแล้วซึ่งอาจมีผลกระทบ ต่อสุขภาพร่างกายของคนนั้นในด้านดีหรือไม่ดีก็ได้ (Kulbok; Earls and Montgomery, 1988 อ้างถึงใน จูรีพร คงเฉลิม, 2551, หน้า 10)

รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง พฤติกรรมการใช้ชีวิตซึ่งปรากฏออกมอย่างต่อเนื่อง ดังนี้ (สุปัญญา ไชยชาญ, 2550, หน้า 132-133)

1. ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographics)
2. กิจกรรมต่างๆ (Activities)
3. ความสนใจ (Interest)
4. ความคิดเห็น (Opinion)

ต่อไปนี้เป็นแบบอย่างของการใช้ชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน สามารถแบ่งได้ดังนี้ (สุปัญญา ไชยชาญ, 2550)

1. ช่วงเวลาของชีวิต (Lifetime) รูปแบบการใช้ชีวิตของคนในปัจจุบันรีบเร่งมากขึ้นกว่าแต่ก่อน โดยผู้ผลิตต้องผลิตสินค้าเพื่อให้ตอบรับกับความปรารถนาของลูกค้าในขณะนั้น นอกจากนี้แบบแผนของการดำเนินชีวิตของผู้คนในปัจจุบันยังเกี่ยวข้องกับความตั้งใจในการซื้อสินค้าชนิดนั้น

2. การพักผ่อน (Resting) ปัจจุบันคนไทยมีเวลาในการพักผ่อนมากขึ้น โดยมักทำกิจกรรมเพื่อนการผ่อนคลาย ไม่ว่าจะเป็น ดนตรี กิจกรรมนันทนาการ เป็นต้น โดย B.E. Bryant ได้ทำการแบ่งประเภทของการใช้ชีวิตได้หลายประเภท กล่าวสรุปได้ดังนี้

- 2.1 ใส่ใจในสุขภาพ เลือกรับประทานอาหารคุณภาพดี และมีประโยชน์ต่อร่างกาย
- 2.2 ดูแลเอาใจใส่รูปร่างของตนเอง เพื่อให้รูปร่างสมส่วน
- 2.3 เข้าหาธรรมชาติมากขึ้น โดยการทำกิจกรรมนันทนาการนอกบ้าน

### ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิต

ทฤษฎี AIOs (Activities Interest and Opinions) เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคใช้เวลาในการทำกิจกรรมมากน้อยเพียงใด ความคิดเห็นที่มีต่อสภาพแวดล้อมรวมถึงข้อมูลทั่วไป เช่น อายุ รายได้ สถานภาพ เป็นต้น ต่อไปนี้จะแสดงถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยยึดถือทฤษฎี AIOs ตารางที่ 1: แสดงรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยยึดถือทฤษฎี AIOs

ความคิดเห็น	กิจกรรม	ลักษณะประชากร	ความสนใจ
การเมือง	เหตุการณ์ทางสังคม	อายุ	งาน
การพักผ่อนหย่อนใจ	นันทนาการ	ดำเนินธุรกิจ	อาชีพ
การใช้สอย	สื่อต่างๆ	เศรษฐกิจ	ขนาดครอบครัว

ที่มา : ประพล เปรมทองสุข. (2555). *รูปแบบการดำเนินชีวิตโดยยึดทฤษฎี AIOs*. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สถาบันวิจัยสแตนด์ฟอร์ด ได้แบ่งประเภทของพฤติกรรมทั่วไปในการที่จะซื้อสินค้า มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา 2 สิ่งคือ

**1. เกณฑ์ตามแนวนอน (Horizontal Criteria)** ซึ่งเกี่ยวข้องกับหลักพื้นฐานทั่วไปของผู้บริโภค ดังนี้

- 1.1 ผู้บริโภคที่ยึดมั่นในสถานะ เช่น ผู้ที่ใส่ใจในการกระทำ และความคิดเห็นของผู้อื่นที่มีต่อตัวเองเป็นสำคัญ
- 1.2 ผู้บริโภคยึดมั่นในการกระทำ เช่น ผู้ที่ต้องการเปิดรับสิ่งใหม่ๆ ผู้บริโภคเหล่านี้จะเป็นผู้ที่ก่อให้เกิดการซื้อสินค้า

**2. เกณฑ์ตามแนวตั้ง (Vertical Dimension)** โดยจะพิจารณาจากทรัพยากรของผู้บริโภค เป็นเกณฑ์ คือ ระดับทรัพยากรที่มีค่าน้อยที่สุด กับระดับทรัพยากรที่มีค่ามากที่สุด สามารถแสดงเป็นแผนภาพได้ดังนี้

ตารางที่ 2: แสดงการแบ่งประเภทรูปแบบการดำเนินชีวิต

ผู้ที่มีชีวิตสมบูรณ์	สมหวังตามปรารถนา	มีรายได้ค่อนข้างสูง
ผู้ที่สมหวังในชีวิต	สมหวังตามปรารถนา	มีรายได้ค่อนข้างสูง
ผู้ที่อนุรักษ์นิยม	มุ่งมั่นพยายาม	มีรายได้ปานกลาง
ผู้มีความพยายาม	ดิ้นรน ปรับปรุง	มีรายได้น้อย
ผู้ประสบความสำเร็จ	ดิ้นรน	มีรายได้น้อย

ที่มา : Blackwell, Miniard and Engel. (2008). *Lifestyle Pattern*. USA : Prentice Hall.



- 2.1 กลุ่มผู้มีชีวิตที่สมบูรณ์ (Completed life) ส่วนมากมีการศึกษาดี มีเหตุผล สามารถรับผิดชอบงานได้เป็นอย่างดี
- 2.2 กลุ่มผู้สมหวังในชีวิต (Hopeful person) เป็นกลุ่มที่ประสบความสำเร็จในชีวิต มีรายได้ค่อนข้างสูง โดยจะแสดงออกถึงรสนิยมของแต่ละบุคคลว่าชื่นชอบสิ่งใดเป็นพิเศษ
- 2.3 กลุ่มผู้นับรักรัศนิยม (Believers) มีรายได้ปานกลางไม่มากนัก ยึดถือหลักการ โดยถูกปลูกฝังในเรื่องจริยธรรม นิยมผลิตภัณฑท์ที่ผลิตขึ้นในประเทศ โดยเป้าหมายของชีวิตจะเน้นที่ครอบครัว ตนเอง รวมถึงส่วนรวมหมายถึงประเทศของเรา
- 2.4 กลุ่มผู้มีความพยายาม (Strivers) แนวคิดต่างๆจะคล้ายกับของพวกกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จ แต่ สินค้าที่มีจุดเด่นเฉพาะตัวจะดึงดูดคนกลุ่มนี้เป็นอย่างมาก เนื่องจากชอบอะไรที่ไม่เหมือนคนอื่น
- 2.5 กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จ (Achievers) มีรายได้อยู่ในเกณฑ์สูง มีความก้าวหน้า ในหน้าที่การงานของตน ความพึงพอใจส่วนมากขึ้นอยู่กับงานและครอบครัว ถือภาพลักษณ์ตนเองเป็นสิ่งสำคัญ มีความตระหนักในศักดิ์ศรีของตนเอง

### 3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ข่าวสาร (Information Exposure)

การสื่อสารนั้นนับได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับการดำเนินชีวิตของมนุษย์ นอกเหนือจากปัจจัยสี่แล้ว ถึงแม้ว่าการสื่อสารจะไม่ได้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับเช่นเดียวกับปัจจัยสี่ แต่การที่จะให้ได้มาซึ่งปัจจัยสี่เหล่านั้น ย่อมต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมืออย่างแน่นอน มนุษย์ต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรมใดต่างๆ โดยทั่วไปแล้วการสื่อสารเป็นพื้นฐานของการติดต่อของสังคม ถ้าสังคมมีความซับซ้อนมาก และประกอบด้วยคนจำนวนมากขึ้นเท่าใดการสื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญมากขึ้นเท่านั้น บางครั้งอาจสับสน ไม่เข้าใจอย่างถ่องแท้ ดังนั้น จึงต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องชี้ทางสำหรับการแก้ไขปัญหา ดังกล่าว (อิริศรา รุ่งแสง, 2555)

การรับรู้ข่าวสารเป็นการเปิดโอกาสเพื่อการเรียนรู้ โดยจะนำไปสู่ทัศนคติ และความเชื่อ ซึ่งจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ ดังนั้น ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมแนวความคิดเกี่ยวกับการรับรู้ต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

#### นิยามของการรับรู้

การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่เกิดภายในตัวของแต่ละบุคคล โดยการสัมผัส การได้ยิน การรู้สึก การได้กลิ่น สิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบๆตัวเรา (กัญญา สุวรรณแสง, 2551 อ้างถึงใน บัณฑิต ผนัวัฒนา, 2550 หน้า 7)

การรับรู้ หมายถึง การแสดงออกถึงความรู้ โดยมีการกระตุ้น ทำให้เกิดการตอบสนองของร่างกายกับสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นสิ่งเร้า (ณัฐศรุต นนทธี, 2553)

แคลปเปอร์ (Klapper, 2009, p.22) ได้อธิบายว่ากระบวนการรับรู้ข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องใช้กรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วย 4 วิธีของกระบวนการกรอง ดังนี้

1. การเปิดรับข่าวสาร เป็นขั้นตอนแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสาร โดยจะมีการเลือกเปิดรับข่าวสาร นอกจากนี้ทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของคนเรานั้นก็ย่อมแตกต่างกัน บางคนถนัดที่จะอ่านมากกว่าที่จะฟัง เป็นต้น
2. การพิจารณาให้ความสนใจ ผู้คนที่รับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดที่สนใจก็ได้ ส่วนมากแล้วมักเลือกตามความสนใจของตน เพื่อตอบสนองต่อความคิดดั้งเดิมของตน
3. การเลือกวิเคราะห์ข่าวสาร เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็จะต้องพิจารณาวิเคราะห์ถึงคุณภาพของข้อมูลข่าวสารนั้นๆ ว่าดีมากน้อยเพียงใด
4. การเลือกจดจำ โดยปกติแล้วมนุษย์จะพิจารณาที่จะจดจำข่าวสารที่มีความสนใจเป็นพิเศษ และมักจะ ไม่เห็นด้วยกับเรื่องที่ตรงข้ามกับแนวความคิดของตนเอง

โดยกระบวนการเลือกรับข่าวสารจะเปรียบเสมือนเครื่องกรอง การรับรู้ข่าวสารของมนุษย์มี 3 ขั้นตอน ดังนี้ (ชานันต์ รัตนโชติ, 2552, หน้า 11)

1. การเลือกเปิดรับ หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง ทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกรับข่าวสารนี้มีการศึกษาวิจัยกันอย่างกว้างขวาง และพบว่า การที่จะเลือกรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับสิ่งต่างๆหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นทัศนคติที่มีมาแต่ก่อน กล่าวคือ บุคคลมักจะค้นหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกรู้สึกนึกคิดเดิมของตนเอง นอกจากนี้ทัศนคติเดิมในอดีตที่เป็นตัวกำหนดในการเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ยังมีปัจจัยทางด้านสังคม เช่น สภาพจิตใจ ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม (เช่น ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้)
2. การเลือกรับรู้หรือตีความ เป็นกระบวนการกลั่นกรองในขั้นตอนต่อมา เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งจะทำการวิเคราะห์และพิจารณาตีความตามประสบการณ์ที่ตนเองเคยได้รับมาในอดีต เป็นต้น
3. กระบวนการเลือกจดจำ เกี่ยวข้องกับการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะที่ตนเองให้ความสนใจ ความต้องการ สำหรับทัศนคติที่ตนเองมีความเห็นขัดแย้งนั้นก็จะไม่สนใจ ดังนั้นการสื่อสารโดยทั่วไปอาจจะไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร

โดยปกติแล้วการเลือกสรรข่าวสารของบุคคลเป็นสิ่งที่อธิบายถึงพฤติกรรมกรรมการสื่อสารของแต่ละบุคคลว่าความแตกต่างกันทางสภาพส่วนบุคคลรวมถึงสภาพจิตใจมีผลต่อการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร โดยมีกระบวนการเลือกสรรที่แตกต่างกันออกไป



1.2 ด้านกายภาพ หมายถึง อวัยวะสัมผัสของร่างกาย เช่น หู ตา เป็นต้น

2. ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา มี 2 ประเภท คือ

2.1 ความรู้เดิม เราจะสามารถตอบสนองได้อย่างทันที เนื่องจากคุ้นเคยกับสิ่งเหล่านี้มาก่อนในอดีต

2.2 สิ่งกระตุ้น เกี่ยวกับคุณสมบัติซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่ทำให้การรับรู้เกิดการคลาดเคลื่อน เช่น ความต่อเนื่องของสิ่งเร้า ความเหมือนหรือความต่าง รวมถึงลักษณะสภาพของการรับรู้ เป็นต้น

แต่อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าบุคคลจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน โดยทั่วไปแล้ว มีวัตถุประสงค์ในการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกัน และมีความต้องการในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันนั้น แต่โดยทั่วไปแล้วบุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารอยู่ 3 ลักษณะ (ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์, 2552) คือ

1. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลผู้ที่นำข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อระหว่างบุคคล ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใดเกิดการยอมรับสารนั้น ควรที่จะใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร โดยสื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์เป็นอย่างมากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับสารมีความมั่นใจ โดยสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ (เปรมมิกา ปลาสุวรรณ, 2550, หน้า 8)

1.1 การติดต่อโดยตรง เป็นการสื่อสารเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยตรง โดยไม่ผ่านคนกลาง

1.2 การติดต่อโดยกลุ่ม (Group Contact of Community Public) เป็นการติดต่อสื่อสารที่มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน

2. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อ โดยผู้รับสารมีความคาดหวังว่า การบริโภคข่าวสารจากสื่อจะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและความคิดส่วนบุคคล เนื่องจากแต่ละคนมีจุดมุ่งหมายที่แตกต่างกันออกไป

3. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ เกี่ยวข้องกับสื่อที่ถูกผลิตขึ้นมา โดยมีเนื้อหาที่เฉพาะเจาะจงและมีเป้าหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม (เกศินี จุฑาวิจิตร, 2550, หน้า 142) เช่น แผ่นพับ คู่มือ นิทรรศการ เป็นต้น ดังนั้นผู้รับสารจะได้รับข้อมูลข่าวสารหรือความรู้เฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งเป็นกรณีพิเศษ

**การเปิดรับสื่อจากมวลชน** (สุกัญญา บุรณเดชาชัย, มหาวิทยาลัยบูรพา, 2550, หน้า 47-48)

ในปัจจุบันการรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ ทำได้อย่างรวดเร็ว โดยมีความสำคัญกับทุกๆภาคส่วน เราสามารถจำแนกประเภทของสื่อได้ 2 ประเภท ดังนี้

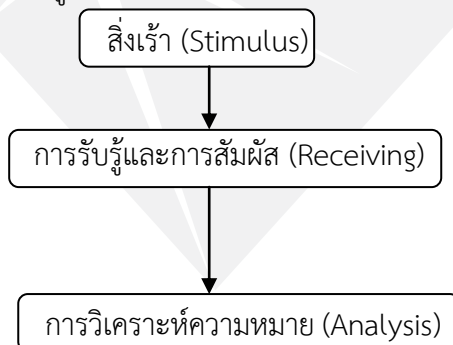
1. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Media) เป็นสื่อที่ประชาชนสามารถเข้าถึงได้ง่ายมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็น โทรทัศน์ วิทยุ และ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น
2. สื่อสิ่งพิมพ์ (Printed Media) เป็นสื่อที่ถ่ายทอดข้อมูลต่างๆลงบนกระดาษ เช่น หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ เป็นต้น

### กระบวนการรับรู้ข่าวสาร (Information Procedures)

บัณฑิต เผ่าวัฒนา (2550, หน้า 10) กล่าวว่า กระบวนการรับรู้ ประกอบด้วย

1. การแปลความหมาย สิ่งสำคัญในการแปลความหมายได้ถูกต้องแม่นยำนั้น คือ การสังเกต การพิจารณา ความสนใจ ความตั้งใจ และคุณภาพของจิตในขณะนั้น
2. อาการสัมผัส หมายถึง อวัยวะสัมผัสกับสิ่งกระตุ้น เข้ากระตุ้นกับอวัยวะที่รับสัมผัส เพื่อให้มนุษย์ได้รับรู้ถึงสภาพแวดล้อมที่อยู่รอบตัว
3. ประสบการณ์เดิม เช่น ความรู้ ความเข้าใจ และการกระทำของผู้รับรู้ในอดีตที่จะต้องประกอบด้วยความถูกต้อง ความแม่นยำ ความแน่นอน รวมทั้งมีปริมาณข้อมูลที่มากพอ สามารถแสดงเป็นแผนภาพได้ดังนี้

ภาพที่ 1: แสดงกระบวนการรับรู้



ที่มา: บัณฑิต เผ่าวัฒนา.(2550).

ดังนั้นสามารถกล่าวได้ว่า การรับรู้ถือว่าเป็นกระบวนการแปลความหมายจากการสัมผัสการรับรู้ของแต่ละบุคคลนั้นแตกต่างกันต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่าง และปัจจัยที่สำคัญ คือ ความสนใจต่อสิ่งเร้าซึ่งมีผลต่อการเลือกรับรู้ นอกจากนี้การจะรับรู้ได้ดีมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของบุคคล เช่น อวัยวะรับสัมผัส และประสบการณ์ที่ผ่านมากกระบวนการรับรู้

#### 4. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ (Attitude)

ทัศนคติ (Attitude) เป็นความรู้สึกทางใจที่มีต่อสิ่งใด ๆ ของบุคคลซึ่งมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อพฤติกรรมของบุคคล โดยมีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินชีวิตในทุกๆด้านของสังคม โดยหนังสือบางเล่มอาจใช้คำว่า “เจตคติ” แทนคำว่าทัศนคติ ซึ่งหมายถึง ท่าที หรือความรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (บุญธรรม กิจปริดาบริสุทธ์, 2552, หน้า 12-14) ยังมีนักวิชาการอีกหลายท่านได้ให้ความหมายของคำว่า “ทัศนคติ” ไว้ เช่น

ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึก และความคิดเห็นที่บุคคลมีต่อสิ่งของ บุคคล สถานการณ์ สถาบัน และข้อเสนอดังกล่าว ในทางที่จะยอมรับ หรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้านพฤติกรรมในทางเดียวกัน (ปิยะนุช เงินคล้าย, 2550, หน้า 75)

ทัศนคติ หมายถึง ความเชื่อซึ่งมนุษย์เรียนรู้มาเกี่ยวกับบางสิ่งบางอย่าง โดยเป็นการรวมตัวของความเชื่อซึ่งเป็นสิ่งที่ถาวร ชี้ให้เห็นว่าทัศนคตินั้นเป็นสิ่งที่รวมตัวกันจากความเชื่อเป็นกลุ่มจนกระทั่งมีความยั่งยืนและเป็นระบบ (สุวัชรีย์ เดชาธอมร, 2554, หน้า 14)

ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกอันเนื่องกันที่จะมีปฏิกิริยาเห็นด้วย ไม่เห็นด้วยหรือนิ่งเฉยต่อสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม (Martin Fishlein อ้างถึงใน ดารณี พานทอง พาลสุข, 2551, หน้า 40)

ทัศนคติ หมายถึง เครื่องมือควบคุมการกระทำของบุคคล โดยพฤติกรรมส่วนมากถูกควบคุมโดยทัศนคติของเขา (อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท, 2550, หน้า 40)

ทัศนคติ เป็นความเชื่อและความรู้สึกที่ทนทาน และได้รับการจัดระเบียบ ซึ่งมักเป็นตัวผลักดันให้เรากระทำไปในทิศทางนั้น ๆ ทัศนคติจึงมีองค์ประกอบทั้งด้านความคิด อารมณ์ และการกระทำ (ยงยุทธ วงศ์ภิรมย์ศาน, 2551, หน้า 165)

ทัศนคติ หมายถึง สภาวะความพร้อมทางจิตและประสาทที่จะโต้ตอบได้ เกิดจากประสบการณ์ซึ่งจะเป็นแรงที่จะกำหนดทิศทาง หรือมีผลในการเปลี่ยนแปลงของการสนองตอบของบุคคลต่อสิ่งต่าง ๆ บุคคล หรือสถานการณ์ (นงลักษณ์ บุญเสรีฐ, 2554, หน้า 28)

ทัศนคติ หมายถึง การรวบรวมเกี่ยวกับความรู้สึกนึกคิด ความเห็น ความเชื่อ และความจริง ซึ่งอาจจะเป็นการประเมินที่เกี่ยวข้องกัน และมีแนวโน้มจะก่อให้เกิดพฤติกรรมชนิดใดชนิดหนึ่งในขั้นต่อไป (นพมาศ ธีรเวคิน, 2552, หน้า 118)

ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกทางใจของแต่ละบุคคล ซึ่งเป็นผลมาจากการเรียนรู้ ประสบการณ์ ความนึกคิด และความเชื่อของแต่ละบุคคล ความรู้สึกทางใจของแต่ละบุคคลในเรื่องราวใด ๆ จะมีระดับที่แตกต่างกันออกไปตั้งแต่ระดับที่เป็นความชอบหรือไม่ชอบ ระดับที่เป็นประสบการณ์ที่ได้รับจนถึงระดับที่เป็นการนำไปปฏิบัติ ทัศนคติของบุคคลจึงเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลเกิดและพฤติกรรมไปในแนวทางใดแนวทางหนึ่ง (พงศัสม์ ศรีสมทรัพย์, 2550, หน้า 75)

ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกที่ส่งผลสิ่งต่างๆ เนื่องมาจากประสบการณ์ ที่จะเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมา อาจจะเป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือขัดแย้งก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระเบียบวิธีของสังคมและกระบวนการของสังคมด้วยเช่นกัน ซึ่งทัศนคติเหล่านี้จะปรากฏให้เห็นได้อย่างชัดเจน ถ้าหากเป็นสิ่งเร้าที่เกิดขึ้นจากสังคมโดยรวม (ณชพัฒน์ อัครวิชชนันท์, 2554, หน้า 8)

ทัศนคติว่า หมายถึง ความคิดเห็นซึ่งมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบ และพร้อมจะมีปฏิกิริยาเฉพาะต่อสถานการณ์ภายนอก (ประภาเพ็ญ สุวรรณ, 2550, หน้า 6)

ธงชัย สันติวงษ์ (2550, หน้า 185) ได้อธิบายว่า ทัศนคติ หมายถึง สิ่งที่เราทำการอธิบายด้วยวิธีการอ้างอิงถึงสิ่งที่อยู่ในความนึกคิดของผู้บริโภคที่เป็นเหตุทำให้มีผลกระทบต่อแบบของพฤติกรรมที่แสดงออก

จากนิยามข้างต้น สามารถสรุปความหมายของทัศนคติโดยรวมได้ดังนี้

1. ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ภายหลังจากประสบพบเจอเหตุการณ์ที่ผ่านมาในอดีต สามารถแบ่งเป็น ความรู้สึกแง่บวก เช่น ความพึงพอใจ และความรู้สึกแง่ลบ เป็นการแสดงออกซึ่งไม่พอใจ ไม่
2. ความรู้สึกของบุคคลด้านพฤติกรรม สามารถแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ พฤติกรรมภายนอก เป็นพฤติกรรมที่มองเห็นได้ด้วยสายตา และพฤติกรรมภายในเป็นพฤติกรรมที่สังเกตไม่ได้ ชอบหรือไม่ชอบก็ไม่แสดงออก หรือความรู้สึกที่เป็นกลาง

### ประเภทของทัศนคติ

โดยทั่วไปแล้ว เราสามารถแบ่งทัศนคติที่มนุษย์แสดงออกมาได้ 3 ประเภท ดังนี้ (เกษสุตา เข้มแข็ง, 2550)

1. ทัศนคติเชิงบวก เป็นการแสดงออกมาในด้านดีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เกิดจากการเข้าร่วมปรึกษาหารือกัน ทำให้ได้มาซึ่งคุณประโยชน์ร่วมกัน
2. ทัศนคติเชิงลบ เป็นการแสดงออกเรื่องที่ค่อนข้างเสื่อมเสีย เกลียดชัง ต่อบุคคลหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
3. ทัศนคติเชิงเป็นกลาง กล่าวคือ ไม่แสดงความคิดเห็นต่อเรื่องราวหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

### คุณลักษณะของทัศนคติ

ธงชัย สันติวงษ์ (2550) ได้สรุปคุณลักษณะของทัศนคติไว้ดังนี้

1. ทัศนคติไม่ใช่สิ่งที่มีมาแต่กำเนิด แต่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นมาจากการเรียนรู้ ทัศนคติจะเกิดขึ้นมาหลังประเมินสิ่งที่เกี่ยวข้อง แสดงว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้

2. ทัศนคติจะมีอ้างอิงถึงตัวบุคคลและสิ่งของเสมอ สิ่งที่ใช้อ้างอิงเพื่อก่อให้เกิดทัศนคติอาจจะ เป็นบุคคล สิ่งของ เรื่องราวทางสังคม รวมถึงความคิดต่างๆ

### องค์ประกอบของทัศนคติ (Components of attitudes)

1. การแบ่งองค์ประกอบของทัศนคติ ตามการแบ่งของ เฮนรี (Henry, 1995, หน้า 267) และ ฌักพ็แต็ง อัสวรัชชานนท์ (2554, หน้า 8) ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

1.1 ด้านความคิดและความเชื่อ (Cognitive Component) เกี่ยวข้องกับความรู้อ และความเข้าใจ เช่น การรับรู้ถึงตราสินค้า เป็นต้น

1.2 ด้านความรู้สึก (Feeling Component) เกี่ยวข้องกับความรู้สึกที่มีต่อสิ่งๆ หนึ่ง เช่น ความชอบ ความรัก ความเกลียดชัง

1.3 ด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) เกี่ยวข้องกับแนวโน้มในการ กระทำหรือการแสดงออก และความพร้อมที่จะแสดงออกมา

2. การแบ่งองค์ประกอบของทัศนคติ ตามการแบ่งของ จอห์น (Johns, 1996, p.131 – 133) และ นางลักษณ์ บุญเสรีฐ (2554, หน้า11) สามารถแบ่งได้ดังนี้

2.1 ด้านอารมณ์และความรู้สึก (Emotion & Feeling) เป็นผลลัพธ์ของการ เรียนรู้ที่ได้จากพ่อแม่ ครู รวมถึงเพื่อน เป็นทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ

2.2 ด้านความนึกคิด (Thinking) เกี่ยวข้องกับการรับรู้ โดยมีที่มาจาก กระบวนการทางความคิดที่ใช้เหตุผลเป็นหลัก โดยจะผ่านการประมวลของบุคคลนั้นแล้ว

2.3 ด้านพฤติกรรม (Behavior) เป็นทัศนคติที่ตั้งใจที่จะกระทำต่อคนอื่นด้วย วิธีการโดยเฉพาะ เช่น การแสดงความเป็นมิตร โดยแนวโน้มของพฤติกรรมเป็นผลมาจากความคิด ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งๆนั้น สามารถสรุปได้ว่า สิ่งเร้าเป็นสิ่งกระตุ้นที่ก่อให้เกิดทัศนคติต่อสิ่ง ต่าง ๆ แล้วก่อให้เกิดการตอบสนอง โดยองค์ประกอบทั้งสามด้านของทัศนคติสามารถแสดงเป็นตาราง ได้ดังนี้

ตารางที่ 3: แสดงองค์ประกอบของทัศนคติ

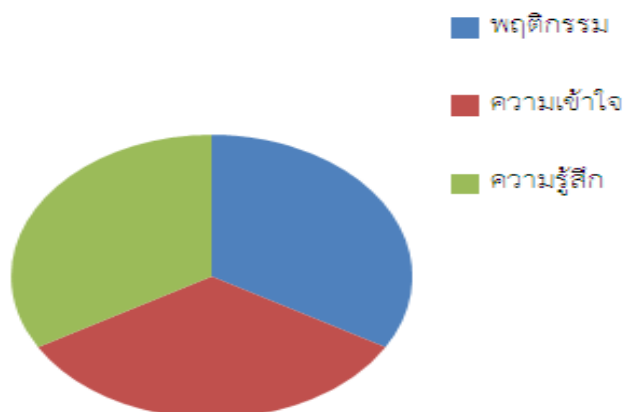
สิ่งกระตุ้น	ทัศนคติ	ผลลัพธ์
เทคโนโลยี	ความรู้สึก	การแสดงออก
เงินเดือน	ความคิด	เชื่อ/ไม่เชื่อ
ผลประโยชน์ตอบแทน	พฤติกรรม	การแสดงออก

ที่มา : สิริอร วิชชาวุธ. (2550). *องค์ประกอบของทัศนคติ*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.



นอกจากนี้สามารถแสดงองค์ประกอบของทัศนคติ  
and Kanuk (2008 : 210) ดังแผนภาพได้ดังนี้  
ภาพที่ 2: แสดงองค์ประกอบของทัศนคติ

3 ประการ โดยอ้างอิงจาก Schiffman



ที่มา : Schiffman, L. G. and Kanuk, L. L. (2008). *Consumer behavior*  
(7<sup>th</sup> ed.). New Jersey: Prentice Hall.

**การเกิดขึ้นของทัศนคติ** (วารุณี จินศร, 2554)

ทัศนคติเกิดขึ้นเนื่องมาจากหลายปัจจัย ดังนี้

1. ปัจจัยทางร่างกาย (Physical Factor) โดยทัศนคติจะก่อตัวขึ้นเมื่อบุคคลต้องการตอบสนองความปรารถนาของตน
2. การรับข้อมูลข่าวสาร (Information) โดยทัศนคติจะมีพื้นฐานมาจากลักษณะ ประเภทของข้อมูลที่แต่ละคนได้รับมา ทำให้เกิดการวิเคราะห์ซึ่งส่งผลก่อให้เกิดทัศนคติขึ้นมา
3. ประสบการณ์ (Experience) เป็นสิ่งหนึ่งที่สำคัญที่จะทำให้บุคคลประเมินผลลัพธ์ในสิ่งที่เขาได้รับมาจนก่อให้เกิดเป็นทัศนคติได้
4. สิ่งที่น่าประหลาด (Appearance) เป็นปัจจัยทางอ้อมที่ก่อให้เกิดทัศนคติ
5. การรวมกลุ่ม (Group) บางครั้งทัศนคติอาจเกิดจากปัจจัยทางตรงและทางอ้อม เช่น กลุ่มเพื่อนที่ทำงาน ครอบครัวยุ โดยกลุ่มเหล่านี้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน ทำให้ทัศนคติสามารถก่อตัวขึ้นมาได้
6. ลักษณะท่าทาง (Personality) ตัวอย่างเช่น การพูดจา การวางตัว รวมถึงบุคลิกภาพ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยทางอ้อมที่สามารถทำให้ทัศนคติก่อตัวขึ้นได้

### การสร้างทัศนคติและค่านิยม (นงนุช โกสีย์รัตน์, 2553)

ทัศนคติของมนุษย์นั้นเป็นสิ่งที่ค่อนข้างซับซ้อน อาจเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า สังคมประกิต โดยกระบวนการสังคมประกิตหรือกระบวนการอบรมสั่งสอนนั้นมีจุดมุ่งหมาย คือ สอนให้มนุษย์ยอมรับทัศนคติและค่านิยมที่ถูกต้อง เหมาะสมกับสังคมและเป็นประโยชน์ต่อผู้รับ โดยทั่วไปแล้วมนุษย์เราสามารถรับทัศนคติได้ 3 วิธี คือ การติดต่อโดยตรง (Direct contact) การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้ทัศนคตินั้น ๆ (Relationship) และวิธีสุดท้ายคือ การรับทัศนคติและค่านิยมลึกซึ้งโดยเกิดขึ้นภายในครอบครัว

### ทฤษฎีการวัดทัศนคติ (Attitude Measurement Theory)

การวัดทัศนคติเป็นเรื่องที่กระทำได้ค่อนข้างยากพอสมควร บางครั้งก็ไม่สามารถวัดได้ แต่ก็มีนักวิชาการบางท่านค้นพบวิธีวัดทัศนคติ โดยการสร้างเครื่องมือวัดขึ้นมาที่เรียกว่า Scale ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับการวัดทัศนคติไว้คร่าวๆดังนี้

สุบิน สุยะรัช (2550) ได้กล่าวว่า ถ้าผู้ที่ต้องการวัดทัศนคติมีความเข้าใจในนิยาม ขอบเขตองค์ประกอบ รวมถึงคุณลักษณะของทัศนคติอย่างแท้จริงแล้วก็จะสามารถทำการประเมินผลของทัศนคติได้ ซึ่งในบางบุคคลยังไม่เข้าใจระหว่างคำว่า ทัศนคติ และ ความเชื่อ ซึ่งทั้งสองคำนี้มีความหมายที่แตกต่างกัน

สุวัชรีย์ เดชาอมร (อ้างถึงใน นงลักษณ์ บุญเสริม, 2554, หน้า 14) ;ว่าทัศนคติมีแนวโน้มที่จะยั่งยืนและคงเดิมในอีกหลายชั่วอายุคน บางครั้งมีความคิดเห็นที่ขัดแย้งกัน เช่น การรับประทานอาหารสุกๆดิบ ของคนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นต้น จึงสามารถสรุปได้ว่า ทัศนคติคือสิ่งที่เรารับมา มีส่วนทำให้เกิดพฤติกรรม ส่วนค่านิยมนั้น เป็นเพียงส่วนหนึ่งของทัศนคติเท่านั้น

## 5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการวิเคราะห์ข้อมูลของการซื้อ การใช้ สืบค้น วิเคราะห์ ประเมินผล รวมถึงพิจารณาเลือกใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งคาดว่าจะเกิดขึ้นตามความต้องการของมนุษย์ (Schiffman & Kanuk, 2008, p.10)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการ รวมไปถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อนและมีส่วนในการตัดสินใจให้เกิดขึ้น (ชูชัย สมितिไกร, 2553 อ้างถึงใน คอลแลท และแบลคเวล ,1968)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคเกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้า กล่าวคือ พฤติกรรมของผู้บริโภคมีผลต่อแผนกลยุทธ์ที่ใช้ในเพื่อตลาดของกิจการ และ

ส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดทางการตลาดที่ว่า การทำให้ลูกค้าพึงพอใจต้องศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อจัดสิ่งกระตุ้นหรือกลยุทธ์การตลาดเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภค (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2552, หน้า 136)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระทำหรือแสวงหา เกี่ยวข้องการจัดหาหรือการตัดสินใจในการเลือกตัดสินใจ ซื้อ การใช้ การวิเคราะห์ ประเมิน และการจับจ่ายใช้สอยซึ่งสินค้าหรือบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการหรือความพึงพอใจ (กาญจนา ปลั่งอ่อน, 2551, หน้า 10)

พฤติกรรมบริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่แต่ละบุคคลแสดงออกมาในการสรรหา เลือกซื้อ วิเคราะห์และประเมินผล รวมถึงการจัดการกับสินค้าและบริการซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการที่เขาปรารถนา (กนกวรรณ ตั้งจินตวิวัฒน์, ธีรนนท์ กงเย็น และอนุกุล รัตน์พันธ์, 2550)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคล โดยไม่นับสิ่งทีแสดงปรากฏออกมาภายนอกเท่านั้น แต่ยังรวมถึงสิ่งที่อยู่ในใจของบุคคลซึ่งเราไม่สามารถสังเกตได้โดยตรง เช่น ทศนคติ ที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ คุณภาพ (Quality) ความเชื่อในเรื่องต่างๆ (Belief) รวมถึงสภาพจิตใจด้วยซึ่งเป็นลักษณะของบุคลิกภาพซึ่งเป็นต้นเหตุของการเกิดพฤติกรรม (ณชพัทธ์ อัครรัชชานันท์, 2554, หน้า 9)

การศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการวิจัยค้นคว้าเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภค ว่าต้องการอย่างไร โดยผลลัพธ์ที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถนำกลยุทธ์ทางการตลาดมาประยุกต์ใช้เพื่อสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม (อุมาพร โยธาศรี, 2551, หน้า 33)

โดยคำถามที่ช่วยในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H ประกอบไปด้วย WHO?

