

กรีซ สุปินะเจริญ 2556: ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวอินทรีย์
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจการเกษตร) สาขาธุรกิจการเกษตร ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร
และทรัพยากร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิศิษฐ์ ลิ้มสมบุญชัย, Ph.D.
99 หน้า

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคข้าวอินทรีย์ และความสัมพันธ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวอินทรีย์ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ในช่วงเดือนมกราคม 2556 สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ ความโด่งและทำการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยใช้แบบจำลองสมการ โครงสร้างที่ประกอบด้วย แบบจำลองมาตรวัด และแบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 28-37 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรสและมีบุตร อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน โดยที่รายได้ต่อเดือนอยู่ในระดับ 30,001-40,000 บาท พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคข้าวอินทรีย์ กลุ่มตัวอย่างส่วนมากอยู่ในกลุ่มรู้จักข้าวอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อ ในส่วนของผู้ที่รู้จักและซื้อข้าวอินทรีย์ส่วนใหญ่จะมีความถี่ในการซื้อน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน เริ่มซื้อข้าวอินทรีย์มาเป็นระยะเวลา 4-6 ปี และพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากได้รับข้อมูลข้าวอินทรีย์จากอินเทอร์เน็ต ให้ความเชื่อถือแหล่งจำหน่ายที่งานมหกรรมเกษตรอินทรีย์ ขอมรับราคาที่สูงกว่าข้าวทั่วไปที่ร้อยละ 20 ซึ่งตนเองนั้นเป็นผู้มีอำนาจต่อการตัดสินใจซื้อข้าวอินทรีย์ และเหตุผลที่ทำให้ไม่ซื้อข้าวอินทรีย์ คือ ไม่มีแหล่งจำหน่ายข้าวอินทรีย์

ผลการวิเคราะห์ด้านความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ พบว่าตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการตัดสินใจซื้อ คือ ตัวแปรคุณภาพชีวิต และคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการตัดสินใจซื้อในทิศทางเดียวกัน โดยตัวแปรคุณภาพชีวิตมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อในทิศทางเดียวกันมากที่สุด และตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อคุณภาพการบริการ คือ ตัวแปรคุณภาพผลิตภัณฑ์ และคุณภาพชีวิตมีอิทธิพลทางตรงต่อคุณภาพการบริการที่ดีในทิศทางเดียวกัน โดยตัวแปรคุณภาพผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการในทิศทางเดียวกันมากที่สุด ส่วนตัวแปรที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการตัดสินใจซื้อ คือ ตัวแปรคุณภาพชีวิตซึ่งมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการตัดสินใจซื้อในทิศทางเดียวกัน นั้นหมายความว่าผู้ที่ซื้อข้าวอินทรีย์จะให้ความสำคัญมากต่อคุณภาพชีวิตที่ดี และจะให้ความสำคัญมากต่อผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ที่ดีมีคุณภาพควบคู่กัน

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ คือ ผู้ผลิตควรดำเนินแผนการตลาดที่เน้นกลยุทธ์เกี่ยวกับการมีสุขภาพดีจากการบริโภคข้าวอินทรีย์ เพื่อกระตุ้นการซื้อของลูกค้า และภาครัฐควรสนับสนุนให้ผู้บริโภคมีคุณภาพชีวิตที่ดี เช่น ส่งเสริมให้มีโครงการข้าวอินทรีย์เพื่อสุขภาพในโรงพยาบาลต่างๆ เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ผู้บริโภคที่มารับบริการได้รับสิ่งที่ดีมีประโยชน์ต่อร่างกาย

ลายมือชื่อนิติ

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก