

บทที่ 4

ผลการศึกษา

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจในการตัดสินใจซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวงครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 3 วัตถุประสงค์ คือ วัตถุประสงค์แรก เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อผักเมืองหนาว วัตถุประสงค์ที่สอง เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักเมืองหนาว และวัตถุประสงค์ที่สาม เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผักเมืองหนาวของโครงการหลวง โดยผลการศึกษาที่ได้นำเสนอเป็น 4 ส่วน ดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวง

การศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวง ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะทางจากที่พักถึงร้านค้า จากการออกแบบสอบถาม จำนวน 200 ราย มีข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวง มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างของผู้ซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวง จำนวน 200 ราย พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 35

มีอายุของกลุ่มผู้ซื้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อมีอายุระหว่าง 20 -35 ปี มากที่สุดร้อยละ 50.5 รองลงมาคือ มีอายุมากกว่า 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 23 ตามลำดับ

มีสถานภาพของกลุ่มผู้ซื้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อมีสถานภาพโสด มากกว่าสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 2

มีอาชีพของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ พบว่า กลุ่มผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาคือ นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 25 และพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 20 ตามลำดับ

มีระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ พบว่า กลุ่มผู้ซื้อส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 62 รองลงมาคือ ปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 26 และต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 6 ตามลำดับ

มีรายได้ต่อเดือนของกลุ่มผู้ซื้อ พบว่า กลุ่มผู้ซื้อส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมาคือ มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34 และมีรายได้ต่อเดือน 25,001 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24 ตามลำดับ

มีระยะทางจากที่พักถึงร้านค้าของกลุ่มผู้ซื้อ พบว่า กลุ่มผู้ซื้อส่วนใหญ่มีระยะทางจากที่พักน้อยกว่า 4 km คิดเป็นร้อยละ 42 รองลงมาคือ ระยะทางจากที่พักระหว่าง 4-10 km คิดเป็นร้อยละ 39.5 ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อพักเมืองหนาว ของโครงการหลวง

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	70	35
หญิง	130	65
รวม	200	100
อายุ		
น้อยกว่า 20 ปี	12	6
20 – 35 ปี	101	50.5
36 – 50 ปี	41	20.5
มากกว่า 50 ปี	46	23
รวม	200	100
สถานภาพ		
โสด	102	51
สมรส	98	49
รวม	200	100

ที่มา: จากการศึกษา

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผักเมืองหนาว ของโครงการหลวง (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาชีพ		
นักศึกษา	50	25
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	60	30
พนักงานเอกชน	40	20
นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ	18	9
รับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ	32	16
รวม	200	100
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	12	6
ปริญญาตรี	124	62
ปริญญาโท	52	26
ปริญญาเอก	12	6
รวม	200	100
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
<10,000	70	35
10,000 – 25,000	68	34
25,001 – 40,000	48	24
40,001 – 55,000	6	3
>55,000	8	4
รวม	200	100
ระยะทางจากที่พักถึงร้านค้า		
<4	84	42
4-10	79	39.5
>10	37	18.5
รวม	200	100

ที่มา: จากการศึกษา

4.2 ผลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อขายผักเมืองหนาวของโครงการหลวง

4.2.1 ผลลัพธ์ที่เข้ามาซื้อ จำแนกตามอาชีพ

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อจำนวน 200 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างซื้อผลิตภัณฑ์อันดับที่ 1 คือ ซื้อมะเขี๋ยง อันดับที่ 2 คือ ซื้อมะเขี๋ยง

เมื่อจำแนกตามกลุ่มอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อทุกกลุ่มอาชีพ ซื้อมะเขี๋ยงมากกว่ามะเขี๋ยงเหมือนกัน ดังแสดงในตารางที่ 4.2

4.2.2 ผลลัพธ์ที่เข้ามาซื้อจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อจำนวน 200 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างซื้อผลิตภัณฑ์อันดับที่ 1 คือ ซื้อมะเขี๋ยง อันดับที่ 2 คือ ซื้อมะเขี๋ยง

เมื่อจำแนกตามกลุ่มรายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อทุกกลุ่มรายได้ ซื้อมะเขี๋ยงมากกว่ามะเขี๋ยงเหมือนกัน ดังแสดงในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน และร้อยละผลลัพธ์ที่เข้ามาซื้อจำแนกตามอาชีพและรายได้

ผลลัพธ์ที่ซื้อ		อาชีพ						รายได้			รวม
		นักศึกษา	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน	นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ	รับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ	รวม	< 10,000	10,000 – 25,000	> 25,000	
1. มะเขี๋ยง	จำนวน	32	46	24	8	22	132	43	49	42	134
	อันดับที่	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
2. มะเขี๋ยง	จำนวน	18	14	16	10	10	68	27	19	20	66
	อันดับที่	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2

ที่มา: จากการศึกษา

4.2.3 วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อผักเมืองหนาว จำแนกตามอาชีพ

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ราย พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อผัก/ผลไม้เมืองหนาว อันดับที่ 1 คือ สิ้นค้ามีความปลอดภัยจากสารพิษ อันดับที่ 2 คือ สิ้นค้ามีคุณภาพ

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อทุกกลุ่มอาชีพมีวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อผัก/ผลไม้เมืองหนาวเพราะเห็นว่าคุณภาพปลอดภัยจากสารพิษที่คล้ายคลึงกัน อันดับ 1 คือ ปลอดภัยจากสารพิษ อันดับ 2 คือ สิ้นค้ามีคุณภาพ ยกเว้นกลุ่มอาชีพรับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ ที่มีวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อผัก/ผลไม้ อันดับ 1 คือ เห็นว่าคุณภาพ อันดับ 2 คือ สิ้นค้าปลอดภัยจากสารพิษ ดังแสดงในตารางที่ 4.3

4.2.4 วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อผักเมืองหนาว จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ราย พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อผัก/ผลไม้เมืองหนาว อันดับที่ 1 คือ สิ้นค้ามีความปลอดภัยจากสารพิษ อันดับที่ 2 คือ สิ้นค้ามีคุณภาพ

เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อทุกกลุ่มรายได้มีวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อผัก/ผลไม้เมืองหนาวเพราะเห็นว่าคุณภาพปลอดภัยจากสารพิษเหมือนกัน อันดับ 1 คือ สิ้นค้ามีความปลอดภัยจากสารพิษ อันดับ 2 คือ สิ้นค้ามีคุณภาพ ดังแสดงในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน และร้อยละวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อ จำแนกตามอาชีพและรายได้

วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อ		อาชีพ					รวม	รายได้			รวม
		นักศึกษา	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน	นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ	รับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ		< 10,000	10,000 – 25,000	>25,000	
1. สินค้ามีคุณภาพ	จำนวน	24	29	14	6	18	82	28	28	26	82
	อันดับที่	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2. ปลอดภัยจากสารพิษ	จำนวน	24	34	26	12	14	110	40	38	32	110
	อันดับที่	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3. ได้รับเครื่องหมาย	จำนวน	2	6	0	0	0	8	2	2	4	8
	อันดับที่	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

ที่มา: จากการศึกษา

4.2.5 ค่าใช้จ่ายในการซื้อผัก/ผลไม้เมืองหนาวต่อเดือนของโครงการหลวงของกลุ่มผู้ซื้อ

จำแนกตามอาชีพและรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

1) ค่าใช้จ่ายในการซื้อผักต่อเดือน จำแนกตามอาชีพ

เมื่อจำแนกค่าใช้จ่ายในการซื้อผักเมืองหนาวต่อเดือนตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

พบว่า ทุกกลุ่มอาชีพมีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อเดือนคล้ายคลึงกัน อันดับ 1 คือ มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 200 – 400 บาท อันดับ 2 คือ มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 200 และมีค่าใช้จ่ายระหว่าง 401 – 600 บาท ยกเว้นกลุ่มอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจและกลุ่มอาชีพนักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ ที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อเดือน อันดับ 1 คือ มากกว่า 600 บาท อันดับ 2 คือ 200 – 400 บาท และระหว่าง 401 – 600 บาท ดังแสดงในตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผักเมืองหนาวของ
โครงการหลวงกับค่าใช้จ่ายในการซื้อผัก

ค่าใช้จ่ายในการซื้อผัก (ครั้งต่อเดือน)		อาชีพ					รวม
		นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	นักธุรกิจ/ เจ้าของ กิจการ	รับจ้าง ทั่วไป/ อาชีพอิสระ	
1. น้อยกว่า 200	จำนวน	21	6	10	0	2	39
	อันดับที่	2	4	3	4	3	3
2. 200-400	จำนวน	22	20	14	4	14	74
	อันดับที่	1	2	1	3	1	1
3. 401-600	จำนวน	7	12	4	6	8	37
	อันดับที่	3	3	4	2	2	4
4. มากกว่า 600	จำนวน	0	22	12	8	8	50
	อันดับที่	0	1	2	1	2	2
Chi-square = 49.092 df = 12 (Sig = 0.000)							

ที่มา: จากการศึกษา

2) ค่าใช้จ่ายในการซื้อผักต่อเดือน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

เมื่อจำแนกค่าใช้จ่ายในการซื้อผักเมืองหนาวต่อเดือนตามรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ทุกกลุ่มรายได้มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อเดือนคล้ายคลึงกัน อันดับ 1 คือ มีค่าใช้จ่ายมากกว่า 600 ยกเว้นกลุ่มรายได้ มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 10,000 บาท ที่อันดับ 1 คือ มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 200 – 400 บาท แต่ในอันดับ 2 นั้นมีค่าใช้จ่ายที่แตกต่างกันทุกกลุ่มรายได้ คือ กลุ่มรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท นั้นอันดับ 2 คือ มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 200 บาท กลุ่มรายได้ระหว่าง 10,000 – 25,000 บาท นั้น อันดับ 2 คือ มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 401 – 600 บาท และกลุ่มรายได้มากกว่า 25,000 บาท นั้น อันดับ 2 คือ มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 200 – 400 บาท ดังแสดงในตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวงกับค่าใช้จ่ายในการซื้อผัก