WHAT? WHY? WHO? WHEN? WHERE? และ HOW? เพื่อค้นหาคำตอบทั้ง 7 ข้อดังนี้ (จิราพา วงศ์ธิดา, 2551)

1. กลุ่มเป้าหมายคือใคร (Who?) เป็นคำถามที่ต้องการทราบลักษณะของกลุ่มเป้าหมายที่บริโภคอาหารออร์แกนิก ซึ่งเกี่ยวข้องกับด้านประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมในการเลือกซื้อ
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What?) เป็นคำถามเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการได้รับจากผลิตภัณฑ์ซึ่งเกี่ยวกับหลักเกณฑ์หรือประโยชน์ที่จะได้รับที่มีจากอาหารออร์แกนิก
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why?) เป็นคำถามที่ต้องการทราบวัตถุประสงค์ของการซื้อของผู้บริโภคว่าจะซื้อเพื่ออะไร เช่น ต้องการดูแลสุขภาพของตนเอง บริโภคตามเพื่อน เป็นต้น
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who?) เป็นคำถามที่ต้องการทราบว่าใครมีบทบาท ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ เช่น ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ ผู้ใช้ เป็นต้น
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When?) ช่วงเวลาในการซื้อ

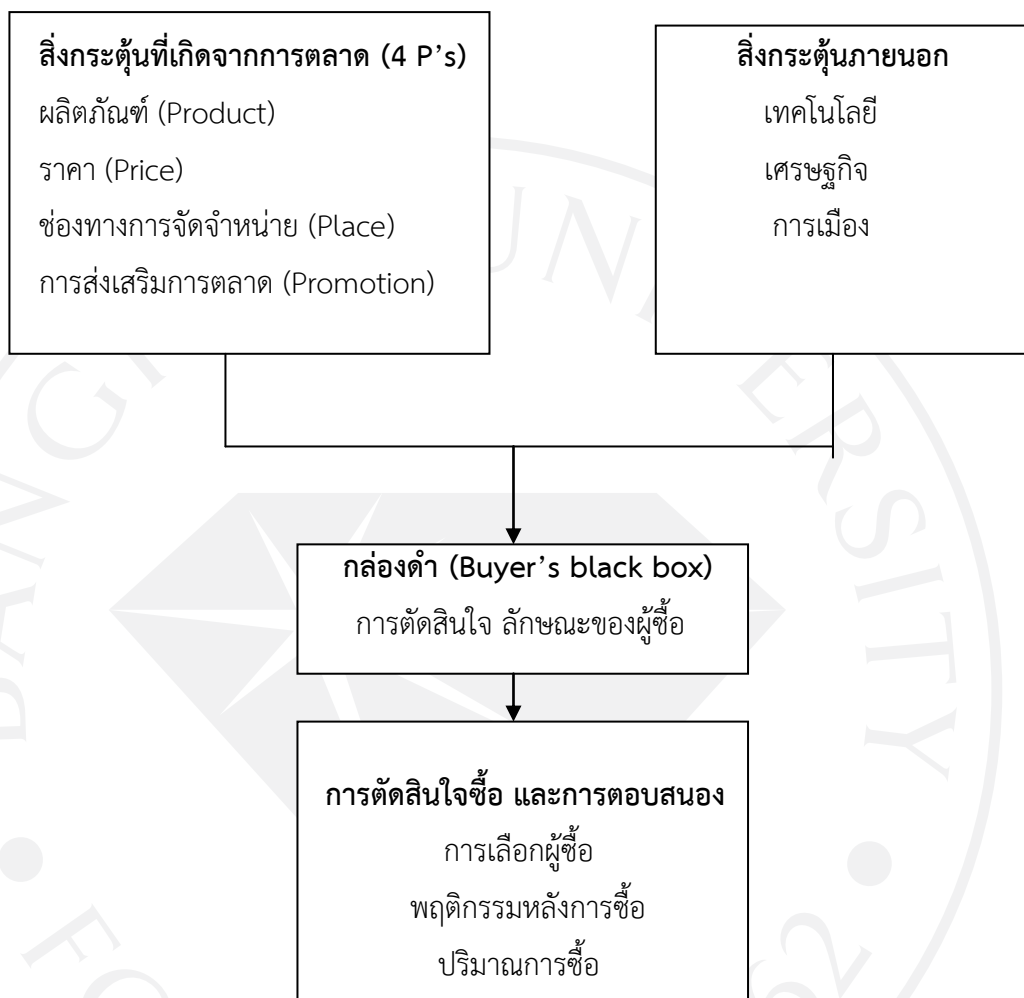
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where?) สถานที่จำหน่ายสินค้า เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าสะดวกซื้อ เป็นต้น

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How?) ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อประกอบด้วย การ การค้นคว้าหาข้อมูลของสินค้า ความพอใจของลูกค้า ภายหลังจากการที่เขาซื้อสินค้าไปแล้ว เป็นต้น

### โมเดลของพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model)

เป็นการศึกษาถึงสาเหตุที่ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อ โดยเริ่มแรกผู้บริโภคจะได้รับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ซึ่งสิ่งกระตุ้นนี้จะส่งผลไปยังความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) โดยที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่อาจคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ ตามลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจซื้อ (Loudon & Bitta, 2008, และนนุช โกสิยรัตน์, 2553) จนมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) ก่อให้เกิด ตอบสนองและวิธีตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's response and Buyer's purchase decision)

ภาพที่ 3: รูปแบบพฤติกรรมการณ์การซื้อที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการณ์การซื้อของผู้บริโภค



ที่มา : ณชพัฒน์ อัครวิชชนันท์.(2554). *พฤติกรรมการณ์การบริโภค*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์.

Kotler, P.(1997). *Marketing Management* (9<sup>th</sup> ed.). London: Prentice Hall.

จากภาพที่ 3 ทำให้ทราบว่าจุดเริ่มต้นเกิดจากสิ่งกระตุ้นภายใน และภายนอก (Inside and outside Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อน แล้วก่อให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนั้นภาพนี้จึงอาจเรียกว่า S-R Theory โดยจะเป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงพฤติกรรมการณ์ของผู้บริโภคที่มีสาเหตุมาจากด้านจิตวิทยาโดยมีเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการบริโภคผลิตภัณฑ์ (Schiffman & Kanuk, 2008, p. 547) รายละเอียดของแผนภาพโมเดลพฤติกรรมการณ์ผู้บริโภคมีดังนี้

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) แบ่งออกเป็นสิ่งกระตุ้นที่เกิดขึ้นเองจากภายในร่างกายและสิ่งกระตุ้นจากภายนอก โดยนักการตลาดให้ความสำคัญกับสิ่งกระตุ้นภายนอก ซึ่งมี 2 ส่วนคือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่สามารถควบคุมและจำเป็นต้องจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (4 P's) ประกอบด้วย

1.1.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) เกี่ยวข้องกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามดึงดูดใจผู้ซื้อ

1.1.2 ราคา (Price) เกี่ยวข้องกับการกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์

1.1.3 ช่องทางการจำหน่าย (Distribution Channel) เกี่ยวข้องการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ครอบคลุมเพื่อที่จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างทั่วถึง

1.1.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การมอบส่วนลด แคมเปญของรวมถึงการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า หรือกล่าวโดยรวม คือ การ ลด แลก แจก แถม

1.2 สิ่งกระตุ้นภายนอก (Outside Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กรซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่

1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น สภาพเศรษฐกิจ

1.2.2 เทคโนโลยี (Technology)

1.2.3 กฎหมายและการเมือง (Law and Political)

1.2.4 วัฒนธรรม (Cultural)

1.2.5 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's Characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา

1.3 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer Decision Process) ประกอบด้วยขั้นตอนการรับรู้ความต้องการ (ปัญหา) การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อที่เปรียบเสมือนกล่องดำ (Black Box) โดยทั่วไปแล้วผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบถึงสิ่งนี้ได้ จึงต้องพยายามค้นหา ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

3. การตอบสนอง (Buyer's Response) การตอบสนองหรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หรือผู้ซื้อ ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

3.1 การเลือกผู้ซื้อ เช่น ผู้บริโภคจะเลือกห้างสรรพสินค้าหรืออาจจะเป็นร้านสะดวกซื้อ

3.2 พฤติกรรมการซื้อ เช่น ผู้บริโภคจะเลือกเวลา เข้า กลางวัน หรือเย็น ในการซื้อน้ำส้มเข้มข้น

3.3 ปริมาณการซื้อ เช่น ผู้บริโภคจะเลือกกว่าจะซื้อเป็นจำนวนเท่าใด

จากภาพที่ 3 สามารถสรุปได้ว่าเมื่อมีสิ่งเร้ามากระตุ้นกลองดำ ทำให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมการแสดงออก 2 ประเภท ดังนี้ (วารุณี จินศร, 2554, หน้า 12)

1. พฤติกรรมภายนอก (Outside Behavior) เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกมาให้เห็นชัดเจน ว่าจะไปทำอะไร ทำทางต่างๆ โดยขึ้นอยู่กับท่าทางของมนุษย์รวมถึงระบบประสาทและสมองในการสั่งการให้เกิดขึ้นหรือหยุด โดยเป็นการวัดความปรารถนาอยากได้ของลูกค้าเพื่อให้เหมาะสมและตรงตามเป้าหมายมากที่สุด

2. พฤติกรรมภายใน (Inside Behavior) เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายในร่างกายของมนุษย์ ตัวอย่างเช่น การทำงานของอวัยวะต่างๆในร่างกาย การทำงานของระบบประสาท เป็นต้น

**ปัจจัยที่ส่งผลก่อให้เกิดพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ได้แก่** (อริศรา รุ่งแสง, 2555, หน้า 19)

1. วัฒนธรรม โดยวัฒนธรรมจะเป็นตัวกำหนดและควบคุม บังคับ พฤติกรรมของมนุษย์ได้ สามารถแบ่งได้ดังนี้ วัฒนธรรมทั่วไป (Basic Culture) และวัฒนธรรมกลุ่มย่อย (Subculture)
2. สังคม (Social Factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตประจำวัน
3. ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น อาชีพ วิถีชีวิตของครอบครัว อาชีพ รายได้ การศึกษา อาจรวมถึงรูปแบบการใช้ชีวิตด้วย
4. ด้านจิตวิทยา เป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าออร์แกนิก ประกอบด้วย การรับรู้ ทักษะคติ ความเชื่อ เป็นต้น

**กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค** (วารุณี จินศร, 2554, หน้า 13)

โดยทั่วไปแล้ว พฤติกรรมของมนุษย์จะมีลักษณะคล้ายกัน 3 ประการดังนี้

1. พฤติกรรมเกิดมาจากสิ่งจูงใจ ตัวอย่างเช่นหากมีผู้โน้มน้าวว่าสินค้านี้ดีอย่างไร มนุษย์ก็ย่อมที่จะมีจิตใจโน้มเอียงได้

2. พฤติกรรมเกิดขึ้นจากเป้าหมายที่วางไว้ มนุษย์ย่อมกระทำการสิ่งต่างๆที่ตอบสนองความต้องการของตนเอง ทั้งนี้เพื่อต้องการให้สำเร็จตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของตนเอง

3. พฤติกรรมล้วนมีสาเหตุและที่มา ตัวอย่างเช่น เห็นโฆษณาอาหาร เราจึงมีความต้องการซื้อมารับประทาน ดังนั้นพฤติกรรมจึงเกิดขึ้นมา

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Anandan, Prasanna (2008) ได้ศึกษาถึงผลกระทบของรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีต่อความภักดีต่อตราสินค้า (Loyalty) กรณีศึกษาหนังสือพิมพ์ฉบับภาษาอังกฤษ 3 ตราสินค้าเนื่องด้วยอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์อินเดียมีอัตราการเติบโตอย่างมาก ส่งผลให้หนังสือพิมพ์ยี่ห้อใหม่ ๆ ต้องการเข้ามาสู่ธุรกิจนี้ โดยถ้าสำนักพิมพ์ที่มีในตลาดเดิมไม่สามารถทำให้ผู้อ่านเกิดการจดจำในตราที่ยี่ห้อได้ จะถือว่าไม่ได้อยู่ในใจของลูกค้า และมีโอกาสสูงที่จะสูญเสียลูกค้ากันไป โดยในการศึกษาจะทำการแบ่งประเภทของความชอบ และ จำนวนอัตราส่วนผู้อ่านหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษด้วยการศึกษารายละเอียดต่างๆไป ของบุคคลโดยใช้เครื่องมือ VALS ช่วยในการวิเคราะห์ ด้านทัศนคติ ความต้องการ เพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความภักดีในตราสินค้าโดยพบว่ารูปแบบการดำเนินชีวิต (VALS) ทั้ง 8 กลุ่มมีความสัมพันธ์กับระดับความภักดีในตราสินค้า โดยกลุ่มที่มีความภักดีต่อตราสินค้าอย่างแข็งแกร่งระดับคะแนนความภักดีร้อยละ 100 (Hard-Core Loyalty) คือ กลุ่มผู้มีประสบการณ์ , กลุ่มความเชื่อ และ กลุ่มนักคิด รองลงมาคือ กลุ่มนักนวัตกรรม, กลุ่มผู้พยายาม และ ผู้ประสบความสำเร็จ โดยมีคะแนนร้อยละ 82-88 และในระดับความภักดีที่ค่อนข้างต่ำ คือ กลุ่มผู้ลงมือทำคะแนนร้อยละ 40-59(Less Loyalty) ในการพิจารณาเลือกรูปแบบกลยุทธ์หลักทางการตลาดในการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อให้เกิดความจงรักภักดีต่อตราสินค้าอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ 4 กลยุทธ์ ผู้นำตลาด ผู้ช่วงชิงตลาด ผู้ตามตลาด และ ตลาดขนาดเล็ก โสภชา อินนังแทน (2555) ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคที่อยู่เขตโรงพยาบาลศิริราชและชุมชนใกล้เคียง โดยผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีสัดส่วนของเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 15-25 ปี ซึ่งมีอาชีพเป็นนักเรียน นักศึกษาและมีสถานภาพโสด ลำดับที่สองรองลงมาคืออาชีพ รับข้าราชการ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากที่สุด ในการตอบแบบสอบถาม มีระดับการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สามารถอนุมานได้ว่า เป็นเพศที่ใส่ใจในการดูแลสุขภาพ พิถีพิถันเลือกอาหารที่จะรับประทาน

อัญชลี บุนนาค (2551) ได้วิจัยเรื่อง การแสวงหาข่าวสาร ทัศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติเชิงบวกที่เป็นกลางต่อผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ ข้อมูลจากภาครัฐและเอกชนที่ผู้บริโภคได้รับ มีทัศนคติเชิงบวกที่เป็นกลางต่อผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพและช่วยเพิ่มความรู้ความเข้าใจให้กับผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี โดยมีพฤติกรรมการบริโภคในระดับต่ำ เนื่องจากอาหารเพื่อสุขภาพมีราคาที่สูงและแพงและ



มองว่าเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย โดยมักจะบริโภคอาหารเสริมต่างๆ นอกจากนี้แล้วการรับรู้ข้อมูลข่าวสารยังไม่เพียงพอมาก

