

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองลำปางในการซื้อผักปลอดสารพิษ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองลำปางในการซื้อผักปลอดสารพิษ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ คือ ผู้ที่เคยซื้อและบริโภคผักปลอดสารพิษซึ่งอยู่อาศัย ศึกษา หรือทำงาน ในเขตอำเภอเมืองลำปาง จำนวน 300 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองลำปางในการซื้อผักปลอดสารพิษ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด และส่วนที่ 3 ข้อมูลส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองลำปางในการซื้อผักปลอดสารพิษ จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

5.1.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 51.7 อายุ 21-30 ปี ร้อยละ 32.7 ระดับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี ร้อยละ 52.3 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 33.7 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 29.7 และสำหรับพฤติกรรมในการซื้อผักปลอดสารพิษ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อผักปลอดสารพิษประเภทผักที่นำไปบริโภคสดๆ เช่น แตงกวา กะหล่ำปลี มะเขือเทศ ถัวยาว ผักสลัด ฯลฯ ร้อยละ 81.7 ซื้อผักปลอดสารพิษจากตลาดสดทั่วไป ร้อยละ 74.0 เหตุผลที่ซื้อผักปลอดสารพิษเพราะ ความปลอดภัย ไร้สารพิษ ร้อยละ 71.7 ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษคือ ตัวเอง ร้อยละ 52.7 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อผักปลอดสารพิษต่อครั้ง คือ 51-100 บาท ร้อยละ 43.3 ความถี่ในการซื้อผักปลอดสารพิษที่อยู่ 1 – 3 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 62.3 และช่วงเวลาที่นิยมซื้อผักปลอดสารพิษ คือ ช่วงเย็น ร้อยละ 78.3

5.1.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองลำปางในการซื้อผักปลอดสารพิษ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 5.1 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความมีผลของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการซื้อผักปลอดสารพิษของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนประสมการตลาด	ระดับความมีผล	ลำดับ	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	มาก (ค่าเฉลี่ย 3.82)	1	ผักปลอดสารพิษมีคุณค่าทางอาหาร มีประโยชน์ต่อร่างกาย	4.25	มาก
		2	ผักปลอดสารพิษมีความสะอาด ปลอดภัยจากสารพิษ	4.21	มาก
		3	และผักปลอดสารพิษมีความสดใหม่ นำมารับประทาน	4.15	มาก
ด้านราคา	มาก (ค่าเฉลี่ย 3.61)	1	ผักปลอดสารพิษมีการคิดป้ายแสดงราคาจำหน่ายที่ชัดเจน	3.71	มาก
		2	ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ	3.7	มาก
		3	ราคาของผักปลอดสารพิษมีหลายระดับตามคุณภาพที่แตกต่างกันไป	3.65	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33)	1	สถานที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ	3.75	มาก
		2	จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่นำเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง	3.73	มาก
		3	พื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีการจัดหมวดหมู่สินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย	3.68	มาก

ตารางที่ 5.1 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความมีผลของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการซื้อผักปลอดสารพิษของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนประสมการตลาด	ระดับความมีผล	ลำดับ	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.15)	1	การรณรงค์จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนให้บริโภคผักปลอดสารพิษ เช่น ป้ายและบทความให้ความรู้ต่างๆ	3.35	ปานกลาง
		2	การจัดงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษเพื่อให้ความรู้ และจัดจำหน่ายสินค้า	3.25	ปานกลาง
		3	การได้รับข้อมูล คำแนะนำเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษจากญาติพี่น้อง เพื่อน หรือคนรู้จัก	3.22	ปานกลาง

จากตารางที่ 5.1 พบว่า สำหรับส่วนประสมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษ ด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยให้ระดับความมีผลของปัจจัยโดยรวมในระดับมากที่สุด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา และให้ระดับความมีผลของปัจจัยโดยรวมในระดับปานกลาง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ ตารางที่ 5.1 ได้แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ด้าน ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษสูงสุด 3 ลำดับแรก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

5.1.3 ส่วนที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความมีผลของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการซื้อผักปลอดสารพิษของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 5.2 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความมีผลของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการซื้อผักปลอดสารพิษของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ

ส่วนประสมการตลาด	เพศ	ระดับความมีผล	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ 3 ลำดับแรก		
			1	2	3
ด้านผลิตภัณฑ์	ชาย	3.80 (มาก)	ผักปลอดสารพิษมีคุณค่าทางอาหาร มีประโยชน์ต่อร่างกาย	ผักปลอดสารพิษมีความสะอาด ปลอดภัยจากสารพิษ	ผักปลอดสารพิษมีความสดใหม่ น่ารับประทาน
	หญิง	3.85 (มาก)	ผักปลอดสารพิษมีคุณค่าทางอาหาร มีประโยชน์ต่อร่างกาย	ผักปลอดสารพิษมีความสะอาด ปลอดภัยจากสารพิษ	ผักปลอดสารพิษมีความสดใหม่ น่ารับประทาน
ด้านราคา	ชาย	3.57 (มาก)	ผักปลอดสารพิษมีการคิดป้ายแสดงราคาจำหน่ายที่ชัดเจน	ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ	ราคาของผักปลอดสารพิษมีหลายระดับตามคุณภาพที่แตกต่างกันไป
	หญิง	3.65 (มาก)	ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ	ราคาของผักปลอดสารพิษมีหลายระดับตามคุณภาพที่แตกต่างกันไป	ผักปลอดสารพิษมีการคิดป้ายแสดงราคาจำหน่ายที่ชัดเจน
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ชาย	3.30 (ปานกลาง)	สถานที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ	จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง	พื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษเหมาะสม สะดวกในการเลือกซื้อ พื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีการจัดหมวดหมู่สินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย
	หญิง	3.36 (ปานกลาง)	จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง สถานที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ	พื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีการจัดหมวดหมู่สินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย	ที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายสามารถเข้าถึงได้ง่าย เดินทางสะดวก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ชาย	3.14 (ปานกลาง)	การณรงค์จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนให้บริโภคผักปลอดสารพิษ เช่น ป้าย และบทความให้ความรู้ต่างๆ	การจัดงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษ เพื่อให้ความรู้ และจัดจำหน่ายสินค้า	การได้รับข้อมูล คำแนะนำเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษ จากญาติพี่น้อง เพื่อน หรือคนรู้จัก
	หญิง	3.16 (ปานกลาง)	การณรงค์จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนให้บริโภคผักปลอดสารพิษ เช่น ป้าย และบทความให้ความรู้ต่างๆ	การได้รับข้อมูล คำแนะนำเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษ จากญาติพี่น้อง เพื่อน หรือคนรู้จัก	การจัดงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษ เพื่อให้ความรู้ และจัดจำหน่ายสินค้า

จากตารางที่ 5.2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิง ให้ระดับความมีผลของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ ด้านผลิตภัณฑ์ มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ โดยให้ระดับความมีผลของปัจจัยโดยรวม ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ในระดับมาก และ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ ในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรกเหมือนกันทั้ง 3 ลำดับ ได้แก่ ผักปลอดสารพิษมีคุณค่าทางอาหาร มีประโยชน์ต่อร่างกาย ผักปลอดสารพิษมีความสะอาด ปลอดภัยจากสารพิษ และผักปลอดสารพิษมีความสดใหม่ น่ารับประทาน ตามลำดับ

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ ในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรกเหมือนกัน แต่ลำดับแตกต่างกัน ได้แก่ ผักปลอดสารพิษมีการติดป้ายแสดงราคาจำหน่ายที่ชัดเจน รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ และอันดับ 3 คือ ราคาของผักปลอดสารพิษมีหลายระดับตามคุณภาพที่แตกต่างกันไป

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรกคล้ายคลึงกัน โดยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ 3 ลำดับแรก คือ สถานที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ รองลงมาคือ จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง และอันดับ 3 คือ พื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษเหมาะสม สะดวกในการเลือกซื้อ และพื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีการจัดหมวดหมู่สินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ 3 ลำดับแรกคือ จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง และสถานที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ รองลงมาคือ พื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีการจัดหมวดหมู่สินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย และอันดับ 3 คือ ที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายสามารถเข้าถึงได้ง่าย เดินทางสะดวก

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ ในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรกเหมือนกัน แต่ลำดับแตกต่างกัน ได้แก่ การรณรงค์จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนให้บริโภคผักปลอดสารพิษ เช่น ป้าย และบทความให้ความรู้ต่างๆ รองลงมาคือ การจัดงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษเพื่อให้ความรู้ และจัดจำหน่ายสินค้า และอันดับ 3 คือ การได้รับข้อมูล คำแนะนำเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษจากญาติพี่น้อง เพื่อน หรือคนรู้จัก

ตารางที่ 5.3 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความถี่ผลของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการซื้อผักปลอดสารพิษของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม อายุ

ส่วน ประสม การตลาด	อายุ	ระดับ ความถี่ ผล	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ 3 ลำดับแรก		
			1	2	3
ด้าน ผลิตภัณฑ์	≤ 20 ปี	3.84 (มาก)	ผักปลอดสารพิษมี คุณค่าทางอาหาร มี ประโยชน์ต่อร่างกาย	ผักปลอดสารพิษมี ความสะดวก ปลอดภัย จากสารพิษ	ผักปลอดสารพิษมีความ สดใหม่ น่ารับประทาน
	21 - 30 ปี	3.89 (มาก)	ผักปลอดสารพิษมี คุณค่าทางอาหาร มี ประโยชน์ต่อร่างกาย	ผักปลอดสารพิษมี ความสะดวก ปลอดภัย จากสารพิษ	ผักปลอดสารพิษมีความ สดใหม่ น่ารับประทาน
	31 - 40 ปี	3.76 (มาก)	ผักปลอดสารพิษมี คุณค่าทางอาหาร มี ประโยชน์ต่อร่างกาย	ผักปลอดสารพิษมี ความสะดวก ปลอดภัย จากสารพิษ	ผักปลอดสารพิษมีความ สดใหม่ น่ารับประทาน
	41 - 50 ปี	3.67 (มาก)	ผักปลอดสารพิษมี คุณค่าทางอาหาร มี ประโยชน์ต่อร่างกาย	ผักปลอดสารพิษมี ความสะดวก ปลอดภัย จากสารพิษ	ผักปลอดสารพิษมีความ สดใหม่ น่ารับประทาน
	> 50 ปี	3.93 (มาก)	ผักปลอดสารพิษมี คุณค่าทางอาหาร มี ประโยชน์ต่อร่างกาย	ผักปลอดสารพิษมี ความสะดวก ปลอดภัย จากสารพิษ ผักปลอดสารพิษมี ความสดใหม่ น่า รับประทาน	ผักปลอดสารพิษได้รับ การรับรองจาก หน่วยงาน หรือองค์กร ที่น่าเชื่อถือ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.3 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความถี่ของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการซื้อผักปลอดสารพิษของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม อายุ

ส่วน ประสม การตลาด	อายุ	ระดับความ มีผล	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ 3 ลำดับแรก		
			1	2	3
ด้านราคา	≤ 20 ปี	3.68 (มาก)	ผักปลอดสารพิษมีการ ติดป้ายแสดงราคา จำหน่ายที่ชัดเจน	ราคาของผักปลอด สารพิษมีหลายระดับ ตามคุณภาพที่ แตกต่างกันไป	ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับ คุณภาพ
	21 - 30 ปี	3.62 (มาก)	ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับ คุณภาพ	ราคาของผักปลอด สารพิษมีหลายระดับ ตามคุณภาพที่ แตกต่างกันไป	ผักปลอดสารพิษมีราคา แพงกว่าผักตาม ท้องตลาดเพียงเล็กน้อย
			ผักปลอดสารพิษมีการ ติดป้ายแสดงราคา จำหน่ายที่ชัดเจน		
	31 - 40 ปี	3.59 (มาก)	ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับ คุณภาพ	ราคาของผักปลอด สารพิษมีหลายระดับ ตามคุณภาพที่ แตกต่างกันไป	ผักปลอดสารพิษมีราคา แพงกว่าผักตาม ท้องตลาดเพียงเล็กน้อย
			ผักปลอดสารพิษมีการ ติดป้ายแสดงราคา จำหน่ายที่ชัดเจน		
	41 - 50 ปี	3.52 (มาก)	ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับ คุณภาพ	ผักปลอดสารพิษมี ราคาแพงกว่าผักตาม ท้องตลาดเพียง เล็กน้อย	ราคาของผักปลอด สารพิษมีหลายระดับ ตามคุณภาพที่แตกต่าง กันไป
> 50 ปี	3.66 (มาก)	ผักปลอดสารพิษมีการ ติดป้ายแสดงราคา จำหน่ายที่ชัดเจน	ราคาเหมาะสมเมื่อ เทียบกับคุณภาพ	ราคาของผักปลอด สารพิษมีหลายระดับ ตามคุณภาพที่แตกต่าง กันไป	

ตารางที่ 5.3 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความมีผลของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการซื้อผักปลอดสารพิษของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม อายุ

ส่วนประสมการตลาด	อายุ	ระดับความมีผล	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ 3 ลำดับแรก		
			1	2	3
ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย	≤ 20 ปี	3.51 (มาก)	ที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายสามารถเข้าถึงได้ง่าย เดินทางสะดวก	ผักปลอดสารพิษสามารถหาซื้อได้ง่าย มีจำหน่ายทั่วไป	จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง
			สถานที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ		
	21 - 30 ปี	3.45 (ปานกลาง)	พื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีการจัดหมวดหมู่สินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย	สถานที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ	จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง
	31 - 40 ปี	3.28 (ปานกลาง)	สถานที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ	จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง	พื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษเหมาะสม สะดวกในการเลือกซื้อ
	41 - 50 ปี	3.13 (ปานกลาง)	จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง	พื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีการจัดหมวดหมู่สินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย	สถานที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ
> 50 ปี	3.30 (ปานกลาง)	จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง	ที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายสามารถเข้าถึงได้ง่าย เดินทางสะดวก	พื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษเหมาะสม สะดวกในการเลือกซื้อ พื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีการจัดหมวดหมู่สินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย	

ตารางที่ 5.3 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความมีผลของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการซื้อผักปลอดสารพิษของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม อายุ

ส่วน ประสม การตลาด	อายุ	ระดับความ มีผล	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ 3 ลำดับแรก		
			1	2	3
ด้านการ ส่งเสริม การตลาด	≤ 20 ปี	3.00 (ปาน กลาง)	การรณรงค์จากหน่วยงาน ต่างๆ ทั้งภาครัฐและ เอกชนให้บริ โภคผักปลอด สารพิษ เช่น ป้าย และ บทความให้ความรู้ต่างๆ	การจัดงานแสดงสินค้า เกี่ยวกับผักปลอดสารพิษ เพื่อให้ความรู้ และจัด จำหน่ายสินค้า	การให้คำแนะนำและการ ให้บริการของพนักงาน ขาย
	21 - 30 ปี	3.33 (ปาน กลาง)	การรณรงค์จากหน่วยงาน ต่างๆ ทั้งภาครัฐและ เอกชนให้บริ โภคผักปลอด สารพิษ เช่น ป้าย และ บทความให้ความรู้ต่างๆ	การได้รับข้อมูล คำแนะนำเกี่ยวกับผัก ปลอดสารพิษจากญาติที่ น้อง เพื่อน หรือคนรู้จัก	การจัดงานแสดงสินค้า เกี่ยวกับผักปลอดสารพิษ เพื่อให้ความรู้ และจัด จำหน่ายสินค้า
	31 - 40 ปี	3.06 (ปาน กลาง)	การรณรงค์จากหน่วยงาน ต่างๆ ทั้งภาครัฐและ เอกชนให้บริ โภคผักปลอด สารพิษ เช่น ป้าย และ บทความให้ความรู้ต่างๆ การจัดงานแสดงสินค้า เกี่ยวกับผักปลอดสารพิษ เพื่อให้ความรู้ และจัด จำหน่ายสินค้า	การได้รับข้อมูล คำแนะนำเกี่ยวกับผัก ปลอดสารพิษจากญาติที่ น้อง เพื่อน หรือคนรู้จัก	ส่วนลด/สินค้าลดราคา
	41 - 50 ปี	2.82 (ปาน กลาง)	การได้รับข้อมูล คำแนะนำ เกี่ยวกับผักปลอดสารพิษ จากญาติพี่น้อง เพื่อน หรือ คนรู้จัก	การจัดงานแสดงสินค้า เกี่ยวกับผักปลอดสารพิษ เพื่อให้ความรู้ และจัด จำหน่ายสินค้า	การรณรงค์จากหน่วยงาน ต่างๆ ทั้งภาครัฐและ เอกชนให้บริ โภคผักปลอด สารพิษ เช่น ป้าย และ บทความให้ความรู้ต่างๆ
	> 50 ปี	3.27 (ปาน กลาง)	การรณรงค์จากหน่วยงาน ต่างๆ ทั้งภาครัฐและ เอกชนให้บริ โภคผักปลอด สารพิษ เช่น ป้าย และ บทความให้ความรู้ต่างๆ	การได้รับข้อมูล คำแนะนำเกี่ยวกับผัก ปลอดสารพิษจากญาติที่ น้อง เพื่อน หรือคนรู้จัก	การโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น ทีวี วิทยุ หนังสือนิตยสาร ฯลฯ การจัดงานแสดงสินค้า เกี่ยวกับผักปลอดสารพิษ เพื่อให้ความรู้ และจัด จำหน่ายสินค้า

จากตารางที่ 5.3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ทั้งที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี อายุ 21-30 ปี อายุ 31-40 ปี อายุ 41-50 ปี และอายุมากกว่า 50 ปี ให้ระดับความมีผลของการตลาดที่มีต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ ด้านผลิตภัณฑ์ มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ โดยให้ระดับความมีผลของปัจจัยโดยรวม ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ในระดับมาก และด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ให้ระดับความมีผลของปัจจัยโดยรวมในระดับมาก ต่างจากผู้ที่มีอายุช่วงอื่นๆ ที่ให้ระดับความมีผลของปัจจัยโดยรวมในระดับปานกลาง

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรกคล้ายคลึงกัน โดยผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี อายุ 21-30 ปี อายุ 31-40 ปี และอายุ 41-50 ปี ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ โดยในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรกเหมือนกัน ทั้ง 3 ลำดับ ได้แก่ ผักปลอดสารพิษมีคุณค่าทางอาหาร มีประโยชน์ต่อร่างกาย ผักปลอดสารพิษมีความสะอาด ปลอดภัยจากสารพิษ และผักปลอดสารพิษมีความสดใหม่ นำรับประทาน สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 50 ปี ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษคล้ายคลึงกัน โดยให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ ลำดับแรก คือ ผักปลอดสารพิษมีคุณค่าทางอาหาร มีประโยชน์ต่อร่างกาย เหมือนผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุอื่นๆ ส่วนลำดับที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ ด้านผักปลอดสารพิษมีความสะอาด ปลอดภัยจากสารพิษ เหมือนผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุอื่นๆ รวมถึงด้านผักปลอดสารพิษมีความสดใหม่ นำรับประทาน และลำดับที่ 3 คือ ผักปลอดสารพิษได้รับการรับรองจากหน่วยงาน หรือองค์กรที่น่าเชื่อถือ

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรกคล้ายคลึงกัน โดยผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี และอายุมากกว่า 50 ปี ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ ในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก เหมือนกัน แต่ต่างลำดับกัน ได้แก่ ผักปลอดสารพิษมีการติดป้ายแสดงราคาจำหน่ายที่ชัดเจน ราคาของผักปลอดสารพิษมีหลายระดับตามคุณภาพที่แตกต่างกันไป และราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี และอายุ 31-40 ปี ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ ในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรกเหมือนกันทั้ง 3 ลำดับ ได้แก่ ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ และผักปลอดสารพิษมีการติดป้ายแสดงราคาจำหน่ายที่ชัดเจน รองลงมา คือ ราคาของผักปลอดสารพิษมีหลายระดับตามคุณภาพที่แตกต่างกันไป และอันดับ 3 คือ ผักปลอดสารพิษมีราคาแพงกว่าผักตามท้องตลาดเพียงเล็กน้อย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ ในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ รองลงมา คือ ผัก

ปลอดสารพิษมีราคาแพงกว่าผักตามท้องตลาดเพียงเล็กน้อย และอันดับ 3 คือ ราคาของผักปลอดสารพิษมีหลายระดับตามคุณภาพที่แตกต่างกันไป

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษในปัจจุบัน 3 ลำดับแรกคล้ายคลึงกัน โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี และ 41-50 ปี ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ ในปัจจุบัน 3 ลำดับแรก เหมือนกัน แต่ต่างลำดับกัน ได้แก่ พื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีการจัดหมวดหมู่สินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย สถานที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ และจัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ ในปัจจุบัน 3 ลำดับแรก ได้แก่ ที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายสามารถเข้าถึงได้ง่าย เดินทางสะดวก และสถานที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ รองลงมาคือ ผักปลอดสารพิษสามารถหาซื้อได้ง่าย มีจำหน่ายทั่วไป และอันดับ 3 คือ จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ ในปัจจุบัน 3 ลำดับแรก ได้แก่ สถานที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ รองลงมาคือ จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง และพื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษเหมาะสม สะดวกในการเลือกซื้อ และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 50 ปี ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ ในปัจจุบัน 3 ลำดับแรก ได้แก่ จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง รองลงมาคือ ที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายสามารถเข้าถึงได้ง่าย เดินทางสะดวก และอันดับที่ 3 คือ พื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษเหมาะสม สะดวกในการเลือกซื้อ และพื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีการจัดหมวดหมู่สินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษในปัจจุบัน 3 ลำดับแรกคล้ายคลึงกัน โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี อายุ 21-30 ปี และอายุ 41-50 ปี ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ ในปัจจุบัน 3 ลำดับแรก เหมือนกัน แต่ลำดับต่างกัน ได้แก่ การรณรงค์จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนให้บริโภคผักปลอดสารพิษ เช่น ป้าย และบทความให้ความรู้ต่างๆ การจัดงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษเพื่อให้ความรู้ และจัดจำหน่ายสินค้า และการให้คำแนะนำและการให้บริการของพนักงานขาย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี นอกจากจะให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ ในปัจจุบัน 3 ลำดับ โดยลำดับแรกคือ การรณรงค์จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนให้บริโภคผักปลอดสารพิษ เช่น ป้าย และบทความให้ความรู้ต่างๆ และการจัดงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษเพื่อให้ความรู้ และจัดจำหน่ายสินค้า รองลงมาคือ การได้รับ

ข้อมูล คำแนะนำเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษจากญาติพี่น้อง เพื่อน หรือคนรู้จัก แล้ว ยังให้ระดับความมีผลในปัจจัยย่อยด้านส่วนลด/สินค้าลดราคา เป็นลำดับที่ 3 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปี นอกจากจะให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ ในปัจจัยย่อย 3 ลำดับ โดยลำดับแรกคือ การรณรงค์จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ให้บริโภคผักปลอดสารพิษ เช่น ป้าย และบทความให้ความรู้ต่างๆ รองลงมาคือ การได้รับข้อมูล คำแนะนำเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษจากญาติพี่น้อง เพื่อน หรือคนรู้จัก แล้วยังให้ระดับความมีผลในปัจจัยย่อยด้านระดับจัดจำหน่ายสินค้าการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น ใบปลิว แผ่นพับ ฯลฯ เท่ากับด้าน การจัดงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษเพื่อให้ความรู้

ตารางที่ 5.4 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความมีผลของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการซื้อผักปลอดสารพิษของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ส่วน ประ สมการ ตลาด	ระดับ การศึกษา สูงสุด	ระดับ ความมีผล	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ 3 ลำดับแรก		
			1	2	3
ด้าน ผลิ ภัณฑ์	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ขาดอน ปลาย	3.72 (มาก)	ผักปลอดสารพิษมี ความสดใหม่ น่า รับประทาน	ผักปลอดสารพิษมีความ สะอาด ปลอดภัย สารพิษ	ผักปลอดสารพิษมี คุณค่าทางอาหาร มี ประโยชน์ต่อร่างกาย
	มัธยมศึกษา ขาดอน ปลาย / ปวช.	3.71 (มาก)	ผักปลอดสารพิษมี คุณค่าทางอาหาร มี ประโยชน์ต่อร่างกาย	ผักปลอดสารพิษมีความ สะอาด ปลอดภัย สารพิษ	ผักปลอดสารพิษมี ความสดใหม่ น่า รับประทาน
	อนุปริญญา /ปวส.	3.77 (มาก)	ผักปลอดสารพิษมี คุณค่าทางอาหาร มี ประโยชน์ต่อร่างกาย	ผักปลอดสารพิษมีความ สดใหม่ น่ารับประทาน	ผักปลอดสารพิษมี ความสะอาด ปลอดภัย จากสารพิษ
	ปริญญา ตรี	3.89 (มาก)	ผักปลอดสารพิษมี คุณค่าทางอาหาร มี ประโยชน์ต่อร่างกาย	ผักปลอดสารพิษมีความ สะอาด ปลอดภัย สารพิษ	ผักปลอดสารพิษมี ความสดใหม่ น่า รับประทาน
	สูงกว่า ปริญญา ตรี	3.81 (มาก)	ผักปลอดสารพิษมี คุณค่าทางอาหาร มี ประโยชน์ต่อร่างกาย	ผักปลอดสารพิษมีความ สะอาด ปลอดภัย สารพิษ	ผักปลอดสารพิษมี ความสดใหม่ น่า รับประทาน

ตารางที่ 5.4 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความมีผลของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการซื้อผักปลอดสารพิษของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ส่วน ประ สมการ ตลาด	ระดับ การศึกษ สูงสุด	ระดับ ความมีผล	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ 3 ลำดับแรก		
			1	2	3
ด้าน ราคา	ต่ำกว่า มัธยมศึ ษาตอน ปลาย	3.49 (ปาน กลาง)	ราคาของผักปลอด สารพิษมีหลายระดับ ตามคุณภาพที่แตกต่าง กันไป	ราคาผักปลอดสารพิษมี ราคาใกล้เคียงกับผักตาม ท้องตลาดทั่วไป	ราคาเหมาะสมเมื่อ เทียบกับคุณภาพ
	มัธยมศึ ษาตอน ปลาย / ปวช.	3.52 (มาก)	ผักปลอดสารพิษมีราคา แพงกว่าผักตาม ท้องตลาดเพียงเล็กน้อย	ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบ กับคุณภาพ ผักปลอดสารพิษมีการติด ป้ายแสดงราคาจำหน่ายที่ ชัดเจน ราคาของผักปลอด สารพิษมีหลายระดับตาม คุณภาพที่แตกต่างกันไป	ผักราคาผักปลอด สารพิษมีราคาใกล้เคียง กับผักตามท้องตลาด ทั่วไป
	อนุปริ ชญญา /ปวส.	3.58 (มาก)	ผักปลอดสารพิษมีการ ติดป้ายแสดงราคา จำหน่ายที่ชัดเจน	ผักปลอดสารพิษมีราคา แพงกว่าผักตามท้องตลาด เพียงเล็กน้อย	ราคาของผักปลอด สารพิษมีหลายระดับ ตามคุณภาพที่แตกต่าง กันไป
	ปริ ชญญา ตรี	3.65 (มาก)	ราคาเหมาะสมเมื่อ เทียบกับคุณภาพ ผักปลอดสารพิษมีการ ติดป้ายแสดงราคา จำหน่ายที่ชัดเจน	ราคาของผักปลอด สารพิษมีหลายระดับตาม คุณภาพที่แตกต่างกันไป	ผักปลอดสารพิษมีราคา แพงกว่าผักตาม ท้องตลาดเพียงเล็กน้อย
	สูงกว าปริ ชญญา ตรี	3.66 (มาก)	ราคาเหมาะสมเมื่อ เทียบกับคุณภาพ	ราคาของผักปลอด สารพิษมีหลายระดับตาม คุณภาพที่แตกต่างกันไป	ผักปลอดสารพิษมีการ ติดป้ายแสดงราคา จำหน่ายที่ชัดเจน ผักปลอดสารพิษมีราคา แพงกว่าผักตาม ท้องตลาดเพียงเล็กน้อย

ตารางที่ 5.4 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความมีผลของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการซื้อผักปลอดสารพิษของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ส่วน ประสม การตลาด	ระดับ การศึกษา สูงสุด	ระดับความ มีผล	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ 3 ลำดับแรก		
			1	2	3
ด้าน ช่องทาง การจัด จำหน่าย	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนปลาย	3.09 (ปานกลาง)	สถานที่จัดจำหน่ายผัก ปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ต ชั้นนำ	ผักปลอดสารพิษสามารถหา ซื้อได้ง่าย มีจำหน่ายทั่วไป พื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอด สารพิษเหมาะสม สะดวก ในการเลือกซื้อ พื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอด สารพิษมีการจัดหมวดหมู่ สินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย	จัดจำหน่ายผักปลอด สารพิษในสถานที่ที่ น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลัก แหล่ง
	มัธยมศึกษา ตอนปลาย / ปวช.	3.15 (ปานกลาง)	จัดจำหน่ายผักปลอด สารพิษในสถานที่ที่ น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลัก แหล่ง ที่ตั้งของสถานที่จำหน่าย สามารถเข้าถึงได้ง่าย เดินทางสะดวก	พื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอด สารพิษมีการจัดหมวดหมู่ สินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย	สถานที่จัดจำหน่ายมีที่ จอดรถสะดวก
	อนุปริญญา / ปวส.	3.24 (ปานกลาง)	จัดจำหน่ายผักปลอด สารพิษในสถานที่ที่ น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลัก แหล่ง	สถานที่จัดจำหน่ายผัก ปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ	ที่ตั้งของสถานที่จำหน่าย สามารถเข้าถึงได้ง่าย เดินทางสะดวก
	ปริญญาตรี	3.44 (ปานกลาง)	สถานที่จัดจำหน่ายผัก ปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ต ชั้นนำ	จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษ ในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มี ที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง	พื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอด สารพิษมีการจัดหมวดหมู่ สินค้าเป็นระเบียบ เรียบร้อย
	สูงกว่า ปริญญาตรี	3.36 (ปานกลาง)	สถานที่จัดจำหน่ายผัก ปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ต ชั้นนำ	จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษ ในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มี ที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง พื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอด สารพิษเหมาะสม สะดวก ในการเลือกซื้อ พื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอด สารพิษมีการจัดหมวดหมู่ สินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย	สถานที่จัดจำหน่ายมีที่ จอดรถสะดวก

ตารางที่ 5.4 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความมีผลของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการซื้อผักปลอดสารพิษของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ส่วนประสมการตลาด	ระดับการศึกษาสูงสุด	ระดับความมีผล	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ 3 ลำดับแรก		
			1	2	3
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	2.93 (ปานกลาง)	การได้รับข้อมูล คำแนะนำเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษจากญาติพี่น้อง เพื่อน หรือคนรู้จัก	การรณรงค์จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนให้บริโภคผักปลอดสารพิษ เช่น ป้าย และบทความให้ความรู้ต่างๆ	การให้คำแนะนำและการให้บริการของพนักงานขาย
	มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	2.99 (ปานกลาง)	การรณรงค์จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนให้บริโภคผักปลอดสารพิษ เช่น ป้าย และบทความให้ความรู้ต่างๆ	การได้รับข้อมูล คำแนะนำเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษจากญาติพี่น้อง เพื่อน หรือคนรู้จัก	การโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น ใบปลิว แผ่นพับ ฯลฯ การจัดงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษเพื่อให้ความรู้ และจัดจำหน่ายสินค้า
	อนุปริญญาตรี / ปวส.	2.96 (ปานกลาง)	การรณรงค์จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนให้บริโภคผักปลอดสารพิษ เช่น ป้าย และบทความให้ความรู้ต่างๆ	การได้รับข้อมูล คำแนะนำเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษจากญาติพี่น้อง เพื่อน หรือคนรู้จัก	การจัดงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษเพื่อให้ความรู้ และจัดจำหน่ายสินค้า
	ปริญญาตรี	3.29 (ปานกลาง)	การรณรงค์จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนให้บริโภคผักปลอดสารพิษ เช่น ป้าย และบทความให้ความรู้ต่างๆ การจัดงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษเพื่อให้ความรู้ และจัดจำหน่ายสินค้า	การได้รับข้อมูล คำแนะนำเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษจากญาติพี่น้อง เพื่อน หรือคนรู้จัก	การโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น ใบปลิว แผ่นพับ ฯลฯ
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.12 (ปานกลาง)	การจัดงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษเพื่อให้ความรู้ และจัดจำหน่ายสินค้า	การรณรงค์จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนให้บริโภคผักปลอดสารพิษ เช่น ป้าย และบทความให้ความรู้ต่างๆ	การให้คำแนะนำและการให้บริการของพนักงานขาย การได้รับข้อมูล คำแนะนำเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษจากญาติพี่น้อง เพื่อน หรือคนรู้จัก

จากตารางที่ 5. 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาสูงสุด ทั้งระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. อนุปริญญา ๗/ปวส. ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ให้ระดับความมีผลของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ ด้านผลิตภัณฑ์ มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ โดยให้ระดับความมีผลของปัจจัยโดยรวม ด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับมาก และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง ส่วนด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ให้ระดับความมีผลของปัจจัยโดยรวมในระดับปานกลาง ต่างจากผู้ที่มีระดับการศึกษาช่วงอื่นๆ ที่ให้ระดับความมีผลของปัจจัยโดยรวมในระดับมาก

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาสูงสุด ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ ในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก เหมือนกัน แต่ลำดับต่างกัน ได้แก่ ผักปลอดสารพิษมีความสดใหม่ น่ารับประทาน ผักปลอดสารพิษมีความสะอาด ปลอดภัยจากสารพิษ และผักปลอดสารพิษมีคุณค่าทางอาหาร มีประโยชน์ต่อร่างกาย

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาสูงสุด ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรกคล้ายคลึงกัน โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ ในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก เหมือนกัน แต่ลำดับต่างกัน ได้แก่ ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ ราคาของผักปลอดสารพิษมีหลายระดับตามคุณภาพที่แตกต่างกันไป ผักปลอดสารพิษมีราคาแพงกว่าผักตามท้องตลาดเพียงเล็กน้อย และผักปลอดสารพิษมีการติดป้ายแสดงราคาจำหน่ายที่ชัดเจน ส่วนผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ ในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก ในด้านราคาของผักปลอดสารพิษมีหลายระดับตามคุณภาพที่แตกต่างกันไป ราคาผักปลอดสารพิษมีราคาใกล้เคียงกับผักตามท้องตลาดทั่วไป และราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ และผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ ในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก ในด้านผักปลอดสารพิษมีราคาแพงกว่าผักตามท้องตลาดเพียงเล็กน้อย รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ ผักปลอดสารพิษมีการติดป้ายแสดงราคาจำหน่ายที่ชัดเจน และราคาของผักปลอดสารพิษมีหลายระดับตามคุณภาพที่แตกต่างกันไป ลำดับ 3 คือ ผักราคาผักปลอดสารพิษมีราคาใกล้เคียงกับผักตามท้องตลาดทั่วไป ส่วนผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับอนุปริญญา/ปวส. ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ ในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก ในด้านผักปลอดสารพิษมีการติดป้ายแสดงราคาจำหน่ายที่ชัดเจน รองลงมาคือ ผักปลอดสารพิษมีราคาแพงกว่าผักตามท้องตลาดเพียงเล็กน้อย และราคาของผักปลอดสารพิษมีหลายระดับตามคุณภาพที่แตกต่างกันไป

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาสูงสุด ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษในปัจจุบัน 3 ลำดับแรกคล้ายคลึงกัน โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สถานที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ รองลงมาคือ ผักปลอดสารพิษสามารถหาซื้อได้ง่าย มีจำหน่ายทั่วไป พื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษเหมาะสม สะดวกในการเลือกซื้อ และพื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีการจัดหมวดหมู่สินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย และลำดับ 3 คือ จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ สูงสุด 3 ลำดับแรก คือ จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง และที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายสามารถเข้าถึงได้ง่าย เดินทางสะดวก และพื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีการจัดหมวดหมู่สินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย รองลงมาคือ พื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีการจัดหมวดหมู่สินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย และสถานที่จัดจำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก นอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับอนุปริญญา/ปวส. ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ สูงสุด 3 ลำดับแรก คือ จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง รองลงมาคือ สถานที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ และที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายสามารถเข้าถึงได้ง่าย เดินทางสะดวก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ สูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สถานที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ รองลงมาคือ จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง และพื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีการจัดหมวดหมู่สินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ สูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สถานที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ รองลงมาคือ จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง พื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษเหมาะสม สะดวกในการเลือกซื้อ และพื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีการจัดหมวดหมู่สินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย และลำดับที่ 3 คือ สถานที่จัดจำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาสูงสุด ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษในปัจจุบัน 3 ลำดับแรกคล้ายคลึงกัน โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. และปริญญาตรี ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ ในปัจจุบัน 3 ลำดับแรก เหมือนกัน แต่ลำดับต่างกัน ได้แก่ การณรงค์จาก

หน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนให้บริการฝึกอบรมบุคลากร เช่น ป้าย และบทความให้ความรู้ต่างๆ การได้รับข้อมูล คำแนะนำเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษจากญาติพี่น้อง เพื่อน หรือคนรู้จัก การโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น ทีวี วิทยุ แผ่นพับ ฯลฯ และการจัดงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษ เพื่อให้ความรู้ และจัดจำหน่ายสินค้า ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ให้ระดับความถี่ต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ ในปีจ้อย่อย 3 ลำดับแรก คือ การได้รับข้อมูล คำแนะนำเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษจากญาติพี่น้อง เพื่อน หรือคนรู้จัก การรณรงค์จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนให้บริการฝึกอบรมบุคลากร เช่น ป้าย และบทความให้ความรู้ต่างๆ และการให้คำแนะนำและการให้บริการของพนักงานขาย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับอนุปริญญา/ปวส. ให้ระดับความถี่ต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ ในปีจ้อย่อย 3 ลำดับแรก คือ การรณรงค์จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนให้บริการฝึกอบรมบุคลากร เช่น ป้าย และบทความให้ความรู้ต่างๆ การได้รับข้อมูล คำแนะนำเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษจากญาติพี่น้อง เพื่อน หรือคนรู้จัก และการจัดงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษเพื่อให้ความรู้ และจัดจำหน่ายสินค้า และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับสูงกว่าปริญญาตรีระดับความถี่ต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ ในปีจ้อย่อย 3 ลำดับแรก คือ การจัดงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษเพื่อให้ความรู้ และจัดจำหน่ายสินค้า รองลงมาคือ การรณรงค์จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนให้บริการฝึกอบรมบุคลากร เช่น ป้าย และบทความให้ความรู้ต่างๆ และลำดับ 3 คือ การให้คำแนะนำและการให้บริการของพนักงานขาย และการได้รับข้อมูล คำแนะนำเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษจากญาติพี่น้อง เพื่อน หรือคนรู้จัก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.5 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความถี่ของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการซื้อผักปลอดสารพิษของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ส่วนประสมการตลาด	อาชีพ	ระดับความถี่ผล	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ 3 ลำดับแรก		
			1	2	3
ด้านผลิตภัณฑ์	นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา	3.99 (มาก)	ผักปลอดสารพิษมีความสดใหม่ นำรับประทาน	ผักปลอดสารพิษมีคุณค่าทางอาหาร มีประโยชน์ต่อร่างกาย	ผักปลอดสารพิษมีลักษณะสวยงาม นำรับประทาน
	พนักงานบริษัทเอกชน	3.77 (มาก)	ผักปลอดสารพิษมีคุณค่าทางอาหาร มีประโยชน์ต่อร่างกาย	ผักปลอดสารพิษมีความสะอาด ปลอดภัยจากสารพิษ	ผักปลอดสารพิษมีความสดใหม่ นำรับประทาน
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.87 (มาก)	ผักปลอดสารพิษมีความสะอาด ปลอดภัยจากสารพิษ	ผักปลอดสารพิษมีคุณค่าทางอาหาร มีประโยชน์ต่อร่างกาย	ผักปลอดสารพิษมีความสดใหม่ นำรับประทาน
	เจ้าของกิจการ	3.81 (มาก)	ผักปลอดสารพิษมีคุณค่าทางอาหาร มีประโยชน์ต่อร่างกาย	ผักปลอดสารพิษมีความสดใหม่ นำรับประทาน	ผักปลอดสารพิษมีความสะอาด ปลอดภัยจากสารพิษ
	รับจ้างทั่วไป	3.70 (มาก)	ผักปลอดสารพิษมีความสดใหม่ นำรับประทาน	ผักปลอดสารพิษมีความสะอาด ปลอดภัยจากสารพิษ	ผักปลอดสารพิษมีคุณค่าทางอาหาร มีประโยชน์ต่อร่างกาย
	อื่นๆ	3.83 (มาก)	ผักปลอดสารพิษมีคุณค่าทางอาหาร มีประโยชน์ต่อร่างกาย	ผักปลอดสารพิษมีความสะอาด ปลอดภัยจากสารพิษ	ผักปลอดสารพิษมีความสดใหม่ นำรับประทาน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.5 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความมีผลของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการซื้อผักปลอดสารพิษของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ส่วนประสมการตลาด	อาชีพ	ระดับความมีผล	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ 3 ลำดับแรก		
			1	2	3
ด้านราคา	นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา	3.69 (มาก)	ผักปลอดสารพิษมีการคิดป้ายแสดงราคาจำหน่ายที่ชัดเจน	ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ	ผักปลอดสารพิษมีราคาแพงกว่าผักตามท้องตลาดเพียงเล็กน้อย
			ราคาของผักปลอดสารพิษมีหลายระดับตามคุณภาพที่แตกต่างกันไป		
	พนักงานบริษัทเอกชน	3.57 (มาก)	ผักปลอดสารพิษมีการคิดป้ายแสดงราคาจำหน่ายที่ชัดเจน	ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ	ราคาของผักปลอดสารพิษมีหลายระดับตามคุณภาพที่แตกต่างกันไป
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.67 (มาก)	ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ	ผักปลอดสารพิษมีการคิดป้ายแสดงราคาจำหน่ายที่ชัดเจน	ผักปลอดสารพิษมีราคาแพงกว่าผักตามท้องตลาดเพียงเล็กน้อย
	เจ้าของกิจการ	3.63 (มาก)	ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ	ราคาของผักปลอดสารพิษมีหลายระดับตามคุณภาพที่แตกต่างกันไป	ผักปลอดสารพิษมีการคิดป้ายแสดงราคาจำหน่ายที่ชัดเจน
	รับจ้างทั่วไป	3.56 (มาก)	ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ	ผักปลอดสารพิษมีการคิดป้ายแสดงราคาจำหน่ายที่ชัดเจน	ราคาผักปลอดสารพิษมีราคาใกล้เคียงกับผักตามท้องตลาดทั่วไป
			ผักปลอดสารพิษมีราคาแพงกว่าผักตามท้องตลาดเพียงเล็กน้อย	ราคาของผักปลอดสารพิษมีหลายระดับตามคุณภาพที่แตกต่างกันไป	
อื่นๆ	3.28 (ปานกลาง)	ผักปลอดสารพิษมีการคิดป้ายแสดงราคาจำหน่ายที่ชัดเจน	ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ	ผักปลอดสารพิษมีราคาแพงกว่าผักตามท้องตลาดเพียงเล็กน้อย	
		ราคาของผักปลอดสารพิษมีหลายระดับตามคุณภาพที่แตกต่างกันไป	ราคาผักปลอดสารพิษมีราคาใกล้เคียงกับผักตามท้องตลาดทั่วไป		

ตารางที่ 5.5 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความมีผลของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการซื้อผักปลอดสารพิษของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ส่วนประสมการตลาด	อาชีพ	ระดับความมีผล	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ 3 ลำดับแรก		
			1	2	3
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา	3.64 (มาก)	สถานที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ	ที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายสามารถเข้าถึงได้ง่าย เดินทางสะดวก	จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง
	พนักงานบริษัทเอกชน	3.28 (ปานกลาง)	สถานที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ	พื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษเหมาะสมสะดวกในการเลือกซื้อ	พื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีการจัดหมวดหมู่สินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.41 (ปานกลาง)	จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง	สถานที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ	ที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายสามารถเข้าถึงได้ง่าย เดินทางสะดวก
					พื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีการจัดหมวดหมู่สินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย
	เจ้าของกิจการ	3.32 (ปานกลาง)	จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง	สถานที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ	สถานที่จัดจำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก
	รับจ้างทั่วไป	3.07 (ปานกลาง)	จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง	สถานที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ	ที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายสามารถเข้าถึงได้ง่าย เดินทางสะดวก
					พื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีการจัดหมวดหมู่สินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย
อื่นๆ	3.12 (ปานกลาง)	พื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีการจัดหมวดหมู่สินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย	สถานที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ	จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง	
				พื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษเหมาะสมสะดวกในการเลือกซื้อ	

ตารางที่ 5.5 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความมีผลของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการซื้อผักปลอดสารพิษของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ส่วนประสมการตลาด	อาชีพ	ระดับความมีผล	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ 3 ลำดับแรก		
			1	2	3
ด้านการส่งเสริมการตลาด	นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา	3.17 (ปานกลาง)	การรณรงค์จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ให้บริโภคผักปลอดสารพิษ เช่น ป้าย และบทความให้ความรู้ต่างๆ	การจัดงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษ เพื่อให้ความรู้ และจัดจำหน่ายสินค้า	การให้คำแนะนำและการให้บริการของพนักงานขาย การได้รับข้อมูล คำแนะนำเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษ จากญาติพี่น้อง เพื่อน หรือคนรู้จัก
	พนักงานบริษัทเอกชน	3.13 (ปานกลาง)	การรณรงค์จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ให้บริโภคผักปลอดสารพิษ เช่น ป้าย และบทความให้ความรู้ต่างๆ	การจัดงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษ เพื่อให้ความรู้ และจัดจำหน่ายสินค้า	การได้รับข้อมูล คำแนะนำเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษ จากญาติพี่น้อง เพื่อน หรือคนรู้จัก
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.24 (ปานกลาง)	การรณรงค์จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ให้บริโภคผักปลอดสารพิษ เช่น ป้าย และบทความให้ความรู้ต่างๆ	การจัดงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษ เพื่อให้ความรู้ และจัดจำหน่ายสินค้า	การได้รับข้อมูล คำแนะนำเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษ จากญาติพี่น้อง เพื่อน หรือคนรู้จัก
	เจ้าของกิจการ	3.29 (ปานกลาง)	การได้รับข้อมูล คำแนะนำเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษ จากญาติพี่น้อง เพื่อน หรือคนรู้จัก	การจัดงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษ เพื่อให้ความรู้ และจัดจำหน่ายสินค้า	การรณรงค์จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ให้บริโภคผักปลอดสารพิษ เช่น ป้าย และบทความให้ความรู้ต่างๆ
	รับจ้างทั่วไป	2.74 (ปานกลาง)	การรณรงค์จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ให้บริโภคผักปลอดสารพิษ เช่น ป้าย และบทความให้ความรู้ต่างๆ	การได้รับข้อมูล คำแนะนำเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษ จากญาติพี่น้อง เพื่อน หรือคนรู้จัก	การจัดงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษ เพื่อให้ความรู้ และจัดจำหน่ายสินค้า
	อื่นๆ	3.02 (ปานกลาง)	การรณรงค์จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ให้บริโภคผักปลอดสารพิษ เช่น ป้าย และบทความให้ความรู้ต่างๆ	การโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น ใบปลิว แผ่นพับ ฯลฯ	การได้รับข้อมูล คำแนะนำเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษ จากญาติพี่น้อง เพื่อน หรือคนรู้จัก

จากตารางที่ 5.5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ทั้งนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เจ้าของกิจการ รับจ้างทั่วไป และอื่นๆ ให้ระดับความมีผลของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ ด้านผลิตภัณฑ์ มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ โดยให้ระดับความมีผลของปัจจัยโดยรวม ด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับมาก และด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง ส่วนด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ (พ่อบ้าน แม่บ้าน ข้าราชการ บำนาญ และว่างงาน) ให้ระดับความมีผลของปัจจัยโดยรวมในระดับปานกลาง ต่างจากผู้ที่มีอาชีพอื่นๆ ที่ให้ระดับความมีผลของปัจจัยโดยรวมในระดับมาก และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษาให้ระดับความมีผลของปัจจัยโดยรวมในระดับมาก ต่างจากผู้ที่มีอาชีพอื่นๆ ที่ให้ระดับความมีผลของปัจจัยโดยรวมในระดับปานกลาง

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรกคล้ายคลึงกัน โดยผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เจ้าของกิจการ รับจ้างทั่วไป และอื่นๆ ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ ในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก เหมือนกัน แต่ลำดับต่างกัน ได้แก่ ผักปลอดสารพิษมีคุณค่าทางอาหาร มีประโยชน์ต่อร่างกาย ผักปลอดสารพิษมีความสะอาด ปลอดภัยจากสารพิษ และ ผักปลอดสารพิษมีความสดใหม่ นำรับประทาน ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ ในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ ผักปลอดสารพิษมีความสดใหม่ นำรับประทาน และผักปลอดสารพิษมีความสะอาด ปลอดภัยจากสารพิษ รองลงมาคือ ผักปลอดสารพิษมีคุณค่าทางอาหาร มีประโยชน์ต่อร่างกาย และผักปลอดสารพิษมีลักษณะสวยงาม นำรับประทาน

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ ในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรกคล้ายคลึงกัน โดยนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เจ้าของกิจการ รับจ้างทั่วไป และอื่นๆ ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรกคล้ายคลึงกัน โดยผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน เจ้าของกิจการ ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ ในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก เหมือนกัน แต่ลำดับต่างกัน ได้แก่ ผักปลอดสารพิษมีการติดป้ายแสดงราคาจำหน่ายที่ชัดเจน ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ และราคาของผักปลอดสารพิษมีหลายระดับตามคุณภาพที่แตกต่างกันไป ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป และอาชีพอื่นๆ ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ ในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก เหมือนกัน แต่ลำดับต่างกัน ได้แก่ ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ ผักปลอดสารพิษมีการติดป้ายแสดงราคาจำหน่ายที่ชัดเจน ผักปลอดสารพิษมีราคาแพงกว่าผักตามท้องตลาดเพียงเล็กน้อย ราคาของผักปลอดสารพิษมีหลายระดับตามคุณภาพที่แตกต่างกัน

ไป และราคาผักปลอดสารพิษมีราคาใกล้เคียงกับผักตามท้องตลาดทั่วไป ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ ในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก คือ ผักปลอดสารพิษมีการติดป้ายแสดงราคาจำหน่ายที่ชัดเจน ราคาของผักปลอดสารพิษมีหลายระดับตามคุณภาพที่แตกต่างกันไป ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ และผักปลอดสารพิษมีราคาแพงกว่าผักตามท้องตลาดเพียงเล็กน้อย และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ ในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก คือ ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ ผักปลอดสารพิษมีการติดป้ายแสดงราคาจำหน่ายที่ชัดเจน และผักปลอดสารพิษมีราคาแพงกว่าผักตามท้องตลาดเพียงเล็กน้อย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรกคล้ายคลึงกัน โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก คือ สถานที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ รองลงมาคือ ที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายสามารถเข้าถึงได้ง่าย เดินทางสะดวก และจัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก คือ สถานที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ รองลงมาคือ พื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษเหมาะสม สะดวกในการเลือกซื้อ และพื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีการจัดหมวดหมู่สินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก คือ จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง รองลงมาคือ สถานที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ (ค่าเฉลี่ย 3.82) และที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายสามารถเข้าถึงได้ง่าย เดินทางสะดวก และพื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีการจัดหมวดหมู่สินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก คือ จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง รองลงมาคือ สถานที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ และสถานที่จัดจำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก คือ จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง และสถานที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ รองลงมาคือ ที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายสามารถเข้าถึงได้ง่าย เดินทางสะดวก และลำดับ 3 คือ สถานที่จัดจำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก และพื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีการจัด

หมวดหมู่สินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษในปัจจุบัน 3 ลำดับแรก คือ พื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีการจัดหมวดหมู่สินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย รองลงมาคือ สถานที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาเก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ และพื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษเหมาะสมสะดวกในการเลือกซื้อ และลำดับ 3 คือ จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษในปัจจุบัน 3 ลำดับแรกคล้ายคลึงกัน โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เจ้าของกิจการ และรับจ้างทั่วไป ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษในปัจจุบัน 3 ลำดับแรก เหมือนกัน แต่ลำดับต่างกัน ได้แก่ การรณรงค์จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนให้บริโภคผักปลอดสารพิษ เช่น ป้าย และบทความให้ความรู้ต่างๆ การจัดงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษเพื่อให้ความรู้ และจัดจำหน่ายสินค้า และการได้รับข้อมูล คำแนะนำเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษจากญาติพี่น้อง เพื่อน หรือคนรู้จัก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษในปัจจุบัน 3 ลำดับแรก คือ การรณรงค์จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนให้บริโภคผักปลอดสารพิษ เช่น ป้าย และบทความให้ความรู้ต่างๆ รองลงมาคือการจัดงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษเพื่อให้ความรู้ และจัดจำหน่ายสินค้า และลำดับ 3 คือ การให้คำแนะนำและการให้บริการของพนักงานขาย และการได้รับข้อมูล คำแนะนำเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษจากญาติพี่น้อง เพื่อน หรือคนรู้จัก และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษในปัจจุบัน 3 ลำดับแรก คือ การรณรงค์จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนให้บริโภคผักปลอดสารพิษ เช่น ป้าย และบทความให้ความรู้ต่างๆ รองลงมาคือ การโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น ทีวี วิทยุ หนังสือนิตยสาร ฯลฯ และการได้รับข้อมูล คำแนะนำเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษจากญาติพี่น้อง เพื่อน หรือคนรู้จัก

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.6 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความมีผลของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการซื้อผักปลอดสารพิษของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนประสมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ระดับความมีผล	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ 3 ลำดับแรก		
			1	2	3
ด้านผลิตภัณฑ์	ไม่เกิน 10,000 บาท	3.76 (มาก)	ผักปลอดสารพิษมีความสะอาด ปลอดภัยจากสารพิษ	ผักปลอดสารพิษมีคุณค่าทางอาหาร มีประโยชน์ต่อร่างกาย	ผักปลอดสารพิษมีความสดใหม่ น่ารับประทาน
	10,001 – 15,000 บาท	3.76 (มาก)	ผักปลอดสารพิษมีคุณค่าทางอาหาร มีประโยชน์ต่อร่างกาย	ผักปลอดสารพิษมีความสดใหม่ น่ารับประทาน	ผักปลอดสารพิษมีความสะอาด ปลอดภัยจากสารพิษ
	15,001 – 25,000 บาท	3.88 (มาก)	ผักปลอดสารพิษมีคุณค่าทางอาหาร มีประโยชน์ต่อร่างกาย	ผักปลอดสารพิษมีความสะอาด ปลอดภัยจากสารพิษ	ผักปลอดสารพิษมีความสดใหม่ น่ารับประทาน
	25,001 บาท ขึ้นไป	3.91 (มาก)	ผักปลอดสารพิษมีคุณค่าทางอาหาร มีประโยชน์ต่อร่างกาย	ผักปลอดสารพิษมีความสะอาด ปลอดภัยจากสารพิษ	ผักปลอดสารพิษมีความสดใหม่ น่ารับประทาน

ตารางที่ 5.6 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความมีผลของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการซื้อผักปลอดสารพิษของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนประสมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ระดับความมีผล	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ 3 ลำดับแรก		
			1	2	3
ด้านราคา	ไม่เกิน 10,000 บาท	3.54 (มาก)	ราคาของผักปลอดสารพิษมีหลายระดับตามคุณภาพที่แตกต่างกันไป	ผักปลอดสารพิษมีการติดป้ายแสดงราคาจำหน่ายที่ชัดเจน	ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ ผักปลอดสารพิษมีราคาแพงกว่าผักตามท้องตลาดเพียงเล็กน้อย
	10,001 – 15,000 บาท	3.49 (ปานกลาง)	ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ	ผักปลอดสารพิษมีการติดป้ายแสดงราคาจำหน่ายที่ชัดเจน	ราคาของผักปลอดสารพิษมีหลายระดับตามคุณภาพที่แตกต่างกันไป
	15,001 – 25,000 บาท	3.70 (มาก)	ผักปลอดสารพิษมีการติดป้ายแสดงราคาจำหน่ายที่ชัดเจน	ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ	ราคาของผักปลอดสารพิษมีหลายระดับตามคุณภาพที่แตกต่างกันไป
	25,001 บาท ขึ้นไป	3.71 (มาก)	ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ	ผักปลอดสารพิษมีการติดป้ายแสดงราคาจำหน่ายที่ชัดเจน	ผักปลอดสารพิษมีราคาแพงกว่าผักตามท้องตลาดเพียงเล็กน้อย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.6 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความมีผลของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการซื้อผักปลอดสารพิษของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนประสมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ระดับความมีผล	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ 3 ลำดับแรก		
			1	2	3
ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย	ไม่เกิน 10,000 บาท	3.30 (ปานกลาง)	สถานที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ	พื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีการจัดหมวดหมู่สินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย	จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง
			ที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายสามารถเข้าถึงได้ง่าย เดินทางสะดวก		
	10,001 – 15,000 บาท	3.30 (ปานกลาง)	พื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษเหมาะสม สะดวกในการเลือกซื้อ	จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง	พื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีการจัดหมวดหมู่สินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย
			สถานที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ		
	15,001 – 25,000 บาท	3.34 (ปานกลาง)	สถานที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ	จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง	พื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีการจัดหมวดหมู่สินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย
25,001 บาท ขึ้นไป	3.39 (ปานกลาง)	จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง	ที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายสามารถเข้าถึงได้ง่าย เดินทางสะดวก	สถานที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ	
		พื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษเหมาะสม สะดวกในการเลือกซื้อ			

ตารางที่ 5.6 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความถี่ของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการซื้อผักปลอดสารพิษของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนประสมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ระดับความถี่	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ 3 ลำดับแรก		
			1	2	3
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ไม่เกิน 10,000 บาท	3.06 (ปานกลาง)	การรณรงค์จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนให้บริโภคผักปลอดสารพิษ เช่น ป้าย และบทความให้ความรู้ต่างๆ	การจัดงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษ เพื่อให้ความรู้ และจัดจำหน่ายสินค้า	การได้รับข้อมูลคำแนะนำเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษจากญาติพี่น้อง เพื่อน หรือคนรู้จัก
	10,001 – 15,000 บาท	3.09 (ปานกลาง)	การรณรงค์จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนให้บริโภคผักปลอดสารพิษ เช่น ป้าย และบทความให้ความรู้ต่างๆ	การจัดงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษ เพื่อให้ความรู้ และจัดจำหน่ายสินค้า	การได้รับข้อมูลคำแนะนำเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษจากญาติพี่น้อง เพื่อน หรือคนรู้จัก
	15,001 – 25,000 บาท	3.22 (ปานกลาง)	การได้รับข้อมูลคำแนะนำเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษจากญาติพี่น้อง เพื่อน หรือคนรู้จัก	การรณรงค์จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนให้บริโภคผักปลอดสารพิษ เช่น ป้าย และบทความให้ความรู้ต่างๆ	การจัดงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษเพื่อให้ความรู้ และจัดจำหน่ายสินค้า
	25,001 บาท ขึ้นไป	3.26 (ปานกลาง)	การรณรงค์จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนให้บริโภคผักปลอดสารพิษ เช่น ป้าย และบทความให้ความรู้ต่างๆ	การจัดงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษ เพื่อให้ความรู้ และจัดจำหน่ายสินค้า	การได้รับข้อมูลคำแนะนำเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษจากญาติพี่น้อง เพื่อน หรือคนรู้จัก

จากตารางที่ 5.6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ทั้งรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท 10,001-15,000 บาท 15,001-25,000 บาท และ 25,001 บาท ขึ้นไป ให้ระดับความมีผลของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ ด้านผลิตภัณฑ์ มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ โดยให้ระดับความมีผลของปัจจัยโดยรวม ด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับมาก และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง ส่วนด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ระดับความมีผลของปัจจัยโดยรวมในระดับปานกลาง ต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระดับอื่นๆ ที่ให้ระดับความมีผลของปัจจัยโดยรวมในระดับมาก

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรกเหมือนกัน แต่ลำดับต่างกัน ได้แก่ ผักปลอดสารพิษมีความสะอาด ปลอดภัยจากสารพิษ ผักปลอดสารพิษมีคุณค่าทางอาหาร มีประโยชน์ต่อร่างกาย และผักปลอดสารพิษมีความสดใหม่ นำรับประทาน

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรกคล้ายคลึงกัน โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท และ 15,001-25,000 บาท ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก เหมือนกัน แต่ลำดับต่างกัน ได้แก่ ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ ผักปลอดสารพิษมีการติดป้ายแสดงราคาจำหน่ายที่ชัดเจน และราคาของผักปลอดสารพิษมีหลายระดับตามคุณภาพที่แตกต่างกันไป ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก คือ ราคาของผักปลอดสารพิษมีหลายระดับตามคุณภาพที่แตกต่างกันไป ผักปลอดสารพิษมีการติดป้ายแสดงราคาจำหน่ายที่ชัดเจน ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ และผักปลอดสารพิษมีราคาแพงกว่าผักตามท้องตลาดเพียงเล็กน้อย และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 บาท ขึ้นไป ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก คือ ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ ผักปลอดสารพิษมีการติดป้ายแสดงราคาจำหน่ายที่ชัดเจน และผักปลอดสารพิษมีราคาแพงกว่าผักตามท้องตลาดเพียงเล็กน้อย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรกคล้ายคลึงกัน โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก คือ สถานที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ รองลงมาคือพื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีการจัดหมวดหมู่สินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย และลำดับ 3 คือ จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลัก

แหล่ง และที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายสามารถเข้าถึงได้ง่าย เดินทางสะดวก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ระดับความถี่ต่อการซื้อผักปลอดสารพิษในปัจจุบัน 3 ลำดับแรก คือ พื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษเหมาะสม สะดวกในการเลือกซื้อ รองลงมาคือ จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง และสถานที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ และลำดับ 3 คือ พื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีการจัดหมวดหมู่สินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท ให้ระดับความถี่ต่อการซื้อผักปลอดสารพิษในปัจจุบัน 3 ลำดับแรก คือ สถานที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง และพื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีการจัดหมวดหมู่สินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยต่อเดือน 25,001 บาท ขึ้นไป ให้ระดับความถี่ต่อการซื้อผักปลอดสารพิษในปัจจุบัน 3 ลำดับแรก คือ จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง รองลงมาคือ ที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายสามารถเข้าถึงได้ง่าย เดินทางสะดวก และลำดับ 3 คือ สถานที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ และพื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษเหมาะสม สะดวกในการเลือกซื้อ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้น้อยต่อเดือน ให้ระดับความถี่ต่อการซื้อผักปลอดสารพิษในปัจจุบัน 3 ลำดับแรกเหมือนกัน แต่ลำดับต่างกัน ได้แก่ การรณรงค์จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนให้บริโภคผักปลอดสารพิษ เช่น ป้าย และบทความให้ความรู้ต่างๆ การจัดงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษเพื่อให้ความรู้ และจัดจำหน่ายสินค้า และการได้รับข้อมูล คำแนะนำเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษจากญาติพี่น้อง เพื่อน หรือคนรู้จัก

5.2 อภิปรายผล

การศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองลำปางในการซื้อผักปลอดสารพิษ สามารถอภิปรายผลตามแนวความคิดปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ คีร์วอร์ธ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความถี่ต่อการซื้อผักปลอดสารพิษมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา และระดับปานกลาง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด และพบว่าผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับ

ผลการศึกษาของ บัณฑิตา วจนนานนท์ (2553) ซึ่งได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อบุคลากรของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในการเลือกซื้อผักไฮโดรโปนิคส์ โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับมาก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วารุณี จินศร (2554) ซึ่งได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษมีค่าเฉลี่ย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับมาก

ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่เสนอขายสู่ตลาดเพื่อความสนใจ การจัดหา การใช้หรือการบริโภคที่สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตราสินค้า บริการและชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้า บริการ สถานที่ บุคคล หรือ ความคิด ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ในด้านผักปลอดสารพิษมีคุณค่าทางอาหาร มีประโยชน์ต่อร่างกาย ผักปลอดสารพิษมีความสะอาด ปลอดภัยจากสารพิษ ผักปลอดสารพิษมีความสดใหม่ น่ารับประทาน ผักปลอดสารพิษมีรสชาติที่ดี ผักปลอดสารพิษมีลักษณะสวยงาม น่ารับประทาน ผักปลอดสารพิษมีบรรจุภัณฑ์สะอาด สวยงาม ผักปลอดสารพิษได้รับการรับรองจากหน่วยงาน หรือองค์กรที่น่าเชื่อถือ ผักปลอดสารพิษมีให้เลือกหลากหลายชนิด ผักปลอดสารพิษระบุถึงแหล่งผลิต/ยี่ห้อชัดเจน เชื่อถือได้ ผักปลอดสารพิษมีป้ายแจ้งบอกวันหมดอายุชัดเจน และผักปลอดสารพิษมีให้เลือกหลากหลายขนาด/ปริมาณ และพบว่าสอดคล้องกับผลการศึกษาของ บัณฑิตา วจนนานนท์ (2553) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษในระดับมากในด้านอาหารปลอดภัย ด้านรสชาติ และด้านคุณค่าทางอาหาร แต่ไม่สอดคล้องที่ ผลการศึกษาให้ระดับความมีผลสูงที่สุดในด้านผักปลอดสารพิษมีคุณค่าทางอาหาร มีประโยชน์ต่อร่างกาย แต่ผลการศึกษาของ บัณฑิตา วจนนานนท์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษสูงสุดในด้านรสชาติ นอกจากนี้ยังพบว่าผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของ วารุณี จินศร (2554) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความมีผลในระดับมากด้านความสดใหม่ของผักปลอดสารพิษ มีวันหมดอายุบอกชัดเจน ผักมีตรารับรองมาตรฐานความปลอดภัยมียี่ห้อชัดเจน เชื่อถือได้ ผักมีความสด สวยงาม สีสดน่ารับประทาน และผักมีให้เลือกหลากหลายชนิด แต่ไม่สอดคล้อง โดยจากผลการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษในระดับมากที่สุดที่ ผักปลอดสารพิษมีความสะอาด ปลอดภัยจากสารพิษ ซึ่งต่างจากการศึกษาของ วารุณี จินศร ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ มากที่สุดในด้านผักปลอดสารพิษไม่มีสารเคมีตกค้าง

ด้านราคา หมายถึง จำนวนที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์/บริการ หรือเป็นคุณค่าทั้งหมดที่ถูกชำระเพื่อให้ได้ผลประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์/บริการคุ้มกับเงินที่จ่ายไป หรือหมายถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษในระดับมาก ในด้านผักปลอดสารพิษมีการคิดป้าย แสดงราคาจำหน่ายที่ชัดเจน ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ ราคาของผักปลอดสารพิษมีหลายระดับตามคุณภาพที่แตกต่างกันไป และผักปลอดสารพิษมีราคาแพงกว่าผักตามท้องตลาดเพียงเล็กน้อย ซึ่งพบว่าผลการศึกษาสอดคล้องกับผลการศึกษาของ บัณฑิตา วจนนานนท์ (2553) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความมีผลในระดับมากในด้านมีป้ายบอกราคาชัดเจน ราคาเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วารุณี จินสร (2554) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความมีผลในระดับมาก ในด้านการแสดงราคาจำหน่ายที่ชัดเจน ราคาของผักปลอดสารพิษมีความใกล้เคียงกับผักประเภทอื่น ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพของผักปลอดสารพิษ และมีราคาผักปลอดสารพิษให้เลือกหลากหลายให้ผู้บริโภคเลือกซื้อ

ด้านการจัดจำหน่าย หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กร ไปยังตลาด จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความมีผลในระดับมาก ในด้านสถานที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง พื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีการจัดหมวดหมู่สินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย ที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายสามารถเข้าถึงได้ง่าย เดินทางสะดวก พื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษเหมาะสม สะดวกในการเลือกซื้อ สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก และผักปลอดสารพิษสามารถหาซื้อได้ง่าย มีจำหน่ายทั่วไป ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ บัณฑิตา วจนนานนท์ (2553) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความมีผลในระดับมากในด้านมีที่จอดรถสะดวก ทำเลที่ตั้งร้านสะดวกต่อการเดินทาง และสอดคล้องกับผลการศึกษาของวารุณี จินสร (2554) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ด้านการจัดจำหน่ายในร้านที่มีชื่อเสียง น่าเชื่อถือในการจัดจำหน่ายสินค้าปลอดสารพิษ ที่จำหน่ายตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางได้สะดวก วางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า และซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ และมีที่จอดรถเพียงพอ

ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ลำดับแรกคือ การรณรงค์จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนให้บริโภคผักปลอดสารพิษ เช่น ป้าย และบทความให้ความรู้ต่างๆ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความมีผลในปัจจุบันย่อยทุกข้อในระดับปานกลาง แต่พบว่าไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ บัณฑิตา วจนนานนท์ (2553) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความมีผลในระดับมากในด้านความ

รวดเร็วในการให้บริการ ความเอาใจใส่ลูกค้า การแต่งกาย การแก้ปัญหา ของพนักงานขาย และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วารุณี จินศร (2554) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ การให้คำแนะนำและการบริการของพนักงาน สินค้าส่วนลด มีการแนะนำผักปลอดสารพิษประเภทต่างๆ และการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น ใบปลิว แผ่นพับ ฯลฯ โดยสรุป ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคต้องการความเชื่อมั่นในด้านคุณภาพของสินค้า

5.3 ข้อค้นพบ

จากผลการศึกษาในครั้งนี้มีข้อค้นพบในประเด็นที่สำคัญ ดังนี้คือ

5.3.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม และพฤติกรรมในการซื้อผักปลอดสารพิษ

- 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี ระดับการศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท
- 2) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อผักปลอดสารพิษประเภทผักที่นำไปบริโภคสดๆ เช่น แดงกวา กะหล่ำปลี มะเขือเทศ ถั่วฝักยาว ผักสลัด ฯลฯ
- 3) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อผักปลอดสารพิษจากตลาดสดทั่วไป
- 4) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อผักปลอดสารพิษเพราะ ความปลอดภัย ไร้สารพิษ
- 5) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษคือ ตัวเอง
- 6) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อผักปลอดสารพิษต่อครั้ง คือ 51-100 บาท ความถี่ในการซื้อผักปลอดสารพิษที่อยู่ที่ 1 – 3 ครั้งต่อสัปดาห์ และช่วงเวลาที่นิยมซื้อผักปลอดสารพิษ คือ ช่วงเย็น

5.3.2 ข้อค้นพบที่เกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองลำปางในการซื้อผักปลอดสารพิษ พบว่า

1) ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามทุกเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ให้ระดับความมีผลของปัจจัยโดยรวมต่อปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ มากที่สุด รองลงมาคือด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

2) เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความมีผลของปัจจัยโดยรวมในการซื้อผักปลอดสารพิษในระดับมาก และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งเพศชายและเพศหญิง ทุกช่วงอายุ ทุกช่วงระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างให้ระดับความมีผลในปัจจัยโดยรวมในระดับมาก ส่วนในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษเกือบทุกข้อในระดับมาก โดยเฉพาะปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ ผักปลอดสารพิษมี

คุณค่าทางอาหาร มีประโยชน์ต่อร่างกาย ผักปลอดสารพิษมีความสะอาด ปลอดภัยจากสารพิษ และผักปลอดสารพิษมีความสดใหม่ นำรับประทาน และจากปัญหา และข้อเสนอแนะ สำหรับผลิตภัณฑ์ผักปลอดสารพิษของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งแสดงอยู่ในบทที่ 4 ส่วนที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า ควรเพิ่มปริมาณ และชนิดของผักปลอดสารพิษในตลาด เนื่องจากผักปลอดสารพิษยังมีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับผักอื่นๆ ที่วางขายตามตลาดทั่วไป และสร้างความน่าเชื่อถือในผลิตภัณฑ์ผักปลอดสารพิษ คือ ทั้งทางด้านคุณภาพของผักปลอดสารพิษ ผู้ผลิต/แหล่งผลิต รวมถึงผู้จัดจำหน่าย ควรได้รับการรับรองจากทางราชการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีการเข้าไปสำรวจอย่างสม่ำเสมอ เพื่อคงไว้ซึ่งคุณภาพของผักปลอดสารพิษและป้องกันการปลอมแปลง นอกจากนี้บรรรจภัณฑ์หรือฉลากควรมีการระบุถึงการรับรองหรือมาตรฐานต่างๆ ที่ได้รับ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค ว่าเป็นผักปลอดสารพิษจริง เนื่องจากผู้บริโภคไม่มั่นใจว่าเป็นผักปลอดสารพิษจริง

3) เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความมีผลของปัจจัยโดยรวมในการซื้อผักปลอดสารพิษในระดับมาก และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งเพศชายและเพศหญิง ทุกช่วงอายุ ทุกช่วงระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างให้ระดับความมีผลในปัจจัยโดยรวมในระดับมาก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ (พ่อบ้าน แม่บ้าน ข้าราชการบำนาญ และว่างงาน) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ที่ให้ระดับความมีผลของปัจจัยโดยรวมในระดับปานกลาง ส่วนในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษเกือบทุกข้อในระดับมาก โดยเฉพาะปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ ผักปลอดสารพิษมีการติดป้ายแสดงราคาจำหน่ายที่ชัดเจน ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ และราคาของผักปลอดสารพิษมีหลายระดับตามคุณภาพที่แตกต่างกันไป และจากปัญหา และข้อเสนอแนะ สำหรับผลิตภัณฑ์ผักปลอดสารพิษของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งแสดงอยู่ในบทที่ 4 ส่วนที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า ผักปลอดสารพิษมีราคาแพง ควรปรับราคาให้ใกล้เคียงกับราคาผักตามท้องตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคทุกกลุ่มสามารถซื้อได้

4) เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความมีผลของปัจจัยโดยรวมในการซื้อผักปลอดสารพิษในระดับปานกลาง และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งเพศชายและเพศหญิง ทุกช่วงอายุ ทุกช่วงระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างให้ระดับความมีผลในปัจจัยโดยรวมในระดับปานกลาง ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ที่ให้ระดับความมีผลในปัจจัยโดยรวมในระดับมาก ส่วนในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษเกือบทุกข้อในระดับมาก โดยเฉพาะปัจจัยย่อยเกี่ยวกับสถานที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ จัด

จำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง และพื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีการจัดหมวดหมู่สินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย แต่ให้ระดับความมีผลในปัจจัยย่อยข้อ มีบริการจัดส่งผักปลอดสารพิษตามคำสั่งซื้อ สามารถสั่งซื้อผักปลอดสารพิษได้ทางอินเทอร์เน็ต และสามารถสั่งซื้อผักปลอดสารพิษได้ทางโทรศัพท์ ในระดับปานกลางและระดับน้อย โดยปัจจัยย่อยเหล่านี้มีค่าเฉลี่ยที่น้อยกว่าปัจจัยย่อยข้ออื่นๆ อย่างเห็นได้ชัด และจากปัญหา และข้อเสนอแนะ สำหรับผลิตภัณฑ์ผักปลอดสารพิษของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งแสดงอยู่ในบทที่ 4 ส่วนที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่าผักปลอดสารพิษหาซื้อได้ยาก ส่วนมากจะจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าไม่ค่อยมีจำหน่ายในตลาดสด

5) เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความมีผลของปัจจัยโดยรวมในการซื้อผักปลอดสารพิษในระดับปานกลาง และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งเพศชายและเพศหญิง ทุกช่วงอายุ ทุกช่วงระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างให้ระดับความมีผลในปัจจัยโดยรวมในระดับปานกลาง ส่วนในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษเกือบทุกข้อในระดับปานกลาง โดยเน้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ การรณรงค์จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ให้บริโภคผักปลอดสารพิษ เช่น ป้าย และบทความให้ความรู้ต่างๆ การจัดงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษเพื่อให้ความรู้ และจัดจำหน่ายสินค้า และการได้รับข้อมูล คำแนะนำเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษจากญาติพี่น้อง เพื่อน หรือคนรู้จัก และจากปัญหา และข้อเสนอแนะ สำหรับผลิตภัณฑ์ผักปลอดสารพิษของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งแสดงอยู่ในบทที่ 4 ส่วนที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่าควรส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกผักปลอดสารพิษมากขึ้น ส่งเสริมให้ลดการใช้สารเคมีและหันมาใช้ปุ๋ยชีวภาพ เพื่อให้ผลิตผักปลอดสารพิษให้เพียงพอกับความต้องการ และมีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคหันมารับประทานอาหาร และผักที่ปลอดสารพิษ เพราะการขาดสารอาหารที่ดี ที่ถูกต้อง เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ประชาชนเป็นโรคแห่งความเสื่อม เช่น เบาหวาน มะเร็ง ความดัน และหลอดเลือดตีบ

6) เมื่อพิจารณาจากผลการศึกษา สามารถเรียงลำดับปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองลำปางในการซื้อผักปลอดสารพิษ จากค่าเฉลี่ยมากไปหาค่าเฉลี่ยน้อย 10 ลำดับแรก ดังแสดงในตารางที่ 5.7 และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษในปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด เป็นจำนวน 7 ใน 10 ลำดับ

ตารางที่ 5.7 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความมีผลของปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้ตอบแบบสอบถาม 10 ลำดับแรก

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	ลำดับ
ผักปลอดสารพิษมีคุณค่าทางอาหาร มีประโยชน์ต่อร่างกาย	4.25	มาก	ผลิตภัณฑ์	1
ผักปลอดสารพิษมีความสะอาด ปลอดภัยจากสารพิษ	4.21	มาก	ผลิตภัณฑ์	2
ผักปลอดสารพิษมีความสดใหม่ น่ารับประทาน	4.15	มาก	ผลิตภัณฑ์	3
ผักปลอดสารพิษมีรสชาติที่ดี	3.86	มาก	ผลิตภัณฑ์	4
ผักปลอดสารพิษมีลักษณะสวยงาม น่ารับประทาน	3.84	มาก	ผลิตภัณฑ์	5
ผักปลอดสารพิษมีบรรจุภัณฑ์สะอาด สวยงาม	3.80	มาก	ผลิตภัณฑ์	6
สถานที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ	3.75	มาก	ช่องทางการจัดจำหน่าย	7
ผักปลอดสารพิษได้รับการรับรองจากหน่วยงานหรือองค์กรที่น่าเชื่อถือ	3.74	มาก	ผลิตภัณฑ์	8
จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง	3.73	มาก	ช่องทางการจัดจำหน่าย	9
ผักปลอดสารพิษมีการติดป้ายแสดงราคาจำหน่ายที่ชัดเจน	3.71	มาก	ราคา	10

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองลำปางในการซื้อผักปลอดสารพิษ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.4.1 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ผลิต

- 1) ผลิตผักปลอดสารพิษที่ได้คุณภาพ มาตรฐาน

จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อผักปลอดสารพิษเพราะ ความปลอดภัย ไร้สารพิษ มีความต้องการผักปลอดสารพิษที่มีความสะอาด ปลอดภัยจากสารพิษ นอกจากนี้จากข้อเสนอแนะในบทที่ 4 ยังพบว่าผู้บริโภคยังไม่มั่นใจในผลิตภัณฑ์ผักปลอดสารพิษ และต้องการให้

สร้างความน่าเชื่อถือในผลิตภัณฑ์ผักปลอดสารพิษ ทั้งทางด้านคุณภาพของผักปลอดสารพิษ และผู้ผลิต/แหล่งผลิต หน่วยงานราชการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรเข้าไปสำรวจอย่างสม่ำเสมอ เพื่อคงไว้ซึ่งคุณภาพของผักปลอดสารพิษและป้องกันการปลอมแปลง อย่างไรก็ตาม การขอใบรับรองมาตรฐานต่างๆ จะมีค่าธรรมเนียมและค่าบริการ (ยกเว้น มาตรฐาน GAP ซึ่งสามารถยื่นขอการรับรองได้ที่หน่วยงานของกรมวิชาการเกษตร และกรมส่งเสริมการเกษตร ทุกแห่งทั่วประเทศโดยไม่มีค่าใช้จ่าย) ดังนั้น เกษตรกรผู้ผลิตรายเล็ก หรือวิสาหกิจชุมชน อาจรวมกลุ่มกันเพื่อขอรับการตรวจรับรองแบบกลุ่ม ซึ่งนอกจากจะสามารถช่วยลดค่าใช้จ่ายได้แล้ว สมาชิกยังช่วยกันตรวจสอบและควบคุมคุณภาพสินค้าทั้งของตัวเอง และเพื่อนสมาชิก เป็นการช่วยกันตรวจสอบคุณภาพสินค้าภายในกลุ่มสมาชิก เพื่อรักษาคุณภาพสินค้า และป้องกันการถูกยึดตรารับรองสินค้าหากพบว่าสินค้าของสมาชิกคนใดคนหนึ่งไม่ได้มาตรฐาน อาจมีการลงโทษ หรือให้ออกจากกลุ่มหากสมาชิกคนใดคนหนึ่งผลิตสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน

นอกจากนี้บรรจุกิจหรือฉลากควรมีการระบุถึงการรับรองหรือมาตรฐานต่างๆ ที่ได้รับ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค ว่าเป็นผักปลอดสารพิษจริง ดังนั้น เกษตรกรต้องคำนึงถึงการผลิตผักปลอดสารพิษที่มีคุณภาพและปลอดสารพิษภายใต้การได้รับการรับรองตามมาตรฐานต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น มาตรฐานเกษตรดีที่เหมาะสม (GAP) มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ มาตรฐานผักและผลไม้ปลอดภัยจากสารพิษ และอื่นๆ จากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือ เช่น หน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ สถาบันพืชอินทรีย์ และอื่นๆ นอกจากนี้ควรติดฉลากที่ผลิตภัณฑ์ เพื่อระบุถึงแหล่งผลิต/ตรายี่ห้อ รวมถึงมาตรฐานที่ได้รับจากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือ นอกจากผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในตัวสินค้าแล้ว ยังเป็นการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก สร้างความเป็นเอกลักษณ์ และหากผู้บริโภคต้องการซื้อซ้ำก็สามารถดูจากตราสินค้าได้ ทำให้จำหน่ายได้มากขึ้น

2) เพิ่มปริมาณเครือข่ายผู้ผลิต และจำนวนชนิดของผักปลอดสารพิษในตลาด

จากผลการศึกษาในบทที่ 4 ส่วนที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า ควรเพิ่มปริมาณ และชนิดของผักปลอดสารพิษในตลาด เนื่องจากผักปลอดสารพิษยังมีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับผักอื่นๆ ที่วางขายตามตลาดทั่วไป ดังนั้น ควรเพิ่มเครือข่ายผู้ผลิตผักปลอดสารพิษเพื่อเพิ่มปริมาณผักปลอดสารพิษในตลาด รวมถึงการปลูกผักที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันไป อย่างไรก็ตาม ผักปลอดสารพิษในตลาดอาจไม่มีความหลากหลายมากนัก ซึ่งส่วนมากจะเป็นผักตามฤดูกาล และผักพื้นบ้านริมรั้ว เนื่องจากง่ายต่อการดูแล เติบโตได้ดี และแมลงรบกวนน้อย หากผู้บริโภคต้องการผักที่มีความหลากหลายผู้ผลิตต้องทำการผลิตผักนอกฤดูกาล ซึ่งต้องปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมให้ใกล้เคียงกับสภาพแวดล้อมที่พืชสามารถให้ผลผลิตได้ เช่นการปลูกในโรงเรือน นอกจากนี้ การปลูกพืชนอกฤดูกาล จะทำให้พืชไม่ค่อยแข็งแรง มีโอกาสถูกรบกวนจากศัตรูและโรคพืชมากกว่าการเพาะปลูกตามฤดูกาล ดังนั้นถ้าจะให้เก็บเกี่ยวได้ผลผลิตในปริมาณที่คุ้มค่าต่อการ

ลงทุน เกษตรกรจะต้องใช้สารเคมีในรูปของปุ๋ย ทำให้ผักเหล่านี้มีโอกาสปนเปื้อนสารพิษสูง เมื่อต้นทุนสูงขึ้นผักก็ย่อมจะมีราคาแพงกว่าปกติ แต่จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อผักปลอดสารพิษต่อครั้งที่ 51-100 บาท และให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษในปัจจุบันย่อ ด้านราคาซื้อ ผักปลอดสารพิษมีราคาแพงกว่าผักตามท้องตลาดเพียงเล็กน้อย ในระดับมาก นอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามยังให้ความคิดเห็นในบทที่ 4 ส่วนที่ 4 ว่า ผักปลอดสารพิษมีราคาแพง ควรปรับราคาให้ใกล้เคียงกับราคาผักตามท้องตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคทุกกลุ่มสามารถซื้อได้ ดังนั้น ผู้ผลิตควรบรรจุกำหนดให้ผู้บริโภคหันมาบริโภคผักตามฤดูกาล โดยต้องให้ข้อมูลและสื่อสารให้ผู้บริโภคเห็นว่าผักตามฤดูกาลเป็นผักที่มีความปลอดภัย และมีราคาถูกกว่าผักนอกฤดูกาล สามารถจำหน่ายให้ผู้บริโภคในราคาที่ถูกลงกว่าผักนอกฤดูกาลได้เนื่องจากมีต้นทุนที่ต่ำกว่า ราคาถูก สด หาได้ง่าย รสชาติดี และมีคุณภาพ

3) คำนี้ถึงความสดใหม่ สวยงาม นำรับประทานของผู้บริโภค

จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษในปัจจุบันย่อ ด้านผลิตภัณฑ์ซื้อ ผักปลอดสารพิษที่มีความสดใหม่ นำรับประทาน ในระดับมาก นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อผักปลอดสารพิษประเภทผักที่นำไปบริโภคสดๆ เช่น แตงกวา กะหล่ำปลี มะเขือเทศ ถั่วฝักยาว ผักสลัด ฯลฯ ดังนั้น เพื่อให้ได้ผักปลอดสารพิษที่สดและนำรับประทาน ผู้ผลิตต้องให้ความสำคัญในทุกกระบวนการผลิต ไม่ว่าจะเป็นการปลูกที่ต้องดูแลเป็นพิเศษเพื่อให้ได้ผักที่สวยงาม รวมถึงการเก็บเกี่ยว การบรรจุ การเก็บรักษา และการขนส่ง เพื่อคงความสดใหม่ สวยงาม และนำรับประทาน นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมซื้อผักปลอดสารพิษในช่วงเย็น ดังนั้น ผู้ผลิตต้องคำนึงถึงการบรรจุ และการขนส่ง ที่จะสามารถคงความสดของผักได้ แม้จะจำหน่ายในตอนเย็น เช่น การบรรจุในถุงพลาสติกที่ปลอดภัยในการใส่อาหาร เพื่อรักษาความสด และลดความบอบช้ำจากการขนส่ง และอื่นๆ นอกจากนี้ หากไม่ได้จำหน่ายเอง ต้องขอความร่วมมือจากผู้จัดจำหน่ายให้จัดเก็บสินค้าอย่างเหมาะสม เช่น ตู้แช่ แต่หากวางขายตามแผงผักทั่วไป ต้องระวังไม่ให้สินค้าโดนลมหรือแดดมาก เพื่อรักษาความสด ผู้ผลิตต้องเข้าไปสำรวจในสถานที่จัดจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอเพื่อเติมสินค้าหากสินค้าหมด ตรวจสอบการจัดเก็บสินค้าว่าเหมาะสมหรือไม่ และหากสินค้าใกล้หมดอายุ อาจพิจารณาการทำการส่งเสริมการขายร่วมกับผู้จัดจำหน่ายเพื่อระบายสินค้า

4) ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ ไม่แตกต่างจากผักตามท้องตลาดมากนัก

จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามนอกจากจะต้องการผักที่มีคุณภาพแล้ว ยังต้องการผักปลอดสารพิษที่มีราคาเหมาะสม ไม่แพงเกินไป ดังนั้น เพื่อให้สินค้ามีราคาถูกลง เกษตรกรต้องศึกษาถึงกรรมวิธีการผลิต การเข้าร่วมการอบรมที่หน่วยงานต่างๆ จัดขึ้น การสร้างเครือข่ายผู้ผลิตผักปลอดสารพิษ เพื่อเรียนรู้และศึกษานวัตกรรมทางการเกษตรใหม่ๆ ที่จะทำให้ออกผล

ผลิตที่มีคุณภาพ ปริมาณผลผลิตเพิ่มขึ้น และเพื่อลดต้นทุนต่อหน่วยลงได้ เช่น การใช้ปุ๋ยและสารกำจัดศัตรูพืชชีวภาพ และการปลูกผักตามฤดูกาล และการปลูกพืชหมุนเวียน เป็นต้น นอกจากนี้ ต้องให้ข้อมูลเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษแก่ผู้บริโภค เช่น การให้ข้อมูลถึงกระบวนการผลิตที่ปลอดจากสารเคมี ผักที่ได้ผ่านการรับรองจากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือว่าเป็นผักปลอดสารพิษ ซึ่งกระบวนการเหล่านี้ก่อให้เกิดต้นทุนที่สูงกว่าผักทั่วไปจึงมีราคาแพงกว่า แต่ผู้บริโภคจะได้สินค้าที่ปลอดภัย มีประโยชน์ และไม่ก่อให้เกิดสารพิษตกค้างในร่างกาย

5) เข้าร่วมกิจกรรม ที่เกี่ยวกับผักปลอดสารพิษ ที่ทางภาครัฐ และเอกชนที่จัดขึ้น

จากผลการศึกษาพบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ลำดับแรกในปัจจุบันย่อยด้านการรณรงค์จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนให้บริโภคผักปลอดสารพิษ เช่น ป้าย และบทความให้ความรู้ต่างๆ และการจัดงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษเพื่อให้ความรู้ และจัดจำหน่ายสินค้า นอกจากนี้ ในบทที่ 4 ส่วนที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่าควรส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกผักปลอดสารพิษมากขึ้น ส่งเสริมให้ลดการใช้สารเคมีและหันมาใช้ปุ๋ยชีวภาพ เพื่อให้ผลิตผักปลอดสารพิษให้เพียงพอับความต้องการ ดังนั้นเกษตรกรควรเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมจากทางภาครัฐ หรือ เอกชน เพราะนอกจากจะสามารถเรียนรู้นวัตกรรมทางการเกษตรใหม่ๆ เพื่อเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุนแล้ว ยังสามารถประชาสัมพันธ์ สวนของตนให้เป็นที่รู้จักแก่ผู้มาร่วมงาน รวมถึงการแสดงผลการปฏิบัติการผลิตผักปลอดสารพิษของตนเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคว่าสินค้าเป็นผักปลอดสารพิษจริง ไม่มีการเจือปน และผู้บริโภคหรือผู้จำหน่ายที่สนใจในสินค้าอาจไปเยี่ยมชมสวนและติดต่อเพื่อขอซื้อสินค้า ดังนั้น การเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ เป็นการเพิ่มโอกาสให้กับผู้ผลิตที่จะได้รับความรู้ทางการเกษตรใหม่ๆ และเพิ่มโอกาสทางการขาย

5.4.2 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้จำหน่าย

1) จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผักปลอดสารพิษที่ได้คุณภาพ มาตรฐาน

จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อผักปลอดสารพิษเพราะ ความปลอดภัย ไร้สารพิษ มีความต้องการผักปลอดสารพิษที่มีความสะอาด ปลอดจากสารพิษ และเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความน่าเชื่อถือ ผู้จำหน่ายต้องเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผักปลอดสารพิษที่ได้มาตรฐาน จากผู้ผลิตที่มีคุณภาพ ผักปลอดสารพิษและสถานที่ปลูกต้องได้รับการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องว่าปลอดสารพิษจริง ได้รับการตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอ เพื่อคงไว้ซึ่งมาตรฐานและคุณภาพของผักปลอดสารพิษ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค และหากลูกค้าของผู้จำหน่ายเป็นองค์กร หรือ ห้างร้านต่างๆ กลุ่มลูกค้าเหล่านี้จะส่งตัวแทนเข้ามาสุ่มตรวจคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ (Audit) ไม่ว่าจะตรวจสินค้าที่ได้รับ หรือจากสวนของผู้ผลิต และอาจไม่มีการแจ้งล่วงหน้า ดังนั้นหากพบว่าผักปลอด

สารพิษมีสารพิษตกค้างไม่ได้มาตรฐานที่กำหนด หรือพบว่ามีการใช้สารเคมีในกระบวนการผลิตไม่เป็นไปตามมาตรฐาน อาจทำให้ธุรกิจของผู้จัดจำหน่ายเกิดความเสียหายได้ จะเห็นได้ว่าการคัดเลือกผู้ผลิตที่ได้มาตรฐานเป็นสิ่งที่สำคัญมาก

2) ผู้จัดจำหน่ายต้องทำการวางแผนการเก็บเกี่ยว การขนส่ง การจัดเก็บรักษา และการบรรจุ ที่เหมาะสม

จากผลการศึกษาพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษในปัจจุบันน้อย ด้านผักปลอดสารพิษที่มีความสดใหม่ นำรับประทาน ในระดับมาก ดังนั้น เพื่อให้ได้ผักที่สด สะอาด นำรับประทาน ทางผู้จัดจำหน่ายต้องวางแผนการผลิต การเก็บเกี่ยว การขนส่ง การเก็บรักษา และการบรรจุ ที่เหมาะสมร่วมกับผู้ผลิต เช่น การดูแลผักก่อนการเก็บเกี่ยวเพื่อให้ได้ผักที่สวยงาม ไม่มีร่องรอยแมลงกัดกินมากนัก การเก็บเกี่ยวที่เหมาะสมเพื่อไม่ให้ผักช้ำเสียหาย การทำความสะอาด และบรรจุผักปลอดสารพิษในหีบห่อที่เหมาะสม สวยงาม และยืดอายุผัก พร้อมทั้งการขนส่งที่เหมาะสม เพื่อให้ได้ผักปลอดสารพิษที่มีลักษณะสวยงาม พร้อมจำหน่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์ นอกจากนี้จะนำมาใช้ในการบรรจุผักปลอดสารพิษแล้ว ผู้จัดจำหน่ายต้องคำนึงถึงการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษผ่านทางหีบห่อ หรือ ฉลาก เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับตัวสินค้า เช่น การติดฉลากระบุประเภทผัก มาตรฐานทางการเกษตรที่ได้รับ เช่น GAP หรือ มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ เป็นต้น ระบุแหล่งผลิต พร้อมระบุวันผลิตและวันหมดอายุ ชัดเจน นอกจากนี้ จากผลการศึกษาที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษในระดับมากด้านผักปลอดสารพิษมีคุณค่าทางอาหาร มีประโยชน์ต่อร่างกาย ดังนั้น บรรจุภัณฑ์ควรระบุข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับจากผักปลอดสารพิษประเภทนั้นๆ เช่น พักทองอุดมไปด้วยวิตามิน และแร่ธาตุ ที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย เช่น วิตามินเอ วิตามินบี แคลเซียม มีสารต้านอนุมูลอิสระช่วยชะลอความชรา บำรุงสายตา ไขมันน้อย กากใยสูง เหมาะกับผู้ควบคุมน้ำหนัก เป็นต้น การระบุประโยชน์ของผักชนิดต่างๆ จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ และเลือกซื้อผลิตภัณฑ์มากขึ้น

3) ตั้งราคาผักปลอดสารพิษให้เหมาะสมกับคุณภาพ ไม่แพงเกินไป

จากการศึกษาพบว่าด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษในปัจจุบันน้อย ด้านผักปลอดสารพิษมีราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ ด้านผักปลอดสารพิษมีการติดป้ายแสดงราคาจำหน่ายที่ชัดเจน และด้านราคาของผักปลอดสารพิษมีหลายระดับตามคุณภาพที่แตกต่างกันไป ในระดับมาก นอกจากนี้ ในบทที่ 4 ส่วนที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า ผักปลอดสารพิษมีราคาแพง ควรปรับราคาให้ใกล้เคียงกับราคาผักตามท้องตลาด ดังนั้น การกำหนดราคา ต้องคำนึงถึงคุณภาพของผักปลอดสารพิษที่จำหน่าย โดยราคาต้องมีความหลากหลายตามคุณภาพที่แตกต่างกันไป เช่น ราคาของผักอินทรีย์มีราคาสูงกว่าราคาของผักปลอดภัย เนื่องจากผักอินทรีย์ต้องการการดูแลที่มากกว่า และไม่ได้ใช้สารเคมีในกระบวนการผลิตเลย ซึ่ง

แตกต่างจากผักปลอดภัย นอกจากนี้ ผักที่สดและสวยงามมากกว่าจะมีราคาแพงกว่า ดังนั้นผู้จัดจำหน่ายต้องเพิ่มคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในสายตาของผู้บริโภค เช่น การให้ข้อมูลถึงกระบวนการผลิตที่ปลอดภัยจากสารเคมี ผักที่ได้ผ่านการรับรองจากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือว่าเป็นปลอดสารพิษ ไม่ก่อให้เกิดโรค อันเนื่องจากสารเคมีที่ตกค้างในอาหาร เพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกคุ้มค่าที่จะจ่าย นอกจากนี้ควรคิดป้ายราคาให้ชัดเจน ให้ผู้ซื้อสามารถสังเกตเห็นได้ อย่างไรก็ตาม ผู้จัดจำหน่ายต้องคำนึงถึงตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการด้วย เช่น หากต้องการจำหน่ายในปริมาณมาก ในตลาดสดทั่วไป ราคาอาจจะไม่สูงมากนัก เพื่อให้สามารถแข่งขันกับผักตามท้องตลาดทั่วไปได้ เช่น กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่ นิยมซื้อผักปลอดสารพิษที่ตลาดสด และมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อผักปลอดสารพิษ 51-100 บาท แต่หากต้องการสร้างตราสินค้าให้มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก และราคาที่ตั้งมีราคาสูง จะต้องคำนึงถึงการจำหน่ายสินค้าคุณภาพสูง การผลิตที่ได้มาตรฐาน แตกต่างจากผักตามท้องตลาด และผักปลอดสารพิษอื่นๆ รวมถึงบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม เพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกคุ้มค่าที่จะซื้อ อย่างไรก็ตาม แม้จะจำหน่ายแพงขึ้น ถ้าไรอาจไม่ได้เพิ่มตามเนื่องจากมีค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น เช่น การทำโฆษณา ค่าเช่าพื้นที่ หรือการทำการส่งเสริมการตลาดร่วมกับห้างร้านต่างๆ เช่น ผักที่จำหน่ายในห้างสรรพสินค้า ชั้นนำที่มีชื่อเสียง ที่มักมีราคาที่สูงกว่า 2-3 เท่า

4) จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่เหมาะสม

จากการศึกษาพบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ 3 ลำดับแรกคือ สถานที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีชื่อเสียง เช่น ห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ รองลงมาคือ จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในสถานที่ที่น่าเชื่อถือ มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง และพื้นที่จัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีการจัดหมวดหมู่สินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย ดังนั้น ทางผู้จัดจำหน่ายอาจติดต่อเพื่อขอวางจำหน่ายสินค้าในห้างร้านต่างๆ ซึ่งมีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง น่าเชื่อถือ และมีชื่อเสียงอยู่แล้ว เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น ท็อปส์ เสริสรรพสินค้า ไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น เทสโก้ โลตัส บิ๊กซี และแม็คโคร รวมถึงร้านค้าสินค้าเพื่อสุขภาพโดยเฉพาะ ซึ่งมีชื่อเสียงด้านสินค้าเพื่อสุขภาพอยู่แล้ว เช่น ร้านเอเดน แต่ร้านเหล่านี้มักมีข้อกำหนดเกี่ยวกับการส่งสินค้า และการชำระเงิน และหากวางจำหน่ายในร้านเหล่านี้ จะทำให้สินค้ามีราคาแพงกว่าท้องตลาดทั่วไป และทางผู้จัดจำหน่ายต้องจ่ายค่าดำเนินการให้ทางร้านค้า นอกจากนี้ ผู้จัดจำหน่ายอาจจะพิจารณาการเปิดหน้าร้านเอง แต่ร้านที่จะเปิดต้องตั้งอยู่ในทำเลที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย เดินทางสะดวก ใกล้แหล่งชุมชน และลูกค้า เพื่อให้มั่นใจได้ว่าจะมีรายได้เพียงพอกับรายจ่ายจากการดำเนินงาน เช่น ค่าเช่า ค่าสาธารณูปโภคต่างๆ และการโฆษณาให้เป็นที่รู้จัก อีกทางเลือกสำหรับผู้จัดจำหน่าย คือ ตลาดสด และตลาดนัดสำหรับผักปลอดสารพิษ ซึ่งเป็นที่รู้จักอยู่แล้ว และจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ นิยมซื้อผักปลอดสารพิษที่ตลาดสด ผู้จัดจำหน่ายสามารถจำหน่ายให้กับผู้บริโภคโดยตรง หรือจำหน่ายให้กับร้านค้าต่างๆ อย่างไรก็ตาม ในตลาดสดมีสินค้าให้เลือก

หลากหลาย ทั้งผักตามท้องตลาดทั่วไป และผักปลอดสารพิษ ดังนั้นผู้จัดจำหน่ายต้องทำให้สินค้าของตนแตกต่างจากผักตามท้องตลาดทั่วไป เช่น มีการติดป้ายบ่งบอกว่าสินค้าที่จำหน่ายเป็นผักปลอดสารพิษ มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผักที่จำหน่าย เช่น ประโยชน์ของผักปลอดสารพิษ มาตรฐานความปลอดภัยที่ได้รับ แหล่งผลิต ผู้ผลิต และสินค้าที่จำหน่ายต้องได้รับการบรรจุในหีบห่อที่เหมาะสม เช่น ถุงพลาสติกที่สะอาด มีการติดฉลากชัดเจน เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นในตัวสินค้าว่าเป็นผักปลอดสารพิษจริง นอกจากนี้การจัดวางสินค้าควรแบ่งแยกตามชนิดของผัก มาตรฐานที่ได้รับ เช่น ผักอินทรีย์ ผักปลอดภัย และอื่นๆ ตามขนาด หรือราคา ไม่วางปะปนกัน หรือหากวางจำหน่ายคู่กับผักทั่วไป ต้องมีการแบ่งแยกชัดเจน เพื่อไม่ให้ผู้บริโภคเกิดความสับสน และสะดวกต่อการเลือกซื้อ และสำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายอื่นๆ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้าน การจัดส่งผักปลอดสารพิษตามคำสั่งซื้อ การสั่งซื้อผักปลอดสารได้ทางอินเทอร์เน็ต และทางโทรศัพท์ โดยมีค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าข้ออื่นๆ อย่างเห็นได้ชัด ดังนั้นอาจพิจารณาช่องทางอื่นๆ ในอนาคต

5) เข้าร่วมกิจกรรมและงานแสดงสินค้าต่างๆ ที่ทางภาครัฐ และเอกชน จัดขึ้น

จากผลการศึกษาพบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ 3 ลำดับแรก คือ การรณรงค์จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ให้บริโภคผักปลอดสารพิษ เช่น ป้าย และบทความให้ความรู้ต่างๆ รองลงมาคือ การจัดงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษเพื่อให้ความรู้ และจัดจำหน่ายสินค้า และการได้รับข้อมูล คำแนะนำเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษจากญาติพี่น้อง เพื่อน หรือคนรู้จัก ดังนั้นผู้จัดจำหน่ายอาจพิจารณาเข้าร่วมกิจกรรม เนื่องจากประชาชนเป็นจำนวนมากนิยมร่วมงานแสดงสินค้าที่ทางหน่วยงานต่างๆ จัดขึ้น และจะมั่นใจในคุณภาพของสินค้าที่นำมาแสดงในงาน โดยเฉพาะงานแสดงสินค้าที่จัดโดยหน่วยงานของทางภาครัฐ โดยการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า นอกจากจะเป็นการสร้างเชื่อมั่นในตัวสินค้าให้กับผู้บริโภคแล้ว ผู้จัดจำหน่ายยังสามารถจำหน่ายสินค้าภายในงาน ให้ผู้มาร่วมงานทดลองชิมสินค้า ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า เช่น ประเภทผักที่จำหน่าย มาตรฐานการรับรองผักปลอดสารพิษที่ได้รับ ราคา และสามารถแจ้งผู้บริโภคถึงสถานที่ที่จำหน่ายสินค้าเป็นประจำที่ผู้บริโภคสามารถหาซื้อได้ในอนาคต นอกจากนี้หากผู้บริโภคที่มาร่วมงาน ประทับใจในตัวสินค้า อาจเกิดการบอกต่อในหมู่ญาติพี่น้อง เพื่อน หรือคนรู้จัก ทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักมากขึ้นเพื่อขยายฐานลูกค้า

6) จัดมุมจำหน่ายสินค้าผักปลอดสารพิษที่มาจากเกษตรกรผู้ผลิตในชุมชนต่างๆ ในจังหวัดลำปาง โดยเฉพาะ

การจัดมุมจำหน่ายสินค้าผักปลอดสารพิษ โดยเฉพาะสำหรับเกษตรกรในจังหวัดลำปาง ถือเป็น การช่วยเหลือเกษตรกรท้องถิ่น เป็นกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ที่นอกจากผู้บริโภคจะได้รับประทานผักปลอดสารพิษที่มีคุณภาพ มีประโยชน์ และปลอดภัยแล้ว ยังถือเป็นการสร้างการ

รับรู้เกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคมของผู้จัดจำหน่าย ทำให้กิจการมีชื่อเสียงในทางที่ดี และผู้บริโภคหันมาซื้อสินค้าจากผู้จัดจำหน่ายมากขึ้น เพราะถือว่าได้เป็นส่วนหนึ่งในการช่วยเหลือเกษตรกร

5.4.3 ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ

1) รมรณรงค์ให้ประชาชนหันมาใส่ใจในสุขภาพ และบริโภคผักปลอดสารพิษมากขึ้น

จากผลการศึกษาพบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความมีผลในปัจจุบันสูงสุดด้านการรณรงค์จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนให้บริโภคผักปลอดสารพิษ เช่น ป้าย และบทความให้ความรู้ต่างๆ ดังนั้น ทางภาครัฐควรส่งเสริมให้ประชาชนหันมาบริโภคผักปลอดสารพิษมากยิ่งขึ้น เช่น การให้ข้อมูลถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากผักปลอดสารพิษ อันตรายจากการบริโภคอาหารที่มีสารเคมีต่างๆ สถานที่จำหน่ายผักปลอดสารพิษ และแหล่งปลูกผักปลอดสารพิษ โดยทางภาครัฐสามารถให้ข้อมูลกับประชาชนได้ตามสื่อต่างๆ เช่น ป้ายประกาศ บทความให้ความรู้ วิทยูทูปท้องถิ่น รวมถึงนิตยสารและหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น การที่ประชาชนหันมาบริโภคผักปลอดสารพิษมากยิ่งขึ้น นอกจากจะทำให้ประชาชนมีสุขภาพแข็งแรง และลดอัตราการเจ็บป่วยแล้ว ยังเป็นการช่วยหาตลาดรองรับผลผลิตทางการเกษตรปลอดสารพิษ จากเกษตรกร และชุมชนต่างๆ ในจังหวัดลำปางและจังหวัดใกล้เคียง

2) จัดงานแสดงเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษ

จากผลการศึกษาพบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความมีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษ ลำดับที่ 2 ในปัจจุบันด้านการจัดงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษเพื่อให้ความรู้ และจัดจำหน่ายสินค้า นอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามยังให้ความเห็นในบทที่ 4 ส่วนที่ 4 ว่าต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคหันมารับประทานอาหาร และผักที่ปลอดสารพิษ เพราะการขาดสารอาหารที่ดี ที่ถูกต้อง เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ประชาชนเป็นโรคแห่งความเสื่อม เช่น เบาหวาน มะเร็ง ความดัน และหลอดเลือดตีบ โดยภายในงานแสดงสินค้า ผู้บริโภคสามารถเรียนรู้ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับผักปลอดสารพิษ เช่น ประโยชน์ของผักปลอดสารพิษของแต่ละชนิด กระบวนการปลูกเพื่อให้ได้สินค้าที่ปลอดภัยต่อการบริโภค การทดลองบริโภคสินค้าผักปลอดสารพิษ ซึ่งหากผู้บริโภคตระหนักถึงโทษจากสารพิษตกค้างในอาหาร ความต้องการที่จะมีสุขภาพที่แข็งแรง จากผักที่มีประโยชน์และปลอดภัย รวมถึงความพึงพอใจในตัวสินค้าและความคุ้มค่าที่จะได้รับ ก็จะหันมาซื้อและบริโภคผักปลอดสารพิษมากขึ้น นอกจากนี้ เกษตรกรและผู้จัดจำหน่ายยังสามารถนำสินค้ามาร่วมแสดงในงานเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษ พร้อมประชาสัมพันธ์สินค้าให้ผู้บริโภครู้จักมากขึ้น และสามารถจำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น ภายในงานผู้ผลิตยังสามารถเรียนรู้นวัตกรรมทางการเกษตรใหม่ๆ เพื่อนำมาปรับใช้และพัฒนาผลผลิตของตนให้ดีขึ้น และสามารถแข่งขันในตลาดได้

3) ส่งเสริมให้เกษตรกรหันมาปลูกผักปลอดสารพิษมากขึ้น พร้อมหาตลาดรองรับ

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามยังให้ความเห็นในบทที่ 4 ส่วนที่ 4 ว่า ต้องการให้มีการเพิ่มปริมาณ และชนิดของผักปลอดสารพิษในตลาด เนื่องจากผักปลอดสารพิษยังมีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับผักอื่นๆ ที่วางขายตามตลาดทั่วไป และควรส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกผักปลอดสารพิษมากขึ้น ส่งเสริมให้ลดการใช้สารเคมีและหันมาใช้ปุ๋ยชีวภาพ เพื่อให้ผลิตผักปลอดสารพิษให้เพียงพอับความต้องการ และผู้ตอบแบบสอบถามยังเห็นว่าผักปลอดสารพิษหาซื้อได้ยาก โดยผักปลอดสารพิษส่วนมากจะจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า ไม่ค่อยมีจำหน่ายในตลาดสด ดังนั้น ทางภาครัฐควรจะมีส่งเสริมให้เกษตรกรหันมาปลูกผักปลอดสารพิษที่ได้มาตรฐาน โดยเริ่มจากการสะท้อนให้เห็นโทษของการใช้สารเคมีในการเพาะปลูก ไม่ว่าจะผู้บริโภคที่ได้รับสารพิษเข้าสู่ร่างกาย สิ่งแวดล้อมที่ปนเปื้อนไปด้วยสารพิษ ไม่ว่าจะเป็น ดิน น้ำ หรือ อากาศ ค่าใช้จ่ายอันเนื่องมาจากการซื้อปุ๋ยและยาฆ่าแมลง หรือแม้กระทั่งผลกระทบต่อสุขภาพของเกษตรกรเอง โดยอาจส่งเสริมให้เริ่มจากการเพาะปลูกที่ใช้สารเคมีน้อยลง จึงไปถึงระดับอินทรีย์ที่ปราศจากสารพิษ นอกจากนี้ ต้องแจ่มแจ้งให้เห็นประโยชน์ เช่น สภาพแวดล้อมอุดมสมบูรณ์ ไม่มีสารเคมีตกค้าง สุขภาพที่ดีของทั้งผู้ปลูกและผู้ซื้อ เมื่อเกษตรกรหันมาปลูกผักปลอดสารพิษมากขึ้น ทางภาครัฐจะต้องประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงภาคเอกชน เพื่อหาตลาดมารองรับ เช่นการส่งเสริมให้ประชาชนหันมาบริโภคผักปลอดสารพิษมากขึ้น หรือการจัดงานแสดงสินค้าเพื่อให้ผู้ซื้อและผู้ขายมาเจอกัน โดยผู้ซื้ออาจจะเป็นผู้ซื้อที่เป็นผู้บริโภค หรือผู้ซื้อที่เป็นผู้จัดจำหน่ายก็ได้ โดยทางเกษตรกรสามารถจำหน่ายสินค้าผักปลอดสารพิษในงาน และหากผู้ซื้อพอใจก็จะทำให้เกิดการซื้อขายในอนาคต ทั้งเพื่อบริโภคเอง และเพื่อนำไปจำหน่ายต่อ เช่น ไปซื้อจากแหล่งที่จำหน่ายเป็นประจำ เช่น ตลาดสด หรือ ตลาดนัด หรือไปซื้อที่แหล่งที่ปลูก

4) จัดเจ้าหน้าที่เพื่อมาตรวจสอบสถานที่ปลูก และผลิตภัณฑ์ผักปลอดสารพิษในตลาดอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค

จากผลการศึกษาพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจต่อการซื้อผักปลอดสารพิษในปัจจุบันค่อนข้างต่ำ ผักปลอดสารพิษมีความสะอาด ปลอดภัยจากสารพิษ ในระดับมาก และยังให้ความเห็นในบทที่ 4 ส่วนที่ 4 ว่าควรสร้างความน่าเชื่อถือในผลิตภัณฑ์ผักปลอดสารพิษ ทั้งทางด้านคุณภาพของผักปลอดสารพิษ ผู้ผลิต/แหล่งผลิต รวมถึงผู้จัดจำหน่าย หน่วยงานราชการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ต้องเข้าไปสำรวจอย่างสม่ำเสมอ เพื่อคงไว้ซึ่งคุณภาพและป้องกันการปลอมแปลง ดังนั้นทางภาครัฐ ต้องเข้าไปตรวจสอบสถานที่ปลูกผักปลอดสารพิษอย่างสม่ำเสมอว่าได้ทำการผลิตผักปลอดสารพิษตามมาตรฐานเกษตรที่ดีที่เหมาะสม (GAP) หรือตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ผักปลอดสารพิษต่างๆที่ได้รับหรือไม่ นอกจากนี้ทางภาครัฐต้องเข้าไปสำรวจสถานที่วางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผักปลอดสารพิษทั้งในห้างร้าน และท้องตลาดทั่วไป เพื่อให้มั่นใจว่าประชาชนจะได้ผักที่ปลอดสารพิษ

จริง ไม่มีการปลอมแปลง หากพบผักที่มีสารพิษเจือปน ทางภาครัฐต้องตรวจสอบแหล่งที่มา เพื่อทำการตรวจสอบใหม่ และมีบทลงโทษสำหรับผู้ผลิต หรือผู้จำหน่ายที่นำผักที่มีสารเคมีตกค้างมาจำหน่ายปลอมปนกับผักปลอดสารพิษ อาจถึงขั้นยึดมาตรฐานที่ได้รับคือจากผู้ผลิต ทั้งนี้เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคกว่าผักที่ซื้อเป็นผักที่ปลอดสารพิษจริง

5.5 ข้อจำกัดทางการศึกษา

ในการศึกษารั้งนี้ เป็นการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในอำเภอเมืองลำปาง ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก ร้อยละ 51.7 มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท ดังนั้น ในการนำผลการศึกษาไปใช้ ต้องเข้าใจถึงข้อจำกัดในการกระจายรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง และการศึกษาได้ทำการสอบถามผู้บริโภคเพียงบางกลุ่มเท่านั้น ซึ่งทำให้ผลการศึกษาอาจต่างจากการศึกษาอื่นๆ

5.6 ข้อเสนอแนะต่อการศึกษาในอนาคต

5.6.1 ควรมีการศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อกลุ่มธุรกิจ เช่น โรงพยาบาล ร้านอาหาร และโรงแรม เพื่อให้สามารถทราบถึงส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อกลุ่มธุรกิจในกลุ่มนั้นๆ และนำมาใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนการผลิต และการตลาดให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคที่แท้จริง

5.6.2 ในการศึกษาผักปลอดสารพิษผัก หมายถึง ผักที่ไม่มีสารพิษ หรือสารพิษตกค้างในระดับที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภค ได้แก่ ผักอินทรีย์ ผักปลอดภัยจากสารพิษ ผักปลอดสารพิษ และผักไฮโดรโปนิกส์ ดังนั้นหากผู้ศึกษาต้องการทราบส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อผักชนิดนั้นๆ เช่น ผักอินทรีย์ หรือผักไฮโดรโปนิกส์ ควรมีการศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภค ในผลิตภัณฑ์ผักที่เฉพาะเจาะจง