ค่าใช้จ่ายในการซื้อผัก (ครั้งต่อเดือน)		รายได้ (บาทต่อเดือน)			รวม
		<10,000	10,000 – 25,000	มากกว่า 25,000	
1. น้อยกว่า 200	จำนวน	31	5	3	39
	อันดับที่	2	4	4	3
2. 200-400	จำนวน	36	17	21	74
	อันดับที่	1	3	2	1
3. 401-600	จำนวน	3	20	14	37
	อันดับที่	3	2	3	4
4. มากกว่า 600	จำนวน	0	26	24	50
	อันดับที่	4	1	1	2

Chi-square = 93.529 df = 12 (Sig = 0.000)

ที่มา: จากการศึกษา

3) ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลไม้ต่อเดือน จำแนกตามอาชีพ

เมื่อจำแนกค่าใช้จ่ายในการซื้อผลไม้เมืองหนาวต่อเดือนตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ทุกกลุ่มอาชีพมีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อเดือนคล้ายคลึงกัน อันดับ 1 คือ มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 200 บาท อันดับ 2 คือ มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 200 – 400 บาท ยกเว้นกลุ่มอาชีพพนักงานเอกชนที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อเดือน อันดับ 1 คือ มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 200 – 400 บาท อันดับ 2 คือ มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 200 บาท ดังแสดงในตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผักเมืองหนาวของ
โครงการหลวงกับค่าใช้จ่ายในการซื้อผลไม้

ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลไม้ (ครั้งต่อเดือน)		อาชีพ					รวม
		นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	นักธุรกิจ/ เจ้าของ กิจการ	รับจ้าง ทั่วไป/ อาชีพอิสระ	
1. น้อยกว่า 200	จำนวน	24	19	10	6	18	77
	อันดับที่	1	1	2	1	1	1
2. 200-400	จำนวน	24	19	20	5	8	76
	อันดับที่	1	1	1	2	2	2
3. 401-600	จำนวน	2	6	4	3	0	15
	อันดับที่	2	3	2	4	4	4
4. มากกว่า 600	จำนวน	0	16	6	4	6	32
	อันดับที่	3	226.7	3	3	3	3

Chi-square = 30.865 df = 12 (Sig = 0.002)

ที่มา: จากการศึกษา

4) ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลไม้ต่อเดือน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

เมื่อจำแนกค่าใช้จ่ายในการซื้อผักเมืองหนาวต่อเดือนตามรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ทุกกลุ่มรายได้มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อเดือนคล้ายคลึงกัน อันดับ 1 คือ มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 200 – 400 บาท อันดับ 2 คือ มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 200 บาท ยกเว้น กลุ่มรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อเดือน อันดับ 1 คือ มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 200 บาท อันดับ 2 คือ มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 200 – 400 บาท ดังแสดงในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวงกับค่าใช้จ่ายในการซื้อผลไม้

ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลไม้ (ครั้งต่อเดือน)		รายได้ (บาทต่อเดือน)			รวม
		<10,000	10,000 – 25,000	>25,000	
1. น้อยกว่า 200	จำนวน	38	21	18	77
	อันดับที่	1	2	3	1
2. 200-400	จำนวน	30	25	21	76
	ร้อยละ	2	1	1	2
3. 401-600	จำนวน	2	8	5	15
	อันดับที่	3	4	3	4
4. มากกว่า 600	จำนวน	0	14	18	32
	อันดับที่	4	3	2	3

Chi-square = 46.983 df = 12 (Sig = 0.000)

ที่มา: จากการศึกษา

4.2.6 ความถี่ในการซื้อผัก/ผลไม้เมืองหนาวต่อเดือนของโครงการหลวงของกลุ่มผู้ซื้อ

จำแนกตามอาชีพและรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

1) ความถี่ในการซื้อผักต่อเดือน จำแนกตามอาชีพ

เมื่อจำแนกความถี่ในการซื้อผักเมืองหนาวต่อเดือนตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ทุกกลุ่มอาชีพมีความถี่ในการซื้อต่อเดือนเหมือนกัน อันดับ 1 คือ มีความถี่น้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน อันดับ 2 คือ มีความถี่ระหว่าง 4 – 6 ครั้งต่อเดือน ดังแสดงในตารางที่ 4.8

2) กลุ่มผู้ซื้อผัก จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

เมื่อจำแนกความถี่ในการซื้อผักเมืองหนาวต่อเดือนตามรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ทุกกลุ่มรายได้มีความถี่ในการซื้อต่อเดือนเหมือนกัน อันดับ 1 คือ มีความถี่น้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน อันดับ 2 คือ มีความถี่ระหว่าง 4 – 6 ครั้งต่อเดือน ดังแสดงในตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละ ความถี่ในการซื้อผัก จำแนกตามอาชีพและรายได้

ความถี่ในการซื้อผัก (ครั้งต่อเดือน)		อาชีพ					รวม	รายได้			รวม
		นักศึกษา	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน	นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ	รับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ		< 10,000	10,000 – 25,000	>25,000	
1. น้อยกว่า 4	จำนวน	46	33	28	14	16	137	64	36	37	137
	อันดับที่	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2. 4 - 6	จำนวน	4	20	12	4	11	51	5	27	19	51
	อันดับที่	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3. มากกว่า 6	จำนวน	0	7	0	0	5	12	1	5	6	12
	อันดับที่	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

ที่มา: จากการศึกษา

3) กลุ่มผู้ซื้อผลไม้ จำแนกตามอาชีพ

เมื่อจำแนกความถี่ในการซื้อผลไม้เมืองหนาวต่อเดือนตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ทุกกลุ่มอาชีพมีความถี่ในการซื้อต่อเดือนคล้ายคลึงกัน อันดับ 1 คือ มีความถี่น้อยกว่า 3 ครั้งต่อเดือน อันดับ 2 คือ มีความถี่ระหว่าง 3 – 5 ครั้งต่อเดือน ยกเว้นกลุ่มอาชีพนักธุรกิจ/เจ้าของกิจการที่มีความถี่ในการซื้อต่อเดือน อันดับ 1 คือ มีความถี่ระหว่าง 3 – 5 ครั้งต่อเดือน อันดับ 2 คือ มีความถี่น้อยกว่า 3 ครั้งต่อเดือน ดังแสดงในตารางที่ 4.9

4) กลุ่มผู้ซื้อผลไม้ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

เมื่อจำแนกความถี่ในการซื้อผลไม้เมืองหนาวต่อเดือนตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ทุกกลุ่มรายได้มีความถี่ในการซื้อต่อเดือนเหมือนกัน อันดับ 1 คือ มีความถี่น้อยกว่า 3 ครั้งต่อเดือน อันดับ 2 คือ มีความถี่ระหว่าง 3 – 5 ครั้งต่อเดือน ดังแสดงในตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละ ความถี่ในการซื้อผลไม้ จำแนกตามอาชีพและรายได้

ความถี่ในการซื้อผลไม้ (ครั้งต่อเดือน)		อาชีพ					รวม	รายได้			รวม
		นักศึกษา	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน	นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ	รับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ		< 10,000	10,000 – 25,000	> 25,000	
1. น้อยกว่า 3	จำนวน	34	34	22	8	24	122	48	40	34	122
	อันดับที่	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
2. 3 – 5	จำนวน	16	22	18	10	4	70	20	26	24	70
	อันดับที่	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2
3. มากกว่า 5	จำนวน	0	4	0	0	4	8	2	2	4	8
	อันดับที่	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

ที่มา: จากการศึกษา

4.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวง แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม โดยที่กลุ่มที่ 1 คือ ปัจจัยที่ควบคุมได้ ซึ่งประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการบรรจุภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการให้บริการ และปัจจัยด้านบุคคล กลุ่มที่ 2 คือปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ ซึ่งประกอบไปด้วย อาชีพ และรายได้ของกลุ่มผู้ซื้อ

กลุ่มที่ 1 ปัจจัยที่สามารถควบคุมได้

4.3.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวง จำแนกตามค่าใช้จ่าย (บาทต่อเดือน)

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวง จำนวน 200 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่มค่าใช้จ่าย มีปัจจัยที่ควบคุมได้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อที่เหมือนกัน อันดับที่ 1 คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อันดับที่ 2 คือ ปัจจัยด้านราคา ดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวง จำแนกตาม
ค่าใช้จ่ายของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยที่มีอิทธิพล		ค่าใช้จ่ายรวม (บาทต่อเดือน)		
		น้อยกว่า 500	500 – 1,000	มากกว่า 1,000
ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	คะแนน	160	183	124
	อันดับที่	1	1	1
ปัจจัยด้านการบรรจุ ภัณฑ์	คะแนน	51	36	52
	อันดับที่	3	5	3
ปัจจัยด้านราคา	คะแนน	84	122	77
	อันดับที่	2	2	2
ปัจจัยด้านช่อง ทางการจัดจำหน่าย	คะแนน	40	49	25
	อันดับที่	4	4	5
ปัจจัยด้านการ ให้บริการ	คะแนน	34	20	16
	อันดับที่	5	6	6
ปัจจัยด้านบุคคล	คะแนน	41	58	28
	อันดับที่	6	3	4

ที่มา: จากการศึกษา

4.3.2 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักเมืองหนาวของ

โครงการหลวง จำแนกตามค่าใช้จ่าย

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวง จำนวน 200 ราย พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ อันดับที่ 1 ทุกกลุ่มค่าใช้จ่ายให้ความสำคัญกับ สินค้ามีความปลอดภัยจากสารพิษ ส่วนอันดับที่ 2 กลุ่มค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 500 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญกับการมีประโยชน์ทางโภชนาการ ในขณะที่กลุ่มค่าใช้จ่ายระหว่าง 500 – 1,000 บาทต่อเดือน และกลุ่มค่าใช้จ่ายมากกว่า 1,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญกับการที่มีการควบคุมคุณภาพของสินค้า ดังแสดงในตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวง
จำแนกตามค่าใช้จ่ายของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์		ค่าใช้จ่าย (บาทต่อเดือน)		
		น้อยกว่า 500	500 – 1,000	มากกว่า 1,000
ชื่อเสียง ตรายี่ห้อ ผลิตภัณฑ์	คะแนน	26	69	17
	อันดับที่	4	4	4
มีการควบคุมคุณภาพ ของสินค้า	คะแนน	76	95	69
	อันดับที่	3	2	2
มีประโยชน์ทาง โภชนาการ	คะแนน	80	87	62
	อันดับที่	2	3	3
สินค้าได้รับ อย.	คะแนน	22	23	16
	อันดับที่	5	5	5
สินค้ามีความปลอดภัย จากสารพิษ	คะแนน	136	129	102
	อันดับที่	1	1	1
มีตราสินค้าคอยคำ	คะแนน	4	8	14
	อันดับที่	10	9	6
มีชนิดผัก/ผลไม้ให้เลือก มาก	คะแนน	14	22	12
	อันดับที่	7	6	7
สินค้ามีความสด	คะแนน	20	12	10
	อันดับที่	6	8	8
สินค้ามีคุณภาพได้ มาตรฐาน	คะแนน	10	15	8
	อันดับที่	8	7	9
เพื่อสนับสนุนโครงการ ในพระราชดำริ	คะแนน	6	8	8
	อันดับที่	9	9	9

ที่มา: จากการศึกษา

4.3.3 ปัจจัยด้านการบรรจุภัณฑ์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักเมืองหนาวของ โครงการหลวง จำแนกตามค่าใช้จ่าย

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวง จำนวน 200 ราย พบว่า ปัจจัยด้านการบรรจุภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ อันดับที่ 1 กลุ่มค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 500 บาทต่อเดือนให้ ความสำคัญกับ ฉลากผลิตภัณฑ์ที่มีความชัดเจนและครบถ้วน และการเก็บรักษาของบรรจุภัณฑ์ที่มีความปลอดภัยจากสารพิษ กลุ่มค่าใช้จ่ายระหว่าง 500 – 1,000 บาทต่อเดือนให้ ความสำคัญกับฉลากผลิตภัณฑ์ที่มีความชัดเจนและครบถ้วน และกลุ่มค่าใช้จ่ายมากกว่า 1,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญกับ การเก็บรักษาของบรรจุภัณฑ์ ส่วนอันดับที่ 2 กลุ่มค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 500 บาทต่อเดือนให้ ความสำคัญกับ ขนาดของบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสม กลุ่มค่าใช้จ่ายระหว่าง 500 – 1,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญกับการเก็บรักษาของบรรจุภัณฑ์ และกลุ่มค่าใช้จ่ายมากกว่า 1,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญกับ ฉลากผลิตภัณฑ์ที่มีความชัดเจนและครบถ้วน ดังแสดงในตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 ปัจจัยด้านการบรรจุภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวง จำแนกตามค่าใช้จ่ายของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยด้านการบรรจุภัณฑ์		ค่าใช้จ่าย (บาทต่อเดือน)		
		น้อยกว่า 500	500 – 1,000	มากกว่า 1,000
บรรจุภัณฑ์ที่มีความ ทนทาน	คะแนน	55	49	40
	อันดับที่	3	5	4
ขนาดของบรรจุภัณฑ์มี ให้เลือกหลายขนาด	คะแนน	52	62	44
	อันดับที่	4	4	3
ฉลากผลิตภัณฑ์มีความ ชัดเจนและครบถ้วน	คะแนน	112	147	92
	อันดับที่	1	1	2
การเก็บรักษาของบรรจุ ภัณฑ์	คะแนน	112	129	106
	อันดับที่	1	2	1
ขนาดของบรรจุภัณฑ์มี ความเหมาะสม	คะแนน	65	81	36
	อันดับที่	2	3	5

ที่มา: จากการศึกษา

4.3.4 ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักเมืองหนาวของโครงการ

หลวง จำแนกตามค่าใช้จ่าย

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวง จำนวน 200 ราย พบว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ อันดับที่ 1 ทุกกลุ่มค่าใช้จ่ายให้ความสำคัญกับราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ส่วนอันดับที่ 2 ทุกกลุ่มค่าใช้จ่ายให้ความสำคัญกับราคาเหมาะสมกับปริมาณของผลิตภัณฑ์ ดังแสดงในตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวง จำแนกตามค่าใช้จ่ายของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยด้านราคา		ค่าใช้จ่าย (บาทต่อเดือน)		
		น้อยกว่า 500	500 – 1,000	มากกว่า 1,000
ราคาเหมาะสมกับ ปริมาณของผลิตภัณฑ์	คะแนน	102	117	87
	อันดับที่	2	2	2
ราคาเหมาะสมกับ คุณภาพของผลิตภัณฑ์	คะแนน	148	188	123
	อันดับที่	1	1	1
มีการแสดงป้ายราคา อย่างชัดเจน	คะแนน	92	89	66
	อันดับที่	3	3	3
การมีมาตรฐานของ ราคา	คะแนน	54	74	42
	อันดับที่	4	4	4

ที่มา: จากการศึกษา

4.3.5 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักเมือง

หนาวของโครงการหลวง จำแนกตามค่าใช้จ่าย

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวง จำนวน 200 ราย พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ อันดับที่ 1 ทุกกลุ่มค่าใช้จ่ายให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งของร้านค้า หาง่าย ส่วนอันดับที่ 2 กลุ่มค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 500 บาทต่อเดือนและระหว่าง 500 – 1,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญกับการมีความสะดวกในการเดินทางมา

ซื้อ และกลุ่มค่าใช้จ่ายมากกว่า 1,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญกับการที่จัดเรียงสินค้าไว้เป็นหมวดหมู่ ดังแสดงในตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวง จำแนกตามค่าใช้จ่ายของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		ค่าใช้จ่าย (บาทต่อเดือน)		
		น้อยกว่า 500	500 – 1,000	มากกว่า 1,000
ทำเลที่ตั้งของร้านค้า หาง่าย	คะแนน	112	118	87
	อันดับที่	1	1	1
มีความสะดวกในการ เดินทางมาซื้อ	คะแนน	97	110	69
	อันดับที่	2	2	3
มีสถานที่จอดรถที่ สะดวก	คะแนน	31	80	52
	อันดับที่	5	4	4
การจัดเรียงสินค้าไว้ เป็นหมวดหมู่	คะแนน	83	84	75
	อันดับที่	3	3	2
ความสะดวกในการหา ซื้อสินค้า	คะแนน	73	72	41
	อันดับที่	4	5	5

ที่มา: จากการศึกษา

4.3.6 ปัจจัยด้านการให้บริการ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักเมืองหนาวของ

โครงการหลวง จำแนกตามค่าใช้จ่าย

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวง จำนวน 200 ราย พบว่า ปัจจัยด้านการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ อันดับที่ 1 กลุ่มค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 500 บาทต่อเดือน และระหว่าง 500 – 1,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญกับความสะดวกในการชำระเงิน ในขณะที่กลุ่มค่าใช้จ่ายมากกว่า 1,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญกับความเร็วในการให้บริการ ส่วนอันดับที่ 2 กลุ่มค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 500 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญกับพนักงานขายมีอัธยาศัยที่ดีต่อลูกค้า กลุ่มค่าใช้จ่ายระหว่าง 500 – 1,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญกับความ

รวดเร็วในการให้บริการ และกลุ่มค่าใช้จ่ายมากกว่า 1,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญกับความสะดวกในการชำระเงิน ดังแสดงในตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 ปัจจัยด้านการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่พักเมืองหนาวของโครงการ
หลวง จำแนกตามค่าใช้จ่ายของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยด้านการให้บริการ		ค่าใช้จ่าย (บาทต่อเดือน)		
		น้อยกว่า 500	500 – 1,000	มากกว่า 1,000
พนักงานขายมีอัธยาศัยที่ดี ต่อลูกค้า	คะแนน	106	79	49
	อันดับที่	2	3	5
พนักงานขายมีความรู้ใน ผลิตภัณฑ์	คะแนน	65	65	61
	อันดับที่	4	4	3
พนักงานขายสามารถ อธิบายและแนะนำลูกค้าได้	คะแนน	33	48	53
	อันดับที่	6	6	4
ความรวดเร็วในการ ให้บริการ	คะแนน	80	104	63
	อันดับที่	3	2	1
ความสะดวกในการชำระ เงิน	คะแนน	160	183	62
	อันดับที่	1	1	2
สามารถติดต่อได้สะดวก	คะแนน	35	61	26
	อันดับที่	5	5	5

ที่มา: จากการศึกษา

4.3.7 ปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่พักเมืองหนาวของโครงการ

หลวง จำแนกตามค่าใช้จ่าย

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่พักเมืองหนาวของโครงการหลวง จำนวน 200 ราย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ อันดับที่ 1 ทุกกลุ่มค่าใช้จ่ายให้ความสำคัญกับความชอบส่วนตัว ส่วนอันดับที่ 2 กลุ่มค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 500 บาทและกลุ่มค่าใช้จ่ายระหว่าง 500 – 1,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญกับอุปนิสัยการบริโภค กลุ่มค่าใช้จ่ายมากกว่า 1,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญกับรูปแบบการใช้ชีวิต ดังแสดงในตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวง
จำแนกตามค่าใช้จ่ายของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยส่วนบุคคล		ค่าใช้จ่าย (บาทต่อเดือน)		
		น้อยกว่า 500	500 – 1,000	มากกว่า 1,000
ความชอบส่วนตัว	คะแนน	128	162	98
	อันดับที่	1	1	1
รสนิยม	คะแนน	87	108	54
	อันดับที่	4	3	4
รูปแบบของการใช้ชีวิต	คะแนน	90	88	86
	อันดับที่	3	4	2
อุปนิสัยการบริโภค	คะแนน	91	110	80
	อันดับที่	2	2	3

ที่มา: จากการศึกษา

กลุ่มที่ 2 ปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้

4.3.8 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของกลุ่มผู้ซื้อผักกับค่าใช้จ่ายในการซื้อผักต่อเดือน

ผลจากการทดสอบไคสแควร์ (chi-square test) จากตารางที่ 4.4 พบว่า ค่า chi-square จากการศึกษา คือ 49.092 นั้นมีค่ามากกว่า chi-square ที่สามารถเปิดได้จากตารางที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ degree of freedom เท่ากับ 12 คือ 21.026 สรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวงที่มีอาชีพต่างกันมีค่าใช้จ่ายในการซื้อผักแตกต่างกัน

4.3.9 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนของกลุ่มผู้ซื้อผักกับค่าใช้จ่ายในการซื้อผักต่อเดือน

ผลจากการทดสอบไคสแควร์ (chi-square test) จากตารางที่ 4.5 พบว่า ค่า chi-square จากการศึกษา คือ 93.529 นั้นมีค่ามากกว่า chi-square ที่สามารถเปิดได้จากตารางที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ degree of freedom เท่ากับ 12 คือ 21.026 สรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวงที่มีรายได้ต่างกันมีค่าใช้จ่ายในการซื้อผักแตกต่างกัน

4.3.10 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของกลุ่มผู้ซื้อกับค่าใช้จ่ายในการซื้อผลไม้ต่อ

เดือน

ผลจากการทดสอบไคสแควร์ (chi-square test) จากตารางที่ 4.6 พบว่า ค่า chi-square จากการศึกษา คือ 30.865 นั้นมีค่ามากกว่า chi-square ที่สามารถเปิดได้จากตารางที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ degree of freedom เท่ากับ 12 คือ 21.026 สรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวงที่มีอาชีพต่างกันมีค่าใช้จ่ายในการซื้อผลไม้แตกต่างกัน

4.3.11 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนของกลุ่มผู้ซื้อกับค่าใช้จ่ายในการซื้อ

ผลไม้ต่อเดือน

ผลจากการทดสอบไคสแควร์ (chi-square test) จากตารางที่ 4.7 พบว่า ค่า chi-square จากการศึกษา คือ 46.983 นั้นมีค่ามากกว่า chi-square ที่สามารถเปิดได้จากตารางที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ degree of freedom เท่ากับ 12 คือ 21.026 สรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวงที่มีรายได้ต่างกันมีค่าใช้จ่ายในการซื้อผลไม้แตกต่างกัน

4.4 ความพึงพอใจของผู้ซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวง

4.4.1 ความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า คะแนนระดับความพึงพอใจอยู่ในช่วง 2.50 – 3.00 และช่วง 1.50 – 2.49 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากและปานกลาง ซึ่งเรียงลำดับได้ดังนี้ คือมีประโยชน์ทางโภชนาการ มีการควบคุมคุณภาพของสินค้า สินค้ามีความปลอดภัยจากสารพิษเพื่อสนับสนุนโครงการในพระราชดำริ สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐานสินค้ามีความสด สินค้าได้รับ อย. ชื่อเสียง ครายี่ห้อผลิตภัณฑ์ มีชนิดผัก/ผลไม้สดให้เลือกมาก และมีตราสินค้าคอยคำ ดังตารางที่

ตารางที่ 4.17 แสดงระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อผักและผลไม้เมืองหนาว	คะแนนรวม	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
มีประโยชน์ทางโภชนาการ	572	2.86	มาก
มีการควบคุมคุณภาพของสินค้า	554	2.77	มาก
สินค้ามีความปลอดภัยจากสารพิษ	554	2.77	มาก
เพื่อสนับสนุนโครงการในพระราชดำริ	554	2.77	มาก
สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน	554	2.77	มาก
สินค้ามีความสด	550	2.75	มาก
สินค้าได้รับ อย.	540	2.70	มาก
ชื่อเสียง ตรายี่ห้อผลิตภัณฑ์	510	2.55	มาก
มีชนิดผัก/ผลไม้สดให้เลือกมาก	482	2.41	ปานกลาง
มีตราสินค้าคอยคำ	474	2.37	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย		2.672	มาก

ที่มา: จากการศึกษา

4.4.2 ความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อปัจจัยด้านการบรรจุภัณฑ์

จากการศึกษาค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อการบรรจุภัณฑ์ พบว่า คะแนนระดับความพึงพอใจอยู่ในช่วง 2.00 – 2.99 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ทั้ง 5 ปัจจัย ซึ่งเรียงลำดับได้ดังนี้ คือ การเก็บรักษาของบรรจุภัณฑ์ ฉลากผลิตภัณฑ์มีความชัดเจนและครบถ้วน ขนาดบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม บรรจุภัณฑ์มีความทนทาน และขนาดบรรจุภัณฑ์มีให้เลือกหลายขนาด ดังตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 แสดงระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อปัจจัยด้านการบรรจุภัณฑ์

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อ ผักและผลไม้เมืองหนาว	คะแนนรวม	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึง พอใจ
การเก็บรักษาของบรรจุภัณฑ์	486	2.43	ปานกลาง
ฉลากผลิตภัณฑ์มีความชัดเจนและครบถ้วน	474	2.37	ปานกลาง
ขนาดบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม	470	2.35	ปานกลาง
บรรจุภัณฑ์มีความทนทาน	470	2.35	ปานกลาง
ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีให้เลือกหลายขนาด	424	2.12	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย		2.324	ปานกลาง

ที่มา: จากการศึกษา

4.4.3 ความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อปัจจัยด้านราคา พบว่า คะแนนระดับความพึงพอใจอยู่ในช่วง 2.50 – 3.00 และช่วง 1.50 – 2.49 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากและปานกลาง ซึ่งเรียงลำดับได้ดังนี้ คือราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีการแสดงป้ายราคาอย่างชัดเจน การมีมาตรฐานของราคา และราคามีความเหมาะสมกับปริมาณของผลิตภัณฑ์ ดังตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 แสดงระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มี ต่อผักและผลไม้เมืองหนาว	คะแนนรวม	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึง พอใจ
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	530	2.65	มาก
มีการแสดงป้ายราคาอย่างชัดเจน	508	2.54	มาก
การมีมาตรฐานของราคา	494	2.47	ปานกลาง
ราคาเหมาะสมกับปริมาณของผลิตภัณฑ์	480	2.40	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย		2.515	มาก

ที่มา: จากการศึกษา

4.4.4 ความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า คะแนนระดับความพึงพอใจอยู่ในช่วง 2.50 – 3.00 และช่วง 1.50 – 2.49 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากและปานกลาง ซึ่งเรียงลำดับได้ดังนี้ คือ มีความสะดวกในการซื้อสินค้า มีการจัดเรียงสินค้าไว้เป็นหมวดหมู่ มีสถานที่จอดรถที่สะดวก มีความสะดวกในการเดินทางมาซื้อ และทำเลที่ตั้งของร้านค้า ง่าย ดังตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 แสดงระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อผักและผลไม้เมืองหนาว	คะแนนรวม	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
ความสะดวกในการหาซื้อสินค้า	516	2.58	มาก
การจัดเรียงสินค้าไว้เป็นหมวดหมู่	510	2.55	มาก
มีสถานที่จอดรถที่สะดวก	494	2.47	ปานกลาง
มีความสะดวกในการเดินทางมาซื้อ	484	2.42	ปานกลาง
ทำเลที่ตั้งของร้านค้า ง่าย	480	2.40	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย		2.484	ปานกลาง

ที่มา: จากการศึกษา

4.4.5 ความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อปัจจัยด้านการให้บริการ

จากการศึกษาค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อปัจจัยด้านการให้บริการ พบว่า คะแนนระดับความพึงพอใจอยู่ในช่วง 2.50 – 3.00 และช่วง 1.50 – 2.49 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากและปานกลาง ซึ่งเรียงลำดับได้ดังนี้ คือ มีความสะดวกในการชำระเงิน มีความรวดเร็วในการให้บริการ สามารถติดต่อได้สะดวก พนักงานขายมีอัธยาศัยที่ดีต่อลูกค้า พนักงานขายสามารถอธิบายและแนะนำลูกค้าได้ และพนักงานขายมีความรู้ในผลิตภัณฑ์ ดังตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 แสดงระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อปัจจัยด้านการให้บริการ

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อผัก และผลไม้เมืองหนาว	คะแนนรวม	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึง พอใจ
ความสะดวกในการชำระเงิน	518	2.59	มาก
ความรวดเร็วในการให้บริการ	496	2.48	ปานกลาง
สามารถติดต่อได้สะดวก	494	2.47	ปานกลาง
พนักงานขายมีอัธยาศัยที่ดีต่อลูกค้า	470	2.35	ปานกลาง
พนักงานขายสามารถอธิบายและแนะนำลูกค้าได้	460	2.30	ปานกลาง
พนักงานขายมีความรู้ในผลิตภัณฑ์	450	2.25	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย		2.4067	ปานกลาง

ที่มา: จากการศึกษา

4.4.6 ความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล

จากการศึกษาค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคลพบว่า คะแนนระดับความพึงพอใจอยู่ในช่วง 2.50 – 3.00 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ทั้ง 4 ปัจจัย ซึ่งเรียงลำดับได้ดังนี้ คือ เป็นความชอบส่วนตัวของผู้บริโภค อุปนิสัยการบริโภคส่วนตัว รูปแบบของการใช้ชีวิตของผู้บริโภค และรสนิยมของผู้บริโภค ดังตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 แสดงระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อผัก และผลไม้เมืองหนาว	คะแนนรวม	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึง พอใจ
ความชอบส่วนตัวของผู้บริโภค	540	2.70	มาก
อุปนิสัยการบริโภคส่วนตัว	536	2.68	มาก
รูปแบบของการใช้ชีวิตของผู้บริโภค	534	2.67	มาก
รสนิยมของผู้บริโภค	530	2.65	มาก
ค่าเฉลี่ย		2.675	มาก

ที่มา: จากการศึกษา

4.4.7 สรุประดับความพึงพอใจของผู้ซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวงที่มีต่อปัจจัยที่ผู้ขายสามารถควบคุมได้ในแต่ละด้าน

จากการศึกษาค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อปัจจัยที่ผู้ขายสามารถควบคุมได้ในแต่ละด้านนั้น พบว่า อันดับ 1 คือ ปัจจัยด้านบุคคล รองลงมาตามอันดับ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการให้บริการ และปัจจัยด้านการบรรจุภัณฑ์ ดังแสดงในตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 แสดงสรุประดับความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อปัจจัยในแต่ละด้าน

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อผักและผลไม้เมืองหนาว	ค่าเฉลี่ย	อันดับความพึงพอใจของผู้ซื้อ	ระดับความพึงพอใจ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	2.672	2	มาก
ปัจจัยด้านการบรรจุภัณฑ์	2.324	6	ปานกลาง
ปัจจัยด้านราคา	2.515	3	มาก
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	2.484	4	ปานกลาง
ปัจจัยด้านการให้บริการ	2.4067	5	ปานกลาง
ปัจจัยด้านบุคคล	2.675	1	มาก

ที่มา: จากการศึกษา