พิฑูร สุวรรณชัย (2551) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด มีอายุ 21-30 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,000 บาทขึ้นไป โดยปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการบริโภคอาหารทะเลแปรรูป คือ ความสะดวกและรวดเร็วในการซื้อสินค้าและปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดการซื้อ คือ ต้องการทราบและทดลองใช้ตราสินค้าใหม่ โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากได้รับข่าวสารเกี่ยวกับอาหารทะเลแปรรูปจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการทราบถึงข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับคุณสมบัติของสินค้า ซึ่งแบบสอบถามจะมีเกณฑ์ในการประเมินทางเลือกที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตามลำดับคือ การได้การรับรองมาตรฐานจากองค์การอาหารและยา ความสะดวกในการปรุงและสามารถเก็บรักษาได้นานตามลำดับ ในการพิจารณาความน่าเชื่อถือในตราสินค้านั้น ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากพิจารณาจากคุณภาพของวัตถุดิบและความสะอาด ตามลำดับ การตัดสินใจซื้อส่วนมากตัดสินใจในการเลือกซื้อ โดยพิจารณาคุณค่าทางด้านโภชนาการมีเปรียบเทียบบรรจุภัณฑ์ที่นิยมซื้อได้แก่ บรรจุภัณฑ์แบบกล่องพลาสติก ด้านความถี่ในการซื้อ ส่วนมากแล้วซื้อเฉลี่ย 2 ครั้งต่อเดือน ค่าใช้จ่ายในการซื้อโดยเฉลี่ยประมาณ 101 – 500 บาทต่อครั้ง ส่วนมากซื้อจากร้านสะดวกซื้อ รวมถึงห้างสรรพสินค้า การตัดสินใจซื้อจะตัดสินใจด้วยตนเอง ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจในเรื่องความสะดวกในการปรุงและดูแลรักษาคุณภาพของอาหารมากที่สุด ในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พอใจในสินค้า ส่วนใหญ่จะเลิกซื้อตราสินค้านั้น แต่หากมีความพึงพอใจในตราสินค้านั้นผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะซื้อตราสินค้านั้นตลอด โดยเหตุผลที่จะเลือกซื้ออาหารทะเลแปรรูปในครั้งต่อไป สามารถเรียงผลการวิจัยได้ดังนี้ มีความสะดวกรวดเร็วในการปรุง รสชาติดี ความสะอาด คุณค่าทางโภชนาการสูง สามารถเก็บรักษาได้นานและหาซื้อได้ง่าย

เพชร วงศ์สัตยานนท์ (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ทศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าปลอดสารพิษในร้านค้าปลีกในอาคารชุด เดอะเบส แจ้งวัฒนะ พบว่า ส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี รายได้ 5000 – 15,000 บาท มีค่านิยมในการซื้อสินค้าจากห้างสรรพสินค้า รวมถึงร้านสะดวกซื้อ โดยจะบริโภคสินค้าทั่วไปมากกว่าสินค้าปลอดสารพิษ มีความรู้ความเข้าใจรวมถึงการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าปลอดสารพิษพอสมควร โดยปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน เช่น เพศ อายุ จะส่งผลต่อทัศนคติของแต่ละบุคคล มีความรู้สึกนึกคิดที่แตกต่างกัน นอกจากนี้อาคารชุด เดอะเบส แจ้งวัฒนะ ยังไม่มีการจำหน่ายสินค้าปลอดสารพิษจึงทำให้ผู้บริโภคต้องบริโภคสินค้าทั่วไป

สุทธิดา ศิริวารกุล (2552) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษของแม่บ้านในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า 80 % บริโภคอาหารและผลไม้ปลอดสารพิษ นอกจากนี้ 57.5% นิยมบริโภคผักและผลไม้ที่ปลอดสารพิษจากแหล่งธรรมชาติ โดยพฤติกรรมการบริโภคอาหาร

ปลอดภัยจะเกิดมาจากการบอกปากต่อปาก นอกจากนี้ผลการวิจัยยังมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารปลอดภัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $P$  มีค่าน้อยกว่า 0.05)

วิไล ท่วมกลัด (2550) ได้ทำการศึกษาวิจัยถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคผักปลอดสารพิษ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ราคาผักปลอดสารพิษและผลต่างของราคาระหว่างผักปลอดสารพิษกับผักทั่วไปมีอัตราสูงขึ้น ส่วนด้านทัศนคติ ผักปลอดสารพิษเป็นสิ่งที่มีความประโยชน์ต่อร่างกาย ลดความเสี่ยงของการได้รับสารพิษเข้าสู่ร่างกาย

อภิชาติ ดีสมสุข (2553) ได้ทำการศึกษาค้นคว้าวิจัย เรื่องทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าที่มีส่วนผสมของพืชตัดแต่งพันธุกรรม (GMOs) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยมีดังนี้ ผู้บริโภคส่วนมากให้ความสำคัญที่ราคา รวมถึงคุณภาพของสินค้านั้นๆ ส่วนเรื่องส่วนประสมทางการตลาดนั้น รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์เชิงบวก นอกจากนี้แล้ว ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเช่นกัน

คงวุฒิ วีระศิริ (2551) ได้ทำการศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยใช้วิธีทำแบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า สถิติที่ใช้ในครั้งนี้ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาในด้านข้อมูลทั่วไปพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 18-20 ปี ซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อ Asus โดยมีความเชี่ยวชาญในการใช้งานคอมพิวเตอร์ในระดับปานกลาง ซื้อโน้ตบุ๊กในราคาระหว่าง 25,001-30,000 บาท นำไปใช้ค้นหาข้อมูลออนไลน์ รวมถึงการทำรายงาน โปรแกรมที่นิยมใช้งานคือ Microsoft Office ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความรู้และข้อมูลเพียงพอในระดับปานกลางที่จะตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กที่ต้องการ นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญในระดับมากด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านราคา ส่วนด้านส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญในระดับปานกลาง นอกจากนี้ยังมีปัญหาด้านราคาอีกนั่นคือ สินค้ามีราคาค่อนข้างสูงไม่เหมาะสมกับประสิทธิภาพการทำงาน ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือร้านค้าที่จำหน่ายยังไม่แพร่หลาย รวมถึงกังวลเรื่องระบบและบริการหลังการขายอีกด้วย

Harcar and Kaynak (2007) ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับทิศทางการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคชาวอเมริกันและชาวแคนาดาในเขตชนบท โดยผลการวิจัยสามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการกำหนดข้อมูลคร่าว ๆ ของผู้บริโภคแต่ละราย โดยประยุกต์ใช้ทฤษฎี AIO ได้ถูกนำมาใช้เป็นตัวกำหนดความแตกต่างของตลาดผู้บริโภคในสหรัฐอเมริกาและแคนาดา รูปแบบและวิธีการวิจัย เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างในแคนาดาจำนวน 300 ครอบครัวที่สมรสแล้วหรือเป็นครอบครัวที่ถูกต้องตามกฎหมาย และ 400 ครอบครัว ในสหรัฐอเมริกา ใช้มาตราวัดแบบ 5-Point Likert Scale ในการสอบถามเกี่ยวกับ AIO ในด้านกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นรวม 56 ข้อ โดยแบ่งรูปแบบการดำเนินชีวิตออกเป็น 7 กลุ่ม การศึกษาครั้งนี้ใช้ Chi-square ทดสอบความเป็น

อิสระต่อกัน มีค่านัยสำคัญทางสถิติ ( $p \leq 0.05$ ) จากผลการศึกษาวิจัยพบว่าอัตราส่วนของการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคชาวอเมริกันที่มีมากกว่าชาวแคนาดามีดังนี้ ลำดับที่ 1 กลุ่มผู้ใส่ใจในด้านสถานะเศรษฐกิจ รองลงมาคือ กลุ่มที่ใส่ใจในเรื่องครอบครัว และกลุ่มรักความเป็นอิสระตามลำดับ

นทีกานต์ ธีระวัฒน์สกุล (2552) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารมังสวิรัตด้วยแบบจำลอง Logic โดยใช้เทคนิควิเคราะห์ประเมินความน่าจะเป็นสูงสุด โดยผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในช่วงความเชื่อมั่นมากที่สุด(99%) คือ ปัจจัยด้านอายุ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านอาหารมังสวิรัตมีผลดีต่อสุขภาพ ปัจจัยด้านศาสนาและความเชื่อตามลำดับ ส่วนช่วงความเชื่อมั่นที่ 95% คือ ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ปัจจัยด้านรายได้ อาหารมังสวิรัต และในช่วงความเชื่อมั่นที่ 90% คือ ปัจจัยด้านรสชาติของอาหารมังสวิรัต ความน่ารับประทานของอาหารมังสวิรัต รวมถึงปัจจัยวันสำคัญที่เกี่ยวข้องกับมังสวิรัตด้วย

อริศรา รุ่งแสง (2555) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 35-44 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีการรับรู้ข่าวสารผักปลอดสารพิษในระดับการรับรู้มาก โดยผู้บริโภคมีแรงจูงใจในการซื้อผักปลอดสารพิษอันเนื่องมาจาก แรงจูงใจด้านความปลอดภัยและแรงจูงใจด้านความสะดวก ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการซื้อผักปลอดสารพิษเฉลี่ยประมาณ 2 ครั้งต่อสัปดาห์ และมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยประมาณ 197.35 บาทต่อครั้ง

นงนุช โกสิยรัตน์ (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง กรณีศึกษาความต้องการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค ในร้านค้าเพื่อสุขภาพ แขวงศิริราช ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางด้านจิตวิทยาอย่างมาก เนื่องจากผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่บริโภคผักปลอดสารพิษ เพราะห่วงสุขภาพ และต้องการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายปราศจากสารเคมีต่างๆ ที่จะมีผลตกค้าง ทำให้เป็นอันตรายต่อสุขภาพ

สัณชาติ คงบัน (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคผักไฮโดรโปนิกในเขตจังหวัดภูเก็ต โดยศึกษาถึงข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปและพฤติกรรมผู้บริโภคผักไฮโดรโปนิกในเขตจังหวัดภูเก็ต โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26-35 ปี โดยนิยมบริโภค ผักกรีนโอ๊ค มากที่สุด ชื่อที่ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งอยู่ที่ประมาณ 40-60 บาท โดยผู้บริโภคยึดความสะดวก ปลอดภัย ราคาเหมาะสมเป็นปัจจัยหลัก

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมดที่กล่าวมา สามารถสรุปได้ว่า ผู้บริโภคที่นิยมบริโภคอาหารปลอดสารพิษจะมีความรู้ และทัศนคติเชิงบวกต่ออาหารปลอดสารพิษ สถานะภาพและฐานะค่อนข้างดี มีรายได้ปานกลางถึงสูง โดยแสดงความคิดเห็นว่า ร้านค้าที่ขายสินค้าปลอดสารพิษยังไม่ค่อยแพร่หลายเท่าที่ควร ไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค ส่วนมากผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษอาจจะมีราคาที่สูงกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไป



### บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

เนื้อหาสำหรับบทนี้เป็นการอธิบายถึงวิธีการวิจัยสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งใช้รูปแบบของการวิจัยเชิงปริมาณ ประกอบด้วย ประชากรและตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล การแปรผลข้อมูล และวิธีการทางสถิติสำหรับใช้ในการวิเคราะห์และการทดสอบสมมติฐาน เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่กำหนดขึ้น

#### ประชากร

ประชากรที่ใช้ศึกษา คือ ผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี (จำนวน 1,156,271 คน) ที่มา: แผนกข้อมูลราษฎร ศาลากลางจังหวัดนนทบุรี 2557 การเลือกประชากรกลุ่มดังกล่าวเนื่องจากอยู่ในภูมิลาเนาของผู้ทำวิจัย และตรงตามวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย

#### ตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ใช้ศึกษาคือ กลุ่มผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี จำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวนดังกล่าวโดยใช้ตารางของ Yamane (1967) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับร้อยละ  $\pm 5$  ซึ่งตัวอย่างที่ได้นั้น ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก ผู้ทำวิจัยได้ดำเนินการเกี่ยวกับการเลือกตัวอย่าง ดังนี้กำหนดคุณสมบัติและจำนวนของกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งได้แก่ ผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี และมีจำนวนทั้งหมด 1,156,271 คน โดยสามารถกำหนดขนาดตัวอย่างจากตารางสำเร็จรูปและได้จำนวน 400 คน

#### ประเภทของข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในกระบวนการศึกษาได้แก่ การจัดทำข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การแปลความและการสรุปผล ประกอบด้วยข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเองโดยอาศัยเครื่องมือที่มีความเหมาะสมสำหรับการเก็บรวบรวมซึ่งในที่นี้ คือ แบบสอบถาม และใช้วิธีการอื่น คือ การสัมภาษณ์เฉพาะกลุ่มซึ่งเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกกับบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องหรือเป็นผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับข้อมูล ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภคฝักออร์แกนิกในเขตจังหวัดนนทบุรี ข้อมูลทุติยภูมิ เน้นข้อมูลที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมมาจากแหล่งที่สามารถอ้างอิงได้และมีความน่าเชื่อถือได้แก่ (1) ตำรา หนังสือ (2) เอกสารเกี่ยวกับงานวิจัยที่ผ่านมาโดยมีความเกี่ยวข้องกับงานวิจัยในครั้งนี้และ (3) วารสารและสิ่งพิมพ์ทางวิชาการทั้งที่ใช้ระบบเอกสารและระบบออนไลน์

## เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่าง โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับการสร้างแบบสอบถามเป็นขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสาร งานวิจัย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้ข่าวสาร และทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิก เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. สร้างแบบสอบถามเพื่อถามความคิดเห็นในประเด็นต่อไปนี้ คือ (1) ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม (2) รูปแบบการดำเนินชีวิต (3) การรับรู้ข่าวสาร (4) ทัศนคติ (5) พฤติกรรมการบริโภค นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นมาเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบเนื้อหาและเสนอแนะข้อปรับปรุงแก้ไข
3. นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นมาเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อปรับปรุงแก้ไข
4. ทำการปรับปรุงแก้ไขและนำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้งหนึ่งเพื่อให้อาจารย์ที่ปรึกษาอนุมัติก่อนแจกแบบสอบถาม
5. นำแบบสอบถามไปทดลองกับตัวอย่างจำนวน 40 ชุดเพื่อหาค่าความเชื่อมั่น
6. ทำการปรับปรุงและนำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาอนุมัติก่อนแจกแบบสอบถาม
7. แจกแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปยังตัวอย่าง 400 ชุด

## การตรวจสอบเครื่องมือ

การตรวจสอบเนื้อหา ผู้วิจัยได้นำเสนอแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบความครบถ้วนและความสอดคล้องของเนื้อหาของแบบสอบถามที่ตรงกับเรื่องที่จะศึกษา

การตรวจสอบความเชื่อมั่น ผู้วิจัยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ครอนแบ์ซอัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

## การตรวจสอบความเที่ยง (Reliability)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดสอบ เพื่อให้แน่ใจว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะมีความเข้าใจตรงกัน และตอบคำถามได้ตามความเป็นจริงทุกข้อ รวมทั้งข้อคำถามมีความเที่ยงทางสถิติ วิธีการทดสอบกระทำได้โดยการทดลองนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรีจำนวน 40 ตัวอย่าง หลังจากนั้น จึงวิเคราะห์ความเที่ยงของแบบสอบถามโดยใช้สถิติและพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2550) ของคำถามในแต่ละด้าน ซึ่งมีรายละเอียดดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 : ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของแบบสอบถาม

ปัจจัย	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค		
	กลุ่มทดลอง		กลุ่มตัวอย่าง
	ข้อ	ข้อ	ข้อ
	(n = 40)	(n = 400)	
1. รูปแบบการดำเนินชีวิต	12	.898	.871
2. การรับรู้ข่าวสาร	5	.900	.878
3. ทักษะคิด	11	.937	.921
4. พฤติกรรม	6	.860	.910
ค่าความเชื่อมั่นรวม	34	.911	.901

จากเกณฑ์การพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ( $\alpha$ ) มีค่าอยู่ระหว่าง  $0 < \alpha < 1$  ค่าความเชื่อมั่นสำหรับงานวิจัยประเภทต่างๆ โดย Nunnally (1978) เสนอว่า

ค่า  $\alpha$  มากกว่าและเท่ากับ 0.7 สำหรับงานวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research)

ค่า  $\alpha$  มากกว่าและเท่ากับ 0.8 สำหรับงานวิจัยพื้นฐาน (Basic Research)

ค่า  $\alpha$  มากกว่าและเท่ากับ 0.9 สำหรับการตัดสินใจ (Important Research)

ผลจากการวัดค่าความเชื่อมั่นพบว่า ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเมื่อนำไปใช้กับกลุ่มทดลองจำนวน 40 ชุด มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยรวมเท่ากับ 0.831 โดยคำถามในแต่ละด้านมีระดับความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.898 – 0.911 ซึ่งเมื่อนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริงในการศึกษาจำนวน 400 ชุด พบว่า แบบสอบถามในแต่ละด้านมีระดับความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.871 – 0.901 (ดังตารางที่ 3.1) สามารถสรุประดับความเชื่อมั่นได้ว่า แบบสอบถามมีระดับความเชื่อมั่นอยู่ในระดับปานกลางถึงสูง แบบสอบถามที่สร้างขึ้นยังได้ผ่านการตรวจสอบเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิเรียบร้อยแล้ว จึงได้สรุปว่าแบบสอบถามที่ได้สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ (พรณี ลีกิจวัฒน์, 2553)

การหาค่าสัมพัทธ์ของคำถามของข้อคำถามคำตอบประเภทเรียงอันดับ (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2550) โดยตามสูตรของ Cronbach คำวนณภายใต้ข้อสมมติฐานที่ว่าทุกๆ ข้อคำถามควรจะมีค่าความน่าเชื่อถือใกล้เคียงกัน นอกจากนี้

ค่าความน่าเชื่อถือที่ได้จะขึ้นอยู่กับค่าความสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถามและจำนวนข้อคำถาม กล่าวคือ ถ้าข้อคำถามแต่ละข้อมีความสัมพันธ์กันสูงหรือจำนวนข้อคำถามมีมาก ค่าของความน่าเชื่อถือก็จะมีค่าสูง นั่นคือ ถ้าได้ค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามต่ำ ก็ควรจะเพิ่มข้อถามให้มากขึ้น โดยข้อคำถามที่เพิ่มขึ้นมีความสัมพันธ์ในทางตรงกันข้ามกับข้อคำถามเดิม ทำให้ค่าความน่าเชื่อถือลดลงได้ นอกจากนี้ ความยากง่ายของแบบสอบถาม สภาพการให้ตอบแบบสอบถาม การเดา ความคาบเกี่ยวของคำถามต่างๆ ล้วนแต่มีผลต่อความน่าเชื่อถือของการทดสอบแบบสอบถามและการเก็บแบบสอบถามในครั้งนั้นๆ ด้วยเช่นกัน โดยผลการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามด้วยวิธีวัดความสอดคล้องภายในของข้อคำถามจากแบบสอบถาม 40 ชุด

ตารางที่ 3.2: ผลการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของข้อคำถาม (n=40)

ข้อคำถาม	ค่า Corrected Item-Total Correlation
<b>รูปแบบการดำเนินชีวิต</b>	
1. การรับประทานอาหารออร์แกนิก	.928
2. นอกจากการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพที่ดีแล้ว ท่านยังบริโภคผักออร์แกนิกควบคู่ไปด้วย	.928
3.การบริโภคผักออร์แกนิกที่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากสถาบันเกษตรอินทรีย์ที่มีชื่อเสียง	.927
4. การเข้าร่วมกิจกรรมหรืองานสัมมนาเกี่ยวข้องกับออร์แกนิก	.930
5. การอ่านหนังสือหรือนิตยสารที่เกี่ยวข้องกับออร์แกนิก	.928
6. การแนะนำผู้อื่นให้บริโภคผักออร์แกนิก เนื่องจากเห็นว่าปลอดภัย สารพิษ อีกทั้งยังทำให้สุขภาพดีอีกด้วย	.927
7. ความสนใจต่อผักออร์แกนิก	.926
8. การติดตามข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกอย่างต่อเนื่อง	.927
9. การให้ความสนใจเกี่ยวกับผักออร์แกนิก จากแผ่นพับหรือโบรชัวร์	.927
10. ผักออร์แกนิกเป็นผักปลอดภัย สารพิษ ไม่มีสารเคมีตกค้าง	.928
11. ผักออร์แกนิกมีราคาคุ้มค่ากับคุณประโยชน์ที่ได้รับ	.928

(ตารางมีต่อ)



12. ผักออร์แกนิกสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ใส่ใจในสุขภาพได้เป็นอย่างดี	.927
<b>การรับรู้ข่าวสาร</b>	ค่า Corrected Item-Total Correlation
13. ข่าวสารที่ท่านได้รับข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ช่วยสร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับผักออร์แกนิกได้เป็นอย่างดี	.932
14. ผักที่ได้รับการรับรองจากกรมวิชาการเกษตรว่าเป็นผักออร์แกนิกทำให้ท่านแน่ใจว่าเป็นผักปลอดสารพิษจริง	.928
15. แผ่านพบโฆษณาส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าออร์แกนิก	.930
16. ส่วนลดสินค้าออร์แกนิกที่แนบมาทางสื่อโฆษณามีส่วนทำให้ท่านตัดสินใจซื้อสินค้า	.929
17. สื่อโฆษณา ณ จุดขาย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ	.929
<b>ทัศนคติ</b>	ค่า Corrected Item-Total Correlation
18. ท่านรู้สึกว่าการบริโภคผักออร์แกนิกคุ้มค่าเมื่อเทียบกับราคา	.927
19. ท่านพิจารณาแล้วว่าผักออร์แกนิกมีความคุ้มค่าต่อประโยชน์ที่ได้รับ	.929
20. ท่านพิจารณาแล้วว่าผักออร์แกนิกรับประกันแล้วร่างกายแข็งแรง จึงคุ้มค่า	.931
21. ท่านรู้สึกว่าการบริโภคอาหารออร์แกนิก ทำให้เป็นคนพิเศษและมีความรับผิดชอบต่อสังคม	.929
22. ท่านคิดว่าปัจจุบันนี้คนทั่วไปบริโภคผักออร์แกนิก เพราะเชื่อในประโยชน์ที่จะได้รับมากกว่าความอร่อย	.928
23. ท่านห่วงใยในสุขภาพจึงหันมาบริโภคผักออร์แกนิก	.928
24. ท่านกลัวอันตรายจากการบริโภคผักทั่วไป ที่อาจปนเปื้อนสารเคมี จึงทำให้ท่านบริโภคผักออร์แกนิก	.929
25. ท่านบริโภคผักออร์แกนิก เนื่องจากมีคุณสมบัติต่อร่างกายและไม่มีสารเคมีตกค้าง	.929

(ตารางมีต่อ)

26. ท่านบริโภคผักออร์แกนิก เพราะมีความเชื่อมั่นว่าปลอดภัยสูง	.927
27. จากการใช้จ่ายค่าแรงแรงที่มีอัตราเพิ่มขึ้นในปัจจุบัน ทำให้ท่านไม่มั่นใจ จึงหันมาบริโภคผักออร์แกนิก	.930
28. สินค้าที่มีการรับรองว่าเป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ ถือเป็นการประกัน ความปลอดภัยให้กับผู้บริโภค	.929
<b>พฤติกรรมผู้บริโภค</b>	ค่า Corrected Item-Total Correlation
29. ท่านรับประทานผักออร์แกนิก	.927
30. ท่านรับประทานอาหารที่มีเส้นใยและกากอาหารมาก เช่น ผัก ผลไม้	.931
31. ในการรับประทานอาหาร ท่านคำนึงถึงการได้รับสารอาหารครบ 5 หมู่	.931
32. ท่านมักจะล้างผัก ผลไม้ ให้สะอาด ก่อนรับประทาน	.929
33. ท่านยอมหยุดรับประทานอาหารขยะทุกชนิด เพื่อหันมา รับประทานอาหารออร์แกนิก	.928
34. ท่านหลีกเลี่ยงการรับประทานอาหารที่ผ่านการแปรรูป	.931
ค่าความเชื่อมั่นรวม	0.911

จากตารางที่ 3.1 สรุปได้ว่าเครื่องมือที่ใช้มีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.911 (จากค่า Alpha) ถือว่าอยู่ในระดับสูงเนื่องจากมีค่าเข้าใกล้ 1 และค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ (Corrected Item-Total Correlation) ระหว่างคะแนนรวมของทุกข้อคำถามกับคำถามพบว่าทั้ง 53 ข้อไม่ควรตัดคำถามข้อใดข้อหนึ่งออกค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ (Corrected Item-Total Correlation) ของคำถามแต่ละข้อไม่ได้สูงกว่าค่า Alpha กล่าวคือถ้าหากตัดข้อคำถามใดคำถามหนึ่งออกจะส่งผลให้ค่าความเชื่อมั่นรวมมีค่าต่ำกว่า 0.911

### องค์ประกอบของแบบสอบถาม

ผู้ทำวิจัยได้ออกแบบสอบถามซึ่งประกอบด้วย 5 ส่วนพร้อมกับวิธีการตอบคำถามดังต่อไปนี้  
คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบคำถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ และสถานภาพทางครอบครัว โดยลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิดแบบให้เลือกคำตอบ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี โดยลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิดซึ่งประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) และให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่ค่าคะแนนน้อยที่สุด คือ 1 ถึงค่าคะแนนมากที่สุดคือ 5

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี โดยลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิด ซึ่งประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) และให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่ค่าคะแนนน้อยที่สุด คือ 1 ถึงค่าคะแนนมากที่สุดคือ 5

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี โดยลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิด ซึ่งประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) และให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่ค่าคะแนนน้อยที่สุด คือ 1 ถึงค่าคะแนนมากที่สุดคือ 5

ส่วนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี โดยลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิด ซึ่งประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) และให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่ค่าคะแนนน้อยที่สุด คือ 1 ถึงค่าคะแนนมากที่สุดคือ 5

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอนต่อไปนี้ คือผู้วิจัยอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับเนื้อหาภายในแบบสอบถามและวิธีการตอบแก่ตัวแทนและทีมงานผู้วิจัยหรือตัวแทน เข้าไปในสถานที่ต่างๆที่ต้องการศึกษาตามที่ระบุไว้ข้างต้นผู้วิจัยหรือตัวแทนและทีมงาน ได้แจกแบบสอบถามให้กลุ่มเป้าหมายและรอจนกระทั่งตอบคำถามครบถ้วน ซึ่งในระหว่างนั้นถ้าผู้ตอบมีข้อสงสัยเกี่ยวกับคำถาม ผู้วิจัยหรือทีมงานจะตอบข้อสงสัยนั้น

### การแปลผลข้อมูล

ผู้ทำวิจัยได้กำหนดค่าอันตรภาคชั้น สำหรับการแปลผลข้อมูลโดยคำนวณค่าอันตรภาคชั้น เพื่อกำหนดช่วงชั้น ด้วยการใช้สูตรคำนวณและคำอธิบายสำหรับแต่ละช่วงชั้น ดังนี้ (วิชิต อุ๋อัน, 2548)

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุดจำนวนชั้น}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

ช่วงชั้นของค่าคะแนน	คำอธิบายสำหรับการแปลผล
1.00 – 1.80	ระดับน้อยที่สุด
1.81 – 2.61	ระดับน้อย
2.62 – 3.42	ระดับปานกลาง
3.43 – 4.23	ระดับมาก
4.24 – 5.00	ระดับมากที่สุด

### การวิเคราะห์มาตรวัดข้อมูล

ในขั้นตอนนี้เป็นการวิเคราะห์มาตรวัดของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรทั้งหมดเพื่อกำหนดค่าสถิติที่เหมาะสมสำหรับการประมวลผล การตีความ และการสรุปผลการทดสอบสมมุติฐานและผลการศึกษาของงานวิจัย การวิเคราะห์มาตรวัดของข้อมูลซึ่งแบ่งเป็นข้อมูลมีดังนี้

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยลักษณะคำถามให้เลือกตอบ ประกอบด้วยคำถาม 6 ข้อดังนี้

ตารางที่ 3.3 : ตัวแปรระดับการวัดข้อมูลและเกณฑ์การแบ่งกลุ่ม คำตอบ สำหรับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.ข้อมูลประชากรศาสตร์	ประเภทของมาตรวัด	ลักษณะของการวัด
1.1 เพศ	นามบัญญัติ	1=ชาย 2=หญิง

(ตารางมีต่อ)

1.2 อายุ	นามบัญญัติ	1 = ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 15 ปี 2 = 16-24 ปี 3 = 25-34 ปี 4 = 35-44 ปี 5 = อายุ 45 ปีขึ้นไป
1.3 อาชีพ	นามบัญญัติ	1 = นักเรียน/นักศึกษา 2 = ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 3 = เจ้าของกิจการ 4 = พนักงานบริษัท 5 = อื่นๆโปรดระบุ.....
1.4 ระดับการศึกษา	นามบัญญัติ	1 = ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย 2 = มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช 3 = อนุปริญญา/ปวส 4 = ปริญญาตรี 5 = สูงกว่าปริญญาตรี
1.5 รายได้	จัดอันดับ	1 = ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 10,000 บาท 2 = 10,001-15,000 บาท 3 = 15,001-20,000 บาท 4 = 20,001-25,000 บาท 5 = 25,001-30,000 บาท 6 = 30,001 บาทขึ้นไป
1.6 สถานภาพทางครอบครัว	นามบัญญัติ	1 = โสด 2 = สมรส/อยู่ด้วยกัน 3 = หย่าร้าง/แยกกันอยู่

**ส่วนที่ 2** รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิกของผู้บริโภค  
ในเขตจังหวัดนนทบุรี คำถามเป็นการแสดงความคิดเห็น 5 ระดับ แสดงได้ดังตารางที่ 2.1-2.2 โดยที่  
ตารางที่ 3.4: คำถามของแบบสอบถามส่วนที่ 1 ท่านทำกิจกรรมต่อไปนี้มากน้อย เพียงใด โดย  
กำหนดให้ 5=เป็นประจำ 4=ค่อนข้างบ่อย 3=บางครั้ง 2=นานๆครั้ง 1=ไม่เคย

คำถาม	ระดับการวัด	ช่วงคะแนน
<b>ท่านทำกิจกรรมเหล่านี้มากน้อย เพียงใด</b>		
1. การรับประทานอาหารออร์แกนิก	Interval	3.45
2. นอกจากการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพที่ดีแล้ว ท่านยังบริโภคผักออร์แกนิกควบคู่ไปด้วย	Interval	3.13
3. การบริโภคผักออร์แกนิกที่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากสถาบันเกษตรอินทรีย์ที่มีชื่อเสียง	Interval	3.24
4. การเข้าร่วมกิจกรรมหรืองานสัมมนาที่เกี่ยวข้องกับออร์แกนิก	Interval	2.8
5. การอ่านหนังสือหรือนิตยสารที่เกี่ยวข้องกับออร์แกนิก	Interval	3.27
6. การแนะนำผู้อื่นให้บริโภคผักออร์แกนิก เนื่องจากเห็นว่าปลอดภัยอีกทั้งยังทำให้สุขภาพดีอีกด้วย	Interval	3.19

(ตารางมีต่อ)

7. ความสนใจต่อฝักออร์แกนิก	Interval	3.06
8. การติดตามข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกอย่างต่อเนื่อง	Interval	3.06
9. การให้ความสนใจเกี่ยวกับฝักออร์แกนิก จากแผ่นพับหรือโบรชัวร์	Interval	3.24
10. ฝักออร์แกนิกเป็นผักปลอดสารพิษ ไม่มีสารเคมีตกค้าง	Interval	3.84
11. ฝักออร์แกนิกมีราคาคุ้มค่ากับคุณประโยชน์ที่ได้รับ	Interval	3.65
12. ฝักออร์แกนิกสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ใส่ใจในสุขภาพได้เป็นอย่างดี	Interval	3.71

**ส่วนที่ 3** การรับรู้ข่าวสารที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคฝักออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี โดยลักษณะคำถามเป็นการแสดงความคิดเห็น 5 ระดับ แสดงได้ดังตารางที่ 3.5

ตารางที่ 3.5: คำถามของแบบสอบถาม (การรับรู้ข่าวสาร) ท่านเห็นด้วยกับสิ่งเหล่านี้มากน้อยเพียงใด โดยกำหนดให้ 5= เห็นด้วยอย่างยิ่ง 4= เห็นด้วย 3=ไม่แน่ใจ 2=ไม่เห็นด้วย 1=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

1. ข่าวสารที่ท่านได้รับข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนช่วยสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับฝักออร์แกนิกได้เป็นอย่างดี	Interval	3.59
---	----------	------

(ตารางมีต่อ)

2. ผักที่ได้รับการรับรองจากกรมวิชาการเกษตรว่าเป็นผักออร์แกนิก ทำให้ท่านแน่ใจว่าเป็นผักปลอดสารพิษจริง	Interval	3.58
3. แผ่นพับโฆษณาส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าออร์แกนิก	Interval	3.32
4. ส่วนลดสินค้าออร์แกนิกที่แนบมาทางสื่อโฆษณามีส่วนทำให้ท่านตัดสินใจซื้อสินค้า	Interval	3.32
5. สื่อโฆษณา ณ จุดขาย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ	Interval	3.49

**ส่วนที่ 4** ทักษะคิดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี โดยคำถามเป็นการแสดงความคิดเห็น 5 ระดับ

ตารางที่ 3.6: คำถามของแบบสอบถาม (ทักษะคิดที่ส่งผลพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิก) โดยกำหนดให้ 5=เห็นด้วยอย่างยิ่ง 4=เห็นด้วย 3=ไม่แน่ใจ 2=ไม่เห็นด้วย 1=ไม่เห็นด้วย

คำถาม	ระดับการวัด	ช่วงคะแนน
1. ท่านรู้สึกว่าการบริโภคผักออร์แกนิกคุ้มค่าเมื่อเทียบกับราคา	Interval	3.88
2. ท่านพิจารณาแล้วว่าผักออร์แกนิกมีความคุ้มค่าต่อประโยชน์ที่จะได้รับ	Interval	3.57
3. ท่านพิจารณาแล้วว่าผักออร์แกนิกรับประกันแล้วร่างกายแข็งแรง จึงคุ้มค่า	Interval	3.88

(ตารางมีต่อ)



4. ท่านรู้สึกว่าการบริโภคอาหารออร์แกนิก ทำให้เป็นคนพิเศษและมีความรับผิดชอบต่อสังคม	Interval	3.38
5. ท่านคิดว่าปัจจุบันนี้คนทั่วไปบริโภคผักออร์แกนิก เพราะเชื่อในประโยชน์ที่จะได้รับมากกว่าความอร่อย	Interval	3.80
6. ท่านห่วงใยในสุขภาพจึงหันมาบริโภคผักออร์แกนิก	Interval	3.85
7. ท่านกลัวอันตรายจากการบริโภคผักต่างๆไปที้อาจปนเปื้อนสารเคมี จึงทำให้ท่านบริโภคผักออร์แกนิก	Interval	3.69
8. ท่านบริโภคผักออร์แกนิก เนื่องจากมีคุณประโยชน์ต่อร่างกายและไม่มีสารเคมีตกค้าง	Interval	4
9. ท่านบริโภคผักออร์แกนิก เพราะมีความเชื่อมั่นว่าปลอดภัยสูง	Interval	3.82
10. จากการใช้จ่ายค่าแม่ลงที่มีอัตราเพิ่มขึ้นในปัจจุบัน ทำให้ท่านไม่มั่นใจ จึงหันมาบริโภคผักออร์แกนิก	Interval	3.69
11. สินค้าที่มีการรับรองว่าเป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ถือเป็นการประกันความปลอดภัยให้กับผู้บริโภค	Interval	3.85

**ส่วนที่ 5** พฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี โดยคำถามเป็นการแสดงความคิดเห็น 5 ระดับ

ตารางที่ 3.7: คำถามของแบบสอบถาม (พฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิก) โดยกำหนดให้ 5=เป็นประจำ 4=ค่อนข้างบ่อย 3=บางครั้ง 2=นานๆครั้ง 1=ไม่เคย

คำถาม	ระดับการวัด	ช่วงคะแนน
1. ท่านรับประทานผักออร์แกนิก	Interval	3.47
2. ท่านรับประทานอาหารที่มีเส้นใยและกากอาหารมาก เช่น ผัก ผลไม้	Interval	3.57
3. ในการรับประทานอาหาร ท่านคำนึงถึงการได้รับสารอาหารครบ 5 หมู่	Interval	3.50
4. ท่านมักจะล้างผัก ผลไม้ ให้สะอาดก่อนรับประทาน	Interval	3.60
5. ท่านยอมหยุดรับประทานอาหารขยะทุกชนิด เพื่อหันมารับประทานอาหารออร์แกนิก	Interval	3.50
6. ท่านหลีกเลี่ยงการรับประทานอาหารที่ผ่านการแปรรูป	Interval	3.20

#### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

ผู้ทำวิจัยได้กำหนดค่าสถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลอธิบายตัวแปรของการศึกษารั้งนี้ไว้ดังนี้ คือ

1. สถิติเชิงพรรณนา ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงพรรณนาสำหรับการอธิบายผลการศึกษาในเรื่องต่อไปนี้คือ

1.1 ตัวแปรด้านคุณสมบัติของตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับรายได้และระดับการศึกษาซึ่งเป็นข้อมูลที่ใช้มาตรวัดแบบนามบัญญัติ เนื่องจากไม่สามารถวัดเป็นมูลค่าได้และผู้วิจัยต้องการบรรยายเพื่อให้ทราบถึงจำนวนตัวอย่างจำแนกตามคุณสมบัติเท่านั้น ดังนั้น สถิติที่เหมาะสม คือ ค่าความถี่ (จำนวน) และค่าร้อยละ (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2550)

1.2 ตัวแปรด้านระดับความคิดเห็น ได้แก่ รูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้ข่าวสารทัศนคติ และพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการบริโภคผักออร์แกนิก เป็นข้อมูลที่ใช้มาตรวัดอันดับ เนื่องจากผู้วิจัยได้กำหนดค่าคะแนนให้แต่ละระดับ และผู้วิจัยต้องการทราบจำนวนตัวอย่าง และค่าเฉลี่ยคะแนนของแต่ละระดับความคิดเห็นของตัวอย่าง สถิติที่ใช้จึงได้แก่ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2550)

2. สถิติเชิงอ้างอิง ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงอ้างอิง สำหรับการอธิบายผลการศึกษาของตัวอย่างในเรื่องต่อไปนี้

2.1 การวิเคราะห์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ในลักษณะของการส่งผลกระทบต่อกันระหว่างตัวแปรอิสระหลายตัว ได้แก่ รูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้ข่าวสาร และทัศนคติที่จะได้รับการบริโภค ซึ่งใช้มาตรวัดเรียงลำดับกับตัวแปรตามหนึ่งตัวคือ พฤติกรรมการบริโภค ซึ่งใช้มาตรวัดเรียงลำดับ และเพื่อทดสอบถึงความแตกต่างที่ตัวแปรอิสระดังกล่าวแต่ละตัวมีต่อตัวแปรตาม ดังนั้น สถิติที่ใช้คือการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2550)

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

บทนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการอธิบายและการทดสอบสมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรแต่ละตัว ซึ่งข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมจากแบบสอบถามที่มีคำตอบครบถ้วนสมบูรณ์ จำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด ผลการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภคมัคกอร์แกนิกในเขตจังหวัดนนทบุรี

ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

ส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสาร

ส่วนที่ 4 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่

ส่วนที่ 5 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคมัคกอร์แกนิก

ส่วนที่ 6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภคมัคกอร์แกนิกในเขตจังหวัดนนทบุรี

ตารางที่ 4.1: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	176	44
หญิง	224	56
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งมีจำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56 รองลงมา คือ เพศชาย มีจำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44

ตารางที่ 4.2: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 15 ปี	22	5.5
16-24 ปี	94	23.5
25-34 ปี	117	29.3
35-44 ปี	98	24.5
45 ปีขึ้นไป	69	17.3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

ผลการศึกษาข้อมูลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี ซึ่งมีจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 รองลงมา คือ ช่วงอายุ 35-44 ปี ซึ่งมีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 ช่วงอายุ 16-24 ปี ซึ่งมีจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 ช่วงอายุ 45 ปีขึ้นไป ซึ่งมีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 และลำดับสุดท้ายคือช่วงอายุต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 15 ปี ซึ่งมีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5

ตารางที่ 4.3: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	105	26.3
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	101	25.3
เจ้าของกิจการ	101	25.3
พนักงานบริษัท	93	23.3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

ผลการศึกษาข้อมูลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ซึ่งมีจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 รองลงมาคือ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ เจ้าของกิจการ ซึ่งมีจำนวน 101 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 25.3 ลำดับสุดท้ายคือ พนักงานบริษัท ซึ่งมีจำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3

ตารางที่ 4.4: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	35	8.8
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช	12	3.0
อนุปริญญา/ปวส	38	9.5
ปริญญาตรี	233	58.3
สูงกว่าปริญญาตรี	82	20.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

ผลการศึกษาข้อมูลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งมีจำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3 รองลงมาคือจบการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ซึ่งมีจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 อนุปริญญา/ปวส ซึ่งมีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งมีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และลำดับสุดท้ายคือ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช ซึ่งมีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3

ตารางที่ 4.5: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 10,000 บาท	101	25.3
10,001-15,000 บาท	58	14.5
15,001-20,000 บาท	96	24.0
20,001-25,000 บาท	81	20.3
25,001-30,000 บาท	34	8.5
30,001 บาทขึ้นไป	30	7.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

ผลการศึกษาข้อมูลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในช่วง ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 10,000 บาท ซึ่งมีจำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 รองลงมาคือ 15,001-20,000 บาท ซึ่งมีจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24 ช่วงรายได้ 20,001-25,000 บาท มีจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 ช่วงรายได้ 10,001-15,000 บาท ซึ่งมีจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 ช่วงรายได้

25,001-30,000 บาท ซึ่งมีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 และลำดับสุดท้ายคือรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ซึ่งมีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5

ตารางที่ 4.6: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพทางครอบครัว

สถานภาพทางครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
โสด	231	57.8
สมรส/อยู่ด้วยกัน	148	37
หย่าร้าง/แยกกันอยู่	21	5.3
รวม	400	100

ผลการศึกษาข้อมูลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ซึ่งมีจำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.8 รองลงมาคือ สมรส/อยู่ด้วยกัน ซึ่งมีจำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37 ลำดับสุดท้าย คือ หย่าร้าง/แยกกันอยู่ ซึ่งมีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3

**ส่วนที่ 2** ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิต

รูปแบบการดำเนินชีวิต	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การรับประทานอาหารออร์แกนิก	3.45	0.938	มาก
นอกจากการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพที่ดีแล้ว ท่านยังบริโภคผักออร์แกนิกควบคู่ไปด้วย	3.13	0.951	ปานกลาง
การบริโภคผักออร์แกนิกที่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากสถาบันเกษตรอินทรีย์ที่มีชื่อเสียง	3.24	1.102	ปานกลาง
การเข้าร่วมกิจกรรมหรืองานสัมมนาที่เกี่ยวข้องกับออร์แกนิก	2.8	1.078	ปานกลาง
การอ่านหนังสือหรือนิตยสารที่เกี่ยวข้องกับออร์แกนิก	3.27	0.911	ปานกลาง

(ตารางมีต่อ)

รูปแบบการดำเนินชีวิต	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การแนะนำผู้อื่นให้บริโภคผักออร์แกนิก เนื่องจากเห็นว่าปลอดภัย อีกรังยังทำให้สุขภาพดีอีกด้วย	3.47	0.920	มาก
ความสนใจต่อผักออร์แกนิก	3.74	0.930	มาก
การติดตามข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกอย่างต่อเนื่อง	3.06	0.996	ปานกลาง
การให้ความสนใจเกี่ยวกับผักออร์แกนิก จากแผ่นพับหรือโบรชัวร์	3.24	0.966	ปานกลาง
ผักออร์แกนิกเป็นผักปลอดภัย ไม่มีสารเคมีตกค้าง	3.84	0.839	มาก
ผักออร์แกนิกมีราคาคุ้มค่ากับ คุณประโยชน์ที่ได้รับ	3.65	0.889	มาก
ผักออร์แกนิกสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ใส่ใจในสุขภาพได้เป็นอย่างดี	3.71	0.902	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.38</b>	0.871	<b>ปานกลาง</b>

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ผักออร์แกนิกเป็นผักปลอดภัย ไม่มีสารเคมีตกค้าง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 รองลงมา คือ ความสนใจต่อผักออร์แกนิก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ผักออร์แกนิกสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ใส่ใจในสุขภาพได้เป็นอย่างดี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ผักออร์แกนิกมีราคาคุ้มค่ากับคุณประโยชน์ที่ได้รับ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 การแนะนำผู้อื่นให้บริโภคผักออร์แกนิก เนื่องจากเห็นว่าปลอดภัย อีกรังยังทำให้สุขภาพดีอีกด้วย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 การรับประทานอาหารออร์แกนิก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 การอ่านหนังสือหรือนิตยสารที่เกี่ยวข้องกับออร์แกนิก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 การบริโภคผักออร์แกนิกที่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากสถาบันเกษตรอินทรีย์ที่มีชื่อเสียง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 การให้ความสนใจเกี่ยวกับผักออร์แกนิก



จากแผ่นพับหรือโบรชัวร์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 นอกจากการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพที่ดีแล้ว ท่านยังบริโภคผักออร์แกนิกควบคู่ไปด้วย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13 การติดตามข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกอย่างต่อเนื่อง ค่าเฉลี่ย 3.96 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การเข้าร่วมกิจกรรมหรืองานสัมมนาที่เกี่ยวข้องกับออร์แกนิก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.8

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสาร

ตารางที่ 4.8: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลการรับรู้ข่าวสาร

การรับรู้ข่าวสาร	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ข่าวสารที่ท่านได้รับข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ช่วยสร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับผักออร์แกนิกได้เป็นอย่างดี	3.59	1.029	มาก
ผักที่ได้รับการรับรองจากกรมวิชาการเกษตรว่าเป็นผักออร์แกนิก ทำให้ท่านแน่ใจว่าเป็นผักปลอดภัยพิชจริง	3.58	0.834	มาก
แผ่นพับโฆษณาส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าออร์แกนิก	3.32	1.032	ปานกลาง
ส่วนลดสินค้าออร์แกนิกที่แนบมาทางสื่อโฆษณามีส่วนทำให้ท่านตัดสินใจซื้อสินค้า	3.32	0.932	ปานกลาง
สื่อโฆษณา ณ จุดขาย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ	3.49	0.782	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.50</b>	<b>0.878</b>	<b>มาก</b>

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข่าวสารที่ท่านได้รับข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ช่วยสร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับผักออร์แกนิกได้เป็นอย่างดี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 รองลงมาคือ ผักที่ได้รับการรับรองจากกรมวิชาการเกษตรว่าเป็นผักออร์แกนิก ทำให้ท่านแน่ใจว่าเป็นผักปลอดภัยพิชจริง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 สื่อโฆษณา ณ จุดขาย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 และลำดับสุดท้าย แผนพับโฆษณาส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าออร์แกนิก ส่วนลดสินค้าออร์แกนิกที่แนบมาทางสื่อโฆษณามีส่วนทำให้ท่านตัดสินใจซื้อสินค้า

**ส่วนที่ 4** ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติในด้านประโยชน์ที่จะได้รับการบริโภคผักออร์แกนิก

ตารางที่ 4.9: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลทัศนคติในด้านประโยชน์ที่จะได้รับ

ทัศนคติ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ท่านรู้สึกว่าการบริโภคผักออร์แกนิกคุ้มค่าเมื่อเทียบกับราคา	3.88	.886	มาก
ท่านพิจารณาแล้วว่าผักออร์แกนิกมีความคุ้มค่าต่อประโยชน์ที่จะได้รับ	3.57	.934	มาก
ท่านพิจารณาแล้วว่าผักออร์แกนิกรับประกันแล้วร่างกายแข็งแรง จึงคุ้มค่า	3.88	.949	มาก
ท่านรู้สึกว่าการบริโภคอาหารออร์แกนิก ทำให้เป็นคนพิเศษและมีความรับผิดชอบต่อสังคม	3.38	1.111	ปานกลาง
ท่านคิดว่าปัจจุบันนี้คนทั่วไปบริโภคผักออร์แกนิก เพราะเชื่อในประโยชน์ที่จะได้รับมากกว่าความอร่อย	3.80	.859	มาก
ท่านห่วงใยในสุขภาพจึงหันมาบริโภคผักออร์แกนิก	3.85	.963	มาก
ท่านกลัวอันตรายจากการบริโภคผักทั่วไปที่อาจปนเปื้อนสารเคมี จึงทำให้ท่านบริโภคผักออร์แกนิก	3.69	.901	มาก
ท่านบริโภคผักออร์แกนิก เนื่องจากมีคุณสมบัติต่อร่างกายและไม่มีสารเคมีตกค้าง	4.00	.827	มาก
ท่านบริโภคผักออร์แกนิก เพราะมีความเชื่อมั่นว่าปลอดภัยสูง	3.82	.826	มาก
จากการใช้ยาฆ่าแมลงที่มีอัตราเพิ่มขึ้นในปัจจุบัน ทำให้ท่านไม่มั่นใจ จึงหันมาบริโภคผักออร์แกนิก	3.69	.823	มาก

(ตารางมีต่อ)

สินค้าที่มีการรับรองว่าเป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ ถือเป็นการประกันความปลอดภัยให้กับผู้บริโภค	3.85	.866	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.76</b>	<b>.921</b>	<b>มาก</b>

ผลการศึกษาข้อมูลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือท่านบริโภคผักออร์แกนิก เนื่องจากมคุณภาพประโยชน์ต่อร่างกายและไม่มีสารเคมีตกค้าง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4 รองลงมา คือ ท่านรู้สึกว่าการบริโภคผักออร์แกนิกคุ้มค่าเมื่อเทียบกับราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ท่านพิจารณาแล้วว่าผักออร์แกนิกรับประทานแล้วร่างกายแข็งแรง จึงคุ้มค่า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ท่านห่วงใยในสุขภาพจึงหันมาบริโภคผักออร์แกนิก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 สินค้าที่มีการรับรองว่าเป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ ถือเป็นการประกันความปลอดภัยให้กับผู้บริโภค ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ท่านบริโภคผักออร์แกนิก เพราะมีความเชื่อมั่นว่าปลอดภัยสูง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ท่านคิดว่าปัจจุบันนี้คนทั่วไปบริโภคผักออร์แกนิก เพราะเชื่อในประโยชน์ที่จะได้รับมากกว่าความอร่อย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ท่านกลัวอันตรายจากการบริโภคผักต่างๆที่อาจปนเปื้อนสารเคมี จึงทำให้ท่านบริโภคผักออร์แกนิก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 จากการใช้ยาฆ่าแมลงที่มีอัตราเพิ่มขึ้นในปัจจุบัน ทำให้ท่านไม่มั่นใจ จึงหันมาบริโภคผักออร์แกนิก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ท่านพิจารณาแล้วว่าผักออร์แกนิกมีความคุ้มค่าต่อประโยชน์ที่จะได้รับ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ลำดับสุดท้ายคือ ท่านรู้สึกว่าการบริโภคอาหารออร์แกนิก ทำให้เป็นคนพิเศษและมีความรับผิดชอบต่อสังคม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38

**ส่วนที่ 5** เป็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิก

ตารางที่ 5: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลพฤติกรรมการบริโภค

การรับรู้ข่าวสาร	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ท่านรับประทานผักออร์แกนิก	3.47	.931	มาก
ท่านรับประทานอาหารที่มีเส้นใยและกากอาหารมาก เช่น ผัก ผลไม้	3.57	.876	มาก
ในการรับประทานอาหาร ท่านคำนึงถึงการได้รับสารอาหารครบ 5 หมู่	3.50	1.031	มาก

(ตารางมีต่อ)

