

บทที่ 5

สรุปอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษา พบว่า พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 40-60 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นข้าราชการ พนักงานรัฐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 3-4 คน

ผลการศึกษาพฤติกรรมการซื้อผักปลอดสารพิษ

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาการซื้อผักปลอดสารพิษมาบริโภคเป็นระยะเวลา 1-5 ปี และมีการซื้อผักทั่วไปมาบริโภคร่วมกันกับผักปลอดสารพิษด้วย โดยให้เหตุผลว่า ผักทั่วไป หาซื้อง่าย สะดวกต่อการเดินทางมาซื้อ ส่วนประเภทของผักที่นิยมซื้อไปบริโภคมากที่สุดคือ ผักที่บริโภคส่วนใหญ่ เช่น คื่นช่าย ผักบุ้ง เป็นต้น ร้านค้าจึงควรเพิ่มผักประเภทใบเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อที่นิยมซื้อผักประเภทใบ ผู้บริโภคเลือกซื้อจากความสดใหม่ มีการบรรจุในถุงพลาสติกใสเรียบร้อย ทำให้หยิบจับ เลือกซื้อได้ง่าย มีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อนำไปบริโภคเองและนำไปบริโภคภายในครอบครัว โดยมีค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้งอยู่ระหว่าง 101-200 บาท มีจำนวนชนิดของผักที่ซื้อในแต่ละครั้ง 3-4 ชนิด มีช่วงเวลาที่นิยมมาซื้อผักมากที่สุดคือ ช่วงเวลา 12.01-17.00 น. และซื้อผักปลอดสารพิษ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ นิยมซื้อในช่วงวันธรรมดา จันทร์-ศุกร์ โดยมาซื้อด้วยตัวเอง ที่ร้านขายผักปลอดสารพิษโดยตรง โดยให้เหตุผลว่าร้านขายผักปลอดสารพิษ มีคุณภาพเชื่อถือได้ โดยทราบสถานที่จำหน่ายจาก เพื่อนและคนในครอบครัว โดยการบอกต่อกัน(แบบปากต่อปาก) ซึ่งครอบครัว มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษแต่สื่ออิเล็กทรอนิกส์ การเมือง และวัฒนธรรม ประเพณี ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความคาดหวังและพฤติกรรมจากการซื้อผักปลอดสารพิษ

การศึกษาในครั้งนี้ ได้ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการซื้อผักปลอดสารพิษ ด้วยค่าสถิติไคสแควร์ (chi-square test) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังว่าการบริโภคผักปลอดสารพิษจะทำให้สุขภาพแข็งแรง ปลอดภัยจากโรคร้าย เช่น มะเร็ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังว่าผักปลอดสารพิษมีคุณภาพเหมาะสมกับราคาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังว่าจะมีเอกสารเผยแพร่ ข้อมูล ข่าวสารของผักปลอดสารพิษอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 4 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุมีความสัมพันธ์กับการใช้หือเป็นเกณฑ์ในการเลือกซื้อ และที่อยู่ปัจจัยมีความสัมพันธ์กับการให้ความน่าเชื่อถือของร้านค้าเป็นเกณฑ์ในการเลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อผักปลอดสารพิษ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 6 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุมีความสัมพันธ์กับสื่อโทรทัศน์ พนักงานขายและใบปลิวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพมีความสัมพันธ์กับสื่อโทรทัศน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และปัจจัยส่วนบุคคลด้านที่อยู่อาศัยมีความสัมพันธ์กับพนักงานขายในการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ผลการศึกษาด้านความคาดหวังที่จะได้รับจากการซื้อผักปลอดสารพิษมาบริโภค

ผลการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคได้ให้ระดับความคาดหวังในปัจจัยด้านความต้องการของผู้บริโภค ในระดับคาดหวังมากที่สุด ซึ่งในด้านนี้ประกอบด้วย 3 ด้านย่อย คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการบริการ และด้านความปลอดภัย ซึ่งผู้บริโภคได้ให้ระดับความคาดหวังในด้านผลิตภัณฑ์ในระดับคาดหวังมากที่สุด โดยคาดหวังมากที่สุดว่ามีความปลอดภัยจากสารพิษ รองลงมาคือผักสดและสะอาด ด้านการให้บริการ พบว่าผู้บริโภคให้ระดับความคาดหวังในระดับคาดหวังมากที่สุดว่าพนักงานจะมีความซื่อตรงและอัธยาศัยดี รองลงมาคือคาดหวังมากกว่า จะมีภาชนะให้ใส่ของเพียงพอต่อการใช้งาน ด้านความปลอดภัย พบว่าผู้บริโภคให้ระดับความคาดหวังอยู่ในระดับคาดหวังมากที่สุด โดยคาดหวังมากที่สุดว่าจะมีตรารับรองการเป็นสินค้าปลอดสารพิษ มีการตรวจสอบสารพิษเป็นระยะ ๆ และมีการแจ้งให้ทราบ การบริโภคผักปลอดสารพิษจะทำให้สุขภาพแข็งแรงและทำให้ร่างกายไม่ได้รับสารเคมีและยาฆ่าแมลง

ปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับคาดหวังมากที่สุด แต่พบว่าผู้บริโภคให้ระดับความคาดหวังมากที่สุดในเรื่อง มีการกำหนดราคาให้มีความเหมาะสม รองลงมาคือมีคุณภาพเหมาะสมกับราคา

ปัจจัยด้านความสะดวกในการซื้ออยู่ในระดับคาดหวังมาก แต่พบว่าผู้บริโภค ให้ระดับความคาดหวังมากที่สุดในเรื่อง มีการกำหนดเวลา เปิด-ปิด ที่แน่นอน รองลงมาคือมีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ทำให้หาซื้อง่าย และมีการบรรจุหีบห่อที่สะดวกต่อการเลือกซื้อ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านวิธีการสื่อสารกับผู้บริโภคอยู่ในระดับคาดหวังมาก ซึ่งพบว่าผู้บริโภคให้ระดับความคาดหวังมากในเรื่อง การมีเอกสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เผยแพร่อยู่ และมีป้ายโฆษณาบอกรายละเอียดผลิตภัณฑ์ให้เห็นชัดเจน

เมื่อพิจารณาความคาดหวังในภาพรวมจะพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความคาดหวังมากที่สุด โดยให้ระดับความคาดหวังมากที่สุดในด้านความต้องการของผู้บริโภค ส่วนระดับความคาดหวังมาก รองลงมาอยู่ที่ด้านราคาผักปลอดสารพิษ ด้านความสะดวกในการซื้อ และด้านวิธีการสื่อสารกับผู้บริโภค ตามลำดับ

ผลการศึกษาความพึงพอใจจากการซื้อผักปลอดสารพิษ

ผลการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคได้ให้ระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านความต้องการของผู้บริโภค ในระดับพึงพอใจมาก ซึ่งในด้านนี้ประกอบด้วย 3 ด้านย่อย คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการบริการ และด้านความปลอดภัย โดยพึงพอใจในระดับมากในด้านผลิตภัณฑ์ผักปลอดสารพิษ และพึงพอใจมากที่สุดในเรื่อง ผักมีความสด สะอาด รองลงมาคือปลอดภัยจากสารพิษ ด้านการให้บริการพบว่าผู้บริโภคให้ระดับความพึงพอใจในระดับมาก โดยพึงพอใจมากกว่า พนักงานมีความซื่อตรงและอัธยาศัยดี รองลงมาคือการมีภาชนะใส่ใส่ของเพียงพอต่อการใช้งาน ด้านความปลอดภัยพบว่า ผู้บริโภคให้ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยพึงพอใจมากกว่าการบริโภคผักปลอดสารพิษทำให้สุขภาพแข็งแรงและไม่ได้รับสารเคมีและยาฆ่าแมลง

ปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยผู้บริโภคพึงพอใจมากในเรื่องมีคุณภาพเหมาะสมกับราคา รองลงมาคือมีการติดป้ายบอกราคาที่ชัดเจน

ปัจจัยด้านความสะดวกในการซื้ออยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยผู้บริโภคพึงพอใจมากในเรื่องมีการกำหนดเวลา เปิด-ปิด ที่แน่นอน รองลงมาคือมีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ทำให้หาซื้อง่าย สะดวกต่อการเลือกซื้อ

ปัจจัยด้านวิธีการสื่อสารกับผู้บริโภคอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยผู้บริโภคพึงพอใจมากในเรื่อง การมีการมีเอกสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เผยแพร่อยู่ รองลงมาคือมีป้ายโฆษณาบอกรายละเอียดผลิตภัณฑ์ให้เห็นชัดเจน และมีการรณรงค์การซื้อผักปลอดสารพิษ

เมื่อพิจารณาในภาพรวมด้านความพึงพอใจจะพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยให้ระดับความพึงพอใจมาก ในด้านความต้องการของผู้บริโภค รองลงมาคือ

ด้านราคาผักปลอดสารพิษ ด้านความสะดวกในการซื้อ และด้านวิธีการสื่อสารกับผู้บริโภคตามลำดับ

ผลการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังและความพึงพอใจ

จากการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังและความพึงพอใจ ใน 4 ด้าน พบว่า ด้านความต้องการของผู้บริโภคอยู่ในระดับความคาดหวังมากที่สุด แต่ลดระดับลงในความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านราคาผักปลอดสารพิษ ด้านความสะดวกในการซื้อ และด้านการติดต่อสื่อสารยังคงอยู่ในระดับมากเช่นเดิมทั้งความคาดหวังและความพึงพอใจ

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 40-60 ปี ส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไปมีอาชีพรับราชการ เป็นพนักงานรัฐ-รัฐวิสาหกิจ มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ มีสมาชิกในครัวเรือน 3-4 คน ซึ่งเมื่อพิจารณาข้อมูลที่รวบรวมได้จะพบว่า ผู้หญิงวัยกลางคนขึ้นไป เป็นผู้มีการศึกษาสูงในระดับหนึ่ง มีอาชีพการงานที่มั่นคงและมีรายได้อยู่ในระดับดี สมาชิกในครัวเรือนมีไม่มาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ส่วนใหญ่ผู้หญิงหรือแม่บ้านยังคงมีหน้าที่ในการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษมาบริโภค และผู้บริโภคที่มีความรู้ และมีอำนาจซื้อสามารถรับผิชอบต่อการดูแลสุขภาพของตนเองและสมาชิกในครอบครัวได้โดยตระหนักถึงการดูแลเรื่องการบริโภคอาหารของคนในครอบครัวมีการเลือกบริโภคอาหารที่มีคุณประโยชน์และไม่เป็นอันตราย

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ซื้อทางด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในส่วนหลักเกณฑ์การเลือกซื้อด้านยี่ห้อ พฤติกรรมในส่วนค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อ พฤติกรรมในส่วนการให้ลำดับความสำคัญของสื่อโทรทัศน์ พนักงานขายและสื่อใบปลิว กล่าวคือผู้ซื้อที่มีอายุต่างกันจะมีหลักในการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษต่างกันทั้งการตัดสินใจซื้อจากสื่อต่างๆ การดูจากตราหือ และค่าในใช้จ่ายแต่ละครั้ง เนื่องจากผู้ซื้อที่มีอายุต่างกันย่อมมีความคิดเห็นและการตัดสินใจตามประสบการณ์และสิ่งอื่นที่เกี่ยวข้องต่อการตัดสินใจ ต่างกัน

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ซื้อทางด้านระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน พบว่ามีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้งและความคาดหวังว่าการบริโภคผักปลอดสารพิษจะทำให้ร่างกายแข็งแรงปลอดภัยจากโรคร้าย ซึ่งสรุปได้ว่าผู้ซื้อที่มีระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการซื้อต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประกิจ (2541:126 อ้างในกิตติศักดิ์, 2552:151) “ ที่พบว่าระดับการศึกษาของประชาชนที่แตกต่างกันมีผลต่อความรู้ เจตคติและการปฏิบัติทางสุขภาพอนามัยของประชาชน ประชาชนที่มีการศึกษาที่ดีสามารถเลือกซื้อและปฏิบัติ

ต่อสุขภาพอย่างถูกต้อง ดังนั้นการศึกษาจึงถือว่าเป็นสิ่งสำคัญอันดับแรกในการปลูกฝังให้คนหันมาใส่ใจสุขภาพ” อีกทั้งยังเป็นสิ่งที่นำไปสู่การมีอาชีพที่มั่นคง มีรายได้ที่ดี อันจะส่งผลต่อกำลังซื้อซึ่งแน่ชัดว่าผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนสูงมักมีโอกาสและกำลังการซื้อมากกว่าผู้มีรายได้ต่ำ

ผลการศึกษาด้านความคาดหวังและความพึงพอใจ พบว่า ผู้ซื้อมีความคาดหวังมากที่สุดว่าผักมีความปลอดภัยจากสารพิษ รองลงมาคือ คาดหวังว่าผักมีความสดและสะอาด และเมื่อพิจารณาจากความพึงพอใจพบว่า ความพึงพอใจของผู้ซื้อพึงพอใจมากที่สุดในส่วนของความสดสะอาด รองลงมาคือ พึงพอใจว่ามีความปลอดภัยจากสารพิษ นั้นหมายความว่าผักปลอดสารพิษสามารถตอบสนองความคาดหวังของผู้ซื้อได้ดีในระดับหนึ่งทำให้ผู้ซื้อส่วนใหญ่มีการซื้อซ้ำและซื้อมาเป็นระยะเวลาหนึ่งแล้ว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวังของศิริวรรณและคณะ (2538) กล่าวว่า หลักสำคัญที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จคือ การเสนอผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้ซื้อ โดยยึดหลักการสร้างความพึงพอใจในสายตาของลูกค้าซึ่งจะทำให้ลูกค้าพอใจและเกิดการซื้อซ้ำบริษัทจะเติบโตได้ และเมื่อพิจารณาผลการศึกษาคาดหวังและความพึงพอใจในภาพรวมกลับพบว่า ความคาดหวังโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด แต่ความพึงพอใจกลับอยู่เพียงระดับมาก นั้นหมายความว่ายังคงมีความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังและความพึงพอใจ ซึ่งหากต้องการให้ผู้ซื้อมีความพึงพอใจมากที่สุดเท่ากับความคาดหวังแล้ว ย่อมต้องมีการจัดการบางอย่างเพื่อให้ความพึงพอใจมีค่าเท่ากับความคาดหวัง ซึ่งสอดคล้องกับกันตพร (2548) ที่ได้อธิบายเกี่ยวกับทฤษฎีความคาดหวัง (V.I.E Theory) ของVroom ไว้ว่าเมื่อเกิดความต้องการหรือความคาดหวัง(E) แล้วย่อมต้องมีวิธีการ(I)เพื่อสนองตอบความต้องการหรือคาดหวัง ซึ่งเมื่อได้รับการตอบสนองตามที่หวังไว้ก็จะเกิดความพึงพอใจ(V หรือ Sตามการศึกษา) ผลการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ความคาดหวังมีระดับมากกว่าความพึงพอใจ ดังนั้นจะต้องมีการจัดการวิธีการที่จะนำไปสู่ความพึงพอใจ(I) เพื่อให้ระดับความพึงพอใจเท่ากับระดับความคาดหวัง และหนึ่งในวิธีการที่เหมาะสมคือการทำระบบ CSA (community supported agriculture) หรือระบบการตลาดที่ผู้บริโภคให้การสนับสนุนผู้ผลิต ธีรวิวรรณ (2553) ได้อธิบายแนวทางของ CSA ในประเทศไทยว่าเป็นระบบที่มุ่งให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคเพื่อการผลิตอาหารที่ดีและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีหลักการและแนวคิด คือ

1. แก้ไขปัญหาเรื่องความมั่นคงด้านอาหารโดยมุ่งเน้นที่อาหารท้องถิ่น เป็นหลัก เน้นให้ผู้ผลิตและผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจต่อปัญหาของตนเอง โดยเฉพาะเรื่องอาหารที่ตนบริโภค เชื่อมโยงไปถึงชุมชน คนและสิ่งแวดล้อมไปจนถึงการลดปริมาณขยะและลดการใช้พลังงาน
2. การมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อภาระความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการผลิต เช่นเมื่อเกิดปัญหาในการผลิตจากภัยธรรมชาติ ผู้บริโภคต้องยอมรับความเสียหายและสภาพผลผลิตได้

3. การนำผู้บริโภคมาร่วมเป็นส่วนหนึ่งที่ร่วมเรียนรู้วิถีแห่งเกษตรกรรมในชุมชนของเกษตรกรที่เป็นผู้ผลิต ทำให้ทั้ง 2 ฝ่ายต่างเรียนรู้ทำความเข้าใจปัญหาของกันและกัน โดยการจ่ายเงินลงทุนล่วงหน้า ให้แก่เกษตรกรซึ่งเป็นเจ้าของที่ดินและปัจจัยการผลิตต่างๆ แต่ผลผลิตที่ได้ ทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคต่างเป็นเจ้าของร่วมกัน

4. ทั้งผู้ผลิต และผู้บริโภค ต่างมีกิจกรรมที่ต้องทำร่วมกัน เช่น การประชุมพบปะ พูดคุยกัน และการที่ผู้บริโภคลงมาเยี่ยมที่ฟาร์ม เพื่อสานสร้างความสัมพันธ์ และความเข้าใจอันดีต่อกัน บนฐานของอำนาจที่สมดุลกัน

5. การแบ่งรับภาระค่าใช้จ่ายในการขนส่งร่วมกัน และรับภาระค่าขนส่งส่วนเกินเอง ของสมาชิก

การทำ CSA จึงเป็นวิธีการใหม่ที่มุ่งเน้นสายสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคที่คำนึงถึงตนเองและสิ่งแวดล้อม แตกต่างกับอดีตที่ผู้ผลิตจะมุ่งผลิตให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค และผู้บริโภคจะแสวงหาแต่สิ่งที่ต้องการ โดยไม่มีสายสัมพันธ์ระหว่างกัน แต่เมื่อมีการทำระบบ CSA จะช่วยให้ผู้ผลิตและผู้บริโภคได้รู้ถึงศักยภาพของตนและอีกฝ่ายภายใต้ความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ซึ่งทั้งสองฝ่ายจะได้มีโอกาสพบปะพูดคุย แลกเปลี่ยนทัศนคติ ตลอดจนการเป็นเจ้าของร่วมกัน ซึ่งสิ่งนี้จะทำให้ผู้บริโภคได้ปรับเปลี่ยนทัศนคติด้านการบริโภค มีความเข้าใจในช่วงฤดูกาลผลิต เมื่อมีความเข้าใจมากขึ้นย่อมส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภค เช่น การเพิ่มการบริโภคผักพื้นบ้านมากขึ้น การบริโภคผักตามฤดูกาล การให้ผู้บริโภคได้มีส่วนร่วมได้เรียนรู้กระบวนการผลิตว่าผักแต่ละชนิดนั้นมีความแตกต่างกัน มีช่วงเวลาการผลิตแตกต่างกันผู้ผลิตไม่สามารถผลิตผักทุกชนิดตลอดทั้งปีได้ เพราะหากมีการผลิตนอกฤดูแล้วจะต้องเพิ่มค่าใช้จ่ายในการจัดการ และเสี่ยงต่อการใช้สารเคมีในการป้องกันและกำจัดศัตรูพืช ดังนั้นนอกจากผู้ผลิตที่ต้องปรับการผลิตแล้วผู้บริโภคจะเกิดการปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคให้สอดคล้องกับวิถีการผลิตตามธรรมชาติมากขึ้น และสามารถสนองตอบความคาดหวังว่าการบริโภคปลอดสารพิษจะทำให้ร่างกายไม่ได้รับสารพิษ ปลอดภัยจากโรคร้ายได้ดังนั้นการส่งเสริมระบบ CSA จะเป็นแนวทางในการเกษตรที่มั่นคงทั้งต่อตัวผู้ผลิต ผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม

5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผู้ผลิต

- หากเป็นผู้ผลิตรายใหม่ที่สนใจจะเริ่มปลูกผักปลอดสารพิษ ควรให้ความสำคัญในการผลิตผักปลอดสารพิษประเภทใบ เช่น คื่นช่าย ผักบุ้ง เป็นลำดับแรก ก่อนผักประเภทอื่นเนื่องจากผู้บริโภค/ผู้ซื้อส่วนใหญ่นิยมซื้อผักประเภทใบมากที่สุด รองลงมาคือ ผักประเภทดอกและผล ตามลำดับในส่วนของ การจัดจำหน่ายควรจัดจำหน่ายในร้านขายผักปลอดสารพิษโดยตรง เนื่องจากผู้ซื้อส่วนใหญ่นิยมซื้อจากร้านจำหน่ายผักปลอดสารพิษโดยตรง รองลงมาคือซูเปอร์มาร์เก็ต

ผู้จัดจำหน่าย/ร้านค้า

- ผู้ซื้อคาดหวังว่าจะมีแหล่งจำหน่ายมากหาซื้อได้ง่าย ดังนั้นผู้จัดจำหน่าย ควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากขึ้น เช่น การมีรถจำหน่ายวิ่งในเส้นทางรอบเมือง จอดตามจุดต่างๆ อาทิตย์ 2-3 ครั้ง เพิ่มความสะดวกสบายให้ผู้บริโภค และยังเป็น การประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก และเชิญชวนให้หันมาบริโภคผักปลอดสารพิษอีกด้วย

- การจัดจำหน่ายผักให้มีปริมาณเล็กน้อย ขนาดพอเหมาะสำหรับการบริโภค 1 ครั้ง ซึ่งนอกจากจะเป็นการชักจูงให้ผู้ซื้อที่กังวลเรื่องราคาที่สูงแล้ว ยังช่วยลดความลังเลใจในการจัดเก็บผักที่เหลือจากการประกอบอาหารด้วย เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่มีสมาชิกในครอบครัวไม่มาก หากจำหน่ายในปริมาณที่มากเกินไปนอกจากราคาจะสูงแล้วผู้ซื้อยังกังวลเรื่องความสดใหม่มีอีกด้วย

- ควรขยายเวลาการปิดร้านออกไปเพื่อให้ผู้ซื้อคนทำงานไกลจากร้านค้าได้มีโอกาสมาเลือกซื้อ โดยอาจพิจารณาตามความเหมาะสม เช่น ปัจจุบันร้านปิด 17.00 น. ก็ขยายไปปิด 19.00 น. เป็นต้น

- นำผลการตรวจสอบผักปลอดสารพิษมาแสดงอาจโดยการติดบอร์ดภายในร้าน เพิ่มในเว็บไซต์ หรือแผ่นพับ ว่าทางร้านได้มีการตรวจสอบสารพิษก่อนนำมาจำหน่าย รวมถึงการติดตรารับรองความปลอดภัยจากหน่วยงานที่เชื่อถือได้เช่น กรมวิชาการเกษตร กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นและยังตอบสนองความคาดหวังของผู้บริโภคได้อีกด้วย เนื่องจากผู้ซื้อมีความคาดหวังในด้านความปลอดภัยเป็นอันดับแรกโดยผู้ซื้อคาดหวังว่าผักที่ซื้อจะปลอดภัยจากสารพิษ มีตรารับประกันคุณภาพการเป็นผักปลอดสารพิษ มีการตรวจสอบสารพิษตกค้างเป็นระยะๆและมีการแจ้งให้ทราบ ทั้งหมดอยู่ในระดับความคาดหวังมากที่สุดแต่ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเท่านั้น ดังนั้นหากผู้จำหน่ายสามารถทำได้ก็จะตอบสนองความคาดหวังของผู้บริโภคได้

- การติดป้ายราคาให้ชัดเจน เนื่องจากผู้ซื้อยังกังวลว่าผักปลอดสารพิษจะมีราคาสูงกว่าผักทั่วไป แต่ไม่ทราบราคาที่ชัดเจนทำให้ไม่สามารถตัดสินใจซื้อได้ในทันที จะต้องมีการสอบถาม

เพิ่มเติม ฉะนั้นการคิดป้ายราคาจะช่วยลดกระบวนการสอบถามกับพนักงานแล้วยังสามารถช่วยให้ผู้ที่สนใจแต่ไม่กล้าสอบถามสามารถตัดสินใจซื้อได้ตามกำลังของตน

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษานี้ ได้เก็บตัวอย่างจากร้านค้าจำนวน 3 ร้าน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งไม่ครอบคลุมกับผู้บริโภคผักปลอดสารพิษที่แท้จริง เนื่องจากมีเวลาจำกัด ในการศึกษารุ่นต่อไป หากมีเวลาการศึกษาเพิ่มมากขึ้น อาจทำการเก็บกลุ่มตัวอย่างจากร้านค้าเพิ่มเติม รวมถึง แหล่งจำหน่ายที่เป็น ตลาดนัดผักปลอดสารพิษเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น และอาจศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้ซื้อผักปลอดสารพิษระหว่างผู้ซื้อจากร้านค้าผักปลอดสารพิษโดยตรง กับผู้ซื้อจากตลาดนัดและอาจศึกษาความแตกต่างในคุณลักษณะผู้ซื้อและไม่ซื้อผักปลอดสารพิษ