

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาเรื่อง ทักษะของผู้บริโภครที่มีต่อผักไฮโดรโปนิกส์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาแบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับความรู้และความเข้าใจของผู้บริโภครที่มีต่อผักไฮโดรโปนิกส์

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภครผักไฮโดรโปนิกส์

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภครที่มีต่อผักไฮโดรโปนิกส์

ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้บริโภครที่มีต่อผักไฮโดรโปนิกส์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป		จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ	ชาย	118	29.50
	หญิง	282	70.50
	รวม	400	100
2. อายุ	ต่ำกว่า 21 ปี	68	17.00
	21 – 30 ปี	156	39.00
	31 – 40 ปี	61	15.30
	41 – 50 ปี	53	13.30
	51 ปีขึ้นไป	62	15.40
	รวม	400	100
3. สถานภาพ	โสด	238	59.50
	สมรส	156	39.00
	หม้าย/หย่าร้าง	6	1.50
	รวม	400	100
4. ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	135	33.80
	ปริญญาตรี	220	55.00
	ปริญญาโทหรือสูงกว่า	45	11.30
	รวม	400	100
5. อาชีพ	นิสิต/นักศึกษา	100	25.00
	รับราชการ	95	23.80
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	19	4.80
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	30	7.50
	ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท	123	30.80
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	7	1.80
	อื่นๆ	26	6.50
รวม	400	100	

ข้อมูลทั่วไป		จำนวน (คน)	ร้อยละ
6.รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 10,000 บาท	213	53.30
	10,000 – 25,000 บาท	112	28.00
	มากกว่า 25,000 บาท	75	18.80
	รวม	400	100
7.จำนวนสมาชิกในครอบครัว	1 – 2 คน	27	6.80
	3 – 4 คน	201	50.30
	5 – 6 คน	152	38.00
	มากกว่า 6 คน	20	5.00
	รวม	400	100
8.ความเสี่ยงของการเป็นโรค	โรคหัวใจ	23	5.80
	โรคเบาหวาน	45	11.30
	โรคมะเร็ง	76	19.00
	โรคตับ	2	0.50
	โรคความดันโลหิตสูง	69	17.30
	อื่นๆ	185	43.30
	รวม	400	100

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 282 คน คิดเป็นร้อยละ 70.50 และเพศชาย จำนวน 118 คน ร้อยละ 29.50

ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี จำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.00 รองลงมาอายุต่ำกว่า 21 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.00 อายุ 51 ปีขึ้นไป ร้อยละ 15.40 อายุระหว่าง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.30 และอายุระหว่าง 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.30 ตามลำดับ

มีสถานภาพเป็นโสด มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.50 รองลงมาสมรส คิดเป็นร้อยละ 39 และเป็นหม้าย/หย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 1.50

ระดับการศึกษาจบปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 33.80 และปริญญาโทหรือสูงกว่า คิดเป็นร้อยละ 11.30

มีอาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงานบริษัทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.80 รองลงมา เป็น นิสิต/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 25.00 รับราชการ คิดเป็นร้อยละ 23.80 ประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็น ร้อยละ 7.50 อื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 6.50 พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 4.80 และพ่อบ้าน/ แม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 1.80

พบว่ามียาใช้ได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.30 รองลงมา มี รายได้อยู่ระหว่าง 10,000 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.00 และมากกว่า 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.80

ความเสี่ยงของการเป็นโรค มากที่สุด โรคอื่น ๆ (ไม่มีความเสี่ยงเป็นโรคใด ๆ) คิดเป็น ร้อยละ 43.30 โรคมะเร็ง คิดเป็นร้อยละ 19.00 รองลงมา โรคความดันโลหิตสูง คิดเป็นร้อยละ 17.30 โรคเบาหวาน คิดเป็นร้อยละ 11.30 โรคหัวใจ คิดเป็นร้อยละ 5.80 โรคตับ คิดเป็นร้อยละ 2.20

ส่วนที่ 2 ความรู้และความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผักไฮโดรโปนิกส์

ตารางที่ 2 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผักไฮโดรโปนิกส์ เรื่องความรู้ทั่วไป

ความรู้ความเข้าใจ	ความรู้ทั่วไป		รวม
	มีความรู้ความเข้าใจ	ไม่มีความรู้ความเข้าใจ	
ผักไฮโดรโปนิกส์เป็นผักที่ไม่ใช้ดินในการปลูก	52.25	47.75	100
การปลูกผักไฮโดรโปนิกส์เป็นการปลูกลงบนสารละลายธาตุอาหารพืช โดยให้รากพืชสัมผัสกับสารอาหารโดยตรง	52.50	47.50	100
ผักไฮโดรโปนิกส์เป็นผักที่ปลอดภัยจากยาฆ่าแมลง	55.00	45.00	100
ผักไฮโดรโปนิกส์สามารถทำการผลิตได้สม่ำเสมอและต่อเนื่อง	59.50	40.50	100
สามารถทำการเพาะปลูกได้ในบริเวณพื้นที่ที่ดินไม่ดีหรือสภาพแวดล้อมไม่เหมาะสมต่อการเพาะปลูก	66.75	33.25	100
ผลผลิตมีคุณภาพ ไม่มีสารตกค้างและไม่มีปัญหาเกี่ยวกับศัตรูพืชที่เกิดจากดิน	57.75	42.25	100

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ความรู้ความเข้าใจ	ความรู้ทั่วไป		รวม
	มีความรู้ความเข้าใจ	ไม่มีความรู้ความเข้าใจ	
เป็นระบบปลูกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	65.00	35.00	100
การปลูกผักไฮโดรโปนิกส์ต้องใช้ต้นทุนสูง	62.50	37.50	100

จากตารางที่ 2 พบว่ามีความรู้ความเข้าใจในเรื่องความรู้ทั่วไป สามารถทำการเพาะปลูกได้ในบริเวณพื้นที่ที่ดินไม่ดีหรือสภาพแวดล้อมไม่เหมาะสมต่อการเพาะปลูก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.75 รองลงมาเป็นระบบปลูกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คิดเป็นร้อยละ 65.00 การปลูกผักไฮโดรโปนิกส์ต้องใช้ต้นทุนสูง คิดเป็นร้อยละ 62.50 ผักไฮโดรโปนิกส์สามารถทำการผลิตได้สม่ำเสมอและต่อเนื่อง คิดเป็นร้อยละ 59.50 ผลผลิตมีคุณภาพ ไม่มีสารตกค้างและไม่มีปัญหาเกี่ยวกับศัตรูพืชที่เกิดจากดิน คิดเป็นร้อยละ 57.75 ผักไฮโดรโปนิกส์เป็นผักที่ปลอดภัยจากยาฆ่าแมลง คิดเป็นร้อยละ 55.00 การปลูกผักไฮโดรโปนิกส์เป็นการปลูกลงบนสารละลายธาตุอาหารพืช โดยให้รากพืชสัมผัสกับสารอาหารโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 52.50 และผักไฮโดรโปนิกส์เป็นผักที่ไม่ใช้ดินในการปลูก คิดเป็นร้อยละ 52.25 ตามลำดับ

พบว่าไม่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่อง ผักไฮโดรโปนิกส์เป็นผักที่ไม่ใช้ดินในการปลูก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.75 รองลงมาเป็น การปลูกผักไฮโดรโปนิกส์เป็นการปลูกลงบนสารละลายธาตุอาหารพืช โดยให้รากพืชสัมผัสกับสารอาหารโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 47.50 ผักไฮโดรโปนิกส์เป็นผักที่ปลอดภัยจากยาฆ่าแมลง คิดเป็นร้อยละ 45.00 ผลผลิตมีคุณภาพ ไม่มีสารตกค้างและไม่มีปัญหาเกี่ยวกับศัตรูพืชที่เกิดจากดินคิดเป็นร้อยละ 42.25 ผักไฮโดรโปนิกส์สามารถทำการผลิตได้สม่ำเสมอและต่อเนื่อง คิดเป็นร้อยละ 40.50 การปลูกผักไฮโดรโปนิกส์ต้องใช้ต้นทุนสูง คิดเป็นร้อยละ 37.50 เป็นระบบปลูกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คิดเป็นร้อยละ 35.00 และสามารถทำการเพาะปลูกได้ในบริเวณพื้นที่ที่ดินไม่ดีหรือสภาพแวดล้อมไม่เหมาะสมต่อการเพาะปลูก คิดเป็นร้อยละ 33.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผักไฮโดรโปนิกส์
เรื่องอาหารปลอดภัย

ความรู้ความเข้าใจ	ความรู้เรื่องอาหารปลอดภัย		รวม
	มีความรู้ความเข้าใจ	ไม่มีความรู้ความเข้าใจ	
ตราयीหือเป็นทึรูกักและคึนเคย	62.00	38.00	100
มีการติดตรารับรองคุณภาพ	54.75	42.25	100
มีความสดสะอาดของผลิตภณัฑ์	64.25	35.75	100
ความสม่าเสมอของคุณภาพ	57.00	43.00	100
ชื่อเสียงของผูปลูกผักได้รับการยอมรับ	57.50	42.50	100
กระบวนการปลูกผักมีขั้นตอนชัดเจน น่าเชื่อถือ	61.50	38.50	100
กระบวนการแนะนำและพาชมสวนผักแหล่งปลูก น่าสนใจ	58.50	41.50	100
มีกลิ่นสะอาด ไม่มีกลิ่นยาฆ่าแมลง	64.00	36.00	100

จากตารางที่ 3 พบว่ามีความรู้ความเข้าใจในเรื่องอาหารปลอดภัย มีความสด สะอาดของผลิตภณัฑ์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.25 รองลงมา มีกลิ่นสะอาด ไม่มีกลิ่นยาฆ่าแมลง คิดเป็นร้อยละ 64.00 ตราयीหือเป็นทึรูกักและคึนเคย คิดเป็นร้อยละ 62.00 กระบวนการแนะนำและพาชมสวนผักแหล่งปลูกน่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ 58.50 ชื่อเสียงของผูปลูกผักได้รับการยอมรับ คิดเป็นร้อยละ 57.50 ความสม่าเสมอของคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 57.00 มีการติดตรารับรองคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 54.75

พบว่า ไม่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องอาหารปลอดภัย ความสม่าเสมอของคุณภาพ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.00 รองลงมา ชื่อเสียงของผูปลูกผักได้รับการยอมรับ คิดเป็นร้อยละ 42.50 มีการติดตรารับรองคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 42.25 กระบวนการแนะนำและพาชมสวนผักแหล่งปลูกน่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ 41.50 กระบวนการปลูกผักมีขั้นตอนชัดเจน น่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 38.50 ตราयीหือเป็นทึรูกักและคึนเคย คิดเป็นร้อยละ 38.00 มีกลิ่นสะอาด ไม่มีกลิ่นยาฆ่าแมลง คิดเป็นร้อยละ 36.00 และมีความสดสะอาดของผลิตภณัฑ์ คิดเป็นร้อยละ 35.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผักไฮโดรโปนิกส์
เรื่องรสชาติ

ความรู้ความเข้าใจ	ความรู้เรื่องรสชาติ		รวม
	มีความรู้ความเข้าใจ	ไม่มีความรู้ความเข้าใจ	
รสชาติหวานกรอบ	63.75	36.25	100
มีความสดใหม่ รสชาติแท้จริงตามธรรมชาติผัก	64.75	35.25	100

จากตารางที่ 4 พบว่ามีความรู้ความเข้าใจเรื่องรสชาติ มีความสดใหม่ รสชาติแท้จริงตามธรรมชาติผัก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.75 และรสชาติหวานกรอบ คิดเป็นร้อยละ 63.75 พบว่าไม่มีความรู้ความเข้าใจเรื่องรสชาติหวานกรอบ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.25 และมีความสดใหม่รสชาติแท้จริงตามธรรมชาติผัก คิดเป็นร้อยละ 35.25

ตารางที่ 5 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจที่มีต่อผักไฮโดรโปนิกส์
เรื่อง คุณค่าอาหาร

ความรู้ความเข้าใจ	ความรู้เรื่องคุณค่าอาหาร		รวม
	มีความรู้ความเข้าใจ	ไม่มีความรู้ความเข้าใจ	
พืชผักมีคุณค่าทางโภชนาการสูงเป็นแหล่งของแป้ง โปรตีน วิตามิน ไขมัน เกลือแร่ เส้นใย	60.00	40.00	100
การรับประทานผักส่งผลดีต่อระบบขับถ่าย	73.50	26.50	100
การรับประทานผักช่วยในการป้องกันความเสี่ยงของโรคภัย: โรคหัวใจ โรคเบาหวาน โรคกระเพาะ โรคตับ โรคความดันโลหิตสูง	61.50	38.50	100
การบริโภคผักช่วยต้านอนุมูลอิสระ มีผลทำให้ผิวพรรณสวยงาม ชะลอความแก่	67.00	33.00	100

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ความรู้ความเข้าใจ	ความรู้เรื่องคุณค่าอาหาร		รวม
	มีความรู้ความเข้าใจ	ไม่มีความรู้ความเข้าใจ	
ผักไฮโดรโปนิคส์เหมาะสำหรับผู้ป่วย	57.25	42.75	100
ได้วิตามินครบถ้วน	50.75	49.25	100
ช่วยลดน้ำหนัก	54.50	45.50	100
มีคุณค่าอาหารสูงกว่าผักที่ปลูกโดยวิธีอื่น	57.00	43.00	100
ช่วยให้สารอาหารตามหลักโภชนาการ	58.25	41.75	100
สามารถนำไปปั่นเป็นน้ำผักสดรับประทานได้วิตามินสูง	65.00	35.00	100

จากตารางที่ 5 พบว่า มีความรู้ความเข้าใจเรื่องคุณค่าอาหาร การรับประทานผักส่งผลดีต่อระบบขับถ่าย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.50 รองลงมา การบริโภคผักช่วยต้านอนุมูลอิสระ มีผลทำให้ผิวพรรณสวยงาม ชะลอความแก่ คิดเป็นร้อยละ 67.00 สามารถนำไปปั่นเป็นน้ำผักสดรับประทานได้วิตามินสูง คิดเป็นร้อยละ 65.00 การรับประทานผักช่วยในการป้องกันความเสี่ยงของโรคร้าย: โรคหัวใจ โรคเบาหวาน โรคมะเร็ง โรคตับ โรคความดันโลหิตสูง คิดเป็นร้อยละ 61.50 พืชผักมีคุณค่าทางโภชนาการสูงเป็นแหล่งของแป้ง โปรตีน วิตามิน ไขมัน เกลือแร่ เส้นใย คิดเป็นร้อยละ 60.00 ช่วยได้สารอาหารตามหลักโภชนาการ คิดเป็นร้อยละ 58.25 ผักไฮโดรโปนิคส์เหมาะสำหรับผู้ป่วย คิดเป็นร้อยละ 57.25 มีคุณค่าอาหารสูงกว่าผักที่ปลูกโดยวิธีอื่น คิดเป็นร้อยละ 57.00 ช่วยลดน้ำหนัก คิดเป็นร้อยละ 54.50 และได้วิตามินครบถ้วน คิดเป็นร้อยละ 50.75 ตามลำดับ

พบว่า ไม่มีความรู้ความเข้าใจเรื่องคุณค่าอาหาร ได้วิตามินครบถ้วน คิดเป็นร้อยละ 49.25 ช่วยลดน้ำหนัก คิดเป็นร้อยละ 45.50 มีคุณค่าอาหารสูงกว่าผักที่ปลูกโดยวิธีอื่น คิดเป็นร้อยละ 43.00 ผักไฮโดรโปนิคส์เหมาะสำหรับผู้ป่วย คิดเป็นร้อยละ 42.75 ช่วยได้สารอาหารตามหลักโภชนาการ คิดเป็นร้อยละ 41.75 พืชผักมีคุณค่าทางโภชนาการสูงเป็นแหล่งของแป้ง โปรตีน วิตามิน ไขมัน เกลือแร่ เส้นใย คิดเป็นร้อยละ 40.00 การรับประทานผักช่วยในการป้องกันความเสี่ยงของโรคร้าย: โรคหัวใจ โรคเบาหวาน โรคมะเร็ง โรคตับ โรคความดันโลหิตสูง คิดเป็นร้อยละ 38.50 สามารถนำไปปั่นเป็นน้ำผักสดรับประทานได้วิตามินสูง คิดเป็นร้อยละ 35.00 การบริโภคผักช่วยต้านอนุมูลอิสระ มีผลทำให้ผิวพรรณสวยงาม ชะลอความแก่ คิดเป็นร้อยละ 33.00 และการรับประทานผักส่งผลดีต่อระบบขับถ่าย คิดเป็นร้อยละ 26.50

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมของผู้บริโภคใส่ไฮโดรโปนิกส์

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการได้รู้จักใส่ไฮโดรโปนิกส์จากแหล่งใด

รู้จักใส่ไฮโดรโปนิกส์จาก	จำนวน	ร้อยละ
คนรู้จัก	257	64.30
นิตยสาร-วารสาร/หนังสือพิมพ์	43	10.80
วิทยุ- โทรทัศน์	55	13.60
อินเทอร์เน็ต	32	8.00
อื่น ๆ	13	3.30
รวม	400	100

จากตารางที่ 6 พบว่าการได้รู้จักใส่ไฮโดรโปนิกส์สองอันดับแรกได้แก่ จากคนรู้จักมากที่สุดคิดเป็น ร้อยละ 64.30 รองลงมาเป็น จากวิทยุ- โทรทัศน์คิดเป็นร้อยละ 13.60 และ นิตยสาร-วารสาร/หนังสือพิมพ์คิดเป็น ร้อยละ 10.80

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อใส่ไฮโดรโปนิกส์ของผู้บริโภคอำเภอเมืองเชียงใหม่

วัตถุประสงค์	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อบริโภคเอง	343	85.80
ซื้อให้ผู้อื่น	17	4.20
เพื่อเป็นของฝากผู้ป่วย	34	8.50
อื่น ๆ	6	1.50
รวม	400	100

จากตารางที่ 7 พบว่าวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อใส่ไฮโดรโปนิกส์มากที่สุดเพื่อบริโภคเองคิดเป็น ร้อยละ 85.80 รองลงมาเป็นของฝากผู้ป่วยคิดเป็นร้อยละ 8.50 ซื้อให้ผู้อื่น คิดเป็นร้อยละ 4.20 เพื่อ และ อื่นๆ ร้อยละ 1.50

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลสำคัญในการเลือกซื้อผักไฮโดรโปนิกส์ในครั้งแรก

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อสุขภาพที่ดี	283	70.80
เพื่อรักษาโรค	4	1.00
ต้องการทดลอง	65	16.30
ต้องการควบคุมน้ำหนัก	14	3.50
ช่วยลดความเสี่ยงในการเกิดโรค	33	8.30
อื่น ๆ	1	0.30
รวม	400	100

จากตารางที่ 8 พบว่าเหตุผลสำคัญในการเลือกซื้อผักไฮโดรโปนิกส์ในครั้งแรกมากที่สุด เพื่อสุขภาพที่ดีคิดเป็น ร้อยละ 70.80 รองลงมา ต้องการทดลองคิดเป็นร้อยละ 16.30 และ ช่วยลดความเสี่ยงในการเกิดโรค ร้อยละ 8.30 ต้องการควบคุมน้ำหนัก คิดเป็นร้อยละ 3.50 เพื่อรักษาโรค คิดเป็นร้อยละ 1.00 และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 0.30

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์

ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ตัวท่านเอง	269	67.30
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	45	11.30
ครอบครัว/ญาติพี่น้อง	84	21.00
อื่น ๆ	2	0.50
รวม	400	100

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์มากที่สุดคือ ผู้บริโภคเอง คิดเป็นร้อยละ 67.30 รองลงมาได้แก่ ครอบครัว/ญาติพี่น้องคิดเป็นร้อยละ 21.00 เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน ร้อยละ 11.30 และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 0.50

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่ซื้อผักไฮโดรโปนิคส์

แหล่งที่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
จากร้านอาหาร	51	12.80
ห้างสรรพสินค้า	76	19.00
งานแสดงสินค้าเกษตร	190	47.50
ร้านตัวแทนจำหน่าย	50	12.50
เลือกมากกว่า 1 ข้อ	26	6.50
รวม	400	100

จากตารางที่ 10 พบว่าแหล่งที่ซื้อผักไฮโดรโปนิคส์มากที่สุดคือ งานแสดงสินค้าเกษตร คิดเป็น ร้อยละ 47.50 รองลงมาได้แก่ ห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 19.00 และจากร้านอาหารคิดเป็น ร้อยละ 12.80 ร้านตัวแทนจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 12.50 และเลือกมากกว่า 1 ข้อ ซึ่ง แหล่งที่ ผู้บริโภคซื้อผักไฮโดรโปนิคส์ จากร้านอาหาร, ห้างสรรพสินค้า, งานแสดงสินค้าเกษตร, ร้านตัวแทนจำหน่าย คิดเป็น 6.50

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการเลือกซื้อ

วิธีการเลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
มีสินค้าหลากหลายชนิดให้เลือก	94	23.50
พิจารณาจากราคาสินค้า/เปรียบเทียบราคา	41	10.30
พิจารณาจากความต้องการสินค้า	55	13.80
พิจารณาจากขนาดของสินค้า	9	2.30
พิจารณาจากความแปลกใหม่ของสินค้า	26	6.50
มีผู้อื่นแนะนำ พิจารณาจากคุณภาพสินค้า	16	4.00
อื่น ๆ	5	1.30
เลือกมากกว่า 1 ข้อ	154	38.50
รวม	400	100

จากตารางที่ 11 พบว่าวิธีการเลือกซื้อสองอันดับต้นๆ คือ เลือกมากกว่า 1 ซื้อมาคิดเป็น ร้อยละ 38.50 ซึ่งผู้บริโภคใช้วิธีเลือกซื้อจากการมีสินค้าหลากหลายชนิดให้เลือก, พิจารณาจากราคาสินค้า/เปรียบเทียบราคา, พิจารณาจากความต้องการสินค้า, พิจารณาจากขนาดของสินค้า, พิจารณาจากความแปลกใหม่ของสินค้า และมีผู้อื่นแนะนำ พิจารณาจากคุณภาพสินค้า รองลงมา มีสินค้าหลากหลายชนิดให้เลือก คิดเป็นร้อยละ 23.50

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบการบริโภค

รูปแบบการบริโภค	จำนวน	ร้อยละ
ผักสดนำไปประกอบอาหาร	342	85.50
สลัดบรรจุกล่อง	58	14.50
รวม	400	100

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้บริโภคนิยมบริโภคในรูปแบบผักสดนำไปประกอบอาหาร คิดเป็นร้อยละ 85.50 รองลงมาเลือกเป็นสลัดบรรจุกล่อง คิดเป็นร้อยละ 14.50

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามขนาดที่เลือกซื้อแบบแพ็คเกจ

ขนาดที่เลือกซื้อแบบแพ็คเกจ	จำนวน	ร้อยละ
25 บาท	193	48.30
35 บาท	143	35.80
40 บาท	38	9.50
50 บาทขึ้นไป	26	6.50
รวม	400	100

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้บริโภคนิยมเลือกซื้อแบบแพ็คเกจมากที่สุดในราคา 25 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.30 รองลงมา 35 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.80 ราคา 40 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.50 และ ราคา 50 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 6.50

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามขนาดที่เลือกซื้อ
แบบซังกิโลกรัม

ขนาดที่เลือกซื้อ แบบซังกิโลกรัม	จำนวน	ร้อยละ
300 กรัม	110	27.50
500 กรัม	193	48.30
1 กิโลกรัม	74	18.50
2 กิโลกรัมขึ้นไป	23	5.80
รวม	400	100

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้บริโภคนิยมเลือกซื้อผักแบบซังกิโลกรัมในปริมาณมากที่สุด 500 กรัม คิดเป็นร้อยละ 48.30 รองลงมา 300 กรัม คิดเป็นร้อยละ 27.50 1 กิโลกรัมคิดเป็นร้อยละ 18.50 และ 2 กิโลกรัมขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 5.80

ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามมูลค่าเฉลี่ยที่ซื้อแต่ละครั้ง

มูลค่าเฉลี่ยที่ซื้อแต่ละครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 บาท	34	8.50
50 – 75 บาท	238	59.50
71 – 100 บาท	103	25.80
101 – 250 บาท	24	6.00
251 – 400 บาท	1	0.30
รวม	400	100

จากตารางที่ 15 พบว่ามูลค่าเฉลี่ยที่ซื้อแต่ละครั้งของผู้บริโภคมากที่สุด คือ 50 – 75 บาท คิดเป็นร้อยละ 59.50 รองลงมา 71 – 100 บาท คิดเป็น ร้อยละ 25.80 และต่ำกว่า 25 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.50 มูลค่า 101 – 250 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.00 และ 251 – 400 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.30

ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่นิยมไปซื้อ

ช่วงเวลาที่นิยมไปซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงเช้า (9.00 – 12.00 น)	74	18.50
ช่วงเที่ยง (12.01 – 13.00 น)	28	7.00
ช่วงบ่าย (13.01 – 16.00 น)	32	8.00
ช่วงเย็น (16.01 – 19.00 น)	263	65.80
หลัง 19.00 น	3	0.80
รวม	400	100

จากตารางที่ 16 พบว่าช่วงเวลาที่ผู้บริโภคนิยมไปซื้อมากที่สุดคือช่วงเย็น (16.01 – 19.00 น) คิดเป็นร้อยละ 65.80 รองลงมา ช่วงเช้า (9.00 – 12.00 น) คิดเป็นร้อยละ 18.50 ช่วงบ่าย (13.01 – 16.00 น) คิดเป็นร้อยละ 8.00 ช่วงเที่ยง (เวลา 12.01 – 13.00 น) คิดเป็นร้อยละ 7.00 และหลัง 19.00 น. คิดเป็นร้อยละ 0.80

ตารางที่ 17 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตราสินค้าที่เลือกซื้อ

ตราสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
บ้านพักไฮโดรโปนิกส์	50	12.50
สวนผัก	38	9.50
โครงการหลวง	292	73.00
อื่น ๆ	4	1.00
เลือกมากกว่า 1 ชื่อ	16	4.00
รวม	361	100

จากตารางที่ 17 พบว่าตราสินค้าที่ผู้บริโภคนิยมเลือกซื้อที่สุดคือโครงการหลวง คิดเป็นร้อยละ 73.00 รองลงมา บ้านพักไฮโดรโปนิกส์ คิดเป็น ร้อยละ 12.50 และสวนผักคิดเป็น ร้อยละ 9.50 เลือกมากกว่า 1 ชื่อ ซึ่งผู้บริโภคนิยมเลือกซื้อจากบ้านพักไฮโดรโปนิกส์, สวนผัก, โครงการหลวงและอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 4.00

ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่เลือกซื้อ
จากตราสินค้า

เหตุผลที่เลือกซื้อจากตราสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
บรรจุภัณฑ์สวยงาม	8	2.00
มีหลายขนาดให้เลือก	10	2.50
ชื่อเสียงของตราสินค้า	15	3.80
สินค้าสด ใหม่ กรอบ	172	43.0
รสชาติ	18	4.50
หาซื้อได้ง่าย	23	5.80
ราคาเหมาะสม	11	2.80
อื่น ๆ	5	1.30
เลือกมากกว่า 1 ข้อ	138	34.50
รวม	400	100

จากตารางที่ 18 พบว่าเหตุผลที่เลือกซื้อสองอันดับแรกจากตราสินค้ามากที่สุดคือ สินค้าสด ใหม่ กรอบ คิดเป็น ร้อยละ 43.0 รองลงมาเป็นเลือกมากกว่า 1 ข้อ คิดเป็น ร้อยละ 34.50 ซึ่งผู้บริโภคใช้วิธีเลือกซื้อจากบรรจุภัณฑ์สวยงาม, มีหลายขนาดให้เลือก, ชื่อเสียงของตราสินค้า, รสชาติ, หาซื้อได้ง่าย และราคาเหมาะสม

ตารางที่ 19 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ทำให้ตัดสินใจเลือกซื้อผักไฮโดรโปนิกส์

แหล่งข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานแนะนำสินค้า	42	10.50
ญาติพี่น้อง	27	6.80
คนรู้จัก	79	19.80
เพื่อน	15	3.80
งานแสดงสินค้าเกษตร	115	28.80
ป้ายโฆษณา	2	0.50
ฉลากสินค้า	30	7.50
อื่น ๆ	7	1.80
เลือกมากกว่า 1 ข้อ	83	20.80
รวม	400	100

จากตารางที่ 19 พบว่าแหล่งข้อมูลสองอันดับแรกที่ทำให้ตัดสินใจเลือกซื้อผักไฮโดรโปนิกส์มากที่สุดคือ งานแสดงสินค้าเกษตร คิดเป็น ร้อยละ 28.80 รองลงมาเป็นเลือกมากกว่า 1 ข้อ คิดเป็น ร้อยละ 20.80 ซึ่งได้แก่ พนักงานแนะนำสินค้า, ญาติพี่น้อง, คนรู้จัก, รสชาติ, เพื่อน และ ราคาเหมาะสม

ตารางที่ 20 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการพิจารณาการเลือกซื้อ

การพิจารณาการเลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อตราสินค้าเดิมเป็นประจำ	236	59.00
ไม่สนใจตราสินค้า	131	32.80
เปลี่ยนตราสินค้าเรื่อย ๆ	33	8.30
รวม	400	100

จากตารางที่ 20 พบว่าการพิจารณาการเลือกซื้อ ผู้บริโภคซื้อตราสินค้าเดิมเป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59 รองลงมา ไม่สนใจตราสินค้า คิดเป็นร้อยละ 32.80 และเปลี่ยนตราสินค้าเรื่อย ๆ คิดเป็นร้อยละ 8.30

ตารางที่ 21 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์
ในการบริโภคผักไฮโดรโปนิกส์

วัตถุประสงค์	จำนวน	ร้อยละ
มีความกรอบ รสชาติดี	29	7.30
ปลอดจากสารพิษ	74	18.50
ระบบขับถ่ายดี	14	3.50
มีความสะอาด	27	6.80
อุดมด้วยวิตามิน	1	0.30
อื่น ๆ	6	1.50
เลือกมากกว่า 1 ข้อ	246	61.50
รวม	400	100

จากตารางที่ 21 พบว่าวัตถุประสงค์ในการบริโภคผักไฮโดรโปนิกส์ เลือกมากกว่า 1 ข้อ มากที่สุด ซึ่งผู้บริโภคมีวัตถุประสงค์ คือ มีความกรอบ รสชาติดี ปลอดจากสารพิษ ระบบขับถ่ายดี มีความสะอาด อุดมด้วยวิตามิน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.50 ปลอดจากสารพิษ คิดเป็นร้อยละ 18.50 มีความกรอบ รสชาติดี คิดเป็นร้อยละ 7.30 มีความสะอาด คิดเป็นร้อยละ 6.80 ระบบขับถ่ายดี คิดเป็นร้อยละ 3.50 และอุดมด้วยวิตามิน คิดเป็นร้อยละ 0.30

ตารางที่ 22 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่บริโภคผักไฮโดรโปนิกส์

ระยะเวลาในการบริโภค	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 เดือน	111	27.80
2 – 6 เดือน	78	19.50
6 เดือน – 1 ปี	125	31.30
มากกว่า 1 ปี	86	21.50
รวม	400	100

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้บริโภคผักไฮโดรโปนิกส์ มานานระหว่าง 6 เดือน– 1 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.30 รองลงมา ต่ำกว่า 1 เดือน คิดเป็นร้อยละ 27.80 มากกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.50 และ 2 – 6 เดือน คิดเป็นร้อยละ 19.50

ตารางที่ 23 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเลือกบริโภคชนิดของผักไฮโดรโปนิกส์

ชนิดของผักไฮโดรโปนิกส์	จำนวน	ร้อยละ
ผักคะน้า	121	30.30
ผักกวางตุ้ง	59	14.80
ผักโขม	24	6.00
ผักสลัดแก้ว	150	37.50
กรีนโอ๊ค-เรดโอ๊ค	44	11.00
อื่น ๆ	2	0.50
รวม	400	100

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้บริโภคเลือกชนิดผักสลัดแก้ว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมา ผักคะน้า คิดเป็นร้อยละ 30.30 ผักกวางตุ้ง คิดเป็นร้อยละ 14.80 และผักกรีนโอ๊ค-เรดโอ๊ค คิดเป็นร้อยละ 11.00 ผักโขม คิดเป็นร้อยละ 6.00 และอื่นๆ ร้อยละ 0.50

ตารางที่ 24 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการบริโภคผักไฮโดรโปนิกส์

ความถี่ในการบริโภคผักไฮโดรโปนิกส์	จำนวน	ร้อยละ
ทุกสัปดาห์	64	16.00
ทุกเดือน	9	2.30
ตามสะดวก	226	56.50
นาน ๆ ครั้งตามโอกาส	101	25.30
รวม	361	100

จากตารางที่ 24 พบว่าความถี่ในการบริโภคผักไฮโดรโปนิกส์ ตามสะดวก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.50 รองลงมา นาน ๆ ครั้งตามโอกาส คิดเป็นร้อยละ 25.30 ทุกสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 16.00 และทุกเดือน คิดเป็นร้อยละ 2.30

ตารางที่ 25 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่บริโภค
ผักไฮโดรโปนิกส์

แหล่งที่บริโภค	จำนวน	ร้อยละ
ที่บ้าน (นำไปประกอบอาหารเอง)	284	71.00
ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ	108	27.00
ที่ทำงาน	8	2.00
รวม	361	100

จากตารางที่ 25 พบว่าแหล่งบริโภคของผู้บริโภคที่บ้าน (นำไปประกอบอาหารเอง) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.00 ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 27.00 และที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 2.00

ส่วนที่ 4 ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผักไฮโดรโปนิกส์

ตารางที่ 26 ร้อยละและค่าเฉลี่ยของทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผักไฮโดรโปนิกส์
ของผู้ตอบแบบสอบถาม

	ระดับ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)		
ท่านคิดว่า “ความสด กรอบและรสชาติที่ดีของผักไฮโดรโปนิกส์” มีผลต่อการจูงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	32.50	46.80	16.30	3.50	1.00	4.06	มาก
ท่านคิดว่า “ความสะอาดและการปลอดจากสารพิษ” มีผลต่อการจูงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	64.00	18.00	16.00	1.50	0.50	4.43	มาก
ท่านคิดว่า “ผู้ที่รับประทานผักไฮโดรโปนิกส์เป็นผู้ที่อยู่ในกลุ่มคนรักสุขภาพ” มากน้อยเพียงใด	38.30	49.00	11.80	0.30	0.80	4.24	มาก
ท่านคิดว่า “การรับประทานผักไฮโดรโปนิกส์ช่วยลดความเสี่ยงในการก่อโรค เช่น โรคมะเร็งและโรคเบาหวาน” ได้มากเพียงใด	23.50	40.50	34.50	1.00	0.50	3.86	มาก
ท่านคิดว่า “การรับประทานผักไฮโดรโปนิกส์มีแนวโน้มช่วยลดความอ้วน” ได้มากเพียงใด	28.30	38.50	29.50	2.80	1.00	3.90	มาก
ท่านคิดว่า “การบริโภคผักไฮโดรโปนิกส์แล้วคุ้มค่า” มากน้อยเพียงใด	28.30	40.30	24.30	6.80	2.50	3.89	มาก

ตารางที่ 26 (ต่อ)

	ระดับ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)		
ท่านคิดว่า “รูปทรงและความสวยงามของผักไฮโดรโปนิกส์” มีผลต่อการจูงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	31.30	40.50	21.00	5.00	2.30	3.89	มาก
ท่านคิดว่า “ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า (Brand) มีผลต่อการจูงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	24.00	33.80	35.30	6.50	0.50	3.94	มาก
ท่านคิดว่า “บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม” มีผลต่อการจูงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	18.00	42.30	33.00	5.80	1.00	3.71	มาก
ท่านคิดว่า “ประวัติความเป็นมาของผู้ผลิต” มีผลต่อการจูงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	14.30	29.30	39.00	14.00	3.50	3.37	มาก
ท่านคิดว่า “ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ” มีผลต่อการจูงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	27.00	47.30	23.80	1.50	0.50	3.99	มาก
ท่านคิดว่า “การมีชนิดของผักไฮโดรโปนิกส์ให้เลือก” มีผลต่อการจูงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	27.00	50.80	18.80	3.00	0.50	4.01	มาก

ตารางที่ 26 (ต่อ)

	ระดับ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)		
ท่านคิดว่า “การจัดวางสินค้าที่เป็นระเบียบและครบถ้วนในศูนย์จำหน่าย” มีผลต่อการงูใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	23.50	51.80	22.50	2.00	0.30	3.96	มาก
ท่านคิดว่า “การบอกถึงประโยชน์ ปริมาณและราคาบนผลิตภัณฑ์” มีผลต่อการงูใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	29.80	43.30	25.00	1.80	0.30	4.01	มาก
ท่านคิดว่า “การมีศูนย์บริการจำหน่ายที่มากพอ” มีผลต่อการงูใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	20.00	53.00	23.80	3.00	0.30	3.90	มาก
ท่านคิดว่า “ความสะดวกในการเดินทางไปศูนย์จำหน่าย” มีผลต่อการงูใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	19.00	48.50	30.30	1.50	0.80	3.84	มาก
ท่านคิดว่า “การบริการของพนักงานขาย” มีผลต่อการงูใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	14.50	53.00	27.00	5.00	0.50	3.76	มาก
ท่านคิดว่า “การโฆษณาในสื่อต่าง ๆ เช่น นิตยสาร” มีผลต่อการงูใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	16.50	39.00	35.00	9.00	0.50	3.62	มาก

ตารางที่ 26 (ต่อ)

	ระดับ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)		
ท่านคิดว่า “การจัดทำโปรโมชั่น เช่น การลดราคา” มีผลต่อการสนใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	24.80	32.50	31.80	10.50	0.50	3.71	มาก
ท่านคิดว่า “การได้รับมาตรฐานการรับรองจากองค์กร/หน่วยงานที่น่าเชื่อถือ” มีผลต่อการสนใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	30.50	44.30	22.80	2.00	0.50	4.02	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						3.90	มาก

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, 1.50 – 2.49 = น้อย, 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, 3.50 – 4.49 = มาก, 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 26 พบว่าทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผักไฮโดรโปนิคส์ มีผลต่อการสนใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90)

เมื่อเรียงลำดับความสำคัญพบว่า ความสะอาดและการปลอดจากสารพิษ มากที่สุด คิดเป็น 4.43 ผู้ที่รับประทานผักไฮโดรโปนิคส์เป็นผู้ที่อยู่ในกลุ่มคนรักสุขภาพ คิดเป็น 4.24 ความสดกรอบและรสชาติที่ดีของผักไฮโดรโปนิคส์ คิดเป็น 4.06 การได้รับมาตรฐานการรับรองจากองค์กร/หน่วยงานที่น่าเชื่อถือ คิดเป็น 4.02 การมีชนิดของผักไฮโดรโปนิคส์ให้เลือกและการบอกถึงประโยชน์ ปริมาณและราคาบนผลิตภัณฑ์ คิดเป็น 4.01 ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ คิดเป็น 3.99 การจัดวางสินค้าที่เป็นระเบียบและครบถ้วนในศูนย์จำหน่าย คิดเป็น 3.96 ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า คิดเป็น 3.94 การรับประทานผักไฮโดรโปนิคส์มีส่วนช่วยลดความอ้วนและการมีศูนย์บริการจำหน่ายที่มากพอ คิดเป็น 3.90 การบริโภคผักไฮโดรโปนิคส์แล้วคุ้มค่าและรูปทรงความสวยงามของผักไฮโดรโปนิคส์ คิดเป็น 3.89 การรับประทานผักไฮโดรโปนิคส์ช่วยลดความเสี่ยงในการก่อโรค เช่น โรคมะเร็งและโรคเบาหวาน คิดเป็น 3.86 ความสะดวกในการเดินทางไปศูนย์จำหน่าย คิดเป็น 3.84 การบริการของพนักงานขาย คิดเป็น 3.76 บรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและการ

จัดทำโปรโมชัน เช่น การลดราคา คิดเป็น 3.71 การโฆษณาในสื่อต่าง ๆ เช่น นิตยสาร คิดเป็น 3.62 และประวัติความเป็นมาของผู้ผลิต คิดเป็น 3.37 ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผักไฮโดรโปนิคส์
ตารางที่ 27 ร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัญหาเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภค ด้านผลิตภัณฑ์
ผักไฮโดรโปนิคส์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ระดับ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)		
ไม่เป็นที่รู้จักและคุ้นเคยกับตรา ยี่ห้อ	11.30	25.00	38.00	19.50	6.30	2.85	ปานกลาง
ไม่มีการคิดตรารับรองคุณภาพ	7.30	35.80	31.80	17.50	7.80	2.83	ปานกลาง
ไม่มีความสะอาดสะอาดของ ผลิตภัณฑ์	16.50	37.50	20.50	15.80	9.80	2.65	ปานกลาง
ไม่มีความสม่ำเสมอของคุณภาพ	10.50	37.80	19.80	19.00	13.00	2.86	ปานกลาง
มีกลิ่นไม่สะอาดและมีกลิ่นยาม่า แมลง	17.30	21.00	21.50	16.50	23.80	3.09	ปานกลาง
ไม่มีรสชาติ จืด ไม่กรอบ	9.80	36.30	16.00	25.80	12.30	2.95	ปานกลาง
ไม่มีความสดใหม่และไม่มี รสชาติแท้จริงตามธรรมชาติผัก	15.30	33.30	16.50	17.50	17.50	2.89	ปานกลาง
ไม่ได้วิตามินครบถ้วน	9.50	33.80	20.50	24.80	16.50	2.95	ปานกลาง
ไม่ช่วยลดน้ำหนัก	5.50	21.30	33.30	30.00	10.00	3.18	ปานกลาง
ไม่มีคุณค่าอาหารสูงกว่าผักที่ ปลูกโดยวิธีอื่น	7.00	33.50	23.50	25.50	10.50	2.99	ปานกลาง
ไม่ช่วยในการป้องกันความเสี่ยง ของโรคร้าย : โรคหัวใจ โรคเบาหวาน โรคมะเร็ง โรคตับ โรคความดันโลหิตสูง	5.00	29.80	31.30	24.80	9.30	3.04	ปานกลาง

ตารางที่ 27 (ต่อ)

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ระดับ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ไม่ช่วยให้ได้สารอาหารตามหลักโภชนาการ	3.30	36.00	21.50	30.00	9.30	3.06	ปานกลาง
ไม่สามารถนำไปปั่นเป็นน้ำผักสดรับประทานได้วิตามินสูง	4.00	25.80	23.30	33.80	13.30	3.27	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม						2.97	ปานกลาง

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, 1.50 – 2.49 = น้อย, 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, 3.50 – 4.49 = มาก, 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 27 พบว่าปัญหาเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผักไฮโดรโปนิคส์ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.97) เรียงตามลำดับความสำคัญคือ ไม่สามารถนำไปปั่นเป็นน้ำผักสดรับประทานได้วิตามินสูง คิดเป็น 3.27 ไม่ช่วยลดน้ำหนัก คิดเป็น 3.18 มีกลิ่นไม่สะอาดและมีกลิ่นยาฆ่าแมลง คิดเป็น 3.09 ไม่ช่วยให้ได้สารอาหารตามหลักโภชนาการ คิดเป็น 3.06 ไม่ช่วยในการป้องกันความเสี่ยงของโรคภัย : โรคหัวใจ โรคเบาหวาน โรคมะเร็ง โรคตับ โรคความดันโลหิตสูง คิดเป็น 3.04 ไม่มีคุณค่าอาหารสูงกว่าผักที่ปลูกโดยวิธีอื่น คิดเป็น 2.99 ไม่มีรสชาติ/จืด ไม่กรอบและไม่ได้อาหารครบถ้วน คิดเป็น 2.95 ไม่มีความสดใหม่และไม่มีความปลอดภัยแท้จริงตามธรรมชาติผัก คิดเป็น 2.89 ไม่มีความสม่ำเสมอของคุณภาพ คิดเป็น 2.86 ไม่เป็นที่รู้จักและคุ้นเคยกับตราหือ คิดเป็น 2.85 ไม่มีการติดตามรับรองคุณภาพ คิดเป็น 2.83 และไม่มีความสะดวกสะอาดของผลิตภัณฑ์ คิดเป็น 2.65

ตารางที่ 28 ร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัญหาเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภค ด้านราคา
ผักไฮโดรโปนิคส์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัญหาด้านราคา	ระดับ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)		
ราคาของผักไทย (ถุง) ไม่เหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ	9.00	25.00	32.80	25.30	8.00	3.02	ปานกลาง
ราคาของผักสลัด (ถุง) ไม่เหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ	6.30	22.80	36.80	25.50	8.80	2.92	ปานกลาง
ราคาของสลัดกล่องพร้อมรับประทานไม่เหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ	3.80	17.00	36.50	31.30	11.50	2.70	ปานกลาง
ไม่มีหลายราคาให้เลือกตามความเหมาะสมกับปริมาณบรรจุ	3.30	13.80	32.30	36.50	14.30	2.55	ปานกลาง
ไม่มีมาตรฐานราคา ราคาที่จำหน่ายในแต่ละแห่งไม่เท่ากัน	1.30	21.80	24.80	35.00	17.30	2.55	ปานกลาง
ไม่มีป้ายราคาชัดเจน	1.80	26.00	24.50	30.50	17.30	2.65	ปานกลาง
ไม่มีการลดราคาเมื่อซื้อปริมาณมาก	2.30	33.30	31.50	23.00	10.00	2.95	ปานกลาง
ไม่มีการแถมสินค้าเมื่อซื้อสินค้าปริมาณมาก	4.30	26.50	39.00	23.50	6.80	2.98	ปานกลาง
ไม่มีบริการขนส่งสินค้าฟรี	9.80	19.50	41.00	24.30	5.50	3.04	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม						2.82	ปานกลาง

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, 1.50 – 2.49 = น้อย, 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, 3.50 – 4.49 = มาก, 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 28 พบว่าปัญหาเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผักไฮโดรโปนิคส์ ด้านราคาที่มีผลต่อการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.82)

ปัญหาเกี่ยวกับทัศนคติด้านราคาของผู้บริโภคที่มีต่อผักไฮโดรโปนิคส์เรียงตามลำดับความสำคัญคือ ไม่มีบริการขนส่งสินค้าฟรี คิดเป็น 3.04 ราคาของผักไทย (ถุง) ไม่เหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพคิดเป็น 3.02 ไม่มีการแถมสินค้าเมื่อซื้อสินค้าปริมาณมาก คิดเป็น 2.98 ไม่มีการลดราคาเมื่อซื้อปริมาณมาก คิดเป็น 2.95 ราคาของผักสลัด (ถุง) ไม่เหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ คิดเป็น 2.92 ราคาของสลัดกล่องพร้อมรับประทานไม่เหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ คิดเป็น 2.70 ไม่มีป้ายราคาชัดเจน คิดเป็น 2.65 ไม่มีหลายราคาให้เลือกตามความเหมาะสมกับปริมาณบรรจุและไม่มีมาตรฐานราคา ราคาที่จำหน่ายในแต่ละแห่งไม่เท่ากัน คิดเป็น 2.55 ตามลำดับ

ตารางที่ 29 ร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัญหาเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภค ด้านการจัดจำหน่ายผักไฮโดรโปนิคส์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	ระดับ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)		
สถานที่จัดจำหน่ายไกลแหล่งทำงาน	1.00	16.50	37.00	32.80	12.80	2.60	ปานกลาง
ไม่มีบริการจัดส่งสินค้าและไม่สามารถสั่งซื้อทางโทรศัพท์	4.00	23.30	34.00	30.80	8.00	2.85	ปานกลาง
ไม่มีที่จอดรถเพียงพอ	1.80	18.30	38.30	33.30	8.50	2.72	ปานกลาง
ทำเลที่ตั้งร้านไม่สะดวกต่อการเดินทาง	1.80	14.00	38.30	3.80	11.80	2.60	ปานกลาง
ไม่มีความสะดวกในการจอดรถ	3.30	15.00	38.00	31.50	12.30	2.66	ปานกลาง
ไม่มีความสะอาดในสถานที่ซื้อ	4.30	22.30	32.80	28.30	12.50	2.78	ปานกลาง
บรรยากาศภายในร้านไม่ดี	3.30	20.80	33.30	33.50	9.30	2.75	ปานกลาง
เวลาเปิด-ปิดจำหน่ายสินค้าไม่มีความเหมาะสม	2.80	21.50	37.00	28.50	10.30	2.78	ปานกลาง
ไม่ได้แสดงบรรจุภัณฑ์ผักแต่ละชนิดชัดเจนของราค ลำต้น ใบ ดอก การปลูก ความสด สะอาด	4.00	18.00	40.80	25.30	12.00	2.77	ปานกลาง

ตารางที่ 29 (ต่อ)

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	ระดับ					ค่าเฉลี่ย ร้อยละ	แปลผล
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปาน กลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)		
ไม่มีแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ชนิดผักที่สดสะอาด	2.80	27.50	27.00	35.80	7.00	2.83	ปานกลาง
ปริมาณบรรจุไม่พอดีกับความ ต้องการการเลือกซื้อ	5.50	24.50	28.50	34.00	7.50	2.87	ปานกลาง
ไม่มีความหลากหลายของชนิด ผักให้เลือกซื้อ	6.30	21.80	27.50	30.80	13.80	2.76	ปานกลาง
บรรจุภัณฑ์ไม่มีขนาดที่ หลากหลายให้เลือกซื้อ	3.00	23.80	29.30	29.50	14.50	2.71	ปานกลาง
ไม่มีการตกแต่งผักให้สะอาด พร้อมรับประทานและพร้อมปรุง	4.50	20.80	33.50	36.30	5.00	2.84	ปานกลาง
ขนาดบรรจุภัณฑ์พกพาไม่ สะดวก	5.30	22.80	25.30	38.80	8.00	2.79	ปานกลาง
ให้คำอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ที่อ่านเข้าใจยาก	9.00	18.30	31.30	31.80	9.80	2.85	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม						2.76	ปานกลาง

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, 1.50 – 2.49 = น้อย, 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, 3.50 – 4.49 = มาก, 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 29 พบว่าปัญหาเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผักไฮโดรโปนิกส์ ด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.76)

ปัญหาเกี่ยวกับทัศนคติด้านการจัดจำหน่ายของผู้บริโภคที่มีต่อผักไฮโดรโปนิกส์ เรียงตามลำดับความสำคัญคือ ปริมาณบรรจุไม่พอดีกับความต้องการการเลือกซื้อ คิดเป็น 2.87 ไม่มีบริการจัดส่งสินค้าและไม่สามารถสั่งซื้อทางโทรศัพท์และให้คำอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่อ่านเข้าใจยาก คิดเป็น 2.85 ไม่มีการตกแต่งผักให้สะอาด พร้อมรับประทานและพร้อมปรุง คิดเป็น 2.84 ไม่มีแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามชนิดผักที่สดสะอาด คิดเป็น 2.83 ขนาดบรรจุภัณฑ์พกพาไม่สะดวก คิดเป็น 2.79 ไม่มีความสะอาดในสถานที่ซื้อและเวลาเปิด-ปิดจำหน่ายสินค้า ไม่มีความเหมาะสม คิดเป็น 2.78 ไม่ได้แสดงบรรจุภัณฑ์ผักแต่ละชนิดชัดเจนของราก ลำต้น ใบ ดอก การปลูก ความสดสะอาด คิดเป็น 2.77 ไม่มีความหลากหลายของชนิดผักให้เลือกซื้อ คิดเป็น 2.76 บรรยากาศภายใน

ร้านไม่ดี คิดเป็น 2.75 ไม่มีที่จอดรถเพียงพอ คิดเป็น 2.72 บรรจุกิจภัณฑ์ไม่มีขนาดที่หลากหลายให้
เลือกซื้อ คิดเป็น 2.71 ไม่มีความสะดวกในการจอดรถ คิดเป็น 2.66 สถานที่จัดจำหน่ายไกลแหล่ง
ทำงานและทำเลที่ตั้งร้านไม่สะดวกต่อการเดินทาง คิดเป็น 2.60

ตารางที่ 30 ร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัญหาเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภค ด้านการส่งเสริมการตลาด
ผักไฮโดรโปนิคส์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)		
ไม่มีการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ โบปลิว ป้ายขนาดใหญ่ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และ website	3.30	23.30	32.20	30.00	11.30	2.77	ปานกลาง
ไม่มีส่วนลดราคาเมื่อมาซื้อ บ่อยครั้ง	3.30	27.30	31.50	32.50	5.50	2.90	ปานกลาง
ไม่มีการสะสมแต้มเพื่อรับ ส่วนลดหรือแลกของรางวัล	4.30	28.80	37.50	25.80	3.80	3.04	ปานกลาง
ไม่มีการสมัครเป็นสมาชิกเพื่อ ได้รับสิทธิพิเศษต่าง ๆ	3.50	28.00	43.00	21.80	3.80	3.06	ปานกลาง
ไม่มีการแจ้งข่าวสารของผู้ปลูก ให้ลูกค้าทราบเสมอ	2.50	33.30	39.80	19.80	4.80	3.09	ปานกลาง
ไม่มีของแถมตามเทศกาล ต่าง ๆ	10.50	26.00	37.80	23.30	2.50	3.19	ปานกลาง
พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับ ผักและไม่ให้คำแนะนำที่ดี น่าเชื่อถือได้	3.00	19.00	35.30	32.00	10.50	2.72	ปานกลาง

ตารางที่ 30 (ต่อ)

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)		
พนักงานขายไม่มีความเอาใจใส่ลูกค้า	3.50	25.30	28.80	32.50	10.00	2.80	ปานกลาง
พนักงานขายไม่มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา	4.50	28.80	29.50	28.00	9.30	2.91	ปานกลาง
การแต่งกายของพนักงานขายสกปรก	9.30	19.30	29.50	27.00	15.00	2.81	ปานกลาง
ไม่มีการให้ทดลองชิมสินค้า	3.80	25.30	32.80	31.50	6.80	2.88	ปานกลาง
การบริการของพนักงานขายล่าช้า	3.50	19.80	28.30	29.30	19.30	2.59	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม						2.89	ปานกลาง

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, 1.50 – 2.49 = น้อย, 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, 3.50 – 4.49 = มาก, 4.50 – 5.00 = มากที่

จากตารางที่ 30 พบว่าปัญหาเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผักไฮโดรโปนิคส์ด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.89)

ปัญหาเกี่ยวกับทัศนคติด้านการจัดจำหน่ายของผู้บริโภคที่มีต่อผักไฮโดรโปนิคส์ มีผลต่อการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เรียงตามลำดับความสำคัญ ได้แก่ ไม่มีของแจกแถมตามเทศกาลต่าง ๆ คิดเป็น 3.19 ไม่มีการแจ้งข่าวสารของผู้ปลูกให้ลูกค้าทราบเสมอ คิดเป็น 3.09 ไม่มีการสมัครเป็นสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษต่าง ๆ คิดเป็น 3.06 ไม่มีการสะสมแต้มเพื่อรับส่วนลดหรือแลกของรางวัล คิดเป็น 3.04 พนักงานขายไม่มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา คิดเป็น 2.91 ไม่มีส่วนลดราคาเมื่อมาซื้อบ่อยครั้ง คิดเป็น 2.90 ไม่มีการให้ทดลองชิมสินค้า คิดเป็น 2.88 การแต่งกายของพนักงานขายสกปรก คิดเป็น 2.81 พนักงานขายไม่มีความเอาใจใส่ลูกค้า คิดเป็น 2.80 ไม่มีการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ ใบปลิว ป้ายขนาดใหญ่ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และ website คิดเป็น 2.77 พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับผักและไม่ให้คำแนะนำที่ดี น่าเชื่อถือได้ คิดเป็น 2.72 และการบริการของพนักงานขายล่าช้า คิดเป็น 2.59

ตารางที่ 31 ค่าเฉลี่ยและระดับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผักไฮโดรโปนิกส์

ทัศนคติด้าน	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	2.97	ปานกลาง
ด้านราคา	2.82	ปานกลาง
ด้านการจัดจำหน่าย	2.76	ปานกลาง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.89	ปานกลาง

จากตารางที่ 31 พบว่า ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผักไฮโดรโปนิกส์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เรียงลำดับคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคาและด้านการจัดจำหน่าย

ตารางที่ 32 ค่าเฉลี่ยทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผักไฮโดรโปนิกส์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ทัศนคติของผู้บริโภค		เพศ	
		ชาย	หญิง
ท่านคิดว่า “ความสด กรอบและรสชาติที่ดีของผักไฮโดรโปนิกส์” มีผลต่อการสนใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	4.07	4.05
ท่านคิดว่า “ความสะอาดและการปลอดจากสารพิษ” มีผลต่อการสนใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	4.32	4.48
ท่านคิดว่า “ผู้ที่รับประทานผักไฮโดรโปนิกส์เป็นผู้ที่อยู่ในกลุ่มคนรักสุขภาพ” มากน้อยเพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	4.11	4.29
ท่านคิดว่า “การรับประทานผักไฮโดรโปนิกส์ช่วยลดความเสี่ยงในการก่อโรค เช่น โรคมะเร็งและโรคเบาหวาน” ได้มากเพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.72	3.91
ท่านคิดว่า “การรับประทานผักไฮโดรโปนิกส์สม่ำเสมอช่วยลดความอ้วน” ได้มากเพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	4.00	3.86

ตารางที่ 32 (ต่อ)

ทัศนคติของผู้บริโภค		เพศ	
		ชาย	หญิง
ท่านคิดว่า “การบริโภคผักไฮโดรโปนิคส์แล้วคุ้มค่า” มากน้อยเพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.50	4.04
ท่านคิดว่า “รูปร่างและความสวยงามของผักไฮโดรโปนิคส์” มีผลต่อการจงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.85	3.96
ท่านคิดว่า “ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า (Brand) มีผลต่อการจงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.66	3.77
ท่านคิดว่า “บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม” มีผลต่อการจงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	ปานกลาง	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.45	3.80
ท่านคิดว่า “ประวัติความเป็นมาของผู้ผลิต” มีผลต่อการจงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	ปานกลาง	ปานกลาง
	ค่าเฉลี่ย	3.43	3.34
ท่านคิดว่า “ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ” มีผลต่อการจงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.79	4.06
ท่านคิดว่า “การมีชนิดของผักไฮโดรโปนิคส์ให้เลือก” มีผลต่อการจงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.72	4.12
ท่านคิดว่า “การจัดวางสินค้าที่เป็นระเบียบและครบถ้วนในศูนย์จำหน่าย” มีผลต่อการจงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.79	4.03
ท่านคิดว่า “การบอกถึงประโยชน์ ปริมาณและราคาบนผลิตภัณฑ์” มีผลต่อการจงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.78	4.09
ท่านคิดว่า “การมีศูนย์บริการจำหน่ายที่มากพอ” มีผลต่อการจงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.67	3.98
ท่านคิดว่า “ความสะดวกในการเดินทางไปศูนย์จำหน่าย” มีผลต่อการจงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.66	3.90

ตารางที่ 32 (ต่อ)

ทัศนคติของผู้บริโภค		เพศ	
		ชาย	หญิง
ท่านคิดว่า “การบริการของพนักงานขาย” มีผลต่อการตั้งใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.74	3.76
ท่านคิดว่า “การโฆษณาในสื่อต่าง ๆ เช่น นิตยสาร” มีผลต่อการตั้งใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.51	3.66
ท่านคิดว่า “การจัดทำโปรโมชัน เช่น การลดราคา” มีผลต่อการตั้งใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.61	3.74
ท่านคิดว่า “การได้รับมาตรฐานการรับรองจากองค์กร/หน่วยงานที่น่าเชื่อถือ” มีผลต่อการตั้งใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.84	4.09
ค่าเฉลี่ยรวม		3.76	3.95
ระดับความสำคัญ		มาก	มาก

หมายเหตุ : การแปลผลระดับความสำคัญ ดังนี้ 1.00 – 1.49 หมายถึง น้อยที่สุด 1.50 – 2.49 หมายถึง น้อย 2.50 – 3.49 หมายถึง ปานกลาง 3.50 – 4.49 หมายถึง มาก 4.50 – 5.00 หมายถึง มากที่สุด

จากตารางที่ 32 พบว่า ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผักไฮโดรโปนิคส์ ซึ่งจำแนกตามเพศ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมากทั้งเพศชาย ค่าเฉลี่ยรวม 3.76 และเพศหญิง ค่าเฉลี่ยรวม 3.95

ทัศนคติของผู้บริโภคเพศชายเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยพบว่า ความสะอาดและการปลอดจากสารพิษ มีผลต่อแรงจูงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 รองลงมาคือ ผู้ที่รับประทานผักไฮโดรโปนิคส์เป็นผู้ที่อยู่ในกลุ่มคนรักสุขภาพ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ความสด กรอบและรสชาติที่ดีของผักไฮโดรโปนิคส์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และการรับประทานผักไฮโดรโปนิคส์สม่ำเสมอช่วยลดความอ้วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ทัศนคติของผู้บริโภคเพศหญิงเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยพบว่า ความสะอาดและการปลอดจากสารพิษ มีผลต่อแรงจูงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 รองลงมาคือ ผู้ที่รับประทานผักไฮโดรโปนิคส์เป็นผู้ที่อยู่ในกลุ่มคนรักสุขภาพ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 การมีชนิดของผักไฮโดรโปนิคส์ให้เลือก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 การจัดวางสินค้าที่เป็นระเบียบและครบถ้วนในศูนย์จำหน่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03

ตารางที่ 33 ค่าเฉลี่ยทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผักไฮโดรโปนิคส์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามอายุ

ทัศนคติของผู้บริโภค		อายุ				
		ต่ำกว่า 21 ปี	21 - 30 ปี	31-40 ปี	41 - 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
ท่านคิดว่า “ความสด กรอบและรสชาติที่ดีของผักไฮโดรโปนิคส์” มีผลต่อการจูงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์ เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	4.17	3.90	3.81	4.11	4.45
ท่านคิดว่า “ความสะอาดและการปลอดจากสารพิษ” มีผลต่อการจูงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์ เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	4.16	4.37	4.31	4.67	4.79
ท่านคิดว่า “ผู้ที่รับประทานผักไฮโดรโปนิคส์เป็นผู้ที่อยู่ในกลุ่มคนรักสุขภาพ” มากน้อยเพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.69	4.25	4.00	4.54	4.24
ท่านคิดว่า “การรับประทานผักไฮโดรโปนิคส์ช่วยลดความเสี่ยงในการก่อโรค เช่น โรคมะเร็งและโรคเบาหวาน” ได้มากเพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.86	3.92	3.62	3.90	4.01
ท่านคิดว่า “การรับประทานผักไฮโดรโปนิคส์สม่ำเสมอช่วยลดความอ้วน” ได้มากเพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.66	3.89	3.86	3.84	4.04
ท่านคิดว่า “การบริโภคผักไฮโดรโปนิคส์แล้วคุ้มค่า” มากน้อยเพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	4.04	3.76	3.98	4.05	4.20
ท่านคิดว่า “รูปร่างและความสวยงามของผักไฮโดรโปนิคส์” มีผลต่อการจูงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์ เพียงใด	ระดับความสำคัญ	ปานกลาง	มาก	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.14	3.78	3.95	4.11	4.01
ท่านคิดว่า “ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า (Brand) มีผลต่อการจูงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.85	3.81	3.83	3.96	3.61

ตารางที่ 33 (ต่อ)

ทัศนคติของผู้บริโภค		อายุ				
		ต่ำกว่า 21 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป
ท่านคิดว่า “บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม” มีผลต่อการจูงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.77	3.66	3.95	3.54	3.54
ท่านคิดว่า “ประวัติความเป็นมาของผู้ผลิต” มีผลต่อการจูงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.67	3.16	3.37	3.43	3.35
ท่านคิดว่า “ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ” มีผลต่อการจูงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.86	4.03	4.04	4.03	4.09
ท่านคิดว่า “การมีชนิดของผักไฮโดรโปนิกส์ให้เลือก” มีผลต่อการจูงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.83	4.03	3.94	3.94	4.08
ท่านคิดว่า “การจัดวางสินค้าที่เป็นระเบียบและครบถ้วนในศูนย์จำหน่าย” มีผลต่อการจูงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	4.13	3.92	3.98	4.03	4.09
ท่านคิดว่า “การบอกถึงประโยชน์ ปริมาณ และราคาบนผลิตภัณฑ์” มีผลต่อการจูงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.47	4.18	4.08	3.56	3.70
ท่านคิดว่า “การมีศูนย์บริการจำหน่ายที่มากพอ” มีผลต่อการจูงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.82	3.94	4.06	4.00	3.91
ท่านคิดว่า “ความสะดวกในการเดินทางไปศูนย์จำหน่าย” มีผลต่อการจูงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.72	3.99	3.80	3.66	3.62

ตารางที่ 33 (ต่อ)

ทัศนคติของผู้บริโภค		อายุ				
		ต่ำกว่า 21 ปี	21 – 30 ปี	31-40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
ท่านคิดว่า “การบริการของพนักงานขาย” มีผลต่อการจงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.66	3.77	3.75	3.62	3.88
ท่านคิดว่า “การโฆษณาในสื่อต่าง ๆ เช่น นิตยสาร” มีผลต่อการจงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง
	ค่าเฉลี่ย	3.85	3.76	3.65	3.37	3.38
ท่านคิดว่า “การจัดทำโปรโมชั่น เช่น การลดราคา” มีผลต่อการจงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง
	ค่าเฉลี่ย	3.85	3.98	3.81	3.13	3.22
ท่านคิดว่า “การได้รับมาตรฐานการรับรองจากองค์กร/หน่วยงานที่น่าเชื่อถือ” มีผลต่อการจงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	4.02	4.05	3.70	4.16	4.12
ค่าเฉลี่ยรวม		3.85	3.91	3.88	3.89	3.92
ระดับความสำคัญ		มาก	มาก	มาก	มาก	มาก

หมายเหตุ : การแปลผลระดับความสำคัญ ดังนี้

1.00 – 1.50 หมายถึง น้อยที่สุด

1.51 – 2.50 หมายถึง น้อย

2.51 – 3.50 หมายถึง ปานกลาง

3.51 – 4.50 หมายถึง มาก

4.51 – 5.00 หมายถึง มากที่สุด

จากตารางที่ 33 พบว่า ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผักไฮโดรโปนิกส์ ซึ่งจำแนกตามอายุ มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมากเรียงตามอายุดังนี้คือ 51 ปีขึ้นไป, 21 – 30 ปี, 41 – 50 ปี, 31-40 ปี และต่ำกว่า 21 ปี โดยมี ค่าเฉลี่ยรวม 3.92, 3.91, 3.89, 3.88 และ 3.85 ตามลำดับ

ทัศนคติของผู้บริโภคเห็นว่าความสะอาดและการปลอดจากสารพิษ มีผลต่อแรงจูงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์ ค่าเฉลี่ยสูงสุด ในกลุ่มที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.79 อายุระหว่าง 41 – 50 ปี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 รองลงมาผู้ที่รับประทานผักไฮโดรโปนิกส์เป็นผู้ที่อยู่ในกลุ่มรักสุขภาพ ในกลุ่มอายุระหว่าง 41 – 50 ปี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 และความสด กรอบและรสชาติที่ดีของผักไฮโดรโปนิกส์ ในกลุ่มอายุ 51 ปีขึ้นไป ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45

ตารางที่ 34 ค่าเฉลี่ยทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผักไฮโดรโปนิกส์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จำแนกตามสถานภาพการสมรส

ทัศนคติของผู้บริโภค		สถานภาพ		
		โสด	สมรส	หม้าย/ หย่าร้าง
ท่านคิดว่า “ความสด กรอบและรสชาติที่ดีของผักไฮโดรโปนิกส์” มีผลต่อการสนใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	4.03	4.10	3.83
ท่านคิดว่า “ความสะอาดและการปลอดจากสารพิษ” มีผลต่อการสนใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	4.38	4.50	4.66
ท่านคิดว่า “ผู้ที่รับประทานผักไฮโดรโปนิกส์เป็นผู้ที่อยู่ในกลุ่มคนรักสุขภาพ” มากน้อยเพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	4.19	4.30	4.33
ท่านคิดว่า “การรับประทานผักไฮโดรโปนิกส์ช่วยลดความเสี่ยงในการก่อโรค เช่น โรคมะเร็งและโรคเบาหวาน” ได้มากเพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.85	3.85	3.83
ท่านคิดว่า “การรับประทานผักไฮโดรโปนิกส์สม่ำเสมอช่วยลดความอ้วน” ได้มากเพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.92	3.86	4.16
ท่านคิดว่า “การบริโภคผักไฮโดรโปนิกส์แล้วคุ้มค่า” มากน้อยเพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.80	4.00	4.16
ท่านคิดว่า “รูปร่างและความสวยงามของผักไฮโดรโปนิกส์” มีผลต่อการสนใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.97	3.85	4.16
ท่านคิดว่า “ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า (Brand) มีผลต่อการสนใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.77	3.66	4.50
ท่านคิดว่า “บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม” มีผลต่อการสนใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.77	3.58	4.16

ตารางที่ 34 (ต่อ)

ทัศนคติของผู้บริโภค		สถานภาพ		
		โสด	สมรส	หม้าย/ หย่าร้าง
ท่านคิดว่า “ประวัติความเป็นมาของผู้ผลิต” มีผลต่อการ จงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.39	3.30	4.16
ท่านคิดว่า “ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ” มีผลต่อการจง ใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	4.00	3.97	3.83
ท่านคิดว่า “การมีชนิดของผักไฮโดรโปนิคส์ให้เลือก” มี ผลต่อการจงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	4.06	3.92	3.83
ท่านคิดว่า “การจัดวางสินค้าที่เป็นระเบียบและครบถ้วน ในศูนย์จำหน่าย” มีผลต่อการจงใจในการซื้อผักไฮโดร โปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.96	3.95	4.16
ท่านคิดว่า “การบอกถึงประโยชน์ ปริมาณและราคาบน ผลิตภัณฑ์” มีผลต่อการจงใจในการซื้อผักไฮโดร โปนิคส์ เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	4.20	3.72	3.50
ท่านคิดว่า “การมีศูนย์บริการจำหน่ายที่มากพอ” มีผลต่อ การจงใจในการซื้อผักไฮโดร โปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.84	3.97	3.66
ท่านคิดว่า “ความสะดวกในการเดินทางไปศูนย์จำหน่าย” มีผลต่อการจงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.96	3.64	3.66
ท่านคิดว่า “การบริการของพนักงานขาย” มีผลต่อการจง ใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.82	3.66	3.83
ท่านคิดว่า “การโฆษณาในสื่อต่าง ๆ เช่น นิตยสาร” มีผล ต่อการจงใจในการซื้อผักไฮโดร โปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.73	3.43	3.83
ท่านคิดว่า “การจัดทำโปรโมชั่น เช่น การลดราคา” มีผล ต่อการจงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.94	3.33	3.66

ตารางที่ 34 (ต่อ)

ทัศนคติของผู้บริโภค		สถานภาพ		
		โสด	สมรส	หม้าย/ หย่าร้าง
ท่านคิดว่า “การได้รับมาตรฐานการรับรองจากองค์กร/ หน่วยงานที่น่าเชื่อถือ” มีผลต่อการตั้งใจในการซื้อผัก ไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	4.05	3.97	4.16
ค่าเฉลี่ยรวม		3.93	3.83	4.00
ระดับความสำคัญ		มาก	มาก	มาก

หมายเหตุ : การแปลผลระดับความสำคัญ ดังนี้

1.00 – 1.50 หมายถึง น้อยที่สุด 1.51 – 2.50 หมายถึง น้อย 2.51 – 3.50 หมายถึง ปานกลาง
3.51 – 4.50 หมายถึง มาก 4.51 – 5.00 หมายถึง มากที่สุด

จากตารางที่ 34 พบว่า ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผักไฮโดรโปนิกส์ ซึ่งจำแนกตามสถานภาพการสมรส มีค่าเฉลี่ยโดยรวม ในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยรวมจากมากไปน้อย ได้แก่ สถานภาพหม้าย/หย่าร้าง โสด และสมรส มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.00, 3.93 และ 3.83 ตามลำดับ

ทัศนคติของผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อ ความสะอาดและการปลอดภัยจากสารพิษ มีผลต่อแรงจูงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์ มากที่สุด ในกลุ่มสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง สมรสและโสด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 ,4.50 และ 4.38 ตามลำดับ ความสดกรอบและรสชาติที่ดีของผักไฮโดรโปนิกส์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 , 4.03 และ 3.83 ตามลำดับ

ตารางที่ 35 ค่าเฉลี่ยทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผักไฮโดรโปนิกส์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามระดับการศึกษา

ทัศนคติของผู้บริโภค		ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ท่านคิดว่า “ความสด กรอบและรสชาติที่ดีของผักไฮโดรโปนิกส์” มีผลต่อการสนใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	4.13	3.96	4.31
ท่านคิดว่า “ความสะอาดและการปลอดจากสารพิษ” มีผลต่อการสนใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	4.13	4.55	4.77
ท่านคิดว่า “ผู้ที่รับประทานผักไฮโดรโปนิกส์เป็นผู้ที่อยู่ในกลุ่มคนรักสุขภาพ” มากน้อยเพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	4.09	4.27	4.48
ท่านคิดว่า “การรับประทานผักไฮโดรโปนิกส์ช่วยลดความเสี่ยงในการก่อโรค เช่น โรคมะเร็งและโรคเบาหวาน” ได้มากเพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.62	3.97	3.95
ท่านคิดว่า “การรับประทานผักไฮโดรโปนิกส์สม่ำเสมอช่วยลดความอ้วน” ได้มากเพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.99	3.85	3.86
ท่านคิดว่า “การบริโภคผักไฮโดรโปนิกส์แล้วคุ้มค่า” มากน้อยเพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.59	4.02	4.13
ท่านคิดว่า “รูปร่างและความสวยงามของผักไฮโดรโปนิกส์” มีผลต่อการสนใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.80	3.94	4.28
ท่านคิดว่า “ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า (Brand) มีผลต่อการสนใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.59	3.79	3.95
ท่านคิดว่า “บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม” มีผลต่อการสนใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.69	3.71	3.66

ตารางที่ 35 (ต่อ)

ทัศนคติของผู้บริโภค		ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ท่านคิดว่า “ประวัติความเป็นมาของผู้ผลิต” มีผลต่อการ จงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	ปาน กลาง	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.39	3.43	2.97
ท่านคิดว่า “ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ” มีผลต่อการจง ใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.56	4.16	4.40
ท่านคิดว่า “การมีชนิดของผักไฮโดรโปนิคส์ให้เลือก” มี ผลต่อการจงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.66	4.12	4.44
ท่านคิดว่า “การจัดวางสินค้าที่เป็นระเบียบและครบถ้วน ในศูนย์จำหน่าย” มีผลต่อการจงใจในการซื้อผักไฮโดร โปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.74	4.00	4.37
ท่านคิดว่า “การบอกถึงประโยชน์ ปริมาณและราคาบน ผลิตภัณฑ์” มีผลต่อการจงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์ เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.92	4.06	3.93
ท่านคิดว่า “การมีศูนย์บริการจำหน่ายที่มากพอ” มีผลต่อ การจงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.60	4.01	4.20
ท่านคิดว่า “ความสะดวกในการเดินทางไปศูนย์จำหน่าย” มีผลต่อการจงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.63	3.95	3.86
ท่านคิดว่า “การบริการของพนักงานขาย” มีผลต่อการจง ใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.54	3.84	3.97
ท่านคิดว่า “การโฆษณาในสื่อต่าง ๆ เช่น นิตยสาร” มีผล ต่อการจงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.42	3.72	3.71
ท่านคิดว่า “การจัดทำโปรโมชั่น เช่น การลดราคา” มีผล ต่อการจงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.51	4.00	4.51

ตารางที่ 35 (ต่อ)

ทัศนคติของผู้บริโภค		ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ท่านคิดว่า “การได้รับมาตรฐานการรับรองจากองค์กร/ หน่วยงานที่น่าเชื่อถือ” มีผลต่อการจงใจในการซื้อผัก ไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.83	4.00	4.51
ค่าเฉลี่ยรวม		3.72	3.96	4.09
ระดับความสำคัญ		มาก	มาก	มาก

หมายเหตุ : การแปลผลระดับความสำคัญ ดังนี้

1.00 – 1.50 หมายถึง น้อยที่สุด 1.51 – 2.50 หมายถึง น้อย 2.51 – 3.50 หมายถึง ปานกลาง
3.51 – 4.50 หมายถึง มาก 4.51 – 5.00 หมายถึง มากที่สุด

จากตารางที่ 35 พบว่า ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผักไฮโดรโปนิคส์ ซึ่งจำแนกตามระดับการศึกษา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก เมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยรวมพบว่า กลุ่มที่จบการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และต่ำกว่าปริญญาตรี ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.09, 3.96 และ 3.72 ตามลำดับ

ทัศนคติของผู้บริโภคเห็นว่าความสะอาดและการปลอดจากสารพิษ มีผลต่อแรงจูงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์ สำคัญที่สุด ในกลุ่มที่จบการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และต่ำกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.77, 4.55 และ 4.13 ตามลำดับ ผู้ที่รับประทานผักไฮโดรโปนิคส์เป็นผู้ที่อยู่ในกลุ่มคนรักสุขภาพ ในกลุ่มที่จบการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และต่ำกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48, 4.27 และ 4.09 ตามลำดับ

ตารางที่ 36 ค่าเฉลี่ยทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผักไฮโดรโปนิคส์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามอาชีพ

ทัศนคติของผู้บริโภค		อาชีพ						
		นิติกร/นักศึกษาศึกษา	รับราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	ถูกจ้าง/พนักงานบริษัท	พ่อค้าแม่ค้า	อื่นๆ
ท่านคิดว่า “ความสด กรอบและรสชาติที่ดีของผักไฮโดรโปนิคส์” มีผลต่อการสนใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์ เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มากที่สุด	มาก	มาก	น้อยที่สุด	มาก
	ค่าเฉลี่ย	4.19	3.97	4.68	4.33	3.92	0.86	3.76
ท่านคิดว่า “ความสะอาดและการปลอดจากสารพิษ” มีผลต่อการสนใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์ เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มากที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อยที่สุด	มากที่สุด
	ค่าเฉลี่ย	4.19	4.43	4.89	4.56	4.47	0.83	4.53
ท่านคิดว่า “ผู้ที่รับประทานผักไฮโดรโปนิคส์เป็นผู้ที่อยู่ในกลุ่มคนรักสุขภาพ” มากน้อยเพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มากที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อยที่สุด	มาก
	ค่าเฉลี่ย	4.29	4.21	4.68	4.56	4.08	0.77	3.92
ท่านคิดว่า “การรับประทานผักไฮโดรโปนิคส์ช่วยลดความเสี่ยงในการก่อโรค เช่น โรคมะเร็งและโรคเบาหวาน” ได้มากเพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	น้อยที่สุด	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.78	3.72	4.42	4.20	3.86	0.74	3.76
ท่านคิดว่า “การรับประทานผักไฮโดรโปนิคส์สม่ำเสมอช่วยลดความอ้วน” ได้มากเพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	น้อยที่สุด	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.96	3.72	4.47	4.36	3.78	0.91	3.73
ท่านคิดว่า “การบริโภคผักไฮโดรโปนิคส์แล้วคุ้มค่า” มากน้อยเพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มากที่สุด	มาก	มาก	น้อยที่สุด	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.57	3.87	4.63	4.46	3.86	0.86	3.96

ตารางที่ 36 (ต่อ)

ทัศนคติของผู้บริโภค		อาชีพ						
		นิติกร/ต./นักศึกษาศึกษา	รับราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	ครู/แพทย์/นักกฎหมาย/นักบัญชี	พ่อค้า/แม่ค้า/พนักงานขาย	อื่นๆ
ท่านคิดว่า “รูปทรงและความสวยงามของผ้าไฮโดรโปนิกส์” มีผลต่อการสนใจในการซื้อผ้าไฮโดรโปนิกส์ เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มากที่สุด	มาก	มาก	น้อยที่สุด	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.95	3.96	4.57	4.50	3.73	1.00	3.80
ท่านคิดว่า “ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า (Brand) มีผลต่อการสนใจในการซื้อผ้าไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	น้อยที่สุด	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.52	3.87	4.15	3.80	3.75	0.75	3.61
ท่านคิดว่า “บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม” มีผลต่อการสนใจในการซื้อผ้าไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	น้อยที่สุด	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.87	3.81	3.52	3.60	3.56	0.84	3.61
ท่านคิดว่า “ประวัติความเป็นมาของผู้ผลิต” มีผลต่อการสนใจในการซื้อผ้าไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	ปานกลาง	มาก	น้อย	มาก	น้อยที่สุด	ปานกลาง
	ค่าเฉลี่ย	3.57	3.41	4.15	2.20	3.30	0.84	3.42
ท่านคิดว่า “ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ” มีผลต่อการสนใจในการซื้อผ้าไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	น้อยที่สุด	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.74	3.96	4.05	4.33	4.10	0.69	3.92
ท่านคิดว่า “การมีชนิดของผ้าไฮโดรโปนิกส์ให้เลือก” มีผลต่อการสนใจในการซื้อผ้าไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	น้อยที่สุด	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.78	3.94	4.42	4.33	4.08	0.70	4.03

ตารางที่ 36 (ต่อ)

ทัศนคติของผู้บริโภค		อาชีพ						
		นิติกร/เดโช	รับราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	เสรีแม่เหล็ก/แม่เหล็ก	พนักงาน/แม่เหล็ก	อื่นๆ
ท่านคิดว่า “การจัดวางสินค้าที่เป็นระเบียบและครบถ้วนในศูนย์จำหน่าย” มีผลต่อการจงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	น้อยที่สุด	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.80	3.95	4.05	4.36	4.02	0.71	3.80
ท่านคิดว่า “การบอกถึงประโยชน์ปริมาณและราคาบนผลิตภัณฑ์” มีผลต่อการจงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	น้อยที่สุด	มาก
	ค่าเฉลี่ย	4.05	3.75	4.15	4.20	4.07	0.75	3.96
ท่านคิดว่า “การมีศูนย์บริการจำหน่ายที่มากพอ” มีผลต่อการจงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	น้อยที่สุด	มาก
	ค่าเฉลี่ย	4.05	3.75	4.15	4.20	4.07	0.75	3.96
ท่านคิดว่า “ความสะดวกในการเดินทางไปศูนย์จำหน่าย” มีผลต่อการจงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	น้อยที่สุด	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.54	3.94	4.05	4.36	3.93	0.70	4.07
ท่านคิดว่า “การบริการของพนักงานขาย” มีผลต่อการจงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	น้อยที่สุด	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.76	3.61	4.10	3.83	3.84	0.76	3.50
ท่านคิดว่า “การโฆษณาในสื่อต่าง ๆ เช่น นิตยสาร” มีผลต่อการจงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	น้อยที่สุด	ปานกลาง
	ค่าเฉลี่ย	3.71	3.54	3.47	3.70	3.64	0.78	3.34

ตารางที่ 36 (ต่อ)

ทัศนคติของผู้บริโภค		อาชีพ						
		นิติชนิก/ต/ด/ด/ด	รับราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	แม่บ้าน/แม่บ้าน	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	อื่นๆ
ท่านคิดว่า “การจัดทำโปรโมชั่น เช่น การลดราคา” มีผลต่อการจูงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	ปานกลาง	มาก	มาก	มาก	น้อยที่สุด	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.82	3.37	3.73	3.86	3.81	0.98	3.61
ท่านคิดว่า “การได้รับมาตรฐานการรับรองจากองค์กร/หน่วยงานที่น่าเชื่อถือ” มีผลต่อการจูงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	น้อยที่สุด	มาก
	ค่าเฉลี่ย	4.07	4.06	4.36	3.90	4.02	0.77	3.53
ค่าเฉลี่ยรวม		3.85	3.83	4.23	4.08	3.89	4.13	3.77
ระดับความสำคัญ		มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก

หมายเหตุ : การแปลผลระดับความสำคัญ ดังนี้

1.00 – 1.50 หมายถึง น้อยที่สุด

1.51 – 2.50 หมายถึง น้อย

2.51 – 3.50 หมายถึง ปานกลาง

3.51 – 4.50 หมายถึง มาก

4.51 – 5.00 หมายถึง มากที่สุด

จากตารางที่ 36 พบว่า ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผักไฮโดรโปนิคส์ ซึ่งจำแนกตามอาชีพ มีค่าเฉลี่ยโดยรวม ในระดับมาก เมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยรวมพบว่า กลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจ พ่อบ้าน/แม่บ้าน ประกอบธุรกิจส่วนตัว ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท นิสิต/นักศึกษา รับราชการ และอื่นๆ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23, 4.13, 4.08, 3.89, 3.85, 3.83 และ 3.77 ตามลำดับ

ทัศนคติของผู้บริโภคเห็นว่าความสะอาดและการปลอดจากสารพิษ มีผลต่อแรงจูงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์ มากที่สุดในกลุ่มอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ประกอบอาชีพส่วนตัว ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท รับราชการ นิสิต/นักศึกษา และพ่อบ้าน/แม่บ้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.89, 4.56, 4.53, 4.47, 4.43, 4.19 และ 0.83 ตามลำดับ ผู้ที่รับประทานผักไฮโดรโปนิคส์เป็นผู้ที่อยู่ในกลุ่มคนรักสุขภาพ ในกลุ่มอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ประกอบอาชีพส่วนตัว นิสิต/นักศึกษา รับราชการ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท อื่นๆ และพ่อบ้าน/แม่บ้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68, 4.56, 4.29, 4.21, 4.08, 3.92 และ 0.77 ตามลำดับ

ตารางที่ 37 ค่าเฉลี่ยทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผักไฮโดรโปนิกส์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ทัศนคติของผู้บริโภค		รายได้ต่อเดือน		
		ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000 – 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท
ท่านคิดว่า “ความสด กรอบและรสชาติที่ดีของผักไฮโดรโปนิกส์” มีผลต่อการสนใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	4.05	4.00	4.18
ท่านคิดว่า “ความสะอาดและการปลอดจากสารพิษ” มีผลต่อการสนใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มากที่สุด	มากที่สุด
	ค่าเฉลี่ย	4.31	4.50	4.66
ท่านคิดว่า “ผู้ที่รับประทานผักไฮโดรโปนิกส์เป็นผู้ที่อยู่ในกลุ่มคนรักสุขภาพ” มากน้อยเพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	4.16	4.22	4.46
ท่านคิดว่า “การรับประทานผักไฮโดรโปนิกส์ช่วยลดความเสี่ยงในการก่อโรค เช่น โรคมะเร็งและโรคเบาหวาน” ได้มากเพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.85	3.83	3.88
ท่านคิดว่า “การรับประทานผักไฮโดรโปนิกส์สม่ำเสมอช่วยลดความอ้วน” ได้มากเพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.91	4.00	3.73
ท่านคิดว่า “การบริโภคผักไฮโดรโปนิกส์แล้วคุ้มค่า” มากน้อยเพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.69	4.09	4.14
ท่านคิดว่า “รูปร่างและความสวยงามของผักไฮโดรโปนิกส์” มีผลต่อการสนใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.82	4.11	3.97
ท่านคิดว่า “ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า (Brand) มีผลต่อการสนใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.63	4.10	3.49
ท่านคิดว่า “บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม” มีผลต่อการสนใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	ปานกลาง
	ค่าเฉลี่ย	3.72	3.84	3.42

ตารางที่ 37 (ต่อ)

ทัศนคติของผู้บริโภค		รายได้ต่อเดือน		
		ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000 – 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท
ท่านคิดว่า “ประวัติความเป็นมาของผู้ผลิต” มีผลต่อการ จงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	ปาน กลาง	ปาน กลาง	ปานกลาง
	ค่าเฉลี่ย	3.43	3.33	3.22
ท่านคิดว่า “ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ” มีผลต่อการจง ใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.85	4.16	4.08
ท่านคิดว่า “การมีชนิดของผักไฮโดรโปนิคส์ให้เลือก” มี ผลต่อการจงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.92	4.14	4.02
ท่านคิดว่า “การจัดวางสินค้าที่เป็นระเบียบและครบถ้วน ในศูนย์จำหน่าย” มีผลต่อการจงใจในการซื้อผักไฮโดร โปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.84	4.09	4.08
ท่านคิดว่า “การบอกถึงประโยชน์ ปริมาณและราคาบน ผลิตภัณฑ์” มีผลต่อการจงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์ เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	4.07	4.17	3.53
ท่านคิดว่า “การมีศูนย์บริการจำหน่ายที่มากพอ” มีผลต่อ การจงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.78	4.00	4.02
ท่านคิดว่า “ความสะดวกในการเดินทางไปศูนย์จำหน่าย” มีผลต่อการจงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.92	3.84	3.57
ท่านคิดว่า “การบริการของพนักงานขาย” มีผลต่อการจง ใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.76	3.77	3.70
ท่านคิดว่า “การโฆษณาในสื่อต่าง ๆ เช่น นิตยสาร” มีผล ต่อการจงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.70	3.72	3.22
ท่านคิดว่า “การจัดทำโปรโมชั่น เช่น การลดราคา” มีผล ต่อการจงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	ปานกลาง
	ค่าเฉลี่ย	3.94	3.68	3.04

ตารางที่ 37 (ต่อ)

ทัศนคติของผู้บริโภค		รายได้ต่อเดือน		
		ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000 – 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท
ท่านคิดว่า “การได้รับมาตรฐานการรับรองจากองค์กร/ หน่วยงานที่น่าเชื่อถือ” มีผลต่อการตั้งใจในการซื้อผัก ไฮโดรโปนิกส์เพียงใด	ระดับความสำคัญ	มาก	มาก	มาก
	ค่าเฉลี่ย	4.05	3.91	4.09
ค่าเฉลี่ยรวม		3.87	3.98	3.82
ระดับความสำคัญ		มาก	มาก	มาก

หมายเหตุ : การแปลผลระดับความสำคัญ ดังนี้

1.00 – 1.50 หมายถึง น้อยที่สุด

1.51 – 2.50 หมายถึง น้อย

2.51 – 3.50 หมายถึง ปานกลาง

3.51 – 4.50 หมายถึง มาก

4.51 – 5.00 หมายถึง มากที่สุด

จากตารางที่ 37 พบว่า ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผักไฮโดรโปนิกส์ ซึ่งจำแนกตามรายได้ต่อเดือน มีค่าเฉลี่ยโดยรวม ในระดับมาก เมื่อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยรวมพบว่า กลุ่มรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000 – 25,000 บาท ต่ำกว่า 10,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาท มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.98, 3.87 และ 3.82 ตามลำดับ

ทัศนคติของผู้บริโภคเห็นว่าความสะอาดและการปลอดจากสารพิษ มีผลต่อแรงจูงใจในการซื้อผักไฮโดรโปนิกส์ มากที่สุด ในกลุ่มรายได้ต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ระหว่าง 10,000 – 25,000 บาท และต่ำกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 ,4.50 และ 4.31 ตามลำดับ ผู้ที่รับประทานผักไฮโดรโปนิกส์เป็นผู้ที่อยู่ในกลุ่มคนรักสุขภาพ ในกลุ่มรายได้ต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ระหว่าง 10,000 – 25,000 บาท และต่ำกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 , 4.22 และ 4.16 ตามลำดับ