ท่านมักจะล้างผัก ผลไม้ ให้สะอาด ก่อนรับประทาน	3.60	.884	มาก
ท่านยอมหยุดรับประทานอาหารขยะทุกชนิด เพื่อหันมารับประทานอาหารออร์แกนิก	3.50	1.157	มาก
ท่านหลีกเลี่ยงการรับประทานอาหารที่ผ่านการแปรรูป	3.20	.987	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.47</b>	<b>.910</b>	<b>มาก</b>

ผลการศึกษาข้อมูลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านมักจะล้างผัก ผลไม้ ให้สะอาด ก่อนรับประทาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 รองลงมาคือ ท่านรับประทานอาหารที่มีเส้นใยและกากอาหารมาก เช่น ผัก ผลไม้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ในการรับประทานอาหาร ท่านคำนึงถึงการได้รับสารอาหารครบ 5 หมู่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ท่านยอมหยุดรับประทานอาหารขยะทุกชนิดเพื่อหันมารับประทานอาหารออร์แกนิก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ท่านรับประทานผักออร์แกนิก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 และลำดับสุดท้ายคือ ท่านหลีกเลี่ยงการรับประทานอาหารที่ผ่านการแปรรูป ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20

#### ส่วนที่ 6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 6.1: สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตัวแปร	B	Std. Error	Beta	Sig.
รูปแบบการดำเนินชีวิต	.380	.050	.380	.000
การรับรู้ข่าวสาร	-.103	.050	-.103	.041
ทัศนคติในด้านประโยชน์	.380	.060	.330	.000

$$R^2 = 0.317, F = 62.853, p^* > 0.05$$

จากตารางที่ 6.1 สามารถสรุปได้ว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิก ร้อยละ 38 การรับรู้ข่าวสารมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิก ร้อยละ 10.3 และทัศนคติในด้านประโยชน์ที่จะได้รับจากการบริโภคผักออร์แกนิกมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิก ร้อยละ 33

สมมุติฐาน	ผลการทดสอบสมมุติฐาน
<b>สมมุติฐานที่ 1 :</b> รูปแบบการดำเนินชีวิตส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิกของประชากรในเขตจังหวัดนนทบุรี	สอดคล้อง
<b>สมมุติฐานที่ 2 :</b> การรับรู้ข่าวสารส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิกของประชากรในเขตจังหวัดนนทบุรี	สอดคล้อง
<b>สมมุติฐานที่ 3 :</b> ทศนคติส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิกของประชากรในเขตจังหวัดนนทบุรี	สอดคล้อง

ตารางที่ 6.2: สรุปผลการทดสอบสมมุติฐาน

ผลการทดสอบสมมุติฐานตามตารางที่ 6.2 สรุปได้ว่า ผลการศึกษาที่สอดคล้องกับสมมุติฐานคือ

**สมมุติฐานแรก** รูปแบบการดำเนินชีวิตส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี

**สมมุติฐานที่สอง** การรับรู้ข่าวสารส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี และ

**สมมุติฐานที่สาม** ทศนคติในด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการบริโภคผักออร์แกนิกส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี

## บทที่ 5

### สรุปและอภิปรายผล

บทนี้เป็นการสรุปผลการศึกษา ผลการทดสอบสมมุติฐาน การอภิปรายผลของการศึกษาเปรียบเทียบกับแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับที่ผู้วิจัยได้ทำการสืบค้นและนำเสนอไว้ในบทที่ 2 การนำผลการศึกษาไปใช้ในทางปฏิบัติและข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

#### สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษาด้านคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม และผลสรุปตามวัตถุประสงค์มีดังนี้

1. ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนและ สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิก ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56 อายุระหว่าง 25-34 ปี ร้อยละ 29.3 อาชีพนักเรียน นักศึกษา ร้อยละ 26.3 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 58.3 รายได้ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 10,000 บาท ร้อยละ 25.3 สถานภาพโสด ร้อยละ 57.8
2. รูปแบบการดำเนินชีวิตส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิกดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับข้อความที่ว่า ผักออร์แกนิกเป็นผักปลอดสารพิษ ไม่มีสารเคมีตกค้าง มากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 รองลงมา คือ ความสนใจต่อผักออร์แกนิก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ผักออร์แกนิกสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ใส่ใจในสุขภาพได้เป็นอย่างดี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ผักออร์แกนิกมีราคาคุ้มค่ากับคุณประโยชน์ที่ได้รับ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 การแนะนำผู้อื่นให้บริโภคผักออร์แกนิกเนื่องจากเห็นว่าปลอดสารพิษ อีกทั้งยังทำให้สุขภาพดีอีกด้วย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 การรับประทานอาหารออร์แกนิก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 การอ่านหนังสือหรือนิตยสารที่เกี่ยวข้องกับออร์แกนิก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 การบริโภคผักออร์แกนิกที่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากสถาบันเกษตรอินทรีย์ที่มีชื่อเสียง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 การให้ความสนใจเกี่ยวกับผักออร์แกนิก จากแผ่นพับหรือโบรชัวร์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 นอกจากการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพที่ดีแล้ว ท่านยังบริโภคผักออร์แกนิกควบคู่ไปด้วย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13 การติดตามข่าวสารต่างๆที่เกี่ยวข้องกับสินค้าออร์แกนิกอย่างต่อเนื่อง ค่าเฉลี่ย 3.96 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การเข้าร่วมกิจกรรมหรืองานสัมมนาที่เกี่ยวข้องกับออร์แกนิก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.8

3. การรับรู้ข่าวสารส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับข้อความที่ว่า ข่าวสารที่ท่านได้รับข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ช่วยสร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับผักออร์แกนิกได้เป็นอย่างดี มากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 รองลงมาคือ ผักที่ได้รับการรับรองจากกรมวิชาการเกษตรว่าเป็นผักออร์แกนิก ทำให้ท่านแน่ใจว่าเป็นผักปลอดสารพิษจริง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 สื่อโฆษณา ณ จุดขาย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 และลำดับสุดท้าย แผ่นพับโฆษณาส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าออร์แกนิก ส่วนลดสินค้าออร์แกนิกที่แนบมาทางสื่อโฆษณามีส่วนทำให้ท่านตัดสินใจซื้อสินค้า ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 เท่ากัน
4. ทักษะคิดส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับข้อความที่ว่า ท่านบริโภคผักออร์แกนิก เนื่องจากมีคุณสมบัติประโยชน์ต่อร่างกายและไม่มีสารเคมีตกค้าง มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4 รองลงมา คือ ท่านรู้สึกว่าการบริโภคผักออร์แกนิกคุ้มค่าเมื่อเทียบกับราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ท่านพิจารณาแล้วว่าผักออร์แกนิกรับประกันแล้วร่างกายแข็งแรง จึงคุ้มค่า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ท่านห่วงใยในสุขภาพจึงหันมาบริโภคผักออร์แกนิก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 สินค้าที่มีการรับรองว่าเป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ ถือเป็นประกันความปลอดภัยให้กับผู้บริโภค ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ท่านบริโภคผักออร์แกนิก เพราะมีความเชื่อมั่นว่าปลอดภัยสูง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ท่านคิดว่าปัจจุบันนี้คนทั่วไปบริโภคผักออร์แกนิก เพราะเชื่อในประโยชน์ที่จะได้รับมากกว่าความอร่อย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ท่านกลัวอันตรายจากการบริโภคผักทั่วไปที่อาจปนเปื้อนสารเคมี จึงทำให้ท่านบริโภคผักออร์แกนิก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 จากการใช้จ่ายค่าแม่ลงที่มีอัตราเพิ่มขึ้นในปัจจุบัน ทำให้ท่านไม่มั่นใจ จึงหันมาบริโภคผักออร์แกนิก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ท่านพิจารณาแล้วว่าผักออร์แกนิกมีความคุ้มค่าต่อประโยชน์ที่จะได้รับ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ลำดับสุดท้ายคือ ท่านรู้สึกว่าการบริโภคอาหารออร์แกนิก ทำให้เป็นคนพิเศษและมีความรับผิดชอบต่อสังคม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38
5. สำหรับพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิก ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับข้อความที่ว่า ท่านมักจะล้างผัก ผลไม้ ให้สะอาด ก่อนรับประทาน มากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 รองลงมาคือ ท่านรับประทานอาหารที่มีเส้นใยและกากอาหารมาก เช่น ผัก ผลไม้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ในการรับประทานอาหาร ท่านคำนึงถึงการได้รับสารอาหารครบ 5 หมู่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ท่านยอมหยุดรับประทานอาหารขยะทุกชนิดเพื่อหันมารับประทานอาหารออร์แกนิก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ท่านรับประทานผักออร์แกนิก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 และลำดับสุดท้ายคือท่านหลีกเลี่ยงการรับประทานอาหารที่ผ่านการแปรรูป ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20

## การอภิปรายผล

ผลจากการวิจัยเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้ข่าวสาร และทัศนคติ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี มีประเด็นให้อภิปรายผลดังนี้

**สมมติฐานแรก** รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิกของประชากรในเขตจังหวัดนนทบุรี โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ต่างกันจะส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างกัน โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25-34 ปี อาชีพนักเรียน นักศึกษา ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 10,000 บาท สถานภาพโสด จะมีความถี่ในการบริโภคผักออร์แกนิกมากกว่าเพศชาย เนื่องจากเพศหญิงต้องประกอบอาหารเป็นประจำมากกว่าเพศชาย ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับข้อความที่ว่า ผักออร์แกนิกเป็นผักปลอดสารพิษ ไม่มีสารเคมีตกค้างมากที่สุด ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับ การเข้าร่วมกิจกรรมหรืองานสัมมนาที่เกี่ยวข้องกับออร์แกนิก น้อยที่สุด อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ โสภษา อินนังแทน (2555) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริโภคผักปลอดสารพิษ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีสัดส่วนของเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 15-25 ปี ซึ่งมีอาชีพเป็นนักเรียนนักศึกษาและมีสถานภาพโสด รองลงมาคือ ข้าราชการ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท นอกจากนี้พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกที่จะบริโภคผักปลอดสารพิษ ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงสามารถอนุมานได้ว่า เพศหญิงเป็นเพศที่ใส่ใจในการดูแลสุขภาพ

**สมมติฐานที่สอง** การรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิกของประชากรในเขตจังหวัดนนทบุรี โดยการรับรู้ข่าวสารที่ต่างกันจะส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิกที่แตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยกับข้อความที่ว่า ข่าวสารที่ท่านได้รับข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ช่วยสร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับผักออร์แกนิกได้เป็นอย่างดีมากที่สุด รองลงมาคือ ผักที่ได้รับการรับรองจากกรมวิชาการเกษตรว่าเป็นผักออร์แกนิก ทำให้ท่านแน่ใจว่าเป็นผักปลอดสารพิษจริง ส่วนข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยน้อยที่สุดมี 2 ข้อคือ แผ่นพับโฆษณาส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าออร์แกนิก และ ส่วนลดสินค้าออร์แกนิกที่แนบมาทางสื่อโฆษณามีส่วนทำให้ท่านตัดสินใจซื้อสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญชลี บุนนาค (2551) เรื่อง การแสวงหาข่าวสาร ทัศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ข้อมูลจากภาครัฐและเอกชนที่ผู้บริโภคได้รับ มีทัศนคติเชิงบวกที่เป็นกลางต่อผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพและช่วยเพิ่มความรู้ความเข้าใจให้กับผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี



**สมมติฐานที่สาม** ทศนคติมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิกของประชากรในเขตจังหวัดนนทบุรี โดยทศนคติที่ต่างกันจะส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิกที่แตกต่างกัน โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยกับข้อความที่ว่า ท่านบริโภคผักออร์แกนิก เนื่องจากมีคุณประโยชน์ต่อร่างกายและไม่มีสารเคมีตกค้าง มากที่สุด รองลงมาคือ ท่านรู้สึกว่าการบริโภคผักออร์แกนิกคุ้มค่าเมื่อเทียบกับราคา ส่วนลำดับสุดท้ายที่ผู้บริโภคเห็นด้วยน้อยที่สุด คือ ท่านรู้สึกว่าการบริโภคอาหารออร์แกนิก ทำให้รู้สึกประหนึ่งว่าเป็นคนพิเศษและมีความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นงนุช โกสีย์รัตน์ (2553) เรื่อง กรณีศึกษาความต้องการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค ในร้านค้าเพื่อสุขภาพ แขวงศิริราช ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางด้านจิตวิทยาอย่างมาก เนื่องจากผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่หันมาเลือกที่จะบริโภคผักปลอดสารพิษ เพราะห่วงสุขภาพ และต้องการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายปราศจากสารเคมีอันตรายและพิษต่างๆ ที่จะส่งผลตกค้างและ อาจจะทำให้เกิดเป็นอันตรายต่อสุขภาพของมนุษย์ได้

### ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้

ธุรกิจ/หน่วยงาน/องค์กร ที่ดำเนินการเกี่ยวกับผักออร์แกนิกหรือผักปลอดสารพิษ สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ได้ดังนี้

1. ธุรกิจ/หน่วยงาน/องค์กร ที่เกี่ยวข้องกับออร์แกนิก สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาปรับปรุงแผนการตลาดขององค์กร ทำให้ได้ทราบถึงพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรีที่มีต่อผักออร์แกนิก
2. จากงานวิจัยพบว่าปัจจัยด้านสินค้าผักออร์แกนิกมีอิทธิพลในระดับที่ค่อนข้างมาก ในเรื่องของผักมีความสะอาดสดใหม่ปราศจากสารเคมีและมีความปลอดภัย เนื่องมาจากผู้บริโภคเน้นการบริโภคที่ดีและมีความปลอดภัย ราคาที่เป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญเช่นเดียวกันที่หน่วยงานหรือธุรกิจออร์แกนิกต้องให้ความสำคัญ ต้องตั้งราคาให้สอดคล้องกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เพราะถ้ามีตั้งราคาสูงเกินไปจะทำให้ผู้บริโภคลดการบริโภคผักออร์แกนิกลง
3. ผักออร์แกนิกส่วนมากจะวางจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำ บางครั้งผู้บริโภคที่อยู่ห่างไกลจากห้างสรรพสินค้าเหล่านี้ก็หาซื้อได้ยาก ประกอบกับผู้บริโภคส่วนใหญ่จะซื้อผักจากตลาดทั่วไปในช่วงเย็น ดังนั้นจึงควรพิจารณาถึงการกระจายผักปลอดสารพิษจำหน่ายตามตลาดสดทั่วไป ทำให้ผู้บริโภคหาซื้อได้ง่ายขึ้น

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้ผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถขยายต่อไปในทัศนะที่กว้างมากขึ้นอันจะเป็นประโยชน์ในการอธิบายปรากฏการณ์และปัญหาทางด้านการบริโภคผักออร์แกนิก หรือปัญหาอื่นที่มีความเกี่ยวข้องกัน ผู้ทำวิจัยจึงขอเสนอแนะประเด็นสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไปดังนี้

1. แนะนำให้ทำการศึกษากับกลุ่มประชากร/กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มอื่นๆ ในสถานที่ที่แตกต่างกัน
2. แนะนำให้ศึกษากับตัวแปรอื่นที่อาจมีความเกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ทำการศึกษาอยู่
3. แนะนำให้ใช้สถิติตัวอื่นมาวิเคราะห์ในแง่มุมอื่นๆ



### บรรณานุกรม

- ธิดิมา เทียนโพธิ์.(2550). พฤติการณ์เลือกซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- นงนุช โกสิยรัตน์.(2553). การศึกษาความต้องการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในร้านค้าสุขภาพ แขวงศิริราช.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- มณฑกาญจน์ วิจิตรสกลธ์.(2552). ทักษะคิดด้านผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจ และแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคนมเปรี้ยวของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร . สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต , มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ร และ สุรัชย์ อุตมอ่าง.(2554). รูปแบบการดำเนินชีวิตครัวเรือนของหัวหน้าครอบครัวต่อการพัฒนาหมู่บ้านตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของสถานีเกษตรหลวงปางดะ. สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ภาคพายัพ จังหวัดเชียงใหม่.
- โศภษา อินนั้งแทน .(2555).ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริโภคผักปลอดสารพิษ . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุภาวดี คุณาทอง .(2550).ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงการบริโภคผักออร์แกนิก . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุรียา สิริภัทรไพศาล.(2550).พฤติกรรมการบริโภคและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษในซูเปอร์มาร์เก็ต เขตบางกอกน้อย. สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อริศรา รุ่งแสง .(2555).ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

Bedworth, A. E., & David A. B. (2003). *Health for Human Effectiveness*.

New York: Harper and Brothers.

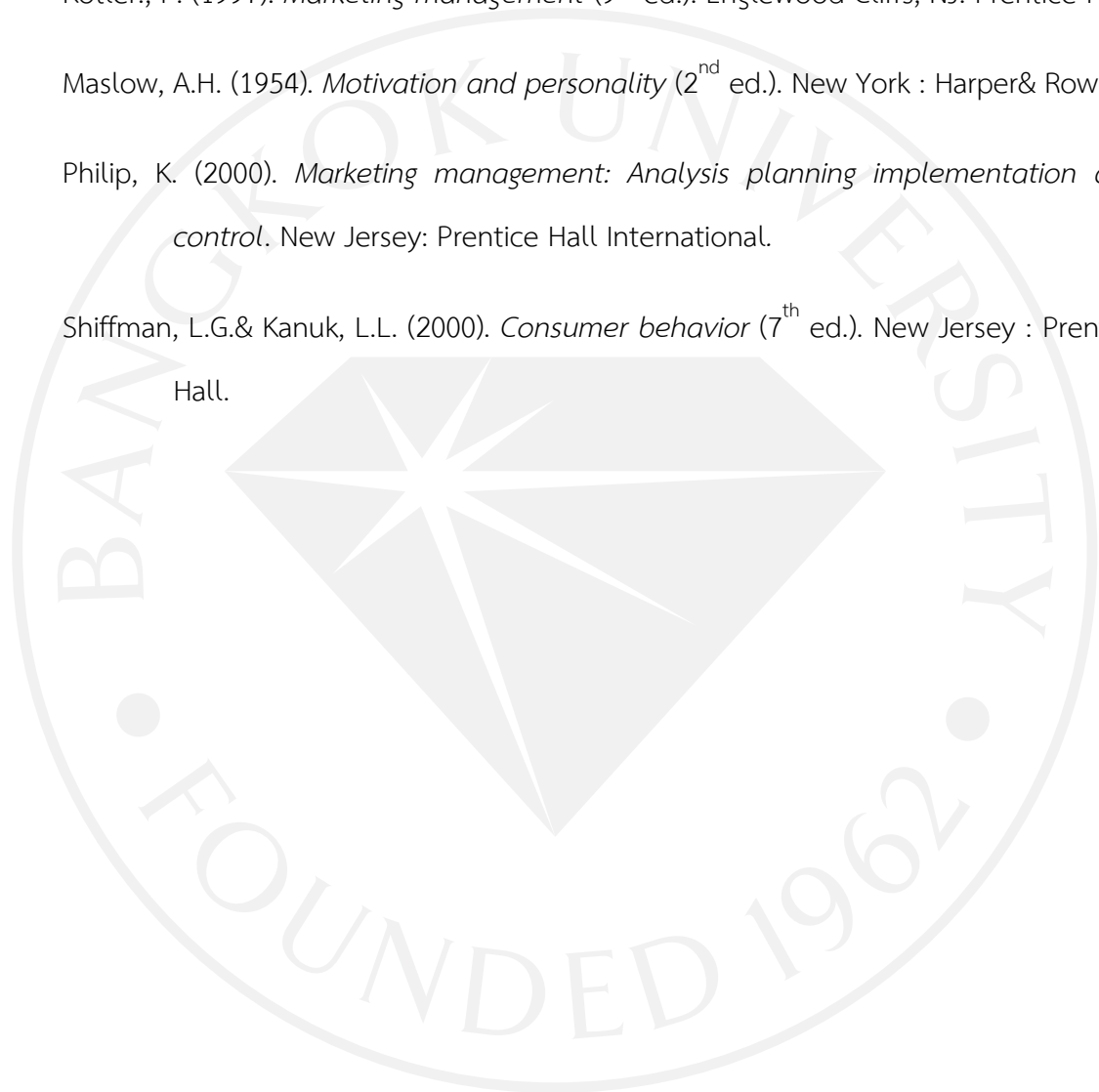
Henry, A. (1995). *Consumer behavior and marketing* (5<sup>th</sup> ed.). USA : International Thomson.

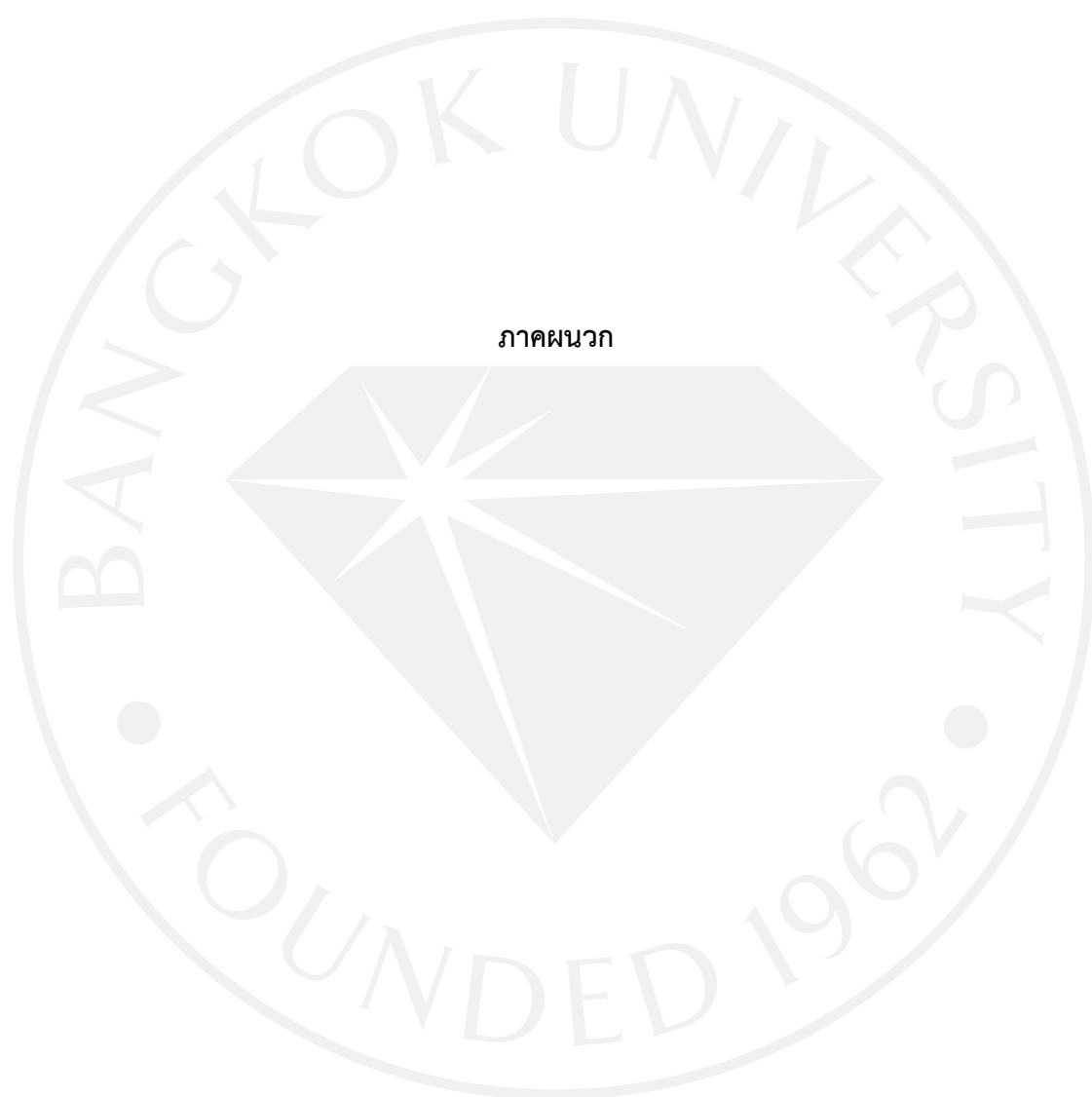
Kotler., P. (1997). *Marketing management* (9<sup>th</sup> ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Maslow, A.H. (1954). *Motivation and personality* (2<sup>nd</sup> ed.). New York : Harper& Row.

Philip, K. (2000). *Marketing management: Analysis planning implementation and control*. New Jersey: Prentice Hall International.

Shiffman, L.G.& Kanuk, L.L. (2000). *Consumer behavior* (7<sup>th</sup> ed.). New Jersey : Prentice Hall.





ภาคผนวก

### แบบสอบถาม

## เรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้ข่าวสาร และ ทักษะคติ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคผักออร์แกนิก ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาถึงรูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้ข่าวสาร และ ทักษะคติ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคผักออร์แกนิก ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เก็บรวบรวมข้อมูลการทำวิจัยในกระบวนวิชา BA715: การค้นคว้าอิสระ ของนักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ดังนั้นเพื่อความสมบูรณ์ของงานวิจัย จึงขอความกรุณาผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อมูลตามความเป็นจริง ทางผู้ศึกษาขอขอบคุณในความร่วมมือของท่าน มา ณ ที่นี้ด้วย

### ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : กรุณาตอบแบบสอบถามโดยขีด ✓ ลงในช่องที่ตรงกับคำตอบของท่านมากที่สุด

#### 1.1 เพศ

1. ชาย       2. หญิง

#### 1.2 อายุ

1. ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 15 ปี       2. 16-24 ปี       3. 25-34 ปี  
 4. 35-44 ปี       5. อายุ 45 ปีขึ้นไป

#### 1.3 อาชีพ

1. นักเรียน/นักศึกษา       2. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ  
 3. เจ้าของกิจการ       4. พนักงานบริษัท  
 5. อื่นๆโปรด ระบุ.....

#### 1.4 ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย       2. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช  
 3. อนุปริญญา/ปวส       4. ปริญญาตรี       5. สูงกว่าปริญญาตรี

#### 1.5 รายได้

1. ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 10,000บาท       2. 10,001-15,000 บาท  
 3. 15,001-20,000 บาท       4. 20,001-25,000 บาท  
 5. 25,001-30,000 บาท       6. 30,001 บาทขึ้นไป

#### 1.6 สถานภาพทางครอบครัว

1. โสด       2. สมรส/อยู่ด้วยกัน       3. หย่าร้าง/แยกกันอยู่

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิกของผู้บริโภค  
ในเขตจังหวัดนนทบุรี

โดย 5= เป็นประจำ 4= ค่อนข้างบ่อย 3= บางครั้ง 2= นานๆครั้ง 1= ไม่เคย

ท่านทำกิจกรรมในข้อต่อไปนี้ มากน้อยเพียงใด	ระดับความถี่ในการทำกิจกรรม				
	5	4	3	2	1
2.1 การรับประทานอาหารออร์แกนิก					
2.2 นอกจากการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพที่ดีแล้ว ท่านยังบริโภคผักออร์แกนิกควบคู่ไปด้วย					
2.3 การบริโภคผักออร์แกนิกที่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากสถาบันเกษตรอินทรีย์ที่มีชื่อเสียง					
2.4 การเข้าร่วมกิจกรรมหรืองานสัมมนาที่เกี่ยวข้องกับออร์แกนิก					
2.5 การอ่านหนังสือหรือนิตยสารที่เกี่ยวข้องกับออร์แกนิก					
2.6 การแนะนำผู้อื่นให้บริโภคผักออร์แกนิก เนื่องจากเห็นว่าปลอดภัยและมีสุขภาพดีอีกด้วย					

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

ท่านให้ความสนใจกับสิ่งเหล่านี้มากน้อยเพียงใด	ระดับความสนใจ				
	5	4	3	2	1
2.7 ความสนใจต่อผักออร์แกนิก					
2.8 การติดตามข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกอย่างต่อเนื่อง					
2.9 การให้ความสนใจเกี่ยวกับผักออร์แกนิก จากแผ่นพับหรือโบรชัวร์					
<b>ท่านมีความคิดเห็นต่อสิ่งเหล่านี้มากน้อยเพียงใด</b>					
2.10 ผักออร์แกนิกเป็นผักปลอดภัย ไม่มีสารเคมีตกค้าง					
2.11 ผักออร์แกนิกมีราคาคุ้มค่ากับคุณประโยชน์ที่ได้รับ					
2.12 ผักออร์แกนิกสามารถตอบสนองความต้องการของ					

ผู้บริโภครู้สึกพอใจในสุขภาพได้เป็นอย่างดี					
---	--	--	--	--	--

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภคผักออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี

โดย 5= เห็นด้วยอย่างยิ่ง 4=เห็นด้วย 3=ไม่แน่ใจ 2= ไม่เห็นด้วย 1= ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การรับรู้ข่าวสาร	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
3.1 ข่าวสารที่ท่านได้รับข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ช่วยสร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับผักออร์แกนิกได้เป็นอย่างดี					
3.2 ผักที่ได้รับการรับรองจากกรมวิชาการเกษตรว่าเป็นผักออร์แกนิก ทำให้ท่านแน่ใจว่าเป็นผักปลอดสารพิษจริง					
ท่านเห็นด้วยกับข้อความเหล่านี้มากน้อยเพียงใด					
3.3 แผ่นพับโฆษณาส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าออร์แกนิก					
3.4 ส่วนลดสินค้าออร์แกนิกที่แนบมาทางสื่อโฆษณามีส่วนทำให้ท่านตัดสินใจซื้อสินค้า					
3.5 สื่อโฆษณา ณ จุดขาย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ					

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภคผักออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี

โดย 5= เห็นด้วยอย่างยิ่ง 4=เห็นด้วย 3= ไม่แน่ใจ 2= ไม่เห็นด้วย 1= ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

คุณค่าที่รับรู้ต่อผักออร์แกนิก	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
4.1 ท่านรู้สึกว่าการบริโภคผักออร์แกนิกคุ้มค่าเมื่อเทียบกับราคา					
4.2 ท่านพิจารณาแล้วว่าผักออร์แกนิกมีความคุ้มค่าต่อประโยชน์ที่จะได้รับ					
4.3 ท่านพิจารณาแล้วว่าผักออร์แกนิกรับประกันแล้วร่างกายแข็งแรง จึงคุ้มค่า					
4.4 ท่านรู้สึกว่าการบริโภคอาหารออร์แกนิก ทำให้เป็นคน					



พิเศษและมีความรับผิดชอบต่อสังคม					
4.5 ท่านคิดว่าปัจจุบันนี้คนทั่วไปบริโภคผักออร์แกนิก เพราะ เชื่อในประโยชน์ที่จะได้รับมากกว่าความอร่อย					
<b>แรงจูงใจในการซื้อ</b>					
4.6 ท่านห่วงใยในสุขภาพจึงหันมาบริโภคผักออร์แกนิก					
4.7 ท่านกลัวอันตรายจากการบริโภคผักทั่วไปที่อาจ ปนเปื้อนสารเคมี จึงทำให้ท่านบริโภคผักออร์แกนิก					
4.8 ท่านบริโภคผักออร์แกนิก เนื่องจากมีคุณสมบัติต่อ ร่างกายและไม่มีสารเคมีตกค้าง					
4.9 ท่านบริโภคผักออร์แกนิก เพราะมีความเชื่อมั่นว่า ปลอดภัยสูง					
4.10 จากการใช้จ่ายค่าแม่ลงที่มีอัตราเพิ่มขึ้นในปัจจุบัน ทำให้ ท่านไม่มั่นใจ จึงหันมาบริโภคผักออร์แกนิก					
4.11 สินค้าที่มีการรับรองว่าเป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ ถือเป็น การประกันความปลอดภัยให้กับผู้บริโภค					

ตอนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคผักออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี  
โดย 5=เป็นประจำ 4=ค่อนข้างบ่อย 3= บางครั้ง 2= นานๆครั้ง 1=ไม่เคย

พฤติกรรมการบริโภคอาหาร	5	4	3	2	1
5.1 ท่านรับประทานผักออร์แกนิก					
5.2 ท่านรับประทานอาหารที่มีเส้นใยและกากอาหารมาก เช่น ผัก ผลไม้					
5.3 ในการรับประทานอาหาร ท่านคำนึงถึงการได้รับ สารอาหารครบ 5 หมู่					
5.4 ท่านมักจะล้างผัก ผลไม้ ให้สะอาด ก่อนรับประทาน					
5.5 ท่านยอมหยุดรับประทานอาหารขยะทุกชนิด เพื่อหัน มารับประทานอาหารออร์แกนิก					
5.6 ท่านหลีกเลี่ยงการรับประทานอาหารที่ผ่านการแปรรูป					

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล นายสมศักดิ์ รอดลอย

ที่ทำงาน สถาบันสอนภาษาเดอะไพรม์อิงลิช (ThePrimeEnglish Academy)

### ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2547 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จากโรงเรียนพรหมานุสรณ์จังหวัดเพชรบุรี

พ.ศ. 2550 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

พ.ศ. 2555 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาการจัดการวิศวกรรม จากสถาบันเทคโนโลยีนานาชาติสิรินธร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พ.ศ. 2556 กำลังศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

### ประวัติการทำงาน

พ .ศ. 2555 เจ้าของธุรกิจ สถาบันสอนภาษาเดอะไพรม์อิงลิช (ThePrimeEnglish)

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 29 เดือน กันยายน พ.ศ. 2558

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) สัณห์ศักดิ์ รอดลอย อยู่บ้านเลขที่ 30 หมู่ 1  
ซอย - ถนน - ตำบล/แขวง โพธิ์พระ  
อำเภอ/เขต เมือง จังหวัด เพชรบูรณ์ รหัสไปรษณีย์ 76000  
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7560200854  
ระดับปริญญา  ตรี  โท  เอก  
หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา - คณะ บริหารธุรกิจ  
ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย  
กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/  
วิทยานิพนธ์หัวข้อ รูปแบบการจัดการเชิงชีวิต การรับรู้ท่าลสาร และ ทัศนคติ ที่ส่งผลต่อ  
พฤติกรรมการบริโภคสินค้าออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
(ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี  
กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่  
ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนาอื่น ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้  
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ  
กระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ  
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่น ๆ  
เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณา  
ได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหาย  
ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาที่ห้าขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....อนุญาตให้ใช้สิทธิ

(

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ

(ดร.ชนันนา รอดสุทธิ)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤติกา ลีมลาลัย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)

